高职校园文化如何与石油企业文化对接和融通

□ 房国晨

高职教育是以就业为导向的教育，其目标就是培养企业一线需要的优秀高端技能型专门人才。石油高职院校依托石油行业企业办学，必须紧扣石油企业人才规格进行系统培养。实现石油高职校园文化与石油企业文化的对接与融通，打造富有石油特色的校园文化，有助于突出办学特色，提升核心竞争力，直接为石油行业企业培养面向一线的高素质技能型应用型人才。而要实现石油校企文化的有效对接与深度融通，必须立足于“三全”，即全程、全面和全员。

一、在人才培养中融入石油企业文化，实现全程对接与融通

构建融入石油企业文化、覆盖全学程的人才培养系统，形成支撑人才培养的长效机制。以大庆精神和铁人精神为内核的石油企业文化有着丰富的内涵，对石油高职院校校园文化建设有着极大的引领作用。以人才培养方案为载体，以教学环节为依托，融入石油企业文化，实现校企文化在人才培养的全过程的对接与融通。通过开设《石油企业文化》课程等形式，有意识地将石油企业的企业精神、经营理念、价值观念等，渗透到教学内容和就业与创业的指导中，将石油企业真实职业岗位的知识能力和素质要求融入课程标准和教学内容，多采用案例教学、仿真训练、现场教学等方法和手段，创造真实的工作环境，让学生“在工作中学习，在学习中工作”，不断感受、熟悉和认同石油企业文化。将“三老四严”、“四个一样”“五项要求”和“岗位责任制”等富有石油企业特色的管理方法引入教学管理和学生管理，模仿石油企业对员工的管理手段，引入石油企业人力资源管理措施，按照石油企业团队管理方法加强班级管理，按照项目管理方式举办活动，按照物业管理方式进行宿舍管理等等，以社会化、企业化、开放性的方式引入企业文化，使学生在学习、生活中得到石油企业文化的潜移默化的影响。校企全方位、多层次的合作，实现“五进五共”，即企业设备进学校，共建基地；企业人员进学校，共组团队；企业标准进学校，共建课程；企业管理进学校，共管教学；企业文化进学校，共育人才，从而形成校企合作共赢的长效机制。

二、在校园文化各层面融入石油企业文化，实现全面对接与融通

以精神层面的融合为核心，以制度层面的融合为保障，以物质层面的融合为基础，以在活动层面的融合为延伸将石油企业文化与高职校园文化全面对接。通过成立石油企业文化研究会、开设“企业文化”专栏等举措，加强对企业文化的研究和宣传教育，促进师生对企业文化的认同感；在校园精神文化培育、提炼和形成过程中，充分吸纳石油企业的价值观、企业精神、战略目标、经营理念等精神文化，把石油企业所崇尚的“爱国、创业、求实、奉献”的企业精神渗透到学校的校训、校风、学风、教风等核心理念中去，使学校精神与企业精神有机结合，从而实现石油校企文化在精神层面的对接。全面引入石油企业内控体系和管理机制，转变办学观念，实现制度创新，建立健全学校的经营管理制度、用人机制、财务管理、后勤服务和学生管理制度等，提升学校的服务意识与竞争实力，从而实现石油校企文化在制度层面的对接。校企深度合作，共建共享理论与实践一体化、实训与生产一体化、教学与技术研发一体化、培训与技能鉴定一体化的校内实训基地，并大力建设校外实训基地；注重校园职业人文氛围的营造，建设铁人长廊，以石油企业员工工作服为校服等，形成学生对职业的认同感，从而实现石油校文化在物质层面的对接。突显其“职业技术”特点，采取“走出去”和“请进来”相结合，校内和校外相结合的方式，开展科技竞赛、学术讲座等课外活动，让学生更多地学习石油企业的价值观念和经营理念，开展石油企业文化展示，邀请石油企业管理人员和员工到学校座谈交流等活动，搭建石油企业员工与学校师生互动交流的平台，促进学校活动文化与企业活动文化的有效融通，从而实现校企文化在活动层面的对接。

三、在队伍建设中融入石油企业文化，实现全员对接与融通

在石油高职院校和企业中，师生和员工是校园文化和企业文化的建设者，同样也是校园文化和企业文化的主体，校企文化融合必须调动所有人的力量，做到全员参与，共同建设拥有石油院校和企业特质的教师队伍、学生队伍和员工队伍。打造一支“四双”（双带头人、双骨干教师、双师结构和双向任职）结构的教学团队。学校建立教师定期轮训制度，定期选派教职员工到石油企业挂职锻炼，顶岗实践，在提高实践教学能力，提升“双师素质”的同时切身感受石油企业文化；组织学生定期到优秀石油企业开展“顶岗实习”、“就业见习”和社会实践等活动，让学生走出校门在真正的工作岗位上体验企业管理制度和员工的精神面貌；邀请石油企业管理精英、技术精英、营销精英等走进校园，为学校专业设置、人才培养、文化建设出谋划策；引进石油企业“能工巧匠”作为学校兼职教师，担任专业课教师，担任校内实训基地和校外学生顶岗实习的技能指导老师；邀请在石油企业就业的优秀毕业生回校，以座谈会、主题讲座等形式，向在校学生分享就业的感受，使学生明确努力方向和职业信心。

（作者单位：大庆职业学院）

浅谈在新的经济形势下对企业管理与企业文化的思考

□ 许霞

在经济日益全球一体化，文化交流越来越国家化以及知识经济作用凸显的年代， 企业的外部环境日趋开放，面临国际市场挑战更加激烈。因此本文以企业文化与企业管理在企业经营中最为重要因素对企业发展、升级中的重要性及相互间的影响进行系统性的分析与研究。以探讨如何把握企业管理发展趋势，把国外新的管理思想、管理文化与我国企业实际情况结合起来，积极探索建立符合我国国情的企业管理模式，缩小与国外的差距，增强企业的国际竞争力。

一、企业管理在企业运营中的作用及新的形势下企业管理面临的挑战

1.1 企业管理在企业运营中的作用

企业管理涵盖对企业的一切管理行为，包括对财务的管理，对生产活动的管理，对投资的管理，对营销的管理，对危机的管理等等。可以这样认为“企业管理”是一个企业生命体的骨架，这个骨架结构支撑着企业中的每个细胞的新陈代谢的同时也需要自身不断的新陈代谢。从整体上分析 企业管理包括四种职能：计划、组织、领导和控制，也可以这样认为广义上的企业管理就是这么一个为了企业能顺畅并成功经营而进行的计划、决策、组织、领导、控制、协调等一系列活动的总称。

1.2 我国企业管理的现状

改革开放的几十年里，我国经济模式发生了复杂的变化，由传统的国有化经济模式发展成为多种经济体相结合的经济模式体。在这种经济背景下，我国企业管理模式也随之发生着变化。为适应我国经济快速发展的性质，牵动着我国企业管理也随着经济形势完善和创新。近几年随着中国加入WTO，以及经济全球化的深入发展，中国企业将有更多的机会走出国门，进入国际市场。此时，企业的生产管理活动范围将由国内拓展到全球，不能仅靠利用国内资源来谋求发展，而是必须广泛地利用世界各国的资金、技术、劳动力等生产要素发展自己，以求实现资源的最佳配置； 同时，其生产协作关系也不再局限于国内，而是要在全球范围内寻求合作伙伴；而且，企业的发展也不仅仅受国内经济形势、资源环境等因素的影响，同时也要受到国际经济形势、资源、环境等因素的制约。随着我国经济发展日趋规模化、智能化。这使得我国企业管理由制度化和程式化转向了模块化。简明、精确、快速的模块化电子管理程序使得传统的职能计划和信息处理变得异常简单。

1.3 在新的形势下如何建立企业管理系统

经济全球化背景下，战略联盟已成为西方企业间合作竞争的新形式。在知识经济和网络经济下，企业间的合作已经成为当代经济体中最为重要的因素，任何一个企业都不可能在所有的技术上享有优势，网络化又使知识之获取如此便捷低廉，企业间的合作对双方有利。西方企业推出的“战略联盟”，就是这一趋势的具体体现。所谓战略联盟，是指两个或两个以上经济实体为特定的战略目标而采取的以任何股权和非股权形式共担风险、共享利益的联合行动。重新设计企业内部组织和企业之间的界面关系，充分关注企业的顾客资本以及客户关系管理，这些课题都对企业管理提出了新的挑战。在我国经济运行中，越来越的企业管理者将会不断加强企业间的联合和合作，并将这种“战略联盟”的经济营销模式中将是企业应对经融危机和金融风暴等风险最重要的手段，这种联合经济体需要完备的经济管理体系的支撑。在当今经济模式下的企业管理体系是开放的、 数字化的和网络化的，此外也是多个企业共同建立与维护的共同体。此外在当今经济模式下的企业管理体系是企业生存的灵魂，是企业立于不败之地的必经之路。因此为我国企业在国际竞争中处在优势地位，我国企业在进行技术革新、科技创新的同时更要加强企业管理体系的建立和维护。

二、企业文化在企业管理中的作用及新形势下企业文化在企业管理中的地位

全球经济一体化对我国企业管理的发展提供了机遇，同时也面临着种种挑战和困难。企业要想发展壮大，增强国际竞争力，就必须在经营管理上下大工夫，学习先进的管理技术和体制，根据自身制定合理的管理体系，逐步缩小与西方发达国家的差距，在国际竞争中获得成功。

企业文化是企业精神文化、企业制度文化、企业行为文化、企业物质文化等贯穿于企业经营管理的全过程中，它不是虚无形态独立存在的，而是可以渗透在企业的运行过程、经营过程、管理过程以至产生物成果的过程当中。其中制度文化与企业的主体经营理念关系非常密切，在企业管理过程中必须紧紧抓住企业文化与企业管理紧密结合这个重点。只有实现文化与管理的紧密结合，企业文化导入建设才能走出只做表面文章、空提概念口号、满足表层“效果”的误区，而扎根于企业管理的沃土之中，突显其生命力。一个成功的企业，必然有一套的完善的管理体制、科学的管理制度、先进的管理理企业管理与文化导入念。如果说，企业的体制、制度是企业经营管理的主体手段，有着非常重要的作用，处在非常重要的位置，那么，提炼先进的管理理念，培育良好的管理行为，就成为了企业文化导入建设的重要任务。这就决定了企业文化导入必须与企业管理“结缘”，才能使企业实现持续发展。

对于中国而言，很多企业以企业文化为主、企业管理为辅的配合也是成立的。在企业管理中以企业文化教化和感染员工及客户，使社会认同这个企业文化的同时认同企业。这种经营理念是中国500文化古国特有的经营理念和企业文化。企业管理的运行是以企业的一系列制度、规则、章程的有效执行来维持的，具有显性、刚性的形态特点，而企业文化导入是企业倡导的“道德规范”，企业文化导入的确立是以企业的价值观、经营理念的培养和有效践行来实现的，具有隐性、柔性的形态特点。企业文化是企业长期以来一直信奉及遵守的经营观念或价值观体系，这种价值观体系可以具体从企业的产品、服务、员工的行为以及管理规范当中体现出来。在新的经济形式下我国企业对内及对外的经济活动中更应该坚持和宣传自身的企业文化，因为这种企业文化是经过时间和岁月沉淀出的一个企业的精华。是一个企业能够在国民及国际立足的根本。

通常企业文化决定着企业管理的特色和效率，决定了企业将会以怎样的方式进行内部和外部的行为一旦企业文化形成（而企业领导者通常会以自身价值观构建企业文化），人们便会不自觉地、无意识地依照企业文化选择自己的行为。企业文化被蕴含在企业的整个管理程当中。这个过程，是没有办法通过先构建管理模式与系统后建立企业文化这样一个顺序达成的。换句话说，当管理者试图去创造构建企业文化的时候，是依照他们心中的价值取向、他们的文化倾向为核心，配以各种规章制度、管理行为作为骨架，紧紧地将核心包在其中。这种情况，正如有些学者所说，企业文化是企业管理的灵魂。

制度和管理是有形的，文化是无形的。制度是基础是硬件，文化是动力是软件，管理是桥梁，制度和文化透过管理发挥作用。制度是企业管理的低层次，制度化的管理绝不是好的管理；管理的中级形式是管理人员所实施的管理；文化是企业管理的高级形式，因为企业文化靠管理者发起，是管理者的责任。因此，管理靠企业文化来维系。企业要做到让员工有归属感、成长感、成就感，这样才能发挥员工的最大价值，使员工产生最终的使命感。

（作者单位：西山煤电集团公司）

石油企业质量安全成本管理

□ 刘永康

质量成本和安全成本对于企业的经济效益都有着重要的影响。在石油企业生产活动中，产品质量既不是越高越好，也不是越低越好，安全成本也是这样，一般地，在市场经济条件下，很多石油企业往往会不惜成本的去追求最大的安全性，但是事实上，过高的安全成本却造成了生产成本的增加。因此，通过一定的质量安全成本管理，使得企业在保证产品质量的情况下将成本降至最低，并且通过合理的安全投资导向形成最优的安全成本，对于提高企业的经济效益和企业的竞争力有着重要的意义。

一、质量成本和安全成本

企业的质量成本应当是企业为了保证和提高企业的产品或者服务的质量而支出的一切费用，以及因未达到质量标准而而不能满足用户和消费者需求而造成的一切损失。质量成本由以下四个部分构成：

（一）质量预防成本，具体的又包括产品及其它各种策划费用、产品的审计和验证费用、质量审核费用、配用费用以及质量改进费用。

（二）鉴定成本，即为了评估产品是否满足质量要求所产生各种费用，包括检验费用、设备检测费用等等。

（三）内部损失成本，即产品在出厂之前由于不满足质量要求而产生的费用，如废品损失、返工损失、停工损失等等。

（四）外部损失费用，即产品出场之后由于质量不满足要求而导致的修理、索赔以及信誉损失等费用。

安全成本即产品从设计生产到销售全过程中与企业的安全目标产生关联的所有费用的综合，也即企业为了保障安全生产而支付的一切费用以及有安全问题而产生的一切损失，主要包括企业为了保证人和物的安全在器具、设备以及教育培训等方面投入的资金和管理等等。

二、石油企业质量成本控制

（一）做好成本预测和成本计划

成本预测即通过经验判断或者数学分析等方法来分析出接近于最佳成本的数据，并且在此基础制定出一定时期为了保证工程质量标准而必须支付的质量成本和成本管理目标。在一次油气开采大会战中，某公司分析了作业地点水网密集和土质泥泞的特点，分析出如果多打一口井则会影响工作效率而且会增加综合成本，通过一定的质量成本分析，他们提出如果遇到井组井场要求钻前施工时对井场地面加固，泥浆池扩边加深，并加挖备用池保证施工需要。这样在这次会战中便降低了质量成本，这便是通过质量成本分析降低质量成本一个很好的例子。

（二）完善成本核算和成本质量报告

质量成本核算在质量成本控制中有着重要的地位，在质量成本核算过程中，必须根据企业的实际，并且结合质量管理和会计管理的要求进行。质量成本核算的组织形式对于油田这样的大型企业宜采用三级核算形式，即勘探局—厂、处—基层队、站分级核算，基层队、站设置专兼职核算员，负责管辖范围内的质量成本核算，再上报给厂、处汇总核算，形成一个完整的核算体系。

（三）严格质量成本分析和质量考核

质量成本分析就是通过对质量成本报告中的数据进行比较，了解成本发展变化的趋势，总结经验并据此提出改进措施。在当前石油行业竞争激烈的情况下，有效地质量成本分析对于提高企业的竞争力有着重要的作用。质量成本考核在成本管理中有着重要的作用。笔者认为，应当将质量成本管理任务和员工的工作绩效结合起来。通过一定的经济惩罚办法来强化管理，奖惩罚懒，确保质量成本管理制度的落实。

三、石油企业安全成本控制

石油行业的安全成本即在石油从勘探到销售全过程中，企业为了减轻井喷、爆炸以及有毒气体泄露等事故造成的损失，以及保障企业的人和物的安全和健康而支付的成本总和。但是，在石油行业进行成本核算时，实际上很少提出安全成本的概念。因此首先应当加强对石油企业的安全成本的研究和分析，提高安全成本管理控制意识。其次，应当做好石油行业的成本规划，对于保证安全成本，即为了为了实现企业的安全目标而支付的成本，应当充分利用其可控性，制定最低限度和最高限度。最低限度即国家安全施工规定的成本，最高成本即企业总成本所能承受的成本。对于保险成本、损失形成本等等不可控的事故成本，应当通过减少事故发生的可能而降低这类成本。最后，在成本管理过程中，应当根据企业的特点，制定合理的安全成本管理目标，以将安全成本管理降至最低。

（作者单位：新疆油田公司试油公司）

再论提升正能量应采取的步骤

□ 刘忠

做好先进典型的发掘、培养和宣传，充分发挥不同时期先进典型在加强队伍建设，促进管理的示范、引领、带动作用，是大庆油田开发建设的成功经验和宝贵财富。多年来，大庆油田矿区服务系统先后涌现出徐洪霞、霍庆海、阳光家园客服中心等一大批先进典型，在油田内外具有较高知名度，从而也形成了矿区服务系统比、学、赶、帮、超的热潮，职工工作热情高涨，提升典型影响力对于我们企业而言，不但要结合行业特点，而且要不断转换新的视角，探索提升典型影响力的措施及方法，让传统的典型发挥出新的生命力，产生更大的影响力，进一步探索先进典型选树、培养的途径和方法，更好地适应不断发展变化的新形势新任务，特别是基层建设提升的需要，是企业发展面临的一项重要课题。由此我做了一些初步的探索与思考。

一、典型的发掘及事迹凝练

典型选树要具有时代性、先导性、针对性等特质，这是典型作用所决定的。在典型选树过程中，选树的典型事迹是否突出、感人，能否得到认可和推广，这是衡量典型选树的标尺。

典型的发掘要彰显时代特点。典型要体现时代精神，展示时代的风貌。一个好典型能够营造一个好氛围，带出一支好队伍，创出一个个好成绩。发掘典型时，要准确把握典型的时代性。从大庆油田会战至今，先后涌现出了一批又一批先进典型。当年大庆油田一次创业时期选树了王、马、段、薛、朱等五面红旗先进典型，带领石油工人为石油大会战做出了卓越的贡献。如今在油田二次创业中又涌现出新时期五大标兵、十面红旗先进典型，为大庆搞好二次创业发挥了示范作用。在新时期五大标兵中有我们矿区事业部环卫战线上的典型徐洪霞，她的先进事迹令人感动，她的敬业精神使人折服。

典型的发掘要具有敏锐视角。发掘典型要及时捕捉信息，从平凡中见精神。具体到工作当中，就是要在平凡的岗位上善于发现挖掘不同凡响的人和事。从实践角度看，信息积累和调查研究是发掘典型的有效手段。当今社会是信息时代，做好信息的积累，对比分析，深入研究，就能从小事中见精神，从中发现典型。发掘典型还要有扎实的工作作风，身子要沉到群众当中，用宽阔的视野，审视员工的工作状态，基层队伍的精神面貌，注意把握点滴小事或细节，用“放大镜”去溯源，用“显微镜”去寻根，从中发现典型。

典型的发掘要体现真实可信。总结典型事迹要鲜活，性格要饱满，事例要突出。事迹要鲜活，就是在挖掘提炼典型时，要悉心捕捉典型丰富而真实的情感，体悟他们深沉的内心，充分展现典型的精神，做到心中涌动激情，笔端饱含深情，提升典型的感染力。性格要饱满。就是要深入研究典型的成长历程，按照典型的本来面目塑造典型形象，从具体环境条件中把握典型事迹，以平实语言阐释深刻道理，用平凡小事展现崇高精神，做到个性鲜明，事迹合情合理，评价适度适当。事例要突出，就是要挖掘典型的特殊性，不能千人一面，更不能牵强附会，要把能够展现典型思想内涵和时代主题的事迹总结出来。学习宣传先进典型的目的就是为了推广典型，扩大影响，激励员工提升素质，增强企业活力。推广好典型其实就是如何开展好向先进典型学习的实践活动，使“明星”效应成为群体效应，使典型的模范事迹变成职工群众学习的楷模和自觉行动。

二、典型的培养及成长环境

任何典型都有一个不断成长、成熟的过程。典型既然来自平凡的岗位，在具备不同特质的同时，也自然存在一些弱点、缺陷或不足。对待典型不能求全责备，需要通过不断探索、完善管理机制，切实做好对典型的培养、塑造，使之更加成熟完美。

典型的培养要有好机制。一个树得住、叫得响、过得硬的先进典型，除自身必须具备良好的素质外，需要组织的关心培养，需要建立和完善相应的机制作保障。要建立定期分析制度。由专人定期分析典型的思想状态，看其思想是否始终体现时代性，确保典型思想的高境界；确立专人定期分析典型的工作状态，看其工作是否始终走在员工队伍的最前列，确保典型工作的高标准。要建立典型培养责任制。组织部门要负责设计典型的发展方向，对典型要交任务、压担子，让典型知道现在应该干什么，下一步应当怎么干，应该实现什么样的目标；宣传部门要负责典型素材的搜集整理，建立典型资源库，并做好长期宣传和教育工作，永葆典型本色；学习先进典型营造氛围，运用先进典型激励队伍是企业思想政治工作的有效载体，也是弘扬正气、激励队伍士气的有力措施，选树典型的目的是让更多的人学习和借鉴，向先进看齐，鼓舞斗志，促进工作任务的顺利完成。

典型的成长要有好环境。分析研究典型成长规律，营造适合典型成长的环境，是培养典型工作不容忽视的重要环节。金无足赤，人无完人。无论典型的思想多么先进，业绩多么突出，自身都会存在不同程度的缺点与不足。这就需要有针对性地做好帮助指导工作，引导典型在荣誉面前主动找差距、定目标、求发展。要教育引导典型破除自我感觉良好的心态，认真对照先进典型查找自身的不足，自觉加压，迎头赶上。要营造正视典型的成长环境。在人们的心目中，对典型总是抱有一种理想化、完美化的倾向，认为典型就要“十全十美”。这种完美化、理想化的认识限制了典型的发展，影响了典型的成长。要关心爱护典型，切实为他们解决后顾之忧，当典型工作受阻时，要及时帮助他们化解压力，让其能够全身心地投入工作，积极营造既有利于典型健康成长，又有利于形成崇尚先进、学习先进、争当先进的良好氛围。

典型的锤炼要有好氛围。先进典型是历史的产物，是时代的需要。在典型培养中，我们要辩证认识新典型与老典型的关系。新典型要在继承中发展，发展中提高。老典型要正视现实存在的差距，不断的加以改进和提高。要加强对老典型的重新塑造，根据时代和工作需求，制定切合实际的工作目标，让老典型有新发展，看到新希望。要善于发现新亮点。加强对老典型的跟踪教育管理，善于发现他们与时俱进的新闪光点，引导他们正确对待成绩和荣誉，在工作中不断取得新成绩、做出新贡献、发挥新作用。

三、典型的宣传及作用发挥

一个典型就是一面旗帜。在宣传典型过程中，要注意宣传的辐射性、引领性和实效性，注重典型的推广和应用，收到“点亮一盏灯，照亮一大片”的效果。

典型的宣传要突出辐射性。典型宣传，要营造声势，增强典型的影响力，发挥带动作用。要扩大内部影响，做到墙内开花墙内香。通过板报、电子屏幕、宣传栏、事迹报告会、座谈会等多种形式，广造声势，让典型取得内部员工的肯定，乐于学习。要扩大外部影响，做到墙内开花墙外红。广泛运用报纸、电视、网络等宣传媒体，通过消息、通讯、特写、图片、系列报道、电视专题片等不同的宣传方式，进行全方位报道，形成立体宣传强势，在外部扩大影响，让典型博得外部员工的认可，乐于学习。同时，在典型宣传过程中，还要有目的地引导典型身边的广大干部员工自觉学习先进事迹，充分发挥典型对身边人的带动示范作用，不断扩大先进典型的感召力。

典型的宣传要突出引领性。典型宣传，可根据不同时期的工作重点和需求，有针对性地选择方式方法。针对不同典型选择不同的宣传方式。典型来源于基层，存在着多样性和层次性。这就要求我们在典型宣传时，要针对典型的不同特点，确定宣传方式。学习宣传先进典型的目的就是为了推广典型，扩大影响，激励员工提升素质，增强企业活力。推广好典型其实就是如何开展好向先进典型学习的实践活动，使“明星”效应成为群体效应，使典型的模范事迹变成职工群众学习的楷模和自觉行动。学习推广典型，既要轰轰烈烈又要扎扎实实，既要营造氛围又要注重实效，不能搞短期行为和形式主义。要坚持把向先进典型学习的活动作为加强职工思想道德建设的有效载体常抓不懈，贯穿于两个文明建设的全过程。

典型的宣传要突出实效性。培养选树典型，出发点和落脚点在于推广并见到实效。因此，我们在做好典型宣传的同时，还要推广应用好典型，切实发挥好典型的作用。要注重发挥好典型的标尺作用。推广好典型要紧密结合实际。先进典型都是从平凡的工作岗位上涌现出来的，是工作中的佼佼者，他们的经验对职工群众具有指导性和操作性。各单位要结合自身实际，选准先进典型，把先进典型作为标尺，对照标尺找差距，重新调整工作思路，确立工作目标。要发挥好典型的放大作用。在典型宣传过程中，要做好宣传活动的总结。通过有目的阶段推进，有意识阶段分析，在典型中挖掘典型，在典型中总结典型，在典型中看到典型，扩大延伸典型的作用，为促进矿区事业部发展作贡献。

（作者单位：大庆油田物业管理四公司）