

学习专业知识、提升管理水平,我市商业服务业——

打造学习型企业渐成潮流

□本报记者 程菊梅 文/图

每天上午9点,在中州路与文化路交叉口的南阳业之峰装饰新址,南阳业之峰装饰的全体员工齐声诵读“致良知”总是吸引很多市民驻足;南阳蹦k娱乐连锁机构的内部大讲堂已经连续举办21期;每年永发餐饮集团总要花重金让集团高管外出封闭学习;世纪康园国际美容连锁机构的世纪康园培训学校每天都是激情澎湃着。记者采访发现,我市一些行业知名企业纷纷打造学习型企业,通过提高学习力,增强竞争力、增加凝聚力,全面提升企业的核心竞争力。



上班前晨读

内部大讲堂,让学习成为常态

为了打造学习型企业,南阳蹦k娱乐连锁机构的公司“蹦k内部大讲堂”,每月都邀请优秀的成功企业家、各领域的知名专家、各行业的风云人物等作为嘉宾讲师,用真人、真事、真感悟来启发、引导大家进行思考和学习。截至目前,已经举办了21期。

董事长刘铁栓认为,建立学习型企业,是为了让企业的所有员工能够“同频”、“同道”。“同频”就是让大家达到同一个频率,只有同一个频率才能产生共振、共鸣。例如员工同

读一本书、同上一堂课,大家就会有更多的共同语言、做事用的方法也会很接近,这样沟通顺畅,默契和谐。“同道”,就是让大家在同一个跑道上。通过一起学习,一起培训,自然会形成一样的梦想,共同的目标,然后就会在同一个跑道上,朝着同一个目标奔跑。

被称为美容业黑马的世纪康园美容国际连锁机构一直把学习当成提升企业竞争力的重要法宝。董事长陈英介绍,大健康行业是一个瞬息万变、分秒

必争的产业,需要领航人高瞻远瞩,与时俱进;同时经营一家企业,更重要的是打造学习型企业,学习是对企业对员工最大的保障和福利。

陈英认为:作为一个企业最大的风险是把没有经过正规培训的人员送到工作岗位。世纪康园集团把教育训练作为头等大事:一年十二期新员工基础班课程、一年四期高管班实训课程、一年两次团队凝聚力培训等一系列系统化培训……这些都为企业的发展奠定了坚实的基础。

掌门人带头,全员学习增实力

“圣人之道,可学而至”。每年,业之峰董事长李忠宇都要出去学习3到5次,他的学习勤奋和执着让公司员工都很感动。集团全员学习已成为业之峰的企业文化重要组成部分。特别是2017年以来,企业不惜重金派出多个设计师团队远赴日本、泰国及北上广深学习先进的空间艺术设计理念。

董事长李忠宇介绍:公司在制度上,树立了“公司是学校”这样的企业理念,倡导学习也是生产力。每年用于培训学习的费用上百万元,让员工不断充电,使自己的知识和思想始终保持在行业的前沿。学习分享,才能转

化为更大的成果。南阳业之峰无论是哪种学习,都要进行分享,通过取长补短,大家共同受益。

今年以来,南阳业之峰装饰借助致良知四合院推出的读本,每天学习中华文化和习近平“修身齐家治国平天下”的治国理政思想。通过学习,员工不断建设自己的心灵品质,提升自身的格局和境界。

我市知名餐饮集团永发餐饮,集团高管每年都要集体出去学习至少三次;路一川酒店全体员工到山东中成伟业学习餐饮4D管理模式后,全员上下奋战100天,打造了南阳4D标杆企业,赢得了广泛的社会好评。

“创新是一个民族的灵魂”。纳新餐饮董事长魏新纳告诉记者:“集团每年组织优秀员工到北京、济南、成都、西安、郑州等地学习先进管理经验及新优菜品。在公司内部,每周至少要组织学习两次,同时各实体店每天都有服务、风暴例会、消防人身食品安全等方面专业培训。”

记者同时了解到,纳新餐饮采用走出去、请进来的方法,和中成伟业、智卓等餐饮专业培训公司合作,定期组织参加学习培训;对省内外的餐饮企业比赛交流活动积极参与,以提升企业的竞争力,夯实企业文化。⑥

走进陨石馆 寻宝王府山



5月18日是第43个国际博物馆日,人民日报社《德孝中华周刊》小记者走进位于市王府山的河南省陨石科普基地,寻宝、问天、摘星,聆听陨石收藏家、文史学家、民俗专家讲述陨石的故事,度过了快乐的一天。当日,河南省陨石科普基地陨石邮局也正式投入使用。图为博物馆日活动现场。⑥

本报记者 张进朝 摄

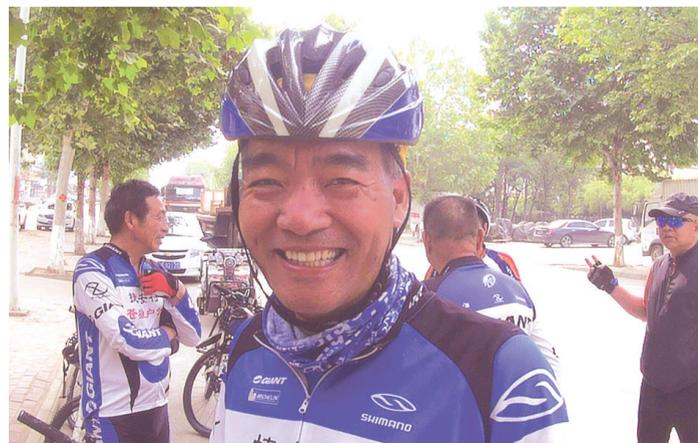
端午节临近 粽子已上市



距端午节还有半个月时间,但我市各大超市以端午为主题的粽子礼品专柜已经纷纷登场。记者走访发现,各种品牌的粽子摆在显眼的位置,今年粽子价格与去年相比差别不大,但品种、品类明显增多,南北口味兼顾,但仍以传统口味为主。同时个性化网红粽子也纷纷登场,时时博得顾客眼球。②

本报记者 赵春蓓 摄

骑行到乡间 快乐度周末



南阳有这样一群骑行发烧友,组织了一个名叫“苍狼”的十余户户外骑行队,每到周末便不约而同组织到一起,骑行到郊区去旅游。这是他们上周末骑行镇平太公湖的剪影。看,中途休息时的他们笑得多么甜。⑥

本报记者 赵明禄 摄