

青岛酒店管理职业技术学院学报

(季 刊)

编辑委员会

主 任 杨民刚

副主任 (以姓氏笔划为序)

丁 霞 于 敏 张志东

委 员 (以姓氏笔划为序)

丁 霞	于 敏	刁洪斌	王振才	王 文	王昌玉
王 健	曲 萌	孙丕波	孙诗靓	张志东	张 峰
张瑞夫	杨民刚	罗冬梅	金国强	唐文君	董韶卫
董瑞虎					

青岛酒店管理职业技术学院学报

目 次

【旅游·酒店】

酒店员工情绪智力、组织承诺与离职倾向的关系研究

——以青岛市高星级酒店为例 石增业,孙海燕(1)

基于层次分析法的经济型酒店店长胜任力模型研究 郭群娜(7)

崂山风景名胜游客特征及满意度研究 许珂,郭为(11)

酒店人力资源与酒店专业教育存在的问题与对策分析 曹艳芬(18)

山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力分析 邢丽涛(21)

泉州市酒店的空间布局及其影响因素研究

——以中心市区三星级以上酒店为例 孔泽,罗金华(26)

【经济·管理】

中小企业知识管理网络研究 毛振鹏(29)

跨国公司 R&D 投资对西部经济增长的影响探究

——基于协整检验和 ECM 检验的贵州数据分析 臧秀蓉(32)

中小会展企业关键成功因素分析与管理创新研究 齐红霞(37)

【教育·教学】

高职高专国贸专业外贸函电课程教学改革探索 高 健(45)

辅导员“教育、管理、服务”三项职能关系初探 刘 鹤(49)

高职院校专业教师下企业锻炼实践初探

——以商务英语专业教师为例 林英华(52)

高职教师基于工作过程的教学胜任力评价体系的构建 牛 静(55)

保持大学生党员纯洁性的心理因素探析 张 泽(60)

【文化·艺术】

从“中华吟诵”和“日本素读”的源流关系看古代东亚汉文传播 刘 君(63)

试析《红楼梦》酒令语言的个性体现 李 萍(67)

【工程·技术】

建筑工程施工现场安全常见问题及对策 汪印潭(70)

Contents

Study on Relationship Among Emotional Intelligence, Organizational Commitment and
Turnover Intention of Hotel Staff
——A Case Study of High-Level Hotels in Qingdao SHI Zeng-ye, SUN Hai-yan(1)

Research on Competency Model of Economic Hotel Managers Based on AHP GUO Qun-na (7)

Research on Tourists' Characteristics and Satisfaction
——A Case Study of Mountain Lao Scenic Spot XU Ke, GUO Wei(11)

Analysis on Problems and Countermeasures of Hotel Human Resources and
Hotel Professional Education CAO Yan-fen(18)

Analysis on Competitiveness of Tourism Industry Cluster in Shandong Peninsula
Blue Economic Zone XING Li-tao(21)

Research on Space Layout of Hotels in Quanzhou and Its Influencing Factors
——A Case Study of More Than Three-star Hotels in Downtown KONG Ze, LUO Jin-hua(26)

Research on Knowledge Management Network in Small and
Medium-sized Enterprises MAO Zhen-peng(29)

Research Into Effects of TNCs'R&D Investment on Western Economic Development
——Analysis of Guizhou Data Based on Cointegration and ECM Test ZANG Xiu-rong(32)

Research on Key Successful Factors and Management Innovation of Small and
Medium-sized MICE Companies QI Hong-xia(37)

Study on Teaching Reform of International Trade Majors' Foreign Business
Correspondence in Higher Vocational Colleges GAO Jian(45)

A Preliminary Study on Counselors' Three Functions "Education,
Management and Service" LIU Hu(49)

Study on Enterprise Training Practice of Professional Teachers in Higher Vocational Colleges
——A Case Study of Business English Teachers LIN Ying-hua(52)

Establishment of Teachers' Teaching Competence Evaluation System Based on
Working Process in Higher Vocational Colleges NIU Jing(55)

Discussion on Psychological Factors About Keeping Purity of College
Students Party Members ZHANG Ze(60)

Chinese Broadcast in Ancient East Asia From Perspective of Origin and Development of
"Chinese Chant" and "Japanese Plain Reading" LIU Jun(63)

Analysis on Personality in Drinkers' Wager Game Language of
"A Dream of Red Mansions" LI Ping(67)

Common Security Problems and Countermeasures of Construction Site
in Building Project WANG Yin-tan(70)

旅游·酒店

酒店员工情绪智力、组织承诺与离职倾向的关系研究

——以青岛市高星级酒店为例*

石增业,孙海燕

(青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100)

摘要:随着我国酒店行业市场竞争的日益加剧,酒店企业可持续经营与员工荒之间的矛盾日益突出。笔者调研了青岛市12家高星级酒店,并对调研数据进行统计分析,从情绪智力和组织承诺的角度构建了情绪智力-组织承诺-离职倾向三者之间的关系模型,通过信度分析、相关分析和结构方程模型分析,得出如下结论:情绪智力中的自我情绪调节和他人情绪评价因子对离职倾向具有显著的负向影响,但这种影响是通过组织承诺的中介作用实现的,其中情感承诺和持续承诺对离职倾向具有显著的负向影响。据此本文提出降低酒店员工离职倾向的具体对策,以期为酒店企业留住人才提供有益的参考。

关键词:情绪智力;组织承诺;离职倾向

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

一、引言

近年来,我国酒店行业市场竞争日益加剧,人力资源问题严重,员工高离职率、员工荒现象已经成为困扰我国酒店企业发展的常态问题。中国饭店业协会的数据统计显示,2011年中国酒店业员工的平均离职率为29.1%,北京、上海、广州等发达地区的员工离职率高达35%—40%,诸多酒店招不到员工,员工短缺现象普遍。研究酒店企业员工的离职倾向问题,解决酒店员工短缺现象已成为现实的、重要的课题。

对于酒店企业员工高离职率这一问题,不同的学者(王焯 2005, Price 1997, Mobley 1977 等)从个体特征、文化背景、制度因素等方面进行了诸多的论证,也有许多学者(Nikolaou & Tsaousis 2002, Abraham R 2000, Chang & Choi 2007, Mowday, Porter & Steers 1974 等)将情绪智力与组织承诺因素纳入预测员工离职倾向的前因变量,从情绪智力的评价自我及他人情绪、调节自我及他人情绪、运用自我及他人情绪三个维度和组织承诺的情感承诺、持续承诺、规范承诺三个维度分别研究了这些维度与离职倾向的关系,发现情绪智力和组织承诺的不同维度对员工工作的转换意向起到一定的预测作

用。此外,王方志(2010)通过对民营企业知识员工的调查研究发现,情绪智力各维度对组织承诺各维度有不同程度的影响,作为预测员工离职倾向的两个前因变量,两者之间也存在一定的关联关系。但是,考虑到酒店服务具有无形性、差异性、生产和消费同一性等行业特点,上述的两两关系分析就显得无力和有效,如果把员工情绪智力、组织承诺、离职倾向等问题放在酒店行业的特点上,在酒店员工荒的大背景下进行两两、三两关系研究,就能更加明确酒店员工情绪智力、组织承诺与离职倾向之间的相关关系。因此,本文在回顾国内外相关理论研究成果的基础上,构建了酒店员工情绪智力、组织承诺与离职倾向的测评体系,并通过青岛市12家高星级酒店调查的一手数据的统计、分析,探讨三个变量之间的相互关系,以期为酒店留住人才资源、缓解员工荒提供有益的借鉴和启示。

二、研究设计

(一)研究模型

在以往学者关于情绪智力、组织承诺、离职倾向研究成果的基础上,本文结合酒店行业特点,构建了酒店员工情绪智力、组织承诺与离职倾向的关系模型,如图1所示:

* 收稿日期:2013-03-28

作者简介:石增业(1971-),男,山东临沂人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,主要研究方向为酒店管理。

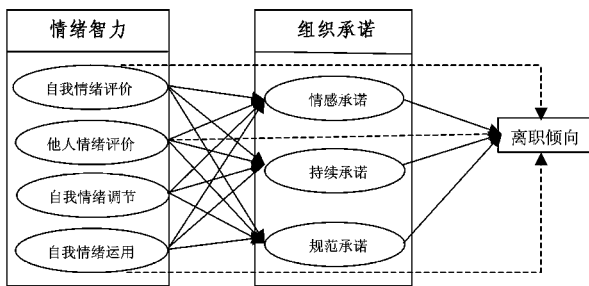


图1 酒店员工情绪智力、组织承诺与离职倾向的关系模型

在此模型中,初始变量为情绪智力,包含四个维度:自我情绪评价——员工客观、正确的评价自己情绪的能力;他人情绪评价——员工客观、正确的评价他人情绪的能力;自我情绪调节——员工根据情绪评价结果,调节自我情绪的能力;自我情绪运用——员工根据情绪评价、调节的结果,运用思维、心理及行为变化的能力。中间变量为组织承诺,包括情感承诺、持续承诺、规范承诺三个维度;离职倾向作为输出变量。

(二) 研究假设

Stephens(2007)以美国人力资源领域从业者为样本,研究了领导者情绪智力与员工情感承诺、离职倾向的关系,他以半结构化访谈的形式发现了领导者的情绪智力会影响员工的情感承诺,指出了离职主要是员工离开领导而不是离开组织的一种现象。此外,Wong&Law(2002)、黎洋宏(2012)、Goleman(1998)等学者在离职倾向的前因变量中也提到了情绪智力因素。结合以往学者的研究成果,本文提出假设一:

H1:情绪智力对离职倾向存在显著的负向作用

H1a:自我情绪评价对离职倾向存在显著的负向作用

H1b:他人情绪评价对离职倾向存在显著的负向作用

H1c:自我情绪调节对离职倾向存在显著的负向作用

H1d:自我情绪运用对离职倾向存在显著的负向作用

Bennett(2011)通过对114位领导和员工的研究分析,发现领导者的情绪智力与员工组织承诺的三个维度正相关,情绪智力在领导—员工关系中起着重要作用。Howard(2008)的研究指出,情绪智力的四个维度与情感承诺、规范承诺正相关,特别是当员工意识到留在组织中的高成本时,他们管理其他

人情绪的意愿就会降低。根据上述的研究结论,本文提出假设二:

H2:情绪智力对组织承诺存在显著的正向作用

H2a:自我情绪评价对情感承诺存在显著的正向作用

H2b:自我情绪评价对持续承诺存在显著的正向作用

H2c:自我情绪评价对规范承诺存在显著的正向作用

H2d:他人情绪评价对情感承诺存在显著的正向作用

H2e:他人情绪评价对持续承诺存在显著的正向作用

H2f:他人情绪评价对规范承诺存在显著的正向作用

H2g:自我情绪调节对情感承诺存在显著的正向作用

H2h:自我情绪调节对持续承诺存在显著的正向作用

H2i:自我情绪调节对规范承诺存在显著的正向作用

H2j:自我情绪运用对情感承诺存在显著的正向作用

H2k:自我情绪运用对持续承诺存在显著的正向作用

H2l:自我情绪运用对规范承诺存在显著的正向作用

Rich(2006)通过对美国空军官员的研究,发现组织承诺中只有情感承诺负向影响离职倾向,而Chaaban(2006)通过对123位城市和乡村护士的比较研究,发现由于城市工作机会相对乡村较多,从而在一定程度上导致了城市护士的组织承诺比乡村护士的组织承诺低,而其离职倾向却比乡村护士高。Nicholson(2009)的研究也验证了组织承诺各维度与离职倾向的负相关关系。由此,本文提出假设三:

H3:组织承诺对离职倾向存在显著的负向作用

H3a:情感承诺对离职倾向存在显著的负向作用

H3b:持续承诺对离职倾向存在显著的负向作用

H3c:规范承诺对离职倾向存在显著的负向作用

(三) 问卷设计

本研究中情绪智力的测量参照由Wong, Law&Song(2004)设计的16题量表。其中自我情绪评价、他人情绪评价、自我情绪调节、自我情绪运用维度各由4道题目组成,Cronbach's α 系数分别

为 0.89、0.89、0.89、0.80,说明该量表具有较高的内部一致性,适宜参考研究;组织承诺量表使用由 Meyer & Allen 于 1990 年编制的量表,由 19 道题目构成,是目前应用最为广泛的量表;离职倾向量表的构建则主要参考了 Mobley (1977)和 Hom, Griffeth & Sellaro (1984)开发的量表,由 3 道题目构成,在笔者以往的研究中,该量表 Cronbach's α 系数为 0.851,同样具有较高的内部一致性,在本研究中将继续沿用。

正式问卷由被调查者基本信息(性别、年龄、学历、工作年限、部门、职位)和情绪智力量表、组织承诺量表、离职倾向量表构成。采用李科特五点计分法,分数越高表示认同程度越高,“1”表示极不同意,“2”表示不同意,“3”表示一般,“4”表示同意,“5”表示完全同意。

三、数据收集与统计分析

正式问卷调查于 2012 年 10 月上旬展开,调查对象为青岛地区的 12 家高星级酒店的员工,共发放问卷 450 份,回收有效问卷 406 份,有效回收率为 90.2%。笔者通过 SPSS17.0、AMOS17.0 软件对问卷题项进行了描述性统计分析、信度分析、相关分析和结构方程模型分析,各项研究假设分析结果如下:

(一)描述性统计分析和信度分析

调查对象中,女性员工比男性员工略多,35 岁以下的员工占到了样本总数的 75.4%,这在一定程度上反映了酒店行业员工年轻化的现象依然明显。与之相对应的是,员工的学历多为专科学历且工作年限较短,特别是在餐饮部工作的基层员工占到了多数。

表 1 样本描述性统计分析结果

	选项	频率	有效百分比	累积百分比
性别	男	182	44.8	44.8
	女	224	55.2	100.0
年龄	25 岁及以下	168	41.4	41.4
	26—35 岁	138	34.0	75.4
	36—45 岁	74	18.2	93.6
	45 岁以上	26	6.4	100.0
学历	高中及以下	68	16.7	16.7
	专科	228	56.2	72.9
	本科	101	24.9	97.8
	硕士及以上	9	2.2	100.0
工作年限	2 年及以下	145	35.7	35.7
	3 年—5 年	118	29.1	64.8
	6 年—10 年	75	18.5	83.3
	10 年以上	68	16.7	100.0

部门				
部门	前厅部	96	23.6	23.6
	客房部	97	23.9	47.5
	餐饮部	152	37.4	85.0
	其他	61	15.0	100.0
职位	普通员工	214	52.7	52.7
	基层管理者	108	26.6	79.3
	中层管理者	69	17.0	96.3
	高层管理者	15	3.7	100.0

信度分析主要用于评价问卷的稳定性和可靠性,本研究通过统计检验,去除持续承诺因子中的“我留在这里是因为这里的福利待遇不错”和自我情绪运用因子中的“我经常鼓励自己要做到最好”两个题目后,再次做信度检验发现,因子的 Cronbach's α 系数显著提升,分别从 0.788、0.746 提高到 0.883、0.809,其余因子删除任何一个选项后都不能使 Cronbach's α 系数提高且各选项系数值均大于 0.7,表明该问卷具有较好的内部一致性,问卷的设计内容是可以接受的。

表 2 问卷信度分析

变量	因子	总体 Cronbach's α 系数
情绪智力	自我情绪评价	0.787
	自我情绪调整	0.815
	自我情绪运用	0.809
	他人情绪评价	0.796
组织承诺	情感承诺	0.797
	持续承诺	0.883
	规范承诺	0.808
离职倾向	离职倾向	0.836

(二)相关分析

为了验证酒店员工情绪智力、组织承诺以及离职倾向三者之间的相关关系,本文采用了 Pearson 分析法对以上项目进行分析,各变量之间及各因子之间的相关关系如表 3 和表 4 所示。从表中可以看出,情绪智力、组织承诺与离职倾向之间存在显著的负向关系,而情绪智力与组织承诺之间存在显著的正向关系,但这种关系是否为因果关系,则需要通过结构方程模型做进一步的检验。

表 3 研究变量相关分析结果

	情绪智力	组织承诺	离职倾向
情绪智力	Pearson 相关性 1	.229**	-.325**
显著性(双侧)		.000	.000
组织承诺	Pearson 相关性 .229**	1	-.279**
显著性(双侧)	.000		.000
离职倾向	Pearson 相关性 -.325**	-.279**	1
显著性(双侧)	.000	.000	

注:表中 **, 表示在 0.01 水平(双侧)上显著相关。

表4 研究因子相关分析结果

		情感承诺	持续承诺	规范承诺	自我情绪评价	自我情绪调节	自我情绪运用	他人情绪评价	离职倾向
情感承诺	Pearson 相关性	1	.769**	.560**	.175**	.022	.184**	.261**	-.263**
	显著性(双侧)		.000	.000	.000	.661	.000	.000	.000
持续承诺	Pearson 相关性	.769**	1	.636**	.191**	-.010	.202**	.260**	-.248**
	显著性(双侧)	.000		.000	.000	.837	.000	.000	.000
规范承诺	Pearson 相关性	.560**	.636**	1	.175**	-.005	.215**	.228**	-.220**
	显著性(双侧)	.000	.000		.000	.915	.000	.000	.000
自我情绪评价	Pearson 相关性	.175**	.191**	.175**	1	.465**	.414**	.546**	-.206**
	显著性(双侧)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
自我情绪调节	Pearson 相关性	.022	-.010	-.005	.465**	1	.343**	.509**	-.230**
	显著性(双侧)	.661	.837	.915	.000		.000	.000	.000
自我情绪运用	Pearson 相关性	.184**	.202**	.215**	.414**	.343**	1	.499**	-.228**
	显著性(双侧)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
他人情绪评价	Pearson 相关性	.261**	.260**	.228**	.546**	.509**	.499**	1	-.332**
	显著性(双侧)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
离职倾向	Pearson 相关性	-.263**	-.248**	-.220**	-.206**	-.230**	-.228**	-.332**	1
	显著性(双侧)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

注:表中**,表示在0.01水平(双侧)上显著相关。

表中*,表示在0.05水平(双侧)上显著相关。

(三)结构方程模型检验

根据本文关系模型和相关分析结果,笔者使用AMOS17.0软件对情绪智力、组织承诺和离职倾向三者之间的关系做了进一步的分析,并借助 χ^2/df , GFI, NFI, IFI, CFI 和 RMSEA 6个指标来评价模型,通过联系MI值较大的变量和删除C.R.绝对值

小于2且P值大于0.05的路径,最终得出了一个数据拟合度较好的模型,除GFI和NFI没有达到理想值,其他指标均在参考标准范围内,并且修正后模型的路径值均具有统计显著性,这说明修正后的模型可以接受,不需要再做更改,模型修正后的路径估计和检验值如表6所示。

表5 模型修正后的拟合分析结果

指标	χ^2/df	GFI	NFI	IFI	CFI	RMSEA
数值	1.021	0.805	0.833	0.924	0.938	0.047
参考值	<5	≥0.9	≥0.9	≥0.9	≥0.9	≤0.1

表6 模型修正后的路径估计和检验值

结构方程路径	标准化估计值	估计值	S. E.	C. R.	P
情感承诺 ← 自我情绪运用	.186	.152	.049	3.002	***
情感承诺 ← 他人情绪评价	.215	.197	.077	3.523	.002
规范承诺 ← 自我情绪运用	.172	.143	.046	3.157	.003
规范承诺 ← 他人情绪评价	.198	.177	.050	2.993	.001
持续承诺 ← 自我情绪评价	.200	.168	.056	2.538	***
持续承诺 ← 自我情绪运用	.249	.219	.059	3.006	.042
持续承诺 ← 他人情绪评价	.304	.288	.088	3.981	***
离职倾向 ← 情感承诺	-.321	-.335	.081	-3.576	.046
离职倾向 ← 持续承诺	-.289	-.305	.057	-3.534	.032
离职倾向 ← 自我情绪调节	-.269	-.297	.060	-3.287	.017
离职倾向 ← 他人情绪评价	-.335	-.299	.043	-4.642	***

注:“***”表示P值小于0.001。

修正后的结构方程模型如图2所示,其中自我情绪运用、他人情绪评价是情感承诺的前测变量,自

我情绪评价、自我情绪运用、他人情绪评价是持续承诺的前测变量,自我情绪运用、他人情绪评价是规范

承诺的前测变量。情绪智力中的自我情绪调节和他人情绪评价、组织承诺中的情感承诺和持续承诺负向影响离职倾向。

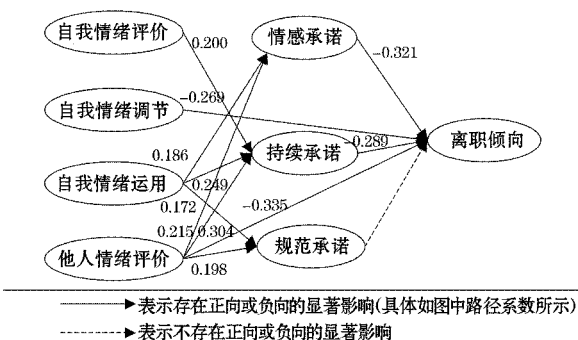


图 2 修正后的结构方程模型

四、研究结论与管理建议

(一) 研究结论

本文通过对 406 个样本数据的统计分析,得出如下研究结论:

(1)情绪智力中的自我情绪运用、他人情绪评价两个因子对员工的情感承诺有显著的正向影响;情绪智力中的自我情绪评价、自我情绪运用和他人情绪评价三个因子对员工的持续承诺有显著的正向影响;情绪智力中的自我情绪运用、他人情绪评价两个因子对员工的规范承诺有显著的正向影响。

(2)情绪智力中的自我情绪调节、他人情绪评价两个因子对离职倾向存在显著的负向作用,但这种关系是通过组织承诺的中介作用实现的,其中情感承诺和持续承诺对离职倾向有显著的负向影响,而规范承诺则与离职倾向之间无直接的影响关系。

(二) 相关建议

(1) 酒店应加强员工的情绪智力培训

本研究发现,情绪智力对员工的组织承诺和离职倾向有显著的影响,而培训做为挖掘企业员工潜力的有效手段,不仅能提高员工的服务技能,提升企业的服务质量和竞争实力,而且有助于调节员工心智,帮助员工树立积极向上的健康工作心态。因此,酒店管理者应将情绪智力培训纳入员工的职业规划范畴内,在开发培训课程时,可以考虑在了解员工需求的基础上,增加情绪智力方面的课程,并在绩效考评中给予一定的比重,帮助员工正确客观的评价、调节和运用自己、他人的情绪,从而达到提高员工组织承诺,留住人才的目的。

(2) 酒店应努力培养员工的组织承诺

研究表明,组织承诺对员工的离职倾向具

有显著的负向影响作用,因此酒店管理者应注重员工组织承诺的培养,将员工看作是有自尊和自我实现需要的“社会人”,由于酒店行业的工作环境和性质与特点,酒店员工更希望得到管理者和顾客的肯定和认可。因此,在提高员工组织承诺方面,除提高员工薪酬福利等“有形”因素外,酒店企业管理者还可以从企业价值观、目标愿景、创新、学习发展、团队协作、员工参与等“无形”因素入手,让员工感受到企业对他们的关心和关注,从而使员工在心理上产生一条与企业的情感纽带,降低离职的可能性。

参考文献:

- [1] Abraham R. The role of job control as a moderator of emotional dissonance and emotional intelligence-outcome relationships [J]. The journal of psychology, 2000, 134(2): 169-184.
- [2] Bar-On. The emotional quotient inventory (EQ-I): Technical manual[M]. Toronto, Canada: Multi-Health Systems, 1997.
- [3] Brent William Stephens. a phenomenological study: human resource professionals perceptions of leader emotional intelligence and employee affective commitment[D]. A doctor degree paper from university of phoenix, 2007.
- [4] Chang, J. Y., & Choi, J. N. The Dynamic Relation Between Organizational and Professional Commitment of Highly Educated Research and Development (R&D) Professionals[J]. Journal of Social Psychology, 2007, 147 (3): 299-316.
- [5] Daniel R. Bennett. examining the relationship between emotional intelligence of managers and organizational commitment of subordinates[D]. A doctor degree paper from university of northcentral university, 2011.
- [6] Goleman, D. Working with emotional intelligence[M]. New York: Bantam Books, 1998.
- [7] Goleman, D. Emotional intelligence[M]. New York: Bantam Books, 1995.
- [8] Hom, P. W., Griffeth, R. W., & Sellaro, L. L. The Validity of Mobley's (1977) Model of Employee Turnover[J]. Organizational Behavior & Human Performance, 1984, 34(2): 141-174.
- [9] Hassan A. Chaaban. Job satisfaction, organizational commitment, and turnover intent among nurse anesthetists in Michigan[D]. A doctor degree paper from capella university, 2006.
- [10] Kenneth C Rich. Multidimensional commitment as a mediator of the relationship between mentoring and turnover intentions: an empirical study of air force company grade mission support officers[D]. A doc-

- tor degree paper from touro university international, 2006.
- [11] Law K S, Wong C, Song L J. The construct and criterion validity of emotional intelligence and its potential utility for management studies[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2004(3):483-496.
- [12] Mobley, W. H. Intermediate Linkages the Relationship Between Job Satisfaction and Employee Turnover [J]. *Journal of Applied Psychology*, 1977(62):238.
- [13] Meyer, J. P., & Allen, N. J. The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization[J]. *Journal of Occupational Psychology*, 1990(63):1-18.
- [14] Porter, L. W., Steers, R. M., & Mowday, R. T., & Boulian, P. V. Organizational Commitment, Job-Satisfaction, And Turnover Among Psychiatric Technicians[J]. *Journal Of Applied Psychology*, 1974(59): 603-609.
- [15] Price, J. L. Handbook of Organizational Measurement[J]. *International Journal of Manpower*, 1997(18):303-358.
- [16] Mary C. Howard. Emotional intelligence as a predictor of job satisfaction, organizational, and occupational commitment among human service workers[D]. A doctor degree paper from capella university, 2008.
- [17] Nikolaou I, Tsousis I. Emotional intelligence in the workplace: exploring its effects on occupational stress and organizational commitment[J]. *The international journal of organizational analysis*, 2002, 10(4):327-342.
- [18] Wiener, Y. Commitment in Organizations; A Normative View[J]. *Academy of Management Review*, 1982, 7(3): 418-428.
- [19] Wong, C, S. & Law, K, S. The effects of leaders and follower emotional intelligence on performance and attitude: a exploratory study [J]. *The leadership quarterly*, 2002(13): 243-274.
- [20] William Mark Nicholson. Leadership practices, organizational commitment, and turnover intentions: a correlational study in a call center[D]. A doctor degree paper from university of phoenix, 2009.
- [21] 凌文铨, 张治灿, 方俐洛. 中国职工组织承诺研究[J]. *中国社会科学*, 2001(2):90-102.
- [22] 黎洋宏. 情绪智力对离职意向的影响: 领导—成员交换的中介作用[D]. 太原: 山西大学, 2012.
- [23] 王焯. 组织承诺对企业员工离职行为影响研究[D]. 长沙: 湖南大学, 2005.
- [24] 王方志. 知识员工情绪智力与组织承诺关系的实证研究——基于怀宁工业园民营企业的调查数据[D]. 合肥: 安徽大学, 2010.

Study on Relationship Among Emotional Intelligence, Organizational Commitment and Turnover Intention of Hotel Staff ——A Case Study of High-Level Hotels in Qingdao

SHI Zeng-ye, SUN Hai-yan

(Qingdao Hotel Management College, Qingdao 266100, China)

Abstract: With the increasingly cut-throat competition in Chinese hotel industry, the confliction between the sustainable management and the staff shortage of hotels is more serious. The authors take the 12 high-level hotels of Qingdao as the research sample, count up and analyze the survey data, and then establish relationship model of emotional intelligence, organizational commitment and turnover intention from the perspective of emotional intelligence and organizational commitment. Through reliability analysis, relevant analysis and structure equation model analysis, we draw the conclusions: self emotion regulation and others emotion evaluation factors of emotional intelligence have an obvious and negative effect on turnover intention, but this effect is exerted by the intermediary role of organizational commitment. Emotional commitment and Continuous commitment have an obvious and negative effect on turnover intention. Finally, this paper raises specific countermeasures towards the turnover intention of hotel staff, hoping to provide helpful reference for hotels to retain talents.

Key words: emotional intelligence; organizational commitment; turnover intention

(责任编辑:魏有广)

基于层次分析法的经济型酒店店长胜任力模型研究*

郭群娜

(中国海洋大学, 山东 青岛 266100)

摘要: 本文结合经济型酒店店长的工作特点, 构建经济型酒店店长胜任力的指标, 确定知识架构、专业能力、人际关系、个人特质 4 个一级指标和战略管理、品牌管理等 17 个二级指标。运用层次分析法, 确立各项胜任力指标的权重, 构建经济型酒店店长的胜任力模型, 为经济型酒店店长培养提供依据。

关键词: 经济型酒店店长; 层次分析法; 胜任力

中图分类号: F590 **文献标识码:** A

一、引言

近年来, 经济型酒店取得了突飞猛进的发展, 但经济型酒店人才的培养却远远不能满足经济型酒店市场发展的需要, 人才已成为经济型酒店经营成败的决定性因素, 经济型酒店店长更是经济型酒店最稀缺的人才之一。激烈的市场竞争加剧了经济型酒店店长的需求, 加快对经济型酒店店长胜任力研究是克服店长短缺的关键。

(一) 经济型酒店

经济型酒店定位于大众消费群体, 以客房为主要产品, 价格低廉, 提供有限服务, 组织结构扁平化, 岗位之间融合度大, 多数通过连锁经营来实现规模效益, 服务与管理方面追求经济性, 资本运作成分高。经济型酒店自身这些特点就要求店长重点掌握客房及市场营销知识, 有效进行成本控制, 具有较强的综合岗位能力, 能够准确做出决策, 懂得品牌维护与管理等。因此, 探索经济型酒店店长胜任力模型对经济型酒店的健康快速发展具有举足轻重的意义。

(二) 胜任力

目前胜任力还没有一个统一的定义, 但总的来说, 胜任力主要具有如下特征: 首先, 它与工作绩效密切相关, 能表明管理是否具有有效性; 其次, 它与任务情境相联系, 不同的职业、不同的职位所要求的具体胜任力的内容和水平是不同的; 再次, 它是区分成绩优秀者与成绩平平者的关键因素。本研究在整理相关文献和征求专家意见的基础上, 将经济型酒店店长的胜任力分为知识架构、专业能力、人际关系、个人特质共四大类。

二、研究方法

本研究采用层次分析法。层次分析法(analytic hierarchy process, AHP)是由美国运筹学家 T. L. 沙旦(T. L. Saaty)于 20 世纪 70 年代提出的一种新的系统分析方法, 主要适用于决策结构较为复杂、决策准则较多而且不易量化的决策问题。该方法是一种定性与定量相结合的决策分析方法, 它紧密联系决策者的主观判断和推理分析, 对决策者的推理过程进行量化的描述, 可以避免决策者在结构复杂和方案较多时逻辑推理上的失误。

三、层次分析法在确定经济型酒店店长胜任力指标权重中的具体应用

(一) 建立决策问题的递阶层次结构

这是层次分析法中最重要的一步。建立一个各因素之间相互联结的递阶层次结构, 把问题分解成若干层次。处于最上面的元素一般是决策问题的预定目标, 通常只有一个, 称为目标层; 目标层下面是准则层(根据问题复杂程度, 每项准则还可细分为若干子准则), 该层次中的元素表示要达到目标要求的各种标准。最低一层称为方案层, 它要有两个或两个以上的决策方案。

经济型酒店店长所要处理的问题与情况往往比其他行业的高层管理者更加复杂, 因此他们需要具有广博的经营和管理知识; 他们要比常人具备更加过硬的专业能力, 以应对多变的外部环境; 他们更要懂得如何发展、维持、利用与相关人士的人际关系以促成自己的工作; 同时, 在平时更注意培养自己高尚的职业道德、进行良好的自我控制, 以帮助他们在压

* 收稿日期: 2012-11-14

作者简介: 郭群娜(1988-), 女, 河南平顶山人, 中国海洋大学管理学院旅游系硕士研究生, 主要从事旅游企业管理研究。

力极大的工作环境中出色地完成工作。具备这些能力对经济型酒店店长自身的发展均有着十分重要的作用。根据文献整理,在征求专家意见的基础上,结合以上经济型酒店店长的工作特点,本文将经济型酒店店长胜任力指标体系分三层,第一层为经济型酒店店长胜任力总目标 A,第二层包括知识架构 B₁、专业能力 B₂、人际关系 B₃、个人特质 B₄共 4 项指标,每项指标下面又包含若干个子指标。经济型酒店店长职业能力指标体系如表 1 所示。

表 1 经济型酒店店长胜任力指标体系

经济型酒店店长胜任力指标体系 A	知识架构 B ₁	战略管理 B ₁₁
		品牌管理 B ₁₂
		市场营销 B ₁₃
		酒店质量管理 B ₁₄
		成本控制 B ₁₅
	专业能力 B ₂	判断与决策能力 B ₂₁
		领导力 B ₂₂
		学习能力 B ₂₃
		创新能力 B ₂₄
	人际关系 B ₃	人际沟通 B ₃₁
		团队协作 B ₃₂
		识人用人 B ₃₃
		授权 B ₃₄
	个人特质 B ₄	职业道德 B ₄₁
		个性影响力 B ₄₂
自我控制 B ₄₃		
成就欲 B ₄₄		

(二)构造两两比较判断矩阵

两两比较的方法是指在准则 C_k下,对它所支配的元素 A₁,A₂,...,A_n中任意两个元素 A_i和 A_j按重要程度进行两两比较,得到判断矩阵(a_{ij})_{n×n}。Saaty给出了要素两两比较时,确定 a_{ij}的 9 级标度,见表 2。

表 2 比例标度的含义

比例标度分值	含义
1	表示两个元素比较,具有同等重要性
3	表示两个元素比较,一个元素比另一个元素稍微重要
5	表示两个元素比较,一个元素比另一个元素明显重要
7	表示两个元素比较,一个元素比另一个元素强烈重要
9	表示两个元素比较,一个元素比另一个元素极端重要
2、4、6、8	上述两个相邻判断的中值
1-9 各数值的倒数	若元素甲比乙的重要程度为 1-9 中的某一数值,则乙比甲的重要程度为这一数值的倒数

(三)层次单排序及其一致性检验

层次单排序是在目标层 G 或准则层各元素 C_k的支配下,n 个元素排序权值的计算问题。从理论上说,C_k的两两比较判断矩阵的最大特征值对应的特征向量,就是它支配下的各元素的排序权值。设(w₁,w₂,...,w_n)^T是判断矩阵最大特征值对应的特征向量,归一化后就是 n 个元素 A₁,A₂,...,A_n的排序向量。

两两比较判断矩阵是由人参与得到的,因此判断的不一致是客观存在的现象。在层次分析法中用 CI= $\frac{\lambda_{max}-n}{n-1}$ 作为检验判断矩阵的一致性指标。因为判断矩阵的阶数 n 越大时,一致性就越差,为消除阶数对一致性检验的影响,引进随机一致性指标 RI,RI 的取值见表 3。

表 3 RI 值

矩阵阶数 n	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
RI 值	0.52	0.89	1.12	1.26	1.36	1.41	1.46	1.49	1.52	1.54

最后用一致性比例 CR 值作为判断矩阵是否具有一致性的检验标准。其中 CR=CI/RI,当 CR 值小于 0.1 时,认为判断矩阵具有一致性,否则就应当对判断矩阵的数值进行修正。

由于 AHP 法适用的专家数是 10—15 人,因此本研究采用专家咨询法,邀请 10 位专家对具体指标之间的重要性进行两两比较。根据各指标的重要性构造判断矩阵,所得结果如下:

表 4 判断矩阵 A—B(相对于总目标而言,各准则之间相对重要性的比较)

A	B ₁	B ₂	B ₃	B ₄	W _i
B ₁	1	1	2	4	0.3498
B ₂	1	1	3	5	0.4091
B ₃	1/2	1/3	1	2	0.1585
B ₄	1/4	1/5	1/2	1	0.0825

$\lambda_{max} = 4.0155, CI = 0.0039, RI = 0.89, CR = 0.0044 < 0.1$

表 5 判断矩阵 B₁—P(相对于知识架构而言,各指标之间的相对重要性比较)

B ₁	B ₁₁	B ₁₂	B ₁₃	B ₁₄	B ₁₅	W _i
B ₁₁	1	2	3	3	4	0.3861
B ₁₂	1/2	1	2	3	4	0.2665
B ₁₃	1/3	1/2	1	2	3	0.1642
B ₁₄	1/3	1/3	1/2	1	3	0.1120
B ₁₅	1/4	1/4	1/3	1/3	1	0.0632

$\lambda_{max} = 5.1284, CI = 0.0321, RI = 1.12, CR = 0.0287 < 0.1$

表 6 判断矩阵 B₂—P(相对于专业能力而言, 各指标之间的相对重要性比较)

B ₂	B ₂₁	B ₂₂	B ₂₃	B ₂₄	W _i
B ₂₁	1	2	4	2	0.4324
B ₂₂	1/2	1	3	2	0.2867
B ₂₃	1/4	1/3	1	1/2	0.0973
B ₂₄	1/2	1/2	2	1	0.1836

$\lambda_{\max} = 4.0460, CI = 0.0153, RI = 0.89, CR = 0.0172 < 0.1$

表 7 判断矩阵 B₃—P(相对于人际关系而言, 各指标之间的相对重要性比较)

B ₃	B ₃₁	B ₃₂	B ₃₃	B ₃₄	W _i
B ₃₁	1	2	1/3	1/4	0.1437
B ₃₂	1/2	1	1/2	1/3	0.1186
B ₃₃	3	2	1	1/2	0.2760
B ₃₄	4	3	2	1	0.4618

$\lambda_{\max} = 4.1577, CI = 0.0526, RI = 0.89, CR = 0.0591 < 0.1$

表 8 判断矩阵 B₄—P(相对于个人特质而言, 各指标之间的相对重要性比较)

B ₄	B ₄₁	B ₄₂	B ₄₃	B ₄₄	W _i
B ₄₁	1	5	3	2	0.4758
B ₄₂	1/5	1	1/2	1/4	0.0813
B ₄₃	1/3	2	1	1/2	0.1544
B ₄₄	1/2	4	2	1	0.2884

$\lambda_{\max} = 4.0212, CI = 0.0071, RI = 0.89, CR = 0.0079 < 0.1$

(四) 层次总排序及一致性检验

层次总排序就是要得到递阶层次结构中, 每一层次中的所有元素对于总目标的相对权重。一致性指标为:

$$CR = \sum a_i CI_i / \sum a_i RI_i \quad (i=1, 2, \dots, n)$$

$$= \frac{0.3498 \times 0.0321 + 0.4091 \times 0.0153 + 0.1585 \times 0.0526 + 0.0825 \times 0.0071}{0.3498 \times 1.12 + 0.4091 \times 0.89 + 0.1585 \times 0.89 + 0.0825 \times 0.89}$$

$$= 0.0272 < 0.1$$

其中 CI_i 为 B_{ik} 对 B_i 单排序的一致性指标, RI_i 为相应的平均随机一致性指标。总排序的结果具有满意的一致性。

表 9 经济型酒店店长胜任力指标体系权重

一级指标	二级指标	对总目标的权重	三级指标	评价值	综合权系数
经济型酒店店长胜任力指标体系	知识架构 B ₁	0.3498	战略管理 B ₁₁	0.3861	0.1351
			品牌管理 B ₁₂	0.2665	0.0932
			市场营销 B ₁₃	0.1642	0.0574
			酒店质量管理 B ₁₄	0.1120	0.0392
			成本控制 B ₁₅	0.0632	0.0221
	专业能力 B ₂	0.4091	判断决策能力 B ₂₁	0.4324	0.1769
			领导力 B ₂₂	0.2867	0.1173
			学习能力 B ₂₃	0.0973	0.0398
			创新能力 B ₂₄	0.1836	0.0751
	人际关系 B ₃	0.1585	人际沟通 B ₃₁	0.1437	0.0228
			团队协作 B ₃₂	0.1186	0.0188
			识人用人 B ₃₃	0.2760	0.0437
			授权 B ₃₄	0.4618	0.0732
	个人特质 B ₄	0.0825	职业道德 B ₄₁	0.4758	0.0393
			个性影响力 B ₄₂	0.0813	0.0067
			自我控制 B ₄₃	0.1544	0.0127
			成就欲 B ₄₄	0.2884	0.0238

四、研究结论

表 9 的指标体系权重系数清晰全面的反映了经济型酒店店长胜任力构成要素的权重。影响经济型酒店店长胜任力的指标依次为专业能力、知识架构、人际关系、个人特质。(1) 受访者认为专业能力是经济型酒店店长最重要的胜任能力, 这说明店长作为团队带头人, 如何进行有效领导、做出决策以提高酒

店业绩, 是每个店长须具备的能力。(2) 店长自身的知识架构也是非常重要的胜任力, 这说明店长只有具备深厚的文化知识积淀, 才能游刃有余的运用各项理论知识指导日常的酒店管理。(3) 人际关系对经济型酒店店长的胜任力有一定的影响。作为服务性行业, 经济型酒店店长需要同住店客人、同行、供应商等群体沟通, 这说明店长要具备灵活处理对内

对外、对上对下关系的能力以提高团队的凝聚力和战斗力。(4)个人特质的重要性在上述4个准则层指标中最弱。

在三级指标中,通过综合权系数的大小排列可以发现,判断决策、战略管理、领导力、品牌管理、创新能力、授权这六项排名前六。(1)这说明经济型酒店店长作为酒店高层领导者,准确的判断决策能力是最重要的胜任能力。只有及时准确的做出判断决策,酒店才能抓住市场机遇,朝着正确的方向发展。(2)店长要具备战略管理的知识,以高瞻远瞩的眼光和运筹帷幄的胸怀进行酒店战略规划和控制。(3)店长自身要有较强的领导力,以自身行为影响和激励员工去实现酒店经营目标。(4)在品牌管理方面,店长要能够积极维护酒店品牌形象,进行卓有成效的品牌培育和推广工作。(5)同时,在竞争日益激励的经济型酒店市场,店长要具有创新意识,积极进行产品和服务创新,以树立自身特色,赢得竞争优势。(6)另外,店长要科学合理的进行授权,使员工做到各负其责,各尽其能,以调动员工的积极性。

五、结语

经济型酒店店长胜任力模型是一个具有多层次性、多指标的复合体系。建立科学合理的经济型酒

店店长胜任力模型,是一系列复杂的系统工作,需要了解经济型酒店店长的岗位职责、工作性质以及理清它们之间的相互关系,才能进一步对经济型酒店店长胜任力做出客观、公正的评价。通过层次分析法,构建经济型酒店店长胜任力模型,减少了传统上权重确定过程中的主观随意,使评价结果具有较高的可信度。

参考文献:

- [1] 张青. 经济型酒店人才培养方案设计[J]. 中国成人教育, 2008(6): 81-82.
- [2] 廖园. 基于胜任力的旅游业经理人员素质研究[J]. 经济与社会发展, 2004(3): 64-68.
- [3] 于春田, 等. 运筹学(第二版)[M]. 北京: 科学出版社, 2011.
- [4] 常大勇. 运筹学[M]. 北京: 中国物资出版社, 2010.
- [5] 张锦宏, 叶璐. 经济型酒店人力资源管理的问题及对策研究[J]. 中国商贸, 2010(20): 61-62.
- [6] 程柯. 旅游人才培养现状及其培养模式探析[J]. 北京城市学院学报, 2006(1): 100-101.
- [7] 王瑞雪. 高职院校经济型酒店人才培养探索[J]. 教育教学论坛, 2010(15): 159-160.

Research on Competency Model of Economic Hotel Managers Based on AHP

GUO Qun-na

(Ocean University of China, Qingdao 266100, China)

Abstract: Based on the working features of the economic hotel managers, this paper establishes the competency index of the economic hotel managers, namely four first-level indexes, such as knowledge structure, professional competence, interpersonal relationship and personal qualities, and 17 second-level indexes, such as strategy management, brand management and so on. Then the weights of various competence indexes are determined and the competency model of economic hotel managers is founded by virtue of Analytic Hierarchy Process(AHP), providing reference for training managers of economic hotels.

Key words: managers of economic hotels; analytic hierarchy process (AHP); competency model

(责任编辑:魏有广)

崂山风景名胜区游客特征及满意度研究*

许珂,郭为

(青岛大学,山东 青岛 266071)

摘要:旅游市场的竞争日益激烈,而竞争的焦点是游客,如何提高旅游地的市场吸引力和游客重游率显得尤为重要。文章以崂山风景区为例,采用随机问卷调查法,对抽样调查数据进行因子分析和多元回归分析,得出崂山风景区游客满意度的基本情况,并了解到崂山风景区在游客满意度方面存在的问题,最后提出了提高崂山风景区游客满意度的对策建议。

关键词:游客满意度;崂山风景区;因子分析

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

一、引言

在新世纪新阶段,党中央、国务院把扩大内需、促进消费确立为促进国民经济发展的长期战略方针和基本立足点。旅游业是第三产业的重要组成部分,是世界上发展最快的新兴产业之一,被誉为“朝阳产业”。旅游市场的竞争日益激烈,众多的旅游地得到开发与发展的,如何提高旅游地的市场吸引力和游客重游率显得尤为重要。在这种情况下,旅游景区如果可以提高游客满意度和游客忠诚度,那么就可以在激烈的竞争中保持稳定的市场。因此,游客满意度成为旅游景区提高市场竞争力的关键。

本文旨在通过对青岛崂山风景区游客满意度研究,利用因子分析和回归分析的方法,力求找出景区管理中的不足之处,借此提出一些建议,以填补崂山风景区游客满意度研究的空白。

二、文献综述

游客满意度是从顾客满意度的研究发展而来的。上个世纪六十年代,美国学者卡迪佐(Cardozo Richard, 1964)研究期望差异(expectation-disconfirmation)理论以及产品绩效在顾客满意度形成过程中的作用,期望差异理论成为进一步研究顾客满意度的基础。在期望差异理论基础上,匹赞姆(Abraham Pizam, 1980)等人提出:“游客满意度是游客对目的地的期望和目的地的体验相互比较的结果,若实地体验高于期望值,则游客是满意的;反之,游客是不满意的。”匹赞姆等学者的这一游客期望与

实际体验是否一致的理论模式成为最早的关于游客满意度概念的研究,同时也被旅游界广泛接受(汪侠, 2010)。波德(Beard J B, 1980)和拉吉卜(Ragheb M G, 1980)进一步强调游客满意是建立在游客期望和实际体验进行比较的正效应基础之上的,是积极的感知或者感觉。国内学者李智虎(2003)认为,游客满意是游客的需要得到满足后的愉悦感,满意水平是可感知效果和期望值之间的差异函数(游客满意=实际效果/游客期望),游客是否满意取决于游客期望与实际感知效果之间的关系。总体而言,游客满意度是游客期望与实地感知效果比较的结果,它强调的是游客心理反应的过程及结果,而不是一种行为(汪侠, 2010)。旅游景区游客满意度是游客对景区所提供的产品或者服务的满意程度,也就是游客对旅游景区的旅游景观、基础设施、娱乐环境和接待服务等方面满足其旅游活动需求程度的综合心理评价(南剑飞, 2008)。

对于游客满意度的影响因素研究也经历了一个不断发展的过程。从前文我们了解到,游客满意度是游客期望与实地旅游感知效果比较的结果。由此可知,影响游客满意度最重要最直接的两个因素就是期望和感知质量。游客在购买旅游产品或者服务之前,根据自己过去的经历、亲朋好友的介绍以及产品或服务的宣传,会形成自己对该产品或者服务的一种期望。在游客满意度的研究中,游客期望对游客满意度会产生直接影响已得到大量实证研究的证明。不同期望对游客满意度有着不同的影响。波文

* 收稿日期:2013-03-29

作者简介:许珂(1990-)女,山东德州人,青岛大学旅游学院硕士研究生,主要研究方向为旅游产业经济与政策。

(Bowen, 2001)通过对前往东南亚旅游的英国包价旅游者的研究,将影响游客满意度的因素总结为期望、绩效、不一致、特殊性、情绪和公平等六个方面。中国学者汪侠、梅虎(2006)等通过游客满意度的模型和实证研究指出,游客期望和游客满意度之间呈负相关关系,游客期望越高,游客满意度越低。

感知质量是指顾客在消费体验产品或者服务之后,顾客对产品或者服务的主观感受与评价。通过顾客满意度的不断研究发现,感知质量对满意度有直接影响。众多学者通过实证研究表明,感知质量直接影响游客满意度,游客感知质量越高,则游客满意度越高。沈向友(1999)以旅行社包价(package tour)旅游团游客作为研究对象,对旅行社的服务评估和游客的满意度进行了一次探索,结果表明良好的服务质量和旅游体验对游客满意度有正面作用。卞显红(2005)利用结构方程模式分析了游客对旅游目的地感知质量、游客满意度与购后行为的关系。罗艳菊(2006)以张家界森林公园为例,研究了不同利用水平下,游客的拥挤感知与游憩利用影响的感知差异,并探讨了其对游客总体满意度的作用。

旅游动机是直接促使人产生旅游行为的内在动因。旅游动机不仅直接决定旅游目的地的选择,同时很大程度上决定游客期望的内容和程度,进而影响游客满意度。一旦游客的旅游动机得到满足,游客就会对此次出游作正面评价,满意度就高。李(Lee C K, 2004)等人运用方差分析对节庆旅游者的研究表明,游客满意度受到游客旅游动机和游客类型的影响。张言庆(2011)利用因子分析、聚类分析和方差分析对青岛市休闲游客的旅游动机研究表明,不同动机类型的游客满意度存在着显著差异。感知距离(张宏磊, 2011)、旅游目的地形象(李瑛, 2008)、游客情感(罗胜峰, 2011)、游客个人经历等因素对游客满意度也有影响。

由于影响游客满意度因素的复杂性、旅游目的地的多样性,所以游客满意度的测评是多维度、动态性和难测度的。匹赞姆等人在研究美国麻省科德角(Cape Cod)海滨旅游地游客满意度要素结构时,首次提出了海滩、游憩机会、成本、好客度、餐饮设施、住宿设施、环境、商业化程度8个测评因子(汪侠等, 2010)。连漪、汪侠(2004)以桂林市为考察对象,根据旅游业的“食、住、行、游、购、娱”六大要素的特点,运用旅游地顾客满意度指数理论,建立了旅游地顾客满意度指数测评模型(TDCSI)和旅游地顾客满意度测评指标体系,并通过实证研究证明,该模型和指标体系较为科学、合理、可行。董观志, 杨凤影(2004)以风景区为对象,在分析旅游景区业务流程

的基础上,提炼了影响旅游景区游客满意度的主要因素,构建了测评游客满意度的指标体系,建立了测评游客满意度的数学模型,研究了旅游景区游客满意度。何琼峰等人构建了包含现场问卷调查、网络评论调查及旅游投诉与质监调查的游客满意度测评体系,较全面、系统地探讨中国游客满意度的总体及区域特征。

研究游客满意度的方法主要包括SERVQUAL(服务质量模型)、SERVPERF(服务绩效模型)、IPA(重要性-绩效分析模型)。SERVQUAL理论是20世纪80年代末由PZB(Parasuraman, Zeithaml & Berry)提出的,其核心是“服务质量差距模型”,即服务质量取决于用户所感知的服务水平与用户所期望的服务水平之间的差别程度,用户的期望是开展优质服务的先决条件,提供优质服务的关键就是要超过用户的期望值(徐克帅, 朱海森, 2008)。后来经过帕拉休曼等进一步改进,将服务质量的测量量表分为5个层面、22个具体因素。阿卡玛(Akama J S, 2003)等利用该模型测量了西察沃国家公园(Tsavo West National Park)的游客满意度。SERVPERF模型是在SERVQUAL理论的基础上发展而来的,所不同的是,这种方法只针对顾客对产品或服务的绩效评价,而取消了和顾客期望进行比较(Cronin, Taylor, 1992)。张朝枝等在研究世界遗产武陵源内索道游客的满意度时,只对游客的实际感知满意度进行测评,调查问卷中问题的维度与变量均以游客实际体验为出发点,并没有与游客的期望进行比较(张朝枝, 2005)。马提拉(Martilla, 1977)和詹姆斯(James, 1977)提出了从顾客感知服务的重要性和顾客感知服务的绩效来评测顾客满意度,形成了IPA(Important-Performance Analysis)模型。IPA模型通过比较顾客感知服务评价因子的重要性与实际绩效来确定服务质量改进的轻重缓急,以利于将有限的资源用在重要的服务上(文军, 2007)。张钦以上海徐家汇为例,基于IPA理论对商务旅游目的地满意度进行系统分析(张钦, 杨杰, 2007)。此外,研究游客满意度的方法还有花费-收获模型(Oliver & Swan, 1989)、标准模型(Latour & Peat, 1979)、模糊综合评判方法、灰色理论和结构方程等方法。南剑飞(2008)详细阐述了模糊综合评判方法,并利用该方法对旅游景区游客满意度进行测评。周灵飞(2008)在野外调查的基础上利用灰色系统模型,以泰宁世界地质公园为研究对象,对游客满意度进行定量分析。邓祖涛(2012)运用结构方程,构建了乡村旅游地游客满意度概念模型,并以梁子湖乡村旅游区为例进行了实证研究。

国内外学者对游客满意度的研究集中于概念、影响因素、测评体系、测评模型和实证研究的方面,很少涉及到游客本身的特征对满意度的影响。而探索游客本身特征与游客总体满意度和忠诚度之间的关系,可以帮助旅游目的地制定更恰当的服务策略,提高游客满意度。本文以崂山风景区为例,探讨游客本身特征与游客总体满意度、忠诚度之间的关系,为崂山风景区制定有效的营销手段、提高其满意度和竞争力提供依据。

三、问卷设计与调研

(一) 问卷设计

问卷分为问卷主体和调查对象人口统计信息两部分。

问卷主体结合崂山风景区的实际情况,对景区交通、门票、售检票服务、讲解员、安全、环境卫生、餐饮、购物等方面设计问题,对每一个问题的满意度回答采用5级李克特态度检测量表法来设计选项,分别为非常满意、满意、一般、不满意、非常不满意。为了直观的了解游客眼中崂山风景区需要改进的环节,问卷中设计了一道多项选择题,选项共11项,分别为咨询服务、公共休息设施、游客中心、医疗与救护服务、导向标识、行李寄存服务、特殊人群服务项目、停车场、宣传资料、旅游住宿服务、其它。为了了解游客对崂山风景区的认可度,问卷还设计了两道关于游客未来行为倾向的问题。此外,考虑到问题的多样性,设计了开放性的问题,主要是针对游客对景区服务的建议,以弥补调查问卷封闭问题的不足。

第二部分为调查对象的人口统计信息部分,包括年龄、职业、文化程度、月收入 and 客源地等信息。这部分主要为了了解崂山风景区游客的基本信息,找出崂山风景区主体游客的特征。

(二) 调查对象与调查方式

本文选取青岛崂山风景区的南线景区和巨峰景区作为研究对象。崂山南线风景区是崂山景区的主要部分,以2009年为例,崂山风景区游客接待总量为2257218人,南线风景区为1497078人^①,占整个景区的66.32%,很具代表性。巨峰景区则是2003年底刚刚竣工并对外开放的新景区。

本次调查的对象包括两部分:崂山南线景区游客与巨峰景区游客。调查时间为2010年9月末至10月末,历时四周。在南线景区,我们选取比较典型且游客比较集中的几个景点发放问卷,主要包括大河东游客服务中心、八水河、太清宫、华严寺等。在南线景区各景点共发放问卷150份,回收150份,问卷回收率为100%,其中剔除无效问卷23份,回

收问卷有效率84.67%。在巨峰景区,我们选取巨峰景区停车场和索道上下口发放问卷。在巨峰景区共发放问卷100份,回收100份,问卷回收率为100%,其中有效问卷84份,回收问卷有效率84.00%。此次调研共发放问卷250份,有效问卷211份,回收问卷有效率为84.40%。

此次研究主要采用问卷调查的方法,获取第一手资料。

四、数据处理与分析

本文运用SPSS17.0统计软件对数据进行描述性统计,观察游客的群体特征,对游客满意度进行因子分析和回归分析,找出对游客满意度影响最大的因素。

(一) 数据的描述性统计

表1 游客分项满意度和总体满意度描述性统计

	N	均值	标准差	变异系数
您对景区周边交通环境的满意度	211	3.85	0.84	0.22
您对景区内观光车的满意度(选择)	199	3.85	0.79	0.20
您对景区内指纹电子门票系统的满意度	211	3.75	0.91	0.24
您对景区内讲解员服务的满意度(选择)	146	3.70	0.96	0.26
您对景区内售票服务的满意度	211	3.90	0.69	0.18
您对景区内检票服务的满意度	211	4.00	0.79	0.20
您对景区内安全防护设施的满意度	211	3.79	0.77	0.20
您对景区内环境卫生的满意度	211	4.08	0.67	0.16
您对景区内公厕的满意度	211	3.86	0.88	0.23
您对景区内餐饮情况的满意度(选择)	151	3.23	0.94	0.29
您对景区内旅游商品的满意度	211	3.19	0.82	0.26
您对景区内商品经营从业人员服务质量的满意度	211	3.36	0.80	0.24
您对景区各方面服务质量的总体评价	211	3.75	0.64	0.17

表1是游客满意度的描述性统计,从中可以看出,游客对景区环境卫生的满意度最高,得分为

^①数据来源: <http://www.qdlaoshan.cn/>

4.08,高于游客对景区服务的总体评价(3.75),并且变异系数最小,说明游客对于景区环境卫生的满意度分布最集中;景区旅游商品得分3.19,变异系数仅次于餐饮情况,说明游客对景区旅游商品满意度最差,游客满意度非常不稳定,且波动较大;同时,游客对讲解员服务、餐饮、旅游商品和商品从业人员服务质量的满意度低于总体满意度。

笔者通过实地走访发现,崂山景区的环境卫生情况确实与问卷调查结果吻合,垃圾箱分布合理,游客可以很容易就找到垃圾箱;同时景区清洁人员也会不停的在景区内巡查打扫,以维持景区环境卫生;景区内的公厕设施完善,环境较好。而对于讲解员的服务,则有游客反映讲解员讲解不积极、不全面,缺少外语讲解员,各讲解员收费标准不一致等情况。对于餐饮、旅游商品和商品从业人员的情况,景区没有进行严格统一的管理,以至于景区内到处都有兜售旅游商品的小贩;景区内餐饮和商品经营从业人员大多为崂山景区内的村民,文化水平有限;旅游商品的摊位较多,但商品几乎一模一样,缺少特色,甚至存在着宰客现象。

表2 游客样本人口统计学特征

项目分类		样本数量 (份)	比例 (%)
性别	男	112	53.1
	女	99	46.9
年龄	18岁以下	3	1.4
	18—28岁	80	37.9
	29—45岁	83	39.3
	46—60岁	28	13.3
	60岁以上	17	8.1
职业	公务员及企事业单位人员	60	28.4
	军人	2	0.9
	技术人员	24	11.4
	自由职业者	45	21.3
	商业及服务人员	35	16.6
	学生	33	15.6
	退休人员	12	5.7
文化程度	初中及以下	17	8.1
	高中及中专	51	24.2
	本科及大专	121	57.3
	本科以上	22	10.4
月收入	1500元及以下	59	28.0
	1500—3000元	100	47.4
	3000—6000元	45	21.3
	6000—10000元	4	1.9
	10000元以上	3	1.4

客源地	青岛本地	57	27.0
	省内其他地区	43	20.4
	省外	108	51.2
	国外	3	1.4

表2反映的是崂山风景区游客人口统计学基本特征:从性别构成看,男女不存在明显差异,但以男性居多;从年龄结构看,主要以中青年游客为主,占样本总量的70%以上;从职业构成看,公务员及企事业单位人员和自由职业者比重较大,占到总体的一半;游客文化程度以本科及大专为主,所占比重达到57.3%;游客的经济收入以1500—3000元为主,所占比重接近一半,而月收入6000元以上的游客则比较少,仅占总量的3.3%;崂山风景区游客来源主要为省外,所占比重超过半数,其次为青岛本市居民。

笔者对崂山风景区游客未来的行为倾向进行描述性统计可知,超过半数的游客愿意重游崂山(45.0%的游客选择愿意旧地重游,11.8%的游客选择非常愿意);并且,75.3%的游客愿意把崂山风景区介绍给亲朋好友以及同事(64.9%的游客选择愿意,10.4%的游客选择非常愿意)。以上说明游客对崂山风景区的认可度比较高。

(二)游客的群体特征:不同游客对景区满意度的说明

为了使我们对崂山景区游客满意度的评价更加全面,必须通过细分群体特征,从每一个小的群体来观察他们对崂山风景区的满意度情况。表3是在控制性别的情况下,分析不同年龄、文化程度、收入、客源地的游客对崂山风景区各方面的总体满意度的差别。可以发现,对于男性游客而言,60岁以上、初中及以下文化水平、月收入为1500—3000元、青岛本地的游客满意度较高;对于女性游客而言,46—60岁、初中及以下文化水平、月收入为3000—6000元、来自省内其他地区的游客满意度较高。从游客性别总体来看,男性游客的满意度得分(3.78)要高于女性(3.73),并且分布情况相对较集中($0.16 < 0.18$)。

表3 在控制性别的情况下,不同游客对景区满意度关系列表

性别	年龄	N	合计 N 的 %	均值	标准差	变异系数
男	18岁以下	1	0.5%	5.00	0.00	0.00
	18—28岁	27	12.8%	3.78	0.51	0.13
	29—45岁	51	24.2%	3.71	0.70	0.19
	46—60岁	18	8.5%	3.83	0.62	0.16
	60岁以上	15	7.1%	3.87	0.35	0.09
女	18岁以下	2	0.9%	4.00	0.00	0.00
	18—28岁	53	25.1%	3.60	0.57	0.16
	29—45岁	32	15.2%	3.88	0.79	0.20
	46—60岁	10	4.7%	3.90	0.88	0.22
	60岁以上	2	0.9%	3.50	0.71	0.20
性别	文化程度	N	合计 N 的 %	均值	标准差	变异系数
男	初中及以下	7	3.3%	3.86	0.90	0.23
	高中及中专	30	14.2%	3.80	0.66	0.17
	本科及大专	58	27.5%	3.76	0.57	0.15
	本科以上	17	8.1%	3.76	0.56	0.15
女	初中及以下	10	4.7%	4.10	0.74	0.18
	高中及中专	21	10.0%	3.86	0.73	0.18
	本科及大专	63	29.9%	3.62	0.66	0.18
	本科以上	5	2.4%	3.80	0.45	0.12
性别	月收入	N	合计 N 的 %	均值	标准差	变异系数
男	1500元以下	22	10.4%	3.77	0.61	0.16
	1500—3000元	51	24.2%	3.82	0.62	0.16
	3000—6000元	33	15.6%	3.79	0.55	0.14
	6000—10000元	4	1.9%	3.25	0.96	0.29
	10000元以上	2	0.9%	3.50	0.71	0.20
女	1500元以下	37	17.5%	3.62	0.64	0.18
	1500—3000元	49	23.2%	3.73	0.73	0.20
	3000—6000元	12	5.7%	3.92	0.52	0.13
	10000元以上	1	0.5%	5.00	0.00	0.00
性别	客源地	N	合计 N 的 %	均值	标准差	变异系数
男	总计	112	53.1%	3.78	0.61	0.16
女	总计	99	46.9%	3.73	0.68	0.18

注:N代表频数(此为部分截图)。

(三)因子分析与回归分析:哪些因素对满意度的影响最大

运用 SPSS17.0 统计分析软件的 KMO 检验方法检验和 Bartlett 的球形度检验各分项满意度是否存在关系、是否适合采用因子分析提取因子。分析结果可知,KMO 值为 0.80,Bartlett 的球形度检验

的 sig. 值为 0.00,可知满意度各分项指标可以进行因子分析。

本文采取主成分分析法提取因子(如表 4),最终从 12 个分项满意度指标中提取了 3 个因子(省略了第 5 至 12 行)。由第 3 行可知,3 个因子共解释了原有变量的 56.89%。

表4 因子解释的总方差

成份	初始特征值			提取平方和载入			旋转平方和载入		
	合计	方差的 %	累积 %	合计	方差的 %	累积 %	合计	方差的 %	累积 %
1	4.33	36.08	36.08	4.3	36.08	36.08	2.92	24.36	24.36
2	1.34	11.17	47.25	1.340	11.17	47.25	2.14	17.80	42.16
3	1.16	9.63	56.89	1.16	9.64	56.89	1.77	14.73	56.89
4	0.95	7.93	64.81						

本文采取方差最大法实施正交旋转,便于因子命名,输出结果如表5。可知,景区周边交通、景区内观光车、指纹电子门票系统、讲解员服务、售票服务、检票服务、景区内安全防护设施在第1个因子上有较高的载荷,第1个因子主要解释了这7项满意度指标,可命名为“景区基础设施与基础服务因子”;第2个因子在景区内餐饮服务、旅游商品、商品经营从业人员服务质量三个方面有较高的载荷,可命名为“景区餐饮与小商品因子”;第3个因子在环境卫生和景区公厕上有较高载荷,可命名为“景区环境卫生因子”。

本文采用线性回归分析方法确定回归模型:

$$y_i = \beta_0 + \beta_1 x_{i1} + \beta_2 x_{i2} + \beta_3 x_{i3} + \epsilon_i$$

其中, y 为因变量,即游客总体满意度; β_{0-3} 为常数项; x_{1-3} 为自变量,即因子。 ϵ 为随机扰动项。

表5 旋转成份矩阵^a

	成份		
	1	2	3
您对景区周边交通环境的满意度	0.68	0.17	0.07
您对景区内观光车的满意度(选择)	0.65	0.18	0.18
您对景区内指纹电子门票系统的满意度	0.51	0.19	0.06
您对景区内讲解员服务的满意度(选择)	0.48	0.44	-0.09
您对景区内售票服务的满意度	0.74	0.06	0.16
您对景区内检票服务的满意度	0.69	0.01	0.20
您对景区内安全防护设施的满意度	0.60	0.23	0.39
您对景区内环境卫生的满意度	0.23	0.10	0.86
您对景区内公厕的满意度	0.17	0.21	0.84
您对景区内餐饮情况的满意度(选择)	0.24	0.75	0.10
您对景区内旅游商品的满意度	0.12	0.82	0.14
您对景区内商品经营从业人员服务质量的满意度	0.09	0.71	0.20

旋转法:具有 Kaiser 标准化的正交旋转法。

通过模型汇总和方差检验可知:调整后的可决系数 R^2 为 0.37,拟合程度并不理想;在方差检验中, F 值对应的显著性为 0.000,小于显著性 0.05,所以应拒绝原假设,说明自变量各因子与因变量游客总体满意度之间存在显著的线性关系。

表6 回归方程的系数

模型	非标准化系数		T 统计量
	B	标准误差	
(常量)	3.75	0.04	106.36
变量	x_1	0.27	0.04
	x_2	0.23	0.04
	x_3	0.17	0.04
	R^2	0.37	

从回归的结果看,对满意度影响的重要性依次为因子1(景区基础设施与基础服务因子),因子2(景区餐饮与小商品因子)和因子3(景区环境卫生

因子),它们的系数分别为 0.27、0.23 和 0.17。每个系数在 1%水平上统计显著。因子1每提高1个单位,满意度会提高 0.27 个单位。

五、结论与政策建议

通过前文的分析可知,崂山风景区的总体满意度(3.75)处于中上水平,游客对景区的认知度比较好。但是景区在一些具体服务上还存在很多不足,比如,讲解员服务、景区内餐饮和小商品经营等。根据因子分析可知,景区内基础设施和基础服务对游客满意度的影响较大,所以景区还应进一步提高这部分服务的水平,进而提高游客满意度。

针对调查中崂山风景区服务中存在的问题,提出以下建议:

第一,针对游客对讲解员服务的满意度较低的情况,崂山风景区对症下药,加强对现有解说员的服务水平和专业知识的培训,丰富解说员的解说内容和解说技巧;同时,景区可以考虑与青岛各高校合作,组织大学生义务讲解,吸引相关专业的大学参与崂山风景区的建设中来,提高解说员队伍的知识水平,从而提高游客满意度。

第二,针对景区内餐饮和小商品经营的现状,崂山风景区应加强对景区的餐饮和小商品的规范管理,保证景区内商品的质量;利用崂山的特色资源,开发具有崂山特色的旅游商品,并把已有的特色品牌做大做强;建立规范的旅游商品市场,为游客提供高质量的商品服务。

第三,针对景区硬件设施的供需情况,应该增加景区内的公共休息设施;规划建设大型的游客服务中心,聘用高素质服务人员,提供周到的咨询服务、行李寄存服务等,满足游客的多样化需求。

参考文献:

- [1] Cardozo R. Customer satisfaction: Laboratory study and marketing action [J]. Journal of Marketing Research, 1964(2):244-249.
- [2] Pizam A. Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents [J]. Journal of Travel Research, 1978(Spring): 8-12.
- [3] Beard J B, Ragheb M G. Measuring leisure satisfaction [J]. Journal of Leisure Research, 1980(12): 20-33.
- [4] 李智虎. 谈旅游景区游客满意度的提升[J]. 企业活力, 2003(4):39-41.
- [5] 汪侠,刘泽华,张洪. 游客满意度研究综述与展望[J]. 北京第二外国语学院学报, 2010(1):22-29.
- [6] 南剑飞. 旅游景区游客满意度模糊综合评判方法刍议[J]. 社会科学家, 2008(2):92-94.

- [7] Bowen D. Antecedents of consumer satisfaction and dis-satisfaction (CS/D) on long-haul inclusive tours—a reality check on theoretical considerations (participant observation)[J]. *Tourism Management*, 2001, 22(1):49-61.
- [8] 汪侠, 梅虎. 旅游地游客满意度:模型机实证研究[J]. *北京第二外国语学院学报*, 2006(7):1-7.
- [9] 沈向友. 旅行社服务质量与游客满意度影响因素分析[J]. *旅游学刊*, 1999(5):25-30.
- [10] 卞显红. 旅游目的地形象、质量、满意度及其购后行为相互关系研究[J]. *华东经济管理*, 2005, 19(1):84-89.
- [11] 罗艳菊, 吴楚材, 黄宇. 游客对游憩利用影响的感知及其对游客总体满意度的影响——以张家界国家森林公园为例[J]. *辽宁林业科技*, 2006(6):20-27.
- [12] Lee C K, Lee Y K, Wicks B E. Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction [J]. *Tourism Management*, 2004, 25(1): 61-70.
- [13] 张言庆. 基于旅游动机的游客满意度差异研究[J]. *旅游论坛*, 2011, 4(2):24-27.
- [14] 张宏磊, 张捷, 史春云, 刘泽华. 感知距离与游客满意度影响关系研究[J]. *人文地理*, 2011(5):117-120.
- [15] 李瑛. 旅游目的地游客满意度及影响因子分析:以西安地区国内市场为例[J]. *旅游学刊*, 2008, 23(4):43-48.
- [16] 罗盛锋, 黄燕玲, 程道品, 丁培毅. 情感因素对游客体验与满意度的影响研究:桂林山水实景演出“印象·刘三姐”为例[J]. *旅游学刊*, 2011, 26(1):51-58.
- [17] 连漪, 汪侠. 旅游地顾客满意度测评指标体系的研究及应用[J]. *旅游学刊*, 2004, 19(5):9-13.
- [18] 董观志, 杨凤影. 旅游景区游客满意度测评体系研究[J]. *旅游学刊*, 2005, 20(1):26-29.
- [19] “游客满意度指数”课题组. 游客满意度测评体系的构建及实证研究[J]. *旅游学刊*, 2012, 27(7):74-80.
- [20] 徐克帅, 朱海森. 国外游客满意度研究进展及启示[J]. *旅游论坛*, 2008, 1(1):138-141.
- [21] Akama J S, Kieti D M. Measuring tourist satisfaction with Kenya's wildlife safari: A case study of Tsavo West National Park [J]. *Tourism Management*, 2003, 24(1):73-81.
- [22] Cronin J J, Taylor S A. Measuring service quality: An examination and extension [J]. *The Journal of Marketing*, 1992, 3(56):55-68.
- [23] 张朝枝, 徐红罡, 保继刚. 世界遗产地内索道乘客的特征、满意度及其影响[J]. *旅游学刊*, 2005, 20(3):33-37.
- [24] Martilla J A, James J C. Importance-performance analysis [J]. *Journal of Marketing*, 1977, 41(1):77-79.
- [25] 文军. IPA在导游服务质量评价中的实证研究[J]. *桂林旅游高等专科学校学报*, 2007, 18(3):410-414.
- [26] 张钦, 杨杰. 基于IPA理论的商务旅游目的地满意度分析:以上海徐家汇为例[J]. *桂林旅游高等专科学校学报*, 2007, 18(3):369-372.
- [27] 周灵飞, 陈金华. 世界地质公园游客满意度实证研究:以泰宁世界公园为例[J]. *黄山学院学报*, 2008, 10(6):32-37.
- [28] 邓祖涛. 基于结构模型的乡村旅游地游客满意度研究:以湖北梁子湖旅游区为例[J]. *旅游论坛*, 2012(6):24-28.

Research on Tourists' Characteristics and Satisfaction ——A Case Study of Mountain Lao Scenic Spot

XU Ke, GUO Wei

(Qingdao University, Qingdao 266071, China)

Abstract: The competition of tourism market is increasingly intense, the focus of which is the tourists. How to improve the attractiveness of the tourist market and revisiting rate is particularly important. Taking Mountain Lao Scenic Spot as the case of study, the paper uses the random questionnaire method. The basic situation and problems of the Spot's tourist satisfaction are gotten by factor analysis and multiple regression analysis. Finally, some proposals are put forward to improve the tourists' satisfaction of Mountain Lao Scenic Spot.

Key words: tourists' satisfaction; Mountain Lao Scenic Spot; factor analysis

(责任编辑:魏有广)

酒店人力资源与酒店专业教育存在的问题 与对策分析*

曹艳芬

(湖北职业技术学院,湖北 孝感 432000)

摘要:本文对我国酒店人力资源及酒店专业教育情况进行了较详尽的研究,分析了目前中国酒店人力资源及酒店专业教育中存在的若干问题,并对这些问题出现的原因进行了深刻的思考和分析,最后提出了相应的解决对策,希望能对我国酒店业的发展以及酒店专业教育改革工作起到较强的参考作用。

关键词:酒店;人力资源;专业教育

中图分类号:G726 **文献标识码:**A

联合国世界旅游机构预测,到2020年,中国可能超过法国成为世界第一大最受欢迎的旅游目的地国。国际跨国旅游酒店管理集团和酒店投资商纷纷看好中国市场,国际上排在前10位的跨国连锁旅游酒店集团在中国已全部挂牌,从高档酒店向低档酒店扩展,从大中城市向中小城市扩张。如今的酒店行业是一个多样化、充满活力、正在全球迅速发展的行业。酒店专业教育人才培养质量不仅是行业健康有序发展的要求,也是与世界接轨的需要。但就目前我国酒店业和酒店管理教育所面临的形势来看还存在不少问题,只有针对性地解决所面临的问题,才能保证中国酒店业和酒店专业教育健康顺利的发展。

一、酒店人力资源与酒店专业教育存在的问题

(一)中国酒店业发展与人力资源发展的不同步性

对酒店人力资源而言,目前一个非常严重事实是中国酒店业发展与人力资源发展的不同步性。也就是中国酒店的数量在不断的快速增长,而适合酒店服务业的人力资源增长速度较慢。据中国旅游饭店协会调研得出:中国酒店业发展速度接近20%,但人力资源总量增长还不到10%。

(二)酒店专业教育招生形势严峻,规模萎缩

随着计划生育国策的实施,二十一世纪我国人口数量将会减少,还有来自通信、金融、物流、IT等

行业竞争,酒店专业学生数量将有可能不断减少,而教育机构有增无减,加之激烈的竞争,各大中专院校都面临非常严峻的生源问题,招生规模在萎缩。

(三)全国旅游行业人才荒,专业学生规模远远不能满足市场需求

据了解,近年来,全国旅游行业每年新增就业人数60万,而2200多所大中专院校旅游专业毕业生每年仅30万人。并且,全国旅游行业就业人员大专以上学历人才仅占20%左右,而懂经营、善管理的高层次专业人才更加匮乏。可以说,“人才饥渴”已成为制约旅游产业大发展的一大瓶颈。

(四)酒店行业吸引力较弱

从市场需求的角度来说,酒店业的就业前景是十分广阔的。然而现状是每年各高校为中国酒店业培养和输送的酒店管理人才中,真正愿意或留在酒店业工作的微乎其微,到酒店业就业的比率逐年下降,企业费尽心机招来的大学生往往也在1—2年跨行业“跳槽”。这不得不说是中国酒店业的“悲哀”和“危机”。

(五)酒店专业技术人才与企业需求不一致

酒店行业的发展促进了旅游酒店管理专业人才的需求,然而旅游院校培养的酒店管理专业人才并没有达到酒店业对于人力资源的需求,在人才市场上学生并未得到酒店企业的特别青睐,导致酒店管理专业人才培养和市场需求出现了“脱节”、“错位”,毕业生和用人单位“相看两厌”的严峻形势。

* 收稿日期:2013-05-04

作者简介:曹艳芬(1976—),女,湖北汉川人,湖北职业技术学院旅游与酒店管理学院副教授,管理学硕士,主要从事旅游与酒店管理教育研究。

二、酒店人力资源与酒店专业教育现存问题的原因探讨

(一)传统观念原因

1. 酒店工作仍然未得到社会大众的认可。家长不认同旅游职业,对旅游行业的认识大多还是停留在“伺候人的工作,总觉得低人一等”,总是希望为孩子寻找一个更好的工作环境,加上90后一代个性十足,“甚至跟客人顶嘴,随意辞职”、家长“纵容”孩子等等都是造成如今招生困难、跳槽频频的局面。

2. 人力资源管理观念问题。从初始就存在的知识结构和行业需求的差异,导致了酒店管理专业人才普遍“眼高手低”,他们觉得大学生当一名普通服务员是一种知识的浪费,一心向往毕业就做管理工作,享受酒店环境的高档及舒适,而酒店觉得不可能让刚走出校园的大学生当管理者,从而形成一种选择的不对称性,形成一种矛盾,最终不欢而散。

(二)教育原因

1. 教育与需求严重脱节。酒店管理专业人才距离“具有一定酒店管理实践经验尤其是酒店管理工作的合格人才”尚有一定差距,是因为酒店行业对员工需求标准与旅游院校对学生培养规格的不同,大学生对未来理性追求和对现实感性认识间存在的矛盾,导致了旅游酒店专业大学生的“供需错位”。

2. 专业教育没有充分引导学生对行业本质的认识。学校以及教师在教育过程中很少向学生灌输职业意识以及行业荣誉感,使学生对行业缺乏本质的认识,对行业发展缺乏足够的了解,也就对酒店行业失去了应有的热情。

3. 缺少行业支撑。以上这些问题的出现,不单是院校的问题,“外部环境”也脱不了干系。因为再好的院校,也无法靠课堂教学培养出高水平的人才,所有的国外高水平酒店管理院校,都依靠“学校酒店一体化”、“工作+学习”的方法来锻炼学生的实践能力。类似“学校学习一个月,客房工作一个月,再学习餐饮两个月,餐饮部工作一个月”的“工学交替”人才培养模式,但国内没有哪个企业愿意接受这样的实习生。企业不太愿意给实习生轮岗的机会。而现实中,企业连交叉培训都很难做到,更别说工学交替了。

(三)行业环境原因

1. 酒店职业环境不成熟,桎梏了专业发展。我国酒店职业环境不成熟集中体现在行业的薪酬很低、社会地位不高,缺乏和谐的工作环境、个人发展空间较小、工作强度相对较大、工作时间不固定等问题,而且没有好的酒店业技能培训院校和合理的行

业准入机制,这就造成了致命的恶性循环,对酒店管理专业人才择业造成了极大的影响。

2. 酒店管理僵化,缺乏人性化的管理制度和机制。酒店只重视“顾客满意度”,忽略“员工满意度”。企业“以人为本”、“人性化管理”形式化,没有真正接触员工、了解员工,没有用心把员工当作一种企业中宝贵的资源去开发、研究,对员工职业生涯规划工作做的不到位,员工缺乏个人发展空间,对未来感到茫然,这便是员工不愿意从事酒店工作的重要因素之一。另外约60%的酒店中高层管理人员在专业性和管理观念上存在不足,一定程度上限制了行业管理水平的提高。

3. 酒店行业的专业性没有受到尊重。在高压力的的人才荒面前,很多酒店餐饮业的就业门槛一直在降低,似乎是什么人都能干酒店,酒店行业成了求职者的“收容所”,成了“中转站”,导致酒店行业的专业性降低,愿意把酒店作为托付终身的职业的人很少。最后导致很多酒店因为找不到合适的人才退而求其次,从而导致管理水平的下降,优秀人才的流失。

三、解决酒店人力资源与酒店专业教育问题的对策

(一)政府产业政策方面

1. 制定提升酒店业竞争力的人才规划和政策
创造倾斜的政策环境,以良好的工作环境,优越的生活条件吸引国内外高层次人才,引导和促进人才的流向。

2. 健全社会保障体系

由于酒店行业人员高流动率并且大量使用外来劳动力,因此深化社会保障体制改革是促进人力资源可持续发展的关键。

3. 加强宣传,提升酒店行业的社会及经济吸引力

通过宣传、奖励、倡导服务理念,提升行业的社会认同度,提升行业的社会价值,吸引优秀人才进入酒店行业。

(二)酒店企业方面

1. 完善员工薪酬福利,加大对员工的投资

提高员工薪酬待遇,与其他劳动力密集型行业相比形成一定的竞争力。改变传统的薪酬设计理念,将员工工资与能力、工作绩效以及酒店总体经济效益直接挂钩,创造“命运共同体”,这样才有可能吸引并留住员工。

2. 改进绩效评估体系,引导员工职业发展

酒店应对每一位员工尤其是核心员工和潜在高素质人才设计一套明确的职业发展规划,使其能看

到未来发展的方向和目标,把员工发展与企业发展融为一体,通过员工个人发展实现企业整体发展。

3. 注重特色企业文化建设,营造良好工作氛围

酒店应充分体现员工的价值,在酒店形成一种既利于发挥员工主观能动性,又有助于挖掘员工潜能,激发员工活力的工作气氛,鼓励员工参与酒店的经营与管理,使员工在酒店充满归属感和成就感,实现员工满意、顾客满意,员工忠诚、顾客忠诚的局面,最终创造良好的经济和社会效益。

(三) 旅游院校方面

1. 培养学生的“角色定位意识”,打造职业灵魂

在海外,酒店服务是一个可以托付终身的工作,有稳定的收入、小费收入可观,可以享受和其他行业一样体面的生活。面对我国对酒店服务工作的错误认识,笔者认为在教育中要将“酒店人”、“专业的酒店从业人员”这一理念植入学生大脑,引导学生正确理解酒店服务是一种知识化、专业化的工作,使他们具备基本的职业方向感。建设高职教育层次独具特色的专业文化,以酒店企业文化为专业文化,高标准、严要求、细管理,塑造学生的职业精神、职业理念、职业意识,即“职业灵魂”,以便学生能够在进入酒店企业工作之初,就能够很好的融入到酒店的工作氛围之中。

2. 建立适应创新型人才培养的课程体系

为适应就业企业对创新型人才的需求以及学生学习的需要,培养创新型人才的教学改革势在必行。科学合理的课程体系是实现创新型人才培养的根本保证。笔者认为可从几个方面进行改革:一是优化课程设置。具备宽泛的知识基础是创新型人才的首要特征。从当前酒店管理专业的课程体系来看,存在的最大问题是不同课程之间重复内容较多,没有培养学生创新能力的相关课程,因此改革的重点是对原有课程加以整合,删除重复的内容,增加大旅游

产业相关的知识点,设置综合类课程,授课内容优化,并且实现不同学科知识的交叉,拓宽学生的视野,促进学生发散思维的培养。二是创新型课程的开发。实践课程以组建创新小组、兴趣小组的形式开课,与授课教师组成创新实践小组,以技术性科研为载体进行实践创新能力的培养。

3. 全面实施实景化实践教学的新模式,实现“零距离”对接

酒店服务职业对象是人,而校内实践教学环节中,学生都没有接触到未来职业对象——宾客。为了让学生有一个职业体验的机会,确保学生适应企业的岗位要求,笔者认为可以全面实施实景化实践教学的新模式,由原来的“理实一体化教学直接进入顶岗实习”转变为“理实一体化教学——实体实景化实践教学——顶岗实习”的人才培养模式。实景化实践教学模式是将学生置身于真实的工作环境,按照工作岗位要求进行实践,既巩固了专业技能,又使学生以员工的身份参与企业的工作,使学生的内心感受完全不同于在学校实训室进行的专业技能训练。这种模式不仅提高学生专业技能,更为重要的是积累实际对客经验,提升学生应变能力、语言表达能力、人际交往能力、创新意识和创新能力等综合能力,实现专业人才培养与用人单位的需求“零距离”对接。

参考文献:

- [1] 陈修岭. 关于我国酒店管理专业高职教育发展的思考[J]. 河北旅游职业学院学报, 2009(1): 1-4.
- [2] 张吉立. 适应高职旅游专业创新型人才培养的教学改革[J]. 衡水学院学报, 2013(1): 97-99.
- [3] 施伟萍. 多渠道开展实景化教学,培养现代服务业人才[J]. 中国职业技术教育, 2013(5): 53-56.

Analysis on Problems and Countermeasures of Hotel Human Resources and Hotel Professional Education

CAO Yan-fen

(Hubei Polytechnic Institute, Xiaogan 432000, China)

Abstract: This paper studies the situation of Chinese hotel human resources and hotel professional education in detail, analyzes the current problems existing in Chinese hotel human resources and hotel professional education, discusses the causes of these problems profoundly, and finally puts forward the countermeasures to solve the problems, hoping to provide definite reference for the development of the hotel industry and the reform of hotel professional education in our country.

Key words: hotel; human resources; professional education

(责任编辑:魏有广)

山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力分析*

邢丽涛

(北京第二外国语学院,北京 100024)

摘要:当前产业集群已经成为区域经济研究的热点之一。本文借鉴 GEM 模型,分析影响区域旅游产业集群竞争力发展的各个因素,建立了旅游产业集群竞争力评价的指标体系,采用专家问卷调查与层次分析法确定了评价指标权重,最后经过汇总测算得出山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力评分值,根据评分结果,提出促进山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力有效提升的对策建议。

关键词:山东半岛蓝色经济区;旅游产业集群;竞争力;GEM 模型;层次分析法

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

旅游产业集群是区域旅游开发的重要模式,是旅游产业竞争力提升的重要途径。当前我国相继制定了旅游产业集群的相关政策,一些省市的发展纲要中也明确提出了“建设旅游产业集群”的目标和战略。在此背景下,系统研究和科学分析山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力,对于科学制定半岛区域旅游发展政策和发展战略具有重要的理论和应用价值。本文将从产业集群的角度对山东半岛蓝色经济区旅游产业发展进行较为系统的研究,重点探讨半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力评价及提升问题。

一、旅游产业集群理论解析

(一)旅游产业集群的含义

旅游产业是一个关联性极强的产业,涉及诸多与旅游直接或间接相关的产业部门,它围绕旅游目的地的核心吸引物,通过各种横向联系和纵向联系集聚在一起,形成网络形式的产业组织。对于旅游产业集群的概念,目前学术界争论不一。围绕“聚集”和“关联”两大要素,结合旅游产业的自身特点,本文认为旅游产业集群是:聚集在一定地域空间的旅游核心吸引物、旅游企业及旅游相关企业和部门,为了提高集体竞争力,而建立起来的紧密的组织。这种组织关系的建立不仅是从地理角度来考虑,而且更多地关注特定市场和活动间的经济联系,既是依据专业化分工和协作而建立起来的相互独

立、相互关联的组织群体,又是独立企业之间通过非正式关系而形成的一种新的组织形式。

(二)旅游产业集群构成

旅游产业集群是一个由多要素组成的复杂系统,主要包括核心吸引层、要素供应层和辅助供应层。(1)核心吸引层主要包括旅游资源。核心层是旅游产业集群赖以生存和发展的重要基础。核心层可以分为3类:城市型旅游产业集群、景区型旅游产业集群、社区型旅游产业集群。旅游资源产业居于整个旅游产业集群的中心。(2)要素供应层主要是指旅游要素产业。要素供给层能够带来较大的经济收益,它是产生经济价值的核心,包括能够满足旅游者的食、住、行、游、购、娱等相关需要的各类旅游企业,如旅行社、旅游饭店、餐馆、旅游交通、旅游商店、旅游休闲娱乐设施等,它们在旅游资源产业这一板块的外围聚集着,可以为旅游者提供专业化的产品和服务,是构成旅游要素的重要产业层次。(3)辅助供应层主要指旅游相关产业。辅助供应层是指为旅游者提供服务的、与旅游间接相关的辅助性产品和服务的提供层次。它们以旅游者、旅游企业以及旅游地居民为共同的服务对象,是旅游产业集群中重要的参与者,包括交通、邮电、银行、建筑、园林、海关、环保等,这些机构对旅游活动的顺利开展和旅游产业集群稳定发展提供了保障。也是旅游产业集群必不可少的组成部分。具体构成如图1所示。

* 收稿日期:2013-05-10

作者简介:邢丽涛(1989-),女,河北石家庄人,北京第二外国语学院旅游管理学院硕士研究生,主要研究方向为旅游产业发展与旅游目的地开发。

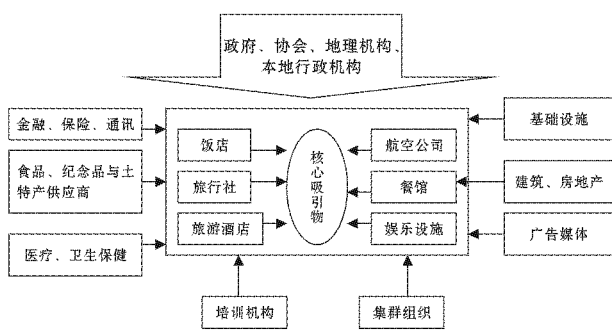


图1 旅游产业集群构成图

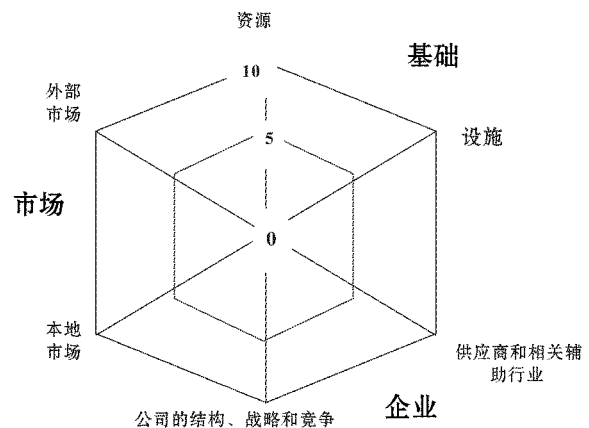


图2 GEM结构模型

二、旅游产业集群竞争力评价方法与指标体系

(一)GEM模型分析

总结多年研究企业集群的经验，两位加拿大大学者 Tim Padmore 和 Hervey Gibson 对迈克尔·波特的“钻石模型”进行改进，提出了一种分析企业集群竞争力的模型——“基础—企业—市场模型”（简称 GEM 模型）。GEM 模型确定了影响企业集群的六大因素，包括“资源”、“设施”、“供应商和相关辅助行业”、“公司的结构、战略和竞争”、“本地市场”、“外部市场”，并用一个蛛网图表示（如图 2）。本文借鉴 GEM 模型原理，构建旅游产业集群竞争力评价体系。

(二)评价指标体系设计的思路

首先，通过广泛阅读和研究相关文献，结合 GEM 模型框架，确定旅游产业集群竞争力相关影响因素的基本范围，进而对影响旅游产业集群竞争力的主要因素进行归类划分，在此基础之上，根据上述三大基本原则对每一类影响因素进行细化和指标选取，形成基本指标框架后，再结合导师意见和专家咨询以及对数据来源的详细考察，最终制定了一套符合研究目标的山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力的评价指标体系，如表 1。

表1 山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标
基础竞争力	资源	区位优势 旅游资源赋存及吸引力 综合经济水平 资本资源(融资、贷款等) 信息服务水平(如市场信息、行业信息等) 旅游人力资源
	设施	基础服务设施(道路、环境卫生、医疗、治安等) 旅游设施 政府支持性服务(投资优势政策、宣传力度等) 旅游管理支持(旅游咨询中心、旅游行业培训、管理水平等) 高等院校及科研机构人才支持
企业竞争力	相关辅助行业	旅游辅助行业部门(金融保险业、交通文物部门等) 旅游相关行业(食住行游购娱) 旅游企业间的协作程度
	旅游企业结构、竞争和战略	企业规模、数量 市场营销(目标定位、营销防范) 突发事件应对能力 产品服务创新能力
市场竞争力	国内市场	国内旅游收入 国内旅游市场规模 国内旅游业竞争程度 国内旅游消费需求量及多样性
	入境市场	入境客源市场及增长率 入境旅游行业发展水平 入境旅游需求变化 入境旅游市场进入壁垒

三、山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力评价与分析

(一)山东半岛蓝色经济区旅游产业集群发展特点

内部优势 S(Strength)	外部机会 O(Opportunity)
地理位置优越、旅游资源非常丰富、科研实力雄厚、产业态势运行良好、基础设施体系完善	时代背景良好、政策环境良好、滨海新区建设战略的时机较好
内部劣势 W(Weakness)	外部挑战 T(Threat)
旅游产业结构不合理、旅游生态环境恶化、旅游企业间的协作程度较差	天津滨海新区的扩张,使得蓝色经济区市场、产业受到空间挤压;海滨旅游休闲产品设置雷同

(二)调查问卷的设计与发放

本文采用发放调查问卷的方式,专家打分的结果作为指标权重和指标得分确定的依据。在行业专家

的指导和帮助下,共发放问卷36份,回收问卷34份,回收率为94%,问卷遍布青岛、威海、烟台等七个主要的山东半岛蓝色经济区旅游产业的核心城市。

表2 山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力调查问卷结果

一级指标	二级指标	三级指标	指标得分	指标权重	总得分
基础 (G)	A 资源	区位条件	7.514	0.221	7.44932
		旅游资源赋存及吸引力	8.136	0.273	
		综合经济水平	7.43	0.191	
		资本资源(融资、贷款等)	7.15	0.114	
		信息服务水平(如市场信息、行业信息等)	6.8	0.152	
	B 设施	旅游人力资源	6.12	0.049	6.8781
		基础服务设施(道路、环境卫生、医疗、治安等)	7.31	0.212	
		旅游专用设施	7.23	0.249	
		政府支持性服务(投资优势政策、宣传力度等)	7.51	0.137	
		旅游管理部门(旅游咨询中心、旅游行业培训、管理水平等)	6.02	0.237	
企业 (E)	C 供应商和辅助行业	高等院校及科研机构	6.5	0.165	7.06672
		旅游辅助行业部门(金融保险业、交通文物部门等)	7.27	0.391	
		旅游相关行业(食住行游购娱)	8.15	0.289	
	D 企业结构、竞争和战略	旅游企业间的协作程度	5.84	0.32	
		企业规模、数量	7.50	0.403	
市场 (M)	E 国内市场	突发事件应对能力	6.24	0.172	6.69453
		市场营销(目标定位、营销防范)	6.95	0.175	
		产品服务创新能力	5.53	0.25	
		国内旅游收入	7.49	0.398	
	F 入境市场	国内旅游市场规模	7.49	0.157	7.40216
		国内旅游业竞争程度	7.01	0.183	
		国内旅游消费需求量及多样性	7.49	0.262	
		入境客源市场及增长率	6.98	0.408	6.94693
		入境旅游行业发展水平	6.67	0.177	
		入境旅游需求变化	6.24	0.162	
		入境旅游市场进入壁垒	7.54	0.253	

(三)GEM的量化结果及评价结果分析

为了能更清晰地了解一个产业集群的竞争力,GEM模型对影响旅游产业集群竞争力的各个因素进行了量化。通过量化可以明确产业集群的竞争力状况以及发展水平,使产业集群体能更加了解自己的优劣势,为以后的发展指明方向。

根据专家打分法可以求得六个因素的得分分别为 A = 7.44932、B = 6.8781、C = 7.06672、D = 6.69453、E = 7.40216、F = 6.94693。其中,A表示资源的最终得分,B表示设施的最终得分,C表示供应商和辅助行业的最终得分,D表示企业结构、竞争和战略的最终得分,E表示国内市场的最终得分,F

表示入境市场的最终得分。得分图形如图3:

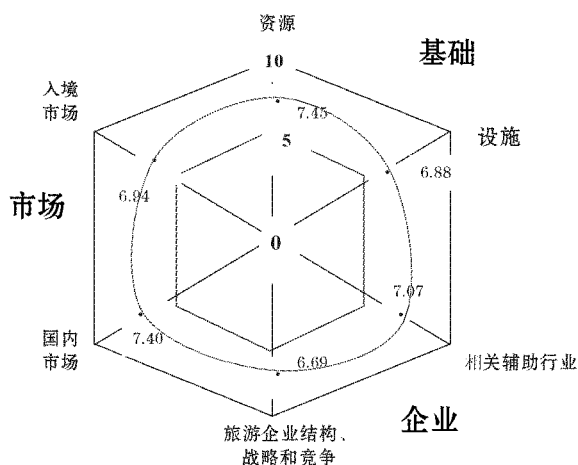


图3 GEM量化结果

采用计算公式(Pair score) = (D_{2i-1} + D_{2i}) / 2, 求得基础竞争力、企业竞争力、市场竞争力的得分分别为:

$$\text{基础竞争力 } GC = (A + B) / 2 = (7.44932 + 6.8781) / 2 = 7.164$$

$$\text{企业竞争力 } EC = (C + D) / 2 = (7.06672 + 6.69453) / 2 = 6.880$$

$$\text{市场竞争力 } MC = (E + F) / 2 = (7.40216 + 6.94693) / 2 = 7.175$$

然后,运用GEM模型集群竞争力的量化表达式 $GEM = 2.5 \times \{ \prod_{i=1,2,3} (D_{2i-1} + D_{2i}) \}^{2/3}$ 得出山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力GEM得分为:

$$GEM = 2.5 \times [(A+B) \times (C+D) \times (E+F)]^{2/3} = 2.5 \times [(7.44932 + 6.8781) \times (7.06672 + 6.69453) \times (7.40216 + 6.94693)]^{2/3} = 2.5 \times [(14.327) \times (13.761) \times (14.349)]^{2/3} = 2.5 \times (2828.961)^{2/3} = 2.5 \times 200.025 = 500.063 \approx 500$$

山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力的GEM模型得分为500,全国平均水平为250分(把6个因素定为5分再代入GEM模型的计算公式中即可得出),在全国范围内具有明显竞争优势的分数是490分(每个因素的平均分数是7分)。得分说明山东半岛蓝色经济区旅游产业集群的竞争力处于全国中等以上水平,具有全国较高水平的竞争力。

通过 $(GC + EC + MC) / 3$ 计算得出该集群的3个一级指标的平均得分约7.073分(其中GC = 7.164表示基础竞争力得分,EC = 6.880表示产业竞争力得分,MC = 7.175表示市场竞争力得分),换

算成GEM的得分为500.27分;6个二级指标平均得分6.995806分,换算成GEM的得分为489.4分。这说明其具有全国中等偏上的竞争力,竞争优势比较明显。

其中,资源得分、国内市场得分较高,一方面,这得益于山东省丰富的旅游资源;另一方面,这也与山东省政府以及国家对山东半岛旅游产业的重视有着密不可分的关系。同时,山东半岛蓝色经济区的旅游产业在基础设施与服务方面还存在一定的不足,半岛经济区的设施设备不够专业和新颖,现代化的办公场所和办公设备仍需进一步加强和进一步的完善。

相对于国内市场,入境市场发展仍面临着很大的挑战。这一方面与我国和本区域的宣传方针和促销策略关系甚大;另一方面,也与本区域内的国际化水平和发展模式关联紧密,国际间的交流与合作还需进一步加强,这就要求半岛经济区不仅要做好国内旅游,更要做好和重点发展入境旅游和出境旅游。

四、提升山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力的建议

(一)提高旅游资源的规划和设施设备的利用

从问卷的结果看,山东半岛蓝色经济区旅游产业的基础竞争力比较有优势,“资源”、“设施”的得分比较高,基础竞争力居于全国的上等水平,具有较强的竞争力。综合来看,山东半岛蓝色经济区应该注重旅游资源的保护和规划,全面合理利用丰富的旅游资源,做好旅游基础设施和旅游专用设施的维护以及更新,积极发展旅游人才,继续加强对旅游产业方面的投资力度。

(二)加强旅游企业协作,培养旅游人才

综合来看,山东半岛蓝色经济区旅游产业的企业竞争力方面得分相对较低,在提升企业竞争力方面,应该大力借用“好客山东”这一品牌来提高山东半岛蓝色经济区旅游产业的知名度,通过品牌形象的打造来开拓山东的旅游市场。同时,借助半岛蓝色经济和十一届全运会以及“十二五”规划等相关政策来做好山东半岛的区域旅游品牌的提升。

同时,企业是推动创新的主体力量,也是推动产业集群成长的主体力量。而山东半岛整体旅游企业普遍存在着散、小、弱、差等缺点,尤其是企业间的协作方面,缺少大型的旅游集团,旅行社行业缺少有影响力的企业。

所以,综合来讲,山东半岛在旅游产业集群方

面,应当加大人才培养,注重企业的创新能力,着重发展一批具有较强竞争力的领头型旅游企业,加强市场定位,做好整体产业的营销和推广。

(三)建立旅游产业集群品牌体系

山东半岛蓝色经济区旅游产业的总体市场竞争力居于全国中等以上水平,但是,其旅游产业同时也面临着长江三角洲、珠江三角洲、环渤海旅游产业区等多方面的压力,这在一定程度上构成了对山东半岛旅游产业发展的巨大瓶颈。针对区域市场这一板块,山东半岛应当建立区域旅游品牌来提高旅游产业的集群发展。应该从企业、地区、区域三个层次建立山东半岛蓝色经济区旅游产业集群品牌体系,尤其要做好滨海旅游这一重要环节,以整个区域作为旅游吸引物推动国内以及区域旅游市场升级,吸引更多的旅游者,从而提高整个区域市场的竞争力和在整个国际市场上的定位。

五、结论

通过分析山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力,笔者认为定量研究仍是以后的研究重点,使用GEM模型不仅可以得到旅游产业集群各项因素的

评价,而且可以使研究结果更可靠。虽然笔者对山东半岛蓝色经济区旅游产业的发展做出了简单研究,并给出了蓝色经济区旅游产业发展的建议,但是在旅游产业集群理论并未成熟、我国旅游产业迅速发展的大环境下,笔者认为,有关旅游产业集群竞争力方面仍有大量研究可做。

参考文献:

- [1] 庄军.论旅游产业集群的系统架构[J].桂林旅游高等专科学校学报,2005,16(4):11-15.
- [2] 顾强.中国产业集群(第4辑)[M].北京:机械工业出版社,2006.
- [3] 庄军.旅游产业集群研究[D].湖北:华中师范大学,2005.
- [4] South African Tourism Cluster Study Summary[EB/OL]. [2013-03-15]. <http://www.nedlae.org.za/research/fridge/south-african-tourism-cluster-st.htm>.
- [5] 胡宇橙,王庆生.基于GEM模型旅游产业集群竞争力研究——以天津滨海新区为例[J].地域研究与开发,2010,29(5):74-78.

Analysis on Competitiveness of Tourism Industry Cluster in Shandong Peninsula Blue Economic Zone

XING Li-tao

(Beijing International Studies University, Beijing 100024, China)

Abstract: At present, industrial cluster has become one of the hot spots of regional economic research. Based on the GEM model, this paper analyzes various factors which have influenced the competitiveness development of regional tourism industry cluster, establishes the index system about the evaluation of tourism industry cluster competitiveness, uses expert questionnaire investigation and AHP to determine the evaluation index weight, and finally obtains the competitiveness score of tourism industry cluster in the Shandong Peninsula Blue economic zone. According to the score, this paper puts forward the effective countermeasures and suggestions to promote the competitiveness of tourism industrial cluster in the blue economic zone.

Key words: Shandong Peninsula Blue Economic Zone; tourism industry cluster; competitiveness; GEM mode; AHP

(责任编辑:魏有广)

泉州市酒店的空间布局及其影响因素研究

——以中心市区三星级以上酒店为例*

孔 泽, 罗金华

(三明学院, 福建 三明 365004)

摘要:随着旅游产业的迅猛发展,旅游产业的空间布局也逐渐受到关注,然而目前国内尚未出现有关中小城市酒店的空间布局及其影响因素的研究。本文选择我国东南沿海的中等城市泉州,通过文献梳理、实地调研与访谈,对其中心市区的三星级以上酒店的空间布局进行了分析,并探讨了影响其布局的因素,发现交通区位、城市主体功能区划、经济因素、集聚以及土地因素共同影响酒店的空间布局。

关键词:酒店;空间布局;影响因素;泉州市

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

一、问题的提出

空间布局,是经济地理学与区域经济学的基本概念,国内外许多学者对此进行了广泛而深入的研究,在此过程中新的区位理论逐渐得以构建和发展。近年来,区位理论在旅游研究中也开始得到运用(王瑛,王铮,2000;徐晓春,2001;杨国良,2002;王铮,王莹,李山等,2003;文吉,2004,等),用于解释旅游产业(包括酒店)的空间布局特征及其影响因素。从全国范围内来看,随着经济发展水平的提高,酒店业不断发展壮大,其整体发展趋势是逐渐由沿海发达地区向内地推进;从城市层面来看,国内有关酒店空间布局的研究都将研究对象选择在大城市,如广州、北京、南京等。然而,与大城市不同,中小城市的酒店业在城市产业发展中的地位较为特殊,有些酒店已经成为城市的地标建筑,酒店数量及其星级、档次等也成为一些中小城市形象的主要支撑。那么,中小城市酒店的空间布局是否存在一些区别与大城市的特点和规律影响中小城市酒店空间布局的因素有哪些呢?本研究试图以泉州市中心市区三星级以上酒店为例,对此进行研究。

二、研究的基础理论与方法

本研究所借鉴的与产业空间布局相关的基本理论有区位理论、区域经济发展理论、城市地理学、集聚扩散理论、空间分布理论、主体功能区规划理论等。

本研究采用文献回顾法,进行理论梳理,奠定研究的理论基础;采用实地调研法,了解酒店布局的相

关信息;采用访谈法,对酒店的高层管理人员进行深度访谈,了解酒店选址的影响因素。

为保证研究结果的科学性,本研究遵循如下调研程序:首先,通过文献梳理,结合实地调查,在宏观上全面地了解酒店的空间布局的研究背景,研究动态以及发展趋势,并通过所搜集到的数据大致了解泉州市的酒店业,特别是三星级以上酒店的发展情况;其次,对收集到的信息进行整理、统计,并应用GIS软件来分析泉州市酒店的空间布局;最后,分析数据,对研究结果进行描述,讨论空间布局的影响因素。

三、研究区域概况

泉州市是福建省建设海峡西岸经济区的三大中心城市之一,目前中心市区总人口72万,城市规模中等。泉州市私营经济发达,素有“品牌之都”的美誉,改革开放30多年的发展历程,被业界誉为“泉州现象与晋江模式”,是目前福建省经济总量最大的城市。经过20多年的发展,泉州市旅游业作为新的经济增长点和主导产业的经济地位日益显现。2006年泉州实现国内旅游收入115.24亿元,占全省11.8%;实现国际旅游收入为42887.58万美元(约4.3亿美元),占全省29.2%;接待游客总数为超过1000万人次,其中国内游客为961.60万人次;入境游客(包括港台澳)为55.57万人次,占全省24.2%。在经济发展与旅游产业取得巨大成效的同时,泉州市酒店业也取得了不俗的业绩,尤其在发展中档酒店方面,被著名旅游经济学家魏小安教授称为中国酒

* 收稿日期:2013-04-15

基金项目:三明学院科技发展基金项目(A201227/Q)

作者简介:孔泽(1985-),男,山东曲阜人,福建三明学院旅游学院教师,硕士,主要研究方向为区域旅游规划与旅游产业发展。

店的“三小”(东莞、温州、泉州)之一。

四、研究结果

(一)泉州市中心市区三星级以上酒店的空间布局

1. 酒店星级的空间分异特征

泉州市中心市区目前拥有三星级以上酒店 39 家,其中五星级酒店 2 家,丰泽区和鲤城区各 1 家;四星级酒店 9 家,其中丰泽区 7 家,鲤城区 2 家;三星级酒店 28 家,其中丰泽区 20 家,鲤城区 8 家(表 1)。可以发现,泉州市中心市区三星级以上酒店更多地分布在经济更加发达、城市发展水平更高的丰泽区。具体就丰泽区而言,三星级以上酒店又主要集中于丰泽、东湖、泉秀等街道,其他街道分布相对偏少。

2. 酒店类型的空间分异特征

分析目前泉州市中心市区的三星级以上酒店的类型(表 1),可以发现所有的商务型酒店中,丰泽区占大多数,为 18 家,鲤城区 8 家;所有的旅游类酒店中,也是丰泽区居多,为 10 家,而鲤城区只有 3 家。

3. 酒店所有权的空间分异特征

目前泉州市中心市区三星级以上酒店的所有权类型多样化,总体来说,私营酒店比重较大,为 23 家,占 59%,外商投资(外商独资或投资)酒店 4 家,国营或国有的酒店有 7 家,而集体性质的酒店为 3 家,股份合作制酒店 2 家。私营酒店主要集中于丰泽区,为 16 家,占 70%(见表 1)。

表 1 泉州市中心市区三星级以上酒店的空间布局

	总计	丰泽区		鲤城区	
		数量	比例	数量	比例
星级					
	五星级	2	50%	1	50%
	四星级	9	78%	2	22%
	三星级	28	71%	8	29%
类型					
	商务型	26	69%	8	31%
	旅游型	13	77%	3	23%
	私营酒店	23	70%	7	30%
成立时间					
	2000 年前	24	67%	8	33%
	2000 年后	15	80%	3	20%

资料来源:泉州市统计年鉴、泉州市旅游局、实地调研。

4. 酒店成立时间的空间分异特征

在目前依然营业的酒店中,成立时间最早的是中旅旗下的华侨大厦(成立于 1984 年),现为四星级酒店。考虑到中国酒店业与星级酒店评定的发展历程,以及行政区划调整对城市酒店业布局的影响,本研究将泉州市中心市区三星级以上酒店的发展历程划分为 2 个阶段,即第一阶段(1984 年——1999 年)和第二阶段(2000 年至今)。在第一阶段中,三星级以上酒店共有 24 家,而 2000 年以后的第二阶段中共有 15 家。在第一阶段中成立的所有三星级以上酒店中,鲤城区共有 8 家,丰泽区共有 16 家;在第二阶段成立的所有三星级以上酒店中,鲤城区 3 家,而丰泽区有 12 家。

(二)泉州市中心市区三星级以上酒店空间布局的影响因素分析

1. 交通与区位因素

交通条件是影响宾馆选址的重要因素,交通发达或方便的地方不仅有利于宾馆的推销和经营,而且便利了游客,增加了可达性。丰泽区是目前泉州的主要交通中心,交通便利,且是今后泉州城市建设发展的重点,所以泉州市中心市区三星级以上酒店更多地分布在丰泽区,共计 28 家,占 72%,有效地支持了马潇等、于姓等研究结论。这一现象的出现与丰泽区近年来交通的迅速发展息息相关。

据相关部门统计,丰泽区自批准成立以来,交通基础设施的建设一直是政府的主要经济发展举措,如刺桐路、泉州滨海大道、泉州内环线的建设,以及配合泉州晋江大桥等重点项目建设。同时,丰泽区区位优势独特,是泉州市中心市区建设的主要区域,许多旅游景点也位于丰泽区,例如,清源山国家重点风景名胜区,中国闽台缘博物馆,泉州博物馆、西湖公园、东湖公园等,为区域内的酒店奠定了良好的旅游客源基础。与赵媛等、于姓等的研究结论一致。

2. 城市主体功能区划

主体功能区划是指根据城市内部不同区域内的资源、环境等因素划分为不同主体功能的区域。在泉州市中心市区三星级以上酒店的发展历程中,我们发现,城市主体功能区划对其影响深远。鲤城区目前是泉州历史文化内涵最为厚重、文物古迹遗存最丰富的行政区,区内有开元寺、清净寺、关帝庙、文庙、文化宫、西街、东街、涂门街、中山街等,是古城保护的重点区域,特别是 1997 年与 2000 年分别增设丰泽区、洛江区和泉港区以后,经济发展的功能与地位逐渐弱化,因而在第一阶段酒店布局较多,如泉州酒店、华侨大厦、金星酒店,但第二阶段后酒店布局明显减少;相反,丰泽区作为目前泉州市中心城市建设与发展的主体区域,发展经济是其主体功能,因而酒店特别是商务型酒店明显多于鲤城区,且逐年增加。同时,必须指出的是,随着泉州市中心城市逐步向位于丰泽区的东海街道方向迁移,酒店也逐步沿着该方向迅速涌现,如悦华酒店,泉州滨海酒店等,基本上“与城市发展规划相一致”。

3. 经济因素

赵媛、黄秋昊在以南京为例探讨城市酒店的空间布局时指出,酒店的空间分布与城市商业布局密切相关,多位于城市经济实力较强的城区。同样,泉州市中心市区的三星级以上的酒店布局同样受区域经济发展的影响。从表 1 可以看出,目前泉州市中心市区的三星级以上酒店主要聚集在丰泽区,其中经济因素起了非常大的作用。以 2006 年为例,丰泽区 GDP 总量、第三产业总量分别是鲤城区的 1 倍多,其中第三产业的住宿餐饮业收入则接近鲤城区的 2 倍。

4. 集聚因素

宾馆在区位上集聚可以使其有效利用已有市场区位,扩大市场服务范围。这些酒店的集聚为消费者提供了更为广阔的选择空间,同时增加了宾馆之间的竞争,这种竞争环境可以使酒店处于一个紧张而又活跃的状态中,这有利于各个酒店的自身优化与提高,同时也会促进水涨船高局面的形成。分析泉州市中心市区三星级以上酒店的区位分布可得知,其中位于温陵路段的饭店有4家,位于泉秀路、宝州路等分别有3家,明显地体现了集聚效应。

5. 土地因素

人口密度的增加使泉州中心市区日渐拥挤,土地成为许多企业竞争的对象。同时,土地价格的增加也使酒店的投资商在选址时将之作为一个重要的因素对待。赵媛、黄秋昊曾指出,“酒店的空间分布,基本符合土地总体价格的阶梯分布”。同样,在泉州市中心市区,丰泽区的土地资源与鲤城区相比更加丰富,是它的两倍。因此,在发展空间上,鲤城区明显会受到土地因素的制约。在对部分酒店进行访谈时发现,始建于1998年的湖美酒店在当初修建时就充分考虑到了该地址将来的土地升值空间,同样刺桐饭店与悦华酒店也是一样。

五、结论与讨论

本研究对泉州市中心市区三星级以上酒店的空间布局及其影响因素进行了分析,发现三星级以上的酒店更多地分布在丰泽区;商务型酒店与旅游型酒店也都是丰泽区最多;酒店的所有权类型多样化,其中私营所占比重最大,且主要分布在丰泽区;虽然鲤城区拥有泉州中心市区内最早的星级酒店和第一家五星级酒店,但随着城市主体功能区划的变化以及泉州市城市发展重点的调整,丰泽区的酒店数量逐渐超出鲤城区,目前在数量上占据绝对优势,且今

后这一优势将继续强化。交通区位、城市主体功能区划、经济因素、集聚以及土地因素共同影响着泉州市中心市区三星级以上酒店的空间布局。

参考文献:

- [1] 胡霞,魏作磊. 国外服务业区域发展理论研究述评[J]. 经济地理, 2006, 26(3): 427-430.
- [2] 金相郁. 20世纪区位理论的五个发展阶段及其评述[J]. 经济地理, 2004, 24(3): 294-317.
- [3] 程露悬. 论广州新会展中心的形成对广州酒店业的影响[J]. 旅游学刊, 2002, 17(2): 49-51.
- [4] 霍云霄,杨新军,张兴国. 我国高档旅游宾馆空间分布特征与配置研究——以五星级宾馆为例[J]. 人文地理, 2006(2): 28-31.
- [5] 李飞,张玉华. 珠江三角洲城市星级饭店空间分布影响因素研究[J]. 工业经济文汇, 2005(5): 1-4.
- [6] 陈文福. 西方现代区位理论述评[J]. 云南社会科学, 2004(2): 62-60.
- [7] 胡志毅,张兆干. 城市饭店的空间布局分析——以南京市为例[J]. 经济地理, 2002(1): 106-110.
- [8] 赵媛,黄秋昊. 基于GIS技术的城市酒店空间分布研究[J]. 数量经济技术经济研究, 2003(8): 155-158.
- [9] 阎小培,周春山,冷勇. 广州CBD的功能特征与空间结构[J]. 地理学报, 2000, 55(4): 475-486.
- [10] 文吉. 中国星级酒店空间布局研究[J]. 商业研究, 2004(21): 154-159.
- [11] 徐晓春. 旅游业空间布局演进规律与案例研究[J]. 热带地理, 2001(3): 246-250.
- [12] 杨国良. 论旅游产业空间布局[J]. 四川师范大学学报, 2002(1): 94-98.
- [13] 陆玉麒. 中国区域空间结构研究的回顾与展望[J]. 地理科学进展, 2002(4): 468-476.
- [14] 徐维祥. 浙江“块状经济”地理空间分布特征及成因分析[J]. 中国工业经济, 2001(12): 55-60.

Research on Space Layout of Hotels in Quanzhou and Its Influencing Factors ——A Case Study of More Than Three-star Hotels in Downtown

KONG Ze, LUO Jin-hua
(Sanming University, Sanming 365004, China)

Abstract: With the rapid development of tourism industry, the space layout of tourism industry is gradually paid attention to. However, at present, there are not researches on the space layout of hotels in medium-sized and small cities and its influencing factors in China. By choosing the medium-sized city Quanzhou on the southeastern coast of China as the subject and using the methods of literature review, field research and interviews, this paper analyzes the space layout of more than three-star hotels in downtown, discusses the factors that affect the layout, and finds the factors influencing the hotel space layout, including transportation location, city division of main functions, economic factors, agglomeration and land factors.

Key words: hotel; space layout; influencing factors; Quanzhou

(责任编辑:魏有广)

中小企业知识管理网络研究*

毛振鹏^{1,2}

(1. 中共青岛市委党校, 山东 青岛 266071; 2. 中国海洋大学, 山东 青岛 266100)

摘要:知识管理网络是中小企业改善管理、提升市场竞争力的有效办法。本文建立了针对中小企业实际需求特点的知识管理网络,该网络包括实现知识共享的流通管理机制和计算机网络,既分布在企业内部,也分布在企业外部。中小企业知识管理网络应当既保证中小企业在资金、技术、员工素质和风险方面负担得起,又能为企业带来切实效益,有效提升其核心竞争力。

关键词:中小企业;知识管理;知识管理网络;内部网络;外部网络

中图分类号:G203 **文献标识码:**A

“知识经济”和“知识管理”的概念已经在企业界和理论界被广为传播和接受,并出现了微软、思科、埃森哲等诸多国内外大型企业知识管理的经典案例。相比之下,中小企业知识管理的方法研究还比较缺乏。建立知识管理网络是中小企业改善管理、提升市场竞争力的有效办法。

所谓中小企业知识管理网络,是指中小企业通过建立贯穿经营管理全过程的,包含知识获得、创造、共享、整合、记录、存取、更新的知识管理网络,在员工与企业之间、企业和上下游产业链之间形成知识循环的有形和无形网络,形成可资利用的知识资本用以支持管理和运营,从而促进经济效益的持续提高。

一、中小企业知识管理网络的意义

(一)中小企业知识管理的现状

我国中小企业发展较晚,其经营管理能力比较薄弱。由于后发优势的存在,在中小企业内部,传统“人治”管理、科学管理、信息管理、知识管理的理念和方法被不断的各取所需、交叉使用。调查研究中我们发现,在知识经济浪潮的冲击下,尽管许多中小企业的经营者们并不理解甚至不知道知识管理的具体理论,但是他们确实从事着知识管理行为。而且知识管理正在为中小企业带来实实在在的效益。

(二)中小企业导入知识管理网络的必要性

知识管理实践证明,随着信息技术的发展和信息系统的采用,知识管理网络成为实施知识管理的

重要工具,中小企业也是如此。知识管理网络主要包括两部分:实现知识共享的流通管理机制和计算机网络,对于大企业而言主要是具有知识库管理能力和协同工作能力的计算机系统。由于中小企业的员工、客户、业务伙伴及其他利益相关者的绝对数量在一个时期内都较少,分布范围也比较小,所以共享知识的交流机制要比现代化传递手段更加重要。因此,对于中小企业更重要的是包括老板在内的全体员工之间的对话机制。实际上,计算机网络可以帮助中小企业通过使用浏览器工具快速获取所需信息、使用应用程序、接受服务。对话机制的建立可以使现代信息工具在知识管理中的作用得以充分发挥。从整体上看,知识管理网络是中小企业的主要知识门户。中小企业可以通过建立一个覆盖广泛的知识管理网络,进行知识的收集、处理、共享、传播,建立自己的知识库。知识库用来存储企业的新闻、通告、人力资源状况和绩效考评标准、客户和市场、竞争对手、政府和行业协会、社区组织等一系列详细资料。企业员工和获得相关权限的合作伙伴可以通过各自的途径自由方便地查阅相关资料。具体来说,中小企业知识管理网络主要包括两部分:企业内部知识管理网络、企业外部知识管理网络。

二、中小企业知识管理内部网络

中小企业知识管理内部网络同样包含两部分,企业内部局域网和员工之间的知识共享机制。由于

* 收稿日期:2013-01-23

基金项目:山东省软科学项目《企业创新服务体系及发展能力研究》(B200414-2)

作者简介:毛振鹏(1981-),男,山东青岛人,中共青岛市委党校教师,中国海洋大学博士研究生,研究方向为企业经济、教育管理。

中小企业工作地点比较集中,企业内部知识管理网络对互联网技术的依赖性比较小。中小企业内部的员工会晤机制既包括正式的工作例会、宣讲和技能竞赛,也包括非正式的临时碰头会、小团体聚会甚至是下班路上的偶然聊天。

(一)中小企业知识管理内部网络的功用

企业内部的局域网指企业内部利用因特网/万维网的技术,设置在防火墙内支持内部员工知识与信息存取、传递和内部沟通协调合作的网络系统。中小企业能用于内部局域网建设的资金和技术都比较缺乏,加上员工的信息技术力量薄弱,只有极少数处于特殊行业的企业有能力建立起覆盖企业每一个角落的内部局域网。因此,建立员工知识共享机制同时成为现阶段中小企业实施知识管理的战略和策略选择。员工知识共享机制包括跨部门的、跨层级的、跨家族的知识管理对话机制、知识的收集、上传和发布机制。据笔者调查,我国中小企业有很多是家族企业,家族内部与外来员工,特别是外来管理者之间存在着不容忽视的隔阂,因此建立跨家族的知识共享机制就显得非常必要。

企业内部的局域网和员工之间的知识共享机制对知识管理的主要支持功能有以下几点:

1. 知识存储及文件管理

企业内部局域网为知识管理提供了知识共享和创新平台。即使是中小企业也会有成百上千份的文件需要抄写、设计、存储、传递、邮寄,这都是非常浪费人力的例行事项。中小企业可以通过在内部局域网里建立文档管理系统,利用信息技术设计、存储、获取、检索和传递文件。

2. 知识获取

企业如果要授权或提升某位知识工作者,就必须提供非常丰富的知识支持他的工作与决策。此时员工凭借企业内部网的浏览器可以快速取得企业内部各种多媒体文件,包括公司的规章制度、法律、技术、竞争对手、产品和上下游市场行情资料;也可以通过员工会晤机制获得其他员工关于此项工作最新的动态和丰富的操作经验。

3. 知识传递

员工可以通过企业内部局域网和员工知识共享机制学到各种需要的知识,提高自己的业务水平。他甚至可以在任何时间、任何地点根据个人的需要量身定做自己的教材。同时他也有义务将自己掌握的知识上传到企业内部知识库,如将自己的知识制作成各种媒体的训练教材,通过网络或会谈渠道将其传递给需要的人。

4. 知识共享

企业内部知识管理网络可以将散布在企业内部各个角落上的知识连接起来,使业务流程中的各个部门和几乎每一位员工共享知识资源。知识管理内部网络既要重视QQ、E-MAIL、BBS、聊天室讨论软件和工作流软件的使用,同时也要充分重视传统手工技术和做法的使用。两种方式的协作可以有效保障员工间的意见沟通、项目讨论、文件共享、群体工作和群体决策等业务的完成,从而实现高效、节约而且环保的内部交流。

(二)企业内部知识管理网络的实现途径

中小企业可以通过在企业信息网中重点建设如下内容,来促进企业知识管理水平和经营效益的提高。

1. 建立知识仓库

提供知识管理研究资料、发展趋势和最佳实践案例,搜集整理与本公司相关的文章和资料,提供知识管理案例的研究和讨论,其载体可以采用多媒体文档和文本文档。

2. 发布知识管理新闻

对有关知识管理的新闻、事件、会议、报告、演讲进行总结提炼,选出其中适合本企业的精华部分进行发布,并进行定期更新。

3. 建立现实和虚拟世界的BBS

这包括为员工提供一个分享资料、文献和思想的虚拟空间,也包括建立员工定期交流的会晤机制,创造员工之间进行交流的机会。如鼓励员工利用下班路上、午餐时间等工作间隙交流工作经验以及讨论具体的业务问题。

4. 创建员工个人博客

这既显示了蓬勃向上的企业风貌,又提供了员工的基本信息,如专业技能、知识、经验、特长及其负责和参与过的项目。其他员工能够方便地找到所要寻找的人,以获取所需要的知识。

5. 建立知识导航台

这是中小企业与外界交流的有效辅助平台。连接与知识管理有关的站点,既包括数据和专业知识丰富的调查公司、专业学会、咨询公司、政府统计和行政主管部门的网址,又包括与本企业配套的上下游企业的网址。

(三)企业内部局域网的硬件基础

构建企业内部局域网的硬件基础包括企业现有的计算机、服务器、工作站、交换机、集线器、路由器等,以及用于远程连接的Modem、ISDN、DNN等,通过适用于中小企业的虚拟网络平台连接起来。

三、中小企业外部知识管理网络

中小企业正处在一个急剧变化、充满机遇的环

境中,由于空间和时间的不确定性,中小企业外部知识管理对互联网技术的依赖性相对较大。

(一)企业外部知识管理网络的功用

企业外部知识管理网络是一个使用以太网技术,使企业与客户相连来完成共同目标的合作网络,它将企业局域网的各项服务功能扩展到与外部企业间的合作关系方面。中小企业利用因特网技术可以与外部相关的供货商、顾客、战略伙伴相联结,提升彼此之间信息共享与协同合作绩效的网络系统。

企业外部知识管理网络对知识管理的主要支持功能有:

1. 知识的获取与共享

企业与合作伙伴之间可以通过企业外部网彼此共享所需要的知识与信息。例如,供应商彼此间共享原料的质量、规格、存量的信息;制造商共享生产流程、生产计划、存货等信息;分销商及零售商共享市场需求、运输、顾客偏好、产品销售和存货好坏等信息。知识共享可以让各个环节的企业凭借整个供应链和需求链的信息透明性提前编制更精确的营运计划。

2. 知识的讨论与协调

通过在线讨论或支持团队合作的群件、群体决策支持系统的辅助,不同企业所组成的项目团队可以在企业外部网上讨论会议主题,利用群体工作日程、项目管理系统监控和管理项目进度,共享产品设计相关文件、传递多媒体档案等,也可以让虚拟式组织的协同运作不受时间和空间的限制。

(二)企业外部网络的硬件基础

企业外部网通过硬件防火墙或软件防火墙与企业内部局域网连接起来,并将企业内部网上的重要资源隔离,再通过路由器连接到主干网。企业外部网利用 Internet 技术将企业与供应商、合作伙伴、相关企业以及客户相连,促进彼此的联系和交流。

(三)中小企业外部知识共享机制

外部知识共享机制是中小企业外部知识管理的制度保障。鉴于社会是一个重视亲情的社会,“人治”在中小企业经营管理当中起着无法忽视的作用。中小企业的所有者和营销人员应当利用各种机会定期或不定期的与同行、上下游厂商、社区组织、行业协会和政府主管部门的负责人进行会晤和交流,可以拉紧彼此关系,获取在非面对面场合无法获得而又对企业运营非常重要的知识。这种会晤机会包括行政主管部门、行业协会和社区组织举办的各种宣传、竞赛、交流、展览、学习和慈善活动,也包括定期拜访重要业务伙伴。企业内部和外部知识管理网络

是相互关联、相互促进的,中小企业在具体实施时,应该结合自身实际选用合适的硬件和软件系统,建立完整、有效的对话机制,切实有效的发挥知识管理的作用。但是中小企业外部知识共享机制的建立却是受到诸多主观和客观条件的限制,如中小企业与客户的关系不够稳定,它们之间缺乏必要的信任机制;中小企业推广知识管理的工作才刚刚开始,尚未取得足够员工基础。这就需要外部知识管理网络应当在内部网络取得一定成效后有计划、有步骤的推进。由于知识的易复制性,中小企业应注意保护自己的知识资产不受恶意侵犯。

四、结语

建立知识管理网络是中小企业改善管理、提升市场竞争力的有效办法。越来越多的中小企业认识到了知识管理网络的重要性,并在根据自身经营需要和硬件基础将知识管理的理念和方法不断付诸实践。本文谋求建立的中小企业知识管理网络,是以知识对话机制为主导,依托有限的 IT 技术设施,符合知识管理起点较低的中小企业实际需要的知识管理方法,以利于指导和帮助中小企业以较小的代价和风险,获得经营管理水平和收益水平的持续提高。

参考文献:

- [1] Kai Mertins, Peter Heisig, Jens Vorbeck, 著, 赵海涛, 彭瑞梅, 译. 知识管理·原理及最佳实践[M]. 北京: 清华大学出版社, 2004.
- [2] Segura GG, Deslandres V., Dussauchoy A. A knowledge management based framework as a way for SME networks integration [J]. Emerging Solutions for Future Manufacturing Systems, 2005(1):263-270.
- [3] Martin Glisby, Nigel Holden. Contextual Constraints in Knowledge Management Theory: The Cultural Embeddedness of Nonaka's Knowledge-creating Company [J]. Knowledge and Process Management, 2003(1):29-36.
- [4] Kuan Yew Wong. Critical success factors for implementing knowledge management in small and medium enterprises [J]. Industrial Management + Data Systems, 2005(3):261-279.
- [5] 江三宝, 毛振鹏. 企业知识管理中的知识复选方法研究 [J]. 科技进步与对策, 2007(1):74-76.
- [6] 张建华, 等. 知识管理中的知识贡献激励机制 [J]. 同济大学学报(自然科学版), 2004(7):966-970.
- [7] 毛振鹏. 知识管理与中小企业人力资源效益关系的实证分析 [J]. 商业时代, 2011(20):86-87.

(下转第 48 页)

跨国公司 R&D 投资对西部经济增长的影响探究 ——基于协整检验和 ECM 检验的贵州数据分析*

臧秀蓉^{1,2}

(1. 东南大学诚贤学院, 江苏 南京 211189; 2. 河海大学, 江苏 南京 211189)

摘要:采用影响机制分析、单位根检验、Granger 因果检验、协整检验以及误差修正模型的方法,对 1992—2011 年跨国公司 R&D 投资影响贵州经济增长的情况进行实证分析。结果表明,跨国公司 R&D 投资与贵州经济增长之间存在着长期稳定的均衡关系,而且两者之间互为 Granger 因果关系;跨国公司在贵州的 R&D 投资促进了贵州经济的增长,而贵州经济的增长也带动了跨国公司在贵州的 R&D 投资,两者呈正向变动关系。最后根据研究结论提出了相应的建议。

关键词:跨国公司; R&D 投资; 西部; 经济增长

中图分类号:F061.2 **文献标识码:**A

一、引言

在目前全球经济的发展浪潮中,作为 FDI 高级形式的跨国公司 R&D 投资对目标国经济的增长有着越来越大的影响。我国西部地区各省份在引入 FDI 以及发展经济方面,均取得了较快的增长,尤其是贵州省,其自 20 世纪 90 年代初以来,在引进跨国公司 R&D 投资与自身经济增长方面都取得了显著成绩,那么跨国公司 R&D 投资对贵州省经济增长的影响是怎样的? 跨国公司在贵州省 R&D 投资的过程中,贵州省经济的快速增长对其反作用力如何? 这两者之间是否存在着长期稳定的均衡关系或者其它关系? 对此,相关专家学者从定性的角度做了一些研究,但却较少有进行定量分析的成果。

本文利用 EViews6.0 和 SPSS16.0 计量分析工具对跨国公司 R&D 投资与贵州省经济增长之间关系进行了实证分析,以期得出一些结论。

二、文献综述

(一) 国外研究现状

Amirahmadi and Wu(1989)将经济衰退部分归因于外国投资的缺乏。然而他们在研究过程中,忽略了人力资本因素。Benhabib and Spiegel (1995)通过研究发现:一国的人力资本决定了其吸收跨国

公司技术转移的能力。尤其是发展中国家,如果不具备充足的人力资本,就会限制对跨国公司先进技术的接受和应用。Borensztein 等(2005)通过对 69 个发展中国家 1970—2003 年的数据进行分析,认为跨国公司 R&D 投资的技术外溢导致了东道国经济的增长。Husian(2010)应用时间序列和横截面序列相结合的方法对东亚国家(不包括中国)1988—2009 年的经济数据进行了回归分析,发现跨国公司 R&D 投资对经济增长有显著的促进作用。

但有的研究却得出相反的结论:Gupta 和 Islam (2010)采用对发展中国家时间序列与横截面序列相结合进行研究的方法,考察了 1990—2009 年发展中国家的跨国公司 R&D 投资对经济增长的影响,结果发现跨国公司 R&D 投资对经济增长没有明显的作用。

(二) 国内研究现状

国内学者也研究了跨国公司 R&D 投资与经济增长的关系。许学国、梁红、王丹(2002)检验结果证明,跨国公司 R&D 投资与我国经济增长之间具有正相关关系,跨国公司 R&D 投资的增加能长期稳定地促进经济增长。沈坤荣、耿强(2006)构建了一个包含跨国公司 R&D 投资和人力资本的内生增长模型,并运用 1987—2005 年中国 29 个省、市及自治区的有关数据进行了计量回归,认为跨国公司

* 收稿日期:2013-03-29

作者简介:臧秀蓉(1978-),男,江苏南京人,东南大学诚贤学院讲师,河海大学在读博士研究生,主要研究方向为宏观经济学、计量经济学。

R&D投资的增长导致了经济增长率的增加。周琳(2006)对跨国公司在中国的R&D投资和中国经济增长之间的关系作了统计分析,认为跨国公司R&D投资与GDP之间存在互为因果关系。彭荣华(2010)采用增长率研究跨国公司R&D投资、地区差异与中国经济增长的问题,在进行总体样本的多元回归分析之前,首先对跨国公司R&D投资与我国经济增长的因果关系检验结果作了简要叙述,断定跨国公司R&D投资引起GDP的增长,而GDP的增长不是跨国公司R&D投资增长的原因。

(三)国内外研究现状的不足以及本文的创新

1. 目前国内外关于跨国公司R&D投资对经济增长影响的研究范围都比较大,比如以某几个发展中国家、拉美地区、东亚地区或以中国为研究对象,而小范围的研究,譬如具体以某个省份的R&D投资对其经济增长影响的研究还比较少,这是近年来国内外研究现状的不足,而本文正好弥补了这一不足。

2. 近年来,贵州省的经济发展迅速,在吸引跨国公司R&D投资等方面成效显著,但贵州省仍是全国经济发展水平最为落后的省份之一。在绝大多数的文献资料中,对我国西部经济落后的省份的研究较少,而本文采用实证研究的方法分析了跨国公司R&D投资对贵州经济增长产生的影响,具有新意。

三、跨国公司R&D投资影响贵州经济增长的机制分析

跨国公司R&D投资影响贵州经济增长的机制有以下三个方面:

(一)先进技术的扩散效应

技术是推动贵州省经济发展最为关键的要素之一。贵州省既没有研发技术的强大能力,又缺乏引进技术的资金。因此通过跨国公司R&D投资获得国外技术是十分重要的途径。无论是古典经济增长理论还是新经济增长理论,都认为技术是诱导经济增长的重要因素。跨国公司R&D投资转移技术的途径主要有研发中心的设立、中间产品的当地生产以及产品的当地生产。

(二)产业结构的优化效应

产业结构的优化也是跨国公司R&D投资促进贵州省经济增长的重要途径。跨国公司R&D投资优化贵州省的产业结构有两条途径,一是外商在东道国直接设立科研企业,这些企业属于较高的产业层次;二是外资企业的发展带动东道国相关产业的

发展,如金融、房地产等。

(三)外商资本的弥补效应

增长经济学家普遍认为,资本积累是经济增长最重要的因素。发展中国家和地区在经济起步阶段通常面临建设资金不足的困难。正如两缺口模型所揭示的那样,跨国公司R&D投资在补充科研资本资源以缓解一定程度的储蓄和外汇短缺的困境方面可以发挥作用。从微观层面上讲,资本是厂商进行生产的重要生产要素,生产规模的扩张、新的厂商的设立都必须有大量资本的支持。因此吸引跨国公司R&D投资可以为贵州筹措建设资金,扩大企业尤其是高新技术企业的生产规模,从而促进贵州经济增长。

四、跨国公司R&D投资对贵州经济增长的实证分析

在研究过程中,因为跨国公司R&D投资的数据搜集较难,所以本文有的年份是以外国直接投资作为跨国公司R&D投资(FRD)的代理指标。在研究过程中,考虑了两个变量:贵州地区生产总值(GDP)和跨国公司R&D投资(FRD),实证分析中取1992—2011年的数据为样本区间,此处所用数据均来源于历年《贵州统计年鉴》、《贵州对外经济贸易年鉴》以及《贵州六十年》。GDP和FRD都以当年价计算。为了消除汇率因素的影响,对FRD进行了汇率换算处理,同时为了研究方便,考虑到通过对数化以后数据序列易得到平稳序列而不改变变量的特征,并且能消除数据中存在的异方差,故对变量GDP和FRD分别取自然对数,从而得到新的变量序列,分别记为LNGDP和LNFRD,其相应的一阶差分序列记为 Δ LNGDP和 Δ LNFRD。

设定回归模型为 $\ln GDP = \beta_0 + \beta_1 \ln FRD + \mu_t$,式中 β_0 、 β_1 是参数, μ_t 是随机误差项。

研究使用的分析软件为EViews6.0和SPSS16.0。

(一)单位根(平稳性)检验

在对时间序列数据进行回归分析时需要对其进行平稳性检验,检查序列平稳性的标准方法是单位根检验。笔者采用ADF单位根检验。在ADF单位根检验中,通过图形观察来确定是否包含常数项、时间趋势,并采用赤池信息准则(AIC)来确定时间序列模型的滞后阶数。

从图1可以看出,两个变量都有一定的时间趋势,并且显示两个序列的均值都不为0,所以在进行单位根检验时,检验类型中应包括趋势项和常数项。

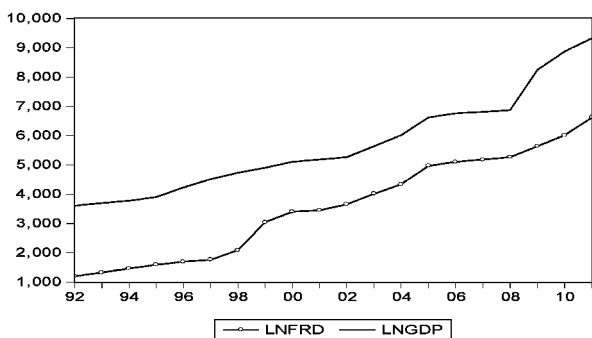


图1 1992—2011年我国LNFRD和LNGDP的变动趋势

表1 1992—2011年我国LNFRD和LNGDP的相关系数分析

	LNFRD	LNGDP
LNFRD	1.000000	0.814976
LNGDP	0.814976	1.000000

单位根检验是为下面的协整检验做铺垫的,因为在检验一组时间序列的协整性或长期均衡关系之前,应首先检验时间序列的单整阶数。本文研究的变量有两个,那么这两个变量的单整阶数应该相同才可以进行协整检验。通过表1可以得到:在检验类型为包含常数项和趋势项的情况下,对时间序列LNGDP和LNFRD进行单位根检验得到原序列都是非平稳序列,一阶差分后的序列在10%、5%甚至1%显著性水平下都是平稳的,均不存在单位根,从而具有相同的单整阶数,即都是I(1)序列,这满足进行协整检验的条件。

表2 LNFRD和LNGDP的单位根检验结果

变量	检验形式	ADF统计量	显著性水平			检验结论
			1%	5%	10%	
LNFRD	(c,t,1)	-2.06	-4.23	-3.73	-3.22	非平稳
LNGDP	(c,t,0)	-1.11	-4.34	-3.59	-3.23	非平稳
* LNFRD	(c,t,1)	-4.6	-3.69	-2.97	-2.63	平稳
* LNGDP	(c,t,1)	-3.92	-3.65	-2.88	-2.59	平稳

注: ADF检验的原假设 H_0 :含有单位根,则序列是非平稳时间序列;检验形式中的c和t分别表示带有常数项和趋势项,k表示滞后阶数;滞后期的选择以赤池信息准则(AIC)为依据;*表示变量的一阶差分。

(二)协整检验

协整是一个强有力的概念,它可以视为是一种均衡关系性质的统计表示。在短期内,因为季节影响或随机干扰,变量有可能偏离均值,如果这种偏离是暂时的,那么随着时间推移将会回到均衡状态;如果这种偏离是持久的,就不能说这些变量之间存在

均衡关系。而协整检验正是对这种均衡关系的一种检验,协整检验从检验的对象上可以分为两种:一种是基于回归系数的协整检验,如Johansen协整检验;另一种是基于回归残差的协整检验,如CRDW检验、DF检验等。

本文采用Johansen协整检验对变量LNGDP和LNFRD进行检验,检验结果如表3和表4所示:

表3 特征根迹检验的输出结果

原假设	特征根	特征根迹检验	0.05的显著性水平	相伴概率
None*	0.445325	16.34520	15.57231	0.0313
At most 1*	0.319470	3.213726	5.841466	0.1724

表4 最大特征值检验的输出结果

原假设	特征根	最大特征值检验	0.05的显著性水平	相伴概率
None	0.422717	14.44653	11.26365	0.0472
At most 1*	0.248230	3.267376	5.873276	0.1473

根据表3和表4,在5%的显著性水平下(即在95%的置信度下),特征根检验的统计结果有 $16.69 > 15.49$,相伴概率为3.13%; $3.21 < 5.84$,相伴概率为17.24%。最大特征值统计量检验结果有 $14.47 > 11.26$,相伴概率为4.72%; $3.21 < 5.84$,相伴概率为14.73%。特征根检验和最大特征值统计量检验都表明变量之间LNGDP和LNFRD之间至少存在一个协整关系,即跨国公司R&D投资与贵州经济增长之间存在着长期稳定的均衡关系。

(三)Granger因果性检验

Granger因果检验(Granger causality tests)是判断一个变量的变化是否是另一个变量变化的原因,这是经济计量学中的常见问题。由于时间序列LNGDP和LNFRD经过一阶差分后是存在协整关系的平稳变量,因此可以进行Granger因果关系检验。

表5的Granger因果检验结果表明:在滞后2期时,LNGDP不是LNFRD的Granger原因的相伴概率为0.383%,LNFRD不是LNGDP的Granger原因的相伴概率为1.761%,说明在显著水平为5%的情况下,跨国公司R&D投资与贵州省经济增长是互为Granger原因的关系。

表5 LNFRD和LNGDP的Granger因果检验结果

Granger因果检验			
样本区间: 1992—2011			
滞后阶数: 2			
原假设	观测值	F统计量	相伴概率
LNGDP不是LNFRD的格兰杰原因	18	17.8020	0.00383
LNFRD不是LNGDP的格兰杰原因		9.06055	0.01761

根据表 6 可以得到以下的协整方程:

$$\text{LN}GDP_t = 1.326 + 0.453 \text{LN}FRD_t \quad (0.034)$$

根据上式可知, LNFRD 对 LNGDP 影响的弹性系数是 0.453, 表明 LNFRD 每增加一个百分点, 会带来 LNGDP 上升 0.453 的百分点, 同理, 如果 LNFRD 每下降一个百分点, 会带来 LNGDP 下降 0.453 的百分点。LNFRD 对 LNGDP 影响还是比较显著的。

表 6 标准化协整方程系数

一个协整方程		对数似然函数值 86.26968
LNGDP _t		LNFRD _t
1.000000	1.326235	-0.452953 (0.03423)

(四) 误差修正模型

误差修正模型(ECM)有单一方程和多方程两种形式。单一方程模型是由均衡误差、原变量的差分变量以及随机误差项组成的。多方程模型是在向量自回归模型基础上建立起来的, 它是由 Engle 和 Granger 共同建立的, 又叫向量误差修正模型(VECM), 它是一种将协整和误差修正模型结合起来的研究方法。

利用计量软件估计得到的向量误差修正模型方程如下:

$$\Delta \text{LN}GDP_t = 0.7326 \text{LN}FRD_t - 0.0353 \text{ECM}_{t-1} \quad (12.3) \quad (-7.2)$$

$R^2 = 0.981, DW = 2.02$, 其中 $\text{ECM}_t = \text{LN}FRD_t - 0.642 \text{LN}GDP_t$

通过对上式进行检验, 发现所有的回归系数都可以通过显著性检验, 误差修正项的拟合值与实际值的拟合效果良好, 整体上表明此方程的整体拟合度是比较高的。

(五) 实证研究总结

通过对跨国公司 R&D 投资影响贵州经济增长的实证分析, 可以得出以下结论:

第一, 1992—2011 年期间, 跨国公司对贵州省 R&D 投资与贵州经济增长之间具有长期稳定的协整关系, 由图 1 也可以看出, 跨国公司对贵州省 R&D 的投资和贵州省的经济增长在这 20 年间均呈现出向上增长的趋势, 尽管 R&D 的投资有波动, 但整体趋势是向上的。

第二, 跨国公司对贵州省的 R&D 投资与贵州经济增长之间呈现出互为因果的关系。通过 Granger 因果检验确认了跨国公司 R&D 投资是贵

州经济增长的原因, 跨国公司 R&D 投资伴随着先进的生产技术和先进的管理方法及其扩散效应对贵州省经济增长具有一定的推动作用, 同时贵州经济增长对跨国公司 R&D 投资流入的促进作用也是较明显的, 两者呈正向变动关系。贵州经济增长促使跨国资本逐渐投入贵州, 较充分地吸引住了跨国资本。

五、政策建议

实证分析结果表明跨国公司 R&D 投资对于贵州经济发展起到了较为明显的、积极的促进作用。为了更好地推动贵州经济的持续增长和繁荣, 促进社会发展, 我们不仅要注重利用外资的数量, 更需要特别重视利用跨国公司 R&D 投资的质量。

(一) 注重提高引资质量

跨国公司 R&D 投资对贵州经济的增长作用主要体现在经济总量上, 而对产业结构的调整和升级及经济质量的提高没有明显作用, 因此我们不仅要积极引入跨国公司 R&D 投资, 还要提高跨国公司 R&D 投资的质量; 不能仅为了引资而引资, 还应把利用跨国公司 R&D 投资实现贵州省产业结构升级结合起来。

(二) 建立透明化竞争机制加强和改善投资环境

从整体来看, 贵州的投资环境在不断改善, 但由于地处西部地区, 与东中部城市相比还有很大差距。当前贵州要抓住国家实施中部崛起战略的有利机遇, 通过建立高效廉洁的政府, 创造良好的投资和公平竞争的市场环境, 做到市场化、公平化、公开化及监督机制的透明化和制度化, 从而促使跨国公司 R&D 投资更好地为贵州的经济增长服务。

(三) 发挥贵州劳动力和自然资源丰富的比较优势

贵州参与国际竞争及吸引跨国公司 R&D 投资流入的优势在于其丰富的自然资源、充足的能源储备、廉价的劳动力和并不薄弱的工业基础。贵州要在提高劳动者素质的同时积极引导 R&D 投资投向那些具有劳动密集倾向的资本、技术密集型产业以扩大就业, 同时要加强对开发与生产技术含量高的高附加值产品, 充分抓住当前的国际发展机遇, 积极参与国际分工以加快地区的开放与开发, 从而实现贵州经济的快速增长和社会的全面发展。

(四) 提升 R&D 投资利用效率以推动经济产业结构优化升级

由于地处西部、工业发展相对缓慢, 加之资金投入不足而导致贵州产业结构升级缓慢。因此贵州在

积极引入跨国公司 R&D 投资的同时,应引进高新技术和工业生产线并将其用于改造传统产业,提高商品的质量、技术含量和附加值,优化出口商品结构,加快产品更新换代,推动产业升级与技术进步,使市场形成有效竞争,从而最终促进贵州经济的整体发展。

参考文献:

- [1] Amirahmadi, Hooshang and Weiping Wu. Foreign Direct Investment in Developing Countries[J]. The Journal of Developing Areas, 1990(8): 21-23.
- [2] Lucas, R. On the mechanics of economic development [J]. Journal of Monetary Economics, 1998 (1): 56-61.
- [3] E Borensztein, J. De Gregorio and J-W Lee. How does foreign direct investment affect economic growth [J]. Journal of International Economics, 2005(5): 36-39.
- [4] Benhabib J, M. The Role of Human Capital in Economic Development Evidence from Aggregate Cross Country Data [J]. Journal of Monetary Economics, 2010 (9): 13-23.
- [5] Granger, J. Co-integration and error correction: representation, estimation and testing [J]. Econometrica, 2010(2): 69-73.
- [6] 许学国, 梁红, 王丹. 跨国公司 R&D 中心集聚动因分析与集聚水平测度研究 [J]. 科技进步与对策, 2002 (1): 18-21.
- [7] 沈坤荣, 耿强. 跨国公司服务中国市场——为什么偏爱出口贸易 [J]. 经济学(季刊), 2006(5): 46-53.
- [8] 周琳. 跨国公司对外 FDI 动机——典型案例分析 [J]. 经济研究导刊, 2006(1): 68-77.
- [9] 彭荣华. 跨国公司国外经营机构内部环境控制风险及应对措施探讨 [J]. 财经界(学术版), 2010(2): 51-56.
- [10] 傅启能. 浅析国际直接投资对中国经济增长的影响 [J]. 现代营销(学苑版), 2013(1): 33-38.
- [11] 张磊. 论全球化条件下跨国公司对国籍的持续依赖 [J]. 大庆师范学院学报, 2012(9): 97-101.
- [12] 任敏, 韩卫红. 贵州省与周边省区利用外资的现状与发展潜力之比较研究 [J]. 经济师, 2006(9): 56-59.
- [13] 田孟清. 西部利用外商直接投资的现状与对策 [J]. 中南民族大学学报, 2007(8): 36-37.
- [14] 张晓峒. 计量经济学基础(第3版) [M]. 天津: 南开大学出版社, 2009.
- [15] 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, 2009.
- [16] 易丹辉. 数据分析与 Eviews 应用 [M]. 北京: 中国统计出版社, 2009.
- [17] 刘伟, 陈昭. 计量经济学软件建模方法与操作技巧 [M]. 北京: 机械工业出版社, 2010.
- [18] 张晓峒. Eviews 使用指南与案例分析 [M]. 北京: 机械工业出版社, 2009.
- [19] 李子奈. 计量经济学基础(第二版) [M]. 北京: 高等教育出版社, 2010.

Research Into Effects of TNCs' R&D Investment on Western Economic Development

——Analysis of Guizhou Data Based on Cointegration and ECM Test

ZANG Xiu-rong^{1,2}

(1. Southeast University Chengxian College, Nanjing 211189;

2. Hohai University, Nanjing 211189, China)

Abstract: By using the methods of influencing mechanism analysis, unit root test, Granger causality test, cointegration and ECM test and analyzing the data from 1992—2011, the paper empirically studies the effects of TNCs' R&D investment on the western economic development. The results show that there is a long-run, stable and balanced relationship and Granger causality between TNCs' R&D investment and the western economic development. They also show that TNCs' R&D investment in Guizhou stimulates the growth of Guizhou economy and the growth of Guizhou economy also brings about TNCs' R&D investment, which demonstrates the positive change relationship between them. Finally, the paper raises corresponding suggestions based on the research conclusion.

Key words: TNCs; R&D investment; western parts; economic development

(责任编辑:魏有广)

中小会展企业关键成功因素分析与管理创新研究*

齐红霞

(中国海洋大学, 山东 青岛 266100)

摘要:本文以关键成功要素分析法为基础,采用53家企业的样本数据进行调查分析,并用常规项目系统模型展现关键成功因素之间的动态关系。研究结果表明,会展项目的成功主要受四个因素的制约,在此基础上提出项目导向型会展企业管理创新的四要素模型,最终构建出项目化管理的组织模式。

关键词:中小会展企业;关键成功要素;管理创新;项目化管理;绩效管理系统

中图分类号:F279 **文献标识码:**A

会展企业作为会展产业发展的主体,其日常经营管理水平对会展业的发展起着决定性的作用。根据会展经济蓝皮书(2011),当前我国大多数会展企业专业化水平不足,随着国际展览巨头国际化战略的实施,国内中小会展企业的生存压力更是不断增大,而传统的管理模式和脱离会展行业实际的理论借鉴,已成为制约其进一步发展的瓶颈。因此,建立先进的、适应会展企业发展需要的管理模式,实现会展企业管理创新,是当前我国中小会展企业的必然选择。本文认为将项目化管理的思想导入到中小会展企业的管理创新中将更符合企业实际,因此,本研究的重点是中小会展公司实施管理创新的有效落脚点和切合实际的管理创新策略。本文以53家已经发展初具规模的会展公司为研究样本进行分析,试图得出两个关键问题:(1)对中小会展公司所举办的会展项目来说,其成功的关键因素有哪些;(2)从对会展项目的管理入手,企业如何实施管理创新。

一、文献回顾与问题提出

(一)相关文献回顾

关键成功要素法(Key Success Factors, KSFs)能够实现研究过程的化繁为简,是一种非常普遍的学术研究方法。在国外其使用范围很广泛,既有对不同行业、不同类型企业分析的使用,也有将其具体应用到单个公司的。从这些对关键成功要素的案例来看,其分析方法大都大同小异,与此相比,更为重要的是在关键成功要素得出的分析过程中,抛弃简单的问卷打分形式,一些更为科学合理的分析过程

被不断的引进,如吉伊斯(Jiunn-I Shieh)等人为研究台湾医院服务质量的关键成功要素,研究分两次调查进行,首先利用SERVQUAL模型从病人或家属的角度确定七大标准,在第二次试验中,使用决策试验和评价试验模型(DEMATEL)来探讨评估标准的重要性和建立标准之间的因果关系。而且,针对关键成功因素本身存在的弊端,学者们也提出不同的改进方法,如宙斯福特(Joyce Fortune)提出常规系统模型(the Formal Systems Model)规避关键成功因素的种种弊端。这些都为我们使用该分析方法研究问题提供新的视角和借鉴。

国外有关企业项目化管理的研究已经比较系统,很多研究成果对中小会展企业的管理提供了借鉴。比瑞特(Peter Barrett)、马丁斯特(Martin Sexton)以建筑行业为例说明了以项目为导向的小型企业的创新通常与日常运行活动紧密相连,实施的动机是通过有效挖掘利基市场来满足顾客需求,从而获得生存和稳定,这一点与大型组织有很大区别。若德尼(Rodney Turner)、安莱德斯(Ann Ledwith)通过对比不同行业(包括服务业和餐饮业)、不同规模、不同国家的企业,认为与传统的大型组织相比,中小企业(SMEs)在项目化管理的过程中对官僚形式的需求较小,最终尝试勾勒出能够满足中小企业实质的项目化管理模式。泰勒(Turner)认为微型公司在项目管理中不会雇佣专门的项目经理,而是利用具有其他基本角色的人员来完成,在小型和中型的企业通常不倾向于使用公认的项目管理工具和

* 收稿日期:2013-03-19

作者简介:齐红霞(1988-),女,山东淄博人,中国海洋大学管理学院硕士研究生,研究方向为会展经济。

技术。莱德斯(Ledwith)指出高科技和服务行业中的中小企业在选择项目管理活动时首先要确定合适的成功标准,进行关键成功要素分析,进而选择对应的项目管理工具和技术。凯瑞(Karin Bredin)实现了员工个人能力与企业发展战略、职能性能力和项目能力的一体化,进而得出项目导向型组织人力资源管理(HRM)的概念性框架。

通过梳理近三年的研究成果,国外有关企业管理创新的研究视角更加具体和新颖,这为我们对中小会展企业的研究提供了新的思路。斯凯斯(Joseph Sarkis)、凯汉莱(Kee-hung Lai)从生态现代化的角度研究了绿色供应链管理创新的扩散与组织改善之间的关系。吉柏(Heiko Gebauer)探索了管理创新对企业动态能力演化的贡献,指出那些找到创新方式管理自身能力的企业能够获得竞争优势。凯琳娜(Carolina López-Nicolás)、吉姆(Dong-Young Kim)、玛瑞(Maria Kapsali)分别从知识管理、全面质量管理、项目系统化管理角度探究了企业管理创新的实施。

国内对会展企业管理的研究刚刚兴起,其研究视角主要是针对企业管理过程中的某些方面,如客户关系管理、核心竞争力讨论、财务等单个视角,从企业整体出发探讨动态管理过程的研究并不多见。罗秋菊用实证研究法论述了我国民营会展企业的成长过程和影响因素,为处于成长期的中小民营会展企业提供现实借鉴。而有关会展企业管理创新的研究,更多的是从宏观上给出思路,对具体的实施没有做进一步的探讨,对该领域的研究尚属空白。在研究中小会展企业管理创新时应借鉴国内学者对其他类型企业管理创新的成果,如陈佳贵讨论了如何掌握企业管理的系统性;陈晓红、赵可探讨了冲突管理和冲突的交互作用对团队绩效的影响;邝宁华等提出了知识型企业的“引导-服务-激励型”管理模式。

(二)会展企业管理创新模式分析

借鉴其他行业企业管理创新的内容,会展企业管理创新主要涵盖战略创新、组织结构创新、服务创新、知识创新、营销创新和人力资源管理创新等方面。当前学界对会展企业管理创新模式的研究主要是基于会展业务流程,将整个流程划分为展前(展会主题的确定、申报审批、招商招展、宣传营销)、展中(展会现场的组织管理、服务管理等)和展后(后续营销、信息反馈等)三大部分。会展企业的管理创新依托以上会展业务流程,在具体的流程环节中实现创新,通常包括展会主题选择的创新、宣传创新、展览

现场的管理创新等。以上这种以会展业务流程为依托的管理创新在分析会展运营模式时实用性较强,但从一个会展企业的整体管理来看,该种分析方法难免存在过度强调会展业务流程之外的日常管理工作的缺点,最终造成会展企业在对参展商、专业观众等利益相关者提供服务的过程中程序繁杂、不能满足其个性化需求的后果。

当前,在企业管理界,以项目管理为发展方向的企业创新成为一种新兴的思想,这种项目管理模式在企业的研究开发、市场营销等方面表现的更有效率,以其独特的价值被越来越多的非项目型企业所借鉴和采用。对我国为数众多的中小会展企业而言,受资金、企业资源、实力等方面的限制,每个企业所涉足的会展项目数量有限,而且企业的所有管理活动都可按会展项目进行归类,因此,以会展项目作为实现中小会展企业管理创新的依据符合当前发展实际。

二、中小会展企业项目化管理的导入与设计

(一)中小会展企业项目化管理的导入

1. 中小会展企业的项目化管理

项目导向型企业(Project Oriented Company, POC)的主导思想是“按项目进行管理”(Management by Project),该种组织体制以创新为导向构建企业的组织体制,是当前知识经济条件下企业管理方式转变的趋势。在项目导向型企业中通常设有项目管理办公室(Project Management Office, PMO),以为各个项目配置资源。在这种企业里不仅设有针对企业日常运营事项的职能部门,还针对各项目设有临时性团队,其核心工作模式是对单个项目或项目群的管理。另外,项目导向型企业最主要的是要有一种鼓励创新和强调团队合作的组织文化。

从广泛意义上来说,会展企业属于项目导向型企业。与其他典型的项目导向型企业(比如房地产建筑公司、IT软件开发公司等)相比,中小会展企业的项目除了具有一般项目所共有的顾客导向性、效益整合性等特点外,会展项目还具有项目连带性和客户广泛性的特性。所谓项目的连带性,主要是指会展公司所举办的展会在主题上往往是某一领域内相近或相通的展会,比如食品工业博览会、食品加工与包装设备博览会与食品保鲜及冷冻/冷藏技术设备展览会。顾客的广泛性,主要是仅就单一展会来说,所面对的顾客除了观众和参展商外,还要涉及到展会产品供应链的上下游企业、大型采购商、相关服

务的供应商等,客户关系广泛。根据项目导向型企业中已有的成熟理论,结合关键成功要素分析法的特点,本文提出以关键成功要素为基础的会展项目化管理模型,如图 1 所示。

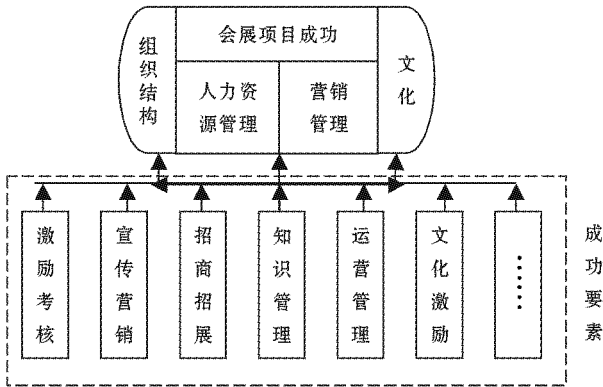


图 1 会展项目化管理模型

2. 会展项目的关键成功要素分析

在项目管理中,关键成功要素分析法是比较常用的研究方法。为使本研究在管理创新的选择上更有针对性,在此同样引入该分析方法。本次问卷调查的样本是来自青岛、北京、广州、杭州等 17 个城市的 53 家中小会展公司(根据员工数量、所举办展会数量、管理层级和工作性质,按公司的规模分为三类:微型、小型和中型公司)的部分从业者,主要是将企业高层领导、会展项目经理、会展项目团队的领导者等作为问卷调查对象。为保证调研的有效性,本次调查先对位于青岛市的嘉路博国际会展有限公司、金诺会展、海名国际会展有限公司、海辰国际会展有限公司、蓝博会会展有限公司五家会展公司的有关人员进行访谈和预测,共发放 50 份问卷,根据访谈和初测调查结果对问卷进行修改得以最终形成。问卷的发放是通过直接发放、电子邮件、信函邮寄的形式分 2 次发放的,并结合一定的网上调查,共发放问卷 600 份,有效回收 134 份,有效回收率为 22.33%。根据统计结果,按得分高低得出会展项目关键成功要素。

鉴于关键成功要素分析法本身存在着两个缺陷:一是忽视了各因素之间固有的内部联系和相互影响,而将其机械式的割裂开来;二是该方法将项目的执行过程看成是一个静止的过程,忽略了不同因素在项目执行的不同生命周期会有不同程度的重要性这一现象。在实地调查中,我们发现,不同的被调查者对会展项目关键成功要素的观点分歧很大,为

克服以上不足,在此引入全面系统模型。结合实地调查和访谈的数据资料,得出中小会展企业的全面系统模型如图 2 所示:

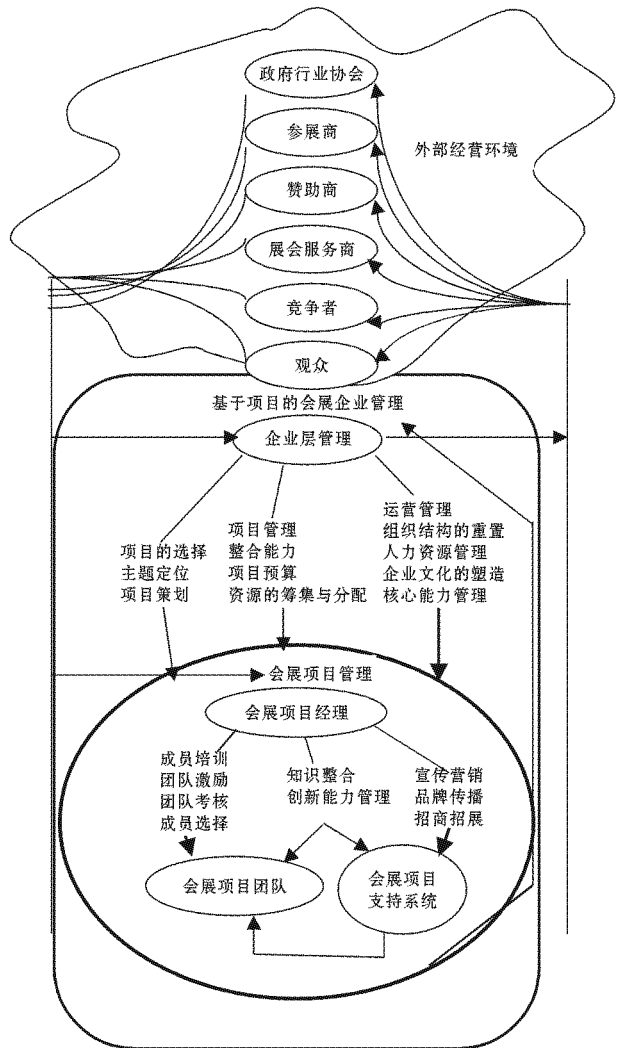


图 2 会展项目的正式系统模型

该模型的中心部分是会展项目管理系统,也是整个模型的核心,外围部分是从整个企业的角度所实施的管理系统,顶端部分是企业经营的外部环境系统。该模型不仅包括了前文所涉及的全部关键成功要素,而且也进一步反映了各要素之间的动态关系和外部环境对项目成功的影响,并包含了各因素之间关系的不同相关程度。文章后半部分将从该模型的互动关系中探讨企业管理创新的立足点和相应措施。

3. 基于关键成功要素的中小会展企业管理

通过以上会展项目关键成功要素图和会展项目的正式系统模型可知,一个会展项目的成功运作最为关键的影响因素主要包括项目的选择、经营管理、

企业营销能力和运作能力这四方面。其中在影响会展项目的选择因素中,主要依赖的是企业的创新能力,这种创新能力则依赖于鼓励创新的企业文化和创新性的人力资源管理,营销管理能力也是针对具体的某一会展项目的营销而不是对整个企业而言,企业运作能力的实现最根本的基础则是企业组织结构的改革和重新设计,对会展项目的经营管理主要依托于企业的核心能力管理。

根据项目导向型企业的基本模式和会展项目的关键成功要素分析,得出中小会展企业在以会展项目为导向管理创新的四要素模型:以项目为核心包括企业的组织结构创新、人力资源管理创新、营销管理创新和企业文化创新这四方面。

(二) 中小会展企业项目化管理的设计

1. 组织结构创新设计

当前,我国大部分中小会展企业仍是比较典型的职能型组织结构(Functional organization structure),其缺点主要表现在:一是参展商利益和企业内部各职能部门的利益之间常常发生冲突,不仅造成在对参展商的服务过程中手续繁杂,而且也常常忽视参展商和观众的需求。二是不同职能部门之间的协调和平衡较困难。由于任何一个会展项目的完成都是由若干个职能部门共同完成的,因此,对于会展企业来说,部门之间的协调和平衡尤为重要,这种职能部门之间权力的分割不利于团队的沟通和协作。三是展会项目经理作用受限。在职能型组织结构中,展会项目经理的权力受制于总经理及各职能部门,针对参展商需求的应变能力和灵活能力差,其作用受到很大限制。

各中小会展企业在向项目化管理转变的过程中,最基础的工作是要实现组织结构的重组。项目导向型企业中“按项目进行管理”(Management by Project)的管理思想、外包策略给企业带来低成本、专业化的服务效率等为中小会展企业的组织结构提供了新的思路和借鉴。从企业内部来说,中小会展公司通过外包将非核心业务进行分权,同时通过缔结合同关系进行集权,常见的有展台的搭建服务、会展物流服务等,由此要求改变当前会展企业的科层结构,通过构建动态网络以最大程度的实现灵活性。从企业外部来说,一个展会项目的成功举办往往是基于一个以主办方或企业为中心的有不同专业公司构成的专业化网络。应将职能模式与项目模式相结合的项目化模式,总体上以矩阵式组织结构

为主,纵向实现了以团队为核心的总线式结构。虚线框内的职能部门可以通过外包的形式分离出去,由专业机构完成,以实现精简机构、集中优势的目标。以财务部为例,作为中小会展公司可以只保留一名财务人员,其职责是记流水账,而对其他的纳税申报、应收账款管理等其他财务管理活动外包给有关的金融机构或收账公司完成。

2. 中小会展企业的人力资源管理创新关键成功要素分析

(1) 项目管理模式下的员工行为

与传统的职能型组织相比,项目型组织中的员工行为具有目标明确、行动一致,各尽所能、各显神通,紧密衔接、配合协作和压力大、有不安全感的特点。在中小会展企业中,实行项目化管理的模式对员工的心理和行为都会产生影响。推行项目化管理后,将会展项目所涉及的所有工作都在进度安排表等相关文件中列出,就不会存在责任不明、无人管理的工作,这样一来。虽然员工的工作量和工作压力增大,但同时能够带来挑战性和成就感。项目化管理有助于提升员工个人能力,这就要求企业相应提高对员工的回报,防止员工跳槽和工作积极性的消退。会展项目化管理使得员工有更多的机会得到领导的认可和肯定。

(2) 多重角色的会展项目团队管理

在实行项目化管理的中小会展企业中,工作内容被“项目化”,比较突出的几个特点是管理人员被赋予新的角色、出现下级领导上级的现象和职能经理转化为项目经理,需要多角度权衡。管理人员被赋予更多的角色,最直接的感受是与之之前相比多出了好多工作,每个人要扮演多个不同的角色,承担更具体、更重的责任,尽管称谓是临时、虚拟的,但工作权力和责任却是现实的。随着职能型组织结构的改变,原来的高层领导者就会成为某一会展项目团队的成员,接受底层管理人员的领导。项目经理除了要完成部门的绩效指标外,还要承担更多的权衡责任,权衡本会展项目团队与其他会展项目团队的资源、利益分配,权衡手中所掌握的员工、外部专家、参展商、赞助商、政府人员等大量资源的使用和分配等。这种多重角色的项目团队演变过程可用图3表示:

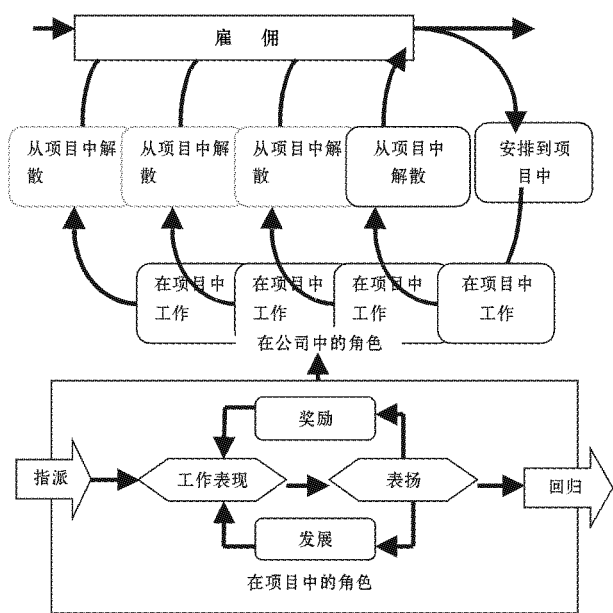


图 3 多重角色的项目团队演变过程

在我国中小会展企业的项目团队管理中普遍的问题主要体现在组织体制和业务管理两方面。一方面,在组织体制上,由于大多数中小会展公司为民营会展公司,受观念的影响公司所有者不仅对会展项目经理有较强的戒备心理,而且也不愿意常年养人,除少数业务骨干外大都是临时性的招兵买马,尤其体现在销售人员上,因此,这种连基本的劳动合同都不签的临时性工作造成了项目团队成员的不稳定。另一方面,在业务管理上,大多数中小会展企业的项目团队是以销售人员为主,受“临时工”思想的影响以及企业工资中高比例“提成”的刺激,对展会的服务并未给以足够重视。

为适应这种多重角色的会展项目团队管理的需要,加强对会展项目团队的管控,改变考核和激励方式,防止项目经理带走客户,对会展项目的团队管理就是比较有效的方式之一。主要的措施可以从以下角度考虑:建立参展商、专业观众、赞助商等的档案和数据库,重视团队的角色细分和团队合作,强化团队内的协作,遵循“A+B”法则,在业绩考核上改变当前以“提成”为主的单一考核标准,按照会展项目的推进阶段和会展项目过程的关键内容将考核体系分为里程碑成果和最终成果两部分。

(3) 虚拟化管理的实施

美国学者 David P. Lepak 与 Scott A. Smell 提出,人力资源虚拟化是一种基于合作关系并利用信息技术来帮助组织获取、开发和配置人力资源的网络组织。虚拟人力资源管理主要是指将有限的内

部人力资源集中在核心业务上,利用外部人力资源,按照特殊性和及时性的原则实现最佳配置。在中小会展企业中应广泛采用聘请外部管理专家和智囊人才,以对企业的经营管理和会展项目的运作提供顾问,这是比较典型的虚拟实践社团形式。另外,人力资源外包也正日益成为广大中小会展企业采取的管理策略之一。

中小会展企业在人力资源虚拟化管理中,应着重把握的几方面内容有员工虚拟、员工薪酬虚拟、招聘虚拟和培训虚拟。员工虚拟对中小会展企业的适用性最强,包括劳力虚拟和智力虚拟,其中劳力虚拟主要是为中小会展企业提供体力劳动的服务,尤其体现在展台搭建和展会现场服务中志愿者的招募中,这也是为适应当前“单一就业模式”向“补丁模式”转变的趋势;智力虚拟是典型的借用外脑为企业提供智力、知识服务的运作方式,在中小会展公司中除了借助高等院校、科研机构的高级人才外,将展会策划外包给专业策划公司、咨询机构等也是借助外力的有效方式。薪酬虚拟主要是把工资的设计与发放外包给专营企业去做,这在我国已非常普遍。当前,中小会展企业虚拟化管理的内容大都可以通过外包的方式实现。

(4) 绩效考核与激励的项目化

中小会展企业推行项目化管理,必须贯彻以项目驱动绩效的思想,在企业绩效管理系统的基础上,将会展项目作为绩效考核的划分单元,在具体考评中要包括项目团队的绩效考评、项目经理的绩效考评和团队成员的绩效考评这三方面,并且要从会展项目持续发展的角度出发实施动态考评。

鉴于会展项目的独特性,在绩效考核时不能片面强调员工之间的绩效竞争,而应更多的强调会展项目成员之间的团队合作。适应该种情况的项目成员绩效考核模式是基于能力的前期任职资格评级和基于项目总体绩效的后期个人绩效评估:首先,要建立一个项目成员的能力动态评价机制,在每一个会展项目结束后从不同的能力评价维度(完成任务的能力、团队协作能力、创造能力等),按照已设定的权重,采用 360 度考评的方法对项目经理和项目成员进行评价,并将此考评结果作为下一期会展项目人力资源配备的依据;其次,建立以项目成果为导向的项目团队绩效评估机制,从项目的客户满意度、项目的当期价值和项目的滞后价值三个维度对项目的整体绩效进行评估,从而确定该会展项目对企业总体的贡献比率和会展项目的团队绩效;最后,根据评估

结果奖惩、激励。每一会展项目结束后奖金的发放除了要根据当期对项目整体绩效的评估结果,还要与上期项目结束时对成员能力评价的结果相挂钩,改变奖金一次性发放的传统,从而让团队成员着眼于会展项目的可持续性发展。

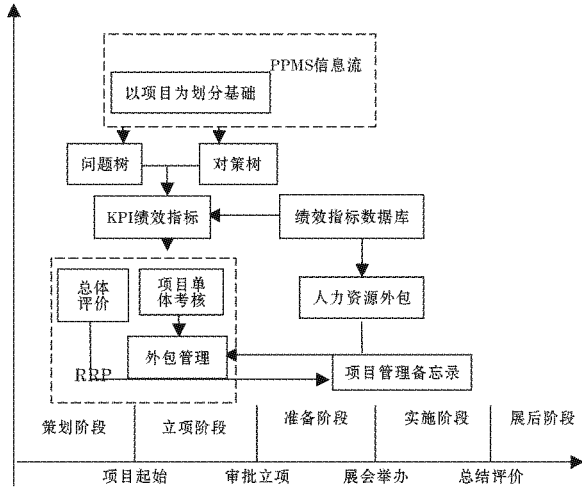


图4 中小会展企业的绩效管理系统示意图

中小会展企业实现绩效考核与激励项目化的基础是要在企业内部建立会展项目绩效管理系统(PPMS)^①,该管理系统要求企业以会展项目为划分标准,针对某一具体会展项目的不同阶段设计不同的绩效管理体系,最终汇总得出企业的绩效管理体系。其中,在以项目管理为导向的中小会展企业中,项目经理的KPI绩效指标的建立是整个绩效考核与激励的前提和依据。根据美国项目管理协会(Project Management Institution,简称PMI)推出的项目经理能力发展架构(Project Management

Competency Development Framework, PMCDF),项目经理职业能力要包括项目经理知识能力(PM Knowledge Competence)、项目经理执行能力(PM Performance Competence)和项目经理个人能力(PM Personal Competence)三个关键能力维度,其标准体系结构的涵盖能力分类、能力群组、要素和评价要素的准则这四个层次。

3. 中小会展企业的营销管理创新关键成功要素分析

广义的会展营销包括从会展企业、参展商等多个主体角度所形成的市场推广行为,本文所指的营销管理主要是从会展主办者也就是会展企业角度来考察的,是指会展企业通过各种途径和手段对展会项目的品牌和影响力进行推广的所有活动的总称。与其他类型的营销活动相比,会展营销具有营销主体繁杂性、营销手段多样性和营销对象参与性的独特性,因此,在研究会展营销时除了注重对营销战略(Segmentation、Targeting、Positioning)、营销手段、营销渠道等方面内容的分析外,要将会展企业的营销管理活动看成是一个相互联系的动态整体。基于项目管理视角的会展项目营销管理活动,是在会展企业建立相对应的组织结构和项目团队的基础上,遵循会展项目的计划、实施、管理与终结的程序,将会展项目的营销活动按照项目管理的方法进行管理的过程,其主要的利益相关者是参展商、赞助商和观众(包括采购商)。对更高层次的会展项目来说,其营销管理可通过建立依托于企业的门户网站、传媒公司和以展会项目相联系的公益组织。具体内容如图5所示:

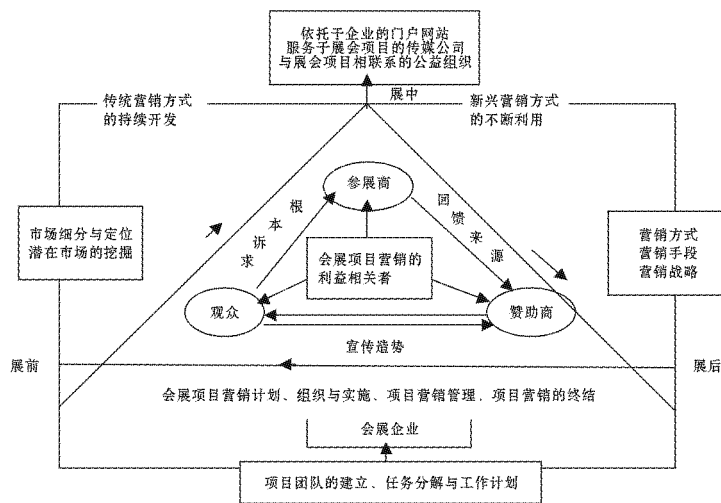


图5 基于项目管理的会展项目营销管理创新模型

(1) 会展项目化营销管理体系

展会营销管理的项目化就是将企业对展会的营销活动视为一个项目,再按照项目管理的思想分解为多个互动的工作任务,用专业的项目管理方法进行实施和管理。中小会展企业实施项目化营销的目的不仅在于让单个会展项目达到预期目标,而且也要让所有会展项目与企业的整体战略目标相符。对包含多个项目的企业来说,通常设有营销项目管理办公室(Marketing Project Management Office, MPMO)对营销项目进行管理,在中小会展企业中,可有高层的领导班子代替该组织,履行其资源分配、监督控制、支持服务的职责。

会展项目化营销管理体系包括对单一会展项目的营销管理和对会展项目群的营销管理。任何一个会展项目的营销管理活动都是在收集信息、进行市场分析的基础上进行的,所包含的管理内容基本相同。在对单一会展项目进行营销管理的过程中,受展会“悲情生命周期”的影响,应着重做好营销活动的进度管理。在较长的展前准备阶段中,要分时段的采取不同的宣传进度,宣传初期更多的是要对展会进行定位宣传,展前一段时间要加大宣传力度。

(2) 会展项目化营销方法

会展企业的展会产品兼有实物产品和虚拟服务的特征,在营销方式的选择上与其他类型企业并无很大差别,其主要的营销方式主要有报纸杂志、广播电视、网络宣传和直复营销四种,每种方式各有利弊,其运作的关键点也不尽相同。将会展产品看作项目来进行营销管理时,除上述所列出的营销方式外,结合项目营销的有关理论和中小会展企业的实际,关系营销、寄生式营销、门户网站营销、公益营销等是几种比较有效的营销方式。

(3) 会展项目营销与企业品牌传播的整合

对中小会展企业来说,不在于投入多大的会展项目预算,而是如何巧妙的利用这些经费达到预期目标。以上几种营销方式并不鲜见,在具体应用中要突出出奇制胜和精准营销。在我国大部分中小企业的品牌建设中,整合营销传播不失为一种有效途径,但从国际上成功会展企业的发展历程来看,与会展企业的整体品牌传播相比,单个会展项目的营销被赋予更重要的地位。国际展览巨头在中国市场的扩张中,对不同的会展项目大都分别使用不同的品牌管理策略和营销方式,以汉诺威、慕尼黑、米兰为代表,它们在中国经营的会展项目品牌之间都是互相独立的。因此,从某种程度上来说,对单个会展项

目的营销是中小会展企业营销管理的重心,而对专业观众的宣传、邀请、管控和组织是会展项目得以持续经营的关键。

4. 企业文化创新

中小会展企业文化受企业性质、领导层、发展阶段等多种因素的影响,呈现出百花齐放的状态,但企业文化不同于企业愿景、价值观、理念、使命等文化要素的简单罗列和组合,也不是书面语言的陈述。不同的企业有不同的文化,而且企业文化的塑造和创新是一个繁杂的系统工程,但作为一个以会展项目为管理主体的会展企业来说,顾客满意文化、速度文化和创新文化是三种必不可少的元素。

三、结语与启示

本研究的理论价值主要体现在:第一,本研究首次从项目管理的角度对中小会展企业管理进行系统研究,提出项目化管理的思想,突出了对单个会展的纵向管理。第二,本研究应用并发展了关键成功要素分析法,引入项目的常规系统模型,实现了项目成功要素的动态分析,并从会展项目关键成功要素出发探讨对企业的管理,为企业管理创新的实现提供了一个新的视角。此外,本研究发现,经营不同会展项目的会展企业在人力资源管理和市场营销管理上所采取的方式有很大不同。本研究对管理实践的指导意义:为数众多的中小会展企业,在管理创新上要从企业实际出发,项目化管理的思想能够有效回避其资金、资源、人力有限的弊端,集中力量做好会展项目。另外,项目化管理的顺利实施需要企业多方面的转变和支持,尤其是在组织结构、人力资源管理、营销管理和企业文化方面,本文能够对管理者提供些许借鉴。

注释:

- ① 所谓PPMS是以会展项目管理信息流为主线的管理系统,包括会展项目绩效管理的策划、立项、准备、实施和展后五个主要阶段。

参考文献:

- [1] B. C Ghosh, Tan Wee Liang, Tan Teck Meng, Ben Chanv. The key success factors, distinctive capabilities, and strategic thrusts of top SMEs in Singapore [J]. Journal of Business Research, 2001, 51(3): 209-221.
- [2] Ying-Chin Ho, Ou-Chuan Chang, Wen-Bo Wang. An empirical study of key success factors for Six Sigma

- Green Belt projects at an Asian MRO company[J]. *Journal of Air Transport Management*, 2008, 14(5): 263-269.
- [3] Jiunn-I Shieh, Hsin-Hung Wu, Kuan-Kai Huang. A DEMATEL method in identifying key success factors of hospital service quality[J]. *Knowledge-Based Systems*, 2010, 23(3): 277-282.
- [4] Joyce Fortune, Diana White. Framing of project critical success factors by a systems model[J]. *International Journal of Project Management*, 2006, 24(1): 53-65.
- [5] Peter Barrett, Martin Sexton. Innovation in Small, Project-Based Construction Firms[J]. *British Journal of Management*, 2006, 17(4): 331 - 346.
- [6] Rodney Turner, Ann Ledwith, John Kelly. Project management in small to medium-sized enterprises: Matching processes to the nature of the firm[J]. *International Journal of Project Management*, 2010, 28(8): 744-755.
- [7] Karin Bredin. People capability of project-based organisations: A conceptual framework[J]. *International Journal of Project Management*, 2012, 29(1): 566-576.
- [8] Qinghua Zhu, Joseph Sarkis, Kee-hung Lai. Green supply chain management innovation diffusion and its relationship to organizational improvement: An ecological modernization perspective[J]. *Journal of Engineering and Technology Management*, 2012, 29(1): 168-185.
- [9] Heiko Gebauer. Exploring the contribution of management innovation to the evolution of dynamic capabilities[J]. *Industrial Marketing Management*, 2011, 40(8): 1238-1250.
- [10] Carolina López-Nicolás, ángel L. Mero? o-Cerdán. Strategic knowledge management, innovation and performance[J]. *International Journal of Information Management*, 2011, 31(6): 502-509.
- [11] Dong-Young Kim, Vinod Kumar, Uma Kumar. Relationship between quality management practices and innovation[J]. *Journal of Operations Management*, 2012, 30(4): 295-315.
- [12] Maria Kapsali. Systems thinking in innovation project management: A match that works[J]. *International Journal of Project Management*, 2011, 29(4): 396-407.
- [13] 罗秋菊,陈可耀.基于扎根理论的民营会展企业成长路径研究——以广州光亚展览公司为例[J].*旅游学刊*,2011(7):71-78.
- [14] 陈佳贵.企业管理的系统性与发展方式转变[J].*经济管理*,2011(3):47-50.
- [15] 陈晓红,赵可.团队冲突、冲突管理与绩效关系的实证研究[J].*南开管理评论*,2010(5):31-35.
- [16] 邝宁华,胡奇英,杜荣.知识型企业的“引导—服务—激励型”管理模式[J].*管理科学学报*,2004(5):31-35.
- [17] (英) 玫·笛德, 约翰·本珊特, 基思·帕维特著. 王跃红, 李伟立译. 管理创新: 技术变革、市场变革和组织变革的整合[M]. 北京: 清华大学出版社, 2008.
- [18] 戚安邦,于波.面向创新的项目导向型企业体制与机制的集成模型与方法[J].*南开管理评论*,2007(3): 94-101.

Research on Key Successful Factors and Management Innovation of Small and Medium-sized MICE Companies

QI Hong-xia

(Ocean University of China, Qingdao 266100, China)

Abstract: Based on the analysis of key successful factors, this paper studies the sample data of 53 companies and shows the dynamic relationship among the key successful factors by using the formal project system model. The results demonstrate that the success of MICE project is mainly affected by four factors, and then this paper proposes the model of the four elements about the project-oriented MICE companies management innovation and finally builds the organizational model of project management.

Key words: small and medium-sized MICE companies; key successful factors; management innovation; project management; performance management system

(责任编辑:魏有广)

教育·教学

高职高专国贸专业外贸函电课程教学改革探索*

高 健

(山东政法学院, 山东 济南 250014)

摘 要:外贸函电是一门实践性很强的综合性应用课程,是高职高专国际贸易专业的核心课程。有效提高外贸函电课程的教学效果,培养英文信函的写作能力,对于国贸专业的学生具有重要的意义。本文首先在调查的基础上阐述了高职高专国际贸易专业外贸函电课程的教学特点,进而分析了该课程教学中普遍存在的问题,最后针对教学目标和存在的问题,提出了教学改革的建议。

关键词:高职高专;国贸专业;外贸函电;教学改革

中图分类号:G712 **文献标识码:**A

《外贸函电》是一门理论与实践密切结合、具有涉外活动特点的实践性很强的综合性应用课程,是国际贸易专业的必修课程。本课程系统讲述外贸英语函电中常用文体的基本知识,并详细讲解外贸业务过程中各个环节的往来函电,包括建立业务联系、询盘与回复、发盘与报盘、还盘、订货与回复、商务合同、包装、运输、支付方式、保险等,让学生系统地学习和掌握外贸英语函电的格式、专业词语、行文方法等,提高学生在外贸业务活动中正确使用英语的能力,培养学生商务英语的写作技能,使学生掌握国际贸易活动中各种商务信函的写作方法和技巧,使其在走上工作岗位后能够迅速适应现代国际贸易业务活动的需要。从实践角度讲,《外贸函电》是未来高职高专国际贸易专业学生走上外贸相关岗位后最为实用的一门课程之一。然而,经过多年的教学实践,笔者发现传统的教学方法并没有取得预期的教学效果,出现了“分数高,能力差;只会读,不会写”的现象,远远没有达到课程的教学目标。如何有效提高外贸函电课程的教学效果,切实培养国际贸易专业学生的外贸函电的写作能力,值得我们进一步思考和探索。

一、国际贸易专业外贸函电课程教学特点及教学目标

外贸函电属于一门 ESP(English for Special Purposes)课程,既涉及国际贸易实务的有关知识又需要一定的英语功底。国贸专业的学生学习该课程时,具有其特定的专业背景优势。在近几年对英语

专业和国贸专业的双语教学中,通过笔者对课堂教学进行统计后发现,国贸专业学生外贸函电专业知识的讲授时间要明显少于英语专业的学生,越是在专业性较强的章节,例如发盘、合同、包装、运输、支付方式以及保险等章节,这种区别越发明显。因此,国贸专业外贸函电课程的教学应当更加侧重于英语能力的培养,着重达到以下几个教学目标:

(一)掌握函电写作中惯用的专有名词、缩略语、贸易术语以及货币符号等

尽管国贸专业学生拥有丰富的专业知识以及一定的英语水平,但他们并不了解一些专业名词的英文表达,特别是外贸实践中的缩略语和一些英文单词在外贸实务中的特殊含义。例如,单词 average 的基本意思是平均、平均数,但是其在国际海洋运输保险中的意思却是 loss,即损失的意思。FPA(Free Particular Average),WPA(With Particular Average)中的 average 均为此意。

(二)能够读懂英文的外贸合同和各种英文单证
读懂合同和单证是进行外贸函电写作的重要前提。国际贸易业务协商中涉及形式多样的合同和各种各样的单证,例如装运环节的托运单(Booking Note)、装货单(Shipping Order)、运单(Waybill)、提单(Bill of Lading),结汇环节的信用证(Letter of Credit)、汇票(Bill of Exchange)、商业发票(Commercial Invoice),以及销售合同(Sale Contract)、装箱单(Packing List)、保险单(Insurance Policy)、原产地证书(Certificate of Origin)等。这些合同和单

* 收稿日期:2013-03-14

作者简介:高健(1982-),男,山东泰安人,山东政法学院商学院教师,博士,研究方向为国际贸易实务、西方经济学。

证大都是用英文书写,对于国际贸易专业的学生来讲,要想写好英文的函电,必须彻底弄明白上述合同和单证的内容,了解货物和交易的相关信息和细节。

(三)熟悉外贸函电的行文特征,根据不同情形写出流畅的英文信函

外贸函电是一种带有公文性质的信函,每一封信函都要求格式正确、结构合理、主题突出、中心明确;语言表达要做到完整、简洁、具体、正确、清晰、礼貌和体谅,即外贸函电写作的七个原则,简称“7C”法则(Completeness, Concreteness, Clearness, Conciseness, Courtesy, Correctness, Consideration)。学习外贸函电必须要学生了解外贸函电的格式、结构、信封的写法、写作原则以及态度要诀和语法要点。

二、外贸函电课程教学存在的问题

(一)教师与学生

外贸函电这门课程的特点要求教师既要熟悉国际贸易知识又要具备较高的英文写作能力,这样才能在双语教学中游刃有余,做到融国际贸易业务与英语于一体。然而,同时具备两种能力的教师在高职高专的教师中很少,通过对山东济南部分高职高专国际贸易专业外贸函电授课教师的调查发现,80%以上学校的教师都是专业课教师,个别学校是英语教师,真正同时具备以上两种能力的教师少之又少。因此,实际教学过程中往往出现这样的问题:擅长国贸专业的教师把外贸函电当作国际贸易实务课,仅仅把课件做成英文,用汉语讲解,缺乏英语写作能力的培养和英语氛围的营造;而在英语方面擅长的教师则按照英语精读的教学模式对所教内容逐词逐句翻译,不能突出课程的实用性,无形中将外贸函电变成了脱离实际应用的单一的语言学习。另一方面,高职高专国际贸易专业学生的英语整体水平并不高,具体表现为英语阅读能力较强,口语、听力和写作能力严重不足,对英语学习有或多或少的吃力感。以笔者所在学校国际商务专科专业的学生为例,英语四级一次通过率不到50%,再加上有些同学专业知识不扎实,造成一部分学生上课听不懂,从而产生厌倦感,缺乏学习的积极性,学习效果较差。

(二)教学与学习

目前,大部分学校外贸函电的教学采用“填鸭式”的注入式教学方法,教师无视课程的特点和教学目标,忽视学生的英语能力和专业基础,完全把学生看成是接受知识的容器和储存信息的仓库。通常情况是,教师把函电做成PPT,逐字逐句地把英文信函翻译成中文,指出重要的词汇和固定搭配,遇到有关国际贸易的知识,就简单讲解一下,授课形式单

一,课程气氛沉闷。这种传统的教学方法完全是一种单方向平面式的教学模式,势必大大挫伤学生的积极性和创造性,造成课堂教学效果差,影响学生学习这门课程的兴趣。另一方面,现在学生的大学生活丰富多彩,学习压力较小,缺乏主动学习的积极性,特别是对于外贸函电这种非主干课程,分配的学习时间较少,无法保证课程学习目标的实现。

(三)理论与实践

外贸函电是一门实践性很强的课程,然而在大部分学校的实际教授过程中,往往是“理论有余、实践不足”。教师往往仅停留在口头讲解外贸函电的特点、写作要求、格式、写作技巧等理论,内容空洞不直观,很少让同学们实实在在通过实际的写作去实践和领会。同学们则眼高手低,听着很明白,提手不会写,一写就出错。同时,课程教学仅仅停留在认知阶段,从课本到课本,不讲解每个外贸信函写作的情景以及实际运用时会遇到的一些问题,造成同学们“只见树木,不见森林”,学完这门课也不知道到底在实际工作中是怎么运用的。例如,在发盘(offer)的讲解中,很多教师仅仅关注发盘的种类、构成要件以及发盘内容的讲解和翻译,而不去讲解什么情况下发盘,发盘的法律效力和注意事项,不会结合案例给学生讲解发盘,课下一般也不会给定材料背景,让学生独立完成一份发盘信函的写作。

(四)练习与考核

外贸函电的日常练习和课程考核往往集中于词汇、语法和翻译的训练,单项选择、选词填空、英译汉、汉译英、给定中文材料写一篇函电是外贸函电练习和考核中最常见的题型。这样的练习模式和考核方式常常误导学生的学习方向,养成不好的英文写作习惯。如在写作练习中,不应给出一篇中文信函或者简单的给出几个中文句子,使函电写作变成汉译英的翻译练习。这样的练习,尽管对于学生写出内容完整的英文信函有所帮助,但不利于学生培养英文的思维模式和写作习惯,也会造成学生对于中文的依赖性,在英文信函写作中摆脱不了中式思维,养成学生的被动思维。很多学生如果没有这些中文提示的句子,便不知该如何下手,写出的英文函电思路不清晰,内容不完整,也不符合英文的思维表达习惯。

三、外贸函电课程教学的改革建议

(一)提升教师素质,增强学生能力

教师是教育之本,“学高为师”,教师素质的提升是课程质量改进的前提。学校一方面要选拔外贸知识和英语能力兼备的合乎要求的教师上岗,另一方面要让现有的教师“走出去,学起来”。要让更多的

教师到企业中去挂职锻炼,做相关的工作,亲身体会外贸函电在国际贸易实务中的作用,提升教师的实践能力;增加教师学习的机会,特别要提升专业课教师的外语水平,鼓励教师出国访学或深造;增强教师学习的积极性,可以采取“竞争上岗”的方式,让多个教师同时授课,最后由学生投票决定教师的人选。学生方面则是主要提升国际贸易专业学生的英文水平。可以说,英文是国际贸易专业学生未来就业的核心竞争力,对于他们应加大英文的培养力度,应当拿出一个学期甚至是一年的时间专门加强英文的学习,同时增加口语、听力的训练。

表1 付款方式信函的写作步骤及常见表达

写作步骤	表达方式举例
1. 感谢对方订购货物/来信	Thank you very much for your order No. ... Thank you for your letter of ...
2. 指出我方所要求的付款方式	In our last letter we sent you a copy of our specimen contract stating clearly our general sales terms and conditions.
3. 不同付款方式的表达方法	Our usual terms of payment are by confirmed, irrevocable letter of credit in our favor, available by draft at sight, reaching us one month ahead of shipment, remaining valid for negotiation in China for a further 21 days after the prescribed time of shipment. Most of our suppliers are drawing on us at 60 days D/A...
4. 表达与对方合作及早日收到回复的愿望	We look forward to your favorable reply. Your early reply is appreciated. We are anticipating your answer.

(三)采用 Seminar 教学法

Seminar 教学方法适合外贸函电课程的特点,能有效做到理论与实践相结合,提高学生的学习积极性,培养学生的能力。教师在教学过程中有意识地融入国际贸易环境,给每封英文信函一个具体的交易背景,给出具体的单证信息,让学生设身处地去体验、去阅读、去讨论,从而帮助学生理解知识。把学生分成不同的小组,不同小组分别安排不同的业务,小组中的成员分别赋予不同的角色,例如出口商、进口商或银行,给他们提出需要完成的任务以及实现的目标,各小组按照国际贸易流程开展业务往来,每一小组形成一个循环体,在不同的环节中可以转换角色进行训练。如在建立业务关系这一章节,可以把每一小组的成员分为出口商、进口商、银行,首先让小组中的出口商代表到讲台用英文进行产品的介绍和推介,并接受本小组进口商的询问,内容涉及产品的特点、质量、价格以及销售情况等信息,必要时由代表银行的同学对该公司的财务情况和资金状况进行评价。之后接受其他小组同学和教师的提问和补充,大家一起从进口商和出口商两个角度讨

(二)注重外贸函电模板在外贸函电教学中的应用

外贸函电的行文特点决定了其语言单一性以及结构的相对固定性。外贸函电的这些标准化特征为模板的设计及应用提供了可能性和依据。教师可以在对不同业务信函写作的规范、结构和思路进行规律性总结的基础上,设计出模板,将这些规范特征鲜明地体现出来,让学生可以更好地通过模板的记忆、学习和应用,简洁、方便地把握不同业务下外贸函电的基本结构和写作技巧。例如,在进行结算方式选择的信函写作中可以总结为以下模板(见表1)。

论如何进行得体的书面信件的措辞,以成功建立长期稳定的业务联系。最后,由教师以一个业务为例具体讲解建立业务关系信函的写作思路和技巧。课下每个小组根据自身的业务要求进行英文信函的书写,每一封信函由收信人进行评分,给出评分的理由,教师对每一小组的完成情况和得分进行抽查和复核。

(四)进行任务导向型的练习设计

将学生的课下练习题目基于外贸流程有机地划分成不同的任务,具体出口商任务包括建立业务流程—发盘—还盘(涉及包装、装运、保险和支付)—接受—草拟销售合同等模块,进口商任务模板包括资信调查—询盘—还盘(涉及包装、装运、保险和支付)—接受—下订单等模块,任务模块之间不是毫无联系、相互割裂的,而是一个有机的整体。出口商和进口商在给定的情景模式和角色设定下,完成一个模块任务才能进入下一个模块的练习,当他们把各自的任务都成功完成时,一笔交易也就顺利达成了。

外贸函电课程的改革是一个不断探索的过程,不同的学校有不同的要求,同时也会随着时代和科

技的发展而产生变化,对于教师而言,也应根据变化潜心研究,从而实现教学效果最大化。

参考文献:

- [1] 鲍月琴. 谈如何学习《外贸函电》[J]. 宁波教育学院学报, 2005, 7(2): 84-86.
- [2] 孟令超. 商务英语课程案例教学的探索与实践[J]. 漯河职业技术学院学报, 2006, 5(2): 79-80.
- [3] 何荣辉. 外贸函电实践性教学探索[J]. 长沙民政职业技术学院学报, 2008, 15(4): 108-110.
- [4] 曹阳, 等. Seminar教学法在外贸函电教学中的应用[J]. 高师理科学刊, 2012, 32(1): 116-118.
- [5] 孔志敏. 浅析外贸函电模板在外贸信函写作教学中的应用[J]. 吉林省教育学院学报, 2012, 28(3): 122-123.
- [6] 殷秀玲. 外贸函电[M]. 上海: 立信会计出版社, 2012.

Study on Teaching Reform of International Trade Majors' Foreign Business Correspondence in Higher Vocational Colleges

GAO Jian

(Shandong University of Political Science and Law, Jinan 250014, China)

Abstract: Foreign business correspondence is a practical, comprehensive and applied course and it is also the key course of the international trade specialty in higher vocational colleges. Improving teaching effects and training students' ability of writing English letters are very important for international trade majors. Based on the research, this paper first discusses the teaching features of international trade majors' foreign business correspondence in higher vocational colleges, further analyzes the common problems existing in daily teaching and finally proposes suggestions of teaching reform, aiming at teaching goals and existing problems.

Key words: higher vocational education; international trade specialty; foreign business correspondence; teaching reform

(责任编辑:周晓莉)

(上接第31页)

Research on Knowledge Management Network in Small and Medium-sized Enterprises

MAO Zhen-peng^{1,2}

- (1. Qingdao Party School of CPC, Qingdao 266071;
2. Ocean University of China, Qingdao 266100, China)

Abstract: Knowledge management network can effectively help SMEs to improve management and promote their market competitiveness. The paper establishes knowledge management network aiming at the actual demand characteristics of SMEs. The network includes circulation management mechanism and computer network for knowledge sharing, and distributes in the internal parts and external parts of the enterprises. The network is to ensure that SMEs can be affordable in the capital, technology, staff quality and risk. It could also bring the practical efficiency for enterprises and effectively improve core competitiveness for SMEs.

Key words: small and medium-sized enterprises (SMEs); knowledge management (KM); knowledge management network; internal network; external network

(责任编辑:周晓莉)

辅导员“教育、管理、服务”三项职能关系初探*

刘 鹤

(广州民航职业技术学院,广东 广州 510403)

摘 要:高校辅导员需要履行教育、管理、服务三项职能,文章首先界定了教育、管理、服务的概念,分析了实际工作中职能发挥存在的偏差,即教育职能的弱化、管理职能的倒置、服务职能的窄化。最后,归纳出三职能的辩证关系为:你中有我,我中有你;相辅相成,相互促进;三位一体,各尽其能。

关键词:辅导员;教育;管理;服务;职能

中图分类号:G647 **文献标识码:**A

当前,学界对辅导员工作职能的探究已基本明晰,即确立了教育、管理、服务三项职能。从历时性的角度来看,三职能形成历史如下:20世纪50年代至70年代末主要是学生思想政治教育工作;80年代至90年代中后期增加了管理学生的功能;90年代后期开始,强调指导学生和服务学生的功能,由此形成了教育、管理、服务的基本内涵。从共时性的角度来看,却存在不同的看法,有人认为应该以服务为中心,但也有人认为应该以教育为中心。总之,教育、管理、服务三职能之间的关系,还存在争议和探讨的空间,甚至对三职能的概念探讨也还有进一步明确的需要。

一、教育、管理、服务的概念

(一)教育的概念

关于教育,有广义与狭义之分。“广义的教育泛指一切传播和学习人类文明成果——各种知识、技能和社会生活经验,以促进个体社会化和社会个性化的社会实践活动,产生于人类社会初始阶段;狭义的教育专指学校教育,即制度化教育(维基百科)”。辅导员的职能,明显属于狭义的制度化教育。但是,辅导员又与讲台上的专职老师不同,专职老师通过课堂上讲授课本知识实施教育过程,而辅导员的职能大多是在课堂外实施的。

(二)管理的概念

关于管理的定义也是很多,不过争议没有教育那么大。“所谓管理就是通过资源配置,经过计划、组织、领导、控制及反馈系统,建立起组织文化和组织技术平台,以实现目标的过程。”维基百科对管理的阐述是“‘管理’一词在古法文的解释是‘领导、执行的艺术’;在拉丁文解释里是‘以手领导’。在现

代,‘管理’可被定义为领导和管理所有组织;透过组织、调度和运用各种人力、财务、原料、实体、知识、资产或其它无形资源的活动(包含规划、决策、组织、领导和控制),以有效率且有效用的方式达成组织目标。”透过管理的定义,可以知道管理仅仅是一个过程,是达到目的的手段综合,而绝不是目的。

(三)服务的概念

在日常理解中,服务指的是为他人提供的劳务,如“为人民服务”。“服务在字意上来说是履行某一项任务或任职某种职务,在中文地区以及法国等,也将它当做为公众做事,替他人劳动的涵义”。这种定义是将服务等同于劳动的视角,此外还有其他的视角,如“将服务看成是导致服务接受者或其所有物产生变化的外在原因”和“服务是某种使用价值发挥效用,而不管其是商品还是劳动”。最后一种是马克思关于服务的定义,“马克思此时对服务的定义,不但是明确了‘服务是效用’这一关键点,而且还明确了服务不止包括劳动作为使用价值所发挥的效用,也包括商品作为使用价值所发挥的效用。这也说明将服务等同于劳务犯了以偏概全的错误”。根据马克思对服务的解释,辅导员在工作过程中对学生所发挥的效用,都可算是服务,而不仅仅指劳务。

二、三项职能实现过程中存在的偏差

在明晰了教育、管理、服务概念的基础上,再来审视辅导员履行这三项职能的现状,便会发现以下三点偏差。

(一)将教育当枝节,教育职能的弱化

教育是教师的天职,辅导员具有教师与干部的双重角色,也理应履行好教育的职能。可是,在当下的教育环境下,辅导员的教师职能有弱化的倾向,将

* 收稿日期:2013-03-18

作者简介:刘鹤(1983-),男,湖南益阳人,广州民航职业技术学院教师,硕士研究生,研究方向为高职教育。

教育当做可有可无的枝节。主要表现为:内容上,忽视世界观、人生观、价值观的教育,淡化马克思主义的理想信念教育,将德育边缘化;形式上,显性的课堂教育针对性不强,实效性也很弱,而发挥着隐性教育功能的各种学生文化活动,则常常有着娱乐化、庸俗化的倾向,忽视了这些活动的教育意义,也将辅导员应该发挥的教育功能消解殆尽。究其原因,客观上,高等教育环境已经发生了深刻的变化,随着高校的扩招,一是学生数量的急剧增长,而辅导员的数量实际上却没有同比增长,使得辅导员工作量加大;二是随着社会大环境的变化,增加了许多事务性的工作,如贫困补助、就业指导等。主观上,教育在短期内很难看到实际的成效,也缺乏精确的评估依据,使得辅导员对教育尤其是思想政治教育缺乏积极性。由于主客观原因的共同作用,使得辅导员教育职能不断弱化,教育变成了枝节。

(二)将管理当目的,管理职能的倒置

管理的定义揭示,管理只是达到目的的手段,是一个过程。但在实际工作中,一些辅导员却将管理作为了目的本身。主要表现为以下两个方面:一是“无的放矢”,管理的前提是目标明确,但是管理制度的制定、管理体制的建立、管理机制的运行,似乎没有一个明确的目的,忘记了教育这样一个根本目的的存在,从而出现为管而管。二是“管”而不“理”,管理是一门科学,科学讲究的事实求是,讲的正是一个“理”字,这个“理”是“理性”的“理”,要求按规律办事,不要情绪化;这个“理”也是“梳理”的“理”,要求具体分析各要素,理清楚各个要素的关系;这个“理”还是“理解”的“理”,“理解万岁”,理解体现的是一种人文关怀。但在实际情况中,却是不见“理”,只有“管”,不按规律办事,常常出现情绪化的运动式管理;不顺各要素之间的关系,不做具体分析,常常做出一刀切的决定;不理解学生,不站在学生的角度上考虑问题,缺乏人文关怀。

(三)将服务等同于劳务,服务职能的窄化

研究辅导员服务的职能现状,会发现两种极端情况,一种极端是对服务抱有轻视的态度,缺乏服务意识,不认同服务的职能,认为自己是老师,是管理者和教育者,不应该做“低端”的服务工作;另一种极端是抱着一种“奉献”精神,事无巨细,事事亲历亲为。而人的精力和激情都是有限的,过分的付出与透支,迟早也会影响到服务功能的发挥,物极必反,可能也会导致对服务的排斥。出现上述两种现象的原因是相同的,不同的症状,相同的原因,都是将服务等同于劳务、服务职能窄化的结果。前者认为老师是灵魂的工程师,干的是高贵的工作,而对于低微的劳务(服务)不屑一顾;后者则认为,服务就是劳务,所以任劳任怨,一味付出自己的体力和精力。事实上,马克思早就阐明了服务不单指劳务这样一个

观点。在辅导员的工作中,辅导员所作的一切,在学生身上产生了理想的效用,都可算是服务。

三、教育、服务、管理的辩证关系及其启示

(一)你中有我、我中有你

在阐述辅导员三职能的辩证关系之前,需要区分两个概念,即职责与职能的区别。职责:职务上应尽的责任;职能:人和事物以及机构所能发挥的作用与功能。从字面意思看出,职责是一种责任,是外在赋予的,职能则是一种作用与功能,是自身存在的。人们可以说一个人在履行自己的职责时发挥了他的职能。

具体到辅导员的职责与职能而言,2006年,教育部颁布的《普通高等学校辅导员队伍建设规定》明确规定了辅导员的职责有八条。而通过辅导员的工作实践与专家的总结归纳,基本形成辅导员“教育、管理、服务”的职能定位。辅导员在履行职责的时候发挥着自己应有的职能,在履行某个职责的时候,可能同时发挥着两项或多项职能,这些职能是“你中有我,我中有你”。

以辅导员职责第四条为例,“落实好对经济困难学生资助的有关工作,组织好高校学生勤工助学,积极帮助经济困难学生完成学业”,既发挥了为经济困难学生服务的职能,又通过组织学生勤工助学,发挥管理的职能。再以第六条为例,“以班级为基础,以学生为主体,发挥学生班集体在大学生思想政治教育中的组织力量”。发挥组织的力量,就离不开管理,要发挥好组织的力量,更离不开管理的艺术,而这样做的目的,正是为了教育。

(二)相辅相成、相互促进

教育、服务、管理这三项职能不仅是你中有我、我中有你,更是相辅相成、相互促进。“再好的管理、服务也不能代替教育,只管不教或以罚代教,不利于提高受教育者的思想认识水平。没有一定思想基础的管理,其必然结果是管不了、管不好。没有服务的教育、管理,因其缺少人性关怀,拉开了教育者与被教育者的心理距离,教育效果会大打折扣,甚至会引起受教育者的逆反而失去效力。因而要将三者有机融为一体,深入细致的思想教育、严格缜密的管理、周到贴心的服务三者相辅相成、取长补短,才能发挥思想教育的强大功能”。所以,一项职能的发挥情况会影响到其他职能的发挥。

以第八条职责为例,“指导学生党支部和班委会建设,做好学生骨干培养工作,激发学生的积极性、主动性”。这条职责需要发挥辅导员的管理职能,组织领导学生党支部与班委建设,同时也发挥了教育职能,对学生骨干进行必要的教育,如果学生党支部和班委建设好了,学生骨干的思想政治觉悟提高了,那么,辅导员在发挥自己的服务职能时,便可发挥学

生骨干的作用,更好地为学生服务,这样也就促进了服务职能的发挥。

(三)三位一体,各尽其能

在弄清了三职能相互关系后,还需弄清他们在整体中的定位。笔者认为,三职能是一个统一的整体,三职能中,教育是目的,管理是手段和过程,服务作为精神与理念。

高校辅导员在贯彻执行党的教育路线、方针和政策,培养社会主义事业的合格建设者和可靠接班人过程中,发挥着重要的作用,作为大学生思想政治教育工作队伍的主体,其工作是全校学生工作乃至全部工作的基础。正因为高校辅导员有着培育学生的重要职责,教育也就成了辅导员发挥其职能的根本目的,无论是管理还是服务,都是为了实现这个目标的方式和手段,都应该围绕教育来开展。

我国高校辅导员的管理职能主要表现在从学生入学到毕业期间的日常事务管理、操行评定、宿舍安全与卫生管理、课外活动的指导与管理、学生干部队伍建设与管理、学生违纪行为的处理与惩戒、特困生资助与管理等。但是,这些职能不是目的,而是实现目标的手段。辅导员通过对学校资源配置,经过计划、组织、领导、控制及反馈系统,建立起学生组织文化和组织技术平台,实现教育目标。

当前,教育环境已经发生翻天覆地的变化,教育者(辅导员)与受教育者(学生)的关系,在某种程度上,已经带有了消费的意味,学生是消费者,辅导员是提供消费的人员。提到消费,马上就会联想起一句话,“顾客即上帝”,为顾客服务是市场经济条件下的基本商业规律与职业操守。当然,学校教育 with 纯粹的商业行为还是有巨大的差别,但是,既然是带有了消费的色彩,那么也应该遵循商业规律与遵守职业操守,正是从这个意义上,可以将服务作为一种理念和精神。

(四)三职能辩证关系的启示

一方面,工作中要体现渗透原则。三者既然是你中有我,我中有你,就不要人为地将其割裂,而要体现相互融会贯通。发挥思想政治教育职能,可以通过组织各种党团活动来实现,也可以通过辅导员的服务,在服务过程中体现出尽职尽责、公平公正来感染学生,让学生看到共产党员的先进性。在进行思想政治教育的过程中,培养同学们的集体主义精神,培养纪律意识,也有利于管理职能的实现。而管理的优化,则可以实现学生的自我教育、自我管理、自我服务,有利于教育职能与服务职能的发挥。

另一方面,要注意度的把握。服务的时候,不一定要事事亲力亲为,哪些该自己做,哪些事可以交给学生去做,辅导员一定要做到心中有数,即服务一定要有度。管理的过于严格,会降低学生的积极性,磨灭他们的创造性,会影响教育的实效性;而过于宽松,则会降低学生的纪律性,消解他们的集体意识,教育也将迷失方向,这会影响到教育的针对性。因此,管理也要有度。教育的形式不仅有显性的课堂上的讲授式教育,而且还有隐性的教育方式。管理得当、服务周到,本身就是一种隐性的教育方式。所以,教育上更要有度。

参考文献:

- [1] 潘世墨. 高校学生工作:“教育、管理、服务”的辩证关系[J]. 中国高等教育, 2007(10):11-13.
- [2] 杨耀稳. 论高校辅导员的基本职能[J]. 教育与职业, 2009(6):59-61.
- [3] 顾明远. 对教育定义的思考[J]. 北京大学教育评论, 2003(1):5-9.
- [4] 鲍卫东. 浅议管理定义[J]. 现代企业教育, 2009(18):73-74.
- [5] 孟旭, 张树青. 关于服务定义研究视角的探讨[J]. 商业时代, 2009(15):17-18.
- [6] 漆小萍. 学生工作的设计与评估[M]. 广州: 中山大学出版社, 2003.

A Preliminary Study on Counselors' Three Functions "Education, Management and Service"

LIU Hu

(Guangzhou Civil Aviation College, Guangzhou 510403, China)

Abstract: College counselors need to fulfill three functions, containing education, management and service. This paper first defines the concepts of education, management and service, and investigates the functional deviation in actual work, such as weakening the education function, inverting the management function, and narrowing the service function. Finally, it sums up the dialectical relationship among three functions, including inalienability, mutual promotion and the Trinity.

Key words: counselor; education; management; service

(责任编辑:周晓莉)

高职院校专业教师下企业锻炼实践初探

——以商务英语专业教师为例*

林英华

(江西外语外贸职业学院,江西 南昌 330099)

摘要:建设一支熟悉企业整体工作流程、具有高素质高技能的“双师型”教师队伍已经成为实现高职院校可持续发展的关键所在。而教师到企业顶岗实践是“双师型”教师队伍建设的主要举措。本文对商务英语专业教师下企业锻炼的必要性、应遵循的原则及取得的实质性成效进行了深入阐述,进一步说明下企业锻炼实践对提高商务英语专业教师的业务水平、增强专业实际工作能力、促进学校教学改革,从而提高学院人才培养水平起到不可替代的作用。

关键词:商务英语;专业教师;企业锻炼;“双师型”教师

中图分类号:G715 **文献标识码:**A

高等职业教育的特殊性决定其师资队伍有别于普通高校,需要一支素质优良、结构合理、专兼结合、特色鲜明的高素质师资队伍。教师作为教育的领导者、教学的实施者、教改的攻坚者,在国家越来越重视高职教育的背景下,必须不断提高自身的能力和素质,以适应当前社会、学校、家长对教师职业技能、职业素养和综合能力的要求和希望。

一、商务英语专业教师下企业锻炼的必要性

“高等职业教育商务英语专业的培养目标是培养具有较扎实的英语语言基础、掌握宽泛的商贸运作知识并能熟练使用现代办公设备、能够胜任外事、外贸、金融及外(合)资企业的涉外商务与翻译的应用型、复合型中高级商务英语专业人才”。要实现这一培养目标的重要前提是组织与指导教学的专业教师必须具备高水平的专业素质及实践能力。要求学生毕业就能顶岗操作,教师无疑必须先行做到,起到示范带头作用。

然而,就我国目前高职院校商务英语专业教师的来源看,大多是师范学院或者非师范学院毕业的学生,虽然英语表达能力较强,但是商务专业实践能力薄弱,就会造成一方面由于对课程教学中涉及的实际商务流程操作没有切身体会,授课时难免会感

到底气不足;另一方面在实训指导时对学生发现的问题无法给予及时的帮助、解决,以致严重影响实训效果,使实训过程流于形式。因此,高职商务英语专业教师应在拥有足够的专业理论知识的基础上,加强自身的专业实践经验和操作技能,通过下企业顶岗实习,变“研究型”为“实战型”,增强操作技能,提升教学说服力。

二、商务英语专业教师下企业锻炼应遵循的原则

对教师下企业顶岗实习,笔者所在学校的各级部门和领导非常重视并出台了相关文件激励教师到企业实践锻炼。学校不仅鼓励教师通过自身努力到企业接受锻炼,而且各系部也有计划、有步骤的定期选派专业教师到企业及各自实训基地挂职锻炼,进一步密切校企合作,加快高素质“双师型”商务英语专业教师队伍的建设。在商务英语专业教师下企业实践过程中,应遵循以下几个原则:

(一)针对性原则

密切结合自身的专业特点,有针对性地选择那些能从实践岗位获取知识和技能的企业。只有这样才能提高教师的专业实践能力和水平,完善教师的专业知识和能力结构。切忌为了完成任务而随便找

* 收稿日期:2013-03-24

基金项目:江西省高校人文社会科学研究立项课题(JC1239)

作者简介:林英华(1977-),女,福建漳州人,江西外语外贸职业学院教师,教育硕士,讲师,研究方向为英语教学。

个企业或岗位应付了事。如商务英语专业教师可以选择一些有典型性、代表性的外贸公司或合资外资企业进行挂职锻炼。

(二) 前瞻性原则

教师到企业顶岗实习也需与时俱进,紧跟社会发展,具备超前意识。不仅要了解本行业的产业现状,还要研究它们的发展趋势,从而为商务英语专业课程设置、专业设置及改革提供依据。作为一名商务英语专业教师,笔者也多次到外贸公司实践,最初是为了了解外贸公司,熟悉外贸业务实践操作流程。但是,随着实践锻炼的深入和能力的加强,教师还应该与公司业务经理及外贸各业务员多沟通、多交流、多学习,与时俱进,掌握当前实际外贸业务的新趋势和发展情况,为本专业特别是外贸英语函电课程的设置和改革以及教材的编排等提供必要依据。

(三) 实践性原则

到企业实习必须紧密结合企业实践和学校本身的实际,深入企业内部,参与生产、管理,找出实际问题并加以研究、解决。把自己真正当成企业的一员,用自己的行动和专业能力取得企业的信任,为企业着想并提供服务。这样才能在实践中得到锻炼和提高。如为企业积极主动寻找业务客户,亲自对每一笔为公司争取到的订单进行跟踪执行直到最终完成,每一步每个环节都最好能亲力亲为,使自己真正了解并熟悉实际业务领域里的各项事宜。

(四) 主动性原则

教师下企业锻炼需要得到企业的大力支持,同时也需要教师自身充分发挥其主观能动性。在外贸业务的操作过程中主动性显得尤为重要。客户来函询盘,作为业务员要积极主动进行核价报盘,安排打样并与客户保持联系,让客户尽早下单等,各个环节都需要下企业锻炼的教师亲身参与和积极跟进,努力为企业服务。在实习过程中,宣传学校,宣传职业教育,为企业和学校牵线搭桥,利用学校的自身优势为企业在人力资源、生产工艺改进、新技术开发等方面解决实际问题,为企业排忧解难,从而赢得企业的支持。

三、商务英语专业教师下企业锻炼成效分析

(一) 教师自身方面

笔者所在学校专业教师下企业锻炼的收获还是很大的。他们已真切地感受到了下企业锻炼所产生的效果和作用,普遍认为下企业锻炼非常有必要。

因为在企业里可以学到一些最新和最好的知识和技能以及企业文化,把这些来自第一线的资料融入到以后的课堂教学中,讲课有了“货”,胸有成竹,备课、上课也会比较省力,心里会更踏实。同时,他们还认为下企业“充电”有利于今后的教学更贴近实际,促进自身知识的更新,拓宽教学思路,为今后的专业建设、课程整合等理清了思路。很多教师均表示十分珍惜难得的下企业锻炼机会,更希望将下企业锻炼的周期能够再延长一些,有利于学到更多的实践经验和知识。下企业锻炼使教师成了实实在在的“双师型”,使得教师的发展潜力被开发出来,自身的发展空间更为宽广,同时也促进了学校师资队伍的建设,增强了本专业的知名度。

(二) 学校层面

1. 促进了教材开发

商务英语专业教师对下企业锻炼所获得的信息与自己总结的资料进行整理,归纳出与教学相关的内容,在教学中做出增补或修正,形成教学讲义,进而进行校本教材的编写,也有不少教师参与编写了高职高专商务英语系列教材,如《新编外贸英语函电与实训》、《新编外贸单证与实训》、《新编商务英语听说》、《新编经贸英语阅读》、《新编英语翻译技巧》等等。这些教材的编写是专业教师在深入企业、了解企业具体实际市场操作的基础上,本着实用性、针对性、可操作性的原则编写的,这些教材在商务英语专业使用效果良好,现已在全国高职高专院校推广,获得好评。

2. 收集了大量信息

在企业锻炼期间,教师深入调查研究,收集了大量信息。比如,企业人才需求信息、企业员工素质状况与需求、高职高专毕业生在企业的适应状况等。这些来自市场前沿的信息,对学校进行专业结构设置与调整、修改专业培养方案、专业课程内容安排、开展企业员工培训及其他专业建设与教学改革提供了有力依据。

3. 积累了企业培训经验

通过专业教师对企业培训的实践,对培训的发起与组织、培训方式与方法、培训成效调查等内容都进行了系统的分析与总结,为本专业下一步的校企合作积累了一定的经验。

(三) 企业角度

一是提高了员工的素质。教师下企业锻炼,与员工进行交流、沟通,灌输理论知识,大大提高了企

业员工的素质。同时,学校输送优秀毕业生到企业就业,从整体上提高了企业员工的素质水平。

二是提高了企业管理水平。在下企业锻炼中,专业教师参与企业管理,把自己平时对有关问题的认识、思考提供给企业,为企业的生产经营管理提出一些有建设性的意见,提高企业领导的科学决策水平。

四、结语

教师的专业成长是不断学习、不断实践与提高的过程,高职教师更是如此。通过教师下企业实践活动,商务英语专业教师积累了丰富的实际工作经验,提高了实践教学能力。教师返校后,都已成为学校的主力军,并且对加强“双师”素质教学团队建设、提升教师队伍整体水平起到了很好的促进作用。当

然,教师顶岗实践也有不足之处,如实践时间的安排可能会受到教师教学工作时间的制约,有时不能与企业阶段性的产品生产结合起来;由于专业对口问题,还会出现有些实践内容不能在企业中找到相匹配的岗位的情况。在今后的下企业实践中还需继续努力,不断完善这一有着深刻意义的教学活动。

参考文献:

- [1] 陈强. 不到企业去,成不了“双师型”教师[N]. 中国教育报,2007-08-02(2).
- [2] 何农. 关于“双师型”教师内涵的辨析[J]. 教育与职业,2008(11):144-145.
- [3] 宣克勤. 高职高专商务英语专业的实训教学改革[J]. 职业教育研究,2008(12):120-121.

Study on Enterprise Training Practice of Professional Teachers in Higher Vocational Colleges ——A Case Study of Business English Teachers

LIN Ying-hua

(Jiangxi College of Foreign Studies, Nanchang 330099, China)

Abstract: Training "Double Qualified Teachers" who are familiar with the whole working process of enterprises and own high quality and remarkable skills has become the key to the sustainable development of higher vocational colleges and teachers' internship in the enterprises is the main measure of training "Double Qualified Teachers". This paper deeply discusses the necessity, principles and substantial effects of business English teachers' enterprise training and further explains the irreplaceable role of the training in improving teachers' teaching skills, enhancing their professional practical ability, promoting teaching reform and raising the level of talent training in higher vocational colleges.

Key words: Business English; professional teachers; enterprise training; "Double Qualified Teacher"

(责任编辑:周晓莉)

高职教师基于工作过程的教学胜任力评价体系的构建*

牛 静

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘 要:在基于工作过程教学模式的理论基础上,运用定性和定量相结合的层次分析法,建立了一个高职教师基于工作过程的教学胜任力模型和评价指标体系。

关键词:高职教师;工作过程;教学胜任力;评价体系

中图分类号:G451 **文献标识码:**A

基于工作过程的课程整合和行动导向的课程教学设计,是目前高职教育课程改革的热点。新经济形势下,我国对职业人才的要求发生了质的变化、产生了新机遇,对如何更好地培养技能应用型人才提出了新的需求。基于工作过程教学模式的引进,符合社会、学校、教师、学生一体化教学的需要,也是对传统性教学的一种挑战。同时,这也对高职院校教师组织和实施教学过程提出了新的要求,教师自身素质和能力能否胜任这种基于工作过程系统化课程的开发与教学,就成为一个亟待解决的问题。

一、胜任力评价模型概述

“教师胜任力”的界定一般包括三个方面:一是“教师作为一般知识工作者的基本素养的提升”,如责任心、分析与综合思维能力、钻研精神、积极而稳定的情绪等;二是“教师专业素养的发展”,如课程资源开发与应用力、多种教学环境营造与监控力、多途径教学的灵活掌握度等;三是“这些素养不断内化之后的教师的行为的改良”,即在促进教师基本素养与专业素养发展的同时,通过具体的实践活动而形成教师实际工作中自觉自愿的行为习惯,从而提高教师的实际工作绩效。

胜任力模型指由特定职位需要具备的优异表现组合起来的、包含多种胜任力的结构特征的总和,反映了该职位中影响个体成功的所有重要的知识、技能和人格等特征。

目前,教师胜任力评价理论模型主要有冰山模型(如图1)和洋葱模型(如图2)两种。冰山模型将胜任力区分为“水面上”和“水面下”两部分。“水面上”是相对容易评价的外在的知识和技能;“水面下”则是不易评价的一些深层次的特质,即鉴别性胜任力。洋葱模型在描述胜任特征时由外层及内层层层深入,最表层的是基本的技能和知识,里层核心内容即个体潜在的特征。

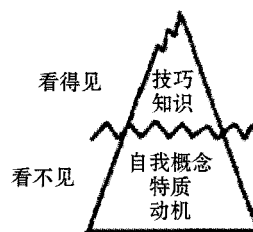


图1 胜任力冰山模型

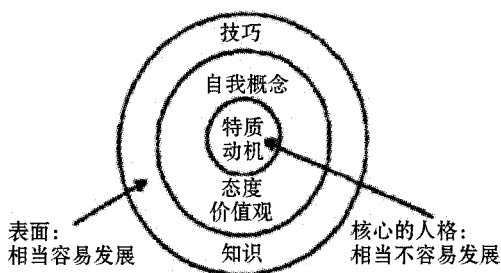


图2 胜任力洋葱模型

目前,针对高职院校教师基于工作过程的工学

* 收稿日期:2013-03-30

基金项目:青岛酒店管理职业技术学院基金项目(2009-H-10)

作者简介:牛静(1978-),女,山东青岛人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,研究方向为应用数学。

结合的课程“一体化”教学胜任力的研究几乎是空白。因此,建立一个“基于工作过程系统化的高校教师胜任力评价体系”成为必要和必然。

二、高职教师基于工作过程的教学胜任力评价指标体系的构建

胜任力评价指标体系的构建就是要建立教师胜任力模型及便于测量的行为指标体系,以明确教师胜任力发展的内容与标准。构建思路是基于工作过程分析进行的,包括:①进行工作分析,全面收集与

岗位有关的信息等;②进行工作描述和工作规范,提取出与工作高绩效相联系的人格、行为等特征;③将提取的胜任力结合相关理论,提出胜任力模型;④通过调查,收集数据,对胜任力模型进行验证调整。

结合我国高职教师胜任力评价的实际情况,遵循评价指标选取的科学性、系统性、可比性、可操作性和代表性等原则,构建出评价我国高职教师胜任力的评价指标层次结构,如表1所示。

表1 高职教师胜任力的评价指标层次结构

一级指标	二级指标	三级指标
高职教师基于工作过程系统化课程的教学胜任力K	专业实践能力 A1	能够获得丰富的企业挂职、社会实践经验,为教学工作提供经验素材 B11
		能有效的将实践经验上升到理论高度 B12
	专业知识及研究能力 A2	具有完备的教育理论知识,熟悉科学的教育方法 B21
		具有比较广泛的学科专业知识及学科发展前沿知识 B22
		全面掌握和运用教材的能力 B23
		能根据实践经验,创造出有效的任务学习情境 B24
	教学能力 A3	自我科研创新的能力 B25
		围绕任务设置学习情境展开教学,引导学生思考,培养学生职业建构能力 B31
		难点重点突出,时间安排合理,具有清晰的工作思路 B32
		具备多种现代教育教学手段的合理运用的能力 B33
		对各种可能的干扰因素及教学效果等的估计能力 B34
	育人调控能力 A4	语言准确简练,通俗易懂,生动形象,富有感染力 B35
		板书设计合理清楚,富有层次 B36
		对学生抱有积极的期望,能有效的促进学生的学习能力、自信心 B41
		培养学生独立思考、独立创造的能力 B42
个性动机、态度 A5	能有效的对学生及情景进行控制,渲染教学气氛环境,临场能创造性的发挥 B43	
	能顺利有效地适应工作环境,对工作中的挫折及自己的行为有较强的自我调控能力 B44	
	积极的自我意识和自信心 B51	
	愿意面对挑战,对教育改革有着积极的期望 B52	
	有强烈的责任感和奉献精神,以积极的态度工作 B53	
		在工作中能对目前的工组内容、方式、目标进行细考改进 B54
		经常进行自我反省,及时合理地调整自己的工作方式 B55

三、评价体系指标权重的确定

本研究将采用层次分析法确定评价体系指标的权重。层次分析法的基本思路是首先根据问题的性质和要达到的总目标,把问题层次化,分解为不同的组成因素,按照因素间的相互影响以及隶属关系将因素按不同层次聚集组合,形成一个多层次的析析结构。然后通过两两比较因素的相对重要性,构造上层某因素对下层相关元素的判断矩阵,得出相关元素对上层某因素的相对重要序列。这样,依次由上而下计算出最低层因素相对于最高层因素的相对重要性权值或相对优劣次序的排序值。决策者根据

对问题的这种数量分析进行相关决策。

为确定各级指标的相应权重,特邀请了科研机构、高校、企业内的10位专家,结合他们的意见,建立教学胜任力评价指标体系的各级判断矩阵如下:

$$\begin{pmatrix} 1 & 5 & 1/2 & 4 & 6 \\ 1/4 & 2 & 1/5 & 1 & 3 \\ 2 & 6 & 1 & 5 & 7 \\ 1/5 & 1 & 1/6 & 1/2 & 2 \\ 1/6 & 1/2 & 1/7 & 1/3 & 1 \end{pmatrix}$$

(一)一级判断矩阵指标及权重

1. 计算 W

首先由 $\bar{W}_i = \sqrt[n]{\prod_{j=1}^n a_{ij}}$ 计算得

$$\bar{W}_1 = \sqrt[5]{1 \times 5 \times \frac{1}{2} \times 4 \times 6} = 2.2679$$

同理, $\bar{W}_2 = 0.7860, \bar{W}_3 = 3.3470, \bar{W}_4 = 0.5065, \bar{W}_5 = 0.3309$

做归一化处理,

$$\sum_{i=1}^n \bar{W}_i = \bar{W}_1 + \bar{W}_2 + \bar{W}_3 + \bar{W}_4 + \bar{W}_5 = 2.2679 + 0.7860 + 3.3470 + 0.5065 + 0.3309 = 7.2383$$

由 $W_i = \frac{\bar{W}_i}{\sum_{i=1}^n \bar{W}_i} = \frac{\sqrt[n]{\prod_{j=1}^n a_{ij}}}{\sum_{i=1}^n \sqrt[n]{\prod_{j=1}^n \bar{W}_{ij}}}$ 得

$$W_1 = \frac{2.2679}{7.2383} = 0.3133$$

同理, $W_2 = 0.1086, W_3 = 0.4624, W_4 = 0.0670, W_5 = 0.0457$

所以,特征向量 $W = (0.3133 \quad 0.1086 \quad 0.4624 \quad 0.0670 \quad 0.0457)$ 即为各个指标的相对权重。即:专业实践能力为 0.3133,专业知识及研究能力为 0.1086,教学能力为 0.4624,育人调控能力为 0.0670,个性动机、态度为 0.0457。

2. 计算最大特征值

$$KW = \begin{pmatrix} 1 & 5 & 1/2 & 4 & 6 \\ 1/4 & 2 & 1/5 & 1 & 3 \\ 2 & 6 & 1 & 5 & 7 \\ 1/5 & 1 & 1/6 & 1/2 & 2 \\ 1/6 & 1/2 & 1/7 & 1/3 & 1 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} 0.3133 \\ 0.1086 \\ 0.4624 \\ 0.0670 \\ 0.0457 \end{pmatrix}$$

$$= \begin{pmatrix} 1.5881 \\ 0.5505 \\ 2.3539 \\ 0.3525 \\ 0.2367 \end{pmatrix}$$

$$\lambda_{\max} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{(KW)_i}{W_i} = \frac{1}{5} \left(\frac{1.5881}{0.3133} + \frac{0.5505}{0.1086} + \frac{2.3539}{0.4624} + \frac{0.3525}{0.0670} + \frac{0.2367}{0.0457} \right) = \frac{1}{5} \times 25.6639 = 5.1339$$

3. 检验一致性

$$CI = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1} = \frac{5.1339 - 5}{4} = 0.0335$$

$$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0.0335}{1.12} = 0.0299$$

$CR < 0.10$, 所以矩阵通过一致性检验。

(二)二级判断矩阵指标及权重

1. 专业实践能力判断矩阵

$$A_1 = \begin{pmatrix} 1 & 2 \\ 1/2 & 1 \end{pmatrix}$$

显然,矩阵 A_1 满足完全一致性要求。所以,各个指标的相对权重 $W1 = (0.6667 \quad 0.3333), CI = 0$ 。

2. 专业知识及研究能力判断矩阵

$$A_2 = \begin{pmatrix} 1 & 1/2 & 1/4 & 1/6 & 1/5 \\ 2 & 1 & 1/3 & 1/5 & 1/4 \\ 4 & 3 & 1 & 1/3 & 1/2 \\ 6 & 5 & 3 & 1 & 2 \\ 5 & 4 & 2 & 1/2 & 1 \end{pmatrix}$$

对于专业知识及研究能力判断矩阵, $W2 = (0.0504 \quad 0.0763 \quad 0.1731 \quad 0.4258 \quad 0.2744)$ 。

通过一致性检验计算, $CI = 0.0244, CR = 0.0218 < 0.10$, 所以矩阵 A_2 的一致性可以接受。

3. 教学能力判断矩阵

$$A_3 = \begin{pmatrix} 1 & 1/2 & 2 & 1 & 1/2 & 1 \\ 2 & 1 & 3 & 2 & 1 & 2 \\ 1/2 & 1/3 & 1 & 1/2 & 1/3 & 1/2 \\ 1 & 1/2 & 2 & 1 & 1/2 & 1 \\ 2 & 2 & 1 & 3 & 2 & 1 \\ 1 & 1/2 & 2 & 1 & 1/2 & 1 \end{pmatrix}$$

对于教学能力判断矩阵, $W3 = (0.1358 \quad 0.2589 \quad 0.0747 \quad 0.1358 \quad 0.2589 \quad 0.1358)$ 。

通过一致性检验计算, $CI = 0.0024, CR = 0.0019 < 0.10$, 所以矩阵 A_3 的一致性可以接受。

4. 育人调控能力判断矩阵

$$A_4 = \begin{pmatrix} 1 & 1/8 & 1/6 & 1/5 \\ 8 & 1 & 3 & 4 \\ 6 & 1/3 & 1 & 3 \\ 5 & 1/4 & 1/3 & 1 \end{pmatrix}$$

对于育人调控能力判断矩阵, $W4 = (0.0442 \quad 0.5441 \quad 0.2721 \quad 0.1397)$ 。

通过一致性检验计算, $CI = 0.0586, CR =$

0.0651 < 0.10, 所以矩阵 A₄ 的一致性可以接受。

5. 个性动机、态度判断矩阵

$$A_5 = \begin{pmatrix} 1 & 1/4 & 1/6 & 1/2 & 1/3 \\ 4 & 1 & 1/2 & 3 & 2 \\ 6 & 2 & 1 & 4 & 3 \\ 2 & 1/3 & 1/4 & 1 & 1/2 \\ 3 & 1/2 & 1/3 & 2 & 1 \end{pmatrix}$$

对于个性动机、态度判断矩阵, W₅ = (0.0585 0.2599 0.4272 0.0962 0.1581)。

通过一致性检验计算, CI = 0.0122, CR = 0.0109 < 0.10, 所以矩阵 A₅ 的一致性可以接受。

(三) 层次总排序

措施层	准则层	A ₁	A ₂	A ₃	A ₄	A ₅	总排序权重
能够获得丰富的企业挂职、社会实践经验, 为教学工作提供经验素材 B11		0.3133	0.1086	0.4624	0.0670	0.0457	0.2089
能有效的将实践经验上升到理论高度 B12		0.3333	0	0	0	0	0.1044
具有完备的教育理论知识, 熟悉科学的教育方法 B21		0	0.0504	0	0	0	0.0055
具有比较广泛的学科专业知识及学科发展前沿知识 B22		0	0.0763	0	0	0	0.0083
全面掌握和运用教材的能力 B23		0	0.1731	0	0	0	0.0188
能根据实践经验, 创造出有效的任务学习情境 B24		0	0.4258	0	0	0	0.0462
自我科研创新的能力 B25		0	0.2744	0	0	0	0.0298
围绕任务设置、学习情境展开教学, 引导学生思考, 培养学生职业建构能力 B31		0	0	0.1358	0	0	0.0628
难点重点突出, 时间安排合理, 具有清晰的工作思路 B32		0	0	0.2589	0	0	0.1197
具备多种现代教育教学手段的合理运用的能力 B33		0	0	0.0747	0	0	0.0345
对各种可能的干扰因素及教学效果等的估计能力 B34		0	0	0.1358	0	0	0.0628
语言准确简练, 通俗易懂, 生动形象, 富有感染力 B35		0	0	0.2589	0	0	0.1197
板书设计合理清楚, 富有层次 B36		0	0	0.1358	0	0	0.0628
对学生抱有积极的期望, 能有效的促进学生的学习能力、自信心 B41		0	0	0	0.0442	0	0.0030
培养学生独立思考、独立创造的能力 B42		0	0	0	0.5441	0	0.0365
能有效的对学生及情景进行控制, 渲染教学气氛环境、临场能创造性的发挥 B43		0	0	0	0.2721	0	0.0182
能顺利有效地适应工作环境, 对工作中的挫折及自己的行为有较强的自我调控能力 B44		0	0	0	0.1397	0	0.0094
积极的自我意识和自信心 B51		0	0	0	0	0.0585	0.0027
愿意面对挑战, 对教育改革有着积极的期望 B52		0	0	0	0	0.2599	0.0119
有强烈的责任感和奉献精神, 以积极的态度工作 B53		0	0	0	0	0.4272	0.0195
在工作中能对目前的工组内容、方式、目标进行细考改进 B54		0	0	0	0	0.0962	0.0044
经常进行自我反省, 及时合理地调整自己的工作方式 B55		0	0	0	0	0.1581	0.0072

对组合一致性进行检验如下:

$$CI_1^{(3)} = 0; CI_2^{(3)} = 0.0244; CI_3^{(3)} = 0.0024;$$

$$CI_4^{(3)} = 0.0586; CI_5^{(3)} = 0.0122$$

$$RI_1^{(3)} = 0; RI_2^{(3)} = 1.12; RI_3^{(3)} = 1.24; RI_4^{(3)} =$$

$$0.90; RI_5^{(3)} = 1.12$$

因此, $CI^{(3)} = (0 \quad 0.0244 \quad 0.0024 \quad 0.0586$
 $0.0122)$

$$\begin{pmatrix} 0.3133 \\ 0.1086 \\ 0.4624 \\ 0.0670 \\ 0.0457 \end{pmatrix} = 0.0082$$

$$RI^{(3)} = (0 \quad 1.12 \quad 1.24 \quad 0.90 \quad 1.12)$$

$$\begin{pmatrix} 0.3133 \\ 0.1086 \\ 0.4624 \\ 0.0670 \\ 0.0457 \end{pmatrix} = 0.8065$$

所以, $CR^{(3)} = CR^{(2)} + \frac{CI^{(3)}}{RI^{(3)}} = 0.0299 + \frac{0.0082}{0.8065}$
 $= 0.0401 < 0.10$

所以,层次总排序具有满意的一致性。

四、结语

基于工作过程的教学胜任力评价指标体系是一个动态的、开放的系统。随着基于工作过程工学结合的课程“一体化”模式的探索,工作内容、情景的变化,高职教师在教育教学、科研等方面工作的推进,胜任力指标也应做相应的修改,并不断跟进大学教育改革的步伐。

参考文献:

[1] 刘先锋. 高校教师胜任力及发展策略初探[J]. 中国成人教育, 2008(2): 93-94.

[2] 陈丽金, 周斌. 高职院校专业课教师胜任力现状及影响因素分析——高职院校专业课教师胜任力研究之一[J]. 今日南国, 2010(3): 24-25.

[3] 张议元, 马建辉. 高职院校教师胜任特征研究[J]. 中国市场, 2006(36): 66-67.

[4] 李明斐, 卢小君. 胜任力与胜任力模型构建方法研究[J]. 大连理工大学学报(社会科学版), 2004(1): 28-32.

[5] 萧鸣政. 工作分析的方法与技术[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2002.

[6] 宋倩. 高校教师胜任力模型及与工作绩效的关系研究[D]. 桂林: 广西师范大学, 2008.

Establishment of Teachers' Teaching Competence Evaluation System Based on Working Process in Higher Vocational Colleges

NIU Jing

(Qingdao Hotel Management College, Qingdao 266100, China)

Abstract: By analyzing the theories of the teaching model based on working process and using AHP combining qualitative analysis with quantitative analysis, this paper establishes teachers' teaching competence model based on working process and evaluation index system in higher vocational colleges.

Key words: teachers in higher vocational colleges; working process; teaching competence; evaluation system

(责任编辑:周晓莉)

保持大学生党员纯洁性的心理因素探析*

张 泽

(江苏经贸职业技术学院, 江苏 南京 211168)

摘 要:保持大学生党员纯洁性是高校党建工作的重要课题,是巩固党的先进性长效机制的要求,也是保持高校党建工作活力之所在。本文通过对党员、预备党员、入党积极分子和普通大学生的访谈,从心理层面分析了学生党员心理活动倾向,针对心理活动存在的偏差,提出了保持大学生党员纯洁性的策略选择。

关键词:大学生;党员;纯洁性

中图分类号:D641 **文献标识码:**A

党的纯洁性包涵的内容极其广泛,但主要内容包括:思想上、政治上、立场上、作风上和行动上保持纯洁等五个方面。

新的历史时期,党面临着多种考验,保持党的纯洁性显得尤其重要。胡锦涛同志在十七届中央纪委七次全会上强调:全党要不断增强党的意识、政治意识、危机意识、责任意识,保持党的纯洁性。2012年3月,习近平同志在《求是》杂志上刊文指出:保持党的纯洁性是马克思主义政党的本质要求,要始终保持党在思想上、组织上、作风上的纯洁性,并要求领导干部以身作则带头保持纯洁性。

党员的纯洁性是党的生命线,是我们党区别其他政党最显著的标志。学生党员作为高校学生队伍中一支素质相对较高的群体,能否保持党员纯洁性,不仅关系到高校各项工作顺利开展,更是关系到党组织在普通学生心目中的形象和威信。统计结果表明,高校学生党员队伍近5年呈现出均衡发展、稳步上升的趋势。仅2010年全国发展大学生党员123.6万人,占当年全国发展党员总数的40.2%。截至2010年12月31日,全国在校大学生党员总数达到251.2万人。另据赵婀娜在《人民日报》撰文报到,高校每年发展大学生党员人数超全国发展数1/3,即全国每发展一个预备党员其中就有一位是大学生。在这种背景下,高校学生党员纯洁性如何直接关系到党的事业是否能够顺利完成,关系到习总书记提出的中国梦能否实现。

当代大学生是一个知识较丰富、思想较敏锐的群体,他们肩负着民族振兴、祖国富强的重任。而大学

生党员又是共产党员群体中高素质、高能力、最年轻、最活跃的部分。组织开展保持学生党员纯洁性研究,探索大学生党员深层次的心理因素,对于学生真正从思想上入党,保持党的先进性,具有重要的意义。

一、大学生党员角色的特殊性

(一)校园文化的领跑者与社会实践的带头人

大学生来自祖国的四面八方,大江南北,每个人的思想觉悟相差甚远,各种文化相互撞击融合,表现形式多样繁杂。大学生党员应当代表校园先进文化的主流方向,积极引导、构建健康、和谐的文化氛围。以实际行动帮助广大同学培养形成积极有为、健康向上的世界观、人生观、价值观、道德观。大学是一个人由学校生活迈向社会的转折点,是将以前所学知识投入社会实践的中转站,是人生角色转变的重要时期,大学中各种社会实践活动异常活跃,大学生党员更应起好模范带头作用,有意识引领同学们服务人民群众,不求名,不图利,不搞形式主义,真正地为群众办好事、办实事,赢得人民群众的拥护。

(二)上级党组织的得力助手与普通同学的前进标杆

大学时代,青年学生对中央及上级党组织感觉遥远,只能从媒体中听到看到党的重要文件和决策,普通同学渴望听到党的声音,上级党组织也希望了解大学生所需、所想、所为。正是由于大学生党员的存在,架起了大学生与党组织之间的桥梁,大大缩短了两者的距离。拥有既是学生又是党员的双重身份,他们既可以将党组织的声音及时地传达给大学

* 收稿日期:2013-04-18

基金项目:中国高等教育学会2012年高校学生工作研究课题(LX2012Y131)

作者简介:张泽(1965-),男,湖北随州人,江苏经贸职业技术学院副研究员,研究方向为高等职业技术教育。

生,也可以将大学生的要求准确地向上级党组织汇报,为党有的放矢地做好青年学生工作打下基础。大学生党员理所当然地成为上级党组织的得力助手。在这个偶像疯狂泛滥的时代,各式各样的理念和思潮让我们大学生手足无措,“一名党员就是一面旗帜”、“一个党支部就是一个战斗堡垒”,大学生党员要严格要求自己,为广大同学树立一种典范,一种在广大同学难以抉择时值得信赖的参考和标杆。

(三)理论学习的领跑人和活学活用的急先锋

作大学生党员,一方面要学习好专业知识,锻炼好素质和能力,掌握为人民服务的本领,同时还要学习好党的基本理论知识,这既是提高自身觉悟的必然要求,同时也是为了更好地紧随时代步伐,保持与党组织的统一性、协调性和意志坚定性的必然要求。大学生党员应做到务实与务虚相结合,理论与实践相结合,将先进的理论运用到实践活动,积极地以实践检验所学,在实践中活用所学,时刻走在他人的前面。

(四)平常时期的小卒子和关键时刻的顶梁柱

大学生党员平常时期应无私奉献,不图功利,甘愿做一名无名无姓小卒子,在小事中尽心尽力,在细微中见真情,反映出大的境界。在组织需要的时候,既要沉稳冷静又要敢打敢冲,让人们知道共产党员是信得过、靠得住、能干事、能成事的先进分子。

(五)艰苦环境的强者与优良环境的智人

做一个合格的大学生党员首先自身不能畏惧困难、抵得住各种诱惑。艰苦条件下,大学生党员要特别能吃苦,特别能战斗,特别能成事,不畏困难、敢于挑战。优良环境中应重视共产党员的名节,抵制住金钱、权利、人情等腐蚀东西的诱惑,坦荡为人,扎实做事,拒绝奢华的生活,拒绝不正之风,拒绝松散懒惰,做出明智的选择来表现出共产党员的浩然正气。

二、影响大学生党员纯洁性的心理因素探析

从心理角色来看,个体心理包括心理过程和个性心理。心理过程包含认识、情绪情感和意志过程,个性心理主要指个性特征和需要、动机两个方面。内在心理状况决定了学生党员纯洁性的外在表现,学生党员对纯洁性的认识,情感认同和意志保持以及入党动机等方面,直接影响着党员的纯洁性。

目前高职院校绝大多数学生党员表现是好的,有坚定的理想、信念,有正确的入党动机,在学习、生活和工作中能够较好地发挥其先锋模范带头作用,处处能体现先进性。但通过调查我们也不难发现一些与党员纯洁性格格不入的思想行为,突出表现在:

(一)思想认识不高

大学生党员对党的纯洁性的认识,即党员对党

的纯洁性体现内容的认识程度,是党员在实践中能否发挥先进性的思想前提和基础。自各级党委重视在青年工人、农民、知识分子中发展党员以来,各高校在学生中发展的党员数量不断增加。从南京江宁大学城几所大学调查来看,少数二级院系发展党员已达到在校生人数的20%以上,加上党员发展标准掌握尺度不一,评价机制单一,有些学习成绩优良但对党组织缺乏必要了解,党的基本知识不够,个体差异较大,影响了党在广大学生心目中的形象。关于大学生党员素质,调查结果显示,有近40%是基本具备。群众对大学生党员的认可度与党组织的要求是有差距的。

(二)入党动机不纯

学生党员的入党动机是引发和维持个体向党组织靠拢的心理动力,是激励个体行动的主要原因,也是党员纯洁性保持的动力。大学生党员入党动机不纯主要表现:一是少数学生为个人荣誉入党,自己从幼儿园、初中、高中一路走来,都是光环闪耀,在大学里不入党,觉得会失去一生的荣耀;二是抱着功利心态入党,认为入党后有可能升官发财、有可能找到一份如意的工作、有可能会得到更多异性的追求,还有可能有机会得到更多的奖学金等;三是从众心理入党,同学们都在向党组织靠拢,不管怎样自己也要赶上这一趟,自己的父辈、祖辈或其他亲人都是党员,所以自己就得入党。以上入党动机都是不纯的表现,不是为了共产主义理想信仰而入党。调查结果显示,大学生入党是为了共产主义信仰、全心全意为人民服务的仅占14%,入党动机的功利性、多样性和复杂性的现实及趋向,降低了党组织的纯洁性。

(三)发挥作用不力

大学生党员应时刻起到模范带头作用,严于律己,凡事想在前头,做在前头,冲在前头,在学习、生活、实践等方面处处领先。尤其是关键时刻能够表现突出,如社会实践、扶孤助残、公益活动、学习纪律、技能竞赛等方面,当党组织需要的时候,个人服从组织,将组织利益放在第一位。调查发现,仍有部分学生党员自由散漫,自我要求不高,尤其是入党以后,有了船到码头车到站的思想,在学生群体中威信不高,关键时刻能发挥作用的仅占30%。还有更多的是基本或不能发挥作用。这种现象严重辜负了党组织的殷切希望。

(四)对党情感不浓

对党组织的情感认同,即对中国共产党的性质、理想、目标、任务、纪律、原则的理解认同,是党员实践党组织纯洁性的情感基础。

少数党员虽然入了党,成了八千多万共产党员

的一份子,但对“没有共产党就没有新中国”缺乏深刻体会;由于年龄的原因,对改革开放三十年取得的成绩没有亲身体验;由于忙于升学对党员队伍中涌现出来的优秀分子的英雄事迹没有充分学习。“党是大救星”、“党是指路明灯”、“党是前进方向”那种真挚的情感在大学生党员中慢慢地淡化了,在广大大学生中开展“知党情、铭党恩、跟党走”的主题教育活动尤为重要。

三、精心选择策略,确保大学生党员的纯洁性

针对影响大学生党员纯洁性心理因素分析,作为高校基层党组织负责人,应时刻把握大学生党员的思想脉搏,学会运用心理学相关理论,有的放矢地加以正确疏导和引导,变消极为积极,变被动为主动。为此,特提出如下策略选择。

(一)建立常态教育机制,深化大学生党员对纯洁性的充分认识

加强大学生党员政治理论学习,树立正确的世界观、人生观、价值观和道德观。一是宗旨观念和理想信念的学习。保持思想上的纯洁性,是保持基层党组织政治方向和团结统一的思想基础,胡锦涛同志曾告诫我们:“理想的滑坡是最致命的滑坡,信念的动摇是最危险的动摇”。习近平同志指出:“党员和党员干部思想不纯,理想信念不可能坚定,是非认识必然模糊,政治立场很容易动摇”。目前最主要的是共产主义和中国特色社会主义理想信念的学习。有了这样的理想信念,做什么事就有了责任感和使命感。二是党的基本理论、基本路线、基本知识的学习,明确党的性质、指导思想、组织原则、奋斗目标、工作路线、思想路线、党的纪律和党员的权利和义务,提高对党组织的认知水平。三是不同时期尤其是新时期党员楷模的学习。如焦裕禄、孔繁森、任长霞、杨善洲、郭明义等,用榜样的力量激励和教育大学生时刻牢记党员的使命,强化大学生党员的党性修养。

(二)开展情感交流活动,内化大学生党员对纯洁性的情感认同

首先是发扬党的优良传统,不走过场地开好民主生活会,认真开展批评与自我批评,真正起到互相提高、互相进步的教育作用。其次请进来、走出去,用鲜活的事例感染大学生党员,如请老党员、老干部、老前辈现身说法,增强亲近感,组织党员和入党积极分子到红色根据地,重温血雨腥风的战争年代,增强党员的责任意识和使命意识。再次利用现代化的教育手段,如QQ群、信箱、博客、红色网站,让党员学习党的路线、方针和政策,学习党史,交流心得,

畅谈理想,规划人生,深化对党的情感。

(三)搭建实践锻炼平台,锻炼大学生党员对党纯洁性的坚强意志

创新党员教育模式,搭建实践教育平台,让每一位党员在现实中体会全心全意为人民服务的宗旨,增强党员意识,提升党员形象,克服困难,千锤百炼,提升自身的纯洁性。一是搭建主体教育平台,如近几年,笔者所在的党总支搭建的“六个一”示范活动、“先锋引路、‘三创争优’活动”、“一示范、二联系、三深入”、“党在我心中”知识竞赛、“学党史、铭党恩、做党人”演讲大赛、“创先争优,从文明言行做起”主题活动,取得了理想效果。二是搭建实践活动平台,通过青年志愿者、党员服务岗、雷锋日、社区兼职、自主创业、民工子弟学校义务支教、每月智障儿童爱心帮教等活动,提高党员的工作能力和服务意识,发挥模范带头作用,切实体现大学生党员的先进性,坚定其党性意识。

(四)严格党员发展程序,纯洁大学生党员入党动机

建立三项新机制,提升发展党员工作质量。一是建立“四推一选”制度,把好推荐关。由班级、团支部、任课教师和辅导员推荐政治素质高、能力强的优秀青年学生作为重点培养对象,由学生党支部统一考察后,确定为入党积极分子,建立基本信息库,定期开展教育培训,并有目的地组织实践锻炼。二是建立“三级审核”制度,把好审批关。即对每名发展对象,实行每班两委会初审,学生党支部预审,党总支集中会审,层层把关,逐人公示,广泛听取意见,接受群众监督,防止发展过程中的不正之风。三是建立“跟踪回访”制度,把好责任关。对党员发展情况,开展“四访四查”活动,确保发展党员工作的规范性和透明性,包括访支部,查计划执行是否到位;访学生干部,查程序运行是否规范;访学生,查公示公开是否落实;访党员,查入党动机是否纯正。

总之,我们认为,大学生党员内在心理与行为表现有着密切的关系,只有紧抓心理这个深层原因,加强大学生党员的教育与管理,才能真正保证大学生党员认知、行为和动机的纯洁性。

参考文献:

- [1] 罗政,秦加军.新时期高校学生党员先进性教育的调查与思考[J].青年探索,2005(2):24-28.
- [2] 朱晖.新时期高职院校保持学生党员先进性教育工作研究[J].学理论,2011(8):25-26.
- [3] 吴起明.加强学生党员教育培养永葆学生党员先进性[J].学校党建与思想教育,2008(S1):4-6.

(下转第66页)

文化·艺术

从“中华吟诵”和“日本素读”的源流关系
看古代东亚汉文传播*

刘君

(浙江旅游职业学院,浙江杭州311231)

摘要:首先从对当前语文教育界“素读教育法”质疑入手,提出了清楚认识“中华吟诵”和“日本素读”的源流关系问题,分析了“吟诵/素读”的概念界定、历史发展及研究现状,继而从“佛教吟诵调催生吟诵教育法”和“以汉文为载体的中日文化传播导致素读法产生”两个角度剖析论证了“吟诵/素读”的源流关系。

关键词:吟诵;素读;吟诵调;吴音;俗讲;儒教

中图分类号:G125 **文献标识码:**A

汉文传播是一种华夏文明传播的基本形式,过往研究多关注于以书面文本为载体的文明传播形式,却忽视了对与文本紧密相连的“文本阅读方式”传播问题的研究。活跃于华夏大地的“吟诵”读书调,以及风行于古代的“素读”法,即是一类特殊的“文本阅读”方法。目前国内对“日本素读”的研究刚刚起步,专题性研究可以从华南师范大学附属小学的陈琴老师提出的“素读教育法”算起,需要指出的是,学界对“素读”的界定存在一个显著的错误,即认为“‘素读’是古代日本人定义的中国古代私塾的授课方式”(陈琴,2009)。实际上,“素读”只是古代日本人学习中国典籍的一种阅读方式,其与我国的“吟诵”法同源同步发展,并与佛儒二教密切相关。本文拟以“中华吟诵”和“日本素读”二者关系为研究对象,从汉文传播的角度解读其历史渊源及流变关系,揭示出古代东亚文化传播过程中,存在着“宗教文化为核、文本为体、音读法依附传播”的文化传播模式。

一、“中华吟诵”和“日本素读”的概念界定

(一)中华吟诵

“中华吟诵”被视为一门绝学,与在世界范围内广泛存在的“说唱艺术、吟唱艺术”等有所区别,它特指教育范畴内的一种文本唱读方法。我们用“中华吟诵”的概念,一方面是为了区分日本古代汉文教育所采用的“素读”方法,一方面是因为它也是申报世界级和国家级的非物质文化遗产时采用的名称。为行文方便,下文简称“吟诵”。

吟诵产生于唐代,发展于宋元,盛行于明清时期。在分类上,根据曲调的有无,吟诵可以分为有音阶曲调变化的“吟咏”和没有音阶曲调的“诵读”两类;根据音乐性的强弱不同,吟诵又可以分为“吟读”和“吟唱”两种,前者带有语音夸张,“念”“吟”结合,又称为“朗咏”,后者又叫“吟咏”,有较为高级的文学性(陈炳,2009)。吟诵的相关研究滞后于其现实发展,主要有两股潮流,一是吟诵发展时期的宋元明清各代,主要包括宋代朱熹,元代刘绩,明代李东阳、唐顺之、钟惺,清代桐城派作家揭傒;二是吟诵方法衰落时期的民国及现代,包括胡适、赵元任、朱自清、朱光潜等人。现代吟诵大家们也开展了集中性的整理研究,包括秦德祥、陈炳铮、陈少松等人。

(二)日本素读

“日本素读”(Sodoku),又称为“音读(ondoku)”、“白读”或“棒读”,是古代日本汉语教学的一种方法,简单的定义是“一种用汉音诵读经典原文,不求理解文章含义,只按照文字发音进行朗读的读经方法”。“素读法”开始于日本飞鸟时代,发展于中世室町、平安等各时代,盛行于近世江户、明治等各时代。按文本对象的不同,“素读”分为佛经“音读”和儒家经典。无论在日本国内还是国外,对于“素读”的相关研究成果极少,这与这种方法产生年代久远、记录较少有关,也与这种方法不占汉文学习主体地位相关。“素读”研究往往是依附在另一种日本主流外文学方法“训读”上的,相关研究学者包

* 收稿日期:2013-04-24

作者简介:刘君(1981-),男,山东泰安人,浙江旅游职业学院讲师,研究方向为国际汉学与对外汉语教学。

括 Nakata、Shirafuji、Sakamoto、Nokazawa、Shimonaka、桐山紘一等,中国学者包括严绍璁、周一良等。

二、溯源：“吟诵/素读”源自佛教吟唱调

(一)吟诵与佛教的关系：念书调是印度的影响

关于吟诵与佛教的关系,相关文献中论述最贴切的当数胡适先生的论点,在《中国白话文学史》中,关于吟诵,胡适抛出一个断论:

大概诵经之法,要念出音调节奏来,是中国古代所没有的。这法子自西域传进来;后来传遍中国,不但和尚念经有调子;小孩念书,秀才读八股文章,都哼出调子来,都是印度的影响。

多数后世学者只是引用而不正面考证这一观点,抑或可以说是不太重视这一观点。实际上,胡适的这番言论值得引起充分重视,它本质上点出了印度佛教与中国儒家教育的一个交叉节点,也即,唐代以降,作为儒家教育场所的私塾中广为应用的读书方法“吟诵调”,实际上是佛教吟唱调的变体。有研究指出,在齐梁之前,“吟”的词义主要有“歌唱、吟叹、动物鸣叫”等,而绝少被用来表示吟诵文学作品。直到梁以后,“吟诵”这一词义才逐渐多起来,在唐代以后则被频繁使用,而唐之前的梁代正是佛教传入中国以后获得大发展的时期,此时佛教在传播过程中推动了汉语声律音韵的变革,“吟诵调”正是在这一背景下通过佛教俗讲、寺院讲学等传播渠道萌生发展的。

(二)素读与佛教的关系：汉文佛经转读产生素读

“素读”有三个显著特点,一是高声读,二是单纯用汉音诵读,而不用了解意义,三是借助念读可以体验文本对象的内在感情。学界对“素读”的源头追溯往往停留在“汉文学习”上,但单纯的“语言学习法”的解释不足以解释“素读”的三个特性。实际上,“素读”与佛经学习存在密切关系,“素读”的三个特性可以对照佛经的传播学习过程得到圆满解释。从6世纪末始,由于政治和文化改革的需要,古代日本出现了大量翻译学习佛经的社会现象,但无论是引进的汉文佛经文本还是汉音对佛经的转读,都必须借助汉文汉音。Nakata(1959)推断,“素读”法正是脱胎于从用汉文进行的佛教念诵实践。最开始的“素读”具有更多的宗教仪式意义,而毫无语言学习的或文学性的意义。周一良(2009)则认为素读法“当然是基于宗教信仰,认为用音读来念诵汉译佛经更近于释迦牟尼所说的梵语,诵经腔调则与几十年前我听到的中国僧人念经毫无二致”。

三、流变：音读在东亚汉文传播中起到重要作用

“读”是日本人学习语言文化知识的一个重要方法,语言学习上包括音读(ondoku)、训读(kundoku),文本学习上分为素读(sodoku)、会读(rindoku)、解读(keidoku)等等。之所以是“读”这种文本阅读的概念,而不是其它,基本上是由古代日本文化的他源性决定的,即日本文化在来源上,大多首先是从阅读他国典籍开始的,主要包括古代中国。“借由佛教及儒教思想的推广,以文本及附属于文本之上的音读方法”,在东亚汉文传播过程中起到了重要作用。以下将从“读经传播”、“语音变化”、“文化影响”三个角度阐述这一观点,探讨“吟诵”和“素读”的流变关系。

(一)读经传播：吟诵—吏读—素读

上文已经阐述,“吟诵”是印度佛教在中国传播过程中的产物,是佛经“吟唱调”的变体,而“素读”同样产生于诵经的实践练习,是古代日本在学习汉文文本的佛经时的一种诵读做法。不过,最初日本无论是获取佛经资料还是学习读经方法,都不是向中国直接学习的。实际上5世纪以前,不但在日本,在古代朝鲜、越南、琉球等国都处于没有文字的状态。彼时这些国家许多文化知识来源于中国的古代典籍,而且绝大部分是佛教典籍经典,日本佛教文化知识的引入,而是借助于与古代中国接壤的古朝鲜三国“高句丽、新罗、百济”,三国之中,高句丽与中土最近,中华文化最先影响到朝鲜半岛距离中国较近的高句丽国,然后渐次影响到位于中部地区的新罗国,再渗透影响到百济国,百济国距离日本最近,在某次交往活动中,百济赠予日本一尊佛像和大量的佛教典籍,这一事件也被认定为佛教入日的标志性事件。

用高唱的方式诵读文本,在华夏叫吟诵,在古朝鲜称为“吏读”,在日本则称为素读。佛教文化在东亚地区的传播并非只是单纯的佛经文本的传播,“唱诵”这种佛教徒的传教方法,以及教外人士学习佛经的“吟诵”方法,均依附于佛教且会随之得到传播。无论是朝鲜的“吏读”,还是日本的“素读”,都是佛经吟诵调的变体。

(二)语音变化：吴音—汉音—唐音

在最初的阶段,即从公元5世纪到公元7世纪(即中国六朝时期),古代日本人首先是通过中国的吴语语音(wu-on)来学习佛经的。日本接触的吴音是由与我国吴地(江浙闽)多有来往的百济人引入的,长时间的书面语言接触学习使吴音成为了日本汉字音读的基础(石定果,1983),并成为至今佛教诵读活动都在使用的基本用语。

6世纪时,日本设立了“音博士”(voice doctor),

以便推进“素读”读经学习,教授发音方法以便读懂汉籍经典。最早担任音博士的是古日本从百济国接获的“渡来人”续守言和萨弘恪。“音博士”首先教授的即是“素读”。7世纪—8世纪期间,随着中日友好交往的深入,特别是在日本大规模遣唐使团的影响下,中国北方语音传入日本,被称为“汉音”(kanon)。9世纪后半叶日本大学寮开始设置“音生”,着手培养本国胜任音博士的教育人才,在学校及佛教界推行汉音。12世纪,在日本有两股力量促使“汉音”向“宋音”的转变,一是中国(南宋)僧人的传法交流,一是新儒学的兴盛,“宋音”也称“唐音”(tangon)。

(三)文化影响:片假名—能乐—素读复兴

中日文化交流一直源源不断,在“借助文本传播佛教、儒教,推扬文化发展”这种文化传播模式下,在各个历史时期,来自中华大地的文艺形式皆能在日本国找到对应的变体形式。以片假名为例,有研究指出,片假名并非日本发明,而是成系统地取自于唐代我国的“半字”(周一良,2009),而作为一种古代中国音译梵语经典的记载工具的“半字”,承载着佛教文化,其流传到日本并发展成片假名,反映了中日佛教文化交流对日本语言文字的贡献。同样的,唐代时期由佛教变文演变成的话本、评书、宝卷、戏剧等也都通过各种渠道流传到了日本,有研究指出日本“能剧”即直接源自元杂剧。

脱胎于佛教诵经的吟诵调同样有着相似的流变路径。在中国唐宋两代,吟诵调应用于佛教吟唱,后来随着转读、寺庙学堂、崇佛文人等的影响,“吟诵调”逐渐成为儒家诵诗吟文的一种基本方法,宋代儒学中兴,“吟诵调”也得到巩固,特别是在私塾中固定下来,成为教学先生的习用方法。随着以朱熹为代表的新儒学成为亚洲地区的文化新风尚,“吟诵”的变体——“素读”,这种表面看来并不能帮助理解语义的文本音读方法,却在古代日本近世江户时代以及后世明治时代得到复兴。

首先,寺院办学兴盛起来,寺院开办的以庶民子弟为对象的初等教育机构——“寺子屋”大量兴建,孩童一般在5—10岁就到私塾等机构学习,而学习的第一步就是素读,年幼的学生需先读熟经学典籍,不求理解,“素读”之后的学习阶段是讲解意思的“讲义”,即讲解经义之义,并通过集体性的“会读”、“轮讲”等加以理解。因为素读的学习方法主要面向小学生,到后来,“素读生”代指“小学生”,“讲义生”代指“大学生”。其次,江户时代的素读用书已逐渐过渡到儒学经典,如《论语》、《孝经》、《礼记》、《春秋》、《易经》、《诗经》、《书经》、《孟子》、《资治通鉴》、

《庄子》等经书。再次,素读被列入科举的考试科目,“素读吟味”与“学问吟味”成为定期考试制度,考试科目是来自朱子学的“四书”、“五经”或《孝经》一类的儒学经典。当然,在某些场合,“素读”仍旧保持了一定的宗教色彩,如在每年元旦举行有“初次素读”的仪式活动。

四、结语

魏晋以至唐代,印度佛教在中国“转读”的俗讲方式直接催生了我国中古时期私学中“吟诵”的诗文诵读方法,在经馆、私塾等机构中得到应用,并一直沿用。直到解放前,作为吟诵形式的“私塾调”仍不绝于耳。在日本,经由古高句丽三国及遣唐日本留学僧的文化中介,古日本在飞鸟时代(6—7世纪)产生了作为一种“音读”经典的文本“素读”法,在中世平安时代(8世纪)经由作为科举内容的儒学学习得到盛行,并递生出日文“训读”法。近世江户时代(17世纪)受新儒学的影响,“素读”得到再一次复兴,并流传至今。

在古代东亚的汉文传播过程中,“吟诵/素读”这一对“文本音读”方法发挥了重要作用,它们是作为文本的附属对象伴随汉文文本一同传播发展的。在流变发展上,“吟诵”与“素读”实际上是作为佛教与儒教的交叉层面存在的,肇始于佛教唱诵的“吟诵”与“素读”,广泛应用在作为科举制度内容的儒学学习上,并在社会私学体系中得到同源同步的存活发展。对二者的研究也有助于揭示各历史时代东亚地区以汉文为载体的文化传播史,意义重大。

注释:

- ① 有日本学者认为,“音读”是书面文字从口头语言发展而来的原始现象。声音转换为文字,但习惯于听说的人们还需要读出声,把文字再变回声音,借助耳听来理解意思。见李长生:《从音读到默读》。实际上,这种说法虽无可厚非,但若从来源上讲,“音读”法的产生并不取决于人们的“习惯”,而受制于佛经此类特殊的需要音声传播的文本。
- ② 日本历史上大学寮是律令制体制中的一个官职,主要负责学生的教育和考试。

参考文献:

- [1] 陈琴. “素读”经典[J]. 人民教育, 2007(21): 35-39.
- [2] 河野贵美子. 《周易》在古代日本的继承与展开[J]. 中国典籍与文化, 2010(1): 39-48.
- [3] 李连生. 弋阳腔与板腔体戏曲的形成[J]. 河北大学学报(哲学社会科学版), 2003(6): 40-42.
- [4] 陆锡兴. 从敦煌曲谱看日本民族文字的形成[J]. 敦煌研究, 1990(2): 62-67.

- [5] 石定果.从日语中的“汉语”词汇看汉语对日语的影响 [J].语言研究,1983(1):224-232.
- [6] 修刚.日本江户后期寺子屋教育的形成与发展[J].天津师范大学学报(社会科学版),2004(3):50-53.
- [7] 周一良.周一良随笔[M].北京:北京大学出版社,2009.

Chinese Broadcast in Ancient East Asia From Perspective of Origin and Development of “Chinese Chant” and “Japanese Plain Reading”

LIU Jun

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

Abstract: This paper first doubts "plain reading teaching method" in current Chinese teaching, and demands that we should clearly know the origin and development of "Chinese chant" and "Japanese plain reading". Then it analyzes the definition, historical development and current research situation of "chant and plain reading" and discusses the origin and development of "chant and plain reading" from two perspectives: "Buddhism recitative brings about chant teaching method" and "Chinese and Japanese culture broadcast using Chinese as the carrier leads to plain reading".

Key words: chant; plain reading; recitative; dialect of Wu district; common saying; Confucianism

(责任编辑:周晓莉)



(上接第 62 页)

Discussion on Psychological Factors About Keeping Purity of College Students Party Members

ZHANG Ze

(Jiangsu Institute of Economic & Trade Technology, Nanjing 211168, China)

Abstract: Keeping the purity of college students Party members is the important task of Party building work, the demand of long-run mechanism about consolidating Party's progressiveness and the key to maintain the vitality of Party building work in universities and colleges. The author has been involved in Party building work at the grassroots level and concentrated on the education and management of students Party members in the institute for many years. Based on the interviews with Party members, probationary Party members, Party activists and common students, this paper analyzes students Party members' psychological tendency and raises strategies of keeping their purity ,aiming at the deviation of their psychological activities.

Key words: college students; Party members; purity

(责任编辑:周晓莉)

试析《红楼梦》酒令语言的个性体现*

李萍

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要:《红楼梦》遵循生活真实和艺术真实相结合的创作法则,在塑造人物语言方面极具功力,其中的酒令语言更是极具特色。本文主要从解析人物的思想性格入手,从社会语言学角度分析处于不同社会角色、拥有不同性情的人物在行酒令时存在的语言表达差异,以及所体现的不同的个性特征,以便进一步领略《红楼梦》的语言艺术魅力。

关键词:红楼梦;酒令语言;思想性格;个性特征

中图分类号:I0-05 **文献标识码:**A

《红楼梦》把人物的塑造放在了小说的首要位置,刻画了数十位活灵活现、栩栩如生的人物。而塑造这些人物的精彩之笔,相当一部分都与酒有关,也就是说小说中的人物借酒活了起来,酒为刻画人物、塑造人物增色不少。

曹雪芹遵循着存在决定意识,语言是思想的直接显示的客观规律来塑造典型的性格,刻画人物语言。《红楼梦》中的众多酒令描写,并非闲笔,它不仅渲染了贾府各种不同酒宴的喜庆热闹气氛,还突出表现了行令时各类人物的学识才智和个性特征,成为人物形象塑造的特殊艺术手段。可谓酒中显性格,令里见人品。

书中人物的性格、爱好、修养、境遇、志向不同,写出来的酒令也就迥乎不同,什么人写什么酒令,“潇湘子稿”绝不同于“蘅芜之体”。人的个性在酒令里得到了充分的表现,我们可以通过每个人的酒令洞悉其性格及心灵深处。

一、28回女儿酒令

贾宝玉作为“喜在内帏厮混”的“富贵闲人”,熟悉女儿心理的性格特征,从他所说的四句“女儿酒令”中可看到贾宝玉的思想性格及文学水平,把他见到女儿就清爽的个性着一浓彩。

冯紫英是神武将军冯唐之子,略通文墨,所以他说的酒令以通俗易懂为特色,多用打情骂俏的俗语,符合他的个性。冯的性格直爽,爱恨分明。对冯的行止,有一句描述:“只见冯紫英一路说笑,已进来了”。据此可以想象出冯紫英每天大步疾走,纵马扬

鞭,笑傲红尘的样子。值得注意的是,宝玉规定的酒令顺序是“悲、愁、喜、乐”,连薛蟠都严格按着这个顺序来。唯独冯紫英的次序是:喜、乐、悲、愁。冯感受的快乐远比悲愁多,这与一个人的人生观和世界观是有关的。“女儿愁,大风吹倒梳妆楼”,这愁也变成了一个卡通喜剧一样的场景。

云儿是锦香院中较为高级的艺妓,所以她的四句酒令既反映了她作为妓女的喜乐悲愁和渴望挣脱牢笼的内心世界,又显示出她比阔公子薛蟠有更多的文化知识,能熟练地运用诗词中的艺术技巧来抒情言志。

纨绔子弟薛蟠不学无术,虽识几个字,但整日赌钱宿婚,不务正业,他说的酒令极为粗俗荒唐,这正是他思想品格的反映。

蒋玉菀是忠顺王府的小旦,是被王公贵族玩弄的对象,迎合贵族阶级的趣味,文化程度不高,思想境界也不会太过高雅,其酒令也较为通俗。

二、40回牙牌令

贾母爱取乐,性格中不乏幽默,喜欢热闹,从她对“一个人来说笑笑,还抵的十个人的空儿”的风姐特别垂青就可以看出,一句“这鬼抱住钟馗腿。”就把这一性格暴露无疑。

刘姥姥表现很机智,酒令是文人雅士、公子小姐常玩的一种游戏,比较难,即使是迎春也错了韵,而刘姥姥一个目不识丁的农村老妇虽然用的是乡村土语,却既合辙押韵,又符合生活经验,而且还保留了自己的土特色,谈笑风生,应付自如。充分显示了她随机应变,聪明机智的性格特点。

* 收稿日期:2013-03-10

作者简介:李萍(1979-),女,山东潍坊人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,硕士。

宝钗和黛玉的令语多出典籍,内容却大相径庭:宝钗处处引用“正典”,以表示自己对于礼教规范的遵守。黛玉的语言真诚直率,表里如一,任性任性,是自然天性的尽情流淌。她说话无所顾忌,也不考虑后果,所以在行酒令时露了怯,冲口而出地说了两句《牡丹亭》、《西厢记》中的“淫词艳曲”,在那个社会里,这两本书被判定是淫书,是朝廷严令查禁的禁书,莫说是千金小姐看了,就是公子哥儿偷看了,已是触犯了礼教,何况千金小姐黛玉竟在大庭广众中说了出来呢!宝钗当时听了,就“回头看着他”,过后还把黛玉找去责问:“好个千金小姐…满嘴里说的是什么?”接着还用封建礼教来教训黛玉,这个封建思想意识浓厚的循规蹈矩的女孩子,是很不容易流露出自己的真实感情的。所以,很自然形成了她语言中的虚假特色。从中可以看出钗黛性格的不同,黛玉能在一定程度上表现出对封建礼教的微弱的抗议,而宝钗则一举一动都努力奉守封建秩序的规范,其品格远在黛玉之下,难怪宝玉会“空对着,山中高士晶莹雪”,却“终不忘,世外仙姝寂寞林”了。

迎春浑名是“二木头”,这绰号既反映了她懦弱老实的性格特点,又反映了她话少和不善言词的语言特点。贾迎春应令时,只说了不到一句就被众人罚下,原因是“错了韵,又不像”。这位“二木头”不如其他姐妹或机灵聪明或才学满腹,她凡事不计较得失,听之任之,她是懦弱,甚至是愚钝的。她悲惨的人生结局与自身的弱点不无关系,所以她那“四不像”的令语对个性的衬托很真实。

最值得一提的,还是行令官鸳鸯,这个长相标致、聪明伶俐的丫头深得贾母宠爱,从她行令的内容就得知其受宠的原因——给贾母宣令时,熟悉贾母脾性喜好的她,暗中引导贾母顺理成章地应答出漂亮的令语,博得满堂彩;给刘姥姥宣令,她能很快地进行转换,用比较通俗易懂的令语宣令,既不难为人家,还能让大伙乐了一场,这种即兴发挥的才华足以使贾迎春这样的贵族小姐相形见绌,所以她才是这出酒令游戏的最大赢家,曹雪芹对她的赞赏与喜爱从目录“金鸳鸯三宣牙牌令”就可看出。

三、54回笑话令

第54回元宵夜宴中,凤姐投贾母高兴,提议击鼓传梅,行个正对时对景的“春喜上眉梢”令,贾母讲了个“十个媳妇九个拙,吃了猴尿的伶俐嘴巧”的笑话,这与凤姐乖巧聪明、投机媚上的典型完全对号。首先我们可以看出贾母反应灵敏,讲的笑话对时对景,构

思巧妙,显示了贾母的聪明才智和幽默风趣的性格特征。而少说了也有一万个心眼子的凤姐,自然知道老祖宗的笑话是冲自己讲的,但她就乖在不失时机地善于作假,主动钻进“笨嘴笨腮”的人儿中,那些真正笨嘴笨腮的只是在简短的言语之间流露出得意之态,一时满足于贾母的安慰而已。作者通过这个笑话把人物内心深处的活动刻画得细致入微,更给读者无限轻松与愉悦。凤姐就是如此巧言善辩,舒展自如,无论情势如何变幻莫测,她总显得活脱可喜,轩昂夺人,突出她恃强好胜、骄悍飞扬的性格特色。

四、62回红香菊酒令

射覆是自古就有的酒令,类似于猜谜游戏,因此是很难的。如果没有一定的文化修养,就很难行好这个酒令,更不能做到雅俗共赏了。作者想通过酒令文化来表现大观园中那群年轻女性的文化修养,但他并没有忘记在这四桌酒席中,除了有一定文化修养的太太小姐们之外,还有一些是没有多少文化的丫鬟。因此作者安排一部分人去“射覆”,一部分人去“拇战”。

探春和宝钗都是作者笔下精明强干的一类人物,即使是在行“射复”酒令时也应该表现出她们的聪明才智。因此,作者只用几句话就把她们之间的“射复”交待过去了。

作者为了表达黛玉聪明伶俐的个性,同时又处处维护宝玉的心理状态,故意让宝玉回答不上湘云的酒令,而让黛玉抢先回了令。哀怨悲怆是林黛玉在《红楼梦》中贯穿始终的语言基调之一,与她的悲剧性格契合一体。酒令也是人物语言的重要表现形态之一,它往往是人物内心情感的真诚流露。跟她的诗词一样,曹雪芹在刻画这个人物时,同样赋予她的酒令语言一种明显的个性特征——渗透着一股浓的化不开的哀怨悲怆之气,常令人读之鼻酸。我们来看一下第62回林黛玉行的酒令:落霞与孤鹜齐飞,风急江天过雁哀,叫得人九回肠,这是鸿雁来宾。榛子非关隔院砧,何来万户捣衣声。这回的酒令用语凄凉,像“孤鹜”、“过雁哀”、“九回肠”等都是愁极之词,末句以捣衣声写怀人愁绪,前已屡见。

写宝玉生日时,众人都在行酒令,湘云吃醉了图凉快,在山子后头一块青石板凳上睡着了,只见她醉眠花丛,芍药花飞洒在酒醉的脸上和华美的衣襟上,连掉在地上的扇子,有一半也埋在落花儿中,她还念念不忘说着酒令:“泉香酒冽……醉扶归……却为宜会亲友!”瞧少女、鲜花、蜂蝶这美的意境,美的

形象,美的梦呓,造成一种令人神往的真善美的境界,给人一种全新的审美感受。这种醉酒的表现,活衬出了史湘云那“英豪阔人宽宏、天真活泼、豪爽达观、不拘礼节的个性特征,作者就在这美的画图中,为我们刻画出一个美的性格、美的心灵的“睡美人”艺术形象,令人如临其境,如睹其情,如见其丰姿憨态、睡状醉貌。

而湘云天真率直的语言里更多地表现出爽朗豪放、心直口快的特色,虽是大小姐,却一点儿也没有架子,颇具“侠女”风范。第62回喝酒行令时,她讨厌那“垂头丧气闷人”的“射覆”,主张“拇战”,“这个简断爽利,合了我的脾气。我不行这个‘射覆’,没的垂头丧气闷人,我只划拳去了。”

她还顾不了酒令受罚,执意要和宝玉“三”“五”乱叫的划起拳来,继而出现了“醉眠芍药茵”的经典情节。其放浪形骸、豪气冲天的浪漫行为,直可追魏晋的名士风流。难怪评论者对其赞赏有加,说她“豪迈不羁,是其本色”,“其胸怀坦白可慕”,甚至还对她佩服得五体投地:“吾安得斯人而师之卫”。

史湘云所写的四句描绘了长江波涛汹涌的景观,所写波涛中的孤舟也象征了湘云的未来,其用语诙谐,表现了她性格中风趣的一面,反映了湘云与众侍女的关系比较融洽随便。

香菱只是小家碧玉,虽然她曾对学习诗词着迷过很长时间,但是毕竟功力不深,作者的这种写法,既能使情节生动有趣,又非常符合人物的个性特征。当香菱猜不着时,作者又让湘云悄悄地告诉香菱。这样,这两个人物就都立刻变得立体化起来了。而湘云悄悄地告诉香菱的这个小动作,作者又偏让黛玉来揭穿,这是和林黛玉的性格特点十分符合的。如果作者让迎春来揭穿这种“作弊”现象,就变得和人物原有的性格特征相矛盾了。因为迎春是一个息事宁人的人,即使她看到了,也一定不会去揭穿。人物性格和人物的为人处事相一致,这就是大艺术家的艺术特色。

探春是作者刻画的精明强干的典型人物之一。在没有王熙凤的场合,探春显然最适合当令官。这样可以通过发令来显现探春的性格特征。虽然只是在酒宴上,但是探春那种不由分说的快言快语和令出法随的威严,完全可以从作者的字里行间显现出来。

五、63回花名签令

湘云占的是海棠,上题着“香梦沉酣”,诗句为

“只恐夜深花睡去”,让我们一下联想起了那个醉卧花丛的爽快女子。黛玉占了芙蓉花,则是清淡、洁净、高雅、孤劲的象征,也是她喜欢洁净爽洁的性格写照,上题“风露清愁”,诗句为“莫怨东风当自嗟”,让我们想起了那个多愁善感、孤独寂寞的少女形象。薛宝钗掣的签上画着一枝牡丹,题着“艳压群芳”,还镌着一首唐诗“任是无情也动人”,这是唐人罗隐的诗,牡丹国色天香,雍荣华贵,有花王之称,虽是花木之属,然不解情,而由于它艳丽异常,还是能打动人心的,让我们看到了那个美丽、端庄、但也冷漠的淑女形象。李纨掣的签上有一枝老梅,四字是“霜晓寒姿”,诗曰“竹篱茅舍自甘心”,诗是出自宋人王琪咏梅之作,既是说她住处稻香村的景色,也是说她青春丧偶、玉洁冰清之意,而且也符合这个年轻寡妇不与人争的性格特征。

六、110回“月”字流觞令

第110回写贾蔷当令官,栩栩如生,饮酒的场面也还热闹异常。但是,后四十回在人物性格的把握上是不准确的,如第110回写贾蔷行酒令,他们“月”字流觞,他喝完一杯令酒,便说:“飞羽觞而醉月”。这句诗出于李白《春夜宴桃李园序》。贾蔷这个不学无术,成天和丫环厮混的人是说不出这样的话来的。接他酒令的是贾环,这等形貌猥琐,举止顽劣,经常逃学的人,怎么能说出“冷露无声湿桂花”(唐代诗人王建《十五夜望月寄杜郎中》诗句)、“天外云飘香”(唐代诗人宋之问《灵隐寺》诗句)的诗句呢?这显然是与前八十回描写脱节的。或许高鄂早就注意到这一点,他借小说中的人物邢大舅的话予以点穿:“没趣!没趣!你又懂得什么字了,也假斯文起来!”这真是一语中的。但无论怎么说,后四十回所写的酒令还是成功的,在所有的《红楼梦》续书中属佼佼者。

七、结语

言为心声,人物的语言具有鲜明的个性特征,不同人物的语言反映了不同的背景信息,诸如人物的文化教养、社会地位、社会阅历和性格等,曹雪芹设身处地、体贴入微地体味人物的内心世界,很好地“写人物”,很好地表现人物,描摹人物的内心,体现人物的个性意识。这一点在《红楼梦》的酒令语言中得到了很好地体现,也再次体现了曹雪芹在人物语言个性化方面的不俗功力。

(下转第72页)

工程·技术

建筑工程施工现场安全常见问题及对策^{*}

汪印潭

(湖北长安建筑股份有限公司,湖北 黄冈 438000)

摘要:建筑工程施工是一个完整的系统,无论是在施工前、施工中,还是在施工后,都有可能发生安全问题。本文总结了建筑工程施工现场常见的安全问题,并提出了安全问题的解决对策,希望给建筑工程安全施工提供有利建议。

关键词:建筑工程;施工;安全

中图分类号:F28 **文献标识码:**A

随着社会经济的发展和人们生活质量的提高,建筑行业迅速崛起,建筑行业在发展的过程中,出现了一些制约其发展的因素,其中安全问题是保证建筑工程顺利实施的最基本的问题。建筑工程是比较复杂的工程,施工现场是生产要素的集中点,施工人员多,设备多,工种多,环境复杂,这种人、机、料的高度集中,使得危险系数增高,使施工现场成为安全问题发生的主要场所。施工现场的安全问题是安全管理重中之重,施工现场也是安全问题频发的场所,因此,随着建筑行业的发展,建筑安全问题越来越受到社会的关注,建筑企业应该重点加强对施工现场安全问题的管理。

一、建筑工程施工现场安全常见问题

(一)安全管理和监督部门责任心不强

建筑企业一直强调对安全问题的管理,也建立了安全管理规章制度,成立了安全管理和监督部门,但是在实际工程施工过程中,安全管理和监督部门不能很好的发挥作用,对安全问题抱有侥幸心理,责任心不强。安全管理部门的员工很多都是兼职管理,人员数量也存在不足现象,无法正常开展日常的安全检查工作,不能及时发现施工现场的安全隐患。监督部门对自己应该承担的安全责任义务不明确或者认识不到位,不重视,存在一定的侥幸心理,只是象征性的对施工现象进行检查,走走过场,不能及时发现安全隐患,在安全隐患还没有根除的情况下,还是允许施工单位继续施工,没有发挥监督部门的作用。

(二)施工现场的管理存在漏洞

施工现场的安全管理工作实际上十分复杂,需要按照施工组织合理布置,进行封闭式的管理。施工现场应该设置封闭围挡,出入口应该有明显的施工标志,设置门卫,悬挂场地图;场内的道路应该保持畅通,施工材料、料具、设备等都应该有有序存放,并明确标识;施工过程中产生的生活垃圾、生产垃圾都应该及时清理,对易燃易爆物品要谨慎管理,做好防火工作,在主通道口及危险处设置醒目的标志牌;施工区应该与生活区和办公区保持一定的距离,职工宿舍要统一布置,不能在配电室、厨房、作业区等具有危险性的地方住人等等,这些管理十分琐碎,得不到管理者的重视,没有按要求操作为施工现场埋下了安全隐患。

(三)安全设施的质量和数量不达标

安全设施是安全管理的物质保障,在施工阶段,进出施工现场的人员都应该佩戴安全帽,正在建设的工程外围应该用符合质量标准的密目安全网进行防护,高空作业者必须配备安全带,电梯口、楼梯口、预留口等地方应该设置标准化的防护措施。电梯井口每隔两层就要设置一道平网或架板,在通道口要设置双层防护栏,并且保证防护栏的质量合格,在楼梯边、楼板边等地方要设置安全防护栏。这些都是保证施工人员安全的基本要求,但是有些施工单位为了节省成本,配备安全设备的数量不足,或者质量

^{*} 收稿日期:2013-03-30

作者简介:汪印潭(1973-),男,湖北英山人,湖北长安建筑股份有限公司市场部经理,高级工程师,主要从事建筑工程管理研究。

不达标,严重威胁到施工人员的人身安全。

(四)用电安全存在隐患

施工现场应该有临时的用电设计方案,对电线的规格、设备的容量、闸具熔断参数都有明确的规定,配电系统要符合国家要求标准,开关箱要设漏电保护器,并且每个开关箱都应该配备漏电保护器。用于保护用电安全的零线和施工中使用的零线不能混接,及时更换老破损的电线,要保持外电与建筑物之间的距离,如果距离不够要加强防范。但是在实际中施工现场的用电方案不全面,或者没有可操作性,施工过程中没有严格按照用电方案用电,造成触电事故的发生。

(五)项目施工方案不完整或者不达标

深度超过5m的基坑要有专项支护方案,并且要经过技术部门和工程师的审批,对深坑边土料的存放都有严格的规定,但是在施工中,很多步骤都没有按照方案规定实施,没有进行防护和支护,导致坑壁塌陷或者相近建筑物的裂缝。模板工程应该具有经过审批的施工方案,根据施工方案采取相应的安全防护措施,实际中模板施工方案缺乏,没有对模板的支撑做出计算,结果模板倾倒后伤人,或者模板整体垮倒。脚手架也需要具有经过审批的施工方案,有些工程没有建立脚手架施工方案,使外架搭设存在安全隐患。

二、加强建筑工程施工现场安全的措施

(一)做好建筑工程施工现场的安全防护工作

安全问题重在预防,做好安全防护工作能够有效预防安全事故的发生,减少企业和施工人员的损失。现场施工人员或者进出人员必须佩戴质量合格的劳动保护工具,如安全帽等。加强对高空作业者、电气焊工人的保护,高空作业者一定要设置外脚手架、悬挑脚手架之类的防护措施,临边作业要设置防护板、安全平网等。管理人员要认识到安全防护工作的重要性,认真制定安全防护标准,并保证安全防护规定的贯彻落实。

(二)加强建筑工程施工现场的安全技术管理

安全技术管理是解决施工现场安全问题的有力保障,施工人员能够根据安全技术规范操作,对安全问题采取防范措施。在施工设计阶段,要充分考虑到可能存在的安全问题,从建筑全局出发,根据工程的特点制定安全施工设计,重视对施工人员、机械设备等的管理;制定专项安全方案,在建筑工程中,一些项目的危险性和操作难度要更大,例如基坑支护、

脚手架工程、模板工程、爆破与拆除等等,这些危险系数高的项目应该有专门的安全方案;要实施安全技术交底,对重点项目、冬季施工、雨季施工实施安全技术交底工作。

(三)加强建筑工程施工现场的用电管理

施工现场的用电问题是当下必须解决的问题,有些施工单位认为施工现场是临时用电,不用花费太多的精力在用电管理上,这种观念是不对的。施工现场的用电要严格遵循用电原则,做好用电管理工作,还要对用电状况进行全面的验收与检查,特别是对电力变压器、用电开关箱、漏电保护器等的检查,每天都要进行检查工作,避免用电事故的发生。

(四)加强建筑工程施工现场的机械设备管理

机械设备是建筑工程项目开展的必备物品,建筑施工现场的机械设备种类与数量众多,如果忽视对机械设备的管理,也会造成安全隐患。机械设备的正确使用是保证机械设备安全的基础,建筑行业对机械设备的较高要求,一些施工人员没有掌握机械设备的操作方法就去操作,导致了安全事故的发生,因此,施工人员必须具备使用设备的能力才能上岗,重要设备还要持证上岗,设备管理落实到个人。做好机械设备的保养与修复,要成立专门的机械设备管理小组,在机械设备进行交接的时候,要对设备进行检查,及时发现设备中存在的隐患,定期对设备做保养,提高设备的使用寿命。

(五)建立应急预警机制

建筑企业首先要建立安全防护机制,安全问题重在防御,但也要建立应急预警机制,一旦安全问题发生,能够在第一时间找出解决方案,降低安全事故带来的危害和损失。建筑施工现场常见的安全事故有火灾、触电事故、爆炸事故、坍塌事故等,应急预警机制的建立应该针对这些事故发生的原因、时间、地点来建立,结合项目工程的特点,在制定好应急预警制度之后,要定期进行安全预警演练,不仅能够锻炼施工人员处理紧急事故的能力,还能够提高施工人员的安全意识,使他们在日常工作中自觉遵守安全施工规章制度。在安全预警演练的同时,要明确划分安全区域和疏散路线,保证在事故真实发生后把损失降到最低。

三、结语

安全问题不仅关系到建筑工程的成本支出、关系到企业的长远发展,更关系到施工人员的生命财产安全,关系到社会的安定团结。安全是一切生产

活动的基础,只有保证安全,才有可能实现企业效益,提高人们生活质量。建筑企业应该认识到安全问题的重要性,加强对施工现场安全管理,保证建筑施工的顺利进行。

参考文献:

- [1] 巴瑞革. 目前建设工程质量监督工作面临的问题及对策[J]. 内蒙古科技与经济, 2008(15):128-129.
[2] 杨棚浙, 吴小琼. 浅谈建筑工程中存在的安全问题[J].

- 商品与质量(学术观察), 2011(11):123.
[3] 唐阳亮. 高层建筑工程安全问题及其原因分析[J]. 商品与质量, 2010(28):51-52.
[4] 石新梅. 浅谈加强施工现场安全管理和施工安全技术措施[J]. 中国城市经济, 2011(3):122.
[5] 杨晓英. 建筑工程文明施工管理的重要作用及实施细节[J]. 中小企业管理与科技, 2010(3):16.
[6] 杜天良, 李建军. 建设工程项目现场施工与安全管理[J]. 建筑安全, 2011(5):10-12.

Common Security Problems and Countermeasures of Construction Site in Building Project

WANG Yin-tan

(Hubei Chang'an Construction Stock Co., Ltd., Huanggang 438000, China)

Abstract: The construction of building project is a complete system and security problems probably happen before the construction, during the construction or after the construction. This paper summarizes common security problems of construction site in the building project and proposes their countermeasures, hoping to provide beneficial suggestions for the safe construction in the building project.

Key words: building project; construction; security

(责任编辑:周晓莉)

(上接第 69 页)

Analysis on Personality in Drinkers' Wager Game Language of "A Dream of Red Mansions"

LI Ping

(Qingdao Hotel Management College, Qingdao 266100, China)

Abstract: "A Dream of Red Mansions" follows the creation principle of combining life reality with artistic reality and the author is very skillful at the language of creating characters. The drinkers' wager game language is more characteristic. Based on the analysis of characters' ideological natures and the sociolinguistic perspective, this paper probes into different personal characteristics showed by different language expressions which are used when different social roles and characters with different dispositions are playing drinkers' wager game, and thus we will further appreciate the artistic charm of language in "A Dream of Red Mansions".

Key words: "A Dream of Red Mansions"; drinkers' wager game language; ideological characters; personal characteristics

(责任编辑:周晓莉)