

文章编号: 1007-5399 (2015) 01-0005-04

新时期邮政企业思想政治工作实效性探究

邓波¹, 蒋志伟²

(1. 恩施市邮政分公司, 湖北 恩施 445000; 2. 铜川市邮政分公司, 陕西 铜川 727031)

摘要: 文章阐述了新时期邮政企业思想政治工作存在的主要问题, 分析了邮政企业思想政治工作问题的成因, 并从发展地位、角色定位以及价值引导机制等方面提出了邮政企业思想政治工作的系统解决方案。

关键词: 思想; 发展地位; 角色定位; 价值取向; 交流平台

中图分类号: F61 **文献标识码:** A

思想政治工作是国有企业经济工作的生命线, 是企业现代化管理的有机组成部分, 是企业精神文明建设的重要内容, 是企业实现各项任务的根本保证, 是社会主义企业的本质要求。作为国有企业, 邮政企业同样面临着变革所带来的机遇与挑战。目前, 邮政企业的思想政治工作不仅受国家宏观政治背景的影响, 更与自身的发展经营理念和干部职工价值取向的多元化休戚相关。探索邮政企业思想政治工作的新途径, 已成为新时期邮政企业管理的一项重大课题。

1 邮政企业思想政治工作存在的主要问题

1.1 轻传承、少创新, 与时代精神脱节

1.1.1 时代背景的变化带来挑战

党的十八大以来, 中国进入转型发展的深水区和攻坚期, 新一代领导集体就全面深化改革做出了诸多影响深远的决定, 必将带来新一轮的思想解放与社会变革, 新的经济模式、商务结构、商业规则呼之欲出, 法治国家、从严治党的新规都将对邮政企业的传统市场、经营模式、发展思路带来巨大冲击。

1.1.2 思想政治工作断层已经形成

邮政企业要弘扬当前改革和创新的时代精神, 加快转型发展就必须迅速调整工作思路, 统一近百万干部职工思想, 坚持艰苦奋斗、勤俭节约的邮政创业精神。但邮政企业在高速发展的十多年中, 传统思想政治工作本身已经呈现弱化势头, 旧方式不能照搬, 新路径没有开辟, 思想政治工作与时代的断层已经形成。

1.1.3 现有思想政治工作方法落后

在企业转型期, 思想政治工作的目标、导向不明, 缺少与时俱进的机制、循环往复的流程以及紧跟时代的载体和具体落地的方法, 更没有与经营管理和改革实际紧密结合, 而这种现象越到基层越为突出。

1.2 重经营、轻思想, 工作力度弱化

1.2.1 经济指标占据主导

长期以来, 对于经济指标的重视与追求远远超过对于思

想政治工作的要求, 在思想政治工作基础较差的企业, 将经济指标作为企业经营管理的核心符合特定历史时期的发展要求, 也是当时时代背景下的正确选择。久而久之, 重经营而轻思想的观念逐渐形成。

1.2.2 思想政治工作投入不足

对经济指标的强烈追求, 造成人、财、物的高度集中, 思想政治工作相对机构不全、人员不足、标准不高, 造成思想政治工作平台边缘化, 流程模糊化, 方法简单化, 形式陈旧化, 导致基层党组织工作涣散, 职责缺位。

1.2.3 行政命令代替思想政治工作

以往, 企业通过发布行政命令驱动干部职工奋发图强, 取得了较好的发展效果。但是当企业发展到一定阶段, 要想实现更高层次的突破, 行政手段的弊端日益显现, 行政命令的权威性、有效性, 对于推动发展、化解矛盾的作用愈发有限。

1.3 多物质、少精神, 职工信念“缺钙”

1.3.1 经济杠杆的负面作用日益突出

一是推动业务的积极性和业务达成的效果更多取决于业务资费的高低, 职工和企业发展业务的出发点不统一。二是增长方式的转变阻力重重。职工认为增长方式的改变会影响个人收入而不愿转型, 企业战略和职工意愿不一致。三是企业与职工形成单纯的经济利益关系, 员工只做对自己有益的事, 企业的战略、方向不能真正被职工接受, 职工的企业归属感不强。

1.3.2 职工队伍多元化造成管理难度加大

一是职工结构多元化。新员工不断加入, 他们对邮政的艰难历程感受不深, 不容易做到思想统一。二是职工需求多元化。他们不再是对利益的单纯需要, 对于权利和义务的理解更加具备法治精神, 即使工资高也不愿加班的情况已经出现, 职工对企业的认同度受到挑战。

1.3.3 价值取向滑坡影响企业凝聚力

由于一段时间内对职工思想政治工作的弱化, 职工在物质生活得到改善的同时却在精神层面出现问题。突出表现为

职工的世界观、人生观、是非观、价值观、集体主义观模糊。理想成为理想主义，信念“骨质疏松”、严重“缺钙”，在消极思想影响下，企业凝聚力不断下降，已经不能适应当前改革需要。

从当前邮政企业思想政治工作存在的主要问题看，在邮政企业面临转型发展紧迫任务的形势下，思想政治工作必须要狠抓，而且要在实效上取得主动权。

2 邮政企业思想政治工作问题的成因

2.1 领导干部不重视是主要原因

2.1.1 宗旨意识不强

领导干部淡化“为人民服务”的根本立场和宗旨，在经营指标压力下，相对忽视群众需求，不关心职工所思所想，粗暴、强制地用行政命令推动企业发展。

2.1.2 时代观念不强

领导干部不能与时俱进，不能深刻领会当前邮政企业面临的工作和任务、困难和险阻，依然用传统方式管理企业队伍，没有敏锐地感受到时代变革带来的风暴，不能真正做到以人为本，没有深刻理解人是生产力中最活跃的因素这一原理。

2.1.3 考核指标不健全

一段时间以来，企业注重经济指标考核，弱化甚至缺失意识形态考核，领导干部在德与才之间摇摆权衡，造成领导干部重经营轻思想，为了业绩而简单决策，形成君主作风，甚至有弄虚作假的现象，侵害了职工利益，削弱了思想政治工作的说服力。

2.2 职工价值取向引导缺位是根本原因

思想政治工作是传导主流意识形态、传承中华优秀传统文化、提高职工道德素质、促使职工树立正确价值取向的重要途径。一段时间以来，邮政企业思想政治工作的弱化造成对职工价值取向引导的实效性不足。

2.2.1 对当前国内外一些势力和思潮对邮政职工价值取向的渗透估计不足

目前，互联网深入到工作生活的方方面面，互联网信息多、快、杂，还有一些别有用心的人和组织，蓄意传播负能量，混淆是非黑白，不断影响、改变职工价值取向，而企业思想政治工作不能同步应对，享乐主义、利己主义、拜金主义滋生，仇富仇官、浮躁易怒等情绪得不到化解，攀比、消极心态得不到纠正，轻则影响企业发展，重则酿成资金案件。

2.2.2 传统思想政治工作方式方法对职工价值取向的影响效果不佳

传统思想政治工作说教式、教条式的方式方法已经不能让职工接受和信服。现有思想政治工作模式停留于计划经济时代，主客体的固定性、对象的强制性、组织的随意性、方法的模式化造成思想政治工作的时效性不佳，职工对于说教性的思想政治工作普遍反感，对于明显违背职工利益的思想政治工作更是厌恶。

2.2.3 单一性的职工评价标准对职工价值取向的多元化造成伤害

企业对职工的评价直接影响职工的价值取向。一是评价标准不科学。单纯以业绩评价职工，让绝大多数职工感受不到企业的凝聚力，产生失落感，而少部分职工产生骄横心理，认为一切是理所应当，忽略了企业的培养和企业工作平台的作用。二是集体意识的培养引导不够。职工价值取向中缺少合作意识、大局意识，做人做事的出发点立足个人利益。三是职工社会责任的引导不足。职工在价值取向中对于公民的职责意识淡化，不能用积极心态看待社会黑暗面，更不能去履行公民的社会责任，反过来也将影响职工的工作态度和企业形象。

2.3 企业和职工角色定位不准是直接原因

2.3.1 对当前企业内部的主要矛盾把握失衡

当前企业面临的主要矛盾依然是企业发展与职工需求之间的矛盾。长期以来，突出强调企业发展，号召职工奉献与牺牲，在感叹职工队伍为邮政企业做出巨大贡献的同时，却忽视了职工同步提升的需求，导致职工归属感较弱，在思想上把自己排除在企业转型发展之外。

2.3.2 对企业转型发展对职工的作用定位不准

转型发展必须依靠职工的全力投入，绝对不是几个领导、干部的观念转变、以身作则就可以完成的任务。既要强调领导干部的作用，更要强调职工的能动性，职工才是转型发展真正落地的绝对力量，要充分发挥这股力量的作用，就要让职工认识到自身地位的重要性，因此思想政治工作是不可或缺的部分。

2.3.3 对及时解决职工思想问题的敏感性不强

企业凝聚力下降，大部分是因为企业对待职工的态度不佳。企业未搭建畅通、及时的职工诉求表达平台，对于职工的诉求响应不及时，职工关心的热点、难点问题持续发酵，职工思想变化无人过问，职工感受不到自身在企业的价值，造成职工对企业的归属感越来越低，轻则队伍不稳定，重则形成安全隐患。

3 新时期邮政企业职工思想政治工作的对策

党的十八届三中全会开启了企业全面深化改革、转型升级的序幕，邮政企业处在这一新的历史时期，转型成为企业生存和发展的现实任务，而转型处处都将涉及职工的切身利益，职工岗位、收入、工作环境都将发生新变化，转型也将对职工思想素质和能力提出更高要求。以人为对象的思想政治工作如何与时俱进、适应并推进企业转型进程，是企业经营管理团队必须认真思考并切实解决的另一个现实任务，加快思想政治工作的研究与创新、提高企业思想政治工作的实效性是当务之急。

3.1 提升思想政治工作在企业转型发展中的地位

毛泽东同志曾经讲过：“政治工作是一切经济工作的生命线。”当前，企业和社会的改革、转型同步进行，社会、企业、职工方面的问题都集中体现在职工身上。此时，思想

政治工作比任何时候都更加重要，加强和改进企业思想政治工作尤为迫切，必须加强、提升思想政治工作的地位，从而引起邮政企业各层级的高度重视。

3.1.1 把思想政治工作纳入企业战略高度

思想政治工作的任务是教育引导职工树立正确的人生观、价值观，激发内生创造力，增强企业凝聚力，促进企业转型升级目标的实现，因此要把这项工作提升到企业战略高度，实行顶层设计，与企业发展战略同谋划、同部署、同实施、同考核，成为企业战略的有机组成部分。

3.1.2 把思想政治工作纳入综合体系

职工思想问题多涉及利益和情感，且与其他问题交织、共生。传统思想政治工作注重“面”，新时期思想政治工作要突破“里”，既要传承说服教育以治标，更要创新系统介入以治本；不但要坚持党的领导，更要做好全部门、各层次参与；既有正面的价值引导，也要解决职工的实际困难；既要突出企业的作用，也要借助亲人和同事的影响，还要有依规酌情的体量。

3.2 明确企业思想政治工作中各层级的角色与定位

新时期思想政治工作要有别于过去的政治思想工作。社会主要矛盾已经发生深刻变化，因此必须重新定位新时期思想政治工作。新时期思想政治工作要突出思想、立足政治，与过去政治思想工作突出政治、立足思想的模式相区别。但新时期邮政企业思想政治工作必须始终坚持在党的领导下，明确领导干部是主导、党员干部和普通党员是骨干、职工群众是主体的角色定位。

3.2.1 各级领导干部是主导

“其身正，不令而行，其身不正，虽令不从”。各级党员领导干部一要做思想政治工作的表率，常讲，常做，自律于先，身教重于言；二要做思想政治工作的模范，用平等心态、换位思维、人性尊重来搭建信任平台；三要做思想政治工作的实践者，既要解决思想问题，也要解决生活实际问题，既要建章立制，也要贯彻落实。要把贯彻执行好党的八项规定作为思想政治工作的突破口，围绕思想政治工作建立各级领导干部考核机制，并纳入纪检工作监督检查范围和绩效考核体系；要确立干部选拔以德为先机制，并对干部提拔任用实行问题干部责任追究制；对于思想政治工作涣散的单位要实行领导干部问责制。

3.2.2 党员干部和普通党员是骨干

一是紧跟行业发展大势。宣传不利条件中的有利因素，宣传成绩和亮点，进一步坚定职工战胜困难的决心和信心。二是紧跟企业中心工作。随时用好的精神状态影响职工，把职工思想统一到企业决策部署上来，把力量凝聚到各项目标任务的落实上来。三是紧跟职工思想脉搏。要利用一同工作的机会，观察职工思想变化，及时掌握职工思想动态，了解分析原因，有针对性地进行疏导，帮助职工解决最现实的利益问题，使广大职工更加热爱企业，乐于为企业发展做贡献。四是紧跟时代发展变化。主动以手机、微信、互联网等与职工进行互动交流，进入到职工圈子，成为推动思想政治

工作的骨干力量。

3.2.3 广大职工群众是主体

传统的企业思想政治工作往往过分强调工作者的主体性，把职工单纯地看作接受教育和管理的对象，因而不能充分调动职工主动参与思想政治工作的主动性，从而影响企业思想政治工作的效果。一是承认职工在企业思想政治工作中的主体地位。尊重企业职工的主体意识，肯定职工在企业中的主人翁地位。二是培养职工个体的独立人格。培养职工挑战人生的勇气、积极向上的生活态度和不屈不挠的奋斗精神，给职工更多自由选择和发挥潜能的机会。三是满足职工多方面需求。充分关注职工自身成长与发展的基本需要，关注其理想、信念和情感，引导职工追求较高级别的心理需求，追求充实的思想境界和高尚的精神品位。四是实现职工的全面发展。鼓励职工既改造客观世界又积极改造自己的主观世界，努力解决关系员工切身利益的问题，同时又丰富员工的精神文化生活，实现经济发展与员工全面发展的统一。

3.3 构筑职工价值取向引导机制

习近平总书记强调，要把培育和践行社会主义核心价值观作为凝魂聚气、强基固本的基础工程。职工价值取向的引导是职工思想再造的过程，具有长期性、系统性和针对性的特点，必须从细节入手，用机制做保障，在潜移默化中悄然改造职工的世界观、人生观等人生价值取向，真正取得实效。

3.3.1 建立与企业发展融合机制

首先，树立发展企业、富裕职工的办企方针。重新解读企业整体发展与职工个人发展之间的关系，既要让职工树立发展企业的全局意识，也要走出企业发展就必须以牺牲职工利益为代价的误区。突破企业发展和职工“锅与碗”先后理论的思想瓶颈，切实确保职工的基本利益不受侵害。

其次，建立利益协调、对话机制。要及时让职工享受到企业发展的成果，面对职工提出的利益要求，不能简单否定，要建立平和、平等的对话机制，即使不能马上满足职工要求，也要让职工把诉求表达出来，并加以正确引导，在条件具备时，要把分配办法公开，接受职工合理的意见和建议。

再次，建设职工高质量生产、生活设施和环境。实践证明，职工待遇的提高不仅是个人收入的提高，企业发展后不断改善职工的生产、生活环境也是提高职工待遇的一种方式。职工在较好的环境中生产、生活，其自豪感、自尊心和热情会极大高涨。

3.3.2 建立多方协同机制

一方面，发挥工会、团委、妇女组织联动作用。工会要从职工敬业精神入手，做党联系群众的桥梁，经常走访职工，召开职工座谈会，全力建设好职工小家；团委要从年轻职工学习、晋升、婚恋入手，正确处理利益金钱观、职业设计和恋爱家庭观，营造正能量。女工委要从关心女职工生活与家庭入手，解决女职工生理与工作、工作与家庭的问题。

另一方面,加强基层党组织建设。各级邮政党群部门要把工作触角向下延伸,大力开展“支部建在支局上”活动。上级党组织要定点联系支局支部,开展讲党史、讲形势活动,培育入党积极分子,不断壮大党员队伍。

同时,发挥地方党委作用。基层党组织要主动联系所在地党委,主动融入地方党委日常工作,参加党委活动,提供活动场地,共建党员活动室,共同组织党员教育活动,从自我治理融入社会治理。

3.3.3 建立心理干预机制

第一,职工思想波动早介入。基层干部和检查、稽查队伍以及职工相互间都要从思想上关心同事。对于职工个人、朋友、家庭、身体、行为等方面产生的细微变化要及时进行问询,开展心理疏导,真正让职工感受到企业如家。

第二,职工矛盾早调解。对于职工与职工间、职工与家庭间、职工与企业间发生的矛盾要高度关注,完善矛盾调解机制,不偏袒,不责问,不报复,积极正确地处理矛盾,定期回访谈心,确保矛盾得到真正解决。

第三,虚拟领域阵地早占领。不能把网络等虚拟阵地视为洪水猛兽,而是要及早出击主动占领。要充分利用虚拟领域及时收集职工思想状况,理性看待职工过激的短信、网络言论,逐步开辟企业的“职工吧”,建设职工微信群,定期巧妙提出设计好的讨论主题,把虚拟领域对职工的影响变负为正。

3.4 实行思想政治工作落地实效举措

3.4.1 从源头入手

一是关口前移。从思想政治工作是群众工作的本质入手,深入践行党的群众路线方针,把思想政治工作从会议室、文件上、报告中下沉到基层一线、群众当中。二是干部前置。各级干部作为思想政治工作的骨干,必须深入践行一线工作法,要做到改变职工先改变自己,改变自己先经受职工检验,把自己放到企业转型发展的一线,冲锋在前、敢于担当。三是愿景前行。各级领导和干部要随时随地旗帜鲜明地宣讲企业发展愿景,按照一个干部挂点1~2个基层单位、帮扶5~8个职工的责任分工,既要讲企业发展规划策略,又要为每个挂点单位职工谋划个人发展前景。

3.4.2 定规定动作

制定各级领导和干部年度、季度、月度思想政治工作计划;定时开展一访二问三查谈心活动(一访:家访;二问:问工作开展情况,问是否需要帮助;三查:查收入分配,查生活状况,查学习情况);定期组织形势教育讲堂。

3.4.3 使流程闭环

比照信访工作办法建立职工思想问题登记、建档、帮助机制,做到职工思想个个有人管。比照内控管理制度,建立问题职工跟踪反馈联合帮扶机制,做到职工思想问题个个有人帮。

3.5 搭建思想政治工作职工文化交流平台

企业思想政治工作从被动到自觉、自信的过程也是企业职工群众文化塑造的过程。把思想政治工作和职工群众文化

相结合,就能真正做到思想政治工作贴近职工、贴近生活,达到把思想政治工作从利益驱动型向文化动力型转变的目的,取得最大实效。

3.5.1 拓展主流文化平台,唱响企业核心价值

弘扬爱岗、敬业、诚信、友善的核心价值观,做到“六个共同”,即:以企业新旧发展对比共讲企业发展;以企业、职工荣誉室的建设共建荣誉精神殿堂;以合理化建议的推动共研企业未来;共唱一首局歌;共观一部宣传片;共学一批典型。

3.5.2 培植精英文化平台,打造企业骨干队伍

思想政治工作的实效也体现在企业专业队伍能力的提升上,创办专业业务发展研究期刊,举办开放的局长论坛,举行随机的职工讨论,开展广泛的企业转型课题研究,从而树立开放意识,促进思维创新,营造企业与职工共同发展的良好氛围。

3.5.3 支持职工文化平台,营造和谐氛围

通过道德讲堂讲故事、职工文化墙讲心得、网络交流讲困惑、局长留言讲心声、职工文体活动讲风采等形式多样的职工文化活动,建立积极向上、民主平等、开放进步的职工成长环境。

孙子兵法有云:“上下同欲者胜”。当前,邮政企业转型发展需要企业和职工形成高度共识,要清晰地认识到思想政治工作在这一过程中的重要地位与作用,充分认识到从新民主主义革命、社会主义改造到社会主义初级阶段以来,人民群众历史缔造者的地位,从而自觉把企业命运和职工群众命运融合在一起,不断提升思想政治工作的实效,增强职工群众对企业的认同感,让职工群众成为邮政企业转型发展的发起者和主力军,最终实现“建设世界一流邮政企业”的中国邮政梦。

参 考 文 献

- 1 杨军山. 转型升级中企业思想政治工作创新思考. 思想政治工作研究, 2014, 8
- 2 张丽. 大数据时代的思想道德建设. 思想政治工作研究, 2014, 9
- 3 龙兵. 思想教育在价值观培育中的主导地位. 思想政治工作研究, 2014, 7
- 4 许思文. 思想政治工作的理念创新. 党建, 2014, 5
- 5 中共中央国家机关工作委员会. 学习习近平总书记关于机关党建重要论述. 北京: 党建读物出版社, 2014
- 6 中央宣传部. 毛泽东邓小平江泽民论思想政治工作. 北京: 学习出版社, 2000

收稿日期: 2014-12-11

作者简介: 邓波(1972~), 男, 湖北恩施人, 硕士, 主要从事邮政企业经营管理研究; 蒋志伟(1972~), 男, 陕西西安人, 硕士, 主要从事邮政企业经营管理研究。

注: 本文系中中国邮政党校优秀论文。