

国有企业党建工作创新的思考

王磊 青岛市即墨区即水水务集团有限公司

基层是党的执政之基、力量之源。国有企业基层党组织作为党的基层组织的重要组成部分,是党在企业中开展工作的重要基础,承担着党的建设各项任务。加强党的基层组织建设具有十分重要的时代意义,党的基层组织是确保党的路线方针政策和决策部署贯彻落实的基础。要以提升组织力为重点,突出政治功能,把基层党组织建设成为宣传党的主张、贯彻党的决定、领导基层治理、团结动员群众、推动改革发展的坚强战斗堡垒。这是对党的基层组织建设的新定位、新部署、新要求。

加强基层党建工作全面策划和整体布

局是一项系统工程,也是国有企业党建工作的基础工程。国有企业在健全党组织的前提下,要对基层党建工作的总体目标、主要任务、工作重点、实施步骤、推进措施、组织领导等都进行总体设计。党建目标方面,年度制定组织绩效指标、季度开展落实指标检查、月度推进目标量化;党建创新方面,年初党建管理创新项目立项、年中进行督导检查、年末进行公开评比;党建研究方面,立项思想政治工作研究课题、调查研究实现方法和路径、形成成果论文等,为有效发挥国有企业党委“把方向、管大局、保落实”的领导作用提供坚强保证。

抓思想宣传,提党性修养。党性是

党员干部立身、立业、立言、立德的基石,是发挥党员自身作用的基本保障,党内各项活动的开展必须把党性教育放在第一位。为此,国有企业党建工作要严格落实“三会一课”制度和理论学习制度,做到集中学习与自学相结合,党的理论知识与具体业务工作相融合,围绕企业高质量发展、精细化管理开展集中研讨,统一思想、凝聚共识。国企还应建立多载体宣传模式,创办多元化新媒体宣传平台,深入开展“道德讲堂”活动。国有企业的宣传工作应聚焦企业经营发展主题,讲形势、提认识、鼓干劲、增信心,“多渠道、多角度、成系列”宣传基层一线,攻

坚克难的事迹,讲好员工故事,传播企业好声音,积极营造昂扬向上的发展氛围。

抓组织建设,创党建品牌。国有企业要强化“三基建设”,推进标准化党支部建设。在基层,要对标党支部工作条例“六条准则”,推动基层党组织规范运行,健全完善基层党组织议事决策、协调运行、服务群众、党务公开、日常监督等工作机制,强化机制运行,确保责任明确、管理规范、运转有序,确保党组织作用发挥。国有企业的基层党组织要在生产服务一线建立党建阵地,开展学习、调研工作,解决实际问题;建立学习园地,时刻学习党章党规,增强责任担当和服务发展意识,让党旗在阵地上飘扬。

新时期国有企业思政人才培养路径探索

王文琳 青岛市即墨区丁字湾科技金融投资有限公司

国有企业是国民经济的中流砥柱,在社会经济运行中担负着重要使命,而思政政治工作是国有企业高质量发展的核心支撑,思政人才培养已经是国企人才战略的重要组成部分。对国有企业来说,人才团队建设已经得到了长足发展,但思政人才作为特殊的人才分支,依然存在结构失衡、素养参差、激励机制不完善的现状,亟待解决。本文结合新时期国有企业思政政治工作的新需求,探索思政人才的培育创新策略,助力国有企业夯实思政工作基础,为基层国企高质量发展赋能。

优化国企思政人才队伍结构,破解人才断层难题。对国有企业来说,打造完善的人才团队是高质量发展的基础,思政人才涉及的业务范围广,对政治素养、管理

能力、专业技能、创新意识等都有较高的要求,因此,国企在打造思政人才团队时,要充分考虑岗位需求,在专业背景、年龄梯队、综合素养、创新能力等方面做好充分考量,严格落实国有企业政工人才的配比,兼顾专职人员和兼职人员的数量,避免人才缺位影响思政工作的开展。此外,思政人才队伍还需要打造年龄梯队,以“老带新”的方式做好企业精神、业务能力的传承,以资深思政人才带动青年思政人才的成长,从党建、工会等专业岗位的角度长远考虑梯队建设,避免人才断层。

打造分层培育体系,提升思政人才培育的专业性。在国有企业,思政人才作为一项综合性的岗位群体专属人员,覆盖了多个部门和工作体系,包括党建、

宣传、品牌、文化、组织、纪检、工会、共青团、人才等,这对思政人才的培育带来了较高难度,国有企业需要打造多元化的培训内容,形成“政治理论+岗位专业技能+综合素养”相结合的培育体系。政治理论培训关注党的大政方针、形势任务、党建政策等;岗位专业技能要综合考虑思政工作的具体属性,覆盖各个专业领域的工作技能,能够精准应对不同岗位的实际需求;综合素养则倾向于管理能力提升,对思政人才的管理水平、经营能力、互联网思维、创新思维等,推动思政人才成长为复合型人才。

创新思政人才培养模式,适应国企对特殊人才的需求。当前,国有企业处于深化改革的重要时期,尤其是数字化带来的

社会变革和企业发展挑战,要求国企必须整合思政资源,通过多样化的培训方式打造复合型人才团队,从新媒体的角度发挥思政团队的工作价值。一方面,国有企业推进新思政人才培养模式的数字化转型,开设新媒体运营、互联网实战、数字化思政工作策略等相关课程,引导国企思政人员提升数字化素养,能够适应互联网时代的线上思政工作。另一方面,国企人才培训要增强育人导向,建立复合型管理人才的培育机制,要将思政人才培养与管理人才培养相结合,推进思政人才与业务干部之间的轮岗交流,在管理实战中培养思政人才的综合素养,并从一线技术、营销和服务岗位选拔专兼职思政干部,打破思政工作与经营管理工作之间的人才流通壁垒。

基层国有企业党建品牌创新策略研究

唐璐 青岛市即墨区丁字湾科技金融投资有限公司 周佩佩 青岛市即墨区城市开发投资有限公司

在国有企业高质量发展的新背景下,国企党建品牌建设有助于夯实党建工作基础,打通党建与主营业务之间的屏障,让企业具有更强的内生动力。当前,国有企业的党建品牌建设工作普遍存在一系列问题和不足,比如载体单一、辨识度不足等,不利于国有企业党组织发挥引领作用。本文立足于国有企业的经营发展实际,通过深入分析党建品牌的重要性和核心内涵,剖析问题,查摆不足,秉持实践、创新、融合等原则,从多个角度探索国企党建品牌的创新策略,打造特色鲜明、能出实效、务实高质的基层国企党建品牌,推动国有企业的长期高质量发展。

一、国企党建品牌的核心内涵

基层国有企业党建品牌,是基层党组织推动新时期党建工作的重要载体,能够让企业结合所在行业和服务对象,明确自身的发展定位和战略,对企业文化、品牌、宣传等工作带来更强有力的引导,让企业的党建工作体系更具有辨识度和影响力。党建品牌有别于普通的党建活动和组织形象,更不是简单的标语口号,而是将国有企业党组织和主营业务的核心价值、制度建设、文化形象、工作目标、战略规划等集于一体,是国有企业党建工作的重要成果。党建品牌须坚守政治属性,立足于企业发展实际,融合主营业务发展和基层工作特点,服务社会和企业大局,推动基层国有企业的党建工作实现标准化、特色化的发展,破解基层党建工作“两张皮”的现象,推动党

建工作与主营业务深度融合。

优秀的国企党建品牌主要有以下三个特征:一是党建品牌的政治性,须坚守党的基本原则和大政方针,维护和贯彻党的路线方针政策,体现国有企业的红色底色,具有较高的站位和政治敏感度。二是党建品牌的实践性,国有企业的发展要在不断的实践中总结经验,并在未来的工作实践中继续高效前行,品牌建设要立足企业特点和市场需求,符合服务对象的期望,坚决避免形式主义和纸上谈兵,以取得工作实效为核心目标。三是党建品牌的特色性,作为具有总结价值的工作成果,党建品牌要区别于其他的企业文化建设,也要与其他企业、机构的党建品牌建设形成一定的差异化,围绕国有企业的主营业务、党建特色、基层工作等形成具有专属性的品牌符号,避免同质化和模板化。

二、基层国企党建品牌创建的创新策略

1. 打造具有差异化的特色党建品牌

对国有企业的党建工作做好精准定位,是党建工作高质量发展的重要前提。国有企业的政工人员应该充分了解自身的党建工作特色,立足于企业的宏观和微观层面,避免同质化思维,形成具有特色的国有企业党建品牌。一方面,政工人员要结合企业的发展战略、行业特点和主营业务,提炼基层国有企业党建品牌核心理念和价值内涵,树立明确的发展目标和战略规划,为党建品牌

的创建工作提供基本的遵循,筑牢党建品牌工作的基础。另一方面,政工人员要深知党建品牌的创建工作并不是高高在上的,需要下沉到基层一线,充分考虑基层党组织和业务开展的重要工作内容,确保党建品牌能够接地气,将企业的生产、服务、研发、管理等工作有机地融入到党建品牌创建过程中,实现品牌的精准落地和广泛适用性。

2. 为党建品牌创造丰富的落地场景

国有企业的党建品牌并不是简单的管理工作,而是需要在企业内部的多元化场景中得到实现,以党建品牌建设工作推动企业各项工作的顺利开展,这需要国有企业的各级党组织充分调动主观能动性,将党建品牌创建工作落实到企业发展和成长的各个环节。一方面,党建品牌建设离不开思想宣传教育,国有企业的思想教育中,要呈现出党建品牌的思想引领价值,以多维的教育体系和方式推动理论学习融入到所有岗位,提升一线基层岗位的教育实效;做好党组织负责人、党员干部与基层员工的“结对子”工作,确保党建思想工作覆盖全体员工。另一方面,党建品牌要融入到多样化的载体中,党建品牌并不是一句简单的口号,需要各类型的工作岗位对党建品牌做好全方位的呈现,比如建立党员先锋工作室、党员先锋岗、党员责任区等,从企业的主营业务寻找突破口,助推党建品牌在基层国企发光发热。

3. 持续深化党建品牌与业务深度融合

做好党建工作与主营业务的融合,

需要党建品牌与企业的主营业务做好深度结合,这有助于推动党建工作与企业中心任务的互相促进,实现同频共振,这也是当前一个时期国有企业“党建+”融合模式的重要体现。为此,国有企业政工人员要将党建工作看作一个整体,嵌入到管理生产的不同环节,比如“党建+服务”“党建+生产”“党建+合规”等。党员干部要做好表率,深刻掌握党建品牌的内涵意义,优化工作模式,在工作推进中注重工作实效,做好党建与各项工作融合的监督管理,突破管理生产工作的瓶颈。此外,党建品牌的落地工作离不开党建团队的建设升级,国有企业要通过双向培养的机制,把业务骨干培养成党员,把党员培养成管理骨干,持续提升党建品牌建设团队的战斗力,围绕企业主营业务不断提升管理水平,在党建工作与主营业务的融合过程中,让党建品牌成为国有企业发展的“红色引擎”。

三、结语

综上所述,基层国有企业的党建品牌建设是新时期国企党建工作高质量发展的重要切入点,更是夯实党建根基、破解党建与业务分离、赋能企业新动能的重要抓手。当前,国有企业在党建品牌建设中虽然还存在一系列的问题,但在未来的工作中,国有企业政工人员应进一步加深对党建品牌创建工作的认知水平,将国有企业的企业文化建设、品牌工作、主营业务开展等融入到党建品牌的创建和创新过程中,充分发挥出党建引领的核心价值,为国有企业的发展再上一个台阶奠定坚实的基础。