

浅谈发展自律的企业安全文化

袁俊敏

(宁波开发投资集团有限公司, 浙江 宁波 315000)

摘要:多数企业安全文化的发展尚处于依赖严格监督的阶段,相应都有突出的共性问题表现,需要通过领导引领、正向激励、不断学习、各方协力、保障投入才能把安全理念更深层植入员工思想之中,让员工主动采取安全行动,实现企业安全文化从他律向自律的转变。

关键词:企业安全文化;问题;自律

中图分类号: U698

文献标识码: A

文章编号: 1006—7973 (2020) 06—0020—03

企业安全文化是企业开展风险控制,保障企业长期安全生产经营的重要基础,特别是以人为本,生命无价的观念深入人心以及全社会安全工作要求的迅速提升,使得企业安全文化愈加得到企业管理者和安全监管部门的重视。常言道,短期安全靠运气,中期安全靠管理,长期安全则要靠文化,非常通俗地揭示了企业的长期安全依赖于企业安全文化发挥彻底深层的功效。

企业安全文化是企业长期实践中逐步形成并确立下来,是全体职工认同的安全价值观念、安全行为准则、安全道德规范等的总和。事实上各企业自诞生都有一定各自的企业安全文化,只是各企业存在安全文化多寡和优劣的差别。按照杜邦公司的安全经验,企业安全文化发展阶段分为自然本能反应、依赖严格的监督、独立自主管理和团队互助管理四个阶段^[1]。第三和第四阶段企业的安全文化已得到充分的考验,在发展过程中经历了纠正、补充和完善,是真正意义上保障企业和员工长期安全的企业安全文化。

1 常见企业安全文化的问题

企业安全文化以人为主体,可以从该企业员工的言行上直接得到体现和反映。员工在涉及安全的行为过程中,可以分为“知”和“行”两个分过程。所谓“知”有两层内容:一是知道行动的安全风险在何处;二是知道妥善处理安全风险的方法;“行”则主要是指在“知”的基础上采取的行动。照此分析实际上常见的安全事故原因可归结为当事人的三种情况:一是不知风险,更不知如何应对,完全本能处理;二是知风险,但是不知如何应对,发生错误处理;三是知风险,也知如何应对,但是行动上却发生偏差甚至违背安全守则。

良好的企业安全文化实质上是在以安全为核心价值观的前提下,知悉风险,领会安全方案,并严格按照安全方案实施各项行为,保障自身、他人、设备和建筑等的安全。众多现实发生的事故教训却实实在在揭露出很多企业安全文化的突出问题。2019年,全国电力行业企业发生的38起事故中,25起是因为人的不安全行为造成的事故,占到事故总起数的66%,死亡人数占到总死亡人数的56%。2014—2018年我国建筑施工行业发生的3014起事故中,高处坠落为1558起,占

比52.2%。显然电力高风险并没有让所有员工产生完全的警惕。高处坠落的风险也未让所有员工坚决落实好高空作业的安全措施,不安全的行为仍在风险显而易见的情况下大量存在。

这些安全事故的统计数据真实地反映出企业员工即使在风险可知的情况下,也未能自觉按照安全规程操作,突出反映了多数企业的安全文化都还处在依赖严格的监督阶段,其他很多问题虽然未能直接通过事故数据体现,但是还是有许多显著表现:

1.1 企业的安全工作依赖外部监督

实质上政府安全管理机构、企业上级安全管理部门或者其他安全监督管理单位成为许多企业开展安全工作的主要驱动力,企业把应对各项安全检查作为安全工作的主要任务,监管部门需要不断开展企业安全生产的检查来督促企业落实安全工作,企业的安全文化消极被动且浮于表面。

1.2 企业领导和员工选择性采取安全防护

诸多企业员工因碍于安全处罚条款而执行安全措施,无监督的情况就无视安全规定违规操作;企业员工甚至管理人员安全观念不强,在安全与效率或效益产生矛盾时,侥幸思想上位,安全未成为员工和企业的首要法则,视安全为可选项或次选项。

1.3 企业安全工作没有形成全员参与

安全是集体和个人安全的统一,许多企业却把安全工作作为个别部门或部门的个人的事,工作依赖于安全管理部门和安全管理人,没有形成全员的参与,不能形成安全工作的集体联动。

企业的员工个体在实施各项行为时在时间和空间上必然存在自主空间的,无法形成全方位的有效监督,因而依赖于监督的企业安全文化无法消除安全的漏洞和死角,诸多的安全问题还需要自律的企业安全文化来化解。

2 推动企业安全文化发展向自律阶段发展的建议

国内企业安全文化的发展实现要从依赖监督的他律阶段向自我和团队管理的自律阶段的跨越,最为重要的是要让企业安全文化的安全价值观深入员工的内心,必须从“要我安全”转变为“我要安全”,要能够主动去进行风险识别和安全行

为的学习，并且将所知严格主动得应用到行动中，以求知行合一。

2.1 牢固确立企业领导对企业安全文化的引领，树立企业特色的安全文化

企业领导作为企业的精神领袖和领航者，企业文化必然体现企业领导队伍特别是主要领导的意志和特点^[2]。企业领导的强力引领，亲自组织和开展企业安全文化的创建，无疑是企业重视安全的体现，进而有助于在安全目标要求、行动计划、制度建设、软硬件保障、全员参与上得到切实贯彻和成果达成，必然使得安全工作成为企业上下人人关心的重大事项，推动企业安全文化在企业中扎根生长，根深叶茂。

企业领导对企业安全文化的引领要通过将安全理念、安全行为等贯穿到企业管理的全过程，直接参与安全管理和安全活动，在履行安全职责之外，积极通过企业管理中的各类合适场合和机会，尽可能向企业职工传达安全观念，特别是在安全文化方面带有企业领导鲜明特点的语言和行动，能够旗帜鲜明地向企业上下传达其特有的安全文化，催化企业安全文化的发展。例如在笔者所在集团，主要集团领导在党委会和总经理办公会等重要会议商定集团安全工作事项，落实安全工作安排。坚持落实对各基层企业的安全监察，在专项检查外，日常到各单位开展工作时不忘开展安全抽查，对各单位的工作要求中，始终将安全作为首要的要求，从而形成各级企业紧抓安全不松懈的局面。

2.2 强化安全培训，塑造不断进步和能力过硬的安全文化

安全文化是一种不断学习的文化，每一个岗位、每一台设备、每一把工具、每一套流程都有其背后的安全考虑，对应的是其背后的安全风险。目前多数企业不惜成本投资建设了符合规范的安全设施和软硬件环境，制定了安全制度和操作规程等，要充分发挥安全软硬件的功效就需要加强安全培训来增强员工风险识别和应对处理能力。

企业要紧抓新员工的岗前培训的契机，从初始阶段就确立安全的高要求和红线意识，通过系统的理论和操作练习，确保新员工熟悉安全风险，牢固掌握岗位必备的安全技能，实际操作中按规程执行，让企业安全文化课程成为新员工进入企业的入门课程，树立“安全”牢不可破的地位。

企业在做好新员工安全培训的同时，要不断加强老员工的继续安全教育，针对不同岗位员工开展更具时效性、适用性和实用性的安全培训，特别是利用现有新媒体平台和技术手段等，采用具备观摩价值的培训材料，使培训更加贴近实际更具实效。例如集团企业引入杜邦安全培训课程，不仅从安全理念上进行提升教育，还开展安全评价、安全行为指导等更为具体的操作指导，促进了各企业不断追求更高的安全水平。

在抓好本企业员工的培训外，要落实对外包服务单位、施工方和承租方等等进入企业生产经营区域的第三方的安全培训，一方面这些单位的人员流动性强，工作能力和安全意

识水平各异，另一方面这些单位人员对本企业情况不熟悉，对本企业风险的认识不足，极易成为企业安全的短板和漏洞。

安全培训是企业安全文化的根本需要，缺乏正确的培训，安全将是盲目和不可持续的，只有通过安全培训才能让安全知识成为安全行为，让安全行为成为安全习惯，让习惯演变为文化，保障企业的安全文化保持与时俱进、熟知会用、全员一体、毫不懈怠。

2.3 守住安全底线，筑牢自律的企业安全文化

实际上目前对安全工作重要性的宣传已经非常深入，并且得到了员工的一致的认可，但是安全的死角无法依靠监督完全扫除。只有员工心中的安全理念坚实，充分发挥自律作用，才能实现理念到行动的统一。

守住安全底线就是要不断用各种各样的形式和方式传递安全第一的价值观，用安全行为的价值来吸引员工，用不安全行为的风险来警醒员工。员工个人是社会关系的联系体，员工守住安全是守住个人、班组、家庭、企业乃至社会的整体安全，守不住安全将是一连串的后果。例如集团下属电力企业通过安全生产标准化创建，传递安全标准化的意义，不仅加强安全生产规章制度和安全操作规程的完善，还对消防安全、应急演练、职业健康、安全培训等开展全方位标准化的操作指引，通过安全标准化将安全细化到生产经营的各个环节，落实到每位员工。此外在企业员工、班组之间、各企业之间开展安全竞赛，比安全技能、安全知识和安全成绩等，充分调动员工为自己、为班组、为企业守安全，争安全。

安全底线就是要犹如道德信仰一般为员工所坚守，不得不敢也不愿违背，企业中的集体为个人要树立榜样。在安全与效率、经济效益产生矛盾时，例如为争取早投产抢工期、单一设备出现隐患需要停产检修、临近下班手头工作尚未完成等情况出现，企业、部门和班组等集体等必须采取安全第一的实际行动，严防侥幸心理跨越安全红线，决不能片面追求效率和效益，放纵安全要求，要形成个人和集体统一的安全意识，防止个人的不安全行为和集体的不安全决策。

2.4 采用正向的安全激励，强化责任和价值对应的安全文化

安全考核目前已成为企业管理者业绩考核的必备内容，尤其现在普遍实行的安全一票否决制，更是让企业管理者深感肩负的安全压力。安全关联着在薪酬及职业发展空间，更关联着企业员工的生命、财产和经济利益。安全一票否决以及对企业员工乃至第三方的不安全行为的处理都体现了对不安全行为的禁令原则。但是在履行安全职责，生产经营正常的情况下，正向的安全激励缺比较有限，甚至没有体现，形成重罚轻奖的局面。以致员工对安全行为的认可度不高，责任感不强。

企业在处罚外，还应积极通过对员工安全行为予以物质上和精神上的奖励，以示企业对于其安全行为的特别表彰，对于具有突出安全贡献的员工和工作扎实的安全管理岗位人员更应给予重点奖励，尤其对于安全管理岗位人员，平安无事，

广西水路运输疫情防控阻击实践分析

陈梓松

(广西壮族自治区港航发展中心, 广西南宁 530012)

摘要: 广西水路运输行业通过完善应急防控机制、轮动交班值班制度、特殊航线民生航班、乡镇渡运群众联防联控、滞留船舶疏导机制、无接触船检模式、引航突击队等特色措施, 精准施策, 取得了防控新型冠状病毒肺炎与保畅通保生产的阶段性胜利。

关键词: 水路运输; 防控; 新型冠状病毒肺炎

中图分类号: U698

文献标识码: A

文章编号: 1006—7973 (2020) 06—0022—03

广西河流密度大, 海岸线较长, 航运资源丰富, 广西全区内河航道通航里程达 5873 公里, 是水运大省。2019 年, 广西全区共有内河航运企业 291 家, 沿海海运企业 57 家, 社会船舶 6532 艘及 2.87 万客位; 沿海港口企业 92 家, 内河港口企业达 157 家, 生产性泊位 770 余个; 另有乡镇渡口 860 余座, 渡船 1650 余艘, 6830 客位。面对突如其来的新型冠状病毒感染的肺炎疫情, 广西水路运输管理部门根据自治区疫情应对处置工作领导小组部署, 在联防联控工作机制下, 按照交通运输部“一断三不断”的要求, 开展了一场水路阻击战。

1 疫情对水路运输应急防控的挑战

广西水运时值春运及春节假期的关键节点, 客货流频繁,

即代表了其成绩, 但是不能漠视成绩背后的工作付出。

安全方面的正面激励还应采用短期奖励与长期奖励相结合的方式实施。安全工作是长期行为, 不能有一丝松懈。长期安全才能得到兑现的激励方式有利于企业员工牢记安全纪律, 保持长期的安全习惯。

正向激励可以充分体现企业的每位员工都对企业的安全生产承担相应的责任, 每个人的安全都是对其自身和企业的贡献, 可以增加企业员工的安全认同感和责任感。

2.5 向家庭和社会延伸, 建设更有社会价值的企业安全文化

企业安全文化主要以企业员工为主体, 员工行为所体现的企业安全文化自然而然会随着生活和工作延伸到员工家庭以及与企业有业务往来的各方, 形成一般的外延传播。

企业应重视这一过程, 应主动宣传企业安全工作要求、安全先进典型、安全常识等, 加强向本企业关联群体的传播。一方面企业相关的社会群体将重视安全, 从中获益。此外通过这一过程, 家庭成员将更加重视对员工的安全叮嘱和关怀, 更有利于员工珍惜安全价值。本企业的安全行为和形象也会带来企业员工的自我安全行为认同和相关方对企业和员工的关注和监督, 促进企业在安全上做得更好。例如笔者所在集团下属广场公司定期组织商户召开安全会议对消防、用电问题提出建议, 形成安全监督, 在广场公司开展的“百日安全活动”和“消防日活动”中, 邀请商户和部分游客参与“四

特别是桂林漓江旅游航线、北海—涠洲岛班轮航线是传统的旅游热点, 乡镇渡运深入社会民生, 西江黄金水道往来船舶密度大, 船闸锚地待闸船舶较多, 如果应急防控不当, 船舶就有可能成为传播和扩散病毒的工具, 给水运行业和社会经济造成严重影响。

1.1 客运船舶发生群体性疫情事件概率较高

广西水路旅游客运发达, 春节期间旅客众多, 但船舶防疫设备设施缺乏, 旅客在密闭空间极易造成交叉感染, 形成群体性疫情事件, 甚至有造成疫情蔓延的严重后果。

1.2 乡镇渡运引发农村地区输入性疫情事件可能性较大

广西乡镇渡运遍布全区乡镇、农村, 是很多地区村民群众出行的必要交通工具, 和社会民生紧密相连。农村地区卫

懂三会”消防灭火培训, 使广场员工、商户、游客共同接受安全教育, 收到了良好的效果。

2.6 全力保障安全投入, 夯实安全文化的物质基础

现代的工业生产早已摆脱纯手工作业的方式, 仅仅依靠员工的安全意识是无法让企业安全文化在现代生产条件下生存的。全力保障安全投入, 是从企业建设之初, 做好安全设施和环境投资建设、在企业运营中, 投运安全设施设备, 对员工的安全防护用品、职业健康、安全培训、安全宣传和安全奖励, 设备和工具的维修保养和更新、安全检测等等予以充分物质保障, 以《企业安全生产费用提取和使用管理办法》作为企业安全生产费用提取和使用管理的指导和参考。特别是在企业亏损或者考核业绩无法达标的情况下, 要确保企业安全投入, 切不可为压缩成本而削减安全投入。企业愿投入, 员工的工作环境及设备设施安全有保障, 员工将更愿意也更有信心保持安全, 为企业创造效益。

参考文献:

[1] 崔政斌, 张美元, 周礼庆. 杜邦安全管理——所有事故都是可以防止的 [M]. 化学工业出版社, 2019.

[2] 靳晓华, 李晓艳. 领导行为对企业安全文化的影响研究 [J]. 领导科学, 2018 (7): 60—62.