

青岛酒店管理职业技术学院学报

(季 刊)

编辑委员会

主 任 姜玉鹏

副主任 于 敏

委 员 (以姓氏笔划为序)

刁洪斌	于 敏	王 文	王 健	王昌玉	王建明
王桂云	刘 刚	刘 焱	刘迎华	刘雅莉	关宏远
孙月香	张 勇	国 锋	罗冬梅	金国强	赵 琪
姜玉鹏	宫恩龙	唐文君	董瑞虎		

青岛酒店管理职业技术学院学报

目 次

【旅游·酒店】

基于 FMEA 和 TRIZ 理论的酒店服务品质提升研究 蔡礼彬,刘 博(1)

基于网络文本内容分析的我国游客不文明行为研究 焦念涛,郑向敏,殷 杰(10)

基于职业能力模型的酒店员工培训体系研究 杨娟娟,张来阳(18)

“一带一路”战略下浙江旅游发展思考与对策 沈旭炜(25)

国内景区精细化营销管理研究初探 唐为亮(30)

文化驱动型民族旅游发展研究 陶 静(33)

【经济·管理】

新常态下我国消费驱动经济增长的研究 赵 蕾(37)

经济新常态背景下湖南省信息化与工业化“两化融合”发展策略研究

..... 彭文武,张亨溢,张 鹏,李玉竹,陈 政(42)

【教育·教学】

名人传记对大学生职业生涯教育的功效及其应用策略研究 赵云洁(46)

高职院校贫困学生就业指导对策探究 徐茂林(50)

传统精品课程转换为 MOOC 的研究 王海宾(52)

高职高专专业英语教学现状与策略探析

——以青岛酒店管理职业技术学院金融管理与实务专业为例 胡晓霞(56)

高职院校校企共建商科类生产性实训基地实践研究 赵颖慧,牛俊杰(59)

高职院校学籍管理参与者信息化素养培训浅谈 徐加,生力军(61)

高职院校学报编辑队伍职业化发展的途径与保障措施 叶燕兰(65)

【文化·艺术】

查莫斯的自然主义二元论

——大卫·查莫斯《有意识的心灵》解读 张秀峰(68)

Contents

Research on the Improvement of Hotel Service Quality Based on FMEA & TRIZ	CAI Libin, LIU Bo(1)
Research on Uncivilized Behaviors of Chinese Tourists Based on Web Texts	JIAO Niantao, ZHENG Xiangmin, YIN Jie(10)
Research on the Structure of Hotel Staff Training System Based on the Model of Vocational Ability	YANG Juanjuan, ZHANG Laiyang(18)
On the Reflection and Countermeasures of the Tourism Development in Zhejiang under the One Belt and One Road Strategy	SHEN Xuwei(25)
A Preliminary Study on the Refined Marketing Management in Domestic Scenic Areas	TANG Weiliang(30)
Research on the Development of Ethnic Tourism Driven By Culture	TAO Jing(33)
Researches on Consumption Drive Economic Growth under the New Normal	ZHAO Lei(37)
Research on the Countermeasures of the Integration of Information and Industrialization in Hunan Province under the Economic New Normal	PENG Wenwu, ZHANG Hengyi, ZHANG Peng, LI Yuzhu, CHEN Zheng(42)
The Effectiveness and Application Strategy Research of the Celebrities' Biographies on the College Students' Career Education	ZHAO Yunjie(46)
Research on Problems and Countermeasures of Employment Guidance of Poverty Students in Higher Vocational Colleges	XU Maolin(50)
Research on the Transformation of Traditional Elaborate Courses into MOOC	WANG Haibin(52)
A Study of Specialty English Teaching and Its Strategies in Higher Vocational Colleges —Taking the Programm of Financial Mangement and Practice in Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Mangement as an Example	HU Xiaoxia(56)
Practical Research on the Construction of Commercial Production Oriented Training Base in Higher Vocational Colleges	ZHAO Yinghui, NIU Junjie(59)
On the Informationalized Quality Training of the Participants in Enrollment Status Management in Higher Vocational Colleges	XU Jia, SHENG Lijun(61)
Ways and Supporting Measures for the Professional Development of Journal Editors in Higher Vocational Colleges	YE Yanlan(65)
Chalmers' Naturalistic Dualism —The Interpretation of <i>The Conscious Mind</i> by David Chalmers	ZHANG Xiufeng(68)

旅游·酒店

基于 FMEA 和 TRIZ 理论的酒店服务
品质提升研究*

蔡礼彬,刘 博

(中国海洋大学管理学院,山东 青岛 266100)

摘要:全面提升服务品质是提升酒店竞争力的重要路径。酒店服务主要包括独具特色的定位,符合其等级的酒店建筑和装潢,布局合理且便于到达的酒店服务设施和服务场所,以及洁净无尘、温度适宜的酒店环境和仪表仪容端庄大方的酒店员工,在满足宾客物质需求的同时又能够满足其精神享受的需要。除此之外,可靠度也是衡量酒店服务品质的一项关键指标,因此改善服务品质以维持酒店服务的高可靠度,是现阶段酒店竞争制胜的首要任务。失效模式与效应分析是一种可靠度测量模型,可以评估酒店服务品质可靠程度,并对品质失效防患于未然。本研究以青岛当地酒店顾客为调研对象,分析酒店潜在的服务失效因素,并依据各项服务品质的风险优先数值(RPN)排列改善项目的优先顺序,最后根据 TRIZ 理论,构建适用于酒店业的矛盾矩阵,进而提供优化酒店服务品质的建议。

关键词:可靠度;服务品质;失效模式;萃智;矛盾矩阵

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

一、引言

近些年我国酒店业发展迅速,酒店企业要想在激烈的竞争中站稳脚跟,打开局面,就必须努力提升服务品质,增强酒店的竞争力。学术界对于服务品质的研究始于 20 世纪 70 年代,Levitt(1972)、Juran(1974)、Sasser et al.(1978)等分别从服务提供者角度界定服务品质的内涵。后来 Parasuraman、Zeithaml 和 Berry(1985)研究发现服务会有缺口存在,并开发了 SERVQUAL 量表。Haywood Farmer(1988)基于 3P 模式测量服务品质,研究证实服务品质就是物质过程(Physical process)、专业判断(Professional judgement)和人际行为(People behavior)交互作用的结果。Cronroos(1994)提出服务品质是由技术质量和功能质量两方面构成,顾客感知服务品质不仅包括对服务结果的感知,同样包括对服务提供的方式的感知,并在此基础上率先提出了顾客感知服务品质的概念和综合感知服务质量模型。Yang(2003)、刘建新(2007)、周明(2010)、Chen(2012)、许传宏(2010)进一步提出了服务品质的控制与相应补救策略。

服务品质是酒店的核心环节,它是有形产品和无形产品质量的完美结合。Tsauro(2004)、朱峰等(2006)认为服务人员素质的提升是带动酒店服务品质改善的关键,即员工服务是酒店客人最为关注的服务品质要素。温碧燕(2010)认为,服务品质的提升应从功能品质和技术品质两个方面改善,前者主要是通过服务接触管理实现,后者则更多依赖于服务系统的改进。熊伟等(2012)运用网络评价法,通过中外高星级酒店对比发现,国内外顾客对于酒店服务品质的评价存在明显差异,主要集中在酒店硬件设备等硬性指标。酒店服务失效极大降低了顾客对于服务品质的评价。研究显示,服务失效必然导致顾客对服务品质感知的恶化。本研究针对酒店服务品质要素,分析各要素失效风险的大小,探析降低失效风险的路径。研究运用 FMEA 探索如何降低酒店各项服务品质要素失效风险,根据顾客对服务品质失效的严重度、发生率、难检度的评分计算 RPN 值,并根据该值对需要改善的服务品质进行排序。最后运用 TRIZ 理论构建矛盾矩阵,提出降低各项服务品质因素失效风险的措施,进而提供优化服务品质的建议。

* 收稿日期:2015-12-27

作者简介:蔡礼彬(1972-),男,河南潢川人,中国海洋大学管理学院副教授,博士,主要研究方向为旅游企业管理。

二、相关理论

(一)失效模式与效应分析

可靠度是指所提供服务能否满足顾客要求的功能指标,而失效模式与效应分析(Failure Modes and Effects Analysis, FMEA)则是利用顾客评估数据来进行服务品质的可靠度分析的模型,当构成酒店服务系统的零件或子系统发生故障时,可运用该模型解析出系统零件的安全性及所受影响。FMEA则最初用于军事科技研发当中,依据研究对象的可靠度分析出产品设计上的潜在故障,以及故障对于生产系统的影响,然后对各故障影响程度给予评估,从而根据可靠性及优先改善顺序提出优化措施。

FMEA是一种适用于许多工程领域的实用性问题解决方法,当前诸多电子制造服务商和汽车生产商都将FMEA运用到产品设计和生产过程之中。赵红等(2012)扩展了FMEA的应用领域,尝试探讨FMEA在实验室安全管理领域的应用。研究揭示FMEA在实验室这一具体领域中的安全控制和险源辨识风险评价方面的具体应用,并详细介绍了潜在失效模式与影响分析在实验室安全管理领域的应用方法。结合文献分析发现,国外企业非常重视FMEA的使用,并且在服务行业中取得良好效果。然而,国内企业尤其是酒店企业还未对FMEA给予重视,这也造成服务失效现象的频繁发生。因此,笔者也创造性的将FMEA模型运用于酒店行业中,探索优化酒店服务品质的途径。

(二)TRIZ理论

TRIZ理论是由前苏联发明家阿奇舒勒通过搜集资料、分析大量专利的创新过程和相关案例总结得出,该理论成功用于解决创新问题。TRIZ理论共归纳出39个参数以及40项创新原理,借此将一问题系统化,形成可行性的创造原理,以快速及高效的运作流程,解决困难度较高的产品制造业方面的问题。这套方法在以往多是运用于技术制造产业,解决创新性问题。Leon(2003)认为,该理论是建立在大量专利分析的基础上,通过对各产业技术进化规律的总结,研制出的一种解决技术矛盾的创新原理。它较为深入和系统的揭示了人类创新活动原理,为创新提供了坚实的方法论,是人类创新活动的催化剂,并且是具有突破性的理论成果。近些年来,TRIZ理论也渐渐在非技术领域崭露头角。例如,Mann and Domb(1999)在分析相关案例过程中,创造性的将40项原理应用到优化企业环境的研

究之中。TRIZ理论在服务业的应用最具有代表性的是,Zhang(2003)将TRIZ的40项原理成功整合到当前服务产品的创新之中,并根据顾客感知来修改原理论中的40项原则,创建了更适用于服务业的创新原则。在国内的相关研究中,蔡礼彬(2014)对2014世界园艺博览会服务的38项指标进行质量功能展开分析,并采用TRIZ理论化解矛盾。TRIZ是具有多种类、多层次、多层面的理论法则,该理论运用于企业是极其有效、并且有推动性的,可以预测管理方法衍生发展方向,对现有管理方法方式进行创新改进,将企业管理创新效率进一步提升。关于酒店服务品质的研究成果不多,本研究在探讨文献的基础上,整合FMEA模型和TRIZ理论,并综合酒店服务品质的各项指标,力争丰富酒店服务品质的研究框架。

三、研究设计

(一)研究思路

要想提升服务品质继而维持酒店服务系统的高可靠度,首先要准确掌握顾客对酒店服务品质失效的感知,再根据顾客感知设计必要的优化措施。本研究分为以下步骤:①在参考相关研究文献的基础上,于2014年10月上旬,对青岛几家酒店顾客采用随机访谈的方式以了解服务失效的原因,在此基础上罗列出50项可能诱发服务品质下跌的服务项目,根据这50个潜在服务失效指标设计调查量表,经过专家建议修订后编制成调查问卷,调研对象为青岛11家酒店中的顾客;②根据调查问卷中所得数据,分析顾客对服务品质失效风险的感知程度,并运用FMEA模型进行可靠度分析,构建酒店服务品质失效风险的评估模式;③根据TRIZ理论,针对上述分析结果提出优化酒店服务品质的建议。

(二)研究对象与问卷设计

本研究以青岛市酒店行业的顾客为调研对象,采用方便取样的原则,分别对青岛市当地的11家企业展开调查,其中包括1家五星级酒店、3家四星级酒店、3家三星级和4家经济型酒店。调查问卷包括两个部分,第一部分是顾客的基本信息,包括性别、年龄、受教育程度以及职业这四项指标;第二部分则为顾客酒店服务风险感知的评估,即调查酒店所有失效的服务项目对顾客的影响程度,主要依据顾客对各项服务失效的严重度、发生率、难检度的评估。

1. 严重度:依据服务失效的严重度赋分,严重程度最高为10分,严重度依序递减,严重度最低为1分。

2. 发生率:依据服务失效的发生率赋分,发生率最高为 10 分,发生率依序递减,发生率最低为 1 分。

3. 难检度:依据服务失效的难检度赋分,难检度最高为 10 分,难检度依序递减,难检度最低为 1 分。

然后根据调研结果,采用风险优先度指数(RPN)进行评估,将各项服务失效的严重度(S)、发生率(O)、难检度(D)所得平均数值相乘,即 $RPN = S \times O \times D$,RPN 数值最高的服务项目便是酒店服务失效风险最高者,酒店若想提高整体服务品质则必须优先改善这类服务项目。

调研过程共发放 400 份问卷,成功回收 374 份,成功回收率达到 0.935。剔除误答、漏答或明显带有规律性答案的问卷,共收回有效问卷 331 份,有效回收率达到 0.885。问卷第一部分统计结果显示,受访者中男性人数为 179 人,女性人数为 152 人;顾客年龄分布情况为:20 岁以下有 35 人,21~30 岁有 91 人,31~40 岁有 72 人,41~50 岁有 69 人,51 岁以上为 64 人;学历分布状况为:高中以下学历有 54 人,高中及大专学历有 153 人,大学及以上学历有 124 人;从顾客的职业来看,政府从业人员所占比重占最大,共达到 173 人,白领阶层以上的企业工作人员人数为 82 人。因其他顾客职业较为分散或是不情愿透露,为了不破坏顾客情绪以及保证调研的顺利进行,故不加以追问。

(三)信度与效度分析

基于 Parasuraman, Zeithaml 和 Berry 三位学者提出的服务品质的五个维度,即:有形性、可靠性、回应性、保证性、关怀性,对问卷中罗列出 50 项酒店服务品质失效项目进行因子分析和有效归类。本研究采用 SPSS19.0 软件衡量问卷的一致性。相关研究指定,Cronbach α 系数要在 0.5 以上才具备研究条件,0.7 以上表示具有较高信度。本研究中 5 个维度的 Cronbach 系数见表 1,衡量结果均在 0.8 以上,说明该问卷设计的指标,以及顾客的评价等方面都具有很高的信度。

表 1 服务品质要素各维度 Cronbach's α 系数

问卷内容	有形性	可靠性	反应性	保证性	关怀性
Cronbach's α 系数	0.820	0.899	0.814	0.806	0.911

在信度达标的基础上,本研究利用 SERVQUAL 的五维度进行验证性分析来检测问卷各个维度的建构效度,因子分析结果显示,KMO 值为 0.862,Bartlett 球形检验所得值为 11370.612,P 值为 0.00,结果表示问卷调研结果具备因子分析条件。在此基础上萃取特征值大于 1 的 5 个公共维度,除问卷中个别载荷量小于 0.5 的因子被剔除外,问卷中还剩 41 个因子能清晰的负荷在系统所提取的 5 个维度上,累积方差解释达到 69.337%,说明这 5 个维度能很好的解释样本方差,因子分析结果见表 2。

表 2 酒店服务品质因子分析结果

维度	衡量项目	因子载荷量	特征值	累积解释变量 (%)
有形性	Q1、酒店环境、食品出现隐患	0.741	8.343	66.372
	Q2、酒店设施出现故障	0.812		
	Q3、可供选择的饮食种类较少	0.579		
	Q4、酒店房间和公共厕所标识被损	0.549		
	Q5、酒店内音乐与氛围不符	0.745		
	Q6、客房隔音效果差	0.528		
	Q7、客房清扫服务不到位	0.671		
	Q8、酒店摆设陈旧不具特色,缺乏吸引力	0.824		
	Q9、酒店内手机信号等通讯不畅通	0.562		
	Q10、酒店内没有覆盖无线 Wifi	0.810		
	Q11、饮食供应上忽略特殊群体	0.807		
	Q12、走道间距较窄,不利于多位顾客同时出入	0.592		
	Q13、酒店员工仪表、服装欠整洁	0.772		
可靠性	Q14、酒店人员态度冷淡	0.769	6.388	54.719
	Q15、酒店人员服务效率较低	0.637		
	Q16、酒店费用相比提供服务让人感到性价比较低	0.626		
	Q17、缺乏独特的菜系和地方佳肴	0.556		
	Q18、服务人员行为违背顾客意愿	0.681		
	Q19、服务人员变通能力较差	0.714		
	Q20、酒店没有根据各年龄段顾客需要提供指定服务	0.725		
	Q21、在免开发票的基础上,酒店才会为顾客提供优惠政策	0.586		
	Q22、酒店所提供的服务与酒店宣传不相符	0.544		
	Q23、酒店服务热线时常占线,顾客需求得不到回应	0.617		

反 应 性	Q24、酒店员工因工作忙而疏于回应顾客	0.777	3.217	66.304
	Q25、服务人员不能迅速解决突发问题	0.559		
	Q26、酒店没有向顾客设置问题咨询处供顾客询问	0.613		
	Q27、酒店没有设置顾客意见反馈渠道	0.827		
	Q28、员工工作中与同事聊天,导致顾客的意见不能得到及时的反馈	0.690		
	Q29、酒店附近道路交通时常拥挤	0.540		
保 证 性	Q30、提供服务的员工不具备较高的专业素质	0.661	4.125	67.216
	Q31、酒店旺季时服务人员配备不足、运行低效	0.592		
	Q32、酒店服务人员情绪控制力较差、不具有良好心理素质	0.810		
	Q33、有时酒店布局规划不恰当	0.746		
	Q34、酒店安全防盗设施不完备	0.634		
	Q35、酒店内外通道表示含糊不清,迷惑顾客	0.557		
	Q36、酒店预订渠道失灵	0.837		
关 怀 性	Q37、遇到纠纷问题,首先考虑酒店利益,缺乏对顾客的尊重	0.671	2.064	69.337
	Q38、酒店可供的停车位较少	0.719		
	Q39、缺乏优惠政策	0.622		
	Q40、酒店缺乏创意和互动(邀请顾客参加酒店举行的抽奖活动)	0.541		
	Q41、缺乏对顾客的关怀(如向老顾客提供纪念品)	0.772		

(四)服务失效风险评估

风险顺序数是对某项服务要素的潜在风险性指数以及其危害程度的综合性评价指标,是服务品质可靠度分析的关键指标。该部分分析基于顾客调研问卷所得数据,依据顾客对各项服务要素认知的严重度、发生率、难检度的评分求平均值,最后计算41项要素的风险优先度指数(RPN),并对各服务要素统计结果进行整理,其中RPN_i为第i项服务品质失效项目的RPN值,然后依据该值确定优先改善顺序,统计结果见表3。依照RPN数值由大到小对于

服务品质失效项目进行改善顺序的排序,数值最大者为最需改善的服务项目,即可靠度最低。在这41项服务品质失效项目中,“旺季时期,酒店员工因工作忙而疏于回应顾客”、“酒店费用相比提供服务让人感到性价比较低”、“酒店服务人员情绪控制力较差、不具有良好心理素质”以及“酒店环境、食品卫生出现状况”位列风险评估排名的前四位,可靠程度最低,后文研究中也以这四项目为分析对象,利用TRIZ理论进行改善。

表3 服务品质失效项目评估统计表

维度	编号	衡量项目	严重度	发生率	难检度	风险优先度 指数(RPN)	改善顺序
有 形 性	Q1	酒店环境、食品出现隐患	7.6	7.0	6.5	345.8	4
	Q2	酒店设施出现故障	8.1	3.4	3.2	88.1	30
	Q3	可供选择的饮食种类较少	6.2	6.5	5.3	213.6	11
	Q4	酒店房间和公共厕所标识被损	7.4	4.2	6.5	202.0	14
	Q5	酒店内音乐与氛围不符	5.3	5.6	4.3	127.6	23
	Q6	酒店旺季,客房隔音效果差	8.9	4.2	7.4	276.6	8
	Q7	客房清扫服务不到位	8.0	4.5	3.1	111.6	26
	Q8	酒店摆设陈旧不具特色,缺乏吸引力	5.4	8.2	3.7	163.8	17
	Q9	酒店内手机信号等通讯不畅通	8.6	3.0	3.2	82.6	32
	Q10	酒店内没有覆盖无线Wifi	7.6	2.5	3.7	70.3	36
	Q11	饮食供应上忽略特殊群体(回民等)	8.4	4.7	3.9	154.0	18
	Q12	走道间距较窄,不利于多位顾客同时出入	8.2	4.6	3.4	128.2	22
	Q13	酒店员工仪表、服装欠整洁	7.1	3.2	2.9	65.9	38
可 靠 性	Q14	酒店人员态度冷淡	8.2	4.3	3.9	137.5	21
	Q15	酒店人员服务效率较低	8.9	6.0	3.4	181.6	15
	Q16	酒店费用相比提供服务让人感到性价比较低	9.1	6.2	7.5	423.2	2
	Q17	缺乏独特的菜系和地方佳肴	7.6	3.1	5.1	120.2	24
	Q18	服务人员行为违背顾客意愿	8.0	5.6	6.3	282.2	7
	Q19	服务人员应变能力较差	7.3	4.2	5.0	153.3	19
	Q20	酒店没有根据各年龄段顾客需要提供指定服务	8.3	3.1	4.5	115.8	25
	Q21	在免开发票的基础上,酒店才会为顾客提供优惠政策	8.3	5.9	6.8	333.0	5
	Q22	酒店所提供的服务与酒店宣传不相符	8.9	4.1	5.0	185.5	14
	Q23	酒店服务热线时常占线,顾客需求得不到回应	5.6	3.3	3.6	66.5	37

反 应 性	Q24	旺季时期,酒店员工因工作忙而疏于回应顾客	8.9	6.5	7.5	433.9	1
	Q25	服务人员不能迅速解决突发问题	8.2	3.7	3.1	94.1	29
	Q26	酒店没有向顾客设置问题咨询处供顾客询问	7.1	3.4	4.2	101.4	27
	Q27	酒店没有设置顾客意见反馈渠道	7.4	3.2	3.3	78.1	34
	Q28	员工工作中与同事聊天,导致顾客的意见不能得到及时的反馈	7.9	5.2	7.2	295.8	6
保 证 性	Q29	酒店附近道路交通时常拥挤	8.3	4.1	6.5	221.2	10
	Q30	提供服务的员工不具备较高的专业素质	8.0	3.6	6.1	175.7	16
	Q31	酒店旺季时服务人员配备不足、运行低效	8.2	5.4	3.2	141.7	20
	Q32	酒店服务人员情绪控制力较差、不具有良好心理素质	9.0	6.7	6.5	392.0	3
	Q33	有时酒店布局规划不恰当,分工不明确	7.0	3.1	3.3	76.0	35
	Q34	酒店安全防盗设施不完备	9.2	1.9	4.6	80.4	33
	Q35	酒店内外通道表示含糊不清,迷惑顾客	6.5	2.4	3.2	49.9	40
关 怀 性	Q36	酒店预订渠道失灵	7.3	6.7	4.3	210.3	12
	Q37	遇到纠纷问题,首先考虑酒店利益,缺乏对顾客的尊重	9.0	6.7	4.0	241.2	9
	Q38	酒店缺乏行李寄存、手机充电等配套服务	8.6	1.7	2.9	42.4	41
	Q39	缺乏优惠政策	6.5	5.0	3.0	97.5	28
	Q40	酒店缺乏创意和互动(邀请顾客参加酒店举行的抽奖活动)	4.1	4.5	3.5	64.6	39
	Q41	缺乏对顾客的关怀(如向老顾客提供纪念品)	4.6	6.0	3.0	82.8	31

(五) TRIZ 理论优化服务品质失效项目

FMEA 虽然可以明确指明需要改善的服务品质失效项目,但缺乏具体的问题解决工具,仅仅解决了“做什么”的问题,需要与其它问题解决型工具相结合,而 TRIZ 理论拥有丰富的创新方法及工具,具有强大的解决问题的能力。对于 TRIZ 矛盾矩阵的构建,首先要归纳出一系列酒店服务失效项目的技术参数,按照匹配关系将失效项目与 TRIZ 参数一一对应的的基础上构建矛盾矩阵,然后根据矩阵中恶

化参数和改善参数的矛盾冲突筛选出若干发明原理与方法,构成 TRIZ 的商业管理服务业领域冲突矩阵,若将该发明原理运用于服务业中,需要对其进行整合。众所周知,TRIZ 理论矛盾矩阵中的 39 个参数是用于解决工程矛盾问题中产生的,所以这 39 个参数是针对于工程技术领域矛盾中的属性,因此,本研究将 TRIZ 参数转换,并匹配出适用于酒店服务业的矛盾参数,然后通过专家意见一致性检验,而检验结果也显示构造无误,具体匹配结果参考表 4。

表 4 TRIZ 参数与服务失效项目对照表

参数序号	TRIZ 参数	服务品质矛盾参数	
		服务品质属性	参数对应服务失效项目
18	亮度	环境	Q1、酒店环境、食品出现隐患
18	亮度	环境	Q2、酒店设施出现故障
13	稳定性	明确性	Q3、可供选择的饮食种类较少
13	稳定性	明确性	Q4、酒店房间和公共厕所标识被损
27	可靠性	可靠性	Q5、酒店内音乐与氛围不符
35	适应性	适应性	Q6、酒店旺季,客房隔音效果差
18	亮度	环境	Q7、客房清扫服务不到位
29	制造精确度	准确性	Q8、酒店摆设陈旧不具特色,缺乏吸引力
13	稳定性	明确性	Q9、酒店内手机信号等通讯不畅通
32	可制造性	设施便利性	Q10、酒店内没有覆盖无线 Wifi
35	适应性	适应性	Q11、饮食供应上忽略特殊群体(回民等)
10	力量	供给能力	Q12、走道间距较窄,不利于多位顾客同时出入
18	亮度	环境	Q13、酒店员工仪表、服装欠整洁
17	温度	气氛	Q14、酒店人员态度冷淡
9	速度	回应效率	Q15、酒店人员服务效率较低
11	压力	单位投入量	Q16、酒店费用相比提供服务让人感到性价比较低
12	形状	形象	Q17、缺乏独特的菜系和地方佳肴
29	制造精确性	准确性	Q18、服务人员行为违背顾客意愿
14	强度	专业性	Q19、服务人员应变能力较差
10	力量	供给能力	Q20、酒店没有根据各年龄段顾客需要提供指定服务

27	可靠性	可靠性	Q21、在免开发票的基础上,酒店才会为顾客提供优惠政策
27	可靠性	可靠性	Q22、酒店所提供的服务与酒店宣传不相符
29	制造精确度	准确性	Q23、酒店服务热线时常占线,顾客需求得不到回应
10	力量	供给能力	Q24、旺季时期,酒店员工因工作忙而疏于回应顾客
9	速度	回应效率	Q25、服务人员不能迅速解决突发问题
33	操作方便性	方便性	Q26、酒店没有向顾客设置问题咨询处供顾客询问
33	操作方便性	方便性	Q27、酒店没有设置顾客意见反馈渠道
17	温度	气氛	Q28、员工工作中与同事聊天,导致顾客的意见不能得到及时的反馈
25	时间损失	耗费的时间	Q29、酒店附近道路交通时常拥挤
14	强度	专业性	Q30、提供服务的员工不具备较高的专业素质
23	物质损失	劳务成本	Q31、酒店旺季时服务人员配备不足、运行低效
14	强度	专业性	Q32、酒店服务人员情绪控制力较差、不具有良好心理素质
27	可靠性	可靠性	Q33、有时酒店布局规划不恰当,分工不明确
35	适应性	适应性	Q34、酒店安全防盗设施不完备
13	稳定性	明确性	Q35、酒店内外通道表示含糊不清,迷惑顾客
33	操作方便性	方便性	Q36、酒店预订渠道失灵
34	可修复性	服务补救能力	Q37、遇到纠纷问题,首先考虑酒店利益,缺乏对顾客的尊重
33	操作方便性	方便性	Q38、酒店缺乏行李寄存、手机充电等配套服务
17	温度	气氛	Q39、缺乏优惠政策
17	温度	气氛	Q40、酒店缺乏创意和互动(邀请顾客参加酒店举行的抽奖活动)
17	温度	气氛	Q41、缺乏对顾客的关怀(如向老顾客提供纪念品)

基于上述研究中所匹配出的酒店服务品质所对应的 TRIZ 参数的基础上,将原始 TRIZ 矛盾矩阵方格中的数字匹配到酒店行业之中,从而构建适用于酒店的矛盾矩阵寻找创新原则,见表 5、表 6。该矩阵横轴为恶化属性,纵轴为待改善属性,将 TRIZ 的创新原则所对应数值填入坐标轴交叉处。

表 5 TRIZ 酒店服务品质矛盾矩阵(一)

改善参数 \ 恶化参数	恶化参数							
	供给能力	单位投入量	专业性	适应性	可靠性	气氛	准确性	环境
10 供给能力	+	18,21,11	35,10,14,27	15,17,18,20	3,35,13,21	35,10,21	28,29,37,36	-
11 单位投入量	36,35,21	+	9,18,3,40	35	10,13,19,35	35,39,19,2	3,35	-
14 专业性	10,18,3,14	10,3,18,40	+	15,3,32	11,3	30,10,40	3,27	35,19
35 适应性	15,17,20	35,16	35,3,32,6	+	35,13,8,24	27,2,3,35	-	6,22,26,1
27 可靠性	8,28,10,3	10,24,35,19	11,28	13,35,8,24	+	3,35,10	11,32,1	11,32,13
17 气氛	35,10,3,21	35,39,19,2	10,30,22,40	2,18,27	19,35,3,10	+	24	32,30,21,16
29 准确性	28,19,34,36	3,35	3,27	-	11,32,1	19,26	+	3,32
18 环境	29,19,6	-	35,19	15,1,19	-	32,35,19	3,32	+
9 回应效率	13,28,15,19	6,18,38,40	8,3,26,14	15,10,26	11,35,27,28	28,30,36,2	10,28,32,25	10,13,19
12 形象	35,10,37,40	34,15,10,14	30,14,10,40	1,15,29	10,40,16	22,14,19,32	32,30,40	13,15,32
34 服务补救能力	1,11,10	13	1,11,2,9	7,1,4,16	11,10,1,16	4,10	25,10	15,1,13
33 方便性	28,13,35	2,32,12	32,40,3,28	15,34,1,16	17,27,8,40	26,27,13	1,32,35,23	17,17,24
23 劳务成本	14,15,18,40	3,36,37,10	35,28,31,40	15,10,2	10,29,39,35	21,36,39,31	35,10,24,31	1,6,13
32 设施便利性	35,12	35,19,1,37	1,3,10,32	2,13,15	-	27,26,18	-	28,24,27,1
25 耗费的时间	10,37,36,5	37,36,4	29,3,28,18	35,28	10,30,4	35,29,21,18	24,26,28,18	1,19,26,17

表 6 TRIZ 酒店服务品质矛盾矩阵(二)

恶化参数 \ 改善参数	回应效率	形象	服务补救能力	方便性	劳务成本	设施便利性	耗费的时间
供给能力	13,28,15,12	10,35,40,34	15,1,11	1,28,3,25	8,35,40,5	15,37,18,1	10,37,36
单位投入量	6,35,36	35,4,15,10	2	11	10,36,3,37	1,35,16	37,36,4
专业性	8,13,26,14	10,30,35,40	27,11,3	32,40,28,2	35,28,31,40	11,3,10,32	29,3,28,10
适应性	35,10,14	15,37,1,8	1,16,7,4	15,34,1,16	15,10,2,13	1,13,31	35,28
可靠性	21,35,11,28	35,1,16,11	1,11	27,17,40	10,35,29,39	—	10,30,4
气氛	2,28,36,30	14,22,19,32	4,10,16	26,27	21,36,29,31	26,27	35,28,21,18
准确性	10,28,32	32,30,40	25,10	1,32,35,23	35,31,10,24	—	32,26,28,18
环境	10,13,19	32,30	15,17,13,16	28,26,19	13,1	19,35,28,26	19,1,26,17
回应效率	+	35,15,18,34	34,2,28,27	32,28,13,12	10,13,28,38	35,13,8,1	—
形象	35,15,34,18	+	2,13,1	32,15,26	35,29,3,5	1,32,17,28	14,10,34,17
服务补救能力	34,9	1,13,2,4	+	1,12,26,15	2,35,34,27	1,15,11,10	32,1,10,25
方便性	18,13,34	15,34,29,28	12,26,1,32	+	28,32,2,24	2,5,12	4,28,10,34
劳务成本	10,13,28,38	29,35,3,5	2,35,34,27	32,28,2,24	+	15,34,33	15,18,35,10
设施便利性	35,13,8,1	1,28,13,27	35,1,11,9	2,5,13,16	15,34,33	+	35,28,34,4
耗费的时间	—	4,10,34,17	32,1,10	4,28,10,34	35,18,10,39	35,28,34,4	+

TRIZ 理论的精髓在于完美解决服务失效问题的同时,不损害其它服务项目。因此,研究根据表 5、表 6 服务失效项目所对应的 TRIZ 参数找到创新原则,并在创新原则的指引下,将服务失效项目的参数代入矛盾矩阵中进行分析,并制定针对性的优化措施用于解决服务失效问题,降低服务失效风险,进而提升酒店服务品质。矛盾矩阵格中 TRIZ 创新原则虽有重复,但改善措施因题而异,是在创新原则的引导下具体问题具体分析产生的。FMEA 模型分析中,“旺季时期,酒店员工因工作忙而疏于回应顾客”、“酒店费用相比提供服务让人感到性价比较低”、“酒店服务人员情绪控制力较差、不具有良好心理素质”以及“酒店环境、食品出现隐患”位列风险评估排名的前四位,可靠性较差,研究针对这四项服务失效利用 TRIZ 原则给予改善。

1. 旺季时期,酒店员工因工作忙而疏于回应顾客(供给能力)

酒店旺季时期,客流量增加的同时,也同样加剧了服务人员的工作量,员工因为忙碌而忽略了顾客的需要致使顾客满意度的下跌,从而对酒店留下较差的印象。对于这类服务失效的解决,酒店往往会在旺季时期增加工作人手,或是采取某些激励措施来提升员工的工作热情,但这种背景下,往往会导致酒店预算开支的加大,如果酒店旺季期较短,则会造成酒店人力、物质资源的浪费。这种情况下,待改善参数为“供给攻击能力”,避免恶化参数为“劳务成本”。可以依据 TRIZ 矛盾矩阵中的创新原则给予

改善措施:

(1)为了避免酒店巨额营销预算,新兴酒店可以通过与其他酒店结盟来赢得市场和员工的快速认同。(原则 8)

(2)酒店可以根据顾客对于服务人员的印象和评价给予激励,对于工作绩效好、顾客评价高的员工给予晋升或加薪等奖励方式。(原则 35)

(3)对于员工的工作给予更多的肯定和鼓励,将物质激励和精神激励有机的结合起来,最大程度的调动员工的积极性。(原则 40)

(4)定期对员工进行岗位调换,并展开岗位指导培训,把员工培养成为多面手,在旺季时期可将工作量较小的部门人员调动到工作繁忙的部门给予支援。(原则 5)

2. 酒店费用相比提供服务让人感到性价比较低(单位投入量)

在酒店的选择上,顾客往往会兼顾服务品质和性价比,如若顾客对酒店所提供服务品质的感知低于其支付的费用价值,这种情况下便会导致顾客满意度的下跌,这也是造成酒店顾客流失的重要原因之一。对于这类服务失效的改善,酒店一般不会采取降低服务价格的方式,而是通过进一步提升服务品质来弥补顾客的心理落差。酒店为提高顾客对于本店所提供服务的满意度,实现顾客对酒店良好印象以及忠诚度的提升,酒店管理者往往会要求员工提高工作热情和工作积极性,甚至不惜以员工加班为代价也要将某项服务做到极致。因此,这些现

象一旦发生便会导致员工职业倦怠的发生,甚至是员工破坏行为,造成员工心理扭曲和工作效率的下跌。这种情况下,待改善参数为“单位投入量”,避免恶化参数为“专业性”。针对这类问题依据以下原则解决:

(1)酒店在员工招聘时要告知员工企业的各项准则包括惩罚项目等,事先给员工打好“预防针”,给予员工足够的警告以避免工作中出现职业倦怠现象,将员工负面行为扼杀在萌芽之中,继而防止因员工原因导致顾客满意度下跌。(原则9)

(2)酒店针对旺淡季员工的工作量,制定不一样的薪酬标准。(原则18)

(3)酒店服务产品应当根据顾客需要定制,如酒店根据各年龄段顾客提供指定服务等,这样可以使顾客感觉到酒店的诚意和用心,进而增加顾客对于酒店服务品质的满意度。(原则3)

(4)将酒店某些服务与其它服务有机的整合在一起,这样可以增加酒店服务项目的多样性,增加新鲜感,如向老顾客提供纪念品等。(原则40)

3. 酒店服务人员情绪控制力较差、不具有良好心理素质(专业性)

酒店员工的情绪直接影响到顾客对于服务品质的感知,关系到酒店的生存与今后发展,员工情绪是否得到有效管理现已提升到酒店工作的重要议事日程当中。员工是企业的内部顾客,员工作为企业在市场的核心竞争力,不仅关系到企业现阶段的生存,也关系到企业长期发展战略。员工素质的提升具有无形价值,是赢得顾客满意度的重要保证。然而,不是所有员工的价值观都与组织价值观相吻合的,酒店企业需要对员工进行培训,甚至采取某种激励措施来提升员工的自身素质和价值观念,这势必会造成酒店费用的增加。这种情况下,待改善参数为“专业性”,避免恶化参数为“劳务成本”,可以采取的原则如下:

(1)加强企业组织氛围建设,注重领导艺术,改变领导方式,加强内部有效沟通,形成良好的工作环境,塑造“以人为本”的企业氛围,营造轻松和谐的工作环境。(原则35)

(2)简化员工工作流程,如充分利用网络优势,完善电子商务功能,在方便顾客的同时,极大压缩了服务人员的工作量。(原则28)

(3)通过综合培训等方式培养把员工打造成“多面手”类型的人才。(原则31)

(4)酒店在运用奖罚分明政策的同时,应采取

“以奖为主,以惩为辅”的方法,酒店着实从员工的根本利益出发,保障员工的各项权益。在加强员工的维权意识的同时,探索维权新方式,更好地促进企业人员劳务关系的稳定,以积极的态度引导员工维权意识的提升,帮助他们提高自身权益的维护能力。(原则40)

4. 酒店环境、食品出现隐患(环境)

环境和食品供应是顾客评价酒店最为重要的指标,甚至是酒店在市场经营中的命脉,酒店是顾客导向性企业,顾客对于酒店环境和食品等要素服务品质满意度的高低将直接决定酒店生存发展,因此,如若在这项指标中出现隐患,势必会造成顾客流失。酒店若要处理好这项风险,必然要加大对于酒店环境和食品的监督力度,提高了员工工作的密集程度。在这种背景下,待改善参数为“环境”,避免恶化参数为“回应效率”。针对这类问题依据以下原则解决:

(1)定期的对酒店环境、设施以及食品进行安全隐患的测试,让服务失效体验对象由顾客转换为酒店测试人员。(原则10)

(2)提升酒店内外的监控能力,对于顾客损坏设施或故意破坏酒店良好环境的行为给予记录和惩罚。同时提高对于员工的监控,避免员工因为上级批评或其他因素导致负面情绪,继而诱发破坏行为。(原则13)

(3)定期搜集顾客对酒店环境和食品等服务要素满意度的回馈意见,以及对于服务人员的评价等指标,可以帮助酒店指定下一步的改善方案。(原则19)

四、研究启示与局限性

本研究以青岛酒店作为调研对象,借助失效模式与效应分析(FMEA)针对酒店中各项服务要素进行可靠度分析,探索各项服务指标的失效风险,并按照服务品质的风险优先数值排列顺序运用制定改善计划,在这个过程中,将TRIZ理论深入到研究之中,通过构建矛盾矩阵并比较TRIZ创新原则,在专家建议的基础上,针对服务失效排名前四的项目拟定改善建议以供酒店参考。

研究显示,FMEA模型能够细致的评估酒店服务所存在的失效风险,并有效的探知顾客对于酒店服务品质的感知,对顾客需求有着很好的预测效果,对于酒店服务的可靠度的优化起到重要的作用,该模型能更好的把握改善要点,分清服务失效缓急。而TRIZ理论的应用,则对弥补服务失效风险,服务品质的提升极为有效,本研究采用TRIZ理论的各

种创新原则,针对酒店萃取出的服务失效项目制定优化措施。本研究也较为系统对我国酒店企业的发展以及服务要素的失效风险进行探知,同时也拓展了FMEA模型和TRIZ理论的研究范畴。研究也证实,FMEA与TRIZ理论的结合对于服务品质的优化的确是一种有效工具,在兼顾客户需求的同时,最大程度的弥补了服务失效,并化解优化过程中服务要素之间的冲突,避免因最求某一指标的优化而损害了其他指标的优势,或造成其他服务项目的恶化。

就研究局限性而言,由于受时间、物质因素的影响,研究集中调查顾客当前阶段对酒店服务品质的感知和评价。然而顾客可能受酒店以外其他因素的影响,导致顾客情绪变动,进而影响对酒店服务品质的感知。因此,研究是一个阶段性的静态研究,采用横断数据,这样的研究结果就有可能存在同源偏差的问题和归因偏见。研究问卷的设计,以及衡量指标需要在后续研究中进一步补充和完善,问卷模型中各变量间的因果关系也有待纵向数据的验证。笔者也会在未来研究中,就这一问题的发展和变化进行持续性调研。另外,FMEA以及TRIZ理论在服务业的应用和研究尚处于初级阶段,本研究可供借鉴的文献以及研究成果非常有限。因此,本研究结论还需要在实践中继续进行检验,并通过以后的相关研究加以完善。

参考文献:

- [1] Levitt. Production-line approach to service[J]. Harvard Business Review, 1998(4): 41-52.
- [2] Juran, J. M, Gryna and R. S. Brighman Quality Control Handbook[M]. New York: McGraw-Hill. 1974.
- [3] Sasser, R, Olsen, P., and Wyckoff, D. D. Management of Service Operations [M]. Boston: Allyn and Bacon, 1978.
- [4] Parasuraman, A., Zeithaml, V. a. and Berry, L. LA. Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research[J]. Journal of Marketing, 1985(4):41-50.
- [5] Haywood-Farmer, J. A Conceptual Model of Service Quality[J]. International Journal of Operations & Production Management, 1988(6): 9-29.
- [6] Storbacka K., T. Stranddvik & C. Gronroos, Management Customer Relationships for Profit: The Dynamics of Relationship Quality[J]. International Journal of Service Industry Management, 1994(6): 21-38.
- [7] Yang C C. Establishment and applications of the integrated model of service quality measurement[J]. Management service quality, 2003(4): 310-324.
- [8] 刘建新,陈雪阳. 顾客服务质量缺口的形成机理与补救策略[J]. 经济问题探索, 2007(5):120-125.
- [9] 周明. 服务营销[M]. 北京:高等教育出版社, 2009.
- [10] Yu-Fen Chen, Huai-en Mo. Attendees' perspectives on the service quality of an exhibition organizer: A case study of a tourism exhibition[J]. Tourism Management Perspectives, 2012(1): 28-33.
- [11] 许传宏. 会展的学科定位问题探讨[J]. 教育与职业, 2010(3):108-109.
- [12] Sheng-Hshiang Tsaur, Y. -C. Yi-Chun Lin. Promoting service quality in tourist hotels: the role of HRM practices and service behavior[J]. Tourism Management, 2004(4):471-481.
- [13] 朱峰,吕镇. 国内游客对饭店服务质量评论的文本分析——以e龙网网友评论为例[J]. 旅游学刊, 2006(5):86-90.
- [14] 温碧燕. 服务质量管理[M]. 广州:暨南大学出版社, 2010.
- [15] 熊伟,高阳,吴必虎. 中外国际高星级连锁酒店服务质量对比研究——基于网络评价的内容分析[J]. 经济地理, 2012(2):160-165.
- [16] O'Dell S W, Wilson. Optimal real-time control strategies for rail transit operations during disruptions [M]. Computer-Aided Scheduling, Springer-Verlag, 1999.
- [17] 王绍印. 故障模式和影响分析(FMEA)[M]. 广州:中山大学出版社, 2003.
- [18] 赵红,乔英杰. FMEA在实验室安全管理领域的应用[J]. 实验室研究与探索, 2012(10):446-448.
- [19] Leon, N. Putting TRIZ into production design[J]. Design Management Journal. 2003(14):58-64.
- [20] Mann, D., E. Domb. 40 Inventive(Business)Principles With Examples[J]. TRIZ Journal, 1999(9):1-16.
- [21] Zhang J, Tan K C, Chai K H. 40 Inventive Principles with Applications in Service Operations Management[J]. The TRIZ Journal, 2003(9):1-16.
- [22] 蔡礼彬. SSME背景下的会展服务创新研究[J]. 经济管理, 2012(10):105-116.
- [23] 赵玲,贺小海,陈晓慧. 我国科技型小微企业成长性评价体系研究[J]. 科技和产业, 2014(1):73-79.
- [24] 杨波. 基于TRIZ的科技型小微企业管理创新研究[J]. 科研管理, 2014(8):93-100.
- [25] 文竹,文宗川. 基于现代萃智理论的科技型小微企业金融支持方法研究[J]. 中国科技论坛, 2014(9):111-114.

(下转第32页)

基于网络文本内容分析的我国游客不文明行为研究*

焦念涛^{1,2}, 郑向敏¹, 殷杰¹

(1. 华侨大学旅游学院, 福建泉州 362021; 2. 青岛酒店管理职业技术学院, 山东青岛 266100)

摘要: 旅游文明程度是衡量人类社会发展水平和旅游业发展水平的重要标志之一。游客的不文明行为不仅会引发他人的不满和反感, 给自己带来麻烦, 还会损害国家和民族的形象, 不坚决遏制旅游不文明行为, 将直接影响旅游强国目标的实现。研究通过对网络文本中的旅游不文明行为进行归类整理频次分析, 明确游客不文明行为的类型和特征, 并从个体、社会环境、法律法规建设、宣传、教育、目的地环境因素等方面进行深入剖析, 寻找不文明行为产生的原因, 进而提出了引导游客文明旅游行为养成的对策, 以期达到旅游传播文明、交流文化、增进友谊的桥梁作用, 提升旅游的整体形象和发展水平。

关键词: 不文明行为; 旅游; 特征; 法律; 道德

中图分类号: F590 **文献标识码:** A

一、引言

随着国民经济的快速发展和国民收入的不断提高, 以及黄金周的实施和带薪休假逐步落实, 出行交通工具的便利性不断提高, 特别是高铁线路网的覆盖, 让国民出行更加方便, 我国居民出行人数急剧增加。根据国家旅游局统计数据, 2015年我国国内旅游达到40亿人次, 出境旅游1.2亿人次, 全年旅游总收入4万亿元。中国国内旅游、出境旅游人次和国内旅游消费、境外旅游消费均列世界第一。无论是出境旅游还是国内旅游, 旅游人数、产业规模和旅游收入都在大踏步前进。旅游业在国民经济发展中起着战略支柱性作用, 在经济文化交流中, 起着重要的桥梁和纽带作用。习近平总书记强调: “旅游是传播文明、交流文化、增进友谊的桥梁, 是人民生活水平提高的一个重要指标。”对旅游的作用, 特别是对文明旅游的良好作用给予了充分的肯定。

然而, 随着旅游业的蓬勃发展, 人们参与旅游活动的次数增多, 在这个过程中人们增长了见识、提升了文明素养。但是旅游活动中的不文明行为的数量和负面影响也迅速增多, 被很多人打上了“中国式旅游”的标签, 概括为: 扎堆出游、注重形式、疯狂购物、不文明行为。在旅游活动中, 一些游客不注重礼仪、违背地方风俗、不讲卫生、不遵守秩序、公共场所大声喧哗、乱涂乱画珍贵文物、古建筑等不文明行为时

有发生, 这些行为严重损害了国家和民族形象、中国旅游的形象和国家的软实力。总体来看, 游客不文明行为负面影响大, 社会和媒体关注度高, 在一些时空维度上已经严重影响旅游者的出游体验, 成为国家法治文明建设、社会文明进步、旅游行业发展、公共秩序提升的一个重要研究课题。

针对这些不文明旅游现象和行为, 国家先后出台了一系列政策进行规范市场、提倡文明出游。2013年颁布实施的《中华人民共和国旅游法》倡导遵守文明礼仪规范, 提出“旅游者在旅游活动中应当遵守社会公共秩序和社会公德, 尊重当地的风俗习惯、文化传统和宗教信仰, 爱护旅游资源, 保护生态环境, 遵守旅游文明行为规范”, 规定导游和领队要引导游客文明旅游, 劝阻旅游者违反社会公德的行为; 2014年, 国务院《关于促进旅游业改革发展的若干意见》中明确指出旅游者要文明消费; 2014年, 中央文明委发布《关于进一步加强文明旅游工作的意见》, 从责任感、出境旅游教育、境内文明旅游工作、从业人员培训、舆论和社会环境营造、行业监管和组织领导等方面对文明旅游工作初步提出了系统性指导意见; 2015年《国家旅游局关于进一步加强旅游行业文明旅游工作的指导意见》明确了文明旅游的使命感和紧迫感, 提出了文明旅游工作的常态化、机制化的意见, 并提出四个重点引导, 即重点人群、重点区域、重点环节和重点时段的引导; 2015年1月,

* 收稿日期: 2016-03-12

作者简介: 焦念涛(1982-), 男, 山东莱芜人, 华侨大学博士研究生, 青岛酒店管理职业技术学院副教授, 主要研究方向为旅游行为与心理、旅游教育、旅游安全。

国家旅游局李金早局长提出的“515 战略”中,将文明旅游放在 5 大发展目标的首位。2015 年 4 月,《国家旅游局关于游客不文明行为记录管理暂行办法》的颁布实施,建立了不文明旅游行为档案,截至 2016 年 2 月份,共有 16 项不文明旅游行为被曝光并列入游客不文明记录,起到了一定约束和警示作用。很多学者也给予了一定关注,旅游中的“道德感弱化”比较普遍,旅游伦理的建设迫在眉睫,虽然有了一系列的政策法规,政府主管部门、旅行社、景区和导游仍旧不能够尽到管理和服务的责任。虽然不文明旅游行为已经受到政府部门和社会媒体的高度重视,采取的措施有一定作用,但是从网络媒体的报道来看,游客不文明行为仍旧普遍存在,效果不够显著,文明旅游建设工作仍然任重道远。因此,研究游客不文明行为的类型、特征和影响因素,对当前社会文明建设和旅游业发展具有非常重要的现实意义。

二、研究现状

近年来,不管在国内还是在海外,国人的不文明旅游行为着实对快速发展的旅游业和不断提升的国际形象带来了一定的负面影响,当然这其中也不乏一些刻板印象、夸大性的解读和国人文化的不自信。文明一词的对立面是野蛮而非不文明,不文明是文明的一个层次,只是属于文明的低层次。要想根除不文明行为要从行为主体上寻找原因,从行为养成和发生的整体环境等方面去探索一些解决措施。互联网的广泛应用和网络媒体的迅速发展,政府旅游部门和各主流媒体的大量网络信息,为开展相关研究提供了必要的客观信息资料。

采用网络文本进行目的地形象感知、旅游体验、游客需求、行为特征分析的研究陆续增多,但是这些研究大多数都是从旅游者的感受角度开展的,而从客观的角度进行相关研究较少,特别是从客观角度对不文明旅游行为的研究更少。已有的研究水平参差不齐,大多数都是停留在研究者经验性分析和归纳的思辨层次,权威性和严谨性还待商榷。当前,对游客不文明行为尚没有较为权威的界定,普遍存在道德和法规两个层面的思考,有的学者认为不文明旅游行为就是指不道德旅游行为,有的专家学者认为凡是不符合旅游相关条文规定的行为即为不文明行为。陈波认为不文明旅游行为处于法规和道德之间,是游客对当地旅游资源、环境、居民造成不良影响的破坏行为。李萌、何春萍认为不文明旅游行为是指游客在旅游景区、景点游览过程中所有可能有损景区(点)环境和景观质量的行为。《国家旅游局关于游客不文明行为记录管理暂行办法》中的“游客

不文明行为”是指游客在旅游活动中因违反法律、法规及公序良俗等受到行政处罚、法院判决承担法律责任,或造成严重社会不良影响的行为。现实中有许多行为没有在该办法中界定,但仍然属于游客不文明行为,因此,对不文明行为的界定比国家旅游局在该办法中的界定要宽泛。孟丽娟从认知水平角度分析,认为游客不文明行为包括无知型、知而未做、知而不做三种类型。李涛、陈芸基于互联网的案例整理分析,提出了独立式不文明行为和互动式不文明行为。陈波认为游客不文明行为存在导致原因的复杂性和在时空、人群上的普遍性两个特征。何晓琳认为,不文明行为受游客的心理原因和社会原因所导致,进而提出宣传、教育、引导和经济处罚等措施。陈波从公德心和文明修养不健全、道德心弱化、环保意识淡薄等方面进行了原因分析。刘晓琴从旅游教育、引导和一些奖惩措施方面寻求原因。柯罗妮娜从法治建设角度对立法、处罚措施、执法等方面进行探究,提出了景区问责制、门票实名制和旅游信用系统的措施。柯罗妮娜认为,游客不文明行为对环境卫生、资源、人力财力、人际关系以及旅游行业的发展都有着巨大的负面影响。邓道玉对比西方国家的一些做法,认为现代文明和法治理念的核心是享有个人自由应该以不妨害他人的自由为前提。其实,游客的很多不文明行为只是其日常生活中的不文明行为在旅游中的一个体现。杨国兰提出,游客不文明行为是无意识惯性行为延续。著名的环境社会学家迈克尔·贝尔提出的“环境行为边缘化”“文明行为边缘化”,人们知道不文明行为是不对的,但有很多其他问题要考虑,而常常会忘记和忽视不文明行为的问题。

在研究方法方面,现有的以网络文本信息为数据依据的研究中,大多是以“微博、博客、攻略、游记、点评”等游客视角的信息来研究旅游行为,而从政府、旅游部门和主流新闻媒体的视角以新闻和报道的旅游行为为研究对象的文章相对较少,目前仅查阅到一篇文章,研究尚不体系和深入。现实中,游客不文明行为数据采集特别是从旅游者的角度进行信息采集较难。近年来,政府、旅游部门和主流媒体对游客不文明行为进行了大量报道,这些报道资料对于有效地开展不文明旅游行为研究提供了可靠的数据支持。研究同时采用主流媒体报道和政府旅游部门的新闻等网络文本,以我国游客不文明行为为研究对象,通过分析有关网络文本中游客不文明行为的类型、特征,研究游客不文明行为成因,以期有效开展文明旅游活动、文明旅游形象的塑造提供有针对性的建议。

三、研究方法步骤

(一)研究方法

研究采用内容分析方法进行。内容分析法是一种对各种信息传播形式的显性内容进行客观的、系统的和定量的描述与分析的研究技术。内容分析法是20世纪才开始逐渐被研究者所采用,它通过考察人们所写的文章、书籍、日记、信件,所拍的电影、电视及照片,所创作的歌曲、图画等,来了解人们的行为、态度和特征,进而了解和说明社会机构及文化变迁。内容分析主要用于对各种大众传媒信息,尤其是对报刊、杂志、广播、电视及网络中的信息进行分析,适用面非常广泛。内容分析法在占有大量的信息内容的前提下,经过科学的筛选、抽样,以获取研究所需要的具有较高效率的信息资料。ROST Content Mining 6是一种内容挖掘与文本初步分析软件,该软件的文本挖掘功能比较全面,能够对微博、聊天内容、全网、网站、浏览、期刊等一系列文本的分词、中文和英文词频统计、情感分析、流量分析、相似分析、网络环境分析、聚类分析和分类分析等进行功能性分析,进一步实现对分析的可视化显示和网络分析,功能强大、简洁实用,对于社会学、文化学、特定人群各个领域的动向具有较高的研究价值,是国内最常采用的内容分析软件。

以网络报道的我国游客不文明行为为研究对象,网络文本的优势突出体现在其所具有的丰富多样和真实有效的特性,在研究不文明行为方面是问卷调查等其他研究方式所获取的数据所不能比拟的。

(二)研究步骤

1. 网站文本内容获取

作者于2015年11月19日至2016年2月17日浏览了大量网站,搜索相关旅游评论。以“旅游+不文明+行为”为关键词,在中新网、网易、凤凰网新闻网、法制日报和人民网等收集不文明旅游的相关报道。由于获取的报道数量非常多,选择2006年1月—2016年1月发布的报道,新闻报道的浏览量4000次以上,新闻报道必须为游客不文明行为或者现象,内容必须完整、翔实,包括具体行为。因此,经过严格筛选后,最终得到521个典型行为现象的案例,将这些评论复制到一个word文档中,共计88914字,得到分析文本,作为本研究的资料。

2. 文本内容分析

把521篇案例文本资料导入到TXT文档中,以便于进一步分析处理。在文本内容分析的过程中,借助内容挖掘软件ROST Content Mining 6进行分词、词频统计、社会网络和语义网络等分析,实现内容挖掘、文本分析、知识处理等目标。在对文本

进行分词前,参考文本内容,建立包括主要关键词(“雕塑”、“游客”、“攀爬”、“国庆节”等)的自定义词典;构建过滤词表,将与游客不文明行为特征无关的词汇,如介词、冠词等纳入过滤词表,初步过滤高频词表。

四、结果分析

经过词条统计,对游客不文明行为的类型、时空等特征进行重点分析,为寻找原因、提出对策提供有益参考。

(一)文本内容分析结果

结合语义网络图可以看出,用于分析游客不文明行为的高频词中,排名前20个高频词中(表1)，“游客”、“景区”、“中国”、“公园”、“垃圾”、“拍照”、“国庆节”是被新闻报道案例提到较多的节点。主要体现为5个核心主题:行为主体、行为内容或者客体、行为发生区域、行为动词和相关时间。这些高频词基本上反映出了我国游客不文明行为的一些典型特征,具有一定的说服力。

表1 排名前20个高频词

排序	高频词	词频	主题
1	游客	901	主体
2	景区	235	区域
3	中国	178	区域
4	旅游	173	行为
5	公园	169	区域
6	垃圾	168	客体
7	拍照	127	行为
8	国庆节	98	时间
9	孩子	92	主体
10	雕塑	81	客体
11	市民	80	主体
12	景点	68	区域
13	文物	59	客体
14	损坏	56	行为
15	酒店	55	区域
16	男子	53	主体
17	草坪	52	客体
18	刻字	52	行为
19	导游	50	主体
20	动物	49	客体

(二)主题分析

1. 行为动词频次特征

报道文本中,关于游客不文明行为的动词频次中,高频词频次如图1所示,旅游兼做动词和名次,与提醒和参观均属于中性动词。真正隶属于游客不文明的行为动词有:拍照、损坏、刻字、涂鸦、攀爬、刻画和吸烟。所以,游客不文明行为中不文明拍照、破坏行为、涂鸦、攀爬、损坏旅游设施、旅游吸引物、吸烟行为出现的频次最多,最受媒体和公众关注。

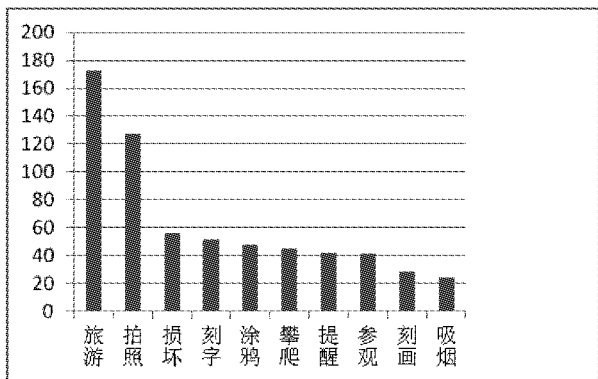


图 1 游客不文明行为动词频次

2. 行为客体或内容特征

报道文本中,关于游客不文明行为的客体或者内容的高频词频次如图 2 所示,该类别词语以名次为主,主要有:垃圾、雕塑、文物、草坪、动物、“到此一游”、护栏、座位、食物、竹子。这些词语清楚地反映了不文明行为的客体和内容。频次反映出了出现或受关注的程度大小。将客体内容与前面的动词进行组合的话,就产生了多种高频的不文明类型:乱扔垃圾、攀爬雕塑(护栏)、刻画(涂鸦)文物(竹子)、踩踏(破坏)草坪(座椅)、不文明用餐和不文明照相等行为。这些是旅游中倍受诟病的高频不文明现象。概括来看,大致可以分为公共秩序类、环境卫生类、恶意破坏类、人际互动类、民俗文化类几种不文明行为。

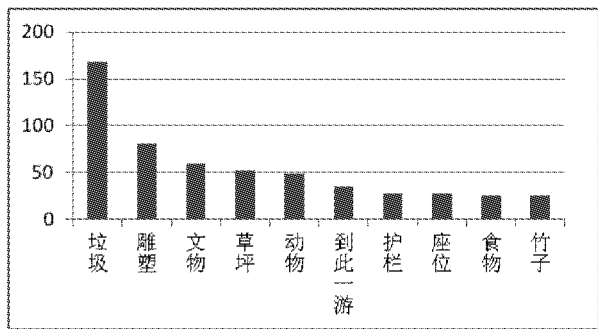


图 2 游客不文明行为客体或内容频次

3. 行为发生的区域特征

报道文本中,关于游客不文明行为的发生区域的高频词频次如图 3 所示,高频词依次是:景区、中国、公园、景点、酒店、泰国、航班、北京、动物园、沙滩、广场、飞机、南京、福州、成都、四川、机场、故宫、颐和园、博物馆等。经过分析,这些高频词大致分为三个层次:一是,国内游和出境游,都有较高的频次,出境游突出体现在“泰国”、“中国”等词,这跟当前我国出境游目的地选择以泰国、新加坡等旅游资源丰富的国家较多有很大的关联;截止到 2016 年 2 月,在国家旅游局的游客不文明行为记录中已有的 16

条信息,其中 10 条记录与出境游有关,占记录的 62.5%。二是,目的地或者客源地城市受关注度,分别为:北京、南京、福州、成都(四川),从浏览 521 篇案例资料来看,这些城市多是目的地,分布范围较广,都是旅游资源相对比较丰富的地区。三是,游客不文明行为发生的具体地点:包括景区、公园、景点、酒店、航班、动物园、沙滩、广场、飞机、故宫、颐和园和博物馆,这些词语都清晰的反映出不文明行为出现的具体区域,属于管理监督中需要重点关注的旅游环节,其中景区、公园、景点作为观光旅游的主要部分,属于游客停留时间较长、人次较为密集、相对公开的场所,是不文明行为出现频次较高的区域。酒店属于游客旅游中停留时间较长的另一个地方,出现的问题中包括不文明就餐和住宿行为。航班、飞机是近年来备受关注的不文明行为发生地,特别是在国家旅游局的游客不文明行为档案中,有 12 条属于发生自机场或者飞机上的不文明行为,占已有记录的 75%;有 3 条属于发生在景区的不文明记录,占已有记录的 18.8%;还有 1 条记录为购物环节的不文明行为,占已有记录的 6.2%。

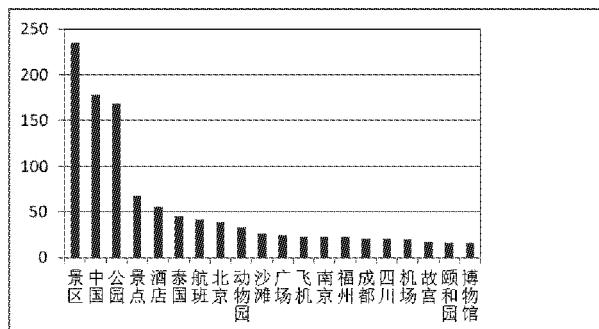


图 3 游客不文明行为发生的区域频次

4. 行为相关的主体特征

报道文本中,关于游客不文明行为的相关主体的高频词频次如图 4 所示,高频词依次为:游客、工作人员、孩子、市民、男子、导游、家长、负责人、网友、领队、旅游团、女子。游客属于一个公共关键词,不做具体讨论。对这些高频词总结来看,孩子(家长)是不文明行为高发群体之一,研究也发现,家长在场下的儿童的不文明行为出现的频次较高,性别中男子高于女子发生不文明行为,导游、领队、旅游团三个词反映出跟团旅游中出现不文明行为比较多,而且也符合破窗效应、从众行为、责任分散效应的具体影响。对不文明行为关注的群体有工作人员、市民、负责人和网友,说明大众对不文明行为已经形成了多角度的关注,也预示着不文明行为将会被更多人所关注,这是一种好的现象。

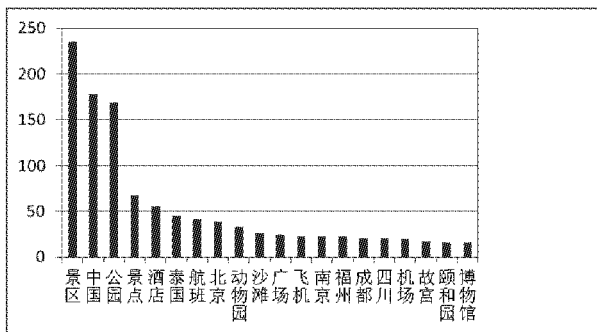


图4 游客不文明行为相关主体频次

5. 行为时间特征

报道文本中,关于游客不文明行为的时间高频词频次如图5所示,主要有:“国庆节、五一、每天、下午、长假、昨日、黄金周、分钟、近日、假期”。不难看出,出游人次密集的假期(国庆节、五一、清明)是不文明行为的高发期。“每天”、“分钟”则反映出不文明发生的普遍性和时段的高密度。“下午”是不文明集中显露的时间,很多景区下午的接待环境明显低于上午,增加了游客不文明行为,暴露出景区等场所过程监管跟进不及时的问题。而“昨日”和“近日”,则说明对不文明行为发现的滞后性,不文明行为发生后才会有相关报道和管理。

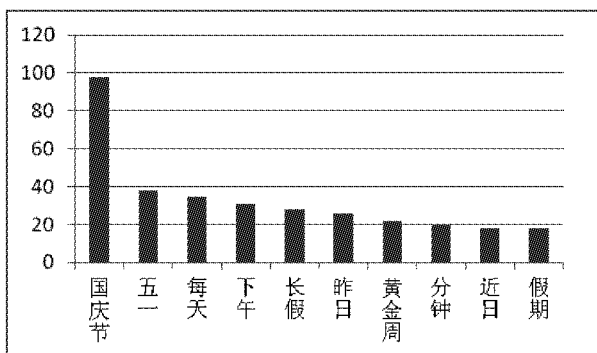


图5 游客不文明行为时间特征频次

五、游客不文明行为归因分析与治理措施

(一) 游客不文明行为归因分析

1. 游客素质参差不齐

我国人口众多,大众旅游刚刚兴起,游客队伍在不断壮大,但是我国游客整体素质参差不齐、经验缺乏、游客知识较少,导致了游客的不文明行为发生。经济的快速发展与文明素质的进步显然不是一个同步的过程,尤其在我国,改革开放以来的三十几年的经济快速发展,走过了西方很多国家近百年的道路,而文明的进步可能需要文化的积淀、经验的积累和沉淀,才能内化于习惯,外显于行为。一个日常生活中不文明的人很难在旅游时突然变得文明起来,而且人们在陌生环境里容易发生道德失范,做出

不文明的举动来。所以,根本是要在日常生活中就养成一个良好的文明习惯。

2. 游客不文明行为成本低

通过对现行的有关法律法规的梳理发现,我国有关现行法律法规对于旅游不文明行为的约束不够,现行的法律规定颁布实施时间太长,不能与时俱进;最新颁布的法律条文又缺乏约束性;设置的条款多为禁止性条款、原则性条款,缺乏可执行性。因此,法律法规空白和违法成本过低的问题对游客不文明行为的约束性较差。一套完善、可行和有效的法律法规体系,能够对文明习惯的养成提供有益的帮助,也能够给执法监督提供权威的依据。

3. 监管不到位

游客不文明行为发生的成本很低,法律法规约束性不高,而当前普遍存在执法主体不明确、有法规无执行的现象,更加助涨了不文明行为的发生,导致现在监管的难度也非常大。一些监管人员在重点人群、重点时段、重点环节上,仍然存在侥幸心理、警惕性不强,导致一些小事件演化升级成为恶性事件。同时,当前我国的国民信用体系不健全,也给监管执法带来很大困扰。美国人类文化和社会心理学家英格尔斯在其专著《人的现代化》中提出了英格尔斯效应,国民的心理和精神还被禁锢在传统意识之中,构成了对经济与社会发展的严重障碍,如果一个国家及其人民缺乏一种能赋予社会制度以真实生命力的广泛的现代心理基础,如果执行和运用这些现代制度的人自身还没有从心理、思想、态度和行为上都经历一个向现代化的转变,最终将是不可避免失败和畸型发展的悲剧结局。

4. 风俗习惯差异

我国地域广阔、民族众多、文化资源丰富,除了自然风光之外,很多人文的风俗习惯也是旅游吸引物,由于游客对这些风俗习惯认知有限,也会产生不文明行为。在出境游中,异域文化、不同风俗习惯的差异带来的无意识不文明行为占有很大的比重。目的地居民和游客因为这种差异导致的不文明冲突和误解较为普遍。

5. 供应商的不文明

当前,我国旅游业的发展,经济利益驱动明显,很多景区、游乐场所规划缺乏前瞻性,对接待能力预估不足,旅游服务水平不高,一些重点旅游吸引物(文物)的开发和保护措施不得力。通过整理案例资料,作者发现,当前的旅游乱象看似集中在游客身上,其实旅游经营者的问题一点也不少。服务的技术和手段较为落后,经营管理者的整体素质水平不高、市场秩序混乱、欺客宰客现象时有发生,供给和服务的不

文明,会导致游客破坏环境、设施、过度维权等不文明行为发生。很多旅游的不文明现象,也与旅行社有着千丝万缕的关系。比如说由于经营者的服务不规范问题,导致游客积累了一肚子怨气,一个导火索可能就会触发冲突等不文明行为。如果经营者、导游、领队等从业人员发挥了积极作用,那么旅游不文明现象会少得多。埃及神庙浮雕“到此一游”事件曝光后,有埃及导游就曾反思,如果当时导游及时进行提醒,游客的涂鸦行为就可以避免,文物得以保全。

6. 游客从众行为

我国带薪休假制度尚未完全落实,“小长假”的扎堆出游拥挤现象非常突出,出游的人多,不文明行为发生的概率明显增多,很多原本文明的游客,因为看到其他游客的不文明行为并没有受到管理和制止,而会产生盲从,这就是典型的从众行为。从众行为就是对“示范”行为的一种跟从,在约束性不强的群体活动中很容易发生。

7. 旅游供需失衡

随着我国中产阶级的迅速崛起,他们在旅游出游中占有的比重也越来越高,消费面临着转型升级,大众旅游逐渐从观光向休闲在过渡,游客群体的多元化带来的需求多样性、多层次,而旅游产品的供给却经常出现时间、空间和层次的不均衡、不匹配,同质化严重,这样势必会影响到游客的满意度和体验性,一些游客会因为消费得不到满足而出现“抱怨性”的不文明行为。

我国曾经有过相当一段时间的资源不足,人均水平偏低,导致了很多人养成了“抢”的概念,与获取资源相比,遵守秩序显然被靠后考虑。改革开放以来,虽然我们的经济取得了长足的进步,但是旅游消费大众当中,还有相当一部分人的这种思维和行为习惯没有改变。因此,一旦供需失衡,不文明行为的数量就会增加。

8. 门票经济的负面效应

我国景区门票价格普遍较高,很多旅游目的地的门票经济现象还是非常严重,门票经济一直没得到有效的解决,门票的消费在消费者出游消费中占有的比重较大,部分景区的门票收入占比甚至达到80%,游客支付了较高的费用,期望能够获得等值或者超值的游览体验,而景区提供的很多设施、服务以及景区的景色并没有达到游客的预期,一部分游客支付了相对较高的费用,容易因为花了不值得的钱之后进行宣泄,引发不文明行为。

9. 缺乏系统的文明素养教育

当前教育中存在着应试教育、功利心较强、急于求成,对人文素养和传统美德的传承不够,道德教育

缺位,不合理的隐形考核制度等,严重影响了各级学校教学内容设置、教学活动的开展。因此,不能够很快显现出效果的综合素养和文明习惯的养成很容易被忽视,社会、学校和家庭没有尽到应有的教育责任,导致很多学生毕业之后,与其学识相匹配的道德素养明显不足。李克强总理曾经说过,“教育走的太快,请等等落下的灵魂,”一语道破教育存在的问题。

(二) 游客不文明行为治理措施

1. 构建完善、有效的法规政策体系

我国法规政策体系不断完善,特别是针对新情况的配套法律法规政策不断出台,释放出一种积极的信号。比如,2015年4月30日,国家旅游局针对游客不文明行为出台的《游客不文明行为记录管理暂行办法》的实行以及不文明行为档案的建立,在一定层面上起到了警醒作用。但是,也存在着黑名单信息共享互认的阶段性问题,这和我国当前社会性信用体系不健全有很大的关联。2016年3月8日,《国务院关于进一步加强文物工作的指导意见》,坚持“保护为主、抢救第一、合理利用、加强管理”的文物工作方针,深入挖掘和系统阐发文物所蕴含的文化内涵和时代价值,切实做到在保护中发展、在发展中保护。通过对法律规范的不断细化和处罚设置的合理性,作为行为规范的“高压线”,起到保护和威慑的双层作用,起到有法可依、惩前毖后的积极效果。

2. 多途径采取富有感染力的宣传

旅游活动既是一种价值交换的经济活动,又是一种个体与群体交织的社会行为,通常的宣传手段较为简单、内容扁平单薄,在自媒体、新媒体快速发展的今天,说教性的宣传既没有吸引力又缺乏感染力。政府已经意识到这个问题并且已经采取了一些有益的措施,但是宣传的力度远远不够,很多措施停留在纸面上,没有内化到游客心里,更不用谈落实在行动上。通过与社会精神文明其他领域的宣传进行整合共同开展社会整体文明的宣传,采用新旧媒体的结合,根据不同人群采取不同的宣传手段、使用有针对性的宣传资料,策划有吸引力和感染力的宣传内容,引起共鸣,以起到宣传教育引导的作用。

3. 回归和遵循教育规律

美国社会学家英格尔斯曾说,人的现代化并不是现代化过程结束后的副产品,而是现代化制度与经济赖以长期发展并取得成功的先决条件。现代政治、经济和社会文化生活的实践,是造就现代人的土壤,我们应该充分重视现代化过程中人与物之间的辩证关系。价值观的训练和良好日常行为、社会生活的习惯养成,需要社会、学校和家庭达成共识,形成合力,提升全民文明素质。教育的新常态也应该摒弃浮躁、功

利,回归到教育规律。台湾地区的基础教育内容设置包括了很多行为、生活习惯的养成,台湾民众整体的素质水平相比较,带给我们很好的启示。

4. 采取严格公平的监督管理

虽然对游客不文明行为的数据获取有一定的难度,但是多年的旅游发展也已经积累了足够多的资料,鼓励开展文明旅游行为的实证研究,找到游客不文明行为的多发时段、多发地点、多发人群,进行有针对性的监督管理,是对不文明行为的一种积极应对。构建“国家-省市-地方-旅游企业-游客”多层次的旅游文明监督体系,积极发挥文明旅游志愿者、监督员的作用,营造全民监督不文明旅游行为的氛围。

5. 借助于先进技术手段

智慧旅游的兴起,在物联网、“旅游+”的时代背景下,采取先进的技术手段进行宣传、销售、服务、评价与监控等越来越有必要性和可行性。比如,景区采用门票预约系统进行承载力的动态监管、采用二维码扫描可以减少游客排队时间,采用大数据进行精准营销、服务管理、客源预测与应急处理。先进技术的使用才有可以更好的提高游客的旅游效率和体验感,还可以减轻企业的人力成本,有的技术甚至还可以成为新的旅游吸引物。在一些地方逐渐实验的电子涂鸦、文明银行的使用都能够有效的缓解不文明行为。

6. 旅游企业内外兼修形象塑造

作为旅游经济的参与方的旅游企业首先要做到文明经营、合法经营,注重企业形象和品牌的维护,承担更多的社会责任。旅游企业和从业人员的积极参与,能够带来正面的效应,比如,中青旅首发的《文明旅游实用攻略66条》,方便了游客,又能够提升企业社会责任形象。有的旅行社推出文明对赌协议,游客旅游结束后无不文明行为获奖200元。有些景区主动出击,引导文明旅游,推出了垃圾换水的活动,效果就比较明显。旅游“食、住、行、游、购、娱”等各要素行业与游客、政府部门、目的地居民建立起一套完善的不文明行为档案信息互通共享机制,可以有效制约游客的不文明行为发生。

7. 旅游供给侧改革

供给创新,回归到消费者的需求上来的供给。供给侧改革的中心是产品品质的提升、产品结构的优化。当前,旅游消费大多是根据供给来消费的模式,即“我供给-你消费”,旅游的供给侧改革更应该是一种供给层次和结构的变革,采取根据消费需求供给,即“你需求-我供给”。围绕“游客消费体验”进行供给,是供给侧改革中重要的思想转变,即使是资

源依托型旅游企业,在服务配套和产品开发方面也应该从多样化、个性化的角度着手,解决旅游产品同质化、体验性差等问题。针对游客涂鸦、破坏文物等行为,除了加强人力和技术监管外,还可以开发涂鸦产品积极引导消费,比如,设立涂鸦墙、游客涂鸦比赛等。

中国地域广、民俗文化丰富、人口众多,仍然处于发展中,曾经经历过长时间的资源匮乏。虽然社会法制观念不断增强,但是仍然有很大的提升空间。教育发展迅速,但是基数太大、不是一蹴而就的事情,面临社会经济转型,整体理念和教育水平继续提高。最终,通过一系列的制度建设、宣传教育和监督管理,采取“堵”和“疏”相结合的措施,与社会文明建设相辅相成,引导游客“他律-自律-自觉”的文明习惯养成,进而提升游客素质。

六、结论与讨论

从文本内容分析,可以看出,当前我国游客不文明行为越来越受大众所关注,这不仅仅是在出境游方面,国内游也是日益受关注。2015年,国家旅游局针对游客不文明行为建立了反面典型约束机制,实施了游客“黑名单”制度,并向社会公布了两批游客不文明记录名单,产生了一定的警示和约束作用。要想彻底消除游客不文明行为,除了法律法规以及行政手段的约束外,还需要全社会公民素质的提高,一方面要不断强化利用现有的法律法规对游客行为进行约束;另一方面需要社会和媒体持续关注,通过典型案例的报道对游客进行舆论引导。笔者认为还有一个很重要的因素就是教育,特别是中小学的养成教育,只有全社会的公民素质提高了,不文明旅游行为才会大幅度减少甚至绝迹。很多景区和经营者提出来垃圾换水、涂鸦墙、电子涂鸦墙、文明银行、合理定价、限流等方式,都是一种积极应对不文明行为的有效尝试,值得肯定。

在文章中所涉及的不文明行为的类型、时间区域特征、主客体等都较好反映出当前我国不文明行为的一些问题。但是我们也应该清醒的认识到,不文明行为既有环境的因素、旅游法规的因素(如违法成本低)、监管的问题,更有个体素养参差不齐,整体有待于提高的问题。经济社会发展,相关的配套政策法规非常重要,如果经济社会发展快于法律法规的配套,必然出现监管缺失,行为失范。问题出来之后再不能够及时跟进,必然会波及产生更大的负面影响。法律法规、道德舆论、教育引导共同促进文明习惯的养成。文章在数据获取方面较此前的研究已经有一定的突破,但是这也还是基于互联网媒体

的报道案例,媒体的报道具有一定的筛选性,从媒体的关注视角的报道,也会影响了对游客不文明行为研究的规范性。在今后的研究中,尝试在方法和数据获取上进行改良。

中国游客的不文明行为之所以频现媒体,一方面代表着我们文明发展水平在进步,开始关注一些以前不关注的东西,也是由于我国的大众旅游仍处于初级发展阶段,同时出境旅游增长过快所造成的,正如中国旅游研究院戴斌院长所言,“中国人出境游规模大,发展旅游时间短,所以我们在旅游的过程中就会出现一些不文明行为;我国人口规模大,所以不管是文明的行为还是不文明的行为,都会引起国际国内的关注。”在面对众多不文明问题的同时,我们也应该清醒的认识到,解决这些旅游不文明行为需要一个过程,这个过程日本、韩国都经历过。从无意识不文明到有意识讲文明,是社会文明进步的一条必经之路,就跟从物质匮乏到物质富裕一样,需要一个过程,我们已经在文明进步的道路上。

参考文献:

- [1] 陈波,不文明旅游行为产生的原因与对策[J]. 管理观察, 2015(2): 25-26.
- [2] 孙九霞,传统文化与现代消费导向下的旅游伦理多元化[J]. 旅游学刊, 2014(12): 7-8.
- [3] 彭秋婵,议“到此一游”现象[J]. 旅游纵览(下半月), 2015(4): 52.
- [4] 李萌与何春萍,游客不文明旅游行为初探[J]. 北京第二外国语学院学报, 2002(1): 26-28.
- [5] 孟莉娟,关于不文明旅游行为的原因及对策研究[J]. 中小企业管理与科技(下旬刊), 2014(1): 169-170.
- [6] 何晓琳,对我国旅游者中的不文明行为分析及对策[J]. 价值工程, 2007(8): 23-25.
- [7] 刘晓琴,分析旅游不文明行为存在的原因与建议[J]. 旅游纵览(下半月), 2015(11): 27.
- [8] 柯罗妮娜,不文明旅游行为的法律规制问题探讨[J]. 九江职业技术学院学报, 2015(2): 69-71.
- [9] 邓道玉,管出来的文明[J]. 杉乡文学, 2007(21): 43.
- [10] 杨国兰,浅析旅游者不文明行为的原因与对策[J]. 科学咨询(决策管理), 2008(12): 8.
- [11] 李涛与陈芸,我国游客不文明行为及其管理[J]. 经济管理, 2015(11): 113-123.
- [12] 乔衫. 重塑旅游文明不能忽略经营者[N]. 法制日报, 2015-01-17(07).
- [13] 秦合岗. 浅析门票经济与景区经营企业经营观念的转换[J]. 旅游纵览(行业版), 2012(3): 66-67.
- [14] 王雨慈. 我国旅游者不文明旅游行为的原因及对策研究[J]. 城市地理, 2015(8): 24-25.
- [15] 国务院. 国务院关于进一步加强对文物工作的指导意见[EB/OL]. [2016-03-08]. http://news.xinhuanet.com/politics/2016-03/08/c_1118270319.htm.

Research on Uncivilized Behaviors of Chinese Tourists Based on Web Texts

JIAO Niantao^{1,2}, ZHENG Xiangmin¹, YIN Jie¹

(1. Huaqiao University, Quanzhou 362021; 2. Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

Abstract: Tourism civilization is an important symbol to measure the development level of both tourism industry and the human society. Visitors' uncivilized behaviors will not only cause other people's dissatisfaction and resentment, but also bring trouble to themselves. What's worse, it damages our nation's image. The containment of the uncivilized behaviors will be helpful for the realization of becoming the world great tourism country. This research sorts out the uncivilized behaviors of Chinese Tourist based on web texts and induced the causes of the behavior from the following aspect: individual, social environment, laws and regulations construction, propaganda, education, the destination environment and so on. Then the countermeasures for the cultivation of civilized behavior were proposed, so as to achieve the goal of enhancing cultural exchanges, strengthening friendship and improving the overall image and development level of our national tourism.

Key words: uncivilized behavior; tourism; features; law; morality

(责任编辑:魏有广)

基于职业能力模型的酒店员工培训体系研究*

杨娟娟,张来阳

(阜阳职业技术学院,安徽 阜阳 236000)

摘要:员工培训是酒店成功的关键因素之一,科学合理的酒店员工培训体系要求酒店站在岗位需求的角度,立足组织,采取系统化方式进行优化配置。本文在前期酒店员工职业能力模型的指标体系和模型构建研究的基础上,提出了酒店员工培训体系。该培训体系将员工培训置于“个人—岗位—组织”匹配的框架中,从员工个人职业能力模型的指标出发,在酒店资源、酒店特质等基础环境支持下,以酒店组织战略规划为方向,以酒店岗位对员工的技能要求为中心,重点培训员工的关键职业能力,培训体系以PDCA运作模式进行,实现酒店员工培训体系设计的创新。

关键词:职业能力模型;酒店员工;培训体系

中图分类号:F719 **文献标识码:**A

一、引言

一个酒店成功与否关键在于是否有一支职业能力水平高的专业酒店作业团队,而要充分发挥这一团队的作用,就必须合理有效地利用人力资源。人力资源是酒店业发展众多要素中最有活力和最具能动性的资源,如何管理好、利用好酒店人力资源,激发其活力并调动其积极性,不仅是酒店培训工作的重心,而且直接关系到酒店的经营效益。纵观国际国内公认的优秀酒店企业可以发现,完善而有效的培训体系在酒店管理和发展上占据了相当重要的位置。再从历年评选出的全球最佳雇主结果来看,酒店行业内业绩领先、口碑和形象良好的酒店管理公司都是重视员工培训的经营者,如万豪酒店管理集团、雅高集团、喜达屋、洲际酒店集团等就多次上榜。

这些上榜的知名酒店管理集团在员工个人综合能力培训和发展上表现突出,并具备以下几大特征:(1)强大而高效的领导团队;(2)独特的企业文化;(3)专注人才综合能力的培养;(4)注重绩效;(5)公平且有效的激励政策。所有这些特征都离不开:拥有一个独特且完善的员工培训体系。如酒店业巨头万豪集团(Marriott International)就建立了致力于为员工创造发展机会的培训体系,即员工从小时工岗位起步,通过不断培养员工职业能力,发挥员工的创造力,从中发掘出一批批优秀的酒店职业经理人。

这些世界知名酒店管理集团开展员工培训的目就是通过加强酒店的人力资源管理水平,建立科学、系统的员工培训体系,以起到提高酒店软实力,增强酒店竞争力的效果。

酒店人力资源管理是一种动态管理,它具有系统性、全过程、全员性、科学化的特点,酒店培训体系必须基于以上特点而建立。但从酒店培训的现状来看,还存在着许多问题,较为突出的是大多数酒店对员工培训没有长远的战略眼光,缺乏正确的价值理念和实践指导,尚未建立一套完善的培训体系。因此,当前酒店培训迫切需要从理论和实践两个方面进行探索,建立符合我国酒店情况的科学培训体系,使其真正起到为酒店战略、业务服务的目的,从而提升酒店的软实力和核心竞争力并最终实现酒店的战略目标。

本论文对酒店员工职业能力模型的五个维度—酒店岗位—酒店组织之间的关系展开研究,在以员工职业能力开发为导向的基本思路下,对员工职业能力发展、员工岗位和整个酒店组织的内在联系进行系统分析,尝试性的构建了较为完整的基于员工职业能力的培训体系。

二、酒店员工培训体系研究基础

课题组在前期研究中,通过问卷设计与调查,构

* 收稿日期:2015-12-28

基金项目:安徽省优秀青年人才基金重点项目(2013SQRW135ZD)

作者简介:杨娟娟(1985-)女,安徽宿州人,阜阳职业技术学院经济贸易系讲师,硕士研究生,主要研究方向为旅游管理、生态旅游。

建了酒店行业员工职业能力模型,作者结合中外文献,在大量调查、分析和计算的基础上提出了酒店员工职业能力指标体系包括五个维度:工作情感、工作态度、个性特征、服务技能、自我发展能力。

利用相关分析法得出员工总体职业能力水平与其五个维度之间的显著值均为 $0.000 < 0.05$,表明员工总体职业能力水平与其五个维度之间存在极显著的正相关关系。

以回归分析法进一步分析其因果关系。将员工职业能力水平作为因变量,将工作情感、工作态度、个性特征、服务技能、自我发展能力作为自变量,检验五个维度对总体职业能力水平的影响程度。计算得出:酒店员工总体职业能力水平非标准化常量系数为5.630,且五个因子与总体水平的非标准化权重系数为:0.200、0.250、0.200、0.200、0.150,故得出酒店行业员工职业能力水平模型回归方程: $F = 5.630 + 0.200 \times A + 0.250 \times B + 0.200 \times C + 0.200 \times D + 0.150 \times E$ 。(F为酒店员工总体职业能力水平;A工作情感;B自我发展能力;C服务技能;D个性特征;E工作态度),如图1所示。

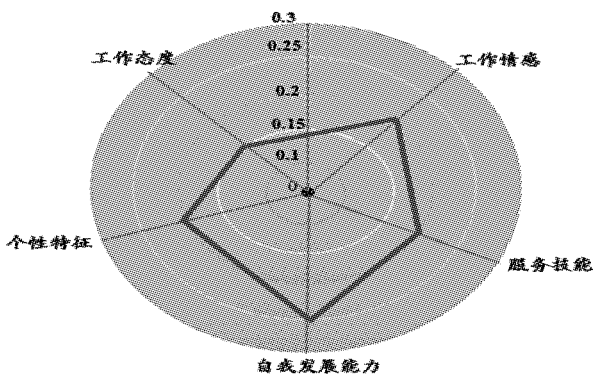


图1 酒店员工职业能力水平与五个维度的线性关系

三、酒店员工培训体系要素分析

(一)培训体系要素分析

随着酒店业的发展,如今的竞争越来越体现在员工个人职业能力的竞争,因此员工培训便成为酒店基本的、战略性的行为,而且具有系统性、长期性。酒店员工培训系统是员工在培训中体现自身的个性特征,实现自我发展,在工作中提高服务技能,不断增强工作情感和实现对工作忠诚的系统,即员工职业能力水平提升的系统,其本质是酒店员工获取、消化与利用知识的创新性、战略性的动态系统。培训体系的核心是实现员工职业能力水平的全面提升和现有员工职业能力与酒店培训模式的融合,使培训体系具有动态相适性。

酒店员工的需求与计划是根据酒店员工职业能

力需要而进行知识提取,是职业能力水平有效提升的基本条件;酒店岗位要求员工个人在工作情感、自我发展能力、服务技能、个性特征和工作态度这五个维度达到何种程度,是酒店员工个人、组织以及酒店培训体系的信息基础;酒店组织为酒店进行员工职业能力水平提升提供了酒店环境与总的目标方向。酒店员工个人—岗位—组织在这五个维度上是否合理科学并应用,将直接影响到整个组织的绩效。

酒店员工培训体系是由相互作用、相互关联、相互依赖的培训要素组合而成的有机体,酒店员工培训体系的构建与酒店员工、酒店岗位和酒店的发展、需求、战略相互影响。本文对酒店员工培训体系进行互动性分析,这里认为它的互动性包括酒店员工个人、酒店岗位、酒店组织。

1. 酒店员工个人

酒店员工需求与目标是整个员工培训体系中最为核心的内容,是培训体系建立的始点与终点。对于酒店某一具体岗位来说,基层员工是行家,对岗位知识、技能的要求相对而言较为明了。酒店行业属于劳动密集型的服务行业,员工性别、年龄、教育背景、工作经验等存在着很大的差异性,因此员工在总体职业能力水平的工作情感、自我发展能力、服务技能、个性特征和工作态度这五个指标上最迫切需要哪些关键能力的培训也各不相同。这就需要对酒店员工培训需求和目标做具体了解。

2. 酒店岗位

酒店的每个工作岗位都需要具备相关的知识、技术和能力。因此必须对酒店每个岗位进行分析,得到的信息通常包括工作绩效标准、工作任务、必要的工作方法、相应的知识和技能,以及其他有助于完成工作的相关因素。

岗位任务分析是岗位分析中最重要的一点内容。任务分析的目的在于了解与绩效有关的工作的详细内容、标准,和完成工作所应具备的知识和技能,分析员工现有水平包括知识、技能等方面与企业工作任务发展所需水平之间的差距,从而确定需要进行培训的知识、技能、能力等,任务分析的结果也是设计和编制培训课程的重要资料来源。这些信息揭示了员工工作的现状、存在的问题、问题的根源在哪、能否通过培训来解决这一问题。

3. 酒店组织

对酒店进行组织分析目的在于让酒店员工培训与公司经营战略和资源相适应,分析管理者的培训意识以及管理者对培训的支持程度等问题。酒店组织体系是以实现酒店目标、酒店环境和酒店文化三者之间的协调和统一为基础的,根据酒店内外部环境和当

前酒店发展态势确定酒店未来发展方向,进而提出酒店员工培训的规划,为员工培训指明了方向。

(二)培训体系各要素关系分析

酒店的产品和服务更新快,酒店员工流动率高,因此,在外部竞争不断加剧的情况下,酒店作为一个组织首先要有一个明确的组织目标,以指导我们从更高的层次分析问题所在,从而找到与企业战略目标相适应的培训目标。如果企业的组织目标不明确,则培训有可能成为例行公事、流于形式。其次要了解组织资源。例如,可利用的资金数量可以决定培训工作的范围和深度;组织的基础设施、现有资料、组织内部的专业培训力量都会影响培训项目的开展。再次要确定组织特质。如果组织的氛围不利于开展培训,那么不管是培训项目的设计还是实施都会举步维艰。最后要分析组织环境。企业环境是参加培训人员不可回避的问题。如果受训者的培训时间与工作要求相冲突,则培训计划很难完成。即便是培训的内容很精彩,但如果受到环境的限制而影响到培训的效果也是很可惜的。

四、基于职业能力模型的培训体系结构设计

培训体系依据酒店组织体系目标,围绕岗位对员工职业能力的要求,设计出如下培训体系。

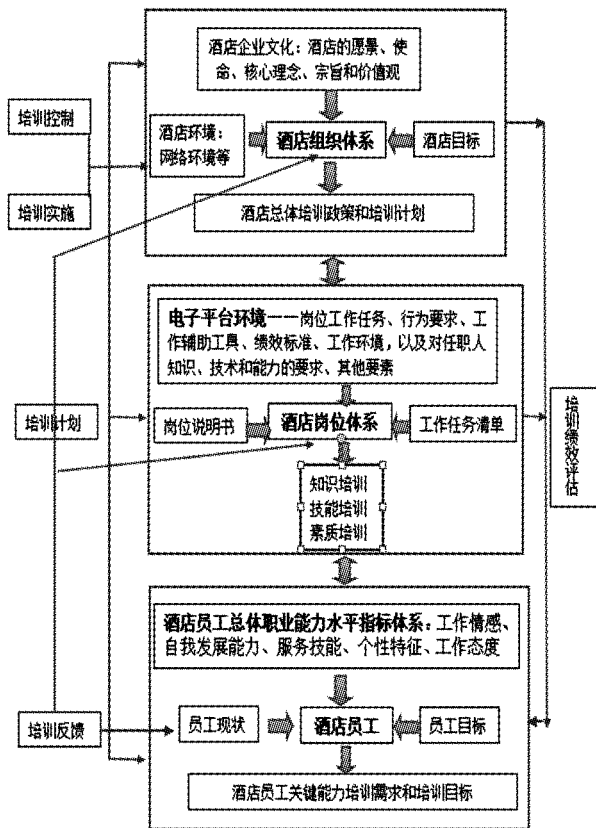


图2 酒店员工培训体系结构图

该体系结构以酒店组织远景战略规划为方向,以酒店资源、酒店特质等基础环境为支持,以酒店岗位为中心,以各种不同的员工培训需求为对象,综合信息技术、管理技术、酒店内部专业技术等,实现酒店员工培训体系结构的创新。

基于职业能力模型的员工培训是依照酒店员工职业能力模型的指标要求,将员工培训置于“个人—岗位—组织”匹配的框架中,从员工个人职业能力模型的指标出发,比对酒店岗位所需要的关键能力,进行有的放矢的培训。培训过程根据酒店员工当前职业能力水平与模型指标的差距,确定员工提高工作绩效的关键内容,通过设计特定的培训项目来培养这些能力。培训的结果使员工获得与岗位相匹配的职业能力,实现酒店组织的目标。基于职业能力模型的员工培训能够提高酒店员工培训的针对性、适应性、系统性和动态性,能够根据内外部环境的变化适时地做出科学的分析与合理的调整。基于能力模型的员工培训更强调员工的关键能力,既符合酒店员工个人发展的目标,又与酒店岗位需求和组织战略相一致。

在基于酒店员工职业能力模型的酒店员工培训体系中,作为酒店环境之一的网络环境是以 Internet/Intrans 为基础的。酒店根据领域专家、酒店员工、顾客、供应商、酒店同行、以及行业政策等攫取酒店经营过程中每个岗位的工作任务、行为要求、工作辅助工具、绩效标准、工作环境,以及对任职人知识、技术和能力的要求和其他要素,然后在人工合成的“电子平台环境”中,形成一个在时间和空间上互相耦合的且共享的综合网络学习平台。这个“电子平台环境”包含了知识培训、技能培训、素质培训的内容,这些内容成为酒店员工职业能力模型指标确定的信息基础和依据,为酒店员工培训体系提供知识资源。

五、基于职业能力模型的酒店培训体系设计分析

(一)培训体系目标的设定

作为服务行业的一个分支,酒店业的竞争归根结底是软实力的竞争,即人才的竞争。员工素质已成为酒店生存和发展的重要条件。而人才的竞争和开发,离不开一套卓有成效的培训体系。本文主要研究酒店员工职业能力—岗位—组织之间的关系,着眼于如何建立一个提升员工职业能力的培训体系,为酒店提升岗位效率,提升组织竞争力服务。

(二)培训管理制度的完备

培训管理制度包括培训综述(培训总则、培训的目标和战略、培训的原则、培训的内容、培训的组织

规划、员工的权利和义务、培训的形式与方法、培训需求分析与计划制定、培训实施与反馈、培训的评估、培训费用等),岗位技能培训(包括培训的目的与内容、对决策人员的培训、对管理人员的培训、对操作人员的培训概述等),外派培训(包括培训的目的、组织策划、培训的内容、外派培训人员的资格、外派培训处理程序、出勤和工资等),员工培训出勤管理(包括组织策划、请假制度、统计培训记录等)等几大项目。

(三)培训组织架构

为确保酒店的培训工作能够顺利贯彻,由总经理担任培训发展总负责人,人力资源部门经理作为中层职能管理机构,人力资源部门在各个业务部门设立培训中心,作为培训的实施机构,酒店业务部门经理作为管理支撑,酒店质量监管部门作为培训进程和培训效果考察、监督机构,部门培训师则是推进部门和人力资源部培训战略的终端,如图 3。

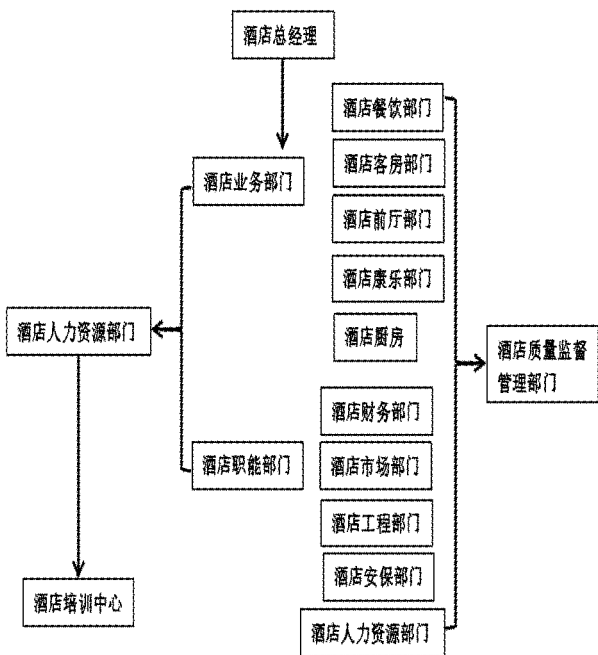


图 3 酒店员工培训体系组织结构图

(四)培训工作流程

基于员工职业能力的培训遵循“PDCA”管理模型进行研究。PDCA 是英语单词 Plan(计划)、Do(执行)、Check(检查)和 Action(行动)的第一个字母,PDCA 循环就是按照这样的顺序进行质量管理,并且循环不止地进行下去的科学程序。

1. 培训计划(Plan)

培训计划制定大致包括以下几个内容:

(1)培训目标设定

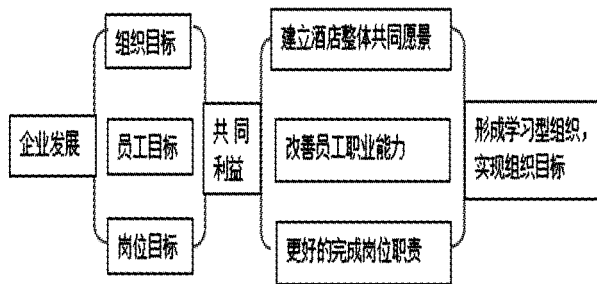


图 4 基于酒店员工职业技能的培训体系的目标

组织目标是培训体系构建的基础,以改善员工职业能力为目标是培训体系构建的出发点,岗位职责为实现提升员工职业能力提供了对照标准。而这个培训体系应该使酒店实现改善管理、团结队伍、增加利润;每个岗位都能够为顾客提供性价比更高、更舒适、更优质的服务;员工能提升技能、得到晋升或加薪,增加满足感,最终将酒店建设为一个学习型酒店,如图 4 所示。对目标了解得越明确就越有利于培训计划的制定。

(2)培训人员选择

受训者选择为:高层管理人员培训、中层管理人员培训、基层在岗人员、转岗员工、优秀员工。

培训师选择为总经理、副总经理、财务总监、市场销售总监、人力资源总监、房务总监(前厅经理或客房部经理兼)、餐饮总监(餐饮经理兼)等。人力资源部培训经理负责酒店集团文化的宣传课程和品牌推广课程;财务总监、市场销售总监、人力资源总监、房务和餐饮总监、前厅和客房部以及餐饮经理负责专业业务技能、服务意识、营销理念、相关酒店安全和危机处理政策方面。当然也可以聘请酒店之外的人员进行培训,如大学教师、其它酒店经理人员等。培训师的选择和培训团队的维护由酒店总经理领导,人力资源总监负责,各业务部门和职能部门共同执行。

(3)培训方式的选择

包括岗前培训、在岗培训、转岗培训、晋升培训等。由人力资源部培训中心发起的整个酒店的整体培训利用每个员工闲余时间集中培训;由各部门按照部门实际需求制订的培训可在工作中和闲余时间结合起来进行。两者都由质量监督管理部门来统一监督管理并协调组织安排,从而保证酒店全局培训和部门培训的有机结合。

(4)培训内容的选择

在这里,根据酒店员工在完成岗位任务、实现组织目标时需要掌握的知识、技能,认为酒店员工职业能力水平的五个指标所包含的具体内容应划分为三个方面的培训:知识培训、技能培训、素质培训,见表 1。

知识培训。对普通员工来说,不仅要掌握完成本职工作所必须的专业知识,而且要了解公司的发展战略、经营方针、运营状态、规章制度、市场及竞争等。对各级管理者来说,不仅要懂得如何去处理问题、履行基本职责、熟悉所管理的领域,而且要具备管理学、心理学、激励理论等方面的知识。

技能培训。技能培训多指岗位技能操作的培训。作为一名管理者技能结构的构成是相当复杂的,主要包括筹划和决断能力、改革创新能力、灵活应变能力、人际交往能力等。

素质培训。素质培训是新培训体系中新开发的培训课程,其内容上的创新主要体现在培训内容从注重业务训练转向与个人发展相结合。从传授业务知识、提高技能转向与情商开发、潜能开发、拓展训练、职业生涯设计等课程结合起来,帮助员工树立自信心,实现自我发展的目标。有意识地开展减轻员工心理负担的培训,培养员工热情友好、诚实积极的工作生活态度、良好的生活习惯,以及高尚的道德情操,才能在与不同顾客面对面的过程中自然地表现出高超的个性化服务技能。

表1 基于职业能力的酒店员工培训的内容

员工职业能力、员工级别	基层员工	督导层	管理层	决策层	培训内容划分
入职培训	√	√			知识培训
酒店信息和规章制度	√	√			知识培训
酒店文化	√	√	√	√	知识培训 素质培训
消费安全	√	√	√	√	知识培训
仪容礼仪	√	√			技能培训 素质培训
酒店产品知识	√	√	√	√	知识培训
集团服务理念	√	√	√	√	知识培训
英语提升	√	√	√	√	知识培训
业务技能	√	√	√	√	技能培训
营销技巧	√	√	√	√	技能培训
督导管理技能			√	√	技能培训
沟通能力	√	√	√	√	素质培训
减压能力	√	√	√	√	素质培训
专业资格证书认定	√	√	√	√	知识培训 素质培训
问题解决技能	√	√	√	√	技能培训
时间管理			√	√	技能培训
角色转变	√	√	√	√	素质培训
绩效管理			√	√	技能培训
危机处理			√	√	技能培训
财务经营能力			√	√	技能培训

除了这些内容以外,还特别强调“下一步”的概念,也就是说这个培训结束后,为员工保证综合职业技能强化和衔接,还必须考虑下一步该进行什么样的跟进以及再培训。酒店组织目标和岗位要求中,每一个培训项目后,对员工进行的跟进内容和时限都应有明确的规定,而且将下一个培训课程列入该员工的个人发展规划中,从而形成针对每个员工的非常完整的培训项目而非独立的课程讲授。

(5) 培训预算的制定

培训预算的有效制订既需要符合酒店经营利润最大化的直接目标,同时也要服从合理配置的原则,对企业来说,培训是一种投入,而对于员工来说,培训则是一种福利。

美国豪生国际酒店管理集团的培训预算大致包括以下几个内容:岗位资格证书考核和复核;培训设备器材购置;外派培训费用;集团培训费用;培训活动和奖品;外派培训的差旅食宿;酒店图书资料和课程开发资料的购买;培训材料制作和备品购买。

对酒店而言,任何形式的培训活动都将投入一定的人力、财力和物力,因此,酒店必须对培训活动进行一定的计划,制定相应的预算表。

(6) 培训的日常管理

用考勤、点名、抽查等形式,并将结果计入最后考核;培训中的协调与沟通、软硬件设施的保障等。

当然,培训计划的实施不是一成不变的,如果在实施计划中受人员、资金或其他客观因素限制不得不临时改变计划时,需要培训负责人想办法保证计划按时按质按量完成。另外,应当随时注意发现问题、总结问题,在酒店的日常工作中发现薄弱环节,找出培训工作的重点,为制订下一阶段的培训工作计划积累第一手资料。

2. 培训的实施(Do)

培训计划的实施第一个阶段是要确定员工的培训需求。进行培训需求分析的根本,是要找出实际绩效与目标绩效的差距。组织层面的培训需求分析主要体现在高层管理者,工作层面的分析则更多地体现在各业务和职能部门运行。同时,顾客的反馈也是吸取工作层面分析的重要来源,而人员分析则侧重对酒店员工本身的培训需求分析。通过三个层面的具体分析,则能够较为完整地了解酒店培训的真实需求,如图5。

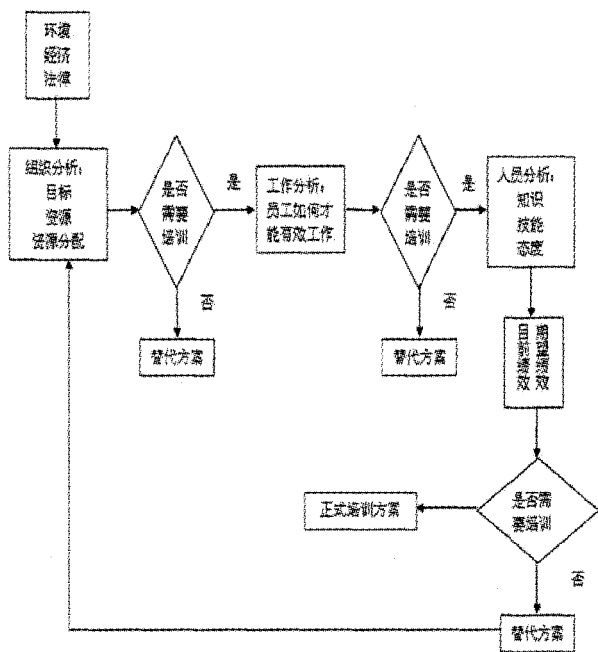


图 5 酒店员工培训需求分析流程图

上述流程图比较充分地描述了培训需求分析系统,并将组织、工作和人员三个层面的培训需求分析构成该体系的主体部分。

(1) 组织层面培训需求分析

酒店高层管理者将对酒店的市场战略、经营战略、人力资源战略进行详尽的分析讨论并得出最终结果。酒店人力资源部门在高层决定整体战略后,总结现行培训成效和高层制定的目标成效之间的差距,总结培训方针政策以及内容中需要进行的调整。

(2) 岗位层面培训需求分析

该层面的培训需求分析以部门为分割界限,通过问卷法、面谈法和重要事件询问法进行,并以下述问题为核心开展分析:分析部门内部的经营指标、部门运营中存在的问题、与预期目标存在的差距、通过何种培训可协助消除或减少消极因素的影响。

(3) 员工层面培训需求分析

首先,根据员工知识、技能和态度的现有水平与酒店所期望的水准进行比较,然后得出需要改进的领域加以针对性的训练。工作任务分析是根据员工所在岗位的工作分析得出的工作说明书以及工作标准流程进行研究。它们对员工需要承担的工作职责和应当达到的标准要求做出了明确的规定。通过对两者对员工的需要达到的要求,以及员工现在能达到的水平层次来寻找差距,从而发掘培训需求

培训计划的实施第二个阶段培训是:课程的组织实施。培训师要利用一切有效资源来对培训课程的内容加以组织。培训课程一般都具备以下几个要素:课程的目标;课程的开场,包括暖场、兴趣引发、

需求介绍、范围讲解等;课程的主体,包括具体的原则、方式、方法、定义和练习等;培训课程的检验,通过游戏、提问、问卷、实战演练等方式进行考核;课程的承上启下,即下阶段要进行的课程介绍。基于酒店员工职业能力的课程内容是找出员工现有能力与模型指标的差距的依据。根据差距细化培训课程的知识,对不同类型的员工做出相应的培训。为了确保缩小差距与培训需求及其目标的一致性,在实施过程中,要采取有效的实施控制手段,以便适时地给予调整与纠正。在整个培训中,应时刻注意在员工与员工之间、员工与培训人员之间、培训人员与计划制定者之间,以及培训人员与酒店之间就差距缩小情况及时进行交流、反馈。

3. 培训的评估(Check)

基本评估步骤分为以下几部分:

(1) 反馈。受训者对培训与开发项目的意见和建议的即时反馈,通过发放随堂问卷获得信息。这样就能够直接了解培训者对于培训本身的意见和想法。

(2) 测试。受训者从培训与开发项目中得到的收获,借助笔试、案例研究、角色模拟进行测试。在酒店中,案例研究结论和角色扮演的结果控制方式比笔试更为常用。

(3) 行为。受训者在培训后发生的行为的改变,通过现场观察和同事、顾客征集获得反馈信息。

(4) 结果。主要是组织绩效的提升以及培训与开发的投资回报率。

4. 培训结果的处理(Action)

对培训总结检查的结果及时进行处理,对成功的经验加以肯定,并予以标准化,把培训的成绩固定下来;对于失败的教训也要总结,引起重视。对于没有解决的问题,应提交给下一个培训 PDCA 循环中去解决。基于酒店员工职业能力模型的酒店员工培训体系结构将员工培训置于“个人—岗位—组织”匹配的框架中,不但可以使酒店能够根据员工需要的变化及时调整培训计划,而且可以使员工得到适宜的培训,从而提升员工素质,改善工作质量,时刻保持与酒店理念一体化的意识。

参考文献:

[1] 姚静娟,张来阳.酒店行业员工职业能力影响因子分析[J].乐山师范学院学报,2015(7):25-30.
 [2] 张来阳.酒店行业员工职业能力水平特征研究[J].乐山师范学院学报,2015(2):20-26.
 [3] 张来阳,刘芳.酒店行业员工职业能力模型构建[J].山东财经大学学报,2015(5):100-108.
 [4] 张振宇.GD酒店员工培训体系的构建研究[D].兰州:

- 西北大学,2005.
- [5] 端木林雪.基于知识集成的酒店员工培训体系结构分析[J].新西部,2008(2):108-109.
- [6] 颜世富.培训与开发[M].北京:北京师范大学出版社,2007.
- [7] 赵阳.星级酒店员工培训体系分析[D].成都:西南财经大学,2010.
- [8] 石金涛.培训与开发[M].北京:中国人民大学出版社,2009.

Research on the Structure of Hotel Staff Training System Based on the Model of Vocational Ability

YANG Juanjuan, ZHANG Laiyang

(Fuyang Vocational Technical College, Fuyang 236000, China)

Abstract: Staff training is one of the key factors for the hotel's success. The scientific and reasonable hotel staff training system requests that the hotel must stand in the position of the job requirements, based on the organization, to take a systematic approach to optimize the configuration. Based on the analysis of the index system and the model construction of the hotel staff professional ability model, this paper puts forward the hotel staff training system, which was placed into the framework of "individual-position-organization". Starting from the personal model of vocational ability index and under the support of the hotel resources, this training system takes the strategy planning as its object and puts the position requirements from the hotel as the center by applying PDCA mode to practice the key professional ability of the hotel staff and realize the innovation of the hotel staff training system.

Key words: vocational ability model; hotel staff; training system

(责任编辑:魏有广)

“一带一路”战略下浙江旅游发展思考与对策*

沈旭炜

(杭州市京杭运河杭州段综合保护中心,浙江 杭州 310015)

摘要:“一带一路”是中国政府着眼世界大局,面向中国与世界发展合作提出的重要战略构想,对于深化区域合作、促进亚太繁荣、推动全球发展具有重大而深远的意义。发展旅游是浙江主动融入“一带一路”建设的重要途径和主要抓手之一。作为生态文明的先行区、达海通江的主窗口、旅游强省的前沿地、“网上丝绸之路”的试验区,浙江旅游可通过立体交通走廊、旅游空间布局、重点项目建设等战略途径,打造“一带一路”沿线区域旅游精品和发展高地。

关键词:“一带一路”;浙江旅游;发展战略

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

“一带一路”是中国首倡、高层推动的跨地区经济合作倡议,是统筹国际国内两个大局的重大国家战略。浙江历史上是海上丝绸之路的重要组成部分,特别是宁波港和泉州港、广州港一起,被公认为是海上丝绸之路的三大启运港和目的港,杭州、温州、绍兴、舟山等城市也曾经是海上丝绸之路的交汇处。作为海上丝绸之路重要发祥地和长江经济带海上开放门户,浙江在国家战略的叠加效应下,努力打造成为“一带一路”建设的重要枢纽、前沿平台,是新时期浙江推动新一轮对外开放,加快开放型经济发展、培育国际竞争新优势的重要任务。作为国民经济战略的支柱产业,旅游业将是浙江主动融入“一带一路”建设的重要途径和主要抓手之一。本文以旅游为视角,重点阐述浙江旅游在“一带一路”战略中的发展定位和重点对策。

一、浙江旅游在“一带一路”建设中的战略定位

浙江是我国旅游发展的高地,旅游业是美丽浙江的生态产业、美好生活的民生产业和转型升级的支柱产业。自2004年浙江省委省政府提出建设旅游经济强省战略目标以来,在灵活的市场机制作用下,浙江旅游持续健康发展,呈现出“整体实力越来越强、产业结构越来越优、发展基础越来越实、开放合作越来越广、体制机制越来越活、发展环境越来越

好、综合贡献越来越大”的良好态势。多年来,浙江省围绕“建设旅游经济强省”目标,大力推动旅游创新发展、特色发展、融合发展,旅游业总量规模越来越大,综合贡献越来越明显,呈现出良好发展态势。未来3至5年,浙江将把旅游业培育成为总收入超万亿元的大产业,率先建成全国旅游经济强省。

浙江旅游主动融入“一带一路”战略发展,让“一带一路”国际合作与区域发展的范畴变得更宽、更广、更厚,有利于推动区域旅游一体化市场的真正形成,强化旅游市场主体的竞争能力和对外开放水平;有利于提升21世纪海上丝绸之路与长江经济带两大国家战略之间的战略互动,更好利用国际国内两个市场、两种资源,推进区域统筹协调发展,完善浙江“陆海统筹、东西互济、南北贯通”发展格局的真正形成。

立足“一带一路”战略格局,浙江旅游的功能定位主要集中于:

(一)生态文明的先行区

浙江是习近平总书记“两座山”论述的发源地和实践地,也是生态文明建设的先行区。从2004年起,浙江先后部署实施了三轮“811”行动,作为生态省建设的基础性、标志性工程。强力推进重点流域、重点区域、重点行业污染整治,深入推进公路边、铁路边、河边、山边洁化、绿化和美化,开展清理河道、清洁乡村行动,不断改善城乡面貌,优化人居环境。

* 收稿日期:2015-12-25

作者简介:沈旭炜(1985-),男,浙江富阳人,杭州市京杭运河(杭州段)综合保护中心中级经济师,硕士,研究方向为旅游规划与遗产保护。

2013年,浙江实施“五水共治”重大决策,治污水、防洪水、排涝水、保供水、抓节水,全面推进。浙江生态文明建设为旅游业营造了大环境、积累了素材库、提供了动力源。旅游是展示生态文明建设的窗口,通过旅游者的耳濡目睹,浙江的生态美、文明美元素将成为“21世纪海上丝绸之路”上最强烈、最美丽的旅游吸引物之一。

(二) 达海通江的主窗口

浙江地处我国东南沿海、长江三角洲南翼,东临东海、直面太平洋,西连长江流域,南接海峡西岸经济区,是南北海运大通道和长江黄金水道构成的“T”形宏观格局的交汇地。浙江拥有6696公里海岸线,占全国总长度的20.9%,居全国第一;能建万吨级以上深水泊位的岸线471公里,洋山港、宁波北仑港是“21世纪海上丝绸之路”江海联运的关键中枢,宁波又是浙东运河起迄点;拥有面积500平方米以上的海岛2878个,约占全国海岛总数的2/5,是维护国家海洋权益和建设海上强国的重要载体。以杭州湾、浙东沿海、舟山海岛为主要特色的海洋旅游资源及其深度开发是其重要抓手和新增长点,也是“21世纪海上丝绸之路”“陆海统筹、东西互济、南北贯通”的主要窗口。

(三) 旅游强省的前沿地

2004年省委、省政府提出加快建设旅游经济强省的战略目标以来,浙江旅游业呈现出持续快速健康的发展态势,经济实力稳步增强,产业布局渐趋合理,产业结构不断优化,产业素质全面提升。2014年,浙江接待入境游客931.03万人次,实现国际旅游(外汇)收入57.53亿美元;接待国内游客4.79亿人次,实现国内旅游收入5947.04亿元;实现旅游总收入6300.6亿元,位于全国各省市前列。总体而言,浙江旅游经济已经处于我国东部沿海城市乃至全国范围内的领先水平,浙江旅游业对“21世纪海上丝绸之路”和长江经济带内陆省市的辐射效应明显,对境外尤其是东亚和南亚地区的国际知名度与日俱增,旅游经济强省已雏形初具。

(四) “网上丝绸之路”的试验区

浙江区别于“一带一路”沿线其他省份定位在于“中国(杭州)跨境电商综合改革试验区”,即“网上丝绸之路”试验区。近年来,浙江在跨境交易和物流支持上具有明显优势,在海上丝绸之路建设中发挥浙江在跨境电商产业领域的优势可以为丝绸之路建设注入新的内容,建设“网上丝绸之路”试验区,为国家

开放战略提供新思路。浙江大力推行“电商换市”,义乌凭借小商品产业优势,迅速成为跨境电子商务高地。2015年3月12日,国务院同意成立中国(杭州)跨境电子商务综合试验区,为浙江在跨境电商领域先行先试打开了政策空间。

二、浙江旅游融入“一带一路”战略的重点对策

充分发挥浙江山、海、岛、江、河、湖、文化等旅游资源组合优势,以“一带一路”区域旅游合作示范先行区为发展目标,率先试验以旅游政策沟通、旅游客流畅通、跨境旅游先通、旅游投资融通、旅游交流互通为特征的区域旅游合作新方法,逐步推进浙江旅游国际化、入境客源自由化和跨境合作常态化的“浙江三部曲”,最终实现区域旅游无障碍、区域交通无缝隙、区域投资无歧视、区域市场无壁垒、区域交流无盲点为特征的“一带一路”区域旅游合作的“浙江模式”。

(一) 对接立体交通走廊,加快旅游交通建设

充分发挥沿海沿江区位优势 and 巩固旅游客源市场,加快宁波、舟山等城市与中西部地区公路、铁路互联互通,完善“一带一路”建设基础设施平台。一是充分发挥杭州萧山国际机场的交通枢纽功能,不断新增国际航线。不断完善宁波、温州、义乌等机场国际空港的服务功能,增加国际航线和航班,加快形成与主要国际客源地双向直航的立体交通格局,为推进“一带一路”沿线客源国家和地区提供更好的可进入条件。二是开辟国际邮轮线路,将舟山港加快建设成国际邮轮母港,积极推进对台海上客货直航,宁波港、温州港、台州港争取建成国际邮轮停泊港。加快建设穿山港区、梅山保税港区、金塘港区等疏港支线,以及宁波海铁联运枢纽。三是积极推进陆海旅游公共交通和海上旅游交通建设,促进观光型交通发展。加快构筑以中心城市为依托、以高等级景区和度假区为节点,海陆空一体化的区域旅游交通网络。四是进一步完善航空、公路、铁路和水路枢纽的旅游交通衔接服务,加强支线旅游交通和核心景区通景公路建设,解决“最后一公里”问题,推动城市公交服务网络延伸到周边主要景区和乡村旅游点。五是谋划杭州、宁波、义乌等城市与丝绸之路经济带的联通,积极开通接驳陇海线,经新疆,进入中亚,最后发往欧洲的货物专列,以及通过内蒙古满洲里,进入蒙古、俄罗斯,进而前往欧洲的集装箱货物专列,以进一步增强交通物流的辐射力。

(二) 优化旅游空间布局,提升达海通江能力

以“一核两翼五板块”为总体构架,加快培育更高层次的优秀旅游目的地,不断提高浙江旅游“达海通江”空间运行的整体效率和辐射能力。

1. 强化杭州旅游核心的辐射能力

充分发挥杭州作为国际著名的风景旅游城市和长三角南翼旅游中心城市对浙江旅游发展的核心带动作用,大力推进杭州旅游的国际化、全域化发展。以杭黄铁路、京杭运河航道建设和船闸扩能工程建设为契机,以西湖、西溪、运河、湘湖、千岛湖等核心吸引物为龙头,深入推进旅游与休闲、会展、文化、特色潜力行业等融合发展,全面提升休闲度假综合品质,有效辐射和带动周边区域发展。以杭州为起点,串联福州、泉州、广州、海口、北海、河内、吉隆坡、雅加达、科伦坡、加尔各答、内罗毕、雅典、威尼斯,精心打造一条“马可波罗回乡游线”。进一步提升杭州旅游国际化水平,增强杭州旅游国际影响力和综合竞争力,努力把杭州建成浙江旅游国际化示范城市。

2. 提升“东蓝西绿”两翼的开放张力

着力推进东部海洋海岛旅游和西部山区生态旅游发展步伐,深化向东开放,加快向西开放,统筹海陆开放,加快把“海上浙江”和“山上浙江”培育成为联动“21世纪海上丝绸之路”和长江经济带的两翼。一是“东蓝”海洋旅游翼。要依托浙江海洋经济发展示范区、浙江舟山群岛新区建设和宁波—舟山港口功能提升,有效保护岸线原始风貌,积极推进邮轮、游艇、人造海滩、休闲度假岛、禅修和海洋探险等高端旅游产品开发,大力发展海钓业、运动休闲、航空旅游等新型旅游产品。建设梅山—春晓、大陈—大鹿、洞头—南麂—渔寮、朱家尖—桃花岛、三门湾等一批高品质的特色海洋旅游区,培育东极、白沙、花岙、渔山等一批特色休闲旅游岛和特色渔村。打造“海上佛国禅修游”经典线路,联动浙江宁波(天童寺、雪窦寺)/舟山普陀山、洞头中普陀和福建南普陀,至越南、泰国、印度等东南亚国家。二是“西绿”生态旅游翼。要以衢州市、丽水市全域、温州市西部、杭州市西部等20县(市、区)为重点,联动安徽、江西、福建等省份,构筑国家东部生态屏障,探索生态旅游发展之路,以旅游一体化为突破口,带动省际经济社会全面发展,努力将其打造成为“一路一带”级别的国家区域战略。

3. 提高五大旅游主题板块的衍生能力

一是浙北运河世遗板块。以中国大运河成功申

报世界文化遗产为契机,以京杭大运河旅游城市推广联盟为平台,大力推进浙江西塘、乌镇、南浔、新市和苏州周庄、甬直、同里、千灯、锦溪、沙溪、黎里、震泽、凤凰等13个江南水乡古镇联合申报世界文化遗产,重点发展都市休闲、古镇休闲、乡村旅游和滨湖度假。二是浙东蓝色海洋板块。充分发挥浙江国际旅游知名度,依托宁波港口城市的综合优势、舟山群岛新区的政策优势,向东重点谋求海洋旅游向深海旅游、远洋旅游、度假旅游、邮轮旅游等实现新突破。三是浙东南温情侨乡板块。要充分发挥温、台、丽等地华侨集中的人文优势、工商繁荣的产业优势、民营企业发达的资本优势,以雁荡山—楠溪江、百岛洞头、仙居国家公园为核心板块,加快温州、台州、丽水部分地区与海西区、台湾、东南亚等地区的联动发展,打造“21世纪海上丝绸之路”的旅游重点板块。四是浙西南生态旅游板块。依托生态环境的整体优势,以丽水、衢州为主体,联动安徽、江西、福建等省份,以国家休闲区、国家公园创建和生态功能区试点为重点,加快发展生态旅游业,积极探索生态旅游业带动山区科学发展的路子。五是浙中文化商旅板块。依托义乌国际商贸城、横店影视城和武义温泉城等区块,加快互联网与旅游的融合程度,加快推进旅游一体化发展,着力建设以商贸购物、温泉养生和影视文化为特色的国际化旅游区。

(三) 推进重点项目建设,增强旅游发展后劲

通过与亚投行等金融组织合作,将重点旅游项目作为主平台,充分调动各类投资主体的积极性,吸引沿线各国和海外浙商等各类资本投资旅游大项目建设,切实增强旅游产业发展后劲。

1. 积极推进国家东部生态旅游实验区创建

按照“打破市界、整合资源,突出特色、错位发展,国际标准、高效务实”的要求,以旅游一体化为突破口,加快推动浙皖闽赣省际地区发展,积极创建国家东部生态旅游实验区,打造我国生态文化旅游的典范和标杆。国家东部生态旅游实验区拟创建范围覆盖浙、皖、闽、赣4省100余县(市、区),面积近20万平方公里,总体构建“一圈三片五组十线”的旅游发展格局。“一圈”指由杭新景、千黄等高速公路环绕而成,连接黄山、上饶、武夷山、宁德、丽水、衢州等主要节点城市,是区域的旅游大通道、主要景区带和生态保护核心区。“三片”是根据景观和文化资源类型不同,划分为以“黄山—淳安”为核心的北片、以“上饶—衢州”为核心的中片、以“武夷山—丽水”为

核心的南片。“五组”是指在浙皖、浙闽、浙赣、皖赣和闽赣等5条省界上,重点谋划打造5大跨省界组团,进行差异化、特色化发展。“十线”是10条黄金旅游线,是实验区主要旅游产品。

2. 积极推进宁波—舟山港江海联运服务中心建设

深入贯彻建设“一带一路”、长江经济带国家战略,坚持市场主导、体制创新,江海联动、区域统筹,全面开放、内外融合,生态和谐、集约发展,强化江海联运要素保障,创新江海联运制度政策,打造功能强大、优势集成、能级提升的江海联运核心枢纽。江海联运服务中心总体范围包括宁波—舟山港,核心区域为浙江舟山群岛新区,同时联动发展浙江沿海港口城市,成为上海国际航运中心的南翼港区,共同服务“21世纪海上丝绸之路”和长江经济带。充分利用宁波—舟山港江海联运服务中心达海通江优势和上海国际航运中心南翼的区位优势,积极发展国际海事服务、国际航运和航运金融等新业态,大力推进江海联运现代服务体系建设,不断提升江海联运的服务半径和规模占比,打造“21世纪海上丝绸之路”现代服务总部。一是加快发展国际海事服务。充分利用毗邻国际航线优势,建设以保税燃油供应为核心的国际海事服务基地。放开保税燃油供应资质限制,改革创新通关监管服务程序,开展不同税号下保税燃油调和试点,支持跨关区保税燃油直供,构建国际性保税燃油储存、混兑、供应体系,提高对国际性船舶保税燃油补给服务能力,建设东亚地区重要的保税燃油供应基地。拓展外轮供应服务,提供生活用品、备品备件及物料供应,船舶修理、工程服务和代理服务。二是打造航运服务产业链。重点发展江海联运高端航运服务,包括航运仲裁、海损理算、航运交易、船舶租赁、船舶管理、航运经纪、航运咨询、公估公证、邮轮服务、航运教育培训等。提升江海联运基础航运服务能级,包括船舶代理、船员劳务、货运代理、通关服务、检验检测、理货服务等产业。创建现代航运服务集聚区,吸引各类江海联运服务机构和航运组织集聚。三是优化江海联运船型。加强与中船集团合作,整合上海、武汉规范研究所等相关资源,在浙江舟山设立分支机构,开展江海联运船舶规范研究和技术标准制定,打通“绿色通道”。开展江海联运船舶和联运设施及相关产品入级和法定检验业务,推进江海联运船型标准化建设。四是培育航运金融服务。构建体系健全、功能完备、服务

优质的现代航运金融服务体系。加快培育和引进一批在江海联运方面具有加强专业能力的金融服务机构,支持金融机构开展融资租赁业务创新,拓展多种航运融资方式和渠道。引导航运保险公司入驻,加快发展江海联运保险业务,探索航运保险与银行混业经营。创新航运金融衍生产品,提高江海联运金融服务水平。

3. 积极推进浙江精品旅游项目建设

以旅游度假区、高等级旅游景区和现代服务业集聚示范区为主要抓手,全面推动旅游休闲度假功能、资源环境整合功能、旅游产品培育功能和开发管理服务功能提升发展,形成一批浙江精品旅游项目。一是加快国家级旅游度假区建设。以东钱湖、太湖、湘湖成功创建国家旅游度假区为契机,全面落实省级及以上旅游度假区享受省级经济开发区的优惠政策,进一步推进鉴湖—柯岩、平湖九龙山、千岛湖、舟山群岛普陀等加快创建国家级旅游度假区工作。争取中国—中东欧国家高峰论坛永久落户宁波东钱湖。二是加快一批高等级旅游景区转型升级。按照世界水准、国际一流、国内领先的要求,全面提升西湖、西溪湿地、清河坊、宋城、雷峰塔景区、京杭大运河杭州景区、东钱湖、溪口—滕头旅游区、石浦渔港古城、雁荡山、楠溪江、莫干山、南湖、绍兴鲁迅故里·沈园、横店影视城、义乌国际商贸城、普陀山等一批高等级旅游景区品质。三是加快一批现代服务业集聚示范区发展。全力培育与推动以旅游为主导功能的宁波杭州湾、环太湖、环台州湾等省级现代服务业集聚示范区加快发展,做大做强旅游产业。

三、结语

作为中华民族最高智慧的结晶和时代条件交互作用的结果,“一带一路”战略向世人宣告了中国崛起的到来,成为中国走向世界的重要抓手。“一带一路”战略的成功实施必将进一步优化中国和平发展的外部环境,为国家崛起和民族复兴营造广阔的战略空间。总体上,浙江应该发挥开放程度高、经济实力强、辐射带动作用大的优势,大力推进浙江海洋经济发展示范区和舟山群岛新区建设,加强宁波—舟山等海上合作战略支点建设,推进“诗画浙江”旅游品牌国际化进程,提升完善入境旅游便利条件,以开放倒逼旅游领域深层次改革,形成参与和引领区域旅游协同合作新优势,努力成为“一带一路”战略下旅游发展的排头兵和主力军。

参考文献:

- [1] 林长青,瞿涛,杨祖增.“一带一路”建设与浙江发展新机遇[J].浙江经济,2014(22):36-37.
- [2] 王凤山,丛海彬,冀春贤.宁波—舟山港对接“一带一路”的探析[J].经济论坛,2015(1):57-62.
- [3] 郑志来.东西部省份“一带一路”发展战略与协同路径研究[J].当代经济管理,2015,37(7):44-48.
- [4] 朱李鸣.浙江参与“一带一路”建设战略定位与举措建议[J].浙江经济,2015(13):29-30.
- [5] 杜德斌,马亚华.“一带一路”:中华民族复兴的地缘大战略[J].地理研究,2015,34(6):1005-1014.

On the Reflection and Countermeasures of the Tourism Development in Zhejiang under the One Belt and One Road Strategy

SHEN Xuwei

(Hangzhou Great Canal Comprehensive Conservative Center, Hangzhou 310015, China)

Abstract: The One Belt and One Road Strategy is an important national-level strategic idea recently put forwards by China to promote international cooperation between China and other countries on the overall situation, which has a significant and far-reaching influence on deepening regional joint work, boosting Asia-Pacific Region prosperity and promoting global development. Developing tourism is one of important ways for Zhejiang to integrate into the One Belt and One Road construction. Developing Zhejiang's tourism based on this strategy is not only an effective way to construct Zhejiang Marine Economic Development Demonstration Zone and a necessary carrier of a provincial flourishing economy on tourism, but also an inherent requirement of pushing Open Zhejiang and a urgent need to construction of the Two Beautiful Zhejiang. As a leading zone of ecological civilization, a main intersection of the Yangtze River and East China Sea, a frontier of provincial flourishing economy on tourism and a test area on Internet Silk Road, Zhejiang could become more competitive on tourism among relative area by means of three-dimensional transport corridor, tourism space layout and construction of key projects, etc.

Key words: One Belt and One Road Strategy; Zhejiang tourism; development strategy

(责任编辑:高玉玲)

国内景区精细化营销管理研究初探^{*}

唐为亮

(青岛祥源旅游发展有限公司, 山东 青岛 266000)

摘要:在总结前人及笔者研究景区精细化营销管理方法的基础上,结合当前景区营销管理实际发展需要,系统提炼出国内景区精细化营销管理的方法,并提出相应的发展对策。

关键词:景区营销;精细化管理;发展对策

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

一、引言

旅游景区作为旅游产业发展的最核心要素,是旅游目的地的主要吸引物,同时也是旅游产业的辐射中心与支撑主体。近年来,我国旅游景区快速发展,景区规模不断壮大,景区旅游人次和旅游收入稳步提升,在推动区域经济发展等方面效益显著。但另一方面,随之暴露出来的管理问题也日益突出,严重滞后于旅游行业的发展,无法适应旅游业发展的新趋势和产业转型升级的需要。目前,中国景区两万八千多家,约90%以上的景区资源为政府所拥有,由于受到体制、机制等因素制约,大部分景区未进行充分有效的市场化运作,或者市场化运作程度不高。随着国家相关约束制度、政策的逐步放开,越来越多的景区将真正意义上进入旅游市场,竞争也会越来越激烈,景区不会仅仅满足于前期旅游市场的自然增长,后期肯定会对规模、利润、运营控制等指标提出更高要求。因此,景区精细化营销管理势在必行。

通过查阅国内外各大文献平台,如万方数据、维普网、中国知网、百度文库等,发现国内学者关于景区精细化营销管理方法方面的论文数量非常少,质量也参差不齐,系统化、理论化、模块化的论文或实践总结屈指可数。为此,笔者根据自己多年的研究心得,并结合相关文献资料,对国内景区精细化营销管理方法研究做初步的分析探讨,以期更多研究人员能参与到对此问题的研究中来。

二、国内景区精细化营销管理的方法

(一)未来国内景区渠道发展变化的趋势

因景区精细化营销管理的需要,多层管理模式将逐步取消,传统渠道结构向扁平化方向转变;旅游行业电子商务革命带来的消费多样性和个性化趋势已逐步成型,未来的景区渠道终端将向个性化需求转变;移动互联网和自驾游市场的迅猛发展分割了传统旅行社渠道商的市场份额,渠道模式将向多元化发展转变;传统的简单渠道政策已经无法适应未来景区精细化营销发展的需要,未来景-渠关系股份制、合伙制等制度将盛行,新业态、新模式将不断涌现,景区与渠道关系将会向更加紧密的合作关系转变。

(二)国内景区精细化营销成功的法则

在准确把握景区营销未来发展变化的前提下,需进一步细化到渠道政策、价格管控、利润确保、循环促销、培训到位、客情沟通、精细管理七个方面。政策系统定规矩,重点在于一线与二线品牌渠道政策运营策略;价格管控贴市场,景区价格是旅游市场调节的杠杆,需要组合使用;确保利润促主推,旅游景区在选择渠道商时,必须考虑利润和规模的权衡,近期与长远的关系;持续促销助循环,重点在于景区资源如何有效利用;培训到位稳上量,景区营销管理需要人才来支持,更需要人才去执行,如何教会员工培训很关键;客情沟通增和谐,共赢是合作的前提,信任是合作的基础,沟通传播价值、沟通创造价值;

^{*} 收稿日期:2016-01-10

作者简介:唐为亮(1984-),男,江苏滨海人,青岛祥源旅游发展有限公司营销总监,主要从事区域旅游开发与规划、景区运营与管理研究。

管理精细出效益,国内景区平衡经营能力普遍不足,对如何有效的利用资源、平衡各个方面的利益,精细管理显得尤为重要。

(三)国内景区精细化管控的五大体系

国内景区营销是否成功,需要尝试上述七大法则,但是如何将精细化管控七法则具体执行到位,值得每一个景区管理者深思。为此,需要建立起五大营销管控体系:一是营销团队精细化管控,人才是企业发展的第一要素,为打造一流的景区管理团队,必须对营销团队实施精细化管控;二是网络精细化管控,对于景区而言,渠道网络数量和质量提升至关重要,围绕提升网络数量和质量,实施网络精细化管控势在必行;三是产品精细化管控,产品才是营销制胜的关键和核心所在;四是渠道政策精细化管控,政策梯度制定必须符合旅游市场的现实情况及集团公司战略发展需要;五是广推精细化管控,景区的特殊性决定了广推在景区营销中将起到举足轻重的作用,如何做到少花钱、多吆喝、增收益,规模和利润的合理平衡,值得景区特别是中小景区管理者的深思。

(四)国内景区渠道建设的模式选择

渠道网络是景区生存和发展的生命线,得渠道者得天下,随着景区渠道竞争的白热化,景区渠道争夺战将会越演越烈,各大景区将会越来越关注渠道网络的数量、质量、延伸度、关联度等指标。目前,国内景区渠道建设的理论和实践相比较其它行业而言,还处于初级发展阶段,没有形成自己的完善体系,渠道精细化管理程度不够,渠道建设及发展模式不清晰。每个景区在不同的发展阶段、不同的客源市场区域,都面临不同的渠道模式选择问题。现阶段国内景区渠道主要有独家代理合作制、选择性大客户合作制、广泛性客户合作制、景区直营合作制四种模式。在景区举办旅游节庆活动能够扩大景区品牌知名度,促进景区产品销售,提高市场份额,树立景区渠道商经营信心,提高品牌忠诚度,最终促成景区、渠道商、媒体、机构、旅游者“五赢”的局面。

(五)国内景区媒体传播监控的策略

景区媒体公共关系是景区为改善与社会公众的关系,促进公众对景区的认识、理解及支持,达到树立良好的景区品牌形象,促进景区产品销售目的的一系列公共活动。目前部分景区特别是二线品牌景区在公共关系传播上还存在很多不足,特别是在新媒体网络营销、传统媒体投放、软文撰写、媒体传播监控、公关活动、媒体日常关系维护等方面还有待提

高。为此,应实施以下策略:一是全面出击、重点突破;二是优化传播、扩音品牌;三是收集信息、监控环境;四是客情关系、加强合作。景媒关系休戚相关,不仅景区需要媒体,媒体也需要景区的支持。

(六)国内景区市场开发的策略

国内景区需要做好市场调研、市场开发、市场维护三个方面的细节问题。在市场调研策略方面,要从业态分布、渠道调研、竞品调查、本品调查四个方面展开。市场调研只是让景区对市场的宏观、微观环境有一个更清晰的认识,而要想获得成功,就必须进行市场的深度开发。在市场开发中,六大因素值得关注,包括市场前期规划、目标客户来源、客户选择、客户拜访前期准备、拜访和合作激励。市场调研只是对市场的宏观和微观环境有个了解,市场开发也仅是切入客户合作的一个重要条件,市场维护才是保持景区市场长久发展的关键。应该加强旅游产品的分销,加强市场的推广,保持政策的延续性,加强市场动态的研究和客户的维护。

三、结语

景区营销精细化管理方法就是在研究宏观和微观的基础上,并结合各自景区的实际情况,选择适合本景区发展的模式,从顶层设计、合作模式、渠道政策、价格管控、利润确保、循环促销、培训到位、客情沟通、精细管理入手,抓团队、重产品、控政策、拓网络、精广推,在市场开发中,把每一种工具或者方法精确落地。在实践操作中,因体制等问题,能做到以上方面的景区少之又少,暂且作为一种理论探讨。

参考文献:

- [1] 陈思嘉,何英蕾,李江虹,等.景区标准化建设对策分析[J].中国标准化,2014(9):64-67.
- [2] 唐为亮.二线品牌景区成功营销的法则[N].中国旅游报,2012-04-12(11).
- [3] 唐为亮.未来中国景区渠道发展“四转变”[N].中国旅游报,2012-05-16(11).
- [4] 唐为亮.景区渠道建设的四种模式[N].中国旅游报,2013-05-01(11).
- [5] 唐为亮.景区节庆活动策划管控“三步法”[N].中国旅游报,2012-05-09(11).
- [6] 唐为亮.景区活动策划的精细化管控[N].中国旅游报,2012-12-05(11).
- [7] 唐为亮.国内景区市场开发成功关键因素分析[N].中国旅游报,2013-05-22(11).

A Preliminary Study on the Refined Marketing Management in Domestic Scenic Areas

TANG Weiliang

(Qingdao Yuanxiang Tourism Development Co., Ltd., Qingdao 266000, China)

Abstract: Based on the previous studies of refined marketing management and combined with the current actual needs of scenic area marketing management, this paper systematically proposed the specific methods of refined marketing management for the domestic scenic areas and the development countermeasures were put forward accordingly.

Key words: scenic marketing; refined management; development countermeasure

(责任编辑:魏有广)

.....
(上接第9页)

Research on the Improvement of Hotel Service Quality Based on FMEA & TRIZ

CAI Libin, LIU Bo

(School of Management, Ocean University of China, Qingdao 266100, China)

Abstract: The overall improvement of the service quality is a crucial way to enhance the hotel competitive ability. The featured marketing positioning, the start rated appreciated building and its interior decoration, the rational and layout and convenient facilities, the neat undusted environment and its elegant and graceful staff consist the service of the hotel, which satisfied not only the material requirement but also the spiritual enjoyment of the guests. What's more, reliability is one of the most significant indicators for guaranteeing service quality often applied in hotel industry. Therefore, the primary mission of hotel management is to optimize the current condition of service quality to maintain a high reliability. In addition, Failure Modes and Effects Analysis is a very valuable facility for analyzing the reliability of the service quality, also has significances for forecasting the failure risk of service indexes. This research applies FMEA to establish a failure risk evaluation model for appraising the failure risk of hotel industry, as is based on the comprehensive related literature review, the research was conducted with a certain proportion of hotel customer inform of questionnaire survey. Taken the customers of Qingdao's hotel industry as the research object, we use FMEA model to analysis of potential failure factors of hotel service. Finally, according to risk priority number of every service quality (Risk Priority, Number, RPN) prioritizing improvement projects, the author used one of the most efficient analytic procedures, Contradiction Matrix based on TRIZ theory, to provide optimization suggestions for promoting hotel service quality.

Key words: reliability; service quality; FMEA; TRIZ; contradiction matrix

(责任编辑:魏有广)

文化驱动型民族旅游发展研究*

陶 静

(天津师范大学津沽学院,天津 300387)

摘 要:无论从理论还是实践角度,文化驱动型民族旅游发展都具有一定的必要性与可能性,应该从形象塑造、品牌建设、战略定位、空间布局、产品设计、市场营销、支撑保障七个方面进行模式构建与路径选择。

关键词:文化驱动;民族旅游;模式构建;路径选择

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

一、问题的提出

民族旅游已经成为国内外旅游产业中不可忽略的重要旅游形式。关于民族旅游的概念内涵,不同的学者提出了不尽相同的看法。光映炯(2002)认为民族旅游是指通过对于某一个民族的独特文化或生活方式的参与、观察、体验来实现审美需求的过程。刘晖(2006)认为民族旅游是指游客被异域具有独特的自然生态和民族文化的少数民族所吸引,而前往“异文化”人群去体验异域风情的短暂旅游经历。在这两个观点中不难发现,民族地区的文化成为民族旅游的主要吸引物和驱动力,这也是本文研究的出发点。旅游产品整体上具有文化性,旅游产品的生产过程是一种经济运作过程,同时也是一种文化创造过程,从这一意义上讲,所有的旅游活动都可视为文化旅游,民族文化以历史文化或地域文化的形式,可以渗透到所有旅游产品的开发过程中,与其它旅游资源要素组合,深化和影响各类旅游产品的内涵和功能。而在把多勋、夏冰(2010)从旅游业发展的驱动力维度对民族地区旅游业发展模式的划分中,民族旅游发展模式可分为自然资源自发型民族地区旅游产业发展模式、区域旅游形象早期定位型民族地区旅游产业发展模式,以及自然资源自发型与区域旅游形象早期定位型相结合的地区旅游产业发展模式三种。显然,在上述分类中,文化驱动型民族旅游发展并未引起足够的重视,本文就针对文化驱动型民族旅游发展进行尝试性的理论分析与探索。

二、文化驱动型民族旅游发展的必要性与可能性

(一)必要性

1. 民族文化保护、传承与发展的紧迫性

关于民族文化保护、传承与发展三者的关系,张力力,叶全良(2012)曾进行过经典阐述:传承性是民族文化赖以生存与发展的根基。而传承性建立在民族文化保护的基础上,没有文化的保护,就不会有文化的传承,更谈不上文化的发展。民族文化是一种物质与非物质相互融合的传承性的人文遗产,因而必须在传承中保护。梳理三者的关系让我们明白,在民族旅游发展过程中,民族文化的保护、传承与发展是不容忽视的。

2. 文化强国、文化强旅的战略性的

坚持中国特色社会主义文化发展道路,努力建设社会主义文化强国,是党的十八届六中全会立足中国特色社会主义事业发展全局,深刻总结文化建设历史经验,科学分析当前形势,着眼于推动我国文化长远发展、实现中华民族伟大复兴提出的重大战略思想和战略举措。在此大背景下,推动文化强旅,发展民族地区文化先进生产力,促进民族地区文化保护、传承与发展,促进民族文化与旅游发展的融合互动,成为民族旅游发展的题中之义。

3. 民族旅游定义的内涵性

尽管民族旅游的定义与内涵,国内外学者尚未完全统一,但是,可以肯定的是,越来越多的学者在民族旅游的定义中强化了民族文化这一元素。民族旅游发展已经不可能脱离民族文化的保护、传承与发展而独立存在,同理,民族文化的保护、传承与发展也越来越依赖民族旅游的发展。

(二)可能性

1. 民族旅游地文化的独特性与珍稀性

* 收稿日期:2016-02-20

作者简介:陶静(1989-),男,河北宣化人,天津师范大学津沽学院管理系教师,主要研究方向为旅游规划、旅游文化、旅游市场营销等。

由于经济发展水平、社会发展阶段、交通便利程度、地理区位条件、社区生活习惯等多种元素的综合作用,我国大部分民族旅游地的文化保护较好,民族地区的文化资源的独特性和珍稀性犹存,这是民族地区生存繁衍的重要文化底蕴和环境,也是民族地区作为旅游目的地具有吸引力和竞争力的基础和动力。例如我国民族服饰(帽子与头巾、袍子与靴子、坎肩与裙子等)空间分布的地理背景为民族服饰这个潜在旅游资源的开发利用提供了条件。民族旅游地文化的独特性和珍稀性为文化驱动型民族旅游发展奠定了资源基础、提供了环境可能。

2. 文化趋向的游客数量不断增长

伴随着社会文明的进步、旅游产业的发展和旅游意识的提升,愈来愈多的游客不仅仅停留于观光旅游阶段的“走马观花”,而是上升到文化元素的深度体验。旅游业与体验经济有着天然的对接性,旅游业以提供旅游者体验为核心,是体验经济的典型代表产业。在民族旅游中,民族文化的体验和品味成为民族旅游者的重要动机和目的。游客对民族文化需求的增加为文化驱动型民族旅游的发展提供了市场可能。

3. 理论指导的丰富和发展实践的经验

(1) 理论指导

除了体验理论等我们熟知的理论可以指导文化驱动型民族旅游发展的实践外,还有很多理论也可以成为文化驱动型旅游发展的指导理论,吴殿廷教授的反向旅游理论就是其中之一,把旅游目的地景观(物质景观和文化景观等,下同)与游客原驻地景观之间的“极端差异”称作“反向”,把“追求景观差异极大化”的旅游行为称作“反向旅游”,在文化领域具体表现在旅游者专挑自己文化里所不具有的文化内蕴的目的地。文化驱动型民族旅游显然符合这一理论。

(2) 发展实践

在民族旅游发展实践中,不乏文化驱动型民族旅游发展的先行者,大湘西民族旅游就是其中之一,以张家界市为中心的北部土家族文化旅游圈、以吉首为中心的中部苗族文化旅游圈、以怀化市为中心的南部侗族文化旅游圈,构成了大湘西民族文化旅游产业发展的资源基础,相对于自然景观而言,民族文化资源由于其独特性、体验性、原生态等特点日渐成为更富内涵和价值的旅游资源,这些具有代表性的民族文化旅游资源便是大湘西民族文化旅游品牌资产的重要来源。

而同样值得我们去思考的还有“刘三姐”文化,“刘三姐”作为广西民俗文化的典型意象,成为广西

文化产业资源特别是文化旅游资源不断产生经济效益的一种资本。

三、文化驱动型民族旅游发展的模式构建与路径选择

文化驱动型民族旅游的模式构建与路径选择就是在民族文化为驱动力的民族旅游发展中,探索适宜该发展方式的具体模式和路径。文化作为驱动力需要表达和承载,需要经济和产业的支撑。

(一) 形象塑造

旅游形象是旅游地在人们心目中的感知印象,是旅游对外宣传的主题。旅游形象设计不仅是对旅游地环境背景的高度概括,更应充分表达旅游目的地特色信息。旅游形象是旅游目的地生命,也是形成竞争优势的最有力工具。同时文化驱动的民族旅游形象塑造,在某种程度上就是这个民族的文化形象塑造,是这个民族兴衰的决定因素之一,民族文化形象塑造本身就是一种文化的自我完善的过程,标示着民族的文化根脉的深远和人文语言的能力。

文化驱动型旅游形象塑造需要从以下几个方面进行:民族文化元素提炼与整合、民族文化内涵挖掘与表达、民族文化形象的传播与扩散、民族文化旅游产品的开发、民族文化旅游产业的转型。同时需要注意的是,旅游形象的影响因素与旅游地形象塑造密切相关,旅游者对旅游地的形象感知主要受旅游者、旅游地、信息、外力四方面因素的影响。文化驱动型民族旅游形象塑造需要解析这些影响因素,特别是旅游过程中的旅游者的文化背景、旅游地和客源地的文化差异能给旅游者带来文化冲击,文化冲击又会对旅游者的形象感知产生影响。

(二) 品牌建设

在民族旅游形象塑造的基础上,进行品牌建设是文化驱动型旅游取得经济、文化、社会、生态效益的必由之路。文化驱动型的民族旅游品牌包含着隐性内涵要素与显性表达要素两方面。隐性内涵要素是品牌的内涵,需要深入体验才能够感知,由价值、精神、个性等整合组成,是品牌建设的核心;显性表达要素是外在的、可以直接被旅游者感受的要素,包括品牌名称、标准字、标准色、商标和包装等,是品牌建设的支撑。品牌核心价值是品牌向消费者承诺的核心利益,它代表着品牌对消费者的终极意义和独特价值。对民族文化旅游产业而言,品牌核心价值是构建民族文化旅游品牌的终极追求,是民族文化旅游营销传播活动的中心,并在根本上决定了该品牌体系的独特性、识别性、不可复制性和吸引力。在文化驱动型民族旅游品牌建设过程中,需要对民族

旅游品牌名称、品牌产品、品牌标志、商标和企业传递形象等实施知识产权保护。

(三) 战略定位

文化驱动型民族旅游发展战略是旅游产业发展的总体指导和方向规划。发展战略主要包括发展目标、发展方向、基本定位、发展原则等,对于民族地区的文化驱动型民族旅游发展来说,民族文化的传承、保护、发展与民族旅游发展相结合,是最基本的战略,但是旅游发展是一个全要素的综合性系统,还需要有产业融合、产品定位、人才培养、生态保护、招商引资等战略与基本战略相配合,这样的文化驱动型民族旅游发展战略才能够指导地区民族旅游的发展。需要注意的是,发展战略需要系统性,同时还需要重点性,要全面中有着重,才能够真正统筹旅游发展的人力、物力、财力分配,指导产业发展。若面面俱到,是没有结合地方实际的发展战略,则难以起到指导作用。

(四) 空间布局

空间布局是旅游产业发展中的重要环节,而对于文化驱动型民族旅游发展来说,文化空间布局是必须的。文化空间不是一般所认为的文化存在的地理空间范围,它具有深刻的内涵和广泛的外延,是民族文化的特殊表现形式,它是以地理空间特征为特征的,以少数民族为主体、具有一定核心文化特征并在一定的地理区域范围内表现出强烈的文化独特性的地理场所。文化驱动型民族旅游中的文化空间布局与传统的旅游规划和产业发展中的空间布局有所不同,其更多地突破了行政区域、交通设施等的限制,主要是从文化脉络与分布的角度进行空间的布局。

(五) 产品设计

文化驱动型民族旅游的产品设计必然要以文化内涵为基础、文化特色为吸引,民族文化的独特性与珍稀性是民族旅游产品的核心竞争力,进行民族旅游产品的设计的前提是地区文化内涵的提炼和文化脉络的梳理。以主题(T)为核心、资源(R)为基础、市场(M)为导向、产品(P)为深化的民族文化旅游主题开发的RMTP理论,对于文化驱动型民族旅游的产品设计具有指导意义。针对不同审美情趣将民族文化资源划分为3个主题层次:静态文化层、动态文化层和抽象文化层,每个层面的文化对应的主题审美层次以及其主题行为层次、主题旅游产品类型是有差异的。依据主题的层次和差异性原则,将主题产品设计为4个层次的主题产品谱,即静态(Static)景观旅游产品、动态(Dynamic)参与旅游产品、生产生活(Production Life)展示旅游产品、服务

(Service)性旅游产品,简称SDPLS主题产品谱。需要注意的是,并不是所有的文化元素都要通过产品开发来设计和展示,还有一种旅游产品外的“无形”产品——旅游氛围和文化环境,民族地的风土人情、生活习俗、社会风尚,都在无形中成为一种旅游体验的良好氛围和环境,这种氛围和环境开发的主体不是政府、旅游企业和旅游规划设计者,而是民族社区居民,这是一种本土化、原真性的旅游产品,这也是文化驱动型民族旅游应该注重的。

(六) 市场营销

文化驱动型民族旅游的市场营销应该在传统的、普通的营销策略和营销手段的基础上,注重文化的传播和分享,主要从两个方面入手:一方面营销文化的差异性,主要是立足于民族地区文化与国内外其他地区文化的不同与特别,这也就是在“反向旅游”的理论指导下的营销路径;另一方面就是营销文化的相似性,例如我国的朝鲜族地区的民族旅游可以对朝韩两国营销文化的相似性,这对于文化驱动型的民族旅游也是至关重要的。在西方强势文化的影响下,文化全球化的浪潮正在冲击着非西方文化的根基,如何保持本民族本文化的特点并确保文化多元化的格局是全球关注的问题,“共生与共赢”的文化理念强调在互相尊重的前提下不同文化的相互学习与沟通。因此,文化驱动型民族旅游的市场营销应该秉承“共生与共赢”的文化理念。

(七) 支撑保障

文化驱动型民族旅游的支撑保障体系主要包括文化保育、生态保护、招商引资、人才管理、政策法规、文化教育等方面的支撑保障环节,其中文化保育必然是最重要的支撑保障环节,文化保育即民族文化的保护孕育,是一种动态的文化遗产与发展的路径,而不是静态的单一保护。招商引资是文化运作的重要资金保障,但是不要过分商业化是最基本的原则,否则很容易导致民族文化的流失和变异。文化教育也是在文化驱动型民族旅游中特别需要注意的支撑保障体系,包括三个方面:对旅游管理人员和旅游从业者的教育,教育重点是文化保护意识与文化宣传技能;对旅游者的教育,教育重点是文化保护意识和文化体验能力;对民族社区居民的教育,教育重点是文化自信意识和文化传承技能。多种支撑保障环节的系统组合,对文化驱动型民族旅游具有基础性的作用。

四、结论与讨论

无论从理论还是实践角度,文化驱动型民族旅游发展具有一定的必要性与可能性,文化驱动型民

族旅游发展应该从形象塑造、品牌建设、战略定位、空间布局、产品设计、市场营销、支撑保障七个方面进行模式构建与路径选择。但是本文对于七个方面的模式构建与路径选择的分析依然较为肤浅,仅是抛砖引玉,期待理论和实践界对文化驱动型民族旅游发展有更多的关注和研究。在今后的研究中,应该在田野调查的基础上注重量化研究,全面分析文化驱动型民族旅游发展的推广意义和方法。

参考文献:

- [1] 光映炯. 旅游人类学再认识——兼论旅游人类学理论研究现状[J]. 思想战线, 2002, 28(6): 43-47.
- [2] 刘晖. 民族旅游学[M]. 北京: 民族出版社, 2006.
- [3] 陶犁. 民族文化旅游产品开发探析[J]. 思想战线, 2002, 28(4): 45-48.
- [4] 把多勋, 夏冰. 多元目标体系导向的西北民族地区旅游产业发展模式[J]. 兰州大学学报(社会科学版), 2010, 38(6): 106-111.
- [5] 张力力, 叶全良. 基于民族旅游发展的民族文化提升与保护研究[J]. 贵州民族研究, 2012, 33(6): 95-98.
- [6] 王衍用, 曹诗图. 我国服饰分布地理背景与在旅游业中的利用[J]. 地理学与国土研究, 1994, 10(1): 42-45.
- [7] 李瑞, 吴孟珊. 体验经济时代下古镇文化传承与发展研究——基于旅游者体验行为的视角[J]. 旅游研究, 2012, 4(2): 12-19.
- [8] 吴殿廷, 张艳, 王欣. 论反向旅游[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2005(6): 10-13.
- [9] 龙湘洋, 王忠云. 民族文化旅游品牌资产价值评价研究——以大湘西为例[J]. 经济研究导刊, 2010(31): 186-188.
- [10] 吴晓山. 民俗文化旅游品牌战略研究——以“刘三姐”文化旅游为例[J]. 特区经济, 2010(8): 171-173.
- [11] 杨桂华, 王秀红. 德宏旅游形象定位、塑造与市场营销[J]. 旅游研究, 2009, 1(2): 70-75.
- [12] 和占强. 纳西族传统文化形象的塑造[J]. 民族音乐, 2007(6): 39-40.
- [13] 程金龙, 王发曾. 旅游形象的影响因素与塑造策略[J]. 经济地理, 2009, 29(10): 1753-1758.
- [14] Petri Hottola. Culture Confusion intercultural adaptation in Tourism[J]. Annals of Tourism Research, 2004, 31(2): 447-466.
- [15] 张海燕, 王忠云. 产业融合视角下的民族文化旅游品牌建设研究[J]. 中央民族大学学报(哲学社会科学版), 2011, 38(4): 17-23.
- [16] 王兆峰, 杨琴. 基于产权理论的民族文化旅游产业品牌发展研究[J]. 贵州民族研究, 2010(1): 133-139.
- [17] 王建基, 高永辉. 城市化进程中少数民族文化空间保护研究[J]. 新疆社会科学, 2010(6): 95-98.
- [18] 陆军. 实景主题: 民族文化旅游开发的创新模式[J]. 旅游学刊, 2006, 21(3): 37-43.
- [19] 尹贻梅. 对旅游空间竞争与合作的思考[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2003(3): 56-60.
- [20] 海力波. 广西民族文化旅游的文化理念与开发前景[J]. 广西民族研究, 2002(2): 73-77.
- [21] 王付建, 金石柱, 郑鑫. 延边朝鲜族自治州旅游开发与地理文脉探究[J]. 通化师范学院学报, 2011, 32(4): 48-50.
- [22] 黄虎国. 延边旅游资源及其评价[D]. 延边: 延边大学, 2004.

Research on the Development of Ethnic Tourism Driven By Culture

TAO Jing

(Jingju College, Tianjin Normal University, Tianjin 300387, China)

Abstract: There exist certain necessity and possibility for the development of the ethnic tourism driven by culture from the perspectives of both theory and practice. Its mode construction and developing path selection should be carried out from the following seven aspects: image shaping, brand building, strategy positioning, space layout, production design, marketing and support.

Key words: culture-driven; ethnic tourism; mode building; path selecting

(责任编辑:王 萍)

经济·管理

新常态下我国消费驱动经济增长的研究*

赵蕾

(江西科技学院区域经济研究所,江西 南昌 330098)

摘要:新常态下我国经济增长面临经济下行的较大压力。传统意义上驱动经济增长的“三驾马车”对经济增长的驱动影响力已经发生了变化。通过描述性统计和实证研究发现,目前最终消费支出占国内生产总值的比重最大;在贡献率和拉动方面,最终消费支出也已经超过资本形成总额,成为经济增长的最大驱动力;国内最终消费支出每提高一个百分点将驱动经济总量提高0.59个百分点;从东部、中部和西部的区域角度分析来看,经济发达程度与区域自发性消费支出的大小基本成正比。最后根据研究结论提出了促进消费增长的建议。

关键词:新常态;消费驱动;经济增长;面板数据

中图分类号:F124 **文献标识码:**A

一、引言

当前我国经济增长已经进入新常态时期,一方面经济增长速度从“高速增长”下降为“中高速增长”,突出表现在自2012年以来经济增长率持续下降,2015年的经济增长率更是下降为6.9%,是1990年来经济增长率首次跌破7%。另一方面,我国的经济结构正在不断优化和升级,根据国家统计局公布的数据,2015年消费需求对经济增长的贡献率达到66.4%,远高于投资需求和出口需求对经济增长的贡献率,这表明我国的经济结构调整已经初见成效,经济增长的驱动力也正在由以往的以“投资性驱动为主、出口性驱动为辅”向“消费性驱动为主、投资性驱动为辅”转变。

我国经济增长的“三驾马车”,投资由于受到产能过剩、供给侧改革等因素的影响,其对经济增长的驱动力总体呈现下降趋势,而出口由于外部需求不足而萎缩严重。因此,传统的经济增长三大驱动力中只有消费驱动表现尚可,但其潜力仍尚未完全激发出来,仍有待提高。今年我国将不断深挖内需潜力,培育和开拓内需增长新空间,继续加大消费对经济的基础性驱动作用。

本文将对新常态下我国消费对经济增长的驱动情况进行研究。这对于今后我国明晰消费对经济增长的影响,采取针对性措施切实提高消费的驱动力意义重大,将有利于我国实现经济的持续、稳定增

长,同时能够缓解经济逐年下行的压力。

二、我国消费驱动经济增长的描述性分析

新常态下我国消费对经济增长的驱动作用可以通过最终消费率、贡献率和拉动率三个指标进行分析。最终消费率是指最终消费支出占支出法国内生产总值的比重,该指标数值越大表明最终消费支出占支出法国内生产总值的比重就越大,反之则反是;贡献率是指消费需求增量与支出法国内生产总值增量之比;拉动率是指国内生产总值增长速度与消费需求贡献率的乘积,即消费需求增量与上一年度国内生产总值之比。

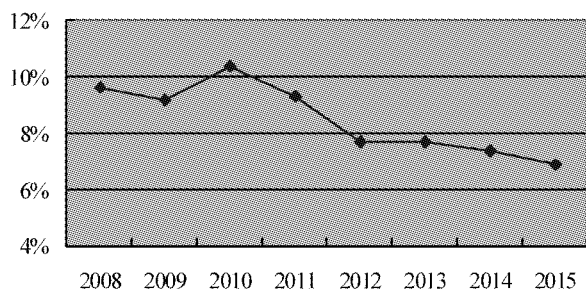


图1 2008—2015年我国历年经济增长率
资料来源:2008—2015年历年《中国统计年鉴》。

根据图1可知,自次贷危机爆发以来,从2008年到2011年,我国的经济增长率分别为9.6%、9.2%、10.4%和9.3%,虽然比2004年到2007年的经济增长率10.1%、11.3%、12.7%和14.2%低,

* 收稿日期:2016-03-17

作者简介:赵蕾(1981-),男,江苏徐州人,江西科技学院副教授、博士,主要研究方向为数理经济学。

却仍保持高速增长的速度。但自2012年以来,经济增长率就仅为7.7%、7.7%、7.4%和6.9%,下降幅度较大,2012年经济增长率跌破“8%”,2015年又跌破“7%”。这说明自2012年以来我国经济增长就开

始进入新常态时期。本部分将对2008年以来我国消费对经济增长的影响情况进行具体分析,采用的分析指标包括最终消费率、贡献率和拉动率。

表1 2008—2014年我国最终消费支出及最终消费率情况

年份	支出法国内生产总值 (亿元)	最终消费支出 (亿元)	资本形成总额 (亿元)	货物和服务净出口 (亿元)	最终消费率 (消费率)(%)	资本形成率 (投资率)(%)	净出口率 (%)
2008	315974.6	153422.5	138325.3	24226.8	48.6	43.8	0.077
2009	348775.1	169274.8	164463.2	15037.0	48.5	47.2	0.043
2010	402816.5	194115.0	193603.9	15097.6	48.2	48.1	0.037
2011	472619.2	232111.5	228344.3	12163.3	49.1	48.3	0.026
2012	529399.2	261993.6	252773.2	14632.4	49.5	47.7	0.028
2013	586673.0	292165.6	280356.1	14151.3	49.8	47.8	0.024
2014	640696.9	329450.8	293783.1	17463.0	51.4	45.9	0.027

资料来源:2008—2015年历年《中国统计年鉴》、2008—2015年历年《中国国民经济和社会发展统计公报》。

由表1可知,在2008—2014年历年的按照支出法计算的国内生产总值中,最终消费率(即最终消费支出占支出法国内生产总值的比重)一直占据最大比重,而且整体上呈现逐年上升趋势,具体表现为从2008年的48.6%上升到2014年的51.4%,这说明消费已经承担起驱动我国经济总量扩大的“顶梁柱”角色。尽管资本形成率(资本形成总额占支出法国内生产总值的比重)和净出口率(货物和服务净出口占支出法国内生产总值的比重)都低于最终消费率,但是资本形成率整体上也呈现逐年上升趋势,具体表现为从2008年的43.8%上升到2014年的45.9%,而净出口率却整体上呈现出较大的下降趋势,具体表现为从2008年的0.077%下降到2014年的0.027%。

表2 2008—2014年我国最终消费支出对经济增长的贡献率情况

年份	贡献率(%)		
	最终消费支出	资本形成总额	货物和服务净出口
2008	44.2	47.0	8.8
2009	49.8	87.6	-37.4
2010	43.1	52.9	4.0
2011	56.5	47.7	-4.2
2012	55.1	47.0	-2.1
2013	50.0	54.4	-4.4
2014	51.6	46.7	1.7

资料来源:2008—2015年历年《中国统计年鉴》、2008—2015年历年《中国国民经济和社会发展统计公报》。

由表2可知,从三大传统驱动力对我国经济增长的贡献率方面分析,最终消费支出和资本形成总额的贡献率均大幅高于货物和服务净出口的贡献率。但是从总体上观察最终消费支出和资本形成总额的贡献率可知,从2008年到2014年,资本形成总额的贡献率增幅不大,甚至出现小幅下降趋势,主要

表现为从2008年的47.0%下降到2014年的46.7%,而同时期的最终消费支出的贡献率却呈现出明显提高趋势,具体表现在从2008年的44.2%大幅提高到2014年的51.6%。此外,在2008—2010年期间,资本形成总额的贡献率均高于最终消费支出的贡献率,但从2011年以后,最终消费支出的贡献率开始超过资本形成总额的贡献率,这表明在新常态时期,最终消费支出对经济增长的贡献是驱动我国经济增长的第一大贡献力量。此外,根据国家统计局公布的数据,2015年最终消费支出对经济增长的贡献率达到66.4%,因此可以说最终消费支出已经切实成为驱动我国经济增长的第一大贡献力量。

表3 2008—2014年我国最终消费支出对经济增长的拉动情况

年份	拉动(百分点)		
	最终消费支出	资本形成总额	货物和服务净出口
2008	4.2	4.5	0.9
2009	4.6	8.1	-3.5
2010	4.5	5.5	0.4
2011	5.3	4.4	-0.4
2012	4.2	3.6	-0.1
2013	3.9	4.2	-0.3
2014	3.8	3.4	0.1

资料来源:2008—2015年历年《中国统计年鉴》、2008—2015年历年《中国国民经济和社会发展统计公报》。

根据表3,从三大传统驱动力对我国经济增长拉动的角度分析,最终消费支出和资本形成总额是拉动我国经济增长的主要力量,其中在2008—2010年期间,资本形成总额对经济增长的拉动最大,但在2011—2014年间,最终消费支出对经济总量的拉动总体上超过资本形成总额的拉动,成为近几年促进经济增长的最主要拉动力,2014年最终消费支出对

经济增长的拉动为 3.8 个百分点,比资本形成总额的拉动高 0.4 个百分点。但不论是最终消费支出还是资本形成总额,两者对经济总量的拉动在 2008—2014 年期间都呈现先提高后下降趋势,但总体上表现为下降的趋势。具体表现在从 2008 年到 2011 年,最终消费支出对经济总量的拉动基本上是逐年增大的,但 2011 年以后逐年下降,并且 2014 年的拉动数值(等于 3.8 个百分点)小于 2008 年的拉动数值(等于 4.2 个百分点);从 2008 年到 2010 年,资本形成总额对经济总量的拉动总体上是增大的,但从 2010 年往后,对经济的拉动力却逐年下降,而且 2014 年的拉动数值(等于 3.4 个百分点)小于 2008 年的拉动数值(等于 4.5 个百分点)。

三、实证研究

本文选取 2008—2014 年间全国 31 个省、直辖市和自治区(不含香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾省)的历年经济总量和最终消费支出数值,结合面板数据采用计量经济学方法实证研究最终消费支出对经济总量的影响情况,意图量化最终消费支出对经济总量的影响并找出东部、中部和西部各省、直辖市和自治区的最终消费支出对经济总量驱动影响的异同。

(一)模型形式

对我国 31 个省、直辖市和自治区的实证研究采用如式(1)形式的一元线性回归计量模型:

$$GDP_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 C_{it} + \mu_{it} \quad (1)$$

GDP_{it} 表示第 t 年 i 省、直辖市和自治区的经济总量, C_{it} 表示第 t 年 i 省、直辖市和自治区的最终消费支出, α_0 、 α_1 为待估计的参数, μ_{it} 代表随机误差项,包括除最终消费支出以外的其他影响经济总量的变量。首先对各变量数据取自然对数形式,这样可以消除 GDP_{it} 和 C_{it} 这两组时间序列数据的波动性,其中 $LNGDP$ 是经济总量的自然对数, LNC 是最终消费支出总额的自然对数。因此式(1)可运算为式(2):

$$LNGDP_{it} = \beta_0 + \beta_1 LNC_{it} + \lambda_{it} \quad (2)$$

本文的实证模拟主要以式(2)作为实证基础。

(二)数据来源

本文采用的 2008—2014 年我国 31 个省、市和自治区的相关历年经济总量、消费总量数据,这些数据均来源于同时期历年的《中国统计年鉴》和历年《中国国民经济和社会发展统计公报》。为了增强运算的可比性,需要剔除通货膨胀等引起的价格因素对计量结果可能产生的消极影响,因此本文对所有数据都利用消费者价格指数(以 2008 年数据为基

期)处理为实际数据指标。此外,本文研究所使用的计量经济学软件为 EViews7.0 和 stata12.0。

(三)模型选择

研究方法为计量经济学的静态面板数据方法,基于静态面板数据所构建的计量模型一般是混合模型、固定效应模型和随机效应模型,但三种方法不能同时对一组面板数据进行分析,哪种模型更适合本文,首先需要进行选择和判断。判断的方法是 F 检验和 Hausman 检验。

F 统计量定义如式(3)所示:

$$F = \frac{(SSE_r - SSE_u) / [(NT - k - 1) - (NT - N - k)]}{SSE_u / (NT - N - k)} = \frac{(SSE_r - SSE_u) / (N - 1)}{SSE_u / (NT - N - k)} \quad (3)$$

其中 SSE_r 表示约束模型,即混合估计模型的残差平方和, SSE_u 表示非约束模型,即个体固定效应回归模型的残差平方和。非约束模型比约束模型多了 $N - 1$ 个待估参数。 N 表示参与估计的横截面数据个数, NT 表示面板观测值总数, k 表示待估参数的个数。本文的 F 检验结果显示采用固定效应模型更合适。

通过利用 EViews7.0 软件中 Hausman 检验方法来判断本文的研究要用固定效应回归模型还是随机效应回归模型。首先设定原假设 H_0 :选择随机效应回归模型,个体效应与 $LNGDP_{it}$ 不相关;备择假设 H_1 :选择固定效应回归模型,个体效应与 $LNGDP_{it}$ 有关联。

表 4 Hausman 检验方法的检验结果

随机截面检验效应			
测试汇总	卡方统计量	卡方统计量的自由度	相伴概率
随机截面	6.237289	1	0.0231

由表 4 可知,检验输出结果的 Hausman 统计量为 6.24,对应的相伴概率是 0.0231,这表明在 5% 的显著性水平(或 95% 的置信区间)下应该拒绝选择随机效应回归模型的原假设 H_0 ,接受选择固定效应回归模型的备择假设 H_1 。故应建立固定效应回归模型。因此本文最终采用固定效应模型并结合式(2)来进行下面具体的实证研究。

(四)实证结果

为了研究不同区域的最终消费支出对经济增长的驱动情况,本文将除香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾省以外的国内 31 个省、直辖市和自治区分为东部、中部和西部地区。其中东部地区包括 11 个省级行政区,分别是北京(BJ)、天津(TJ)、河北

(HB)、辽宁(LN)、上海(SH)、江苏(JS)、浙江(ZJ)、福建(FJ)、山东(SD)、广东(GD)和海南(HN);中部地区有8个省级行政区,分别是黑龙江(HLJ)、吉林(JL)、山西(SX1)、安徽(AH)、河南(HN)、江西(JX)、湖北(HB)和湖南(HN);西部地区包括的省级行政区共12个,分别是四川(SC)、重庆(CQ)、贵州(GZ)、云南(YN)、西藏(XZ)、陕西(SX2)、甘肃(GS)、青海(QH)、宁夏(NX)、新疆(XJ)、广西(GX)和内蒙古(NMG)。

表5 固定效应回归模型面板数据的估计结果

变量	待估参数	标准误差	t 统计量	相伴概率
LNC	368.3762	138.7093	2.655743	0.0062
LNGDP	0.593707	0.020341	29.18770	0.0011
固定效应(截距项)				
BJ-C	126.5298			
TJ-C	114.9655			
HB-C	71.05993			
LN-C	-13.31192			
SH-C	261.3188			
JS-C	36.31058			
ZJ-C	89.05547			
FJ-C	-91.84367			
SD-C	63.84097			
GD-C	95.79561			
HN-C	-11.76549			
HLJ-C	-57.53623			
JL-C	13.45074			
SX1-C	9.471727			
AH-C	-1.843677			
HN-C	71.18401			
JX-C	12.79065			
HB-C	-21.6432			
HN-C	17.14539			
SC-C	17.84367			
CQ-C	28.91036			
GZ-C	-98.21048			
YN-C	-231.1803			
XZ-C	-24.49051			
SX2-C	-51.39702			
GS-C	-19.03819			
QH-C	-53.29085			
NX-C	-89.59028			
XJ-C	-32.69028			
GX-C	-49.29041			
NMG-C	10.15903			
拟合优度	0.972373	F 统计量		905.7984
调整后的拟合优度	0.961785	相伴概率		0.000000

根据表5,对面板数据的实证模拟结果显示,拟合优度为0.972373,调整后的拟合优度为0.961785,表明本文采用的模型拟合度比较好。F统计量的值等于905.7984,F值的相伴概率近似为

零,说明本文采用的模型整体的回归效果很好,回归结果符合统计意义。

通过表5可以得出固定效应回归模型的表达式为:

$$LNGDP_i = 368.38 + 0.59LNC_i + 126.53K_1 + 114.97K_2 + \dots + 10.16K_{31} \quad (4)$$

式(4)中, K_i 是虚拟变量,它的具体定义是:

$$K_i = \begin{cases} 1, & \text{若 } i \text{ 属于第 } i \text{ 个个体, } i = 1, 2, 3, \dots, 31 \\ 0, & \text{若 } i \text{ 不属于这个个体} \end{cases}$$

根据式(4)可知,在2008年至2014年间,全国31个省、直辖市和自治区的最终消费支出对经济总量的影响系数为0.59,即最终消费支出提高一个百分点会带来经济总量提高0.59个百分点,这表明最终消费支出对我国经济增长的确有较为显著的积极驱动作用。而从东部、中部和西部区域来观察,随着区域不同,自发性最终消费支出(截距项)存在较为显著的差异。从整体上观察,东部地区的自发性最终消费支出(截距项)远大于中部地区和西部地区,同时中部地区的自发性最终消费支出(截距项)又略大于西部地区,表明经济的发达程度与自发性最终消费支出基本上呈现正比关系,经济越发达地区的消费支出总额更大,进而对经济增长的影响也越大。

四、研究总结及政策建议

本文通过描述性分析和实证检验验证了新常态下消费对经济增长的积极驱动作用。认为自次贷危机爆发以来最终消费支出已经逐渐成为驱动国内经济增长的最重要驱动力量,而传统意义上的投资驱动、出口驱动由于受产能过剩、供给侧改革以及国外外部需求萎缩等因素影响对经济增长的驱动力量不断减弱。从量化的角度来看,最终消费支出提高一个百分点会带来经济总量提高0.59个百分点。此外,国内各省、直辖市和自治区的最终消费支出对经济增长的驱动影响不尽相同,整体上来看,东部地区各省级行政单位的最终消费支出对经济增长的驱动作用最大,中部地区次之,西部地区最小。

在国内经济下行压力逐年增大的新常态下,为了使国内消费更好地发挥驱动经济增长的作用,完成打造内需型经济以促进经济稳定增长的目标,需要从促进传统消费和培育新消费两方面入手采取措施。首先,要巩固扩大传统消费,在提高居民人均可支配收入以及扩大消费信贷的基础上,采取资金补贴、政策引导等手段,针对不同消费群体的需求和消费特点,不断扩大衣、食、住、用、行等方面的居民消费。其次,要刺激新消费,适应消费升级趋势,优化消费环境,维护消费者权益。积极培育和支持发展

时尚消费、信息消费、服务消费、品质消费、培训消费、农村消费等新兴消费。充分发挥新消费引领和驱动经济增长的作用,打造新消费的驱动力。

参考文献:

- [1] 赫永达,孙巍,张帅.我国经济增长与能源消费的非对称冲击效应研究[J].经济问题,2016(4):33-40.
- [2] 王增文,何冬梅.退休冲击、消费动态支出变动及消费结构优化——基于企业、机关事业单位退休人员消费影响因素的比较[J].经济理论与经济管理,2016(3):14-30.
- [3] 赵进文,范继涛.经济增长与能源消费内在依从关系的实证研究[J].经济研究,2007(8):31-42.
- [4] 瞿华,夏杰长,马鹏.我国消费、投资、出口与经济增长关系实证检验——基于1978—2010年数据[J].经济问题探索,2013(3):37-41.
- [5] 李强,徐康宁.资源禀赋、资源消费与经济增长[J].产业经济研究,2013(4):81-90.
- [6] 李强,王洪川,胡鞍钢.中国电力消费与经济增长——基于省际面板数据的因果分析[J].中国工业经济,2013(9):19-30.
- [7] 毕玉江.消费波动对经济增长影响的实证研究[J].经济经纬,2010(1):21-24.
- [8] 李国璋,霍宗杰.中国能源消费、能源消费结构与经济增长——基于ARDL模型的实证研究[J].当代经济科学,2010(3):55-60.
- [9] 熊爱华.我国居民消费与经济增长分析[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2010(6):126-131.
- [10] 张红,李洋,张洋.中国经济增长对国际能源消费和碳

排放的动态影响——基于33个国家GVAR模型的实证研究[J].清华大学学报(哲学社会科学版),2014(1):14-25.

- [11] 王桂荣,苏贵良.消费对经济增长的拉动作用研究——基于城乡消费结构的比较[J].南京审计学院学报,2014(2):39-47.
- [12] 杜焱.政府消费规模对经济增长的阈值效应[J].经济理论与经济管理,2014(8):31-42.
- [13] 吴忠群.中国经济增长中消费和投资的确定[J].中国社会科学,2002(3):49-62.
- [14] 孙海涛,宋荣兴.消费需求与经济增长关系的计量经济分析[J].技术经济与管理研究,2012(1):121-124.
- [15] 周辉.消费结构、产业结构与经济增长——基于上海市的实证研究[J].中南财经政法大学学报,2012(2):27-31.
- [16] 刘东皇,孟范昆.中国经济增长的消费驱动力研究:1952—2009[J].中央财经大学学报,2012(7):61-65.
- [17] 徐凤,金克琴.中国居民消费与经济增长关系的实证研究[J].北京工商大学学报(社会科学版),2009(2):109-113.
- [18] 尹世杰.消费需求与经济增长[J].消费经济,2004(5):3-7.
- [19] 姜涛,臧旭恒.中国居民最终消费与经济增长关系的协整分析[J].管理现代化,2008(5):49-51.
- [20] 高铁梅.计量经济分析方法与建模——Eviews应用及实例[M].北京:清华大学出版社,2005.
- [21] 张晓峒.计量经济学基础(第3版)[M].天津:南开大学出版社,2007.

Researches on Consumption Drive Economic Growth under the New Normal

ZHAO Lei

(Institute of Regional Economics, Jiangxi University of Technology, Nanchang 330098, China)

Abstract: Economic growth of our country is facing the larger pressure of economic downturn under the new normal. The driving force of traditional three channels that stimulate economic growth has changed. The thesis finds, based on descriptive statistics and empirical study, consumption as a proportion of GDP is the largest now; consumption has already outrun investment and become the largest driving force to economic growth in the aspect of contribution rate and pull; every one percentage point rise in consumption can boost GDP by 0.59 percentage point; from the analysis of the east, middle and west regional angle, regional spontaneous consumer spending is basically proportional to development level of economy. Finally, the thesis gives a few suggestions to promote consumption growth, based on research conclusions.

Key words: new normal; consumption-driven; economic growth; panel data

(责任编辑:魏有广)

经济新常态背景下湖南省信息化与工业化 “两化融合”发展策略研究*

彭文武^{1,2},张亨溢²,张鹏¹,李玉竹¹,陈政³

(1. 湖南交通工程学院,湖南 衡阳 421009;2. 中南林业科技大学,湖南 长沙 410004;
3. 湖南工学院,湖南 衡阳 421002)

摘要:湖南省正处于工业化中期的关键阶段,已经制定并实施了“13567”工程,“互联网+”行动计划正在有条不紊地实施。但该省在信息化与工业化融合发展当中,仍存在核心技术的自主创新能力不足、规划和保障制度还不完善、高层次与复合型人才严重短缺等六个方面的问题。因此,该省应该将两化融合发展与构建现代产业体系、增强区域经济实力密切联系起来,坚持政府引导与市场机制有效结合的原则,以技术创新为动力,不断完善公共服务平台建设。

关键词:经济新常态;湖南省;信息化;工业化;融合发展

中图分类号:F124 **文献标识码:**A

加快推进信息化与工业化的融合发展,是党中央着眼于我国经济发展新常态所做出的重大战略决策,对推进经济转型升级、实现“中国制造2025”的目标具有重大战略意义。从区域发展来看,湖南省正处于工业化中期的关键阶段,已经制定并实施了“13567”工程,“互联网+”行动计划正在有条不紊地实施。因此,研究与分析经济新常态下信息化与工业化融合发展的影响因素与对策,对该省的发展具有重要的现实意义,对其他省市也有较强的借鉴价值。

一、“两化融合”是经济新常态的必然选择

信息化与工业化融合通常简称为“两化融合”,主要有技术融合、产品融合、业务融合、产业衍生四个层面的含义。在国民经济当中,工业是发展实体经济的主战场。在经济发展进入新常态的大背景下,“工业新常态”也随之而来。在今后一段时期内,中速增长和生态可持续发展将是工业发展的总体特征,我国工业将要进入速度稳健、结构合理、动力多元的新时期。在向新常态演变的过程当中,部分领域产能过剩、技术创新能力不足、综合素质不高等诸

多问题会逐步显现出来。“两化融合”则正是为了提高企业的技术创新能力和综合素质,实现整体经济结构的优化升级,更好地适合宏观经济的发展需求。在今后,特别是“十三五期间”,我国的工业新常态将会表现出以下四个具体特征:一是进入中速增长区间,二是传统产业与新兴产业协调发展,三是以高投资效率和多元消费结构作为增长动力,四是以生态化和可持续发展为路径。

因此,我们可以认为,“两化融合”正是为了适应经济新常态、特别是工业新常态的发展需求,正是以促进产业升级和产业结构的优化为手段,实现劳动生产效率的提高。我们有理由相信,通过“两化融合”,可以使信息化与工业化互相促进、互相带动,催生一大批新兴产业,不断地培育出新的经济增长点,不断地提高经济的增长质量和效益。

二、经济新常态下信息化与工业化融合发展的影响因素

自从2013年8月份工信部印发《信息化和工业化深度融合专项行动计划(2013—2018年)》以来,

* 收稿日期:2015-12-09

基金项目:2015年度湖南省大学生研究性学习和创新性实验计划项目(湘教通[2015]269号)、湖南省省情与决策咨询课题(2015BZZ164)

作者简介:彭文武(1970-),男,湖南衡阳人,湖南交通工程学院常务副校长、教授,中南林业科技大学商学院硕士研究生导师,主要研究方向为区域经济、旅游管理。

我国在“两化融合”方面已经取得了可喜的成绩。但是,两化融合水平的进一步提高仍有一些瓶颈需要突破,主要表现为以下几个方面:

(一)核心技术的自主创新能力仍显不足

从世界范围来看,我国工业的自主创新能力仍然不强,在许多领域仍处于国际产业的末端,不管是技术水平、劳动生产率还是工业增加值和产品附加值都处于比较低的水平。在工业企业生产当中,我国所需要的大量技术和装备,尤其是高、精、尖的技术与装备仍以进口为主。因此,虽然我国的工业生产整体规模较大,但由于加工工艺和重大技术装备基础的薄弱,使得高技术含量和高附加值的工业产品严重不足。从发明专利来看,我国有将近一半的发明专利申请来自于国外,且集中在以通讯技术为代表的高新技术领域。因为自主知识产权的匮乏,技术空心化已经成为我国不少行业所面临的共同危险。以湖南省为例,十二五期间在生物信息、装备制造、新材料新能源等领域重点建设了19条高新技术产业链,各级政府对企业自主创新资金投入仅占全部经费的16.9%,大中型工业企业科技活动经费内部支出也只占主营业务收入1.5%,远低于美国30%的比例,科研经费捉襟见肘必然导致信息化核心技术和关键设备研究的群体性困境,也造就了核心技术自主创新能力不足的现状。

(二)规划和保障制度仍需进一步加强

随着社会的发展,信息化工作持续受到了工业企业的重视,信息化组织、规划和制度建设逐渐完善,但与现实需求之间仍有较大的差距。一是我国工业企业的信息化规划还没有与企业战略紧密结合在一起。据调查,除了造纸和重型机械工作之外,其他行业单独制定信息规划的企业所占比例超过了一半,而且还有接近一半的企业或没有制定信息化规划,或将信息化规划分散到了业务规划当中。二是专门负责信息化工作的人员偏少。以化工行业为例,专门从事企业信息化建设的人员只占员工总数的0.02%。三是信息化管理部门的地位偏低。从总体上来看,我国有超过60%的企业当中设立了单独的信息化管理部门,但只有不到40%的企业设置了CIO(能够参加决策层会议的专职信息化主管)。四是企业的信息化制度还需要进一步完善。尽管我国已经有超过80%的企业建立了信息化管理制度,但超过一半的企业的相关制度并不完备。

(三)能够满足两化融合发展需求的高层次、复合型人才严重不足

两化融合是同时涉及到软件工程、产品设计、企业管理、生产加工等多项技术的复杂系统工程,要求从业人员是既要懂得多种技术,也要熟悉企业的生产管理,还要有较强的集体合作意识的复合型人才。但是,我国高校人才培养模式并未与社会需求密切结合起来,产学研合作从某种程度上来说只是一种形式,这就阻碍了复合型人才的培养与成长,使两化融合受到了制约。从调查统计来看,企业信息技术人员在员工总数当中所占的比例还不足1%,同时懂得生产技术和企业管理,又熟知业务流程的复合型骨干人才更是少之又少,这如何能推动企业信息化建设质量的提高,如何能加快企业信息化建设的速度?从目前来看,如何应对社会人才需求,培养懂技术、会管理的跨领域、跨学科复合型人才还难以在短时间内找到答案,人才问题仍将是制约两化融合的重要因素。

(四)两化融合的投融资环境还有待改善

信息化建设是需要持续资金投入且短期难以见到实效的长期工程,但对中小企业来说,面临国内经济持续低迷,效益长期欠佳的现状,难以保障资金的长期投入,而多渠道的投融资环境还未建立,这也是两化融合需要突破的难题。在这种情况下,政府应该出台相关的政策法规,为两化融合建立规范化的投融资环境,为中小企业的两化融合提供一定的投融资优惠政策,鼓励更多的资本进入这一领域,以加快两化融合的进程,促进两化融合的良好发展。

(五)两化融合缺少统一的通信标准

解析中国电子信息产业发展研究院发布的信息化与工业化融合发展水平评估报告,我们可以发现,当两化融合发展到高级阶段时,企业内部、企业之间和行业之间应该实现协同集成,将信息化融合发展到采购、设计、生产、销售、管理、服务等各环节当中,使企业的生产成本降到最低,使企业的生产效率和生产收益达到最大化,使企业的创新发展获得有力的信息支撑,使社会生产实现低碳化、集约化。企业信息化主要是指利用信息技术、信息网络和信息设备来不断强化人才培养、法治建设和资源共享,并在此过程中不断增强信息意识,充分利用信息资源,注意保障信息安全,建立统一的通信标准体系,实现信息的标准化。

(六)数据灾备建设有待进一步加强

从当前来看,我国已经有超过60%的企业建立了数据中心,但多数企业仅仅实现了数据的集中管理,实现数据集中应用的企业为数不多。从湖南省来看,在信息化建设过程当中,企业对信息安全管理关注度越来越高,所有的企业都使用了病毒检测、防火墙、防病毒等必要措施,采用离线或双机热备份等方式实现数据备份的企业超过了90%,但是有超过一半的企业并没有灾备建设,实现远程异地容灾的企业更是寥寥无几。因此,企业的数据灾备建设仍需要进一步加强。

三、湖南省信息化与工业化融合发展的策略

推进两化融合发展,就要认识经济新常态,积极适应经济发展新常态,认真贯彻十八届三中全会精神,认真分析两化融合的影响因素,努力增强自主创新能力,不断加强两化融合规划和保障制度建设,不断加快两化融合所需要的高层次、复合型人才培养,持续改善两化融合投资、融资环境,建立统一的通信标准,进一步加强数据灾备建设,全力推进小康社会与和谐社会建设。

(一)将两化融合发展与构建现代产业体系密切联系起来

面对经济发展的新常态,要充分认识世界经济增长趋缓、全球经济结构明显变化、国内需求结构的不断调整,构建与经济发展需求相适应的现代产业体系,推动经济结构的战略性调整,不断增强产业在国内和国际上的竞争力,这将是今后一段时期内的重要任务。现如今,信息技术已经成为各行业、企业发展所必需的技术手段,并在与工业企业渗透和融合的过程中,不断提升企业的产业技术水平和核心竞争力,使企业不断拓展市场空间、不断呈现出新的竞争优势,并在此过程中,推动整个行业的战略性升级和产业结构的优化调整。

(二)将两化融合发展与增强区域经济实力密切结合起来

综合国内外学者的研究,我们会发现,建设和发展现代产业体系是实现区域经济竞争力不断提高的关键所在,是推动经济增长的基本动力。只有积极推进信息化与工业化的融合发展,推进工业企业的优化升级,使省内行业、企业在与其他地区的比较当中寻找到优势,积极参与国内和国际产业分工,以此

来提高国民经济的运行质量和企业的生产效益,并为区域经济实力增强提供保障。

(三)必须将技术创新作为两化融合发展的动力

从发达国家和国内的江、粤、苏、沪来看,只有掌握了关键领域和科技发展的核心技术,拥有自主知识产权,才能在经济生存与发展和产业结构的优化与升级当中占据主动性。而湖南省核心技术的自主创新能力仍显不足,因此,应该推进创新体系建设,不断加强信息技术和核心产业技术的自主创新能力,以此来推动两化融合的深入发展。

(四)要将公共服务平台的完善作为两化融合发展的重要方式

要实现两化融合的发展,网络化、信息化的公共服务平台必不可少。因此,建议省委省政府和相关部门以信息化的技术展示、应用与推广平台搭建为抓手,加强社会公共服务体系建设,使信息技术的应用更加广泛地为社会政治、文化、经济服务,实现社会发展成果的全民共享。当然,如果资金和人才允许的话,为省十三五规划重点领域分别建立公共服务平台是最为有效的。

(五)必须坚持政府引导与市场机制有效结合的原则

在两化融合发展过程中,政府起着引导作用,而市场机制则起着协调与推动作用。对于政府来说,应该主要做好三方面的工作,一是加快推进电子政务服务平台建设,为社会和企业提供更多优质、便捷的服务;二是制定并执行好政策,为两化融合发展提供规范的引导环境;三是注意发挥市场机制对两化的推进作用,实现信息技术发展与应用的协调并进。

从市场的协调与推动作用来看,信息化建设与应用已经使企业发生了积极的变化,并收到了明显的效益,省内有接近80%的企业通过信息化实现了生产成本降低,有69%的企业通过信息化建设实现了生产周期和作业时间的缩短,有65%的企业在信息化建设的过程中实现了产品销售的增加。由于信息化建设所带来的丰厚利润,企业对信息建设的满意度越来越高,参与两化融合发展的积极性自然也就越来越高了。今后,我们应该利用好两化建设所带来的良好社会和经济效益,充分发挥好两化建设的后发效应,通过典型宣介适度放大信息建设的集成创新性和明显的经济效益,推动两化建设的跨越式发展。

参考文献:

- [1] 赵本纲. 湖南信息化与工业化融合的对策研究[J]. 长沙通信职业技术学院学报, 2013(1):53-55.
- [2] 尹飞飞. 信息化对湖南经济发展的影响分析[D]. 湘潭:湘潭大学, 2012.
- [3] 湖南省统计局. 湖南统计年鉴 2014[M]. 北京:中国统计出版社, 2014.
- [4] 崔向涛. 信息化与工业化融合的基础及其实践[J]. 中国管理信息化, 2014(10):38-39.
- [5] 白雪. 中国信息化与工业化融合的基本理论及研究综述[J]. 经济研究导刊, 2014(24):5-6.

Research on the Countermeasures of the Integration of Information and Industrialization in Hunan Province under the Economic New Normal

PENG Wenwu^{1,2}, ZHANG Hengyi², ZHANG Peng¹, LI Yuzhu¹, CHEN Zheng³

(1. Hunan Transportation Engineering College, Hengyang 421009; 2. South Central Forestry S&T University, Changsha 410004; 3. Hunan Institute of Technology, Hengyang 421002, China)

Abstract: In the critical stage of the middle of industrialization, Hunan Province has developed and carried out "13567" project, and the "Internet Plus" action plan is being implemented orderly. However, six problems such as incapability of independent innovation of core technologies, weak planning and security systems, and seriously inadequate high-level and versatile talents still exist in the integrative development of informatization and industrialization; thus, we should closely connect the integrative development of informatization and industrialization with the construction of modern industrial system and the enhancement of regional economic strength together, persist in effective combination of government guidance and market mechanism, and continuously perfect public service platforms through technological innovation.

Key words: economic new normal; Hunan province; informatization; industrialization; integrative development

(责任编辑:魏有广)

教育·教学

名人传记对大学生职业生涯教育的功效
及其应用策略研究*

赵云洁

(许昌学院,河南 许昌 461000)

摘要:名人传记具有史学和文学的双重属性,通过阅读名人传记可加深对历史和当代社会发展的认识,有助于优化知识结构,充实文化底蕴,培养健全的人格品质,锤炼良好的心理素质,培养大学生立足现实、脚踏实地的就业心态,为向复合型人才发展积蓄力量。高校教师应大力倡导大学生广泛阅读名人传记,并通过举办一系列社团活动等方式加以引导和强化。

关键词:名人传记;职业生涯教育;功效;应用策略

中图分类号:G641 **文献标识码:**A

一、国内外名人传记的发展及相关研究

人物传记单称“传”,是记载人物事迹的文章。广义上的传记包括日记、书信、简历、年谱、回忆录、备忘录、自画像、个人故事、个人档案、采访谈话录等。中国的传记文学源远流长,形式多样,从内容来看,有全传、大传、小传和传略之别,以作者与传主关系而言,又有他传和自传之异,此外还有别传、外传、评传、列传、家传等名目,多数是颂扬社会上有声望有地位的人物,是后人查阅历史、编史修志的珍贵资料。因此“传记”在某种程度上可以看做是历史学的一个分支。但是传记文学又具有明显的文学属性,它总是运用个性化的语言塑造了鲜明的人物形象,通过对故事情节的生动描述、对典型细节的精彩描写、对人物性格的精准刻画,真实地记述了传主的人生经历和个性特征。可以说,传记这种比较特殊的文体,具有史学和文学的双重特征。随着时代的发展,我国的传记文学也日渐繁荣,改革开放之后,传记作品呈现爆炸式增长的态势,占据了图书出版市场的重要席位,当代风云人物的传记大量出版热销,为开展传记的研究提供了丰富的素材。

在英语世界,鲍克尔早在1993年就高调宣布传记时代正迎面而来,英国当代传记作家米切尔·霍尔劳伊德认为“传记已经成为文学领域中新的超级

大国。”如今,传记这种体裁已经遍布东西方文化,研究传记或以传记进行写作的论文、专著也不断增多。在过去二三十年中,西方的传记论著增长了25倍,吸引了一大批一流的专家,传记文学已从边缘进入到文学研究的中心,美国还提出要建立传记诗学完整的理论体系,传记研究已成为当今西方文学研究中新的热点。

二、名人传记对大学生职业生涯教育的功效

名人传记的传主都是古今中外各行各业的名人,他们的成长成才、择业创业的经历,能够给即将走上工作岗位的大学生读者以深刻的启迪。传主们所经历的挫折、磨难、努力、成功的过程,所表现的人生态度、奋发精神和人格魅力,将深深地感染并鼓舞着读者,让读者在阅读中能体会到历经重重险阻最终峰回路转、柳暗花明的快感,这些独特的人生轨迹也可以看做是个人职业生涯发展的轨迹,其中不乏规律可寻,也有宝贵的经验可以参照,还有惨痛的教训可资借鉴。因此,可以说,名人传记对大学生职业生涯教育具有一定的功效,现具体分析如下:

(一)阅读名人传记有助于优化知识结构,充实文化底蕴,为向复合型人才发展积蓄力量

传记这种文体力求真实地展现传主的生平事迹

* 收稿日期:2016-03-02

基金项目:河南省教育厅2015年度大中专院校就业创业课题(JYB2015263)

作者简介:赵云洁(1976-),女,黑龙江伊春市人,许昌学院教师,主要研究方向为中国现当代文学、教育学。

和当时的历史环境,语言力求生动,人物性格刻画鲜明,故事情节错综复杂,讲究一定的叙事策略,多读传记,既可以丰富读者的历史知识,又可以提高读者的文学鉴赏水平,这对于部分人文社科类知识偏弱的理工科大学生来说,可以优化知识结构,充实文化底蕴,为向复合型人才发展积蓄力量;对部分文科大学生来说,可以夯实文化基础,开拓文化视野,培养前瞻性的职业发展的眼光和思维。

传主们一身多职、一专多能的职业素质也会促进大学生对优化知识结构的主动性和积极性。某些传主既是政治家、军事家,也是诗人、文学家,如毛泽东、曹操;某些传主既是技术高超的专业能手,也是团队管理者中的精英,如比尔·盖茨、乔布斯;某些传主虽不精通某行业的专业技术知识,但他具有极强的领导能力,精于创建团队和引导奋斗方向,如马云;某些传主在具备专业知识、领导能力的同时,还具有超强的抗压力抗挫折精神,如乔布斯、史玉柱……读者在阅读传记时能够体会到政治家的雄韬伟略、创新者的勇气智慧、科技开拓者的严谨勤奋,传主们的风度、幽默、激情、实干和理想会渗透给大学生新的人才素质观,会让大学生全方位地感悟人文精神与科学精神,从而起到优化知识结构、充实文化底蕴的作用。

(二) 阅读名人传记有助于培养健全的人格品质,锤炼良好的心理素质

传记具有震撼读者心灵的功能,它有助于对读者进行人格教育,培养读者的爱国情怀和民族责任感。传记中传主的事迹和精神具有强大的感染力,对人类的灵魂具有熏陶和净化的作用,如《居里夫人传》《马克思传》《毛泽东传》等,作家通过展现传主的职业生涯、奋斗历程和光辉成就,来弘扬人类某些高贵的品质,在影响和渗透当中潜移默化地改变读者的价值观、人生观和世界观,使读者的心灵变得更加高尚,使人性中的自尊、自爱、自强之心和自我奉献的精神发育成长起来,从而进一步完善读者的道德品质,提升读者的思想境界。

名人传记是对读者进行挫折教育的范本,能坚定读者在逆境中成才的决心。《谁认识马云》让读者了解到创业成功之前的马云只是一个普通人,但马云却有不同寻常之处,那就是他的执著。缘于执著,他考上了大学;缘于执著,他练就了一口流利的英语;缘于执著,他跨越了创业过程中的一道艰难险阻。马云的另一过人之处是他的性格,他能言善辩、

思维敏捷、幽默、乐群、仗义,他在团队中有极强的号召力和影响力,因此他在大学里当上了学生会主席,后来还当上了两届杭州市学联主席,在尚未形成创业思路的时候就有一群人簇拥在他的左右,为后来组建创业队伍打下了良好的基础。

《莫言传》让读者相信一个人在理想和现实的冲突中也能获得成功。莫言生于农村,在暗无天日的文革岁月中被迫辍学,他经历了务农、做工厂临时工、高龄入伍、艰难提干的痛苦过程,在那个吃不饱、穿不暖的年代里,莫言依然没有放弃对知识的追求,他对文学阅读的孜孜不倦,对小说创作的费心琢磨,对人物刻画的仔细斟酌,终于让他走上了文学创作的道路,他通过自己不懈的努力,把握机遇,考上了解放军艺术学院,成为职业作家,最终问鼎诺贝尔文学奖,完成了从一个普通农民到世界著名作家的华丽转变。

《巨人不死密码》让读者看到了一个不屈不挠的史玉柱和他的商业帝国的成长史。史玉柱曾一度被誉为创业天才——从创业之始至跻身《福布斯》内地财富榜第八位,他仅用了五年的时间;但他接下来的惨败也曾令企业家们引以为戒——因投资巨人大厦导致资金链断裂几乎破产,负债2.5亿;然而这位少年成名(1980年以安徽怀远县总分第一的成绩从怀远一中毕业,1984年毕业于浙江大学数学系,1989年毕业于深圳大学研究生院,为软科学硕士)的巨人是打不跨吓不死的,他从失败的废墟上站了起来。2009年3月12日,福布斯全球富豪排行榜,史玉柱以15亿美元居468位,在大陆位居14位。2012年,在《财富》中国最具影响力的50位商界领袖排行榜中排名第二十二位。史玉柱大起大落的创业传奇,演绎了一幅精彩的个人职业生涯画卷,给读者许多启示,会坚定读者不抛弃不放弃的信念。

(三) 阅读名人传记有助于正确评估自我和当前的社会环境

通过阅读名人传记,读者可以在比较的过程中找到自身与传主的差距,审视自己的优势、劣势及社会环境,正确评估自己的处境。名人传记让大学生明白了一个道理,那就是想要获得好的职业生涯的前提之一是要学有专长。俗话说,“一招儿鲜,吃遍天,”一个人只有精通了一项职业技能,才能安身立命。比如,马云就是因为英语好,才能与外国人打交道,才能去美国出差,才有机会接触到互联网,才有了创业和成功。所以大学生在进行职业生涯畅想

时,首先要专业学好,要立志在自己的专业领域内有所建树、有所创新,把专业技能化做职场的竞争优势,在进行自我评估时才会拥有自信。

通过阅读名人传记,还能了解到当今经济社会的风云变幻。商业名人大多是商海弄潮的高手,他们是一直站在风口浪尖上的风流人物,他们的一言一行一举一动常常会引发蝴蝶效应,关注商界名人等同于关注商业社会的新格局新动态,对了解社会形势、把握就业市场的行情大有裨益。

(四)阅读名人传记有助于培养立足现实、脚踏实地的就业心态

就业之初切忌眼高手低,要相信平凡的工作岗位也能做出非凡的工作业绩。应该有从基层岗位做起的心态,积累经验,提高业务水平,一步步向着自己的职业理想靠近。下面这几位名人的职业成长曲线就是由基层到高层逐级进步的好例子:打工皇帝唐俊成为微软中国区总裁之前,他在IT行业的起点是一名普通的程序员,历经七年的职场磨练,终于执掌“帅印”;吴士宏曾是IBM中国经销渠道总经理,但她在获得IBM最初的就业机会之时,仅仅是IBM公司的一名前台接待人员;中国平安保险集团公司的董事长马明哲,他的职场第一步是给领导开车的驾驶员。

当前大学生就业难并非无事可做、无业可就,而是找到一个收入高、活儿不累的工作比较难,有些人眼睛只盯着银行、外企、IT、大国企、公务员等热门职位,然而这些热门职业的竞争异常激烈且职位有限,“东家”对竞争者的综合技能要求自然也会水涨船高,如果大学毕业生非这样的业不就,那就只好品尝失业的苦果了。这样看来,提前做好职业生涯规划确实十分必要,这样才能有的放矢,少走弯路。

三、名人传记在大学生职业生涯规划中的应用策略

鉴于名人传记的功效,高校教师应大力倡导大学生广泛阅读名人传记,并通过开展系列校园文化活动来调动学生阅读的积极性和主动性,如可以要求大学生们写出阅读后的心得体会,还可以通过征文比赛、演讲比赛、辩论大赛的方式加深大学生对名人传记阅读的热情和兴趣,通过举办传主职业生涯成果展览、传主事业述评会等方式推广传主的创业精神和职业操守,通过开设讲座和舞台剧等形式来评价传主职场的功过得失,通过举办研讨会、座谈

会、读书报告会等来交流某些名人传记的社会学价值。名人传记中不乏女性传主,她们的事迹更加发人深省,促人奋进,对女大学生会起到震撼心灵的效果,高校教师可以重点择取几部女性传记,指定由女大学生阅读、评论,阐述读后感,相信对女大学生实现职业理想会具有一定的促进作用。

在认可名人传记的就业指导价值的同时,高校教师还要引导大学生识别名人传记中虚构的成份,以及时下某些图书出版公司为了追求经济效益而跟风出版的名人追捧类读本。“真实性被认为是传记创作的最高准则。然而,大量事实表明,无论是自传、传记、人物素描,还是日记、书信、回忆录和谈话录等都存在着一定程度的虚构”。传记文学在创作过程中由于作者的透视视角和侧重点不同,难免会在真实内容和人物塑造上有所出入。传记写作是一种逆时性操作,所需要的材料如果查找不到,作者就会通过想像和描红的方式来处理某些细节——在被认可的大致范围内,根据民众的心理认同和历史上的少量记载来勾勒出传主生活的历史年代、精神世界和文化脉络,使人物和事件丰满起来,使读者借此可以知世论人。传记既非确凿纯粹的历史学著作,也非随意虚构的文学作品,它是两者的综合体,它源于历史而又异于历史,在传记作品中,历史与文学是一种由此及彼、彼此关联的书写方式。

四、结语

针对当前我国严峻的就业形势,国家相继出台了一系列的政策法规来落实大学生的就业问题,高校也开设了职业生涯规划课程,但因为此类的职业生涯规划教育起步较晚,尚有许多细节还不能做到未雨绸缪,所以未能收到立竿见影的效果。大学生在制定职业生涯规划时要对自身条件和外部客观环境进行正确的考量,确定适当的职业目标和实施办法。与此同时,还要广泛深入地进行社会调研,对某些意向中的工作领域和工作岗位进行实地体验或实习,力争脚踏实地地做好职业生涯规划。名人传记中传主的光辉事迹、顽强精神和英明决策等元素可以给大学生带来某些启示,能够培养他们热爱祖国、热爱生活的美好情操,能够激发他们放眼世界、展望未来的热情和抱负,能够成为他们学习并提高专业技能的推动力,能够坚定他们实现职业目标的决心。因此,名人传记对大学生的职业生涯规划具有一定的实用价值和科学意义,对提高大学生就业创业成功

率具有较高的参考价值,体现了名人传记的社会功能作用。

参考文献:

- [1] 张程程. 以经济转型促大学生就业[EB/OL]. [2014-07-08]. <http://news.hexun.com/2014-07-08/166407730.html>.
- [2] 教育部. 关于做好2015年全国普通高等学校毕业生就业创业工作的通知[EB/OL]. [2014-12-10]. http://www.jyb.cn/info/jyzck/201412/t20141210_606972.html.
- [3] 唐乘花. 从乔布斯的经历谈创业教育中的挫折教育[J]. 中国市场, 2012(4):143-144.
- [4] 陈兰村. 传记文学与人格素质教育[J]. 荆门职业技术学院学报, 2006(5):28-32.
- [5] 许锡良. 名人传记对于教育研究的意义[J]. 基础教育, 2007(10):1.
- [6] 王岳森. 马云现象的科学价值和文化思考[J]. 铁道大学学报(社会科学版), 2015(1):1-5.
- [7] 张新科. 消费与接受: 传记终极目标的实现[J]. 文学评论, 2004(5):35-42.
- [8] 吴松江. 西方文学研究的新热点: 新的超级大国——传记文学[N]. 文艺报, 2001-08-07(04).
- [9] 陈曼道. 大学生职业生涯规划的研究[D]. 长沙: 湖南师范大学, 2005.
- [10] 赵白生. 传记里的故事——试论传记的虚构性[J]. 国外文学, 1997(2):49-53.

The Effectiveness and Application Strategy Research of the Celebrities' Biographies on the College Students' Career Education

ZHAO Yunjie

(Xuchang College, Xuchang 461000, China)

Abstract: Celebrities' biographies have dual attributes of both history of science and literature. It Through reading the biographies, the understanding of social development can be deepened, which contribute to optimizing the knowledge structure, enriching the culture deposits, cultivating the wholesome personality, practicing the good psychological quality, training good state of mind for the college students to be down-to-earth, we could gather strength for the cultivation of versatile talents. College students should be encouraged to have an extensive reading on the celebrities' biographies and be guided and strengthened by holding a series of club activities.

Key words: celebrities' biographies; career education; effectiveness; application strategy

(责任编辑:魏有广)

高职院校贫困学生就业指导对策探究^{*}

徐茂林

(长江工程职业技术学院,湖北 武汉 430212)

摘要:高职院校的贫困学生在就业方面既承受着很大的经济压力,也肩负着巨大的心理压力,因此对高职院校贫困学生开展就业指导显得尤为必要。文章分析了高职院校贫困学生的就业心理以及开展就业指导的意义,并提出了针对高职院校贫困学生开展就业指导的对策。

关键词:高职院校;贫困学生;就业指导

中图分类号:G712 **文献标识码:**A

随着各类高校不断扩招,我国包括高职高专学生在内的大学生数量迅速增长,然而社会给高职院校毕业生提供的岗位数量并没有同步增长,市场竞争加剧,近年来还出现了“大学生过剩,技工短缺”的就业现象,高职高专院校的毕业生不管是在学历上还是在技能上都不占优势,加上贫困所造成的自卑心理和沉重经济压力,高职高专贫困学生的就业更加困难。因此,高职院校的教育工作者必须认真对待这些问题,探索如何提升学生的职业技能,进行有效的就业指导。

一、高职院校贫困学生的就业心理分析

高职院校的贫困学生一方面家庭经济状况不好,另一方面相对于其他学生来说,学历方面也不占优势,这些学生承受着学历、经济和就业多方压力,心理上多少会出现一些问题。

(一)焦虑心理

高职高专的贫困学生身上大多背负着家庭的期望,父母亲人希望能通过支持他们求学的方式改变家庭命运,因此这些贫困学生在学习方面都会非常努力,希望能通过学习更多知识在毕业时找到一份好工作,但目前高职院校的教育模式僵化,并不注重学生的实践培养,贫困学生在校期间并不能真正掌握专业技能,因此在学习中总会担心自己将来找不到工作,担心辜负父母期望,担心家庭经济问题,焦虑心理严重,影响学习生活。

(二)自卑心理

高职高专贫困学生大多来自于农村,文化环境和教育环境相对落后,由于环境的限制,这些学生身上的潜能和个性得不到发展,来到高职院校读书后,他们刻苦好学的品质渐渐失去优势,开始意识到与别人的差距,从而产生自卑心理;与此同时,这些学生考入高职院校与原本期待的大学不符,产生自我冲突,对未来感到迷茫,不知何去何从。

(三)人际交往困难,就业压力大

高职高专贫困学生由于自身成长环境与别人不同,进入城市就读高职院校后,自卑心理重,不愿意与其他人交往,长期处于沉默寡言的心理状态,人际交往能力得不到提高。同时,现在的很多招聘会上企业都会对学历有很高的要求,高职院校贫困生又大多没有较好的家庭背景可以依赖,在同他人竞争工作岗位时,对自己的能力不够自信,因此就业压力大。

二、对高职院校贫困学生开展就业指导的意义

就业指导意即预测要求就业的劳动力资源、社会需求量,汇集、传递就业信息,培养劳动技能,组织劳动力市场以及推荐、介绍、组织招聘等与就业有关的综合性社会咨询、服务活动。学校里面针对学生而进行的就业指导是通过分析市场岗位要求和学生的特点,为学生选择适合自己的工作提供有效的帮助。

(一)适应激烈的市场竞争

近几年社会对技能型人才的需求迅猛增长,高职教育也到了一个黄金时代,高职院校毕业的学生

^{*} 收稿日期:2016-03-05

作者简介:徐茂林(1981-),男,湖北咸宁人,长江工程职业技术学院讲师,硕士,主要研究方向为高职教育理论、学生思想政治教育。

仅仅掌握了单一且并不熟练的专业技能,不能适应市场岗位的要求,因此就需要高职院校的就业指导教育对学生的就业观念、就业技能等方面进行指导与培养,让他们能适应市场岗位竞争的要求。

(二)提高学生就业能力

高职院校贫困学生在成长的过程中,对社会接触不深、不了解,缺乏社会历练的经验,在刚毕业面对复杂的就业竞争时无所适从,又因为身上背负了很重的经济压力,想急于找到一份工作,因此容易产生焦虑心理。所以高职院校非常有必要对这些学生进行就业指导,让他们熟悉自身条件,明晰就业形势,帮助他们提高就业能力。

(三)迅速适应工作要求

目前企业对于人才的要求就是其能在开始工作的短时间内迅速适应工作岗位,而不需要企业花费一段时间进行培训,而很多高职院校的毕业生在进入工作岗位后,动手能力不足、就业心态不端正、面对困难畏缩以及不懂得贡献,在这种情况下,高职院校的就业指导就显得更加重要,帮助学生树立正确的工作态度,勇于自己动手,克服上述在就业中出现的问题。因此,开展就业指导教育也是顺应企业要求的做法。

三、针对高职院校贫困学生开展就业指导的对策

如前文所述,高职院校贫困学生面对着的是经济、心理及就业三重压力,在就业时容易对就业选择感到迷茫,无所适从,因此,对他们进行就业指导必须从多方面出发。

(一)贫困生的经济脱贫

经济问题是根本问题。帮助贫困学生缓解经济压力,让他们放下心理包袱是首要任务。怎样帮助他们缓解经济压力呢?建立多渠道扶助贫困学生的机制,比如“奖助勤贷补减免”多位一体的助学体系,加强与社会各界及企业的联系,拓宽助学渠道,运用社会力量帮助贫困生缓解经济压力。除了动用外部的力量帮助贫困生,贫困生自身的努力也一定不能少,学校应多鼓励贫困生勤工助学,在通过自己的劳动取得酬劳的同时,贫困生也可感受到自身价值的提升,增强自信心。

(二)贫困生的心理脱贫

经济脱贫以后,心理上的脱贫工作也不能忽视。帮助贫困生正视贫困,树立正确、积极并乐观的人生态度是高职院校学生工作中要解决的重要问题。在校园环境中为贫困生创造一种平等竞争、互相尊重

的氛围,鼓励他们积极参加校园活动,进行人际交往,摆脱自卑心理,找到自尊、自信和快乐,从而彻底从心理上脱贫。

(三)贫困生的心理健康教育

一方面,贫困生在受到经济和就业双重压力后,心理上难免会产生问题,因此在高职院校建立健全心理健康教育和咨询辅导体系非常有必要,学校应设立心理咨询室,聘任专业的心理咨询师,为学生开通多条心理咨询渠道,重视对贫困生的自信心教育和健康人格教育,在人际交往方面为他们提出合理的建议,同时一定要保密好这些贫困生的心理档案。另一方面,高职院校要加大心理健康宣传力度,运用各种形式让学生意识到心理健康教育的重要性。

(四)做好贫困生就业指导工作

缓解了贫困生的心理和经济压力后,做好就业指导工作就成了重中之重。在严峻的就业形势下,学校应根据贫困毕业生的实际状况对他们进行就业指导,帮助他们了解就业政策,科学规划职业生涯,拓宽就业渠道,同时帮助他们正确认识自我,保持积极健康的就业心理,鼓励他们勇敢竞争,展示自己的 ability。

四、结语

在当前严峻的就业形势下,高职院校对学生的就业指导教育就显得非常重要,正确、高效的就业指导可以帮助学生树立正确择业观,科学规划职业生涯。贫困生作为学生中的一个特殊群体,承受着的压力非一般学生能比,在就业时难免会感到迷茫、焦虑,看不到自我价值,产生自卑心理。高职院校在进行就业指导前,要解决好他们的心理压力问题,让他们认清自我价值,勇敢选择自己真正想要从事的行业。在良好心态的引导下,这些高职贫困生才能真正受益于就业指导教育。

参考文献:

- [1] 兰楠. 浅议高职院校就业指导教育存在的问题与对策[J]. 中小企业管理与科技(下旬刊), 2014(4): 217-218.
- [2] 潘金云. 高职院校贫困学生的就业心理状况分析及对策[J]. 卫生职业教育, 2014(12): 9-10.
- [3] 陈海疆. 高职院校贫困大学生就业心理问题与指导研究[J]. 当代职业教育, 2014(6): 101-103.
- [4] 梁意钰, 严嘉荣. 高职院校贫困学生就业难的原因及对策的探讨[J]. 才智, 2014(19): 68.

(下转第58页)

传统精品课程转换为 MOOC 的研究*

王海宾

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要:近年来我国启动了精品课程的建设工作,但是精品课程建设出现了为了“精品”而建设“精品”、课程内容过分保护、精品课程的使用率不高、评价体系不完善等问题。针对以上问题,本文探讨了将传统精品课程快速转换成 MOOC 的方法。以 MOOC 形式把传统精品课程的优质资源放置于网络上,提高了优质精品课程资源的利用率。

关键词:精品课程;MOOC;转换

中图分类号:G712 **文献标识码:**A

一、传统精品课程建设中存在的问题

精品课程是指建设一流教师队伍、一流教学内容、一流教学方法、一流的教材和一流的教学管理特点的示范性课程。教育部于2003年4月基于“实现优质教学资源共享,带动其他课程建设”的理念下,我国发布了《关于启动高等学校教育质量与教学改革工程精品课程建设工作的通知》,正式启动了精品课程的建设工作。我国精品课程在数量上已初具规模,但是精品课程的诸多问题接踵而来。我国精品课程资源建设的开放式意识还不强,其应用效果较之其他发达国家的开放教育资源还有一定的差距,尤其是在其应用形式和主题风格上还有很大的提升空间。我国的精品课程建设主要出现了为了“精品”而建设“精品”、课程内容过分保护、精品课程的使用率不高、评价体系不完善等等问题。

(一)为了“精品”而建设“精品”

目前精品课程建设工作中普遍存在一个问题:为了“精品”而建“精品”。即:精品课程的建设还是停留在“知识教育”的层面上,教师平时不注意教学方法、教学经验和教学资源等的积累,每到申报精品课程时,存在不考虑具体课程的特性、忽视学习者创新能力的培养、胡乱堆砌资源等现象;同时,被评为国家精品课程之后,绝大部分精品课程网站的更新工作就停止了。

(二)课程内容过分保护,开放性共享性不强

根据教育部《国家精品课程建设工作实施办法》,国家精品课程要按照规定上网并向全国高等学校免费开放。但是很多高校的精品课程网站普遍存在找不到服务器、该页无法显示、找不到网页、无法链接数据库、无权查看网页等问题。而在能够浏览精品课程中,也有部分课程出现网络不通、网页跳转速度太慢、无法找到文件、HA受限、非本校用户不能下载等问题。

(三)精品课程的使用率不高,没有真正的促进学习

目前我国精品课程大多数存在只建不用的共性问题,这在一定程度上是由于没有科学、合理的精品课程教学应用模式所致。精品课程没有全面开展应用,严重违背了精品课程建设的初衷。学校花费精力建设好了精品课程后,往往忽视了后期对精品课程的推广,导致优质的教育资源浪费,没有真正意义上促进学生的学习。

(四)评价体系不完善

在教学评价方面评价体系有待完善。目前,国家精品课程还没有建立动态的评价体系,只有为数不多的精品课程为学习者提供了网上评价的平台,并且这种评价都只是提供了对该课程内容和教学效果方面简单的调查问卷。此外,精品课程普遍缺乏对学习者的自身的评价和同伴的评价,尤其是过程性评价。一般都是提供一些在线交互式测验或以普通

* 收稿日期:2016-02-28

作者简介:王海宾(1984-),男,山东五莲人,青岛酒店管理职业技术学院教师,主要研究方向为教育信息化。

网页的形式呈现其测验内容,有些课程甚至照搬照抄纸质教材中的课后练习或者是历年的考试试卷。

二、MOOC 的课程结构及其特点

MOOC(Massive Open Online Course),即大型开放式网络课程,自2012年以来美国的顶尖大学陆续设立网络学习平台,在网上提供免费课程,给更多学生提供了系统学习的可能,MOOC是2013年进入中国的,一年内已经有近百门中文课程上线。MOOC是互联网时代对教育的创新,MOOC主要有大规模性、开放性、在线性学习、本身也是一门课程等4个方面的特点。

(一) MOOC 的课程结构分析

MOOC的课程基本上由视频、练习、讨论等板块组成,三个板块相辅相成共同组成了MOOC的结构。

视频是学习内容传递的重要形式。MOOC中的视频一般短小精悍、主题明确、形式多样且自成体系,允许学习者进行个性化的学习,也为MOOC教学效果超越精品课程提供了可能。MOOC视频主要有短小精悍、主题聚焦、独立完整、表现风格多样等特点。

练习是用大量精心设计的练习来促进学生掌握和吸收知识,是MOOC的核心教学理念之一。MOOC学生是自主学习者,他们需要通过练习知道自己学到了什么,学到了什么程度,还有哪些不足。MOOC的练习主要包含测验、视频中或视频后的小测试、以及作业等。测验主要以客观题为主,支持的题型越来越多,MOOC中的测验多采用机器自动评阅方式,以解决MOOC学员众多、难以人工批改的问题;视频中或视频之后的小测试,这类小测试一般都比较简单,但是所有的练习活动设计都是围绕教学目的;作业往往需要花较长的时间来完成,而且可能需要借助一些其他资源或者与他人合作。有些作业可以由软件自动批改,还有一些作业借助“同伴互评”功能来组织学员对这类主观性较强作业进行批阅、书写评语等。

讨论和视频、练习一样,也是一种重要的教学活动。有研究表明,在线讨论甚至比面对面的讨论更能促进深刻地思考,因为和直接发言相比,学生在论坛中发言时需要用文字组织思路并表达出来,这个过程有助于对思考的进一步加工和细化。MOOC

的课程论坛模拟的是在精品课程中“和同伴一起学习”气氛,能减少学生独立学习的孤独感和无助感。MOOC中,可能有很多人同时在线学习,这就意味着学生随时都可能在课程论坛中找到同伴,也大大提高了学生提出的问题被及时解答的可能性。

(二) MOOC 的特点

1. MOOC 是一种在线学习

MOOC课程是完全网上授课,老师讲课的时候看不到学生的表情,只能根据对学生的基本假设进行讲授,并基于多年的教学经验来预设学生学习中可能遇到的困难以准备回应。这也就是说MOOC授课老师需要换位思考学生在网上学习的过程,教师应该考虑到学生如何与教学内容互动,怎样与同学互动,并基于对MOOC平台所提供的功能的了解,设计出丰富多样的网上教学活动。

2. MOOC 学生多元化

MOOC课程是开放注册的,学生人数众多,这也意味着MOOC学生多元化,特别是MOOC有可能吸引来自全球众多国家的学生,从而为课程教学带来多文化的观点,来自不同人类文明的对话让MOOC课堂比传统面授课堂更为丰富多彩,尤其是一些讲授国际化、跨文化话题的课程,会受益匪浅。MOOC学生多元化,还体现在学生学习能力差别很大,这包括阅读理解能力和信息技术能力。有些信息技术素养弱的学生甚至不能很快熟悉MOOC平台操作,为此提供有关的学习支持服务。

三、精品课程转换为 MOOC 课程的研究

MOOC主要是用技术的手段复制和改良传统的以教师为主导的教学模式。因此,以精品课程的教学思路,也可以轻松开设MOOC,只需要把精品课程教学材料按照MOOC的课程结构稍加变化即可。下面将具体介绍下如何将传统精品课程转换为MOOC的具体过程。

(一) 运用模块化教学设计分解知识点

MOOC主要是依靠视频为依托来讲授相关的知识点,视频设计是MOOC设计当中最为核心的要点,每个单元包括很多的关于某个知识点的小视频,因此在进行课程设计时特别需要强调使用模块化的教学设计方法分割教学内容。

模块化是指在解决一个复杂问题时,自顶层向下逐层把系统划分成若干模块的过程。每个模块完

成一个特定的子功能,所有的模块按某种方法组装起来,成为一个整体,完成整个系统所要求的功能。在模块化教学设计中,每个模块中都会设定一个小的教学目标,每一个教学目标之间都会形成一种层层递进的关系,接着又由这些小的教学目标构成一个大的单元教学目标。在模块化的教学设计转化MOOC的同时,还通常需要依赖学科知识的内在逻辑结构,将课程内容按照知识点进行划分和组织,讲授知识点的教学视频就形成了一个相对独立的教学模块。对这些教学模块的组装往往还要考虑教学实施的策略规划,以综合形成适合目标群体、实现教学目标的最优教学序列。知识点的划分使得每一个视频都非常的简短和精炼,完成一个视频的学习不需要太长的时间,方便学生有效利用自己零散的空闲时间进行学习。此外,模块化后的知识点使得内容主题更加鲜明,有利于促进内容的分享和利用。

(二)重新编辑已有视频资源

在MOOC中,视频是教学内容传递的重要载体,也有一些实践发现,学生在视频学习方面花费的时间最多。目前的MOOC视频呈现出不同的风格和形式,视频的风格和形式会直接影响学生的学习效果。传统精品课程的视频时间一般在45分钟左右,时间如此长的视频放在网络上,很少学习者能够一次从头到尾完整的看一遍,传统的精品课程视频转换为MOOC视频时,需要按照已经整理好的知识点清单,对现有的精品课程视频资源进行重新编辑,保证每一段视频完整的讲解每一个知识点,每一段视频的时间尽量控制在10分钟以内。有研究发现短于6—9分钟的视频学生更容易看完,甚至更愿意尝试完成视频后紧随的练习题。在重新编辑课程视频时,为视频添加背景音乐。背景音乐能够起到烘托气氛,促进视频内容和意义的表达,激发学习者学习兴趣的作用。除此之外,背景音乐也能让视频在感官上更加美观,因此在把传统视频转换为MOOC视频时,要注意背景音乐的选择。

(三)视频中间添加小提问

如果平常上课讲某个知识点的时候会提问,比如为了建立新学内容与以前学过知识的联系,或者提醒学生回想刚学到的概念,因此由精品课程转换为MOOC时,就可以将这些问题做成嵌入视频的小提问。可以先将提问的问题记录下来,同时选择这些小测验的模式。MOOC视频中插入的小测验模

式有图片填空题、教学笔记填空、案例分析、引语填空、概念辨析题、思维停顿、观点投票等等,可以根据测试的内容选择合适的模式。MOOC视频当中插入的问题主要有两种类型,分别是内容回想复习和下一段内容准备。

(四)增加论坛讨论

列出课上或者课后的有关讨论话题和以往的学生讨论材料。如果讨论话题是和具体的知识点紧密相关的,要在题目后添加注释说明。以往的精品课程中只有老师在讲授相关的课程知识,很少有学习者的互动讨论区域,学习者在学习过程中遇到问题也不能直接向老师进行提问,更不用说学习者之间的互动交流。而MOOC中有一个讨论区域,既可以实现老师和学习者的互动,同时学习者之间也可以进行互动交流。进行论坛设置时,可以使用分论坛的模式,分论坛可以把整个课程论坛进行分块组织,这样做的好处是可以在固定的论坛中汇集相同主题的帖子。清晰且有条理的论坛结构,有助于培养学生定期访问论坛的习惯,也便于教学团队管理和组织论坛活动。可以把整个论坛分为每周话题区、技术问题讨论区、作业讨论区、教学建议区、休闲区等五类分论坛。

(五)添加练习和作业

精品课程结束时老师可能会布置一些练习和作业,MOOC也需要多样化的练习活动,一方面是因为不同类型的练习适合考察不同的学生能力或技能,另一方面学生也需要从不同角度来了解自己的学习程度并展示自己的学习成果。在MOOC课程中可以为这些练习和作业选择相应的作业形式,MOOC中比较常见的作业形式有客观性练习题、主观性作业以及上机题等。不同类型的课程适合开展的练习活动也不同。如果课程中有大量的事实类知识,就非常适合用客观测验来进行;如果是计算机编程实践类的课程,程序编译类的题目就会是主要的练习活动;而如果课程强调的是分析、综合和评价等策略性知识,可能就需要多一些主观作业。MOOC中的练习和作业主要有选择题、填空题、开放性作业等,不同类型的练习活动也适合评价不同的学习成果。

完成以上五步,一堂传统课的资源就快速变成了MOOC的资源。教师只需要按照规划将相应的课程材料分类资源准备好,并最终上传到平台上,即

可完成一次 MOOC 的转换。

四、总结与展望

本文强调了把传统精品课程快速转换成 MOOC 的方法, 这样可以把传统精品课程的优质资源以 MOOC 的形式放置于网络上, 能够大大提高这些优质教学资源的利用率, 为学习者在任何时候、任何地点进行学习提供了方便。同时指出 MOOC 建设远不止于此, 后续还将通过对传统精品课程关键要素的深刻剖析, 并通过介绍针对 MOOC 的教育学和学习科学的最新研究发现, 不断持续优化精品课程转化为成功 MOOC 的过程。

参考文献:

- [1] 吴宁冯, 博琴. 对国家精品课程转型升级与资源共享建设的认识与实践[J]. 中国大学教学, 2012(11):6-9.
- [2] 杨琳, 杜中全. 国家精品课程的可持续发展: 教学共享应用模式[J]. 中国电化教育, 2011(11):23-26.
- [3] 黄宝玉, 项国雄. 国家精品课程建设现状分析及思考[J]. 中国高教研究, 2007(9):72-76.
- [4] 冯瑞. 世界名校开放课热潮对中国精品课程建设的启示[J]. 中国电化教育, 2012(2):17-21.
- [5] 贾寿迪, 杨洋. MOOC 模式带给我国开放课程的启示[J]. 中国教育信息化, 2014(5):6-10.
- [6] 陈肖庚, 王顶明. MOOC 的发展历程与主要特征分析[J]. 现代教育技术, 2013, 23(11):5-10.
- [7] 王文礼. MOOC 的发展及其对高等教育的影响[J]. 江苏高教, 2013(2):53-57.
- [8] 陈柳. MOOC 的兴起对高等教育的影响[D]. 桂林: 广西师范大学, 2014.
- [9] 彭常明. 大规模开放式网络课程一般结构与学习案例研究[D]. 武汉: 华中师范大学, 2014.
- [10] 刘锦宏, 朱嘉蕊, 余思慧. 可持续发展: MOOC 的必由之路[J]. 科技与出版, 2014(2):4-8.
- [11] 余方. 中国高校网络教育研究——MOOC 在我国高等教育中的应用[D]. 武汉: 华中师范大学, 2014.

Research on the Transformation of Traditional Elaborate Courses into MOOC

WANG Haibin

(Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

Abstract: In recent years, the construction of elaborate courses has been launched in domestic college. However, there existing some problems on this issue, for instance, the elaborate courses are made because of its elaboration, the contents of the courses are over-protected, the utilization rate is still low and the evaluation system is not impeccable, etc. This paper discussed the methods of the transformation of traditional elaborate course into MOOC. The quality resource of the traditional elaborate courses are put online through the way of MOOC, the utilization rate of the courses are improved as well.

Key words: elaborate courses; MOOC; transformation

(责任编辑:刘淑青)

高职高专专业英语教学现状与策略探析

——以青岛酒店管理职业技术学院金融管理与实务专业为例*

胡晓霞

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要: 本文结合青岛酒店管理职业技术学院金融管理与实务专业的金融英语课程教学情况,着重分析了目前高职院校专业英语教学中在师资、教材以及学生三个方面的现状与问题,并主要就教学方法、教材选取以及教学评价手段三个方面提出了解决对策。

关键词: 高职高专;专业英语;金融英语

中图分类号: G712 **文献标识码:** A

随着我国经济的发展,以及经济全球化趋势的加快,越来越多的职业院校为了适应这一变化所带来的挑战都开设了专业英语的课程。笔者连续多年从事金融英语方面的教学工作,故以青岛酒店管理职业技术学院金融管理与实务专业为例,针对目前高职专业英语教学的现状进行分析,并探讨其对策。

一、专业英语在高职高专金融专业课程体系中的地位及作用

专业英语是适应经济的发展所产生的时代产物。专业英语与普通英语的教学有着本质的区别,它是一种专门用途的英语。以金融英语为例,它是针对金融从业人员在金融领域内可以熟练地使用英语进行交流和工作的而开设的。因此,专业英语对各专业的学生来说,是提升其核心竞争力的课程,也是提高高职学生职业素质的课程。专业英语的好与坏,将直接影响着学生未来职业的发展。

二、专业英语教学现状与不足

笔者结合多年教学经验以及其他院校专业英语开展的情况,针对目前专业英语教学的现状,本文将主要从以下三个方面进行分析:

(一)教师方面

专业英语的教师应同时具有相关专业知识和英语学科的知识,除此之外,还应适应高职院校职业化的特点,具有相关的一线实践经验。而具有这三方

面特点的人才是少之又少。以金融英语教师为例,金融专业教师可能在英语方面的知识相对欠缺,而英语教师可能对金融方面的知识相对匮乏;另外,金融专业教师的一线实践经验与金融有关但很少会与金融英语相关联;同样,英语教师的实践经验可能与金融没有很大的关联。笔者作为英语专业的一名教师,得益于学校同事和身边从事金融行业朋友们的帮助,汲取了很多金融方面的知识,但是金融英语的实践仍然是相对较少,这对高职金融英语的教学不得不说是是一大缺憾。

(二)教材方面

目前,市面上的专业英语教材大多是为各本科专业设计的,适合高职高专学生水平以及专业特色的是少之又少。除此之外,很多高职高专专业英语教材是直接从汉语翻译成英语进行出版的,根本不符合现在金融专业的实际英语需求。好的原版教材对高职高专专业英语的教学不是锦上添花的作用,而是画龙点睛般起着决定性作用。现阶段,青岛酒店管理职业技术学院金融管理专业的学生所采用的金融英语教材是一本引自德国的教材——《银行英语》,该教材本身在德国就是针对高职学生的金融英语教学需求而设计的,直接进行的就是各种职业化场景的学习。但是本教材尽管在职业化、英语实际性方面做的非常好,但基本上各个章节都局限在了银行范围内,还是需要在金融的其他领域做一些拓

* 收稿日期:2016-03-28

作者简介:胡晓霞(1985-),女,山东青岛人,青岛酒店管理职业技术学院讲师,硕士,主要研究方向为语言学、语言习得、英语教学。

展。

(三) 学生方面

高职学生的入学成绩有高低,而这其中他们的英语基础可谓是参差不齐。普通英语教学当中,英语基础的差异是导致课堂不能有效进行的一大问题。而就专业英语的教学来说,不得不承认这同样是一个问题,而且是不可回避的问题。学生英语基础的差异,没有办法很好的统一课堂的进度以及难度,有些学生会“吃不饱”的感觉,同样也有学生会“难消化”的感觉,只有一部分学生是刚好适应课程的难易程度。

三、专业英语教学对策探析

针对上文提出的目前专业英语教学中存在的现状和问题,本文提出三大对策来应对目前教学的不足。

(一) 教学方法的丰富使用

针对高职学生的特点,审慎的选择适应学生特点与基础的教学方法是目前来看最直接也最有效的改进目前现状的方法。高职学生较之本科院校的学生有两大特点:一是基础知识水平较之本科院校的学生要低,不论是英语基础知识,还是在高职阶段所学习的专业知识;二是高职学生上课时注意力容易被很多事物分散,不容易集中于传统理论知识的讲授。鉴于以上两大特点,我们可以在教学方法上选取一些寓教于乐的更加吸引学生的方法,例如情境教学法、案例分析法等,以及目前的项目化教学、信息化教学等手段,非常适合部分教学章节和内容,也非常适合高职院校学生实际操作大于理论知识的现实,并且更好的把学生的注意力集中在了课堂教学中。具体教学方法和手段的使用,需要专职教师根据学生数量、基础水平以及授课内容做出合理的安排。

(二) 审慎选取合适的教材

除以上教学方法和手段的丰富使用外,适合高职学生的专业英语教材是不得不提及的一大要素。正如上文关于目前教学现状中教材部分的阐述一样,适合各专业英语的教材本身就少,而适合高职院校的专业英语教材就更加少,在这少之又少的教材当中,又是一种良莠不齐的现状。总体上,目前国内引进的原版教材都是精品中的精品,并且英语学习本身就需要原版教材,专业英语教学原版教材的使用是必须的。但同时,原版教材也会有个别不符合中国国情的地方。例如,青岛酒店管理职业技术学院

金融管理专业所采用的德国引进版教材《银行英语》有个别单元出现了“住房互助协会保险单”的内容,这一教学点是德国当地的一种投资模式,与我国的现状一点关系都没有,像这种教学内容需要教师根据实际来做适当的删减。同样,随着教学实践以及企业经验的积累,也会发现实际工作中有些内容是课本上没有的,像这些内容需要教师根据自己的经验进行补充。合适的原版教材加上教师根据实际情况对教学内容的删减与补充,将为高职院校学生的专业英语学习打下厚实的基础。

(三) 教学评价手段的多样性使用

无论是教学方法的丰富,还是原版教材的使用,最终都离不开教学评价手段的改革。如果仍然采用原来单一笔答考试的模式对学生进行最终的考核,那么前面提及的综合性的教学手段就没有意义了。考虑到学生知识水平的不一致,以过程性考核来代替结果性考核更加符合目前高职院校学生的实际情况,也更符合综合性教学手段的使用目的。但同时不可忽略的是,专业英语学习有相当一部分理论知识是需要笔答考试的方式来进行考核的。因此,平日成绩与期末成绩的比例分配就需要根据实际的教学比重进行重新分配。

四、结语

随着我国经济进一步融入到国际大环境中,各个专业的国际化人才的需求将会不断增长,高职院校应抓住这一契机,结合学生实际,审慎选取合适的原版教材和各种教学方法,并且突破性的使用多种评价方式来提高学生们专业英语学习的动力,进而提高他们的专业英语的实践能力,为我国经济的腾飞添砖加瓦。

参考文献:

- [1] Tom Hutchinson, Alan Waters. English for Specific Purposes[M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 1987.
- [2] 沈素萍,张红. 专门用途英语教学的定位思考——对金融英语教学问卷的分析[A]. 第六届全国国际商务英语研讨会对外经贸大学英语学院论文汇编[C]. 2004.
- [3] 文军. 专门用途英语教学与研究领域论[J]. 外语与外语教学, 2001(12): 23-24.
- [4] 文秋芳, 王立非. 影响外语学习策略系统运行的各种因素评述[J]. 外语与外语教学, 2004(9): 28-32.
- [5] 张冬梅. 专业英语课程教学的几点思考[J]. 辽宁高职学报, 2006(3): 109-110.

A Study of Specialty English Teaching and Its Strategies in Higher Vocational Colleges

——Taking the Programm of Financial Mangement and Practice in
Qingdao Vocational and Technical College of
Hotel Mangement as an Example

HU Xiaoxia

(Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

Abstract: The paper mainly analyzes the current situation and problems of specialty English in terms of teachers, textbooks and the level of students, combining with the situation of Financial English in the major of Financial Management and Practice in Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management. Finally, the strategies for these three problems are given in terms of teaching methods, the choosing of textbooks, and the teaching evaluation.

Key words: higher vocational colleges; specialty English; Financial English

(责任编辑:魏有广)

(上接第 51 页)

Research on Problems and Countermeasures of Employment Guidance of Poverty Students in Higher Vocational Colleges

XU Maolin

(Changjiang Engineering Vocational College, Wuhan 430212, China)

Abstract: The poverty students suffer great stress in the aspect of employment both financially and psychologically. Therefore, the conduct of employment guidance for the poverty students in higher vocational colleges seems to be extremely significant. This paper analyzed the meaning of employment guidance for the poverty students and put forward the countermeasures accordingly.

Key words: higher vocational colleges; poverty students; employment guidance

(责任编辑:魏有广)

高职院校校企共建商科类生产性实训基地实践研究*

赵颖慧,牛俊杰

(青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100)

摘要:高职院校校企共建校内生产性实训基地是当前职教改革的新形式。本文以青岛酒店管理职业技术学院工商管理学院商科类专业实训基地建设为例,对实训基地建设的现状进行了分析,并提出了相关对策建议。

关键词:高职院校;校企合作;实训基地;对策

中图分类号:G718 **文献标识码:**A

一、校企共建生产性实训基地概述

校企共建生产性实训基地是指高职院校与企业共同合作,在校内建设既能满足学校日常实训教学需求,又能满足企业生产需要的教学生产基地。围绕党的十八大提出的“深化教育领域综合改革”总体要求,《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》(以下简称《决定》)中确立了“加快现代职业教育体系建设,深化产教融合、校企合作,培养高素质劳动者和技能型人才”的总方针。对于当前我国职业教育而言,《决定》为深化职教改革指明了方向和道路。

随着社会与经济的发展,社会对技能型人才提出了更高层次的要求。要实现《决定》中要求的“深化产教融合、校企合作”,必须促进职业院校与行业、企业融合,实现优势互补与资源共享。实践性和生产性是校内生产性实训基地的主要特点。教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》(教高[2006]16号)明确指出,高等职业院校“加强实训、实习基地建设是高职院校改善办学条件,彰显办学特色,提高教学质量的重点”,“要紧密联系行业企业,厂校合作,不断改进实习、实训基地条件”,“要积极探索校内生产性实训基地建设的校企组合新模式,由学校提供场地和管理,企业提供设备、技术和师资支持,以企业为主组织实训。”2011年,《教育部关于推进高等职业教育改革创新引领职业教育科学发展的若干意见》对生产性实训基地建设作出进一

步要求,提出要“系统设计、实施生产性实训和顶岗实习,探索建立‘校中厂’‘厂中校’等形式的实践教学基地,推动教学改革”。2014年《国务院关于加强发展现代职业教育的决定》《现代职业教育体系建设规划(2014—2020年)》两个重要文件,作出构建现代职业教育体系的战略部署,为高职院校生产性实训基地建设赋予了更丰富的内涵,提出了更高要求。高职院校通过生产性实训基地营运,改革实践“工学结合”的人才培养模式,学生通过实训基地能够切实感受企业的真实生产环境与氛围及制度,通过真实工作情境使学生的职业技能与素养得到提升,促进学生的高质量就业;合作企业通过基地的企业化运作完成建厂、生产、经营等环节,实现企业的经济效益和社会效益双丰收。校企共建实训基地是校企合作的高级形式,是高职院校推动工学结合人才培养模式改革的关键,是高职院校改善实习、实训条件的主导方向。

二、校企共建生产性实训基地建设现状

校企共建生产性实训基地是高职院校创新培养模式、深化产教融合的重要实现形式。本文以作者所在的青岛酒店管理职业技术学院工商管理学院的商科类生产性实训基地建设的模式为例加以分析。

(一)商科类专业生产性实训基地建设存在的不足
青岛酒店管理职业技术学院(以下简称学院)是教育部备案的全日制大专层次普通高校,是我国第一所独立设置的酒店管理学院,隶属于山东省教育

* 收稿日期:2016-03-04

基金项目:青岛酒店管理职业技术学院2015年度科研基金青年课题

作者简介:赵颖慧(1988-),女,山东青岛人,青岛酒店管理职业技术学院教师,主要研究方向为金融学、高职教育。

厅和山东省商业集团有限公司。工商管理学院承担学院商科类专业的教学管理工作。学校前身为青岛市商业学校,商科类专业办学历史悠久,招生专业涵盖会计、连锁经营与管理、物流管理、国际贸易等10个专业,在校生数量居学院首位。

学院在商科类专业实训室建设方面存在不足。大部分专业实训课程由软件模拟完成,缺乏专业的模拟实训室。同时,由于专业教师双师型素质水平制约,很多专业的教师缺乏实际的工作经验,因此对于实训课程对接的实际工作岗位要求理解不深刻,制作出的实训课程方案水平不高,影响了学生实训室使用的实际效果。

(二)校企合作建设综合性商科类实训基地

为提升人才培养质量,加深校企合作内涵建设,学院于2014年审议通过工商管理院校企共建实训基地建设方案,在校内建设全新模式的校园实训超市。该校园实训超市是由学院与山东众卿便利生活有限公司(7-Eleven)校企战略合作,共同出资建设的校内实训基地,超市总占地面积500余平方米。

该实训超市定位于财经商贸类专业群校内实训基地,建设方案全面践行校企合作模式,超市由以前租赁外包转变为现在的教学用实训基地:山东众卿便利生活有限公司出资出设备进行开店前准备,并负责商品的采购与配送;学院方面提供场地和营运人员,超市管理从之前的后勤总务处转变为现在的工商管理学院教学实训管理,并由企业对店铺的营运工作进行日常指导和监督。实训超市于2014年8月正式开业运营,可满足工商管理学院连锁经营与管理、市场营销、物流管理、会计等专业学生的实训需求。实训超市贯彻学生为主体、教师辅助、企业监督的营运方针,完全企业化运作,自主经营,自负盈亏,将校企合作的内容落到了实处,实现了学校教学和企业用人的无缝对接,达到了学校、企业、学生多方共赢。

三、校企共建生产性实训基地的对策

(一)提高实训基地教学团队水平

校内生产性实训基地的教学团队人员组成应由校内专业教师与企业的管理人员共同构成。为提高教学团队管理和教学水平,学院应进行有针对性的培训。一方面,建立校内专业教师定期到企业挂职锻炼的制度,鼓励教师学习行业新理论、新知识、新技术,真正参与企业实际生产、管理和技术创新与开

发,使教师具备双师素质;另一方面,聘请企业专家和技术能手,成立专门的实训工作室,校企联合整合资源解决实际生产难题。

(二)生产性实训基地建设应具有超前性、先进性与开放性

随着科学技术与经济社会发展快速发展,高职院校的教学内容应及时适应行业企业发展对于技能型人才的需求,实训基地设置的实训项目也应具有先进性。因此生产性实训基地建设在场地规划、教学设备购置方面应具备超前性。先进的生产设备不仅要能满足校内学生实训需求,同时还要满足服务区域社会经济的需求,吸引更多的行业从业人员到校内进行培训和学习。在功能上要满足开放的需要,可以集教学与生产一体,教学与科研一体,教学与培训一体,充分发挥实训基地的功能与社会效益,为社会培养更多符合区域社会经济发展需求的高技能型人才,提高高职院校的社会服务能力。

(三)建立权责利明确的管理制度,保障实训基地的可持续运行

要保障校企共建生产性实训基地的正常经营与运行,必须通过相关规章制度进行约束和管理。学院与企业合作建设校内生产性实训基地应签订建设合作协议书,明确校企双方合作期间的权、责、利分配。校企双方在实训基地建设合作协议书的基础上应建立管理制度和责任机制,一方面要保证实训基地在功能上要满足教学功能,明确校企双方在实训基地教学过程中的责任,确保生产性实践教学的效果;另一方面要确保企业生产经营的正常有序进行,确保企业利益以推动生产性实训基地的可持续运行。除此之外还应根据市场和企业需求的变化,实行柔性管理,适时调整专业教学计划和教学内容。管理制度与责任机制对校企双方的行为进行了规范,有助于保障校企共建生产性实训基地的平稳可持续运行。

参考文献:

- [1] 韦华红.校企合作校内生产性实训基地建设的研究与实践[J].轻工科技,2015(6):161-162.
- [2] 高校生产性实训基地建设研究与实践[J].中国成人教育,2015(4):61-63.
- [3] 新时期推进高职生产性实训基地建设改革与创新的思考[J].教育与职业,2015(4):107-109.

(下转第72页)

高职院校学籍管理参与者信息化素养培训浅谈^{*}

徐 加¹, 生力军²

(1. 武汉软件工程职业学院, 湖北 武汉 430205; 2. 武汉船舶职业技术学院, 湖北 武汉 430050)

摘 要:学籍管理工作不是教务处学籍管理人员单方面的工作, 需要学生、辅导员与班主任老师、教务管理人员等学籍管理参与者主动参与进来, 而学籍管理参与者的信息化素养水平直接决定参与的成效。本文通过问卷调查, 发现某高职院校学籍管理方面存在的问题后, 有针对性地提出优化对学籍管理参与者信息化素养培训的措施, 希望对高职院校学籍管理培训的发展起到抛砖引玉的作用。

关键词:学籍管理; 信息化素养; 培训; 高职院校

中图分类号:G717 **文献标识码:**A

学籍管理是教学管理的重要组成部分, 是保障高校人才培养质量的关键工作。学籍管理具体是指根据规定对学生从入学到毕业整个过程进行的考核、记载、处理及控制的活动。搞好学籍管理, 对学校教学秩序的建立、学风的优化和教学质量的提高都至关重要。

一、学籍管理工作参与者信息化素养培训的必要性

美国管理协会认为管理是通过他人的努力来达到目标。学生与老师都是学籍管理的参与者, 他们的主动参与对学籍管理工作成效影响重大。学生作为高职院校学籍管理中的受众, 主动参与到本人的学籍管理中比单纯依靠学籍管理部门进行的学籍管理, 更加准确地反映学生在校学籍情况。辅导员与班主任老师作为与学生接触最多的老师, 他们的参与也必将提高学生的重视程度和信息的准确性。没有学生与老师参与的学籍管理, 有些管理行为无法开展, 必将导致低效或失败的管理。

我国大力发展高等职业教育, 其规模越来越大, 专业设置和学生人数逐年增加, 这给学籍管理工作也带来巨大的压力, 以前半手工操作的学籍管理系统已很难适应高职教育的发展需要, 因此, 我们需要

引入“互联网+”的思维, 借助先进的信息化技术, 不断提高高职院校学籍管理信息化水平。当前, 学籍管理参与者们信息化素养参差不齐, 学校需要分别对其开展培训, 从而全面提高参与者的信息化水平。

二、信息化素养培训方案的设计依据

培训体系的设计与培训方案的制定不能凭空想象、无的放矢, 必须结合学籍管理工作参与者的实际情况, 有针对性地进行设计。

对于参与者——辅导员和班主任老师而言, 可以从其负责的学籍管理工作内容看出培训重点。在学籍管理工作中, 教师需要掌握教务管理系统客户端的操作和常见数据操作技术, 同时要清楚各项学籍管理操作流程, 从而指导学生办理各项手续。因此, 针对教师的培训, 将结合学生信息化素养调查的结果和教师的学籍管理工作内容展开。

对于参与者——学生而言, 为了详细分析学生的学籍管理信息化素养水平, 笔者在任职的高职院校以问卷的形式做了一个小调查。

(一) 调查样本构成情况

调查对象为随机抽取的 100 位在校生, 收回有效问卷 98 份, 问卷有效回收率达 98%。样本构成情况如表 1 所示。

^{*} 收稿日期: 2016-02-10

基金项目: 湖北省高等教育学会学籍管理专业委员会 2014—2015 年度课题项目(XJ14-15-02)

作者简介: 徐加(1986-), 女, 安徽安庆人, 武汉软件工程职业学院教师, 硕士研究生, 主要研究方向为教育管理。

表1 样本构成整体情况表

项目	样本分布	频率	百分比(有效)
性别	男	62	63.3
	女	36	36.7
年级	一年级	35	35.7
	二年级	39	39.8
	三年级	24	24.5
农村或城市	农村	51	52.0
	乡镇	27	27.6
	城市	20	20.4
生源	普通高中	79	80.6
	中职	19	19.4

调查的高职学校偏理工科,男多女少,男女生比例接近2:1,且城市生源较少,占20.4%,农村或乡镇生源较多,占79.6%。学生进校前大多数就读于普通高中,剩下的19.4%的学生是通过单独招生或

技能高考的形式升入该校。

(二) 问卷调查结果

通过对有效问卷的结果进行统计,得出问卷结果如表2所示。

表2 问卷结果

序号	问题内容	结果
1	进校前使用电脑上网的频率?	38%的学生几乎天天上网,偶尔的占57%,5%的学生从没上过网,这些从没用电脑上网的学生全都来自农村。
2	知道学籍的含义吗?	选择不知道的有30人,占30.6%,也就是说将近三分之一的被调查学生甚至连“学籍”是什么都不知道。
3	用过学信网吗?	大二和大三的同学都回答了“用过”,大一的学生因刚入学,还没有接触过学信网,因此知之甚少。
4	如果你因病要办理休学,却不知道如何办理,你会怎么办?	50%的学生选择了问老师,41%的学生倾向于问同学,只有9%的学生首先想到到学校教务处查询办理方法。
5	你查询成绩的方式?	67.3%的学生选择了在教务系统查询,还有32.7%的学生是等着老师发成绩单,这些大都是大一的学生,他们并不清楚大学里成绩的查询方式,以为与高中一样。
6	网上的学籍信息是否填写?	64.3%的学生已填写,剩下30.7%的大一学生不知道在哪儿填写,还有5%的大一新生知道要填写,但是不知道如何填写。
7	浏览教务处网站的频率?	49.5%的学生从不浏览,50.5%的学生都选择了一个学期浏览1-2次。
8	是否知道什么情况下需要留级?	36%的学生肯定自己知道,29.6%的学生只知道一点,还有34.4%的学生不知道。
9	是否知道拿到毕业证的必要条件?	45.9%的学生肯定自己知道,22.1%的学生知道一点,还有32%的学生不知道。
10	你想通过什么途径学习学籍知识?	选择“不想知道”的人为0,72%的学生希望通过入学教育或学校的讲座获取学籍方面的知识。

从问卷调查的结果分析可知,该高职院校学籍管理存在以下问题:

1. 个别学生信息化素养很低

虽然现在很多高中都开设了信息技术课程,但是对于小部分家庭贫困的学生来说,私人电脑对于他们来说还是奢侈品,他们可能连基本上网的操作技术都不会,第1题5%的学生从没用电脑上网也证明了这点。对于这部分学生,他们可能比较自卑,开学后让他们上网核对学信网上的个人信息可能有点困难,因此,对于那些迟迟没有核对学信网信息的学生要查明原因,区别对待。对那些不重视、态度不端正的学生需严肃批评,讲明学籍信息的重要性;对

那些操作不会的学生要耐心教导,或请同学及辅导员帮助这样的学生。

2. 学生学籍知识缺乏

从“第2题:知道学籍的含义吗?”、“第8题:是否知道什么情况下需要留级?”和“第9题:是否知道拿到毕业证的必要条件?”的回答情况可以看出,该高职院校学生学籍知识很贫乏,三分之一的学生不知道学籍是什么,34.4%的学生不知道什么情况下要留级,32%的学生不知道拿毕业证的必要条件,另外还有超过20%的学生对于留级和拿毕业证的必要条件只知道一部分,并没有把握,这些与学生切身利益息息相关的事情,他们自身都是糊里糊涂。当

然,这不能全部归咎于学生,学校没有充分宣传学籍知识的重要性也是其中的重要原因,因此学生对学籍的重视程度不够。虽然政策文件充分强调了学籍管理工作的重要性,但在高职院校管理中,学籍管理的地位并不突出,因此,对学籍知识方面的培训非常少,直接导致学籍管理对象——学生缺少必需的学籍知识,从而使学生不能充分行使学籍管理中的知情权、参与权,也降低了学籍预警和自身规律方面的主动引导作用。

3. 高职院校学籍信息化素养培训手段落后

从“第10题:你想通过什么途径学习学籍知识?”回答的情况可以看出,选择“不想知道”的为0人,可见学生都希望自己主动参与到学籍管理中来,大部分学生认为由学校组织进行的学习会比较系统全面,更易于让他们了解学校具体学籍管理涉及的部分,并且可以了解到哪些部分与自己相关,这些组织方式像入学教育和专题讲座比较受学生欢迎。但是,目前高职院校普遍采用的是在大一新生入学报到时发放新手入学手册,由学生自学的方式学习手册知识。学籍知识作为手册中很少的一部分内容,很容易被学生忽略,关于学籍知识的教育没有达到预期效果,从学籍管理工作的日常情况看,也证实了这一点。

4. 老师过于依靠教务处学籍管理人员

由第4题“如果你因病要办理休学,却不知道如何办理,你会怎么办?”,50%的学生选择了“问老师”,可以看出学生遇到学籍方面的问题时,首先想到的还是向老师求助。辅导员与班主任作为与学生接触最多的老师,经常要帮助学生解答学籍方面的问题。但大部分高职院校辅导员由新任教师担任,造成学生辅导老师没有经过系统学籍管理知识的培训,本身也缺乏学籍管理知识,在处理学生学籍问题时无法及时正确解答,最后还是让学生直接到教务处咨询,让教务处学籍管理人员来处理,也直接加大了学籍管理人员的工作量。学籍管理依赖于教务处的现象造成学生对学籍重视程度低,认为该项工作属于学校管理的边缘部分。在学生办理具体学籍问题时,缺少导向性,不利于学生维护学籍权益。

三、学籍管理参与者信息化素养培训措施

为了解决已发现的问题,提高参与者的主动性和能动性,必须分别对学生和老师进行学籍信息素养的培训。

(一)形式多样,优化对学生学籍信息化素养的培训

目前,高职院校对学生学籍信息化素养的培训大都形式单一,只有学生入学手册中有一小部分的介绍。这非常不利于提高学生兴趣,也不利于优化学习效果。因此,要创新培训形式,丰富培训内容。

首先,可以在新生初入校门时,就开展学籍管理知识的讲座,将学籍的重要性及学信平台的重要性——告知学生,预先将常见的操作流程进行演示,例如教务管理系统Web端的操作:如何查询成绩及学分情况?如何报名参加补考、清考?如何报名参加各项教学活动(如普通话考试、英语等级考试、计算机等级考试等)?如何在网上规范填写学籍信息?——举例说明,并告知学生教育部学信网中如何注册及查看自己的学籍学历信息,明确告知学生档案跟学生毕业后仍然是息息相关的,用人单位可以直接查看到学生在校期间的学籍状态、在校表现等信息。对于违反学籍管理规定的行为,可用生动的案例举例说明,并说明其严重后果,从而一开始就打好预防针,起到防微杜渐的作用。

其次,还可以利用新生入学教育、发放学生手册、学籍知识问答等多种方式,吸引学生参与。

再次,也可以借助校园网、校刊等媒介,面向广大师生共同宣传学籍管理的内容、目的,加强学生对制度的敏感性,提高自我管理的能力。

(二)明确责任,细化对老师信息化素养的培训

辅导员与班主任老师是学籍管理的主要参与人员,他们对学籍管理的重视程度直接影响学生的重视程度,从而对学籍管理效果影响甚大,因此,明确老师自身学籍管理职责,提高学籍数据处理能力非常重要。

首先,可以在新进辅导员与班主任老师的培训中,介绍辅导员与班主任老师的学籍管理职责,突出强调学籍管理的重要性,从而预防辅导员与班主任老师过于依赖教务处学籍管理人员的事情发生,并将学籍管理培训考核结果纳入辅导员与班主任老师绩效考核体系。

其次,教务处要依据《普通高等学校学生管理规定》的内容,结合本校的具体情况,制定适合本校的学籍管理规定及其他相关规定。这些规定让所有的工作都建立在“有法可依”的基础之上,从而公平、合理地处理问题。同时,制定一些相对稳定的学籍管

理操作流程,如休学、复学、退学、转专业、留级、毕业、成绩管理、课程补考、学籍信息修改等常见的学籍业务办理流程,辅导员可以根据已有的流程,指导学生逐个部门去办理,同时也避免了不办理或者办理时毫无头绪的情况。

再次,由专业人员对辅导员进行教务管理系统客户端的操作和常见数据操作技术的培训,教务管理系统客户端的操作主要有导出准确学生名单、查询成绩及学分情况、查看报名参加补考、清考的情况等,这些操作是辅导员进行学生管理时常常用到的,必须掌握。常见数据操作技术主要有:①Excel 常见操作技巧,比如编号自增句柄填充、常见 Excel 函数(包括字符串截取、if 条件判断)、数据格式(特别是身份证号一定要用文本格式,否则最后 4 位数全变 0)等;②Access 操作技巧,比如简单的 SQL 语句、数据表的链接与匹配、Excel 与 Access 数据互转等;③图像处理软件操作技巧,比如用 ACD See 批量修改图片大小与格式,批量修改图片的文件名等。数据操作技术的熟练程度直接影响学籍管理的效

率,因此,必须加强对辅导员数据处理能力的培训,使他们熟练地使用计算机进行学籍管理。

四、结语

老师和学生作为学籍管理的参与者,他们的主动参与将使学校准确掌握在校生的学籍动态,从而最终维护好学生的切身利益。只有加大对参与者信息化素养的培训,优化培训形式,丰富培训内容,明确管理责任,最终才能真正让老师和学生主动参与进来。

参考文献:

- [1] 吴琳. 浅析新形势下如何提高高校学籍管理水平[J]. 福建信息技术教育, 2011(3):56-60.
- [2] 李银树. 高校主动性学籍管理工作浅析[J]. 管理工程师, 2011(3):27-29.
- [3] 丁晓丽. 新形势下高校学籍管理存在的问题及对策[J]. 扬州大学学报(高教研究版), 2008(6):72-75.

On the Informationalized Quality Training of the Participants in Enrollment Status Management in Higher Vocational Colleges

XU Jia¹, SHENG Lijun²

(1. Wuhan Software Engineering Career Academy, Wuhan 430205; 2. Wuhan Institute of Shipbuilding Technology, Wuhan 430050, China)

Abstract: The work of students' enrollment status management work is not only the work for the staff related in the Teaching Affair Department. It also requires the active participation of the students, the counselors and the class advisers. The level of the informationalized quality of the participants determines the effectiveness of the work. Through conducting a questionnaire survey, problems were detected in the management of school roll. This paper put forward the corresponding measures to optimize the training for the participants in enrollment status, so as to improve the development of school roll training management.

Key words: student status management; informationalization quality; training; higher vocational colleges

(责任编辑:魏有广)

高职院校学报编辑队伍职业化发展的 途径与保障措施^{*}

叶燕兰

(广东女子职业技术学院,广东 广州 511450)

摘要:高职院校学报编辑人员数量不足、职业素质不高、稳定性不强等诸多原因导致学报编辑队伍职业化发展困境重重,影响学报整体水平的提升。提高学报编辑队伍的职业化,可以通过工作实践、自主学习、学习培训及学术科研等途径来提高,并且需要相应的制度来保障。

关键词:高职院校;学报;编辑;队伍;职业化

中图分类号:G232 **文献标识码:**A

高职院校学报是高职院校重要的科研领域,是反映高职教育研究成果及高职教育教学成果的理论刊物和学术载体,是高职院校开展科研活动、学术交流和科研人才培养的重要平台和阵地。学报水平的高低,一方面取决于稿件的优劣,另一方面则决定于编辑人员的整体职业能力与综合素质。高职院校学报的质量与学报编辑队伍的素质密切相关,要办好一份高职院校学报,不仅要扩大稿源范围、主动与优秀学者约稿,还要不断积极推进高职院校学报编辑队伍的职业化建设。

一、高职院校学报编辑队伍职业化发展的困境

(一)人力资源短缺

高职院校学报编辑部门的人员数量配置普遍没有达到期刊所需编制数的国家要求,不少学校采取专兼结合的人员配备方式,专职编辑数量很少,却承担学报的大部分工作,严重超负荷的工作量。兼职编辑往往都有其它相对固定的职务,仅在出刊期参与部分审稿、校对工作,对编辑的日常工作则知之甚少,且编辑工作容易受到他本身职务工作的影响。另外许多高职院校学报的主编、副主编都为学校领导挂名职务,没有真正执行主编、副主编的义务。编辑队伍成为一个专兼结合、虚实结合的队伍,人力资源无法保障。

(二)人才结构不合理

就专职编辑而言,也存在不少问题,首先是编辑队伍结构不合理,编辑队伍出现“两头大,中间小”的状况,一部分是年龄较大的编辑,他们具有丰富的编辑经验,职业定位也相对稳定;另一部分是年青编辑,他们往往入职年限不高,职业定位不稳定。因高校编辑工作并不处于核心位置,编辑人才流失较严重,导致编辑队伍青黄不接的不合理人才结构。

(三)缺乏编辑专业知识

高职院校学报的编辑普遍都是非编辑专业出身,不少年青编辑都是由其它专业毕业后直接进入学校就职,虽有一技之长,但是缺乏系统的专业知识,且没有经过编辑业务培训,由前辈同事带领下边做边学。大部分编辑都是入职后在工作中不断积累经验,或参加一些短期的培训来提高编辑能力,缺少系统专业的编辑知识。编辑人员没有过硬的业务素质能力,编辑队伍职业化发展举步维艰,学报的质量难有保证。虽然编辑技术人员有很多进修机会,但是很多学报编辑在超负荷工作量的情况下,加上培训经费的短缺,无法参加继续教育培训。

(四)职业认可度不高

高校是以培养学生成长成才、以教学为主的地方,再加上高职院校重实践轻理论,对于编辑部门不太重视,不少学校直接将编辑部门当成行政部门,不

^{*} 收稿日期:2016-01-20

基金项目:广东省高等学校学报研究会2014年科研立项课题

作者简介:叶燕兰(1988-),女,广东梅州人,广东女子职业技术学院学报编辑,硕士,主要研究方向为编辑学、高等职业教育。

仅待遇上得不到应有的保障,不少编辑在完成本职工作的同时还要承担科研类的其它事务性工作。有些高校将对教师教学、科研工作的评价和考核方法几乎原封不动地应用于学报编辑人员,没有或者很少考虑编辑工作与教学工作和其它工作的差异性。编辑人员的工作待遇、晋升机会、职业发展机会多方面都受到限制,职业认可度不高导致很多编辑不愿意走编辑职称系列,也选择走教师职称系列,且一有机会就会努力转岗到教师岗。

二、提高高职院校学报编辑职业素质的途径

(一) 积极参加编辑实践

编辑工作是一份创新性强的工作,编辑学报并不仅仅是机械地按照出版规范进行收集稿件、为别人挑错别字等一些形式上的机械工作,一位真正的好编辑需要深入到每一篇作者的文稿的内涵、研究情境,才能判断文稿的科学性、创新性、价值性、可接受性。从来稿到刊发,编辑参加初审、判断文稿价值、选择审稿人、内化审稿人意见、形成修改意见等过程,无不体现编辑的创造性劳动。编辑技术能力的提升关键要靠工作中日积月累,“实践出真知”,对于学报编辑来讲,编辑实践是编辑学习的最好机会。出版管理规章制度能确定工作的流程,但具体的工作仍需每位编辑从业者亲力亲为,多干、多编才能增长自己的编辑才干,才能领悟编辑学中的许多道理。

(二) 自主学习全面提升

编辑作为一门专业,具备一定专业知识是从业者所必须具备的条件,但进入岗位工作之后则会发现,编辑工作需要关注的细节非常多,编辑人员除了要处理好日常编辑工作外,必须不断学习,差缺补漏,才能成为一名优秀的编辑人员。细节工作的完善学习要求编辑人员要时刻保持一颗学习的心态,借助职业资格学习、外出培训、与同行交流的机会等,把理论学习与实践工作结合起来,调整改进,逐步完善自己的编辑能力。

(三) 参加各种继续教育培训

长期以来我国编辑人才培养还远远不能满足形势发展的需要,编辑出版专业的人才量还不小,而大学毕业生的流向主要是新闻机构。加强专业培训和继续教育是学报编辑队伍职业化建设的有力保障。高职院校学报编辑队伍整体编辑专业化程度不高,缺少真正由编辑专业出身的编辑人员是普遍现象,通过参加培训交流和继续教育活动来提高学报编辑的专业知识水平是非常必须的。通过参加各种

类型的编辑培训,编辑人员不仅可以提高业务能力,解决工作困惑,还能了解学科前沿,了解行业发展趋势,也能在同行中找到职业归属感与认同感。

(四) 参与学术科研活动

高职院校学报编辑人员在日常工作中长期阅读处理各学科学术论文,对本校相关专业教学科研有较全面的了解,具有一定的科研基础。若编辑人员能深入到教学科研一线,根据自身的专业优势与学校提供的基础条件开展专业的科学研究,这样有利于提高编辑人员的科研能力,也能从作者的角度反思提升编辑能力。通过深入科学研究能让编辑人员保持对专业最新信息、前沿动态的敏感性,加强选题、策划、来稿的初审等能力;在撰写论文过程中提高语言组织能力,提高改稿、校对等能力;优化知识结构,提高自身学术水平,为职业发展打好坚实基础。

三、高职院校学报编辑队伍职业化发展的保障措施

(一) 责权明确的独立管理制度

目前众多高职院校的学报编辑部都挂靠学校的科技处、教务处等其它管理部门,依附于其它部门而没有独立的管理机构,这意味着在学校的人力、物力、财力都得不到最直接充分的支持,多重领导会导致工作交叉,编辑人员往往成为完成所挂靠部门紧急工作任务的后备军。学报编辑属于学术化工作,需要比较安静独立的办公空间,各种行政工作难免影响编辑人员的工作效率与质量。因此,高职院校需严格对照办学报的相关标准,建立相对独立的部门,健全学报工作与管理制,保证其学术性与独立性。

(二) 建立科学的考核评价体系

建立健全科学合理的编辑工作考核评价体系,为编辑个体价值的实现创造良好的环境,为学报编辑职业发展提供广阔的空间,是学报编辑队伍职业化建设的重要推动力。目前大多高职院校学报编辑人员因为人数较少,都没有独立的工作考核评价体系,有些以行政人员的身份采用管理人员的考核评价体系,有些则采用专任教师的考核评价体系。这两种考核方式不但不能全面科学反应编辑工作的实际,而且让编辑人员在考核中处于弱势,严重影响编辑人员的职业发展,打击编辑人员投入编辑工作的动力。要建设更精准的编辑考评制度,能体现对组稿、审稿、编辑加工、校对、印刷、发行、科研等各个环

节编辑工作的绩效管理。

(三)建立严格的岗位人员管理制度

出台一些必要的措施,改善高校学报编辑的从业环境,人员也要严格实行定岗定编,保证编辑人员的数量与质量。在对人员进行调整安排时,也要根据岗位需求和学报学术方向与个人知识结构,合理配置。要吸引优秀编辑,引进那些既有较广博的知识结构与较深的专业知识,又有一定的编辑审读文稿的客观判断能力、逻辑思维能力和较为扎实的语言文字能力的人才;要培养骨干编辑,为年轻编辑提供更好的学习平台,督促他们更快成长,形成年龄结构、职称结构合理的编辑队伍。

参考文献:

- [1] 田峰.论高校学报编辑队伍的职业化[J].山东理工大学学报(社会科学版),2013(6):77-80.
- [2] 徐永生.高职院校学报编辑队伍建设的策略研究[J].中国出版,2009(Z3):60-63.
- [3] 李玉凤,薛华强.高校学报编辑队伍建设初探[J].苏州丝绸工学院学报,1992(2):72-76.
- [4] 师曾志.由流向思考源头——从北京大学编辑出版学专业1999—2004年毕业生去向数据分析重新思考高校出版人才培养模式[J].中国出版,2004(10):47-50.
- [5] 王庆跃,徐娟.地方高校学报编辑队伍建设创新路径探讨[J].四川理工学院学报(社会科学版),2014(4):105-112.
- [6] 张蕾.高校科技期刊出版体制改革策问与策辩[J].科技与出版,2013(12):44-46.

Ways and Supporting Measures for the Professional Development of Journal Editors in Higher Vocational Colleges

YE Yanlan

(Guangdong Women's Polytechnic College, Guangzhou 511450, China)

Abstract: There are many difficulties in the professional development of journal editors in Higher Vocational College, such as inefficient amount of editors, inadequate professional quality, and unstable development. These factors affect the overall level of the journal. Through the ways of working practice, independent learning, training and academic research and the corresponding system to guarantee the effects as well, the professional quality of editors should be improved.

Key words: higher vocational colleges; journal; editor; team; professionalization

(责任编辑:魏有广)

文化·艺术

查莫斯的自然主义二元论

——大卫·查莫斯《有意识的心灵》解读*

张秀峰

(河南大学,河南 开封 475001)

摘要:本文对澳大利亚哲学家大卫·查莫斯的《有意识的心灵》进行了简单且完整的解读,并对其赖以成名的观点——自然主义二元论进行了详细的介绍和分析。查莫斯的随附性理论、自然主义二元论和他发展的有关意识的一些正面理论是紧密联系在一起,三者有机结合,共同构成了查莫斯理论体系的“迷人的装置”。

关键词:查莫斯;随附性;自然主义二元论;信息两面论

中图分类号:B812 **文献标识码:**A

一、导论

澳大利亚哲学家大卫·查莫斯(现任美国亚利桑那大学哲学教授,意识研究中心主任)是当代知名的心灵哲学家,以提倡自然主义二元论而著称。他所著的《有意识的心灵》(1996)是当代心灵哲学领域一部系统性、创新性著作。该书出版后立即引起强烈反响,当年即被《星期日泰晤士报》评为年度最佳科技书刊,称该书“雄辩而睿智”。著名哲学家大卫·刘易斯评价该书“立意超凡,出人意料的成功,是心灵哲学多年以来最好的著作”。

该书的内容主要分为三大部分。第一部分描述了意识的一些概念和与意识相关的一些概念;初步提出一些问题(意识与物质的关系到底是怎样的?),并且构建了一个以随附性概念为核心的谈论问题的框架。在这个框架内,查莫斯认为有足够的理由相信几乎世界上的万事万物都可以给出一个还原性的解释,但唯独意识例外。第二部分查莫斯承接第一部分的内容,开始关注意识的非还原性问题。查莫斯论证了还原解释的方法不可能说明意识问题,并对神经科学、认知科学、新物理学、进化论等领域研究人员提出的还原学说进行了驳斥;说明意识的非还原性后查莫斯论证了唯物主义的虚假,认为世界上除了物理事实之外还有进一步的事实的存在,进而提出了他的观点——自然主义二元论。第三部

分查莫斯发展了意识的一些正面理论。第一,查莫斯提出意识和认知之间的“一致性”原理——意识的结构被觉知的结构所反映,同时觉知的结构也被意识的结构所反映。第二,查莫斯提出了意识的“组织不变性”原理——每一个具有健全的功能组织的系统将具有相同类型的意识体验。第三,查莫斯提出了信息两面论理论——“每当我们发现了一种现象上实现了的信息空间,我们也将发现一种物理上实现了的信息空间。并且,每当一种经验实现了一种信息状态,同样的信息状态在经验的物理基质中被实现。”这一理论是查莫斯最具推测性的一部分。

二、有关随附性概念的内容

Supervenience 即“随附性”一词在《简明牛津词典》上的解释是这样的:意外发生;紧跟着出现的事。在这种意义上使用“随附性”,在西方哲学史上可追溯到亚里士多德在《尼各马可伦理学》里描写快乐是随附于快乐行为的。而这种解释和当代哲学家赋予它的含义不可同日而语。当代哲学意义上的随附性观念最早起源于道德领域。20世纪50年代,G·穆尔在他的一篇著名的文章中,描述了道德和非道德属性之间的某种依赖性的联系,这种联系后来被称为随附性。他在文章中这样写道:“如果一个给定的事物在某种程度上具有这个价值,那么不仅仅是相同的事物在相同的环境下具有这个价值;而且,在相

* 收稿日期:2016-03-08

作者简介:张秀峰(1989-),男,河南安阳人,河南大学哲学与公共管理学院硕士研究生,主要研究方向为心灵哲学、实用主义。

同的情况下,任何完全类似于这个事物的其他事物也具有相同程度的该价值。”但G·穆尔并没有使用“随附性”这一术语,关于随附性的真正讨论这一功绩当然应归功于R·黑尔。他主张价值术语如“好”是一种关于随附属性的名词。为了说明这一点他举例说:如果两幅图画不同,一个好,一个不好,那么它们必定有某种在前的差异,是它使一个好,一个不好。但黑尔仅仅是把随附性当作是道德属性的一种特征,并没有把它提升到普遍的哲学高度进行研究。

真正使“随附性”概念定型并使之成为当代哲学的中心议题的人被公认为是D·戴维森和金在权。早在1970年,戴维森受R·黑尔的影响,在他的异态一元论中表述了心身随附的思想,确立了当代哲学意义上随附性的核心观念。戴维森对“随附性”给出这样的描述:“不存在这样的两个事件,它们在所有物理方面是相同的,但却在心理方面有所不同;或者说,一个在物理方面没有任何变化的对象在心理方面也不可能发生变化。这种依赖性 or 随附性并不蕴涵依据规律或定义的可还原性。”

金在权不仅把随附性概念从个别提升到了普遍的哲学高度,确立了随附性在当代哲学意义上的核心思想,而且对随附性进行了细致的分类,详细论述了随附性各概念之间的逻辑联系,为当代随附性研究做了大量开创性和奠基性的工作。他把随附性分为单一领域的随附性和多领域的随附性,他又把单一领域的随附性区分为弱随附性、强随附性和整体随附性,并且,对于单一领域的随附性各概念以及各概念之间的逻辑联系,作了详细而深入的研究。

在金在权之后,在哲学领域对随附性的研究呈现出“百家争鸣,百花齐放”的景象,在心灵哲学领域大卫·查莫斯当属佼佼者。

查莫斯在《有意识的心灵》中给出了随附性定义的标准样式——“B性质随附于A性质,如果不存在两种可能情况,这两种可能情况关于它们的A性质相同而关于它们的B性质不相同。”在这里查莫斯认为,一般而言,随附性是两个性质的集合之间的一种关系:其中B性质直觉上是一种高水平性质,A性质直觉上是一种低水平性质。给出随附性的基本定义后,他进一步把随附性划分为局部和整体随附性、自然和逻辑随附性等。

(一)局部和全局随附性

“如果一个体的A性质决定那个体的B性质——即,如果任意两个例示相同的A性质的可能个体也例示相同的B性质,那么B性质局部地附随

于A性质。”例如,形状局部地随附于物理性质:任意两个具有相同物理性质的对象必将有相同的形状。然而,价值并不随附于物理性质:蒙娜丽莎的物理复制品的价值不能与蒙娜丽莎原画像相比。查莫斯认为,一般而言,如果一种性质是以某种方式依赖于环境——即,如果一个对象拥有那种性质,不仅仅依赖于对象的物理构造,而且也依赖于那对象的环境及其历史,那么那种性质的物理局部随附性失效。与他的复制品相比,蒙娜丽莎原画像具有更高的价值,因为它们的历史环境不同:蒙娜丽莎原画像为达·芬奇所画,而它的复制品不是。

与之相对的是,“如果关于整个世界的A事实决定B事实,那么B性质全局地附随于A性质:如果没有两个可能的世界,这两个可能世界关于它们的A性质完全相同,而关于它们的B性质不同。”这里的世界被看作是宇宙,不同的可能世界对应于宇宙可能是不同的方式。

局部随附性蕴涵着全局随附性,但反之则不然。例如,生物性质全局地随附于物理性质这看起来是合理的,因为,任何一个物理上相同于我们的世界,也是生物上相同于我们的世界。但是它们可能不是局部随附。两个物理上相同的生物体也许在某些生物特征上会有所不同。

(二)逻辑和自然随附性

就目的而言,查莫斯认为更为重要的是逻辑随附性与自然随附性之间的区别。“B性质逻辑地随附于A性质,如果没有两个逻辑上可能的情况,关于它们的A性质相同而关于它们的B性质不同。”这里关于逻辑的可能性,目前,人们可以概略地把它理解为最宽广意义上的可能性,大致地对应于可想象性,它可以相当不受我们世界的定律的制约。我们可以想象一个逻辑上可能的世界,这个世界将被上帝的力量(假设的)所创造,是上帝选择了这个世界。上帝不可能创造一个雄性雌狐的世界,但他能创造一部会飞的电话的世界。在确定是否某些陈述为真是逻辑上可能的情况时,其判断主要是概念上的。雄性雌狐的概念是矛盾的,所以雄性雌狐是逻辑上不可能的;而一部会飞的电话却是概念上自治的,即便它有些不同寻常,所以一部会飞的电话是逻辑上可能的。这里查莫斯强调指出,逻辑的随附性不是按照任何形式逻辑系统的可演绎性来定义的。宁可说,逻辑的随附性是按照逻辑的可能世界(以及个体)来定义的,其中逻辑的可能世界的概念是独立于这些形式的,它与依赖于形式系统的“严格的逻辑

辑”可能性形成了对比,哲学文献中经常把这种可能性称之为“广义的逻辑”可能性。

一般而论,当B性质逻辑地随附于A性质,我们可以说A事实蕴涵B事实,其中如果对第一个事实成立而对第二个事实不成立是逻辑上不可能的,那么一事实蕴涵另一事实。从某种意义上说,当逻辑的随附性成立时,所有的存在就是,如A事实如其所是B事实也将如其所是。

然而,可能存在一种非逻辑随附性的随附性。查莫斯认为,如果自然世界中的两个性质的集合系统地并且完好地相互关联时,一种弱随附性就出现了。这里查莫斯举了一个气体法则的例子进行说明。例如,依据定律 $pV=KT$,由气体的一克分子量所产生的压力,系统地依赖于它的温度和体积,其中K是一个常数(为说明,假设所有气体是理想气体)。在实际世界里,当存在着给定温度和体积的气体的一克分子量时,它的压力将是确定的:两个不同的一克分子量有相同的温度和体积,但却有不同的压力,这在经验上是不可能的。由此推出气体的一克分子量的压力在某种意义上随附于它的温度和体积。但是这一随附性弱于逻辑随附性。具有一给定温度和体积的一克分子量的气体可以有不同的压力在逻辑上是可能的。例如,不妨想象一个其中的常数K略大或略小一些的世界。

这是一个一种性质与另一种性质自然随附性的例子:在这个例子中,压力自然地随附于温度、体积以及一克分子量的气体的性质。一般地说,B性质自然地随附于A性质,如果任意两个有相同A性质的自然可能的情况,也有相同的B性质。

一种自然可能的情况是,一种不违反自然规律事实上能够实际出现的情况。它比起仅仅是逻辑的可能性是一种更强的制约。自然可能性相应于我们认为真实的经验可能性的东西——自然可能的情况是那些如果条件合适,就能够出现于真实世界中的情况。这些不仅包括现实的情况,而且也包括了可能已经显现于世界史的反事实的情况。例如,一万米高的摩天大楼几乎的确是自然可能的,即便还没有这样一座高楼存在于地球上。

大量的逻辑可能的情况不是自然可能的。任何违背了我们世界的自然法则的情况可被纳入这一类型之中。反之,任何是自然可能的情况将会是逻辑上可能的情况。因而,自然可能性类是逻辑可能性类的一个子集。我们可以举例说明,一立方英里的黄金和一立方英里的铀-235似乎是逻辑上可能

的,但据我们所知,只有一立方英里的黄金是自然可能的,一立方英里的铀-235在我们的世界是不存在的。

“在所有的自然可能的情况中,在具有相同的A性质的分布也有相同的B性质的分布的情况下,即在当关于一情况的A事实自然需要B事实的情况下,我们就说自然随附性成立。”当我们的世界中相同的一簇A性质总是伴随于一相同的B性质时,并且当这种相互联系不仅仅是巧合,而且是律则性的,我们就说随附性发生了:无论何时何地,当例示的A性质将总会带来B性质时随附性就发生了。这个共现不见得在每一种逻辑可能的情况下成立,但它必定在每一种自然可能的情况下成立。

显然逻辑随附性蕴涵自然随附性,如果任意的两个逻辑上可能的情况具有相同的A性质也具有相同的B性质,那么任何两个自然可能的情况亦将如此。然而,如同气体法则所说明的,反过来并不成立。就整个自然情况而言,一克分子量气体的温度和体积决定了压力,但是,这一点对逻辑的可能情况而言并不成立,所以压力是自然地而不是逻辑地依赖于温度和气体。

查莫斯将随附性理论的重点放在了逻辑随附性和自然随附性上,这为后面论证自然主义二元论和信息两面论打下了坚实的理论基础。

三、有关自然主义二元论的内容

在《有意识的心灵》第四章的一开始查莫斯就论证了唯物主义的虚假,其论证过程基本如下:

1. 在我们的世界里存在着意识经验;
2. 存在着一个逻辑可能的世界,它物理地同一于我们世界,但没有我们世界所具有的意识经验;
3. 因此,关于意识的事实是我们世界中物理事实之外的更多的事实;
4. 所以唯物主义是错误的。

紧接着查莫斯又通过怪人论证和颠倒光谱论证进一步论证了意识的事实是我们世界中物理事实之外的更多的事实。这和前面他论证意识是自然的而不是逻辑的随附于物理是一脉相承的。但是,拒绝了唯物主义那也就意味着他坚持的是一种二元论。查莫斯也毫不隐讳的提出他的二元论是自然主义的二元论。何为“自然主义”?在这里我们只讨论本体论意义上的。本体论自然主义它认为,只有科学断言存在着的事物是真实存在的事物,特别地,没有所谓超自然的、科学不能描述的上帝、灵魂、意识之流、

先验自我、绝对精神等等。本体论自然主义的一种更具体的形式是物理主义(physicalism),它认为,存在着的事物最终都由现代物理学中研究的物理对象构成,事物的所有属性都随附于(supervene on)物理属性,物理定律是描述世界的终极定律。这一理论是自然主义的,因为它假定一切事物是基本性质和定律的相互关系的结果,并且与当代科学的所有结果相一致,而且这一观点允许我们能够按照基本的自然法则解释意识。尤其是,关于意识不存在任何超验的东西,它只是另一种自然现象。他的二元论是一种性质二元论:有意识地经验涉及到个体的性质,而个体的那种性质并不必然被个体的物理性质所蕴涵,它只可能合律性地依赖于物理性质,意识是世界物理特征之外的更进一步的特征事实。这种二元论的确是新型的,因为它完成了对传统二元论的许多超越,如在承认意识是基本属性的同时,又承认意识有依赖于物理实在的一面,同时,还把意识结构与大脑结构的同型关系、意识与功能组织的协变关系概括成心理物理规律。就此而言,把这种二元论称作“性质二元论”或“自然主义的二元论”的确是十分恰当的。

四、查莫斯有关意识的一些正面的理论

经过前面的铺垫和论证,在第六、七、八章中查莫斯分别发展了一种意识的正面理论,其中当属他的信息两面论(信息双方面理论)最具创新性和推测性。

在第六章中查莫斯论证了意识和认知之间的一致性,并提出了结构一致性原理。所谓的意识和认知之间的一致性就是凡是有意识的地方都有觉知,凡是有觉知的地方都有意识,意识和觉知的关系总保持着一致性。一个更为特定的原则被查莫斯提出,意识的结构被觉知的结构所反映,并且觉知的结构被意识的结构所反映。这就是结构一致性原理。查莫斯认为这是现象学和心理学之间的一种核心和系统性关系,最终能够兑现为现象学和基本的物理过程之间的关系。

在第七章中,查莫斯论证了组织不变形原理。他认为有意识的经验产生于细粒的功能组织,给定任何一个有意识经验的系统,那么任何有相同细粒功能组织的系统将有品质上相同的经验。他的这个论题经常与意识的还原功能主义者的观点相联系,这种观点认为,意识就是在一种适当的功能状态之

下。但查莫斯认为不变性原理能够独立成立,他认为意识产生于功能组织而不是一种功能状态,他的观点是一种非还原的功能论,它是性质二元论和功能论的一种结合。

在第八章中,查莫斯提出了他在本书中最具推测性的原理——信息两面论。

所谓“信息两面论”就是信息能够在物理上实现也能够在现象上实现,即物理上实现的信息和现象上实现的信息。物理上实现的信息依赖于因果上“形成差异才算差异”原理;现象上实现的信息依赖于经验的内在感受性,依赖于它们之间的结构——它们彼此具有的相似性和差异性关系,以及依赖于它们的内在组合结构。信息的这样一种处理呈现出了物理和现象之间至关重要的联系:每当我们发现了一种现象上实现了的信息空间,我们也将发现一种物理上实现了的信息空间。并且每当一种经验实现了一种信息状态,同样的信息状态在经验的物理基质中被实现。至此我们应该能够嗅到信息两面论一种二元论的味道。信息不仅能在物理中实现也能在现象中实现,信息不仅被物理构造,也能够被现象组成。这也进一步论证了这个世界除了物理事实之外还有进一步的事实即意识经验的事实。

查莫斯无疑是心灵哲学发展史上的一个标杆,他提出把意识分成“简单问题”和“困难问题”,呼吁人们认真对待意识问题特别是意识的“困难问题”,这在哲学界和科学界都引起了极大的轰动,不管是哲学家还是认知科学和物理学家都没有办法再绕开这个话题。在最近的二十年里心灵哲学毫无疑问是最热门的哲学,它掀起了一场研究意识的风暴,而处在风暴中心的无疑就是查莫斯等人。而本书就是对意识“困难问题”的一次大胆探索和谨慎解释,它让我们对意识有了系统而完整的了解。

参考文献:

- [1] David J Chalmers. Conscious Mind. In Search of a Foundamental Theory[M]. Oxford University press, 1996.
- [2] 黑尔. 道德语言[M]. 万俊人,译. 上海:商务印书馆, 2004.
- [3] 唐纳德·戴维森. 真理、意义、行动与事件——戴维森哲学文选[M]. 上海:商务印书馆,1993.
- [4] 叶峰. 为什么相信自然主义和唯物主义[M]. 武汉:武汉大学出版社,2012.

Chalmers' Naturalistic Dualism ——The Interpretation of *The Conscious Mind* by David Chalmers

ZHANG Xiufeng

(Henan University, Kaifeng 475001, China)

Abstract: This paper not only makes a comprehensive interpretation on the novel, *The Conscious Mind*, authored by the Australian philosopher David Chalmers, but also introduces and analyzes his famous viewpoint——Naturalistic Dualism in detail. Chalmers' subordinate theory, naturalistic dualism and his positive theory related with the consciousness are closely connected to each other. Their dynamic integration constitutes the "Charming Device" of Chalmers' Theoretical System.

Key words: Chalmers; subordinate theory; naturalistic dualism; Information Dual Aspect Theory

(责任编辑:魏有广)

(上接第60页)

Practical Research on the Construction of Commercial Production Oriented Training Base in Higher Vocational Colleges

ZHAO Yinghui, NIU Junjie

(Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

Abstract: The construction of on-campus productive practical training base by the efforts of colleges and the enterprises is a new form of the current vocational education reform. Taking Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management business class professional practical base construction as an example, the paper analyses the current situation of the construction of practical training base and the relevant countermeasures and suggestions are put forward.

Key words: higher vocational colleges; school-enterprise cooperation; practical training base; counter-measure

(责任编辑:魏有广)