

# PDCA 管理工具在油品销售企业监督管理中的应用

徐 迎 (中国石化销售股份有限公司吉林石油分公司, 吉林 长春 130000)

**摘 要:** 为促进业务部门、职能部门以及监督部门之间形成联动效应, 共同推动企业持续改进和健康发展。本文探讨了 PDCA 管理工具在油品销售企业监督管理中的应用, 通过“四个自我”的理念作为指导思想, 结合 PDCA 循环的管理方法, 构建一个高效协同的管理体系。

**关键词:** PDCA; 管理工具; 企业监督; 油品销售

**中图分类号:** F272.9

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1674-5167 (2025) 018-0043-03

## Application of PDCA management tool in the supervision and management of oil sales enterprises

Xu Ying (Sinopec Sales Co., Ltd. Jilin Petroleum Branch, Changchun Jilin 130000, China)

**Abstract:** In order to promote the linkage effect between business departments, functional departments, and supervisory departments, and jointly promote the continuous improvement and healthy development of the enterprise. This article explores the application of PDCA management tools in the supervision and management of oil sales enterprises. With the concept of “four selves” as the guiding ideology and the PDCA cycle management method, an efficient and collaborative management system is constructed.

**keyword:** PDCA; Management tools; Enterprise supervision; Comprehensive Oil sales

在全球化背景下, 油品销售企业面临复杂的市场环境和严格的监管要求。为确保企业在合规经营的同时保持竞争力, 必须建立起一套科学合理的监督管理体系。借鉴质量管理领域广泛使用的 PDCA 循环方法, 并融入“四个自我”的理念, 可以为企业提供一个全面而有效的管理框架。这一框架不仅强调过程控制的重要性, 更侧重于通过不断自我审视和完善来提升整体管理水平, 最终实现企业健康稳定发展。

### 1 PDCA 管理工具概述

PDCA 管理工具作为质量管理的基本方法, 涵盖了从计划到执行再到检查最后处理的全过程, 为企业提供了一种系统化的工作方式, 帮助识别问题并制定解决方案。在计划阶段, 组织需明确目标与策略, 确保所有团队成员理解项目的目的和预期成果, 通过设定具体、可衡量的目标来指导后续行动。在此过程中, 分析现有数据和信息以确定关键任务和所需资源, 形成详细的行动计划。

进入执行阶段后, 严格按照既定方案实施各项任务, 这要求所有参与者遵循既定流程, 确保操作规范且一致, 期间保持沟通畅通, 及时反馈遇到的问题或挑战。接下来的检查阶段则评估执行效果, 查找偏差原因, 对实际结果与预定目标进行对比分析, 利用多种工具和技术收集和整理相关数据, 识别成功因素和不足之处。

处理阶段总结经验教训, 调整优化措施, 针对检查中发现的问题提出改进建议, 并将有效的做法标准

化, 未解决的问题则转入下一个 PDCA 循环继续改进, 以此类推, 形成一个持续优化的闭环管理系统。

### 2 PDCA 管理工具结合“四个自我”在油品销售企业监督管理中的应用

#### 2.1 自我净化

油品销售企业通过 PDCA 管理工具实现自我净化目标。计划阶段(Plan)需要全面梳理企业廉洁风险点, 搭建新时代廉洁文化建设体系, 明确强化理论武装、传承优秀文化、加强领导干部政德建设、深化干部员工队伍道德建设、做好形势任务教育、持续推进纪法教育等目标任务及责任部门。制定分层分类的培训方案, 针对不同岗位设置差异化教育内容, 明确培训周期、考核标准及责任部门。

执行阶段(Do)采用多元化教育手段, 结合线上学习平台与线下专题讲座, 及“领导干部+纪检干部+身边党员+N”的“多元主体”共讲廉洁方式, 确保全员覆盖。建立廉洁文化宣传阵地, 通过案例警示、廉洁承诺等方式强化教育效果。畅通信访举报渠道, 强化监督合力。

检查阶段(Check)构建多维评估体系, 通过知识测试、行为观察、信访数据分析等方法综合评估教育成效。运用大数据技术识别高风险人员与部门, 分析违规行为特征与趋势。

处理阶段(Act)针对评估结果优化教育方案, 调整培训内容与形式。建立廉洁档案跟踪员工表现, 将教育成果与绩效考核挂钩。对于反复出现的问题深入

分析根源，制定专项整改计划。通过持续循环改进，不断提升教育针对性，筑牢员工思想防线，营造风清气正的企业氛围。

## 2.2 自我完善

油品销售企业在运用 PDCA 循环工具完善廉洁风险防控体系的过程中，通过系统化的管理方法实现了全流程闭环管控。在计划阶段（Plan），企业首先开展全面风险诊断，综合运用流程图法梳理业务关键节点，结合专家评估、历史案例分析和行业对标，精准识别采购、销售、库存、资金结算等环节的廉洁风险点。随后建立风险等级评价模型，从发生概率、影响程度两个维度划分风险等级，并制定差异化的防控策略。针对高风险领域，设计“制度+科技+文化”三位一体的优化方案，重点完善供应商管理、价格审批、合同履行评估等机制。

在执行阶段（Do），企业推动防控措施落地：实施不相容岗位强制分离，关键岗位定期轮岗交流；搭建数字化监控平台，集成业务系统数据，设置多种预警规则实现实时监测；定期开展专项审计，运用大数据分析筛查异常交易线索；同步优化业务流程，减少人工干预环节。

在检查阶段（Check），企业构建多维评估体系：通过对比分析违反廉洁纪律方面的信访举报数据和异常交易处置时效的变化评估防控效果；开展制度执行穿透式检查，发现执行偏差和制度漏洞；组织开展监督检查“回头看”，检验防控成效。

在处理阶段（Act），企业推动体系持续进化：将成熟做法固化为制度规范；针对新发现的风险类型及时补充防控措施；建立定期风险再评估机制。通过 PDCA 循环，企业实现廉洁风险防控从“被动响应”向“主动预防”、从“碎片化管理”向“体系化治理”的转型升级，防控措施实现全面覆盖。

## 2.3 自我革新

油品销售企业运用 PDCA 循环工具系统推进监督体系革新。在计划阶段（Plan），企业全面梳理现有监督机制存在的多头管理、重复检查、信息壁垒等问题，加快深化拓展以党内监督为主导、以纪检监察监督为主干、各类监督贯通协调的“大监督”格局，细化党委领导下的监督委员会、职能部门和专项监督工作组三级监督责任清单，建立跨部门监督协作机制，出台涵盖监督流程、工作标准和议事规则的制度文件。

执行阶段（Do）贯通使用“大监督”风险预警平台及核心业务系统，对重大投资、采购招标、基层员工违规违纪等关键业务实施全流程电子化跟踪监督。

在检查阶段（Check），企业建立监督效能综合

评价机制，通过对比分析监督发现问题数量、整改完成时效等核心指标变化情况，评估监督工作实效。同时开展监督资源投入与产出分析，优化人力和技术资源配置方案。

处理阶段（Act）注重经验总结和方法创新，将实践中验证有效的监督方式纳入制度体系，针对新业态、新业务及时调整监督策略，并通过专题培训、实战演练等方式持续提升监督队伍专业能力。经过持续改进，企业构建起协同高效、智能精准的现代监督体系，监督工作规范性和有效性显著提升，为企业健康发展提供了有力保障。

## 2.4 自我提高

油品销售企业运用 PDCA 循环工具系统推进监督队伍能力提升工程，打造专业化监督人才队伍。在计划阶段（Plan），企业通过多维度评估全面诊断监督队伍现状，重点识别在法律法规运用、业务流程监督、信息技术应用等方面的能力短板。基于诊断结果，制定差异化培养方案，将监督岗位划分为基础、骨干、专家三个培养层级，明确各层级在专业素养、业务能力、创新思维等方面的具体要求。同步构建“理论+实践+创新”的立体化培训体系，编制《纪检监察工作手册》，开发涵盖廉洁风险防控、监督检查实务、案件调查技巧等专业课程，以及情景模拟、案例研讨等实战训练项目。在执行阶段（Do），企业创新实施“学用结合”的培养模式。

对新入职监督人员开展系统性岗前培训，通过业务轮岗熟悉关键业务流程；对业务骨干采取“导师带徒”的培养方式，由经验丰富的监督专家进行“一对一”指导；定期组织跨区域、跨业务的联合监督检查，在实战中提升综合能力。同时建立常态化学习机制，开设监督业务讲堂，组织典型案例研讨、规章制度解读，搭建在线学习平台实现资源共享。

在检查阶段（Check），企业建立科学的评估机制。通过定期组织专业能力测试和模拟办案考核，检验培训成效；建立监督人才成长档案，跟踪分析员工职业发展路径；开展培训效果评估，收集学员反馈意见。综合评估显示，监督队伍的专业素养和实战能力得到明显提升。

在处理阶段（Act），企业持续优化人才培养体系。根据评估结果动态调整培训内容和方式，增加前沿业务领域的专业课程；完善人才培养与职业发展衔接机制，将能力提升与岗位晋升有机结合；加强监督人才梯队建设，建立后备人才储备库。通过 PDCA 循环的持续改进，企业监督队伍的政治素养、专业能力和实战水平得到全面提升，为企业构建高效监督体系提供



了坚实的人才支撑。

### 3 构建基于 PDCA 循环的“四个监督”管理格局

#### 3.1 推动纵向贯通横向协调的监督模式

油品销售企业基于 PDCA 循环构建纵向贯通、横向协调的监督模式。计划阶段设计三级监督架构,明确省公司、地市公司、基层站点各级监督职责与权限。制定标准化监督流程,统一工作规范与数据口径。建立跨部门协作机制,明确业务、职能、监督部门的接口关系。执行阶段实施垂直管理,上级监督部门直接指导下级工作。建立重大事项联合监督机制,组建跨部门专项监督工作组。检查阶段评估纵向执行效率,分析指令传达与反馈时效。考核横向协作效果,评价信息共享与问题联处情况。处理阶段优化组织架构,调整职责划分。

完善信息共享机制,打通数据壁垒。修订协作流程,提升联合监督效能。通过持续改进形成上下联动、左右协同的立体化监督网络,实现监督资源最优配置。这种模式既保持系统内垂直管理的权威性,又发挥属地管理的灵活性,确保监督工作全覆盖、无死角。监督指令能够快速直达基层,监督信息可以及时反馈上级,形成良性互动循环。跨部门协作打破专业壁垒,实现监督资源整合与优势互补,提升整体监督效能。

#### 3.2 强化责任联动与措施协同

油品销售企业运用 PDCA 工具强化监督责任联动与措施协同。计划阶段建立责任清单制度,明确各部门、各岗位监督职责。设计责任衔接机制,确保监督链条不断档。制定措施协同方案,统筹各类监督行动。执行阶段实施网格化管理,将监督责任落实到具体人员。建立日常沟通机制,定期召开协调会议。开展联合监督检查,整合审计、纪检等专业力量。检查阶段评估责任落实情况,分析推诿扯皮现象。考核措施协同效果,评价资源整合程度。

处理阶段完善责任追究制度,强化问责力度。优化工作协调机制,提升配合默契度。通过持续改进构建责任明确、措施互补的监督体系,形成强大监督合力。业务部门的自我监督、职能部门的专业监督、监督部门的再监督环环相扣,实现监督效能倍增。各类监督措施相互配合、相互促进,避免重复检查与监督盲区。

#### 3.3 提升监督效能与促进治理功能

油品销售企业通过 PDCA 循环提升监督效能与治理水平。计划阶段建立监督效能评价体系,设置量化考核指标。设计治理功能提升路径,明确阶段性目标。执行阶段有效运用信息化手段,发挥大数据优势。实施精准监督,聚焦重点领域与关键环节。强化结果运

用,将监督发现问题整改情况纳入绩效考核。检查阶段全面评估监督工作成效,分析投入产出比。诊断企业管理短板,识别治理薄弱环节。处理阶段优化监督资源配置,调整工作重点。完善制度体系,堵塞管理漏洞。

通过持续改进实现监督效能与治理水平同步提升。监督工作从事后查处向事前预防转变,从合规检查向价值创造延伸。监督发现的问题及时转化为管理改进措施,形成良性治理循环。监督效能的提升促进企业规范运作,降低经营风险。治理功能的完善又为监督工作创造更好环境,提供制度保障。二者相互促进、相得益彰,共同推动企业管理水平不断提升。智慧监督系统的应用实现实时监控、自动预警,大幅提高监督效率。精准监督聚焦高风险领域,实现资源优化配置。

### 4 结语

综上所述,通过将 PDCA 管理工具与“四个自我”能力建设理念相结合,油品销售企业能够在监督管理方面取得显著成效。这种方法不仅有助于解决实际工作中遇到的各种问题,还能激发全体员工的积极性和创造性,促使他们主动参与到企业的改革与发展进程中去。未来,随着这套管理模式的不完善和推广,必将为企业带来更加广阔的发展空间和无限可能。在此过程中,重要的是要始终保持开放的心态,勇于接受新事物,敢于尝试新方法,这样才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。通过不断的自我审视和完善,企业能够逐步实现从量变到质变的飞跃,迈向更高的发展目标。

#### 参考文献:

- [1] 朱晶晶. 油品销售企业嵌入式廉洁风险防控及对策[J]. 当代石油石化, 2024, 32(10): 59-62.
- [2] 柴艳峰. 油品销售企业提升工程委托审计质量管理能力的探索[J]. 中国集体经济, 2024, (07): 74-77.
- [3] 樊玥, 孙萌. 某油品销售企业制度体系调整优化的探索与实践[J]. 石油库与加油站, 2023, 32(01): 41-44+53.
- [4] 杨婷, 漆俊邑. 新形势下系统构建油品销售企业“三不腐”长效机制路径探析[J]. 廉政瞭望, 2022, (15): 84-85.
- [5] 蒿禾雨, 景凤武. 有效调整加油站油品销售经营结构的办法[J]. 中国新技术新产品, 2013, (14): 163-164.
- [6] 林健. 油品直销分销经营管理存在的问题及对策[J]. 石油化工管理干部学院学报, 2012.
- [7] 杨杨. 油品销售企业工程项目的效能监察[J]. 石油库与加油站, 2017, 26(5): 3.