

加强廉政文化建设 促进企业健康发展

周哲夫

(福建中烟工业有限责任公司, 福建 厦门 361021)

【摘要】对任何一家企业来说,企业文化都是促进其生存和发展的精神源泉,廉政文化是企业文化中最关键的一部分,他对于企业的持续发展以及文化建设都具有重要意义。廉政文化建设工作不仅能够加速廉政党风建设的推进,同时也具有重要的反腐倡廉作用。在本文中,笔者针对廉政文化建设与企业健康发展之间的关系进行了全面梳理,并提出了具体的企业廉政文化建设对策。

【关键词】企业文化;廉政建设;反腐倡廉;国企发展

随着社会的不断发展,越来越多的企业管理者开始意识到企业廉政文化建设工作的重要性,并加强了这项工作的开展力度。企业对廉政文化建设的重视,能进一步深化反腐倡廉思想的贯彻力,摆脱反腐倡廉工作的形式化现状,要求企业管理者以企业实际情况作为出发点,并结合企业当前的廉政现状,通过有效的廉政建设体系加以防范。由此可见,企业廉政文化建设工作的有效性,很大程度上取决于这项工作的开展是否结合行业特色,以及是否满足了因地制宜以及因时制宜的要求。廉政文化建设是防腐体系深化过程中的关键环节,同时也是中华优秀传统文化中博大精深的一个部分。在党的十八大中,针对领导干部的腐败问题做出了进一步重申,并提出了新时代下做好党风廉政建设与开展先进文化建设工作的重要任务,并将其作为企业是否有效落实十八大精神的重要考核标准。除此之外,牢固思想道德防线,也逐渐成为了当前廉政建设工作的紧要任务。

一、加强企业廉政文化建设的重要作用

(一) 积极发挥规范作用

所谓廉政文化,具体是指通过道德规范标准对各级领导干部以及广大人民群众进行思想以及行为上的约束,同时加以正确引导。其中,针对领导干部提出了自我重视,自我激励,自我反省以及自我警告等要求,充分体现了自律性在廉政文化中重要地位。渗透于廉政文化中的廉政准则以及社会道德规范,是每一位领导以及群众都必须自觉遵守的内容。在实际开展反腐倡廉以及廉政党风建设工作过程中,要想充分达成企业廉政文化建设的目的,就必须做到自律和他律的结合、道德自律与法律制度的结合。

(二) 积极发挥教育作用

在企业中开展廉政文化教育所面对的对象是企业全体职工以及干部,需要使用多样化教育方式以及途径,吸取先进的思想理念以及文化内涵,对企业内部全体干部职工进行熏陶,使他们在潜移默化的过程中受到激励,形成意识上的认同。具体开展形式主要体现为演讲、电影以及书画等,对“立党为公、执政为民”这一党风廉政建设思想进行教育和贯彻,全面做好反腐败斗争,带领全体职工干部共同针对典型的腐败案例进行分析和研究,通过这种警示教育的方式来达到更好的教育目的。

(三) 积极发挥导向作用

企业廉政文化的政治性以及社会性决定了它的双重性特征。其中,政治性主要是指廉政文化的形成是一个漫长的过程,是在具体的反腐工作以及廉政党风建设工作中逐步构建的。社会性又是指,廉政文化是面向企业全体干部职工的一种大众文化,能够在企业范围内形成很强的辐射作用。正是这种双重性特征,决定了企业廉政文化建设工作对于社会意识具有导向和指向功能。廉政文化利用其丰富的传播渠道以及载体,赋予了企业全体职工干部潜移默化的精神思想提升途径,引导他们宣扬正气,时时刻刻与腐败进行斗争,同时也有利于他们形成正确的三观。

二、企业开展廉政文化建设工作的关键误区

(一) 思想误区

企业廉政文化建设工作的思想误区主要体现在以下内容上:无法真正意识到廉政文化建设工作的意义,对于这项工作的长期性以及紧迫性缺乏认知,把它当做一种可做可不做的软性指标,讲究形式不重过程,在开展过程中一旦遇到阻碍就轻易中断。企业如果想要在市场实现更好的生存和发展,就必须尽可能避开这一思想误区,必须深刻认识到腐败

行为对企业所带来的危害，全面深化反腐倡廉思想，坚持与腐败行为作斗争，将其作为解放生产力的重要途径。在企业惩罚体系构建的过程中，廉政文化建设是十分重要的一个部分，同时也是承载着反腐倡廉教育工作的关键基础，企业应悉心领会并学习中央精神，赋予自身强烈的廉政文化建设使命感，主动肩负起企业文化建设这一重任。

（二）主体范围认知误区

有很多人存在这样一种误区，即认为廉政文化建设工作所面向的人群，仅仅为党员以及领导干部，与普通老百姓并没有太大关系，这就是人们对于廉政文化建设工作主体范围的认知误区。真是存在这样一种认知偏差，导致大部分党员群众没有身体力行地参与到这项工作中，使得企业廉政文化建设工作不具备群众基础，活动缺乏应有的广泛性和多元性，长此以往下去，会对广大党员干部以及职工群众以及企业的惩罚防范体系建设以及反腐倡廉氛围的推进形成阻碍作用。

（三）认知误区

现阶段，企业对于廉政文化建设的内涵以及形式，缺乏系统且正确的认知，对其内容的理解也过于表面化，导致最终落实效果并不理想。廉政文化建设的开展需要借助一定的艺术形式来实现，但也不仅限于艺术。因此，在廉政文化建设的实际开展过程中，要全面杜绝将是否具有艺术性作为廉政文化建设的唯一考核指标，应提倡多元化考核指标的实施。

三、企业廉洁文化框架体系

我司在开展廉政文化建设的进程中，逐步形成了以廉政风险防控、廉政文化理念、廉政行为规范为一体的企业廉政文化框架，并在这一框架的指导下有序开展并实践廉政文化的实践活动。

廉洁风险防控体系。针对重点范畴以及重点岗位实施廉政风险防控工作，有效识别廉政风险，制定具体的风险防控策略，做好后期审核验证，在此基础上形成一套措施有效、监管有力、覆盖范围广泛廉政风险防范体系。基于各种权利分析研究确定风险岗位清单，围绕外部环境、思想道德、管理机制、职责权限几个方面对风险展开识别，通过自我评价、互相评价、有关方评价、逐级审核的方式明确风险级别，针对不同级别的风险逐一建立具有针对性的防控措施，并结合廉洁风险数据库中录入的信息对所采取的措施进行进一步验证，必要时做出适当调整。在2012年之后，企业先后经历了小范围试点、方法形成、初步应用推广、验证改进、体系完善，

大范围推广等实践过程，依次针对各领域建立专有的岗位廉政风险防控数据库，对其中所列出的风险进行分级管理，明确不同等级的风险内容，确保廉政风险防范体系职责明确、流程合理、风险明确、措施有效、机制完善。

廉洁文化理念。廉政文化的核心理念主要体现在诚信守法以及廉政敬业两个方面。其中，诚信守法主要是指始终围绕依法治企以及以德治企两大原则开展企业管理活动，始终忠于企业，实施合法化、合规化的经营活动。而廉政敬业主要是要求始终坚持清白做人干净做事的工作原则，恪守道德，拒绝腐败，尽忠职守，甘于奉献。在开展廉政文化教育工作中，必须始终坚持预防为主、内化于心的基本理念。其中，预防为主是指，要将廉政文化贯彻在全体干部及职工的日常工作中，常敲廉政警钟；内化于心是指应加强企业干部及职工对于廉政文化的思想认同感，鼓励干部及职工身体力行的参与到廉政文化建设的监督工作中。最后是廉政文化建设的监督理念，既不被问题牵着走，不被上级催着干，主要意思是指，应严格落实企业干部及职工的日常监管工作，同时开展有效的专项检查及整治，针对重点问题进行具有针对性的监督。

廉洁行为规范。作为企业内部领导干部，必须做好领导带头以及示范作用，提升职业道德感以及责任感，对于各种监督做到自觉配合，奉公职守，清白做人，干净做事。

四、新时代开展廉政文化建设的有效策略

（一）落实党风廉政建设“两个责任”，培育风清气正的良好生态

切实做好党风廉政建设，由党委牵动进行主体负责，纪委配合进行监督。将明确责任作为基本前提，完善制度保障工作，落实责任机制，全面建设两个责任体系，促进“有责必担”以及“失职必究”这一良好氛围的形成。党委主动肩负起主体责任，有效开展统一化领导以及全面落实等工作，实现研究部署的统一化、组织部署的统一性、监督考察的统一性。全面贯彻纪委监督机制，以监督执纪为核心进行问责、将重点关注放在中心任务上，以严惩不贷的态度对待一切违法违规行为，转变以往的职能安排、工作方式以及工作作风，有效履行相应的监督指责。确保每个部门的监管职责都能落实到位，这里的职责不仅包含本部门党风廉政建设工作，还需涉及业务系统的监督管理，将监督工作由上而下进行贯彻。自2014年以来，我司党委全面启动中央深化改革工作，经过一系列研究讨论后正式颁布

《公司党委落实党风廉政建设主体责任和监督责任的实施意见》，使党风廉政建设责任以清单形式得到明确，针对我司具体情况以及管理需求建立具有公司特色的党风廉政建设责任书以及廉洁自律承诺书，其中涉及了涵盖党委集体领导责任以及纪委监督责任在内的共七项责任清单，并出台相关配套性管理条例。2017年，制定了七个年度任务计划运行表，通过这一清单实现了“两个责任”的有效分解，促进了这些责任的有效分配、落实以及监督。

（二）倡导廉政文化“五进”，促进廉洁文化理念的有效落实

全面倡导廉政文化“五进”活动的开展和实践，将廉政文化理念带入到企业管理的每个角落，实现全面渗透，在潜移默化中植入广大干部及职工的脑海中。进班子是指由领导班子成员树立榜样示范，加强实践工作，以身作则带头担负起廉洁文化建设重任，积极参与廉洁文化建设过程中所开展的有关活动，对相关规定必须严格遵守，为廉政从业这一良好形象的建立打下基础，争先进，带头做。进机关是指转变机关干部的工作作风，遵守法纪法规以及行为规范，为部门建立良好的廉政形象。进厂区是指加强基层单位的廉政文化宣传力度，营造廉政文化氛围，将廉政文化理念深入渗透至基层，具体可通过微信以及宣传栏等渠道来开展日常宣导及教育，为企业营造至上而下的廉政环境，在社会范围中建立企业良好的廉政形象。针对重点岗位进行风险识别，加强预防管理力度，在岗位职责中融入党风廉政要求，将其作为考核标准进行实施监督，带领党员干部切实加强个人荣辱感，诚实守信，恪守职责，争当廉政好员工。进家庭是指加强党员干部的家庭氛围建设，面向家庭成员开展倡议活动，倡导干部及职工家庭成员遵守廉政文化建设要求，崇尚廉政文化建设理念，共助企业扎实廉政文化基础，在开展家庭美德教育的过程中紧密结合廉政文化教育，为家庭建筑道德防线，营造和谐有爱的家庭氛围。

（三）创新反腐倡廉教育，营造廉洁从业浓厚氛围

始终坚持以生活为本，走进群众日常生活，将廉政文化渗透至干部及职工生活中，开展寓教于乐的廉政文化建设活动，采取职工感兴趣的互动方式，积极深化主题宣传，内化廉政思想，促进廉政文化在群众中的影响力提升。

加强作风引领行动。为了积极响应中央八项规定号召，我司提出了一系列硬性要求，如合理规划办公场所、禁止以任何形式就餐为理由喝酒、禁止公车私

用、禁止挪用公款等。以上要求简明扼要，精准地打击了中央八项规定精神中最严重的问题，目的在于对领导干部发出警醒，提升领导干部在落实硬性规定过程中的自律性，对廉政底线严防死守，培养领导干部廉政作风及习惯。针对新提拔干部实施“六个一”教育，全面按照“廉政谈话、廉政引读、廉政考核、廉政基地参观学习、廉政心得报告撰写”的流程开展教育工作，确保新上任干部的廉政教育能做好初步把关，为杜绝后续腐败行为打下良好基础。

开展主题倡廉工作。始终以主题为单位开展党风廉政工作，每年确定一个关键主题，先后实施账务核查、以案说法、心存敬畏、预防为主几个主题环节，切实加强反腐倡廉工作的有效性。组织企业内干部及职工共同观看优秀反腐题材电影，如《孔繁森》、《杨善洲》等，同时也可结合一些反面教材，通过正面和反面两大典型案例督促广大党员干部落实廉政要求。此外，还可通过企业内报、家庭主廉倡议书等形式在企业中营造廉政环境。

落实竞赛知廉活动。企业应通过廉政知识竞赛形式强化职工干部对廉政文化的了解及认知，具体可以采取网上答题方式，通过设置相关问题来实现反腐倡廉的宣传效果。这几年，我司陆续组织企业内党员干部参与反腐倡廉知识竞赛活动，并对网络媒体平台加以有效利用，鼓励企业管理人员参与微信问答互动，这些活动的开展为企业职工干部提供了良好的学习渠道，帮助他们更全面、快速地学习相关规章制度，形成了良好的廉政学习氛围。

五、推进廉政文化建设的成效

通过近几年在廉政文化建设工作上所做出的努力探索与尝试，我司已经初步形成了具有公司特色、且符合公司发展需求的廉政文化建设途径和方法，并建立一个较为完善的廉政文化系统，使廉政文化在企业内的导向作用得到了充分发挥，并起到了重要的激励性作用、使企业内部干部职工凝聚在一起，对其日常行为规范进行了有效约束，成功实现了廉政文化建设对企业健康发展的促进作用。

企业在加强廉政文化建设后，形成了更加浓厚的崇廉尚廉氛围，在党的十八大召开后，企业党委纪委对中央及上级要求进行积极响应和实践，对中央提出的八项规定精神进行了全面贯彻，企业纪检监察部门也紧跟其后开展监督问责活动，以普遍性问题为切入点，按照从易到难的顺序实施廉政建设策略，对有关问题进行严肃处理，并曝光名单，在长期坚持下企业干部风气得到有效改善、企业廉政环境也得到了全面净化，党员干部道德意识显著提

升,并形成了良好的廉政自律习惯。

此外,企业的经营管理也在廉政文化建设实施后得到了逐步完善,优化了以往的干部免任、物资购买、市场准入、资金审批等环节,各种配套制度也得到了进一步完善,针对企业人事、财务、物资等业务的处理权限也进行了改进,各种违纪现象呈现出直线下降的趋势,企业整体经营管理水平显著提升,实现了企业的健康、持续发展。

六、结束语

综上所述,企业廉政文化建设是企业文化中必不可少的重要环节,同时也是企业杜绝腐败现象的基本策略。在企业内部开展廉政文化建设,能帮助企业干部及职工建立廉政意识,根除腐败思想,为企业营造干净的廉政环境,促进企业实现健康发展。在新时代下,企业应加强内部机制改革工作,对相关配套制度进行不断优化改进,同样也可以促进腐败现象的降低。此外,企业应针对内部腐败现象建立完善的监督管理体系,守好廉政防线,帮助企业干部及职工建立牢固的精神围墙,抵御外界糖衣炮弹的思想侵蚀,使廉政文化建设工作真正脱离形式

化,并落实到实处,充分发挥其预防作用,为企业的健康持续发展打好基础。

参考文献:

- [1] 曾木成.新时代加强企业廉洁文化建设有效路径[J].企业文明,2020(10):97-99.
- [2] 张延浩.高处立格局 低处抓落实 一体推进“三不”机制——陕煤财务公司清廉金融文化建设探索[J].现代企业,2020(10):112-113.
- [3] 强永青,霍天天.浅谈如何做好企业廉政文化宣传教育工作[J].办公室业务,2020(14):57+62.
- [4] 吕俊杰.企业党风廉政建设要与企业文化建设有机结合[J].中小企业管理与科技(中旬刊),2019(03):134-135.
- [5] 刘一鸣.借助思政工作方法建设企业廉政文化[J].现代企业文化(上旬),2018(11):116-117.

作者简介:周哲夫(1986,06-)男,汉族,福建厦门人,硕士研究生,研究方向:品牌营销、纪检监察、人力资源。

