

■三言两拍

公司董事长上班时间在员工群里发红包,员工按捺不住内心激动,“手气最好的,抢了10多元”。结果,当天下午,公司下发一纸处罚通知,抢红包的“前三甲”,每人罚款500元。理由是上班时间玩手机。

(1月6日《成都商报》)

“红包钓鱼”钓不出员工的自律

文/张颖辉

董事长的用意可以理解。公司属于特殊行业,关系到千家万户安全,容不得一点马虎,上班抢红包,确实是责任心不强的一种体现。律师的观点也具有一定的说服力,“不管受到多大的诱惑,上班时间长时间干私事是不对的。但另一方面,公司处罚员工也要遵循《劳动法》,罚款更需要有评估、有上限,不能太随意”。但问题是,“红包钓鱼”,杀鸡儆猴,就真能达到初衷、起到理想的效果吗?

“上班禁止玩手机”,一个单位该如何落实这一规定呢?我想,至少有三个层次的办法:第一个层次的办法就是发现一起严惩一起,甚至不惜采取类似“红包钓鱼”

的手段;第二个层次的办法就是净化员工手机,让员工手机里无内容可玩,甚至是采取配备专用工作手机、上班时间私人手机集中保管的措施;第三个层次的办法就是价值观共同体建设,让员工靠自律来实现上班不玩手机的规定。

“红包钓鱼”类似于“钓鱼执法”,在总体上是被否定的。道理很简单,“任何法条的目的,都不可能不是诱人犯罪”。当事人原本没有违法意图,在执法人员的引诱之下,才从事了违法活动,这样的事多了,就会撕裂了社会成员间朴素的情感,败坏了公德。就“红包钓鱼”来说,尽管董事长立了威,但也失去了人心,员工以后对董

事长的任何一言一行,不会轻易相信,得先甄别其中的“陷阱”。

失去人心的信任,价值共同体也就是一句空话,只要有更好的环境与空间,员工的跳槽也就是必然的了。因为员工与企业之间,并非命运攸关,而只是一个简单的谋生手段而已。即使是特殊行业,员工也会先权衡自己的利害得失,“千家万户安全”的责任可能还是会留给董事长的。失人心者失天下。这样的公司,共度时艰、创新改革、发展壮大、成功转型等,估计都只会是董事长的一厢情愿。

当然,话要说回来,价值共同体的构建,也少不了严厉的规章制度,甚至是“钓鱼执法”的

考验。但是,“钓鱼执法”一定要合情、合理、合法。在合情的角度,首先要“道之以德,齐之以礼”,让员工知道有“钓鱼执法”的存在;在合理的角度,那就是要让权利到位,从机制层面避免了“诱惑”;在合法的角度,也就是律师说的,处罚员工要遵循《劳动法》,要有规可依,不能太随意。自律才是根本,要员工自律,领导就需要带头。其实,董事长头疼的公司管理问题,可能需要董事长带头来反思,改进管理的方法,而不是置身事外,只盯着员工,只想看如何处罚违规的员工。如果管理的本质就是如此,管理也就太容易了。

员工上班“抢红包”挨罚,不冤!

文/曾颖

员工抢老板发的红包被罚500元,新闻甫出,顿时招致一片质疑声——这属于“钓鱼执法”,罚款缺乏正当性;“劳动合同法”没有这类的规定,罚款涉嫌违法;抢个红包罚500元,这是企业管理缺乏人性化。太没人情味……这些质疑声传递的观点是:老板罚款“无道”,员工上班抢红包“有理”。但在笔者看来,员工上班抢红包挨罚,不冤!

首先,国有国法,企业有企业的规矩。上班时间禁玩游戏、手机和看电影等,这是公司明确规定的“禁区”,而且还是三令五申。既然单位有令在先,员工却不遵守,违反了规矩,挨罚理所当然。

其次,或许有人认为老板“钓鱼执法”,做派不厚道、不人性,容易伤害员工感情、引发员工反感等等。其实,这样的质疑也经不起推敲。一者,员工不玩手机,焉知老板发红包?二者,老板发的红包不能抢,难道别人的红包抢的?所以说,这个红包是谁发的并不重要,重要的是,单位的确有员工在玩手机、抢红包,而且这种行为确实违反单位规定。

第三,或许还有人认为,罚款容易挫伤员工工作热情,也无法真正杜绝员工上班玩手机的现象。这个顾虑并非杞人忧天。但是,即便如此,“罪责”也不在于公司的苛刻规定和老板的“钓鱼执法”,而是员工的不敬业和不守规矩。那么,社会舆论的矛

头所指向的,应该是员工而非企业(老板)。

另外,我们还忽视了一个问题,即企业拥有自主经营权和管理的权利,其中包括有权制定企业规章制度,只要这些规定不违背公序良俗,不违反法律。员工上班玩手机、抢红包,罚款500元,这是企业的规定,而且500元的罚款数额也算不上太出格。从这个意义上讲,老板发红包,员工上班时间抢而被罚,纯属企业内部管理的事,与社会伦理道德和法律无关。

当下,手机已经成为人们的“电子器官”,方便我们的生活。但是,员工和企业之间是一种劳务雇佣关系,公司付了工资福利、提供了工作条件,员工在上班时

当工作优先,而不是玩手机。更何况,现在很多人、尤其是年轻人对手机产生心理依赖症,这势必会影响他们安心聚心工作。

上班时间禁玩手机、看电影等,别说企业不能容忍,党政机关也不允许的。这些年,在纪检部门的明察暗访之下,不是有很多党员干部因为上班玩游戏、看电影而被问责吗?!

一部劳动合同法,并不是“万能药”,可以包治企业管理中存在的各种顽症。企业性质不同,管理方式自然千姿百态,只要规定合法合理,企业别出心裁地推出一些个性化的管理方法,原本无可厚非。所以,像个别员工上班时间玩手机、抢红包,该罚!不冤!

■教育评弹

不管广告能不能打,“学区房”都在那

文/张立美

“买房就能上xx小学”、“距国贸仅30分钟”,从2月1日开始,这些话语不能在售楼广告中使用了。国家工商总局日前发布《房地产广告发布规定》,该规定将于2月1日起施行。其中要求房地产广告必须真实、合法、科学、准确,不得欺骗、误导消费者。其中规定,房地产广告中不得含有广告主能够为入住者办理户口、就业、升学等事项的承诺。

(1月6日《京华时报》)

教育资源分配不均衡,优质教育资源被极少数学校所垄断,每一位家长都想把孩子送进名校读书。在僧多粥少的格局下,为了避免学生拥挤进重点学校,杜

绝择校生、借读生等,各地纷纷在义务教育阶段划分学区,孩子们就近入学,由此就诞生了傍名校的“学区房”,给孩子上名校提供了一条新路,受到广大家长的欢迎。一些开发商为了更快、更好、更高价的卖房子,纷纷打起“学区房”旗号,不少非“学区房”也以“学区房”名义销售。结果等到孩子要报名入学时,消费者才发现上当受骗,买的压根就不是“学区房”,孩子仍然没法上名校,给市民造成经济损失,引起一些纠纷。

禁止开发商在卖房广告中打“学区房”牌子,是不是就真的可以减少购买“学区房”却上不了学的纠纷,杜绝“学区房”广告的出现?这恐怕只是理论上的幻

想。针对虚假广告或者违反《广告法》等行为,一般是“民不举官不究”,只要消费者不投诉,工商主管部门基本上不查处。退一步说,即便工商部门严查“学区房”广告,也阻挡不了开发商打“学区房”广告的步伐,因为违法成本相比较收益来说太低了,产生不了威慑和遏制力。根据《广告法》第五十八条的规定,违法违规发布房地产广告行为的,“处广告费用一倍以上三倍以下的罚款,广告费用无法计算或者明显偏低的,处十万元以上二十万元以下的罚款;情节严重的,处广告费用三倍以上五倍以下的罚款,广告费用无法计算或者明显偏低的,处二十万元以上一百万元以下的罚款”。换句话说,卖房子打“学

区牌”,最重不过是罚款一百万元,这在中小城市也只需多卖出几套房子就可以赚回来,没有开发商会在乎这点罚款。

事实上最关键的是,不管“学区房”广告今后能不能继续打,“学区房”都事实存在着,人们仍然去追捧。这决定了“学区房”广告,不一定非得用“买房就能上XX学校”这类绝对说法,完全可以改用“XX学校近在咫尺”之类的实话表述,只要让消费者读懂这是“学区房”就达到了打“学区牌”的目的。要从根本上破解“学区房”广告纠纷,最根本的是要消除“学区房”的生存土壤,让“学区房”不再是吸引消费者购买的重要因素,这需要在广告之外下功夫,均衡教育资源的分配。

(上接 A06 版)

■链接

高校学生私设“镖局”,有偿代收快递

“现在不少学校的学生都私下成立了‘镖局’,做起了有偿代收快递服务。”湖南大学新闻传播与影视艺术学院传媒培训中心主任、副教授陈道珍告诉今日女报/凤网记者,一些大三、大四的学生因为时间充足,就以学生间的信任为前提做起了校园“派件员”。

陈道珍说,在“镖局”成立初期,学生一般以同班同学作为服务对象;待信誉度提高之后,业务自然也扩展到了别的班级,甚至院系。“一般来说,学生代收快递的定价是一个快件1元钱,遇到特别大的包裹,就会增加两三块钱的‘劳务费’。现在业务做得好的学生,每天能代收五六十个快件。”

尽管学生有偿代收快递方便了他人,自身又能盈利,但陈道珍也不否认这项服务存在隐患。“如果代收的包裹价值很高,不排除学生私吞的可能,只是目前还没有出现这种情况。”陈道珍表示,学校目前尚未对这项服务予以支持或反对,但一旦出现学生私吞包裹的违法违规行为,学校将会严肃处理。

■编后

关于快递小哥,估计每一个网购狂人心中都自有一份爱恨。

快递小哥可爱。有报道说,由于收件人不在家,武汉一快递小哥连送6次包裹送不出去,在征得同意后,小哥在收件人家门口的花坛里挖了个坑,将包裹埋了进去。一小时后,天下雨,快递小哥又返回给快件套了个塑料袋。

但快递小哥不送货上门也让人心烦。有网友说,同事懒得下楼拿快递,只能斗智斗勇,每次网购都备注:“本人孕妇,请送货上门”。前阵子,一直给公司送快递的大叔终于忍不住了:“两年啦!已经整整给你送上楼两年啦!”

类似的故事,我们看了,也许更多是笑一笑。选择理解固然没错,但就如湘潭大学某学院党委书记所说:“不能把不正常的做法视为正常,把歧视性的做法视为理所当然。”送货上门作为快递行业的基本服务标准之一,是不应以任何借口为由,让客户“自提”成为常态的。

当然,我们无法要求快递小哥做到百分百无差错,但就如日本的快递员在实在不能送货上门、需要客户自提时,他们会象征性的少收100日元——钱不多,却是态度。网购火了快递,而也只有在面对困难时积极思考、正面解决,实现服务质量与业务数量“双提升”,快递行业才能真正走上健康发展的道路。