

三江热议

工龄工资变“孝顺奖金”，善意还需善为

张玉胜

近日,南京一家网络科技有限公司推出一个名为“工龄转孝顺奖金”的制度,规定从今年11月开始,入职满一年员工将享受工龄工资(每工作满一年,每月工龄工资增加200元);而公司又规定,这笔补贴不直接发给员工,而是转化为“感恩父母的孝顺奖金”,由公司发给员工父母,“表达公司和员工对父母的感谢。”消息流出后,网络上发起了一个投票,参与投票的大部分人表示不同意。

10月25日《扬子晚报》

把工龄工资变为“孝顺奖金”直接发给员工父母,旨在弘扬中国孝道文

化、唤起员工感恩之心,其决策善意毋庸置疑。但多数网友缘何对此投了“反对票”,其症结就在一个“强”字。鉴于“我的工资我做主”乃天经地义的劳动者权益,强制将子女的工资发给其父母,显然是单方面变更了工资发放对象,有越俎代庖之嫌。

劳动者是企业的主体。企业文化必须首先是以尊重员工意愿、关心员工生活、维护员工权益为标志的人本文化。按工龄每年每人增加200元月工资,的确彰显出企业对辖下员工的生活关照和人文关怀。但这笔钱究竟是用于生活开销、商场购物还是孝敬父母,当属员

工的个人私事。企业在没有事先与员工协商并征得员工同意的情况下,就强行将其归属于“孝老钱”,甚至直接发给员工的父母,显然是罔顾了员工应有的话语权与支配权,这种“没商量”的用途变更,恐难脱干涉私权的质疑。既然是员工劳动所得的工资,理当归属于劳动者自己,企业和其他人则无权擅自替员工做主。《劳动法》第五十条对此有明确规定,“工资应当以货币形式按月支付给劳动者本人。”

其实,子女孝敬父母和企业表达感恩,其方式完全可以多种多样,比如电话问候、微信祝福、生日送卡、有病探

望、为员工放“孝老假”等,并非一定要送钱送物。家家都有一本经,孝顺父母也当实事求是,因人而异。有固定收入的父母“不差钱”,而“空巢老人”更期盼远方的问候和亲情的陪伴。

弘扬孝道文化,表达感恩之情,不妨把孝顺父母的权利交还给员工,企业全力做好宣传、引领和督促工作;或在尊重职工正当权益基础上辅以奖优罚劣的举措,创造“孝顺父母光荣、不赡养老人可耻”氛围,为员工的孝亲敬老创造条件,提供便利,让名副其实的孝老员工得到物质与精神鼓励,这样的“孝顺奖金”才更有意义。

图说世相



给空气采样器“戴口罩”无异于掩耳盗铃

2016年10月21日,西安市环保局一名工作人员称,西安市环保局长安区环境空气自动监测站长出于自身政绩考量,私自截留钥匙,并偷记监控电脑密码,进行数据造假。工作人员多次潜入站内,用棉纱堵塞采样器,干扰空气质量数据采集。目前,环保局长安分局局长、监测站站长、副站长等人被警方带走。

10月25日《华商报》

国家气象部门为防止地方数据造假,设置了多道关卡,比如数据的“一点多发”;比如远程监控;比如每年开展飞行检查、交叉检查,等等,地方环保局想作弊恐非易事,长安环境空气自动监测站被查,就是例子。事实上,一个地方的空气质量有了鲜明的变化,反而会引来气象局的重点关注。从这一点看,长安区弄巧成拙的愚蠢行为,无异于掩耳盗铃。再者,官方发布的空气质量数据若与民众的直接感受差距过大,就算国家气象局这一关能侥幸通过,也必然会引起公众的质疑,鸡鸣狗盗之丑事最后也会大白于天下。

黄齐超/文 章丽珍/画



惩戒不良电商不能仅在“双11”

戴先任

国家信息中心副主任周民10月25日在谈及“双11”网络促销诚信体系建设时表示,失信记录完整,并且企业名称里含有“电子商务”字样的联合惩戒对象共19829家,已经安排在信用中国网站进行公示。

10月25日中国新闻网

这19829家联合惩戒对象,其中被高法列入“失信被执行人”名单的企业有301家,被工商部门列入“失信企业”名单的共19646家。此次能将近两万家的失信电子商务企业列入联合惩戒对象,得赖于全国信用信息共享平台,是全国信用信息共享平台对全国信用信息进行归集与共享,对各部门提供的相关领域联合惩戒对象名单进行了初步筛选和跨领域的交叉比对。

在“双11”来临之际,将全国的失信电子商务企业列入联合惩戒对象,不仅是对这些失信企业的有力打击,也是为了警示那些准备在“双11”大捞一把的电商。而有近两万家电子商务企业因为失信而被列入联合惩戒对象,也可见当前的网购环境还较为混乱,甚至仍然在野蛮生长。比如有专门刷单行业存在,好评与销量都可以由虚假买家通过虚假交易“刷”出来;有调查显示,现在的网购商品的质量仍然与实体店出售的商品有较大差距,商家卖假冒伪劣商品的现象还较为严重等等。现在已经到了亟待对此予以约制的时候了,比如此次在“双11”前对失信电子商务企业列入联合惩戒对象,节点就选择得很好。

营造良好的网购消费环境,需要加大对不良商家的惩戒力度,将失信电子商务企业列入联合惩戒对象,这是对无良电商的有力打击。对那些正准备进入“双11”狂欢被列入联合惩戒对象的电商,无异是沉重打击。对他们的联合惩戒,将他们的“劣行”公之于众,将让他们失去进入“双11”狂欢的“入场券”,从而无法在“双11”浑水摸鱼,继续欺骗消费者。

另外,类似对不良电商的惩戒行动不应仅限于“双11”前,要将这种惩戒行动常态化,曝光与制裁不良商家,让不良商家寸步难行。相信随着打击的常态化、长效化,受到惩戒的不良电商也会有一个由多变少的过程。只有净化网购环境,才能维护好消费者权益,企业也能踏踏实实地在诚信经营中收获自己应得的利益。

互联网企业反腐不能“内方外圆”

张立美

10月24日,京东集团发布了一则《反腐内部公告》,将过去一段时间查处的10起内部腐败案件集中进行了实名公布。这是京东首次实名对外公开内部腐败事件。

10月25日《新京报》

腐败是社会的毒瘤。对于包括互联网企业在内的民营企业、国有企业而言,腐败不仅直接损害了企业自身的利益和运营效率,是损公肥私行为,而且损耗了企业的社会声誉和品牌形象。这决定了反腐对于企业健康和良性发展至关重要。特别是互联网企业本身的“多面向”和高利润,反过来为手握资源的互联网企业员工提供了大量寻租机会。既然有寻租空间,监管没有跟上,只是依靠员工的道德约束,那么腐败就很难避免。而且,如果互联网企业不进行内部反腐,肃清内部蛀虫,内部腐败将有可能腐蚀互联网企业的整个商业模式,动摇互联网企业的发展根基。

近年来,互联网企业不约而同地逐渐降低对内部腐败的容忍度,越来越重视内部腐败问题的整治,加速内部反腐步伐,相继成立用于反腐的“内部纪委”部门,出台了职工岗位廉洁准则,掀起反腐风暴,开除了一批存在腐败行为的职工,甚至将不少内部蛀虫移交司法机关。比如,在今年年初,优酷土豆集团前副总裁卢梵溪,在职期间涉嫌利用职务之便进行违法犯罪行为被警方带走调查。

互联网企业加强内部反腐,不仅有利于保障自身的利益,避免遭到企业蛀虫的侵蚀,而且有利于净化互联网市场的秩序和公平竞争环境,为互联网企业的发展创造更好的社会环境,让民众充分享受互联网带来的巨大发展机遇和机会。因此,尽管互联网企业加强内部反腐是形势所迫,但仍然应当给予点赞肯定。

当然,包括互联网企业在内的民营企业反腐不是一时的事。从治本层面说,互联网企业内部反腐,关键不是开除几个人、送几个人进监狱,而是要完善预防内部员工腐败的制度。在这一点上,互联网企业还有很长的路要走,毕竟对于中国互联网企业来说,他们还非常的年轻。

另一方面,包括互联网企业在内的民营企业在反腐上,不能遵守“内方外圆”的原则,不能只是加强内部反腐,对外却大行腐败之道,不把腐败当成与政府沟通的手段。在反腐纪录片《永远在路上》中,我们看到了号称“从不行贿”的万科成为第一家被点名行贿的房地产企业,即便这次高调内部反腐的京东,在去年被知名打假人王海举报涉嫌向北京市工商局开发区分局消保科科长王晓峰行贿,让其在京东免费购物,至今没有公布调查结论。

投稿邮箱:nhwbpj@163.com