

2015年12月20日

逢周日出版

本期16版

第51期 总第1604期

上海出版 全国发行

上海汽车报



上海汽车报微信号
请扫描二维码关注

服务型党组织“晒服务”

► 专题报道详见 P5-P12

■ 评论

“服务”关键要让群众有获得感

本报记者 严瑶

2015年12月，语言文字期刊《咬文嚼字》发布2015年度“十大流行语”，“获得感”排名第一。“获得感”一词来源于习近平总书记中央全面深化改革领导小组第十次会议上的讲话，多用以指人民群众共享改革成果的幸福。“获得感”不仅是物质层面的，也是精神层面的；既有看得见的，也有看不见的。首先是要感受到改革带来的物质生活水平的提高。其次，在精神层面，要让每个人有梦想、有追求，同时活得更有尊严、更体面，

能够享受公平、公正的同等权利。

其实，“获得感”这个流行词所体现的是“服务型党组织”的根本任务。基层党组织必须真正把群众装在心里。要以求真务实的态度深入到群众中，了解他们的需求，诚心诚意办实事，真心实意做好事。这样的基层党组织，才是有生命力的，才能完成凝心聚力的根本任务。

“服务”二字，含义几多。员工满意度应该作为企业服务型党组织建设的重要抓手。上汽集团这两年通过“员工满意度调研”，加强检验“基层服务型党组织”建设情况。在日前召开的中共上海十届市委十次

全会上，上海市委书记韩正指出，“群众观点须臾不能忘记，要始终铭记于心。”对群众反映的问题、表达的诉求，要善于倾听、尽其所能地解决。

那么，各企业党组织对去年上汽集团满意度调研所反映的问题，改进了没有？怎么改进的？群众满意了吗？

因此，各企业要把那些为群众办的实事、办的好事，张贴出来、宣传出来。“晒”的目的不是为了自我表扬，而是为了进一步接受群众监督，并努力去了解群众对这些实事、好事是否认可，是否满意。

同时，“晒服务”的另一个目的，是把好的经验留下来，供大家分享和学习。比如，有的企业党组织搭建交流互助平台，帮助员工实现跨部门协作；有的企业把10%的办公区域打造成谷歌式的创新环境；还有的企业一对一结对关心外派人员，设立爱心妈咪小屋等。今年，上汽集团所属28家企业走访慰问员工5156人；21家企业通过1358个创新项目，开展企业创新课题研究等活动；上汽下属多家企业有近900人次通过双通道实现职级晋升；还有更多的企业利用新媒体平台了解员工需求，加强与员工的

沟通。他山之石，可以为“有心人”打开更多服务群众的思路。

根深则叶茂，本固则枝荣。今天的上汽正在倾力打造富有创新精神的世界著名汽车公司，只有多倾听员工心声，寓领导和管理于服务之中，不断强化服务意识，从管理者向服务者的角色转变，才能获得可持续发展的根本动力。



扫一扫，参与调研
你对“晒服务”有哪些想法和建议？
你的意见很重要

新闻 P2	声音 P4	职工 P16
巴黎气候变化大会背景下 上汽资产公司光伏建筑一体化 项目再次刷新吉尼斯纪录	“凭什么为你的产品埋单？” 创新者的秘密武器 ——倾听客户的声音	守了3个小时就为一张照片 听捷能公司迟春华 讲述她镜头下的那些故事