

新形势下国有企业党建品牌创建的路径探索

张瑾

(广东水电二局股份有限公司, 广东 阳江 529533)

【摘要】在新形势下, 国有企业党建品牌的创建如果能够进展顺利, 那么, 其必然会促使国有企业的市场竞争力大幅提高, 除了能够有助于国企市场竞争力的提升之外, 它也是国企坚持党的路线、持续发挥主要职能的重点。本文结合国有企业的党建品牌创建的实际问题, 对党建品牌创建的路径展开了具体的探索, 希望能为有关人员的研究提供可靠的依据。

【关键词】国有企业; 新形势下; 党建品牌创建

引言:

在新形势下, 国内的经济飞速发展, 企业的整体发展环境已经发生了很大的变化, 在这种情况下, 有关方面已经多次强调需要深入探索国有企业的党建品牌建设工作, 加强对这一方面的研究以及实践, 持续推进各项相关工作的有效落实。不过, 从目前来看, 基层的国有企业党建品牌在建设过程中, 很明显存在着诸多问题, 因此, 需要有针对性地解决。笔者认为, 国有企业的党建品牌创建以及建设的最大问题, 就是如何更好地解决党建品牌建设工作、业务工作之间的无缝对接以及深度融合的问题。要想将该问题解决好, 就必须寻找基础依据, 有了依据后, 才能找到解决问题的钥匙, 而这两点其实就是国有企业的党建工作的会议部署以及要求, 是新的《党章》对于国有企业的党建工作的根本要求。

一、新形势下国有企业的党建品牌创建的意义

在全面深化改革的新形势下, 品牌建设工作的实施, 具有很强的竞争力以及带动力、影响力的党建品牌的打造, 已经成为党建工作的加强及改进的新路径。对于企业而言, 怎样围绕中心工作来实现党建品牌的创建, 让党建工作真正地贴合于生产经营管理的实际情况, 为企业的未来发展提供坚实的支撑力, 是当前形势下我们需要研究的新课题。国企党建工作的加强不但能够体现其特色, 提高自己的竞争力, 而且能够更好地适应新形势的新要求、适应市场经济需求。目前, 国企党建工作的实际情况是面临着很多新的问题, 须持续创新思维, 创新方式方法, 让党建品牌的创建过程更科学、更标准、更规范。党建品牌建设工作开展是一种积极的尝

试和有益的探索, 是对经济工作中的品牌创建与建设经验的有效吸收以及借鉴, 同时, 也是对以往的党建工作创新经验的一种积累、升华。基于党建品牌的建设, 能够让有关人员更清楚地认识到党建工作的服务切入点, 不但与企业的特点相符, 也能够获得大家的认可, 提高党建工作的带动力。通过对某个工作领域中所积累的、已经得到一定论证的党建工作经验的深层次挖掘以及总结推广, 让它得以在更广的范围内发挥作用, 这样一来, 可以提高党建工作的总体水平。而且, 运用品牌理念来对国企党建工作作出筹划布局, 可对生产营销以及内控管理等多方资源实现更好的整合, 达到更强的整体合力, 继而对国企党建工作的全方位促进产生积极作用。

品牌质量的提高在于品牌认知的精准性, 只有了解什么是品牌背后的内涵, 才是最为关键的。所以, 第一, 要在企业发展的过程中将该单位的党建工作实际把握到位, 要认真地组织调研旗下的各级党组织工作的基础以及特点、优势, 精准地找到理论和实践、特色与经验的结合点。第二, 要懂得挖掘国企的自身优势, 将企业当前的良好基础充分地利用好。比如供水集团倾情打造的品牌化服务“贴心小棉袄”和热电集团的“小鲍流动营业厅”等, 均是在工作持续推进的前提下, 才开始确立建设党建品牌的目标以及途径、步骤, 让各方面的工作能够紧密连接、一环扣一环。第三, 需要基于实际, 明确认识企业以及客户、社会、员工的根本需求, 并做好党建品牌创建之前的全面系统调研工作, 切实把握好真实的情况, 开展必要的分析, 在持续的

认知提升以及改进、完善的过程中，逐渐树立目标。在党建品牌的创建中，需要有意识地展开策划，要构思、设计出富有国企自身特色的形象标志以及视觉规范。而且要运用多样的形式，为党建品牌的创建建设展开合理的宣传，利用宣传橱窗、网站、企业报纸、内部简报、微信平台公众号等展开宣传活动，持续扩大自身的影响力。此外，要做好舆论引导以及思想发动，其一，基层党组织需要引领党员群众，将目标明确下来，同时，要凝聚共识、不断地提炼相关经验，让党建品牌的创建以及建设能够逐步得到党员群众的认可。其二，要积极宣传在党建品牌的创建过程中所积累下来的优秀经验以及具体成效，这样一来，才能激发内在的动力以及活力，才能让国企党建品牌的创建效果得到大幅提升，同时持续提升党建品牌建设的辐射以及带动力。

二、在新形势下国企党建工作中现存的问题

党建工作没有得到足够的关注，其重要性被严重忽略，这是新形势下国有企业党建工作中现存的问题。因为市场经济发展的过程中，竞争压力正在持续加剧，所以，国企在发展中也迎来了许多突出的问题以及考验，特别是一些国企一味地重视企业经济效益以及规模的提高，继而忽视了党建品牌的建设，忽略了其在国企中的关键地位，致使措施严重不到位，没有足够的指导性，而且工作方法以及管理形式比较单一。具体原因在于，第一，受到传统的思想观念与自身专业素质等多种因素的影响，党建工作方式以及方法表现单一，没有足够的创新，在处理党群关系的过程中，并未基于以人为本的指导方针以及教育理念展开，致使党建品牌建设的过程中的管理方法明显失误。第二，企业一味地追求快速的经济增长，只是盲目拔高产值，以至于忽略了自身的发展需要员工的支持以及支撑，忽略了对于企业员工的成长成才需求的关注，继而导致员工对国企没有深刻的认同感以及归属感，继而削弱了他们的工作积极性，导致国企在发展过程中出现了明显的纪律松散以及劳动效率较低等问题，对企业的长久发展产生了直接的影响。

三、国有企业的党建品牌创建

（一）将政治引领作用发挥出来，坚定自身的发展道路

要增强政治引领、发挥它的主要作用，要积极地按照正确的理念来发展，坚定自身的发展道路。要

牢固树立我党国企领导的政治意识，保障企业的改革发展能够沿着已经明确的、正确的方向坚定前进，将党建活力真正地转化成企业发展的动力，将党建优势进一步转化成发展优势。具体而言，首先，要将政治建设工作突出出来。要将政治建设放在首要位置，做到加强“四个意识”和坚定“四个自信”，并且积极达到“两个维护”的要求，真正做到保持较高的思想自觉、政治自觉以及行为自觉，始终保持头脑清醒，明确立场，坚决行动。持续达到思想建党结合制度治党的要求，同步推进，真正地履行好在自身的责任，牢牢把握意识形态工作的自主权、主动权。其次，积极做好把关定向的工作。对于国企党组织的职责定位规定等，必须全面落实，将党委的把控方向、管理大局、保障落实的作用真正地发挥出来。要在党和国家的方针政策上，将政治关把牢、把严。要把握好国企的整体发展战略。同时，要预防国有资产的流失，要在有关的利益输送方面把好党纪党规方面的清廉关。并且要保障法律法规制度方面的规则规范、把好这一关。然后，需要坚持互相融合。要融入治理结构中，让议事规则全面健全，将前置要求执行到位，保障党组织的领导作用的深刻发挥。要融入经营管理之中，围绕重点任务（转型升级以及提质增效、持续滚动发展、提高安全质量等），展开全面的创新、提质活动。要基于党建品牌的创建基础，以此为纽带以及抓手来展开联合创建、共同创建的活动，让国企的生产经营环境有所优化；融入改革发展之中，提升形势分析水平，提升政策研究水平，让改革举措能够全方位落地，全方位见效，真正达到汇聚智慧和增强合力的效果。要融入日常的经营与管理工作中，要围绕着党支部书记队伍以及党务干部队伍、党员队伍，开展教育以及管理工作，要紧贴国企管理活动，定期性地展开党建品牌建设部署，持续提升党建组织的组织力以及领导力、战斗力。最后，要将考核评价工作抓牢、抓实。持续深抓党建品牌工作责任的落实，对国企基层党组织的党建工作责任的履行情况展开年度考评。真正地运用好考评结果，并将其同各单位成员的任免与晋升、薪酬奖惩等挂钩。坚持执行支部党建品牌工作责任的年度考评以及年度报告、年度述职评议考核制度，达到三项制度的全面覆盖。

（二）紧扣国企中心工作，提高企业创新力
党建品牌的创建，归根结底就是要服务于企业

的生产经营中性，唯有服从、服务于企业发展的大局，才能提高党建品牌创建工作的活力以及价值。所以，在国企党建品牌的创建工作过程中，须紧紧围绕整个企业的管理工作、中心工作，要将党建品牌创建和生产经营活动、转型发展的连接点以及突破口明确下来，在品牌打造的过程中，推动中心工作以及管理工作的进一步有效落实。要紧扣企业的中心，紧紧围绕其中心工作以及管理工作，将党建品牌创建工作切入点找出来，要做到结合企业发展战略目标，有力地实现党建品牌的创建步骤，要以企业的整体发展战略目标为中心，紧紧地围绕这一点来实施党建品牌的建设工作，尽量让两者的指导思想达成统一，要实现两者的工作目标的有效协调，要在工作部署方面实现两者的有效呼应。在党建品牌创建过程中，须结合企业生产经营的主要工作，坚持在主要任务的执行过程中实施品牌创建、品牌发展内容，让两者真正地融合在一起，从而让国企党建品牌的创建与发展真正地服务于企业的整体发展。在此过程中，还要重视党员的榜样作用，在解决党员群众所关心的重点以及难点中实现党建品牌的积极创建。要将群众所关注的热点视作重要的任务，及时地了解他们在想什么、在关心什么，切实做到从实事抓起，从当前群众最为关心的问题抓起。唯有积极解决群众的难处，才能做好党建品牌的创建、才能推动企业内部各方面走向稳定、繁荣，为此提供可靠的基础。

（三）增强三基建设

持续增强三基建设，将党建品牌的创建过程中的相关基础工作夯实到位。要树立起深刻的“为党建工作做好一切准备、务必做出成绩”的理念，从严实施党建工作责任制，强化基本组织以及基本制度，做好基本队伍建设，促进基层党建工作的持续推进、使其真正达到全面过硬水平。第一，要健全组织，并且要配强人员。要将支部党建工作凸显出来，置于前列位置，增强党支部的标准化以及规范化建设。同时，要按“四同步、四对接”的基本要求，达到“四到位”，即党组织设置到位和党务工作的力量配备到位，党建工作经费准备到位、党员教育管理到位。第二，要增强培训，提高党员班底素质，要积极推进支部书记队伍的强化建设，将“三懂”“三会”“三过硬”的党员尽量地选拔上来，安排到支部书记岗位中去，持续发挥支部书记

的带头作用。第三，要健全制度，规范执行。要积极宣贯制度，健全督查考核机制，真正地将国企的部署要求落实贯彻到基层中去，全面贯彻到一线，同时，按照要求来建立“1+N”责任体系，其中，“1”指的是各级的党组织书记全权负责总体责任，“N”所指的是班子成员明确分工责任，真正地落实好党建责任中所强调的“一岗双责”。第四则是要开展一些主题活动。活动要覆盖国企全体党员，主题为“不忘初心，牢记使命”，要将“初心”以及“使命”真正地强调起来，融入国企的改革发展全过程之中，始终贯彻到有关工作的方方面面，真正地推动国有企业的后续发展、促进其质量全面提升，保持企业内部体系的稳健状态，不忘党建工作重点、始终围绕党建工作重点和核心展开活动，真正地促进国企党建品牌的优质创建以及稳定建设，实现党建品牌的健康化、积极化、高效化。

结语：

总而言之，在新形势下，国有企业需要积极实现党建品牌的有效创建，同时积极推进党建工作的持续稳定进行，结合国有企业当前的实际来看，目前，国有企业需要做到转变自身一贯使用的陈旧的党建品牌工作方法，要积极结合时代特色，顺势而为，真正地增强现代化技术的高效应用，同时，要持续地增强国有企业员工党员的思想建设，切实地落实好相应的党建制度，发挥它的规范性以及科学性的作用，将党支部所具备的堡垒作用合理地发挥出来，不断努力、积极地创建党建品牌，持续推进国企党建品牌的建设工作，最终形成真正的高质量党建品牌，完成有关使命，继而为国企的高质量、稳定发展提供强大的支撑。

参考文献：

- [1] 李军波. 国有企业的企业家问题及其解决思路[J]. 江西社会科学, 2007, (5).
- [2] 陈载华. 国有企业党建工作创新的思考[J]. 传承, 2007, (7).
- [3] 王宪魁. 加强国有企业党建巩固党的执政基础[J]. 党建研究, 2006, (1).
- [4] 袁杰. 根据国有企业党建工作的新要求创新党建工作新思路[J]. 辽宁行政学院学报, 2007, (8).
- [5] 周丽霞. 中国国有企业经营者选拔机制研究[J]. 江西社会科学, 2005, (12).