

Research on the synergistic promotion mechanism between enterprise political work and social responsibility performance

Yingkun Sun Fang Wang* Zhanqing Wang Xia Zhou

Petrochina Company Limited Tarim Oilfield Branch, Korla, Xinjiang, 841000, China

Abstract

In the context of high-quality enterprise development in the new era, achieving synergy between political work and social responsibility has become a critical challenge for corporate governance. Corporate political work, centered on ideological guidance, cultural cultivation, and humanistic care, embodies enterprises' comprehensive commitments to employees, customers, surrounding communities, and society at large. These two aspects demonstrate strong alignment in value orientation, organizational functions, and social impact. This study identifies core challenges in integrating political work with social responsibility within modern enterprises, proposing collaborative measures including strengthening top-level coordination, deepening consensus on value concepts, innovating practical mechanisms, and fostering internal-external collaboration. The aim is to establish a sustainable synergy system that "internalizes emotional resonance while externalizing brand excellence," creating dual pathways for sustainable corporate development through ideological-political leadership and responsibility-driven support.

Keywords

enterprise political work; social responsibility; collaborative promotion; mechanism innovation; sustainable development

企业政工工作与社会责任履行的协同推进机制研究

孙赢坤 汪芳* 王湛清 周霞

中国石油股份有限公司塔里木油田分公司, 中国·新疆 库尔勒 841000

摘要

面对新时代企业高质量发展这一背景, 怎样实现政工工作跟社会责任担当的协同开展, 成为企业治理需攻克的课题。企业政工工作以思想政治疏导、文化创建和人文关爱为核心内容, 社会责任体现成企业对员工、客户、周遭环境与整个社会的全面许诺。二者在价值引导、组织功用与社会成效等方面呈现高度的契合态势。探究现今企业推动政工与社会责任融合里的核心困境, 提出健全顶层统筹、深化价值理念共识、创新实践发展机制、带动内外互助联动等协同举措, 力求打造以“内化情感、外扬品牌风采”为目标的长效协同体制, 为企业可持续发展达成提供思政引领、责任支撑的双重通道。

关键词

企业政工工作; 社会责任; 协同推进; 机制创新; 可持续发展

1 引言

企业不仅是担当市场经济参与者这一身份, 且身为社会公共责任担当者。于新时代情形下, 社会对企业道德规范程度、公共参与热度和可持续发展潜能的要求不断上扬, 企

【作者简介】孙赢坤(1986-), 男, 中国黑龙江勃利人, 本科, 政工师, 从事马克思主义理论与意识形态、思想政治教育、党的建设与组织工作、社会治理与群众工作、维稳信访与安防反恐研究。

【通讯作者】汪芳(1990-), 女, 回族, 中国海南海口人, 本科, 政工师, 从事马克思主义理论与意识形态、思想政治教育、党的建设与组织工作、社会治理与群众工作、维稳及企业发展、平安建设研究。

业实施社会责任成为其品牌建设和组织信誉的重要板块。企业政工工作正从旧式“思想宣传”迈向“人文治理”“组织引领”的转型之路, 为企业文化的培育、员工关系的和谐与社会形象的打造发挥着关键功用。因此, 助力政工工作跟社会责任担当的深度融合, 不仅是实现企业文化与社会价值契合的战略谋划, 更作为企业实现可持续发展的实际要求。本文欲在理论解析与实践审视基础上开展, 钻研二者协同推进逻辑基础点、实际困扰与机制路径方向, 促进企业打造“内练队伍素质、外树企业形象”的双动力驱动架构。

2 企业政工工作与社会协同的内涵与基础

公司政工事务, 发端于思想政治教育及组织文化营造, 核心目标乃引导员工树立正确价值理念、提升组织聚合能力、推动劳动关系走向和谐。社会责任是企业市场活动范畴以外, 着眼于员工、消费者、社会与环境等诸多利益相关

群体的责任落实。从功能定位相关层面看,政工工作体现“以人成根本、凝聚人心之魂”;社会责任聚焦为“承担起责任、实现价值的回馈”,二者于推动企业伦理准则确立、培育文化自觉以及打造良好风貌上存在显著契合度^[1]。

从理论依据层面审视,政工工作把意识形态安全与文化认同作为重点,作为企业文化营造与员工精神激发的重要凭借;社会责任看重企业的公众属性与社会成效,为实现企业外部形象、优化公共关系的桥梁。实现政工工作与社会责任的协同前行,不仅有益于实现内部价值集聚与外部形象树立的良性交互,更可把政治上的优势转变为治理方面的效能,实现企业和社会各方面的持久认可与主动承担,为新时代企业可持续发展赋予文化与责任的双重核心内涵。

3 当前企业政工与社会责任协同推进中存在的主要问题

3.1 顶层设计缺失, 职能交叉不清

当企业政工工作与社会责任的协同推进的那个阶段,顶层设计缺失成了妨碍协同效能展现的主要瓶颈。众多企业未曾搭建统一的制度框架结构,把政工工作和社会责任视作两个相对隔绝的职能部门或工作范畴,欠缺从战略维度进行整体统筹与科学安排。政工部门主要把精力放在内部员工思想政治教导、文化建设与精神激励上,往往是品牌、公关、市场和社会公益部门来承担社会责任工作,两部门间欠缺高效沟通与资源互通,催生了鲜明的“分割区间”。

企业缺少针对两者职能交叉融合的高层指引与标准化规程,引发具体工作落实期间时常出现职责界定模糊、相互推诿责任的情形,降低工作质效。因而,缺少统一的顶层规划与协调体系,变为当前企业在开展政工与社会责任协同工作中急需突破的核心瓶颈。只有借助搭建融合性的治理框架,全面管理和资源统筹,厘清部门职能与协作流程,才可真正做到政工与社会责任工作的紧密结合,提升企业文化的内外衔接及社会感召力^[2]。

3.2 价值整合不足, 内容形式空洞

企业执行政工工作和社会责任活动期间,往往出现价值整合短缺问题。部分企业对社会责任的认识与践行尚浮于浅表,多聚焦于捐赠、义务劳动这类外在举动,缺失把社会责任理念深度融入企业文化与员工价值观培养的内涵性打造。政工工作推进思想政治教育以及文化塑造时,也表现出内容徒具形式、敷衍塞责的态势,难以切实唤起员工内心的社会担当与使命意识。

政工及社会责任工作内容多按照任务驱动实施,缺少与企业实际及员工需求相结合的创新型活动,难以造就持续的影响力。活动所获效果仅停留于表层,无法唤起员工内心触动,难以在企业内部营造起“人人谈责任、人人挑责任”的文化气象。因此,价值观深度结合与内涵建设的短板,构成阻滞政工工作跟社会责任协同推进效果的根本关卡。企业应看重打造以价值引导为核心的结构化教育体系,把社会责

任思想融入到员工职业发展方向、日常行为规范与组织文化里,驱动员工从内心切实认可并践行企业社会责任。

3.3 载体单一, 影响力有限

现今大量企业在政工活动及社会责任实践的推进里,依旧依托传统、单一型的载体跟方式,无法契合新时代员工及社会公众,特别是年轻一代对参与度、互动性与创新性的要求。常采用的形式诸如召开研讨会、发放推广材料、组织志愿劳动之类,内容拘于固定模式且形式乏善可陈,不具吸人眼球和打动人心之力,难以激发员工跟社会群体主动参与和情感上的共鸣。尤其在数字化、信息化迅猛发展的此刻,年轻员工和公众参与企业文化及社会责任活动,更倾向利用多媒体、网络平台、互动体验这类现代传播方式。

因传统载体的局限,活动影响力表现不佳,不易在员工群体中造就强烈文化认同,也难以切实增进企业品牌的社会赞誉度。因缺乏创新载体,活动传播效果受波及,而且限制了企业政工跟社会责任工作的持续进步与深度融合进程。企业当下急需借助新媒体手段,开辟多元化传播管道,诸如线上微课堂党课、公益主题短影像、虚拟志愿工作等,提高政工教育与责任实践的趣味性 & 互动活力,增强活动参与积极性和社会聚焦度,实现从“单一传导”到“多向对接”的转化^[3]。

3.4 缺乏绩效考核与协同激励机制

缺失了绩效考核与激励机制,作为阻碍企业政工工作与社会责任的协同推进的又一突出障碍。当前,诸多企业未能把政工与社会责任方面的工作成果归入科学绩效评价体系,引发相关工作成效在量化与可视化方面受阻。欠缺明晰的考核标准及评价指标项,致使政工人员及相关部门工作积极性受挫,难以催生持续革新与深入拓展的驱动力。

员工层面参与的积极劲头未被充分提振,缺少把社会责任实践表现嵌入个人绩效考核、晋升和奖惩体系的制度依托,导致员工对社会责任活动认同与参与程度欠缺。部分企业虽搭建了荣誉表彰体系,激励形式匮乏,作用范围狭窄,难以实现激励的持久延续与广泛辐射。为此,创建全面的绩效考核体系与多渠道激励机制,将责任履行情况及政工工作成果包括进来,可推动部门间协同合作,又可引发员工的内在活力,促使企业政工跟社会责任深度凝聚及高效落实。

4 构建企业政工与社会责任协同推进的有效机制路径

4.1 优化顶层设计, 推动组织架构协同

在推进企业政工工作与社会责任的协同前行进程里,使协同机制高效运转,优化顶层设计为关键一环。企业必须从战略层面清晰界定“政工引领+责任共建”的发展理念,增强对两者融合价值的感悟与重视水平。应构建专门的“社会责任与企业文化融合推进团队”,成为协调政工与社会责任工作有序开展的综合单位,保障各工作衔接顺畅、综合推进。该小组应是企业高层领导牵头组建,包括政工部门、品

牌管理领域、公关传播板块、人力资源范畴、法务合规方面的代表，搭建跨部门联动的多元型治理格局。

通过全面安排及合理分工，防止因职责的模糊不清引发的推诿现象与资源的无效利用，全力挖掘各部门专业长处和职能互补潜力，造就工作互补效能。例如，政工部门聚焦点放在企业文化建设及员工思想引领上。品牌部门担负起企业社会责任形象的塑造与传扬职责，人力资源部门主攻责任教育以及激励制度的实施。经由机制的创新与信息互享，实现跨部门联动推进，实现政工工作与社会责任活动规划、实施、评估的同步开展，攒聚联合效力。通过优化顶层设计，可促进工作效率与质量提高，也可为企业塑造“内外兼善”的文化格局。

4.2 强化文化引领，培育员工责任意识

文化充当企业的支柱，也为推动社会责任贯彻的核心动力。政工工作对员工社会责任意识的培育起到无法替代功用。企业应把社会责任教育纳入员工培训跟政工工作关键点，加强思想政治教育跟责任理念的整合，渐次营造“人人担道义、事事有担当”的企业文化格调。特定措施有组织“责任故事分享”相关活动，使员工借真实案例体悟责任的力量与价值；实施“岗位责任宣誓活动”，提高员工对职责的认识跟承诺；实施“企业社会价值主题育训”，深度诠释企业文化中的责任要义，增强员工使命的认同感和团队归属感。

此外，政工部门要借助内部的企业文化月、内部刊物、线上学习平台等载体，多渠道播撒社会责任价值观，保障责任理念融入日常工作与生活的细枝末节。依靠长期的文化滋养，员工责任意识不止停留在浅显的认知范畴，更演变为内心深处的信念与行为守则。企业还应留意榜样活力的施展，培育“责任榜样”，依靠表彰贤能、传播楷模事迹，引导员工自觉承担社会责任。强化文化引领，在提升员工责任感上成效凸显，也拉动企业整体道德水平及社会形象提升态势，最终夯实推动社会责任长效前行的稳固文化后盾。

4.3 创新实践载体，拓展政工活动外延

面对新时代的大背景，企业政工活动与社会责任实践

需突破传统载体既有局限，扩大活动的广泛影响力及参与规模。政工工作应积极融入企业社会责任的多样平台，联合环保公益、乡村振兴、志愿服务、职业培训等社会责任核心范畴，创建“员工参与+企业投入”的责任联合建设格局。依托丰富多彩的实践探索，推进企业文化的内涵性拓展，也使员工在具体实践里领会责任的现实意义。

企业需主动借助新媒体技术与数字化手段，构建“责任微视频”“线上公益挑战赛”“虚拟志愿服务平台”等新颖互动传播途径，增强活动内容的创新活力与吸引张力。以短视频、直播、线上互动等举措达成，凿穿时空的限制壁垒，扩大活动覆盖广度及影响影响力道，提升员工与社会公众的投入感和归属感。丰富多元的活动载体充实了政工及社会责任内涵，进而促进责任理念灵动宣扬，有力带动企业品牌形象及文化软实力上扬。以创新实践载体为手段，可实现政工工作与社会责任深度融合，促进企业形成责任驱动型的组织文化形态。

5 结语

政工工作与企业社会责任履行虽源流不同，但本质上都承载着企业文化价值传递和组织社会功能拓展的使命。新时代企业要跟随管理理念转型走向，跨越政工工作内部范畴、责任履行外部范畴的传统分割困局，设立顶层谋划科学、组织体系协作、活动形式聚合、激励措施联动的协同发展机制。唯有将思想政治优势跟责任履行实践深度整合，企业方可切实达成从“合规发展”到“价值共赢”的转变，随后在经济效益跟社会价值的格局中觅得最恰当平衡点，获得员工赞许、公众信服及长远发展战略领先权。

参考文献

- [1] 常晓莹,王宇,芦佩佩,马倩.企业社会责任同伴效应异质性与信息传递渠道研究[J].软科学,1-15.
- [2] 金若丽,张磊.国有企业社会责任管理的问题与对策研究[J].市场周刊,2025,38(19):23-26+161.
- [3] 李佳渝.企业社会责任信息披露对供应链韧性的影响——基于A股上市企业的实证分析[J].科技和产业,2025,25(12):221-228.