

向普京学管理

■南林

3月4日晚间,超过十万普京支持者聚集在莫斯科克里姆林宫旁的马涅日广场,当普京来到广场宣布自己赢得总统大选时,这位世人眼中的“硬汉”留下了热泪。

也许是这次总统选举并没有普京预料到的那么顺利,因为有成群结队的反对者,有“不要普京”的喊声,但这并不能阻止这位俄罗斯强人重返权力之巅。这位如沙皇式的政治人物,正在用自己的智慧、力量、雄心还有霸气,重塑一个现代“俄罗斯帝国”。

尽管外界对其褒贬不一,但普京的政治智慧和治国策略是众口皆碑的。作为一个政治家的智慧和手腕,普京经营国家的思想、理念、能力、方法,同样值得企业家和管理者学习、研究、借鉴。

铁腕治国

2000年,当普京从叶利钦手中接过核控制箱钥匙后,人们并不清楚这位名不见经传的新总统将给俄罗斯带来什么样的未来。

这位平民之子,打有“克格勃”烙印的总统,用铁腕式的手段开启一个全新的普京时代,也铸造出一个崭新的俄罗斯。

普京在成为总统的当天晚上,并没有与支持者庆祝当选,而是带上自己夫人赶赴车臣前线,将200把匕首送给了即将参战的士兵。因为普京的决心、坚持,最终全面平定了车臣叛乱,除掉了俄罗斯的一个心腹大患。

铁腕的普京崇拜同样铁腕的彼得大帝和女皇叶卡捷琳娜二世,普京用他的铁腕手段达到中央集权,实现他的“沙皇式”国家治理。

普京上台后,在政治领域采取了一系列强有力举措,包括坚决打击车臣民族分裂主义;强化中央对地方机构的监督;建立全国统一的法律空间;剪除反对派等等。扭转了叶利钦时期出现的政局混乱状态,初步建立了以总统权力为核心的垂直权力体系,这个权力体系犹如一个坚固的金字塔,而普京就安稳地

坐在塔尖上。

在经济领域,对寡头势力的打击更突显普京的“铁腕”治国。汽车制造业寡头别列佐夫斯基、石油大亨霍多尔科夫斯基、传媒大亨弗拉基米尔·古辛斯基先后受到指控或逮捕……这些曾经不可一世的俄罗斯大亨们,在普京面前恭恭敬敬,噤若寒蝉。通过对寡头的打击,不仅消除了寡头对政治的影响力,而且使经济命脉掌握在国家手里。

外交上,普京认为“只有强大和自立才受到尊重”。他说:“确保全球安全的唯一途径是,与俄罗斯一起努力,而不是试图降低俄罗斯的地位”,从地缘政治上削弱俄罗斯或者削弱其国防潜力。”普京成为让美欧政要十分头痛但又无法回避的谈判对手。

在普京主政8年期间,俄罗斯政局稳定,经济发展较快,人民生活有明显改善,消费社会开始出现,国际地位也显著提高。俄罗斯经济总量先后超过法国、巴西和意大利,跃居世界第七位。

正因为如此,虽然西方人把普京视为一个打压不同声音、与西方对着干的“暴君”,而在俄罗斯国内,普京却获得了极高的支持率。

普京的铁腕治国,给俄罗斯人民带来了希望和信心,使国家走上大国复兴之路。

铁腕能治乱,一个国家是如此,一个企业也是如此。特别是创业时期或面临困难时期的企业,往往需要企业领导者的铁腕管理,以此凝聚人心或扭转管理上的积弊。铁腕管理能让企业焕发生机,让员工看到企业领导谋求企业发展的决心,调动企业员工向上的积极性。

国家“形象代言人”

普京不仅有一个出色政治家所具备的智慧和手腕,而且显示出超凡的个人魅力。

在俄罗斯广为传唱着“嫁人要嫁普京这样的人”这样一首流行歌曲。总统普京俨然成了姑娘们的大众情人,因为在俄罗斯女人眼里,普京是最有智慧、最有力量、最正义、最性感的男人,在普京身上有着男人的雄

性、帝王的霸气。

从传统的木制彩蛋和套娃上,到政府官员的办公室里,在俄罗斯,普京的头像几乎随处可见,有数不清的“普京迷”,普京成为年轻人心中偶像。

特别是普京穿着战斗裤袒露强壮的胸肌,和柔道高手过招,骑马打猎、开战斗机、驾驶核潜艇……当一个个画面出现在公众视线中,一个硬汉与猛男形象在人们的眼前显现。

普京在向世人展现健康、强壮、容光焕发、阳刚之气十足个人形象的同时,也被视为俄罗斯重振大国、强国形象的一个符号。

“硬汉”普京无疑成为俄罗斯的“形象代言人”。

一项民意调查结果显示,在俄罗斯过去100年的历任国家领导人中,普京在个人魅力、受尊敬程度和容易亲近程度3项中的总分为76分,成为最受俄罗斯人欢迎的总统。几年来,普京的支持率一直在70%左右,这在俄罗斯历史上是绝无仅有的。显然,转型期的俄罗斯需要普京这样一位充满个人魅力的强人。

有分析家指出,普京强硬、果断、干练的执政风格和个人气质,不仅符合俄罗斯在历经长期的动荡后,急需强人物挽救危局的客观需要,也符合俄罗斯民族传统中期盼“强国治国”的历史文化传统与社会心理。

赫鲁晓夫的孙女尼基塔说:“在大众眼里,普京跟斯大林很像,都才华出众,从外语、政治到体育,无所不能。当然,斯大林为了打造一个伟大领袖的形象,有时候会被刻意抬高,普京不一样,人们似乎真的相信他的亲民是发自内心的,他的个人才华也是真实的。”

延伸到企业家也是如此。一个企业领导者的人格魅力对企业形象塑造具有重要作用,企业领导者人格魅力造就了企业形象。一个有魅力的企业家形象,不仅能提升企业的知名度和美誉度。而且,企业家的魅力往往能对部下形成感染力,像吸铁石一般地吸引广大员工,形成巨大的凝聚力,激励大家团结一致、迎着困难走下去。尤其在创业阶段,企业的成功与否就决定于是否能坚持那么一点。

企业发展的另一种动力

■胡耿民

企业思想政治工作是企业改革和发展的生命线,是搞好企业治理的有机组成部分,为企业生产经营活动提供精神动力和思想保证。西电集团作为中央企业,在50年的发展过程中,形成了思政工作良好的传统,成为企业发展的另一种动力。

在新形势下,做好企业思政工作,以增强企业的凝聚力和向心力,促进企业按照市场经济规则健康运作和发展就显得更为重要。

找出“盲点”和“空白点”

思想观念作为一种精神力量,既能规范企业行为,推动企业进步,又能促使企业开拓创新,构建社会效益和经济效益的双赢平台。

随着企业改革的不断深化,职工的思想观念、价值取向发生了新的变化,呈现多元化发展趋势,物质和精神文化需求日益增长且复杂多样,统一员工思想的难度比以往任何时候都大了。

一些长期积累下来的深层次矛盾和问题显露出来,职工中产生一些思想困惑和心理压力。

特别是青年职工由于文化层次高,知识面广,思想活跃,再加上现代媒体的日益繁荣,与外界的联系、交往日益频繁,各种思想、观念对职工的影响不断增强,使思政工作出现了“盲点”和“空白点”。

与此同时,个别企业基层管理粗放,在奖金分配等方面不能很好地执行厂务公开的有关规定以及日常工作、生活中的不正之风、个别党内腐败现象等造成部分人的期望值与现实生活较大落差,心理失衡,影响职工队伍稳定。个别干部认为经济杠杆胜过千言万语的说教,忽视思政工作精神层面的疏导,给思政工作带来极为不利的负面影响。

实际上,思政工作作为一门学科,由于主客观条件的限制,其自身的发展落后于其他学科,同时也落后于当前人们思想的变化。有的企业做思政工作时采用的大部分还是计划经济体制下形成的一些工作经验、方法和手段,与目前的新形势已不适应。有的企业还存在“一手硬、一手软”的现象,思政工作说起来重要,干起来次要,忙起来不要的问题不同程度地存在,使思政工作没有很好地落实到基层和职工个人。

社会上有一句顺口溜——“十年政工一场空,十年技工混高工”,尽管说法片面,但反映了人们对思政工作的不重视。许多优秀干部不愿干政工,有的政工干部想方设法转行。思政工作的吸引力在减弱,影响队伍建设。

抓住三个重点

面对出现的新情况、新问题,思政工作需要理论和实践上的创新,需要引起足够的重视,更需要有健全的队伍和措施得力工作机制。

一是建立完善思政工作的管理和运行机制,有效发挥思政工作的作用。按照精细化管理的要求,进一步建立健全思政工作制度,即职工思想动态分析制度、情况报告制度、效果反馈制度、逐级谈话制度和重点帮教制度等,同时,创新思政工作的方式方法,推广思政工作先进经验。

二是紧紧围绕企业改革发展的重点,强化教育引导,增强工作主动性和创造性。重点抓好以下三个方面:

通过形势任务教育,教育引导职工进一步认清企业发展的形势和面临的困难,明确工作任务和奋斗目标,树立做强做大企业的信心,增强居安思危的紧迫感,使职工以更加饱满的热情和旺盛的斗志投入到工作中。

通过加强职工思想道德教育,不断增强职工自律意识、法制意识、道德意识和大局意识,引导职工事事处处文明礼貌,诚实守信,爱护公物,遵纪守法,助人为乐。

通过加强职工的岗位技能培训教育,大力提高职工的岗位技术素质。要坚持两条腿走路的方针,将搞好岗前培训和导师带徒活动相结合。对企业的生产工作骨干,要逐一落实,进行培训。

三是积极探索思政工作的新途径、新方法,真正把思政工作落到实处。

落实五个结合

思政工作要真正融入并根植于企业中心工作,更好地为生产经营大局服务,就要坚持与时俱进,不断创新发展,根据不同时期的目标任务,确定思政工作的重点,充分发挥思政工作的理顺思想、化解矛盾、稳定队伍的作用。为此,关键是要抓好以下五个结合:

一要与情感管理结合。各级党工团组织一定要深入做工作,要尊重职工的主人翁地位,体谅职工的实际困难,满腔热情地进行教育和帮助。要注重实际,从关心职工疾苦,解决职工实际问题入手,因势利导,循循善诱,以情感人,凝聚力量,因人而异,对症下药,切实把工作做深、做细、做实,抓紧抓好,抓出成效。

二要与企业文化建设结合。企业文化建设是思政工作的有机载体,要在职工中大力弘扬“创新图强、至精至诚、和谐共赢”的企业精神。同时,要立足集团实际和特点,深入挖掘企业精神的深刻内涵,根据集团不同阶段的发展目标和中心工作,不断丰富企业精神的内涵,及时提炼和提出一些符合企业实际、又朗朗上口、入心入脑的企业文化口号,形成人人自觉遵守、自愿践行的共同价值取向、愿景目标、行为准则。

三要与活跃职工的业余文化生活结合。要加大职工之家建设的力度,充分发挥职工之家活动阵地的作用;要紧扣时代主题,结合企业实际,多组织开展一些寓教于乐、形式多样、贴近职工生活的文体娱乐活动,忙时少搞,闲时多搞,尽可能多地吸收一线职工参与,以丰富和活跃职工业余文化生活,增强企业凝聚力和向心力。

四要与转变领导干部的工作作风结合。企业行政领导干部要努力增强责任意识,要建立思政工作的“一岗双责”制度和党政工团全员抓思政工作的大政工格局。各级领导干部要切实增强全局意识和责任意识,多深入一线,加强调查研究,听实话,摸实情,出实招,办实事。要利用各种渠道和职工多沟通、多交流。同时,要抓好党风廉政建设,加强党纪政纪教育,不断增强党员干部的政治免疫力。要认真落实党风廉政建设各项制度,健全和完善监督约束机制。要将廉政建设与厂务公开相结合,进一步完善公开制度,充实公开内容,规范公开程序,推进厂务公开工作的扎实进行。

五要与“评先树优”相结合。要用身边的事教育身边的人,对劳动模范、标兵、优秀班组长等各类先进,要大力宣传表彰,以先进带后进,积极营造爱岗敬业、争创一流的良好氛围,使广大职工学有方向,赶有目标,积极营造“你追我赶,人人争先”的良好氛围。积极开展创建“五好党支部”、“先锋示范岗”和争创“四优共产党员”活动,充分发挥党组织的战斗堡垒作用和共产党员的先锋模范作用。



王利博制图

逼奶农“砍牛”:是奶品产业链中的三聚氰胺

■丁是钉

鲜奶价格不抵矿泉水,正是这种价格和成本的背离,让黑龙江双鸭山的奶农产生了“砍牛”(杀牛或卖牛)的想法。而导致这一问题的原因是完达山压低奶价、拖欠奶资。

完达山当然也有自己的苦衷,由于中国奶粉行业在时过4年之后依然没能摆脱三聚氰胺事件的阴影,消费能力稍高一点的消费者都抱着“宁买贵,不买毒”的态度“坚决”地选择洋奶粉,让国产奶粉品牌都挤在低端市场上相互搏杀,导致国产奶粉终端价格卖不上去,企业利润微薄,面临极大的生存压力。

有困难就向上游要利润空间,这是中国企业的一贯做法,家电行业、汽车行业无不如此。和其他行业相比,奶制品的上游是一个单打独斗的奶农。面对强势的下游企业,这些势力单薄的散户和产业集中度高的企业相比,显然是更加缺乏抗衡的力量和信心,导致产品定价权落到下游企业手中。

表面上看,奶粉企业的困难可以转嫁给一个个散户奶农,奶粉企业可以通过“欺负”上游,获得相应利润和生存空间。但问题并非如此简单,因为奶粉企业和奶农之间客观上是一个共生体,一荣俱荣,一损俱损。

事实上,当奶农靠正常经营变得

无利可图的时候,其要么选择用脚投票导致“砍牛”现象的出现,要么会选择掺杂使假通过降低品质来换取利润,极端的情况便是三聚氰胺问题的发生。

奶农用脚投票会导致产业链从源头上断裂,给产业所带来的损害显然不是短时间内可以修复的;而降低原奶品质必然会导致终端产品品质的降低,对国产奶粉的声誉构成更深程度的损害,使国产奶粉在与国外品牌竞争中处于更加不利的弱势地位。

如果说4年前的三聚氰胺事件给国内奶粉行业造成了沉重的打击,那么,压低鲜奶价格,“欺负”奶农的问题,就像是中国的奶品产业链中的三聚氰胺,会对整个奶品产业链形成致命的危害。对于奶粉生产企业而言,尽管可以通过压低奶价缓解一时的困难,但从长远来看,则无异于饮鸩止渴。

当前的市场现实已经明确显示,消费对于奶粉(特别是婴幼儿奶粉)品质的敏感,已经远远超过对于价格的敏感。自三聚氰胺事件以来,洋品牌奶粉已经连续4次大幅度提价,并且还有许多消费者不惜费时费力去香港等地购买洋奶粉的现实,已经充分证明了这一点。因此,对于国产奶粉企业而言,当务之急不是去靠一味地压低价格,在低端市场上拼杀,而是要通过提高品质提升国产品

牌的形象,到高端市场上和洋品牌奶粉争地位抢市场。

客观上讲,完达山奶粉具备这样的基础。首先,完达山是在2008年三聚氰胺事件中能够独善其身的奶粉品牌,并且整个黑龙江奶粉产业没有一家企业卷入当年的三聚氰胺事件,这完全是完达山以及黑龙江奶粉企业值得骄傲和宣扬的优势。没能把这一事实及时有效地进行传播,对于完达山和黑龙江奶粉企业可以说是痛失良机。其次,近几年中,几大洋品牌奶粉都被曝光有这样那样的质量问题,而完达山品牌并没有出现有关质量问题的负面报道。从这一点上说,完达山完全有资本在市场上和洋品牌奶粉一争高下。

说到底,完达山奶粉不去与洋品牌争市场,而是一味挤压奶农的利益,这是一种典型的欺软怕硬的行为。问题是,我们的企业已经习惯于去“欺负”弱势伙伴,而对于强势的洋品牌则应对无措。这是包括完达山在内的国内品牌必须改变的问题。

从本质上讲,只有一个产业链上所有的环节都能有合适的利润空间,这个产业才会健康持久地发展下去。在当前国产奶粉生存困难的情况下,整个产业链条如何协调一致,形成一个紧密的利益共同体,共渡难关,这是当务之急。靠挤压奶农维持一时的利益,无异于自伤筋骨。