

公路工程施工管理的重点分析

刘德荣

(云南路港工程公司, 云南 昆明 650021)

摘要 随着我国公路的大规模建设, 施工结构及工序越来越复杂, 对其施工质量的要求也逐渐增高。本文分析公路工程施工中质量管理的重点, 从施工管理中存在的问题, 针对性地提出了一些提升质量管控和预防的措施, 做好施工前的准备工作, 建立完善的施工质量管理机制, 优化公路施工现场管理, 严格监管重点工序和重要部位质量, 以供参考。

关键字 公路 施工质量 管理重点 管控意识

中图分类号: F540.3

文献标识码: A

文章编号: 1007-0745(2021)05-0045-03

1 公路工程施工质量管理的重要意义

城市公路施工质量管理是整个工程项目, 能否顺利完成建设的重要环节, 其质量管理的好坏直接对各方面产生影响, 只有将施工各环节进行有效监管, 达到各资源的优化配置, 才能使施工达到最优的工作效率。在城市公路工程管理过程中, 涉及多个部门同时进行, 若能将各工种与技术进行高效配合, 完善企业质量责任管理体系, 创造良好的公路施工环境, 在市场竞争中占据优势, 确保公路施工进度顺利进行, 进而提升企业施工管理水平。因此, 在公路工程施工中, 加强施工全过程质量管理, 保证道路的路基路面结构稳固可靠, 推动公路工程施工顺利进行。

2 目前公路施工过程中质量管理存在的问题

2.1 施工质量管理体系建设不完善

我国公路工程在施工建造期间, 经常存在施工质量管理体系不够完善的问题, 管理方式缺乏科学、合理性, 大部分施工单位的管理制度只体现在表面, 在施工建造中落实不到位, 缺乏实效性。有的企业只注重单位的经济效益, 对于施工质量管理方面存在的问题, 也不能引起重视度, 比较缺少管理经验, 致使质量隐患得不到有效控制, 容易引起质量事故。在施工建造期间缺少切实有效的管理措施, 质量管理意识不够, 给施工带来不利影响。^[1]因此, 为了有效解决公路工程的施工质量问题, 必须对施工管理体系建设提起足够的重视。

2.2 施工人员专业性不足

大部分公路的施工人员是农民工, 文化水平不高, 有的也未经过专业培训, 缺少专业知识和专业技术。加之, 大部分公路建设在施工过程中, 往往采用不同交叉施工, 机械设备操作间隔时间短而且次数多, 露天施工、体力劳动大, 并且施工人员和机械设备相互配合作业, 一般经过长时间作业会使人筋疲力尽、注意力分散, 导致操作不当、失误的情况频发, 对公路施工管理有负面影响, 也对施工人员的人身安全带来一定威胁。

2.3 缺乏对施工材料的有效监管

在公路工程施工过程中, 施工材料质量的好坏直接影响施工质量。但是受到人为因素、施工工序、施工环境等

影响, 经常出现管理职责不明确、任务分工不具体和管理混乱等问题, 导致公路工程施工材料监管不到位, 直接影响公路工程的质量。甚至还存在材料的规格和型号不满足要求, 在进行材料运输过程中, 经常有破损现象发生, 给后期的施工带来很大的困扰。因此, 对公路工程施工材料和质量进行有效监管, 为后期的施工管理奠定基础。

2.4 施工质量管理落实不到位

在进行公路工程施工过程中, 许多单位施工前期未对现场情况进行正确预估, 也对施工过程的监督和管控环节未进行严格管控。还有, 未对相应人员进行定期的培训, 未安排专业人员对施工设备进行定期检查, 导致质量责任落实不到位, 无法有效避免质量问题的发生。另外, 要想保证公路施工质量, 也需依靠制度约束进行管理, 在公路工程施工建设过程中, 相关施工单位缺少相应的质量管理条例和制度, 有的虽然建立了规章制度, 但是落实情况不佳, 导致公路工程施工质量得不到保证。

3 加强公路工程施工管理的重点探究

3.1 做好施工前的准备工作

公路工程建设施工之前要做好前期准备工作, 可以有效降低不利因素的出现几率, 确保公路工程施工的顺利进行。公路工程在建设施工之前, 相关施工管理人员要深入施工路段展开现场勘察和检测, 针对施工现场的实际情况甄选相应的施工原料和设备。为了有效确保公路工程的施工质量, 购置的原料必须符合国家相关标准。还要对工程施工现场进行实地调查, 根据施工地段的地形和气候等外界因素, 认真筛选恰当的施工机械设备, 并做好设备的检查维修工作。

3.2 强化相关工作人员质量管控意识

公路工程施工是一项巨大的工程, 在施工期间要做好人员的管控工作, 防止因人为施工而引起施工质量问题。为此, 施工管理工作人员, 不仅要关注施工人员的工作效率, 更应该对施工质量进行重点关注。首先, 要强化施工人员的质量意识, 对上岗工作人员进行质量管控教育, 让他们充分意识到质量的重要性; 其次, 针对工程建造施工构建施工现场质量责任制度, 通过有效的质量施工教育培训, 提升施工人员的质量意识和专业技能; 最后, 构建完善的

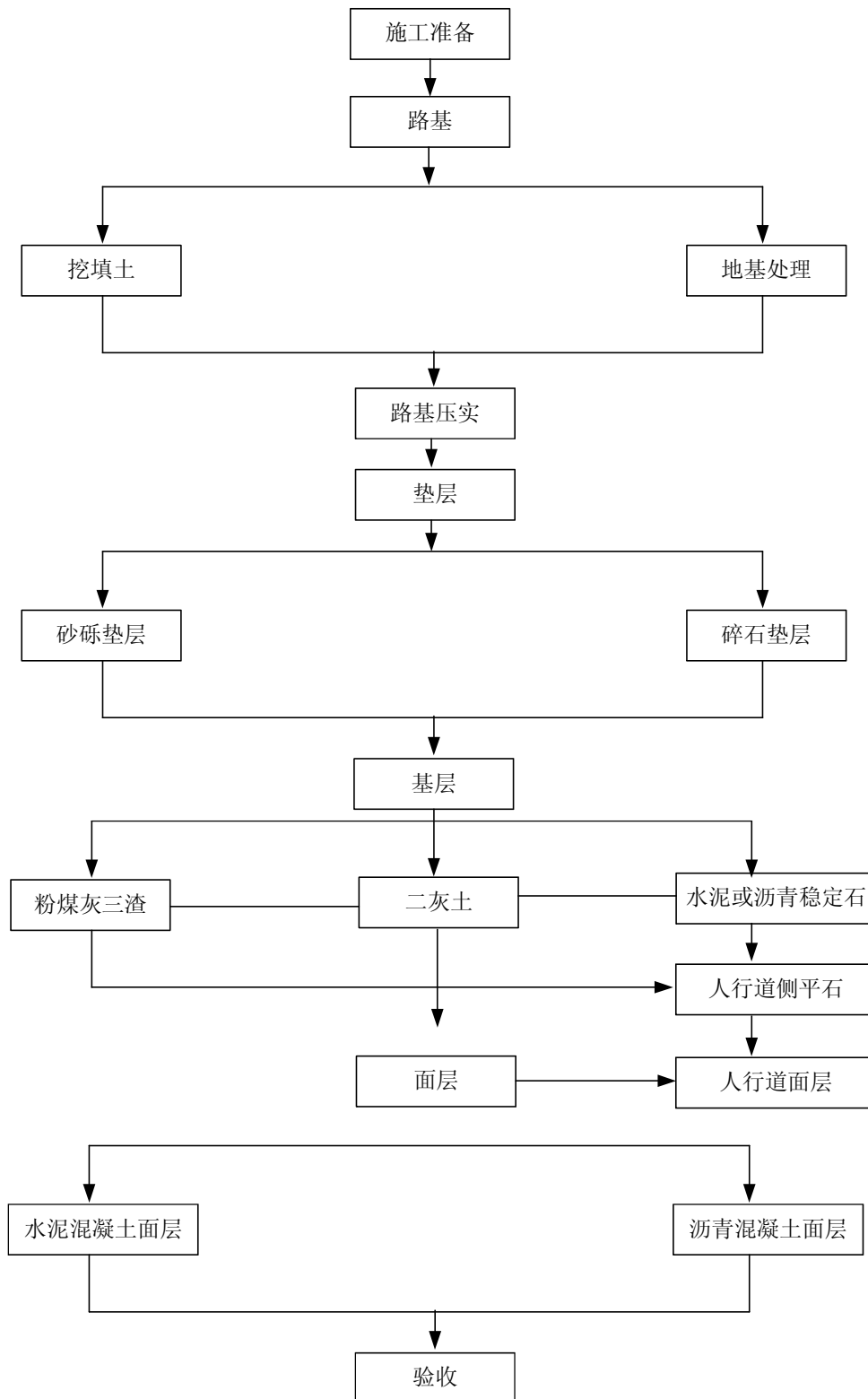


图 1 公路工程施工流程

现场管理制度，加大对各种施工的质量检查，对于违规人员进行处罚，并采取有效措施解决问题。

3.3 建立完善的施工质量管理机制

在公路工程施工过程中，要建立健全施工质量管理机制，有效应对各方面出现的突发状况，加强各部门有效沟

通和协调，实现资源的合理配置，并能及时解决突发问题。在公路工程施工过程中，不仅要全面建立质量规章制度，还要全面执行公路工程质量技术规范，加强检查监督，赋予每个施工人员质量意识。同时提升监督工作的质量，促使施工人员自觉的履行自己的岗位职责。此外，作为日常

管理的一部分, 必须保持对公路工程施工设备和工人的日常监督检查力度, 以确保公路工程施工质量。

3.4 严格控制公路施工用料的质量

在选用公路施工材料时, 其质量的好坏往往直接影响施工效果。为了有效监管公路工程施工用料的质量, 现场管理人员应将准备进场的材料进行填写记录, 另外需将其材质的证明和清单, 交予监管人员进行现场质量检查和核实后方可进场施工。另外, 对于清单中的材料要在工程完工后, 及时进行现场检查与评估, 以防以次充好, 若发现质量问题或施工缺陷, 要及时对产生原因进行深刻分析, 及时进行整改, 并将经验和教训进行总结归纳, 保证材料符合公路施工要求。

3.5 优化公路施工基础性管理工作

施工质量管理工作贯穿公路工程建设的每个工序, 特别是施工过程要严格遵循相关的规章制度, 确保施工秩序。但大部分施工单位, 对基础性工作不重视, 例如, 项目评估、工程测算等细节性工作, 这些对公路的整体质量至关重要。假如测算结果不准确, 会对施工单位带来巨大的经济损失。由此可见公路工程施工管理的基础性工作的重要性。详细的施工计划与施工质量的关系密切, 施工单位可以建立基础性工作管理部门, 针对工程建设施工的工作程序进行详细划分, 将细节工作作为重点, 进而提高公路建设的整体质量。

3.6 严格监管重点工序和重要部位质量

在公路施工重点工序和重要部位进行监管, 往往直接影响公路施工的整体效果。为了有效监管公路施工的质量,

首先应查验施工材料的质量, 应将准备进场材料进行核查并填写记录, 另外还需提供材质的证明和清单。其中, 混凝土的配比是施工质量中最为关键的参数, 应加强质量控制管理工作。其次, 在公路工程施工过程中, 确保施工工序的精准性。^[1]在不同的施工阶段, 应选用合理的施工技术和工艺来进行, 也应重点关注对施工流程的质量监管(见图1所示)。最后, 对于重要部位要在工程完工后, 及时进行现场检查与评估, 若发现质量问题或施工缺陷, 要及时对产生原因进行深刻分析, 及时监督进行整改。

4 结语

总而言之, 在公路工程施工中, 应对施工质量管理引起高度重视。目前, 针对在公路施工过程的质量管理中, 施工质量管理体系建设不完善、施工人员专业性不足、缺乏对施工材料和设备的有效监管、施工质量管理落实不到位等问题, 本文提出做好施工前的准备工作, 强化相关工作人员质量管控意识, 建立完善的施工质量管理机制, 严格控制公路施工用料的质量, 优化公路施工基础性管理工作, 并严格监管重点工序和重要部位质量, 切实保证城市公路工程施工质量。

参考文献:

- [1] 李涛, 高华睿. 公路工程管理中现场施工管理的应用分析[J]. 黑龙江交通科技, 2021, 44(05): 226-227.
- [2] 赵士元. 公路工程施工质量管理问题分析与对策[J]. 绿色环保建材, 2021(01): 105-106.

(上接第42页)

能够实现的产业是电子商务产业。这样的公司主要发布业绩广告, 因此对广告的消费群体转换率非常在意, 即消费群体在看到广告后是否即网上购买。程序化的购买能减少广告空间, 并通过算法确保更多的目标消费群体。但是对核心品牌如产品和服务等, 大数据对解决品牌建设问题没有帮助。

对于非电子商务产品, 无论是服装产品、耐用产品, 还是电子产品或服装产品, 最重要的任务就是与销售以外的消费者建立有意义的关系。这种关系源于对人类本性的最深刻的洞察力, 通过这种关系建立和开发我们所知道的品牌。大数据有助于更快、更准确地对反馈的群体做出改动, 但过去一般都是用抽样法研究消费群体反馈信息。根据随机选择和发布的原则查找消费群体, 并根据问卷调查获得数据。但在大数据时代, 消费者在网络上实时监测或跟踪产生的庞大的行动数据是成本低廉且行动高效的。

5 结语

大数据从一开始到现在一直是人们的热门话题。“大数据”这个词是由多个相关产业所发布的, 掌握了大数据的品牌, 似乎拥有了取胜的全部神奇武器。实际上, 许多搜索市场、视频互动和其他应用程序都希望能把这些信息

整合得更准确, 只有准确地掌握消费群体的信息才能让品牌得到进一步的改善和发展。当今品牌是否能跟上时代的发展速度, 这取决于在众多品牌中的生存能力。品牌者可以通过掌握有用的信息, 整合新的媒体技术, 逐步提升品牌形象, 重组品牌空间结构。今天的品牌设计既要改善和美化, 又要进一步注意品牌形象和价值的改善。通过继承品牌文化的责任和力量, 在消费群体心中传递的品牌文化内涵将静静地影响和改变着未来人们的生活。

参考文献:

- [1] 杨明刚. 创新品牌设计驱动转型升级[J]. 设计, 2017(21): 19.
- [2] 丁石宇, 李文静. 浅谈企业品牌市场模式的创新[J]. 时代金融, 2019(12): 32-33.
- [3] 张晴. 探析大数据形势下企业品牌管理创新[J]. 中国管理信息化, 2016, 19(12): 41-42.
- [4] 周晓, 高丽丽, 王媛. “互联网+”背景下区域品牌发展对策研究[J]. 现代(信息版), 2020(03): 45.
- [5] 鹿观. 品牌设计在大数据时代的文化远见[J]. 包装工程, 2016, 37(18): 57-61.
- [6] 周游. 大数据时代的品牌传播[N]. 吉林日报, 2017-11-10(10).