

doi:10.3969/j.issn.1671-5152.2012.05.007

以人为本 文化引领 突出特色 创新发展

——秦皇岛市燃气总公司企业文化建设工作的尝试

□ 秦皇岛市燃气总公司(066000)周柏林 赵楠 许宁

秦皇岛市燃气总公司是一个有着20年历史的国有企业,它的前身是秦皇岛市煤气总公司。于2008年正式更名为秦皇岛市燃气总公司。多年来,秦皇岛市燃气总公司高度重视企业文化,始终把加强文化建设作为构建和谐企业,推进公司各项事业全面发展的重要工程常抓不懈。经过多年探索与积累,以企业文化引领活动,以活动丰富企业文化,逐渐形成了围绕中心、以人为本、特色突出、至臻完善的企业文化。

1 坚持以人为本,培养企业文化的自觉

目前秦皇岛市燃气总公司已成为集管道天然气设计、施工、输配、销售、服务、管理以及液化石油气供应于一体的综合性国有燃气企业,具有完善的生产、经营与服务体系。拥有天然气和液化石油气两种气源。燃气市场涵盖了秦皇岛市海港区、经济技术开发区、山海关区、北戴河区和北戴河新区。拥有资产近11亿元、职工1 707人,其中有各级职称人员近300人。

公司自1992年正式成立以来,经历了许多艰难险阻。在这个过程中,全体干部职工面对困难同甘共苦团结一心,始终以一种积极向上的状态奋力拼搏,使公司实现了扭亏为盈,社会服务也受到了用户的广泛赞誉,两个文明建设取得了显著的成绩,连续被评为市级文明单位和文明单位标兵。成绩的取得与全体干部职工面对困难不服输的劲头、同甘共患难的凝聚

力有着直接的关系。而这种劲头、这种凝聚力就是形成秦皇岛燃气总公司企业文化的基础。

众所周知,燃气行业是一个高危行业,在日常生产工作中对职工的思想、行动有着更为严格的要求。这就需要每个职工在思想上或者说在灵魂深处有统一的价值取向、团队意识、道德规范和一致追求的行为准则,并转化为每个人的自觉行为。因此,秦皇岛燃气总公司多年来一直在自觉探索和挖掘这种符合公司实际的、具有自身特色且能让全体职工思想上认可的企业文化,从而引领着企业的主体“人”——也就是企业的“本”,团结一心地向着一个共同的目标奋勇向前。基于这样的认识,公司在1998年就开始了企业文化的挖掘、征集工作,并在2005年制定了《企业文化建设工作实施办法》,此后根据每年的不同工作安排都有《推进企业文化建设工作的意见》下发,同时又将2010年定为“企业文化建设推进年”,以期通过文化培养达到铸魂、育本、塑型的目的。

2 坚持突出特色,培养企业文化的自信

企业文化的形成不是朝夕之功,需要多年的探索与积累,秦皇岛燃气总公司在形成自身企业文化的过程中经历了一个培养、总结、提升、学习的过程。2010年,公司通过多次调研、召开座谈会、研讨会等形式征集公司的司徽、理念、精神,并把这个提炼企业文化的过程作为对企业文化深入认知的过程,最终

将“团结奋进、攻坚克难、诚信奉献、创新发展”作为企业精神、“兴盛企业、奉献社会”作为企业使命、“管理最优、效益最佳、服务一流、形象最美”作为企业目标、“在社会中体现企业价值、在企业中实现人生价值”作为核心价值观、“以人为本、以本为本、统筹兼顾、科学发展”作经营理念、“尊重每个人，服务全社会，经营严守法，工作创一流”作为企业行为准则、“人亲气旺、风正业精”作为企业形象。

以培训工作为例，可以将公司企业文化的形成大致分为四个阶段。为了提高职工的各种技能开展了形式多样的培训工作（有意识地培养企业文化阶段），通过培训总结出好的工作方法和经验并将它形成制度（总结阶段），制度经过不断的健全、完善并与实际工作有机的结合（提升阶段），我们又通过宣传等手段最终使制度得到广大职工的认同、遵守（学习和深入实践阶段）。

秦皇岛燃气总公司企业文化的形成呈扇型轨迹。从最初要求职工个人需遵守的安全操作规程到“班前三分钟”，再到需整个班组共同努力才能实现的“五型班组”（学习型、安全型、清洁型、节约型、和谐型）建设、6S（包括整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理体系，再到由班组建设延伸到以站、队为单位的职工培训，为了巩固培训效果公司制定了培训制度，为了检验培训效果公司开展了各种考核、竞赛活动。在各种竞赛中不断有新的工作方法被总结出来，不断有新的先进个人涌现出来。对这些新的工作方法、新的先进个人公司利用宣传阵地进行了报道。宣传的力量使这些新的工作方法和新的先进个人得以被广大职工所熟悉，并且在这种典型引领的作用下，更多好的工作方法更多优秀的职工涌现出来。于是安全生产得以强化，优质服务得以落实，廉政工作得以开展，党建工作得以加强，企业管理得以实现，公司的各项工作得以顺利开展。公司各项工作都能顺利运行，自然就形成一个良好的工作环境，在这种环境下公司又开展了执行力教育、“大家小家和我”讨论及拓展培训等活动，通过这些活动职工感受到了这个集体所蕴含的团结、拼搏的力量，自然就以坚定的执行积极的状态投入到工作生活中。于是一个群体得以凝聚，一种精神得以弘扬，一种文化得以形成。

所以不论是秦皇岛燃气总公司制做的“亲人在我

身边，时时关注安全”文化墙，还是“燃气直通车”服务品牌的创立与延伸，或者是通过“创先争优”活动，涌现出的服务标兵魏新华、造血干细胞志愿捐献者陈志刚等等优秀职工典型，这些活动的开展不只是宣传安全、倡导服务，更重要的是弘扬一种团结拼搏自信的企业精神，宣传一种务实奉献自信的企业文化，并将这种企业文化渗透到工作的各个方面。

所以以企业文化为背景的各项工作不是相互孤立的，而是相互渗透相互融合的。比如公司在班组中推行的“五型”班组创建活动，这活动本身即包含着安全生产、又包含着服务工作。比如公司的劳动竞赛、岗位练兵和各种培训活动等等，在营造了刻苦学习、钻研技艺的良好氛围的同时，也造就了一支品质优秀、技能高超、能打硬仗的职工队伍。而这样的职工队伍在日常的安全生产、服务工作中也发挥出很大的作用。比如“创先争优”活动，公司在活动中紧紧联系工作实际，针对总支、支部和党员岗位特点，评选出的“十星”级基层党组织、“十星”级共产党员。这其中不仅包含了党建、安全、服务等工作，还将培养职工执行能力、协调能力等工作贯穿于活动当中。

经过多年的总结与完善，秦皇岛燃气总公司已经形成了有自身特色、适合生产工作的企业文化。

一是安全文化。安全工作是秦皇岛燃气总公司生产的头等大事，公司安全文化的核心是“预防能力”。为此公司先后制定下发了《安全手册》、《安全操作规程》、《消防管理》、《特种设备的安全管理》等十几项安全规章制度，一方面从制度上规范员工的安全生产行为，避免发生不安全的操作；一方面定期对全体员工和劳务工进行安全生产的教育，并通过悬挂宣传条幅、安全标语、放安全录像、制作安全墙、开展“一封安全家书”等形式，进行安全宣传教育活动。

同时大力开展“安康杯”竞赛活动，把安全文化建设的“支点”放在意识与技能的提高上，使其内化于心；把“焦点”放在制度与执行的整合上，使其固化于制；把“重点”放在亲情和氛围的营造上，使其融化于情，“我安全‘家’发展，‘家’安全我幸福，我与‘家’创和谐”的企业安全文化理念已植入到每一位职工的心中，增强了职工的安全生产意识和

自我保护能力,促进了企业的健康发展。

二是班组文化。班组是企业最小的单位,也是企业生产最直接的参与者,秦皇岛燃气总公司班组文化的核心就是“执行能力”。为此公司引入6S管理模式,努力搞好班组建设。制定下发了《6S管理细则》及《考核标准及评分细则》,通过推行6S管理,消除了内部管理的死角,在安全、质量、成本、现场管理等方面真正做到了自我检查、自我整改、落实到位、执行有力,营造出班组务实、严谨、创新的良好氛围。在此基础上又组织开展了“五型”班组建设(学习型、安全型、清洁型、节约型、和谐型),制订下发了《实施意见》及《考核标准及评分细则》,使班组建设逐步向规范化、标准化方向发展。

三是竞赛文化。秦皇岛燃气总公司的竞赛文化核心是提高职工的“竞争能力”。为此公司通过奖励优胜的方式来激发职工学习技术钻研业务的热情。竞赛文化即开展各种劳动竞赛、技能大赛、安全竞赛,争创工人先锋号、争创建功立业职工明星等等。近年来公司开展了多种竞赛活动,包括职工技能比武、首席技工评选、收费员劳动竞赛等。其中职工技能比武已举办了11届,参与人数累计11 000余人,涉及工种多达14个。首席技工评选已举办了6届,通过评选近50余名首席技工脱颖而出,他们充分发挥了典型引路的作用,带领职工搞技术革新,促进了职工队伍整体技能水平的提高。多年来,在一批批技术能手的带动下,秦皇岛燃气总公司在节能减排和技术创新工作中取得了突出成绩,技术创新项目《燃气平行双闸板阀门注油保养技术》获得河北省职工优秀技术创新成果,《五字归类收费法》获“河北省职工先进工作法”。

四是廉政文化。秦皇岛燃气总公司廉政文化的核心是“为民能力”。因为只有“为民”才能务实,只有“为民”,才能清廉。所以公司以此为廉政工作核心,不断加强党风廉政建设。通过深入推进党风廉政建设责任制,强化了责任;通过在全公司范围内开展权力运行监控机制建设,制定《岗位职权一览表》、《岗位廉政风险一览表》等加强权力监控,规范领导干部从政行为;通过每月在公司网站发表一个廉政录像,让党员干部写下学习感言;通过网上廉政提示,提醒党员干部在工作过程中勿忘廉洁自律;通过“莲

廉连”博客、廉政QQ群等网络平台,开展了“廉政征文”、廉政知识竞赛等活动,深化廉政教育,营造文化氛围。

五是服务文化。秦皇岛燃气总公司服务文化的核心是“亲情服务”。早在1998年公司就提出了“服务创新不断感情倾注无限”的服务理念,并将最初的销售-送货-安装-调试一条龙服务打造成自己的服务品牌——“燃气直通车”。正是本着这亲情服务的理念,公司不断完善服务方法,创新服务举措。通过增强报修软件的服务能力,提高服务效率;通过要求维修人员与用户电话沟通,满足用户需求,最大限度的提高了点火率;通过事先与高层物业联系,提前对立管进行置换,解决了用户点火等待时间长,反复报修等问题。同时,将服务内容不断延伸。在继续坚持党团员义务包户、聘请社会义务监督员、义务下小区服务基础上,推出“平安使者服务队”便民服务,通过“平安使者送安全进社区”、“阳光系列活动”、“免费擦拭钢瓶”、“倡导低碳生活清洁海滩”、“奉献爱心义工行动”、“送安全知识到工地”等活动不断提升公司的社会形象,受到了社会各界的好评。

六是党建文化。秦皇岛燃气总公司党建文化的核心是紧密“围绕中心”。公司始终认为企业的党建工作要紧紧围绕中心工作开展,只有将虚事做实取得实效,对中心工作有促进,真正起到保驾护航的作用,才能得到全体干部职工的认可,也才能达到通过党建工作教育人、鼓励人的目的。公司的党建工作就是在这种认知下开展的。

公司通过在所属8个分公司党支部中开展每季度一次的党建工作考核,全面加强了党建工作提升了公司整体党建水平,同时发现了基层党建工作中很多好的作法,各分公司党建工作在考核的促进中都有显著提高。通过制定领导班子下基层联系点制度,督促领导班子深入基层掌握实情,破解难题,为职工办实事。针对服务大厅办公条件差职工压力大等问题,公司改善了客户服务中心的办公环境和硬件设施、组织职工开展乡村游,缓解了职工的工作压力,提升了服务水平,受到了职工好评。通过组织党建研讨征文活动,编辑印制了《党建研讨论文集》,通过创先争优活动,编辑印制了《创先争优活动专刊》等等,都是对党建文化的总结和提升。

七是家的文化。俗话说“大河有水小河满，大河无水小河干”，如果一个企业兴旺发展，那么这个企业的职工也必定会有很好的收入很好的前程。同样，如果企业的职工都能爱岗敬业努力工作，那这个企业就会有好的发展。所以秦皇岛燃气总公司家的文化核心就是“团结”和“感恩”。正是基于这一朴素的想法，公司以内部网站为平台在全体职工中开展了“大家小家和我”的讨论、拓展培训和训后交流等活动，目的就是营造“家”的氛围，让全体职工都有我为自己工作，我为家而工作的意识，对家常怀感恩之心。

我们通过成立书画等协会，举办书、画、影展，丰富职工文艺生活；通过举办职工运动会，登山比赛等运动强健职工体魄；通过亲情管理坚持“五到场”制度，关心职工冷暖；通过组织学习《弟子规》、开展百日阅读、成立职工书屋（该书屋被评为国家级职工书屋）等活动提高职工文化素养；通过各种征文、朗诵比赛展示职工风采；通过自己的电视台“燃气TV”，制作了“我与公司共成长”等纪录片，记录职工生活；通过公司网站制作了“网上荣誉室”，记录企业成长的足迹。

在企业发展的过程中，我们不忘社会对我们的支持和帮助，积极开展各种爱心活动。除了为患病的职工家属捐款外，还成立了爱心捐助站，开展了“学雷锋爱心之旅”，走进救助站、福利院、特殊教育学校等地，帮助需要帮助的人。

3 坚持宣传贯彻，培养企业文化的自强

企业文化来源于企业，最终也要应用到企业生产生活中。秦皇岛燃气总公司在总结了企业文化内涵后，没有把它停留在纸面上，而是通过各种形式大力宣传贯彻企业文化精神。在这个过程中，利用公司网站、“莲廉连”廉政博客、《燃气信息》、《燃气通讯》等各种媒介对在企业文化建设各个方面都进行了积极报道，营造浓厚的宣传氛围。使全体职工对企业文化有统一的认识，以发挥企业文化在企业生产工作中的作用。

一是用企业文化引导人。这种引导包括对职工思想和行为、对企业整体价值取向和经营管理起的引导作用。比如说在全公司范围内开展“大家小家和我”

的大讨论活动，就是一种引导，引导职工爱岗敬业。再比如通过印制廉政手册、创办“莲廉连”博客等等对党员干部进行的廉政教育，这也是一种引导，还有通过对无偿捐献造血干细胞的陈志刚同志事迹的宣传，表达公司对扶危救困行为的大力支持，这也体现了我们公司整体的价值取向。

二是用企业文化约束人。“没有规矩，不成方圆”，正是有了企业文化的约束，全体职工才能更好的凝聚在一起。在企业文化的感召下，全体职工才有了高度的责任感和统一性，也就是有了较强的执行力，这样就保障了企业的高速、高效运转，达到事半功倍的效果。为了达到这种事半功倍的效果，公司围绕安全生产、岗位操作、班组建设等几方面制定了各种规章制度，就是为了增强企业文化的约束作用。

三是用企业文化凝聚人。秦皇岛燃气总公司之所以从多年的艰难环境中坚持下来并取得了可喜的成绩，与全体干部职工极强的凝聚力是分不开的。无论是企业经营的困难时期，还是在企业扭亏为盈的大发展时期，凝聚力都是公司战胜困难不断进取的法宝。特别是在中石油停气供气保障等工作中，公司上下一心，不计成本，千方百计调运气源，干部职工在供气保障第一线连续奋战60多个小时，既有力地保障了全市供气安全稳定又用实际行动诠释了“兴盛企业奉献社会”的企业使命。

四是用企业文化激励人。企业文化具有使企业职工从内心产生一种高昂情绪和奋发进取精神的效应。公司制度的企业行为准则中第一条就是“尊重每个人，服务全社会”，把尊重人作为中心内容，以人的管理为中心。然后是“经营严守法，工作创一流”，这是以一种积极向上的行为准则来规范职工，从而使职工形成强烈的使命感，成为员工自我激励的一把标尺。

企业文化是一个很大的概念，它包含了很多的内容，用一句话概括，企业文化就是统一思想、统一行动、统一规范、统一标识。回顾秦皇岛燃气总公司企业文化从形成到发展的这20年，是与公司本身的成长分不开的，这里有曲折有艰辛，但更多的是团结与奋进。可以说秦皇岛燃气总公司在这“四个统一”上已初见成效，几年来经过全体干部、职工的共同努力，燃气总公司已成为一个集燃气生产、供应、设

doi:10.3969/j.issn.1671-5152.2012.05.008

论城市燃气计量对大客户群的管理

□ 郑州华润燃气股份有限公司(450006) 胡绪美

摘 要: 本文主要阐述了城市燃气企业对大客户群计量管理的指导路径,提出了管理的核心要素和管理方法。

关 键 词: 大客户群 燃气计量

1 前言

目前就全国城市燃气企业而言,普遍认为使用燃气的大客户是影响企业发展的核心要素。所谓大客户,其概念的界限也因城市的大小而有所区别,这些用户在地区以上城中用气量的占有率多数都在50%以上,随着社会的发展和科技进步,工商业用户的增长速度也很快。所以,针对这部分用户的用气安全、用气保障、用气计量等大量的服务管理工作应该是经营者和消费者最为关注的问题。那么如何才能保证用户安全、合理、合法、科学地用气是燃气企业值得探讨的问题,而在这些管理要素中最重要的一个管理环节就是计量,计量既涉及到经营者的利益又涉及到用户的合法用气。社会上也出现了一些用户为了节约成本而采取了违法违规的极端手段,窃取能源,做无本生

意,损害了国家和燃气企业的利益,并带来很多不安全的因素,给社会带来危害。所以计量工作是企业最为关心的问题,本文就此管理要素展开探讨。

2 建立健全用户管理档案信息系统

根据企业规模的大小和工作需求的程度不同可设立相应的管理机构,省会城市可设立大客户群管理中心,形成一支专业化的管理队伍,对大客户的用气安全、用气保障、计量数据分析、计量装置的维护保养、计量仪表的周巡检等实施紧密的专业化管理。

要想把工作做的扎实、到位就必须掌握用户的第一手资料,了解用户的信息以后才能针对性的对其实施管理,所以必须建立用户档案,用户的档案信息除户名、地址、电话等普通信息外,还有以下主要信息:

计、施工、管理于一体的具有较强综合实力的现代燃气企业。

秦皇岛燃气总公司3次荣获全国安康杯竞赛优胜单位称号,多次荣获省、市安康杯竞赛优胜单位和安全管理先进单位、河北城市名片等荣誉称号。2010年被全国总工会评为工会工作先进单位,同时被授予全国模范职工之家称号。营业管理分公司收费中心被授

予全国“巾帼文明岗”称号。

成绩的取得只是检验工作的一个标准,背后所做出的努力、付出的辛苦更值得总结和思考。秦皇岛市燃气总公司将继续以企业文化为依托,本着管理最优、效益最佳、服务一流、形象最美的目标,团结拼搏踏实进取,保持企业良好的发展势态,全面实现企业的快速发展、和谐发展。