

青岛酒店管理职业技术学院学报

(季 刊)

编辑委员会

主 任 姜玉鹏

副主任 于 敏

委 员 (以姓氏笔划为序)

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

青岛酒店管理职业技术学院学报

目 次

【旅游·酒店】

我国旅游景区火灾事故的关联影响因素研究

——基于最优尺度分析····· 殷 杰,焦念涛,郑向敏(1)

从“海景”模式探析我国酒店自主品牌的发展之路····· 鹿 彦(8)

高星级酒店西餐厅服务效率提高途径的实证研究 ····· 刘 宁(13)

武汉地区高星级本土酒店服务质量研究

——基于 OTA 住客点评的 CIT 分析 ····· 宗圆圆(20)

【烹饪·饮食】

复合蛋白酶酶解高温豆粕制备脱苦大豆肽工艺条件优化 ····· 何秋实(24)

【经济·管理】

员工工作乐趣研究述评与展望····· 蔡礼彬,宋 莉(32)

钻石理论、经济计量模型与服务贸易出口竞争力 ····· 李桂香,张莹田(42)

【教育·教学】

高考改革背景下高职院校招生宣传的思辨与思变…………… 冷雪艳,付曙光(50)

“单招”背景下高职院校品牌效应提升研究…………… 姜文魁(54)

高职院校营销专业校内实训模式研究…………… 黄 静(57)

就业竞争力导向下高职院校项目化双语教学改革理论思考与实践研究

——以《酒店人力资源管理》课程为例…………… 孙海燕(61)

职业教育PPP模式在推进校企融合中的应用研究

——以青岛酒店管理职业技术学院为例…………… 徐 佳,王 媛,舒 明,辛 刚(64)

【政治·法律】

浅论波斯纳《法理学问题》…………… 李 瑶,刘 洋(68)

Contents

A Study on the Associated Factors of Scenic Spots Fire Incidents	
—Based on Optimal Scale Analysis	YIN Jie, JIAO Niantao, ZHENG Xiangmin(1)
Analysis on the Development of China's National Brand Hotel from the Model of	
"Qingdao Sea View Garden Hotel"	LU Yan(8)
An Empirical Study on the Ways of Improving the Service Efficiency of the	
Western Restaurant in High Star Hotels	LIU Ning(13)
Study on High-rated Hotel Service of Local Brand in Wuhan	
—A CIT Analysis Based on OTA e-WOMs	ZONG Yuanyuan(20)
Optimization of the Condition of Debitterizing Soybean Peptide Prepared by	
Compound Protease with Soybean Meal	HE Qiushi(24)
A Review and Prospect of Employees' Fun at Work	CAI Libin, SONG Li(32)
Diamond Model, Econometric Model and Export Competitiveness of Service Trade	
.....	LI Guixiang, ZHANG Yingtian(42)
On the Speculation and the Countermeasures of Students Enrollment Promotion of Higher Vocational	
Colleges under the Background of the College Entrance Examination Reform	
.....	LENG Xueyan, FU Shuguang(50)
Research on the Promotion of Brand Effect in Higher Vocational Colleges under the	
Background of Independent Enrollment	JIANG Wenkui(54)
Research on Mode of Intramural Practical Training for Marketing Specialty of Higher	
Vocational Education	HUANG Jing(57)
The Theoretical Reflection and Practical Research on Bilingual Project Teaching Reform in	
Higher Vocational Colleges Based on the Employment Competitiveness	
— Take the Course of Human Resources Management in Hospitality as a case	
.....	SUN Haiyan(61)
The Application Research of PPP Model on Promoting School-enterprise Cooperation	
—Take Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management as a case	
.....	XU Jia, WANG Yuan, SHU Ming, XIN Gang(64)
Research on Posner's "The Problems of Jurisprudence"	LI Yao, LIU Yang(68)

旅游·酒店

我国旅游景区火灾事故的关联影响因素研究

——基于最优尺度分析*

殷杰¹, 焦念涛^{1,2}, 郑向敏¹

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

摘要:影响景区火灾事故的风险因素众多,而时间、空间以及景区特征因素是地理、气候、人流、容量等火灾风险因素的集中体现。根据2004~2014年间我国景区发生的202起火灾事故案例,利用聚类分析和最优尺度分析我国景区火灾事故的发生特征及其与时空、景区特征等因素的关联关系。利用最优尺度分析发现,时间、空间和景区特征因素均与景区火灾事故相关变量呈现锐角关系,其与景区火灾事故相关变量存在非线性典型相关关系。不同的时间维度、空间尺度以及景区特征,其与景区火灾事故相关变量的关联关系表现出明显的差异性。

关键词:景区火灾事故;时空因素;景区特征;最优尺度分析

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

一、导论

旅游业逐渐成为我国的战略性支柱产业,其对国民经济的作用也愈发重要。旅游活动是食、住、行、游、购、娱等多种要素的综合,它极易受到各类风险的侵袭。由风险导致的旅游安全事故会严重制约旅游产业的发展,甚至是带来重大的人员伤亡和经济损失,严重的旅游安全事故甚至可以改变旅游业发展的进程。在各种突发灾害中,火灾的涉及面、频率和影响都处于比较危险的状态。其发生的原因多是因为物体的突发性燃烧或爆炸,进而在空间层面和时间层面上丧失可控性,对人员、财产和社会造成极大损失和影响。

火灾事故对于景区的危害性极大。2014年12月,具有200多年历史的贵州久吉苗寨突发大火,有60余栋房屋被烧毁,619人受灾;2014年末丽江河古镇发生火灾,致10间铺面损毁;同年,香格里拉县独克宗古城发生火灾,导致大量古建筑、文物、文化艺术品损毁,损失过亿;2013年3月,丽江古城光义街现文巷突发火灾,100多间古建筑被烧毁,损失惨重。景区火灾事故的风险来源因素具有复杂的成因结构,谢朝武等(2014)认为时间和空间因素是地理、气候、人流、容量等各种综合风险因素的集中体现;时空因素对中国城市火灾变化态势具有显著影响;殷杰等(2014)则将景区容量、景区开发情况等景区

特征纳入火灾风险评估体系之中。因此探求时空因素、景区特征对旅游景区火灾事故的关联影响机制,对于景区进行火灾防控具有重要意义。

时间因素是影响火灾事故发生的重要因素。一般而言,在炎热或者干旱的季节火灾较为多发。吴龙标,卢结成(1996)对日本发生的火灾事故进行研究发现火灾发生的高峰是每年的3、4月份和7、8月份;但死亡人数反而7、8、9月份最低,12、1、2月份最高;研究还发现火灾发生在晚上比发生在白天的死亡率高,高峰出现在1点到4点之间。徐海峰,于占宇(2005)通过研究发现森林火灾多发于春季,集中于3月和4月,占比达64.78%,一天中易发生火灾的是9时至18时,一天中森林火灾发生的高峰时是14点左右,大部分火灾发生在白天,晚上很少发生火灾;姜立平,张晓珺(2013)则认为在城市火灾中2月份时季节因素对火灾的影响最大。由此可见,时间因素对不同类型区域的影响截然不同,探求时间因素对旅游景区火灾事故的关联影响具有重要意义。

空间因素对于火灾事故的影响主要体现在区域空间差异以及地形地势差异。Lozano(2007)、Martinez(2013)等认为不同地形、不同区域的火灾诱发因素存在差异,且不同影响因素对火灾事故的影响重要性也不同;李杰等(2012)根据火灾统计数据利

* 收稿日期:2016-09-30

基金项目:国家旅游局万名旅游英才计划(WMYC20151036)、华侨大学研究生科学创新基金

作者简介:殷杰(1991-),男,江苏无锡人,华侨大学博士研究生,主要研究方向为旅游安全。

用聚类分析将我国31个省市自治区的火灾事故分为5类;韩志刚等(2010)研究发现湖南省较大森林火灾的空间分布特点为“东多西少”,重大森林火灾发生的空间分布特点是,“周边多、中部少”。此外,局部空间也会对火灾事故形成影响。张海军(2014)将局部空间变异纳入火灾影响因素中;韦益金(2013)则分析了聚落空间演化对火灾的影响变化;综合来看,微观的聚落空间、中观的省域空间以及宏观的全国范围均与火灾事故具有密切联系。基于此,研究空间因素与旅游景区火灾事故的关联影响有助于景区构建防控体系。

而景区特征则是影响景区火灾事故的又一重要因素。徐钟铭(2014)将建筑特征纳入古镇火灾风险评估体系中,殷杰等(2014)则将景区容量、景区人口密度等景区特征要素纳入景区古建筑的火灾风险评估体系中。而景区门票以及景区等级将直接影响景区容量,景区人口密度等景区特征。基于此,研究景区门票以及景区等级与景区火灾事故的关联关系有助于更加深入了解景区火灾事故与景区特征间的相互联系。

从现有研究来看,对景区火灾风险的研究主要侧重于火灾风险的分析、预防措施的完善等,较少有研究去探究景区火灾事故的关联影响因素;且景区火灾事故的相关研究多数以个案为研究对象,不够全面。为此,本研究试图利用最优尺度分析法对我国2004~2014年的202起景区火灾事故进行案例剖析,以探索时空因素、景区特征与旅游景区火灾事故间的关联关系,从而为我国旅游景区火灾事故预防体系建设提供有益的方向和指南。

二、数据来源与研究方法

(一)数据来源

旅游安全研究的难点之一便是数据采集与获取。在研究过程中难以搜集足够数量的景区火灾事故亲历者,而问卷调查等传统研究方法很难对真实

发生的景区火灾事故进行全面的模拟和反馈,因此,基于案例统计的方法是一种可行的选择。随着我国逐渐进入网络时代,媒体传播、反馈作用愈发重要。大部分具有一定社会影响的典型事件一般都会通过网络的方式进行反馈和传播。随着网络与新媒体的兴起,这对于搜集具有典型意义的旅游景区火灾事故案例提供了便利。

为广泛搜集与旅游景区火灾事故有关的案例数据,文章通过百度、谷歌等主流搜索引擎进行网络搜索和案例遴选。以“景区+火灾”、“旅游+火灾”以及“古建筑+火灾”等作为搜索关键词进行搜索,案例甄选的基本标准包括:(1)案例发生时间应为2004年1月1日至2014年10月31日之间;(2)案例信息应来自报纸媒体的网络版;(3)案例应具有基本齐全的信息要素,即涵括文章在案例信息编码时所要求的80%以上的编码信息内容。

根据以上标准,本研究共搜集到2004~2014年间旅游景区火灾事故202起。文章利用内容分析法对甄选后的旅游景区火灾事故案例进行了信息分解,信息分解的变量主要包括时间因素(季度、旬数)、空间因素(发生地域、景区类型)、景区特征因素(门票价格、景区等级)、火灾事故因素(发生原因、火灾类型)。

(二)研究方法

对应分析(Correspondence analysis)与最优尺度分析(Optimal scaling)由荷兰Leiden大学DTSS课题组研制、于SPSS11.0之后新增的两个应用程序。它们通过主成分分析来描述两个或多个分类变量各水平间的相关性,用多维图示方法反映变量之间的相互关系。最优尺度分析允许任何变量类型,可以研究多个变量间的关系,但其不像多元回归方法那样可以自动筛选变量,因此变量较多时可能会掩盖真实联系,同时图形较为混乱,需要耐心筛选。在进行最优尺度分析前,需要对类别变量进行编码处理,具体编码原则详见表1。

表1 我国旅游景区火灾事故相关变量编码原则

一级变量	二级变量	编码原则
时间因素	发生季度	1-第一季度,2-第二季度,3-第三季度,4-第四季度
	发生旬数	1-上旬,2-中旬,3-下旬
	发生地域	1-华东,2-华南,3-华北,4-华中,5-东北,6-西南,7-西北
空间因素	景区类型	1-壁画石窟类,2-城市风景类,3-滨海海岛类,4-湖泊类,5-纪念地类,6-江河类,7-陵寝类,8-民俗风情类,9-山岳类,10-生物景观类,11-特殊地貌类
	景区等级	1-其他,2-3A,3-4A,4-5A
景区特征	门票情况	1-免费,2-(1,33),3-(34,66),4-(67,99),5-100以上
	发生原因	1-游客疏忽大意,2-清明祭祀,3-员工疏忽,4-电气电路,5-人为故意,6-小孩玩火,7-气象原因,8-社区居民疏忽,9-车辆起火,10-不明
火灾事故	火灾类型	1-其他,2-车辆火灾,3-建筑火灾,4-森林火灾

三、时间因素与我国旅游景区火灾事故的关联特征

(一)我国旅游景区火灾事故的分布特征

从时间维度对我国旅游景区火灾事故进行统计分析发现:(1)从月度分布来看,2月、3月、4月以及10月是我国景区火灾事故的高峰期,其占比分别为10.89%、17.33%、20.30%以及9.9%。对旅游景区火灾事故的月份分布进行快速聚类,聚类数设定为2,研究发现3月和4月被聚为一类,其他月份聚为一类,其F值31.04,sig值小于0.05,具有统计意义。(2)从旬数分布来看,上旬是火灾事故发生的高峰期,其分布比率达到41.58%,而中旬与下旬的发生占比基本一致。(3)从发生的季度看,四季度的分布比率为36.63%、31.68%、11.88%和19.80%,一、二季度景区火灾事故发生的比率明显高于三、四季度。

(二)时间因素与我国旅游景区火灾事故的关联关系

时间因素反映了环境因素在不同时间状态下的变化节点,也反映了旅游活动或旅游者行为在特定事件阶段及时间周期内的变化特征,两者的结合将会影响风险结构。同样地,时间因素同样是影响景区火灾事故的重要因素。利用最优尺度分析中的非线性典型相关(Overals)分析方法研究季度、旬数等时间因素与景区火灾事故原因与火灾类型之间的关联影响,输出结果如图1、图2所示。

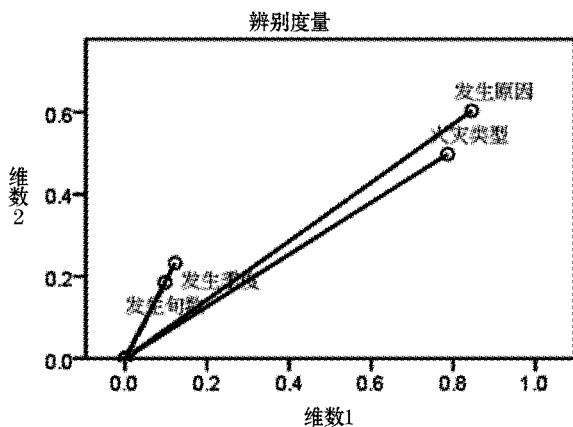


图 1 时间因素与火灾事故的多元对应判别度量

由图1可知,景区火灾事故的事故类型、发生原因与季度、旬数等时间因素之间呈现紧密的锐角关系,这表明景区火灾事故与时间因素间存在着紧密的相关关系。而图2表示不同的火灾事故类型、发生原因与时间因素间的关系,为了方便分析,本研究

分别添加半径为0.5、1的两个虚线圆对其进行划分。图2所示的具体关联关系包括:

1. 距离圆点越近表示该变量发生频次较多

研究发现大多数变量均位于虚线圆内,仅车辆起火、车辆火灾、游客疏忽大意以及清明祭祀等引发的火灾事故位于虚线圆外部,这表明其发生的频数较小。虽然其发生频数较少,但在火灾事故防控过程中仍应注意。

2. 季度因素与景区火灾事故的关联关系分析

图2表明季度因素各点与景区火灾事故的原因、火灾类型距离较近,这表明季度因素与景区火灾事故的发生原因以及火灾类型存在着关联关系。而其关联关系可以通过原点与季度的射线及其反向延长线进行判断。第一季度与人为故意等火灾诱发原因存在关联关系,且易于发生建筑火灾和森林火灾;第二季度与第四季度同样位处第四象限,且距离较近,其与火灾事故的关联关系差异性较小,该时段内的火灾事故容易由人为故意、气象因素以及小孩玩火等原因引发,且多发建筑火灾事故;第三季度则处于旅游旺季,旅游车辆众多,景区游客接待量大,各类火灾隐患众多。该时段内的景区火灾事故大多由游客疏忽大意、人为故意、员工疏忽、社区居民疏忽以及气象因素等众多因素造成,且车辆火灾事故也较为多发。

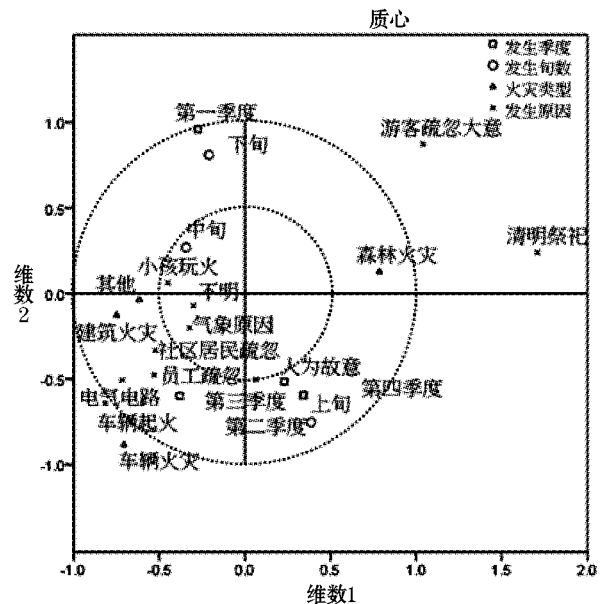


图 2 景区火灾事故与时间因素关系的质心图

3. 发生旬数与景区火灾事故的关联关系分析

景区火灾事故发生原因与发生旬数的关联关系较为紧密。其中,上旬的景区火灾事故主要由人为

故意、小孩玩火以及气象原因等因素造成,且易于发生建筑火灾与森林火灾事故;人为故意、气象因素以及小孩玩火容易引发中旬景区火灾事故;人为故意因素则是下旬景区火灾事故的重要要诱因。

四、空间因素与我国旅游景区火灾事故的关联特征

旅游活动空间包括宏观地域空间、行程要素空间和景区游览空间三种典型的的结构类型。本研究选取景区火灾事故发生的宏观地域空间以及景区游览空间与景区火灾事故进行关联分析。宏观地域空间是指按照地理区域进行划分的空间,而景区游览空间主要是不同类型景区游览场所承载的景观空间。根据景区火灾事故发生的的地域不同,将其分别归类为华东、华南等七大地理分区和山岳类、湖泊类等11类风景名胜区。

表2 2004—2014年我国景区火灾事故地域空间分布

地区	频数	比率	地区	频数	比率	地区	频数	比率
云南	21	10.4	新疆	9	4.46	上海	2	0.99
浙江	17	8.42	陕西	9	4.46	辽宁	2	0.99
山东	17	8.42	北京	9	4.46	海南	2	0.99
四川	14	6.93	湖南	7	3.47	安徽	2	0.99
江苏	14	6.93	重庆	6	2.97	西藏	1	0.5
广西	12	5.94	河北	6	2.97	天津	1	0.5
福建	12	5.94	贵州	6	2.97	青海	1	0.5
湖北	10	4.95	山西	5	2.48	内蒙古	1	0.5
河南	10	4.95	广东	5	2.48	江西	1	0.5
华东	65	32.18	华中	21	10.4	东北	2	0.99
西南	47	23.27	西北	20	9.9			
华北	21	10.4	华南	19	9.41			

从火灾事故发生的景区类型来看,不同景区类型代表着不同的资源类型,其面临的火灾隐患与火灾风险均不同,而火灾事故发生率也不同。山岳类景区火灾事故发生率遥遥领先其他类型的景区,其发生率达到51.98%,民俗风情类、城市风景类以及湖泊类景区则属于第二集团,其发生率分别为15.35%、11.88%和10.4%。而壁画石窟类、海滨海岛类、江河类、陵寝类、生物景观类、特殊地貌类、纪念地类景区火灾事故的发生率较低,均在3%以下。

(二)空间因素与我国旅游景区火灾事故的关联关系

经济发展、气候变化是促使火灾变化的宏观原因。景区火灾事故与气温、湿度、地形、植被、经济发展等因素关系密切,而地理区域的划分恰恰是这些

(一)我国旅游景区火灾事故的空间分布特征

从宏观地域空间来看:(1)云南、浙江、山东、四川、江苏等地的景区火灾事故发生率较高,而西藏、天津、内蒙古以及江西等省、市的景区火灾事故比率较低。利用快速聚类对景区火灾事故进行分析,将聚类数设定为3,研究发现云南、浙江、山东归为一类,四川、江苏、广西、福建等10个省、市被归为一类,重庆、河北、贵州、山西等14个省、市被分为一类。快速聚类的F值为75.33,sig值小于0.05,具有显著统计意义。(2)华东、西南成为景区火灾发生率较高的两大区域,其发生率分别为32.18%和23.27%。而华北、华中、西北和华南景区火灾事故的发生率基本一致,在10%上下波动,东北景区火灾事故的发生率较低,仅为0.99%。

因素的综合体现。影响旅游突发事件发生发展的环境风险因素主要包括游览环境风险、大气环境风险和道路环境风险。游览环境风险与景区类型存在密切联系,而景区类型是水体、景观、资源分布等要素的综合体现。利用SPSS19.0最优尺度分析中的非线性典型相关(Overals)分析方法研究地域空间、景区类型与景区火灾事故类型、发生原因之间的关联关系,输出结果如图3、图4所示。

由图3可知,空间因素与景区火灾事故的类型与发生原因存在锐角关系,表明空间因素和火灾事故类型与发生原因存在着紧密的关联关系。图4则表示景区火灾事故的发生地域、景区类型与火灾事故类型、发生原因的具体对应关系。由图4可知:

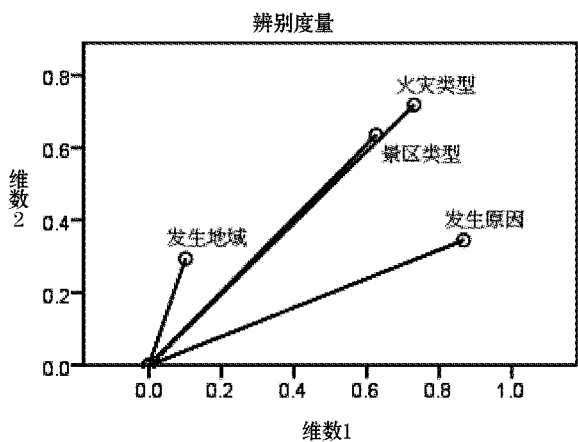


图 3 空间因素与火灾事故的多元对应判别度量

第一,如图 4 所示,从发生频数来看,景区火灾事故在空间上呈现出分布范围的分散性以及发生比率的相对集中性。景区火灾事故分布于 7 个地区 11 种景区类型空间,呈现分布范围的分散性。地域空间上华东、华北等地成为“重灾区”,景区类型空间上山岳类、湖泊类等景区类型“遥遥领先”其他类型的景区,呈现发生比率的相对集中。因此,景区火灾事故防控应关注重点区域和重点景区类型,进行针对性防控。

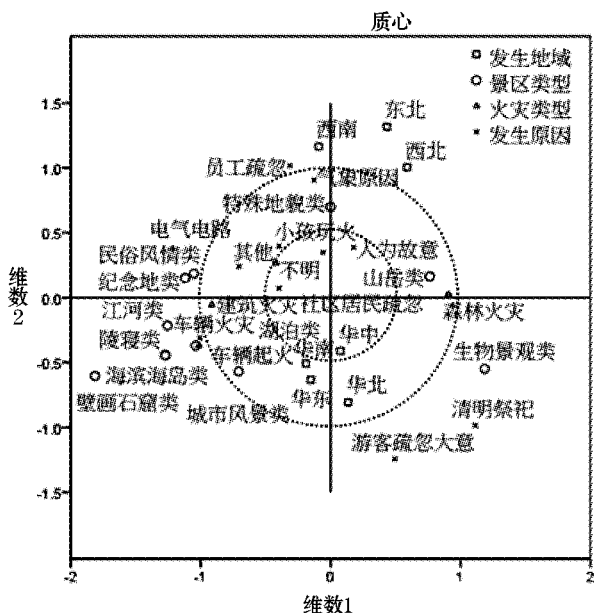


图 4 景区火灾事故与空间因素关系的质心图

第二,景区类型与景区火灾事故存在密切的关联关系。以火灾事故发生率前三位的山岳类、城市风景类和民俗风情类景区为例,山岳类景区的火灾类型主要以森林火灾、车辆火灾为主,且易于发生社区居民疏忽大意、人为故意以及车辆起火等因素引发的火灾事故;城市风景类景区是指位于城市边缘,

兼具绿地休闲、日常娱乐活动的景区,其火灾事故引发的原因多为游客疏忽大意、人为故意以及车辆起火,火灾类型主要以森林火灾和建筑火灾为主;民俗风情类是指以特色传统民居、民俗风情和特产为主要特征的景区,该类景区主要以古城、古建筑为典型代表,易发生建筑火灾,而火灾多由社区居民疏忽、人为故意以及小孩玩火引发。

第三,图 4 中火灾事故发生地域与发生原因、火灾类型距离较近,这表明三者间的关联关系较为密切。具体关联关系表现为:华东地区景区火灾事故极易由社区居民疏忽、人为故意、小孩玩火等因素引发,且火灾事故类型变为建筑火灾和森林火灾;而西南、华北、华中均处于同一射线及其反向延长线附件,三者与其火灾事故的关联关系相似,火灾事故的发生原因较为相似,主要由员工疏忽、游客疏忽大意、气象原因等因素引发,且易于发生森林火灾和建筑火灾事故;华南、东北以及西北地区与同一射线及其反向延长线临近,其与火灾事故的关联关系相近。人为故意和小孩玩火则是华南、东北、西北地区景区火灾事故的主要发生原因,且火灾类型表现为森林火灾。

五、景区特征与我国旅游景区火灾事故的关联关系

利用 SPSS19.0 最优尺度分析中的非线性典型相关(Oversals)分析景区特征与火灾事故间的关联关系。从图 5 可知,景区门票情况、景区等级与火灾类型、发生原因呈现锐角关系,且角度较小,这表明景区特征与景区火灾事故存在着关联关系。为了方便分析,添加半径为 0.5 和 1 的虚线圆,景区特征与火灾事故的具体关联关系如下:

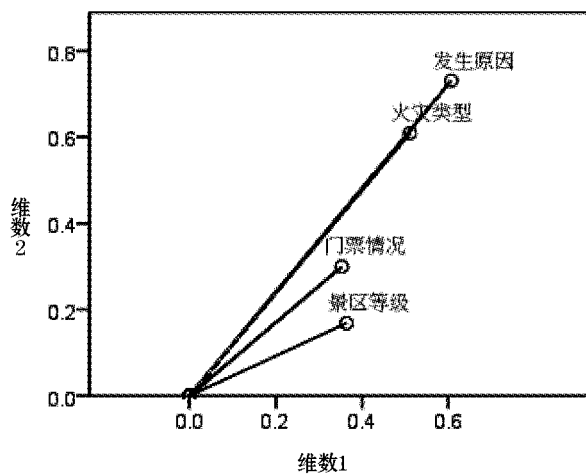


图 5 景区特征与火灾事故的多元对应判别度量图

第一,从图6可知,大部分的变量均位于半径为1的虚线圆内,仅5A级景区、门票的100元以上的景区远离虚线圈,这表明该类型的景区火灾事故发生率较低。此外,由车辆起火引发的车辆火灾事故发生率也较低,清明祭祀以及游客疏忽大意等因素并非景区火灾事故发生的主要因素。

第二,从景区等级与火灾事故的关联关系来看,不同景区等级与火灾事故关联关系差异并不十分明显。3A及其以下景区、5A级景区均位于同一射线及其反向延长线附近,表明其与火灾事故关联关系差异较小,多数火灾事故由于人为故意、员工疏忽、气象因素等原因引发。该等级的景区多发建筑火灾以及森林火灾。4A级景区的火灾事故主要由人为故意以及社区居民疏忽等因素引发,建筑火灾和森林火灾成为4A级景区的主要火灾事故类型。

第三,从景区门票价格与火灾事故的关联关系来看,人为故意、小孩玩火成为免门票的景区火灾事故的主要发生原因;门票价格区间在(1,33)的景区火灾事故发生的主要原因是人为故意、气象原因以及员工疏忽;门票价格区间在(34,66)和(67,99)的景区均位于同一射线及其反向延长线附近,两者差异较小,火灾事故发生原因多源于人为故意、电气电路、气象因素以及小孩玩火;气象因素、人为故意以及小孩玩火等则是门票价格在100元以上的景区火灾事故的主要原因,该类景区主要以建筑火灾事故为主。

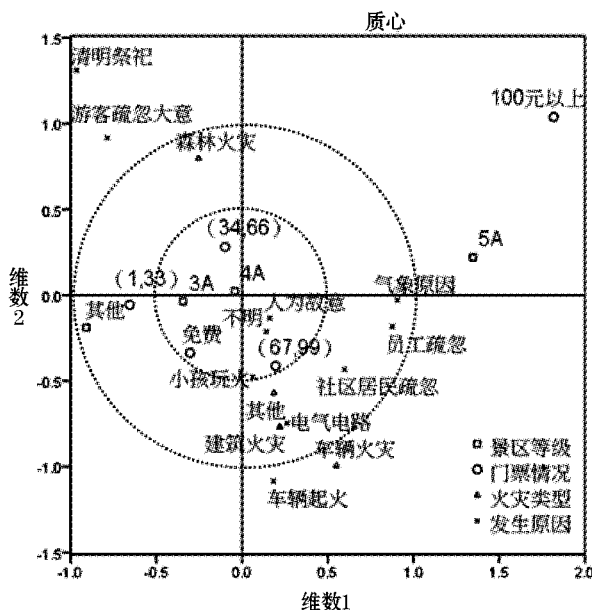


图6 景区火灾事故与景区特征的质心图

六、研究结论

本研究以2004~2014年间发生的202起景区火灾事故为研究样本,对其进行信息分解,从时间、空间角度描述景区火灾事故的发布特征。利用最优尺度分析中的非线性典型相关分析发现时间、空间、景区特征与景区火灾事故存在着关联关系:

(1)时间因素变量与景区火灾事故变量呈锐角关系,两者间存在较强的相关性。不同时间维度下的景区火灾事故具有明显的差异性和关联性。季度因素与景区火灾事故存在关联性,不同季度间的关联性存在显著差异;不同发生旬数与景区火灾事故的关联性也存在差异性。

(2)空间因素与景区火灾事故变量间存在非线性典型相关关系。不同的发生区域、景区类型与火灾事故间存在明显的关联关系。从发生区域来看,发生区域差异导致其与景区火灾事故间的关联关系也存在显著差异;从景区类型来看,不同的景区类型与景观火灾事故的关联关系也存在差异性。

(3)景区特征与景区火灾事故间同样存在密切的关联关系。从景区等级来看,景区等级越高,火灾事故发生率越小,且不同的景区等级与景区火灾事故的关联关系也不同,其中5A、3A、及其以下等级景区与景区火灾事故的关联关系较为类似。而不同的景区门票价格与景区火灾事故表现出的关联关系也不同,其中门票价格在(34,99)区间内的景区与火灾事故的关联关系较为一致。

参考文献:

- [1] 席洪林. 基于模糊模式识别的城市火灾综合风险评价研究[D]. 天津: 天津大学, 2012.
- [2] 谢朝武, 张俊. 时空因素与我国旅游突发事件的关联影响——基于最优尺度分析[J]. 经济管理, 2014(3): 126-134.
- [3] 徐波, 王振波. 时空因素对中国城市火灾态势变化的影响[J]. 地理研究, 2012, 31(6): 1143-1156.
- [4] 殷杰, 郑向敏, 董斌彬. 景区古建筑火灾风险模糊综合评价研究——以福建土楼为例[J]. 龙岩学院学报, 2014, 32(4): 19-26.
- [5] 吴龙标, 卢结成. 火灾与时空关系的分析研究[J]. 人类工效学, 1996, 2(4): 11-15.
- [6] 徐海峰, 于占宇. 北京市森林火灾发生的原因、时间及对策分析[J]. 森林防火, 2005(2): 24-26.
- [7] 姜立平, 张晓璐. 城市火灾风险的时间序列分析[J]. 消防技术与产品信息, 2013(8): 8-12.
- [8] Lozano F J, Suarez Seoane S, Luis E D. Assessment of

- several spectral indices derived from multi-temporal landsat data for fire occurrence probability modeling [J]. *Remote Sensing of Environment*, 2007, 107(4): 533-544.
- [9] Martinez Fernandez J, Chuvieco E, Koutsias N. Modeling long-term fire occurrence factors in Spain by accounting for local variations with geographically weighted regression[J]. *Neural Hazards and Earth System Sciences*, 2013, 13(2): 311-327.
- [10] 韩志刚, 田大伦, 张贵. 湖南省森林火灾空间分布特征分析[J]. *中南林业科技大学学报*, 2010, 30(6): 113-118.
- [11] 李杰, 张靖岩, 郭建中, 姜亢. 基于聚类分析的我国火灾空间分布研究[J]. *中国安全生产科学技术*, 2012, 8(2): 61-64.
- [12] 张海军. 河南省火灾影响因素的空间分析[J]. *地理科学进展*, 2014, 33(7): 958-968.
- [13] 韦益金. 火灾与聚落空间的调适研究——以林略侗寨为例[D]. 桂林: 广西师范大学, 2013.
- [14] 徐钟铭. 木结构古镇消防安全现状调查及火灾风险评估——以四川某古镇为例[D]. 成都: 四川师范大学, 2014.
- [15] 谢朝武. 我国酒店业盗窃案件的发生特征及其管理体系研究[J]. *华侨大学学报(哲学社会科学版)*, 2010(3): 74-82.
- [16] 胡晓娟. 人的安全心理特性研究方法的综述研究[J]. *中国安全科学学报*, 2009(7): 5-13.
- [17] 贾士军. 对应分析与最优尺度分析在购房者行为研究中的运用[J]. *系统工程*, 2005, 23(8): 121-126.
- [18] CJJ/T 121-2008. 中华人民共和国住房和城乡建设部. 风景名胜区分类标准[S]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2008.
- [19] 徐波. 经济发展及气候变化对中国城市火灾时空变化的宏观影响[D]. 南京: 南京大学, 2012.
- [20] 谢朝武, 申世飞. 旅游地环境风险对中国旅游突发事件的影响及其区域分布研究[J]. *地理科学进展*, 2013, 32(3): 455-464.

A Study on the Associated Factors of Scenic Spots Fire Incidents ——Based on Optimal Scale Analysis

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

(1. Huaqiao University, Quanzhou 362021;

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

Abstract: There are many risk factors affecting the scenic spots fires. However, the factors of time, space and scenic characteristics are concentrated expression of the factors of geography, climate, people, capacity and other risk factors of fire. Based on 202 cases of fire incidents occurred between 2004 and 2014 in our scenic spots, the research use cluster analysis and optimal scale to analyze the characteristics of the fire occurrence and its relationship with the factors of time, space and scenic spots characteristics. Optimal scaling analysis shows that the relationship between time, space, scenic spots features and scenic spots fire-related variables shows a acute angle and a nonlinear relationship with scenic typical fire-related variables. Different time dimension, spatial scale and scenic features, its relationship with the scenic fire-related variables showed significant differences.

Key words: scenic spots fire incidents; temporal factors; scenic spots features; optimal scale analysis

(责任编辑:魏有广)

从“海景”模式探析我国酒店自主品牌的发展之路*

鹿彦

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要:近年来青岛海景花园大酒店的管理模式已被成功复制,为我国酒店业自主品牌的发展提供了参考模板,但同时其发展模式在国内酒店业仍颇受争议。本文通过介绍青岛海景花园大酒店的历史背景、复制案例,对“海景”模式的复制路径进行了深度解析,进一步剖析“海景”模式存在的问题,并为我国酒店业自主品牌的发展提出了可供参考的建议。

关键词:“海景”模式;自主品牌;路径解析

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

一、背景介绍

青岛海景花园大酒店是一家隶属于国家发改委的五星级酒店。1995年至今历经了二十年的发展,从初期的发改委培训中心招待所发展为今天的高端五星级酒店。规范化管理和亲情化服务,构成了酒店独特的发展模式(以下简称“海景”模式)。“海景”模式在酒店业饱受争议。一方面,一些业内人士认为“海景”模式打造了服务业的传奇,引领着行业的标杆,是酒店业发展可行之路。另一方面,有些业内人士则认为严苛的规范化管理加无条件满足顾客需求,增加了酒店员工的工作压力,导致员工大量流失;而且过度服务让宾客失去了空间自由感,此模式必不能长久发展。在质疑声中,青岛海景花园大酒店秉持一贯的态度,不断的探索、创新、蜕变、发展,在经济发展进入新常态的今天依然朝气蓬勃的发展着,为我国酒店自主品牌的发展开创了一条可行之路。

(一)被误读的“过度服务”

“亲情化服务”一直是“海景”模式饱受争议的根源。青岛海景花园大酒店始终秉持“无条件满足顾客需求”,对客人提供亲情化服务的理念。例如送水果、甜点、泡脚盆;送蛋糕、鲜花、咽喉糖;送婴儿玩具、洗车、清洗客人遗留在房间的脏袜子……海景将细节服务做到了极致。曾有相关业内人士认为海景属于“过度服务”、“不当服务”,给客人造成了额外的

压力与困扰,比如水洗客人的一双名牌鞋。但是海景不畏质疑,始终坚持自身的理念。从“五年以后”看海景、到“十年以后”看海景,到“继续”看海景,海景不断的向前发展,完善了服务理念,将个性化服务做到了标准化,得到各界的一致肯定。

(二)“海景”业绩

多年来海景好评如潮,平均每年收到国内外宾客表扬信4000多封;获得各项荣誉近百项,被美国《福布斯》杂志评为中国50家最优商务酒店之一;获得中国旅游饭店协会颁发的“中国饭店金星奖”;2012—2014年连续3年获得全球最大旅游网站(美国TripAdvisor)旗下到到网“卓越奖”,其亲情服务理念和管理模式被美国哈佛商学院、新加坡南洋理工大学、清华大学、复旦大学等国内外知名学府纳入教学案例。

二、“海景”模式成功复制案例

海景的文化理念和管理模式受到了诸多业主的推崇,目前海景签约委托管理五星级酒店九家。2010年到2013年已完成接管南通金石国际大酒店、苏州同里湖度假村酒店、宿迁恒力国际大酒店,建筑面积均达10万平方米以上,均已正式开业,运营良好;2015年3月接管丽江大港旺宝国际饭店,建筑面积6万平方米的五星级城市园林饭店。今后

* 收稿日期:2016-09-19

基金项目:青岛酒店管理职业技术学院2015年度科研基金重点课题

作者简介:鹿彦(1982-),女,山东青岛人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,博士,主要研究方向为区域经济、酒店业发展。

还将继续接管数家五星级酒店,还有十几家酒店聘请“海景”做顾问式管理。“海景”模式的成功复制为中国酒店民族品牌发展开创了可持续发展之路。

(一)南通金石国际大酒店

南通金石国际大酒店由中南控股集团有限公司投资兴建,占地面积 10712 万平方米,坐落于南通新城区核心区域,总建筑面积 14 万平方米,建筑高度 277.39 米,地上 58 层,地下 3 层,属南通标志性建筑,酒店按国家白金五星的标准设计建造,由上海设计院美国 HBA 酒店联合设计有限公司负责室内装潢,风格俊朗挺拔,尽显王者霸气,是集餐饮、客房、康体、娱乐、高级会所、酒店式公寓等功能于一体的豪华大型酒店。酒店 2011 年 3 月开业,共有客房总数 555 间(套),除硬件设施过硬、风格奢华外,酒店特邀在酒店业内享有声誉的青岛海景花园酒店管理公司进行管理,打造“亲情一家人”的服务品牌,创造让客人满意、让客人惊喜、让客人感动的服务品牌三境界,让顾客感受如家人一般的感受。

(二)苏州同里湖度假村酒店

苏州同里湖度假村酒店隶属于百强民营企业江苏恒力集团,坐落于具有“醇正水乡,旧时江南”的历史文化名镇“同里”的同里湖中,在园区内可尽享同里湖美景,一睹“烟雨景观”和“落星听雨”的神怡佳境。酒店是集客房、餐饮、会议、休闲娱乐、度假于一体的五星级精品酒店,内设各式豪华客房、各种规模会议厅、千人宴会厅、豪华宴会包房、泳池、健身房、棋牌房、桑拿、SPA 中心等,各种配套设施一应俱全。苏州同里湖度假村酒店在建设初期因地理位置、主题定位不明确等一系列问题停业。2012 年委托青岛海景花园大酒店接管,海景将各部门精英打包输出,对酒店进行重新装修、重新定位。经过重整酒店重新开业,目前运营良好,收益可观,旺季基本满房。

三、“海景”模式复制路径解析

如果要复制一种模式,那么这种模式必须有一套可供参照的完整的标准化格式。在多年的发展中,海景始终如一的坚持自身的发展理念,建立了一套完整的标准化规范,提供了复制模板,将个性化服务做到标准化,最终实现了海景的复制之路。

(一)坚守企业文化,形成文化认同

企业文化是企业的核心价值观,是企业生存和发展的意义。海景花园大酒店在二十年的经营管理历程中形成了自身特有的企业文化——“亲情一家

人”服务理念,即以“亲情化”服务为顾客导向,把客人当亲人,视客人为家人,顾客永远是对的,不对客人说“不”,让顾客感动。海景将自己的企业文化落实成各项规章制度和管理机制,使员工在工作中有标准可以参照,从而无形的渗透这种文化,并通过服务将这种文化传递给自己的顾客群体,促使顾客对海景的文化产生认同。海景长期坚守“亲情一家人”企业文化,为其在日益激烈的酒店业竞争中赢得了长足的发展。

(二)建立标准化管理模式

标准化管理模式是“海景”模式可以被复制的前提。海景在实际运营过程中全面展开标准化建设,从酒店“倒三角”管理和服务标准到生活热水系统操作标准;从标准化服务流程到各区域/场所/部门抹布使用规范及标准;从管理部门督导检查执行标准到员工楼梯物品定位定量标准;从员工奖惩标准到向顾客提供个性化用品的标准……海景将标准化管理的理念贯穿到实际操作的方方面面。正是这样严格的标准化管理模式使得“海景”模式成功运用并得到很好的复制。

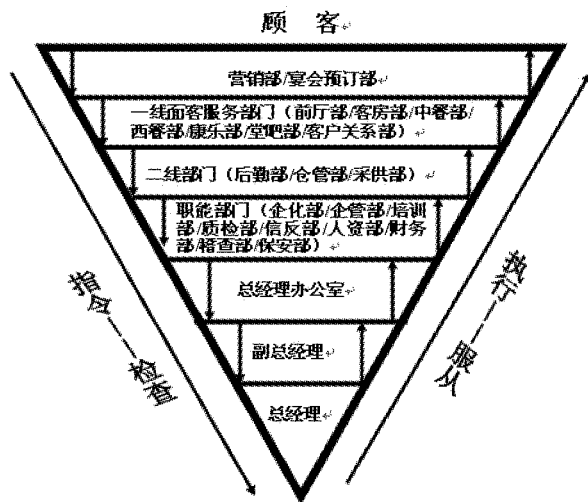


图 1 酒店“倒三角”管理和服服务理念示意图

(三)成本控制内部化

海景在实际运营过程中对成本的控制相当严格。海景的成本控制绝不是通过偷工减料、降低品质等方式压缩成本,而是在保证品质的基础上对成本进行严格的把控。海景采取的措施如下:

(1)交易内部化。海景将很多交易进行内部化处理,极大的降低了成本。如,海景有自己的木工工厂,使用的桌椅等均是自己木匠制作的,其维修成本也大幅度降低。

(2)减少中间商加价。海景提供的海鲜均是直

接赴当地码头进行海鲜采购,避开中间环节,一方面降低成本,另一方面保证海鲜品质。

(3)资源回收再利用。热水是酒店浪费的最主要的资源,也是最容易被回收再利用的物品。海景在酒店内部建立了热水回收循环利用系统,缩减了热水的供给成本,同时节约资源,形成资源循环再利用模式,在环保方面是行业内的典范。

(四)不断学习和创新,提高企业活力

海景在发展过程中不断的学习和创新,为持续发展注入动力。海景采用体验式学习法,多次派员工赴瑞士、新加坡、日本等地学习国际先进酒店的先进方法。如,从日本学习回来后树立了“由站式服务向跪式服务转变”的理念。同时,海景围绕自己的企业文化对管理方式、企业运行机制进行了一系列改革和创新。如,管理的倒三角理论、快速反馈机制、表格量化走动管理、完整工作价值链等等,这些创新满足了海景实际工作的需要,提高了酒店的工作效率。

(五)员工培养常态化

海景建立了常态化的员工培养机制。以联合国培养人才的标准作为培养酒店员工的标准,要求员工有健康的体魄、高尚的道德品质、丰富的科学文化知识。海景对员工要求极高,定期进行培训和学习,为员工打通了职业发展的道路。

(1)军队式培养模式。海景坚持用文化打造员工灵魂,用机制打造员工精神,主张好的机制不好的员工不会犯错误,不好的机制好员工也会犯错误。海景致力于把自身扮成军队,以“服从、服从、绝对服从”为宗旨,树立员工的吃苦精神;同时立志于把自身打造成学校和家庭,主张对员工严软结合、不溺爱,给员工充分的学习和创造机会,鼓励员工开展体验式学习,学习先进酒店的先进方法;鼓励员工进行创新,无处不创新、无时不创新。

(2)阶梯式培养模式。海景模式得以成功复制最重要的原因之一在于人才的阶梯式培养,储备了大量的精英人才。海景对员工制定了严格的管理方案,为员工提供了严苛的锻炼环境,同时为优质人才打通了晋升通道。在海景工作的精英员工以团队输出的方式直接输出到接管酒店中做高层管理人员。这种阶梯式人才培养方案具有双重效应:一方面为员工的职业可持续发展提供了路径,调动了员工工作积极性与进取心;另一方面保障被接管酒店在运作过程中全方位标准化渗透海景的管理模式和文化理念,保证被接管酒店与海景酒店在经营理念上的统一性。

四、“海景”模式存在的问题

(一)高强度管理模式导致员工缺口较大

一是招工难问题。随着新一代年轻劳动力数量的骤减,酒店招工难现象随处可见,加之海景高强度工作,使本身就以“享乐和自我为中心”为特征的新一代年轻人望而却步,致使海景在用工方面出现供不应求,严重的短缺现象;这种现象的出现会导致酒店招聘人才的质量难以保障。

二是员工流失问题。酒店一般都会存在不同程度的员工流失,员工停留时间短的现象也随处可见,但海景的员工由于高强度的工作,身体和精神压力均增大,导致海景员工流失率较高。

迫于双重压力,海景今后在员工的管理方面应该进一步完善,提高员工的满意度,关注员工的内在需求,提升员工的职业价值观,包括职业声誉、职业发展与职业保障。一方面减少员工的工作压力,提高员工的薪酬和福利;另一方面也要从企业形象进行再塑造,外界宣传上改变自己的口碑:服务至上并不等于员工的工作强度大。

(二)品牌效应不明显

青岛海景花园大酒店在业内口碑一直较好,是国内许多酒店及相关业内人士参观和考察的对象,“海景”模式被诸多民营酒店借鉴。但其品牌效应与国际酒店集团的品牌影响力差距仍然较大。虽然青岛海景花园大酒店已经接管了国内几家酒店的运营,但“海景”这一品牌并未建立,目前也只能定性为“海景”模式的复制。而且,海景在接管酒店的运营上采用直接输出管理团队的方式,而不是输出规范的标准流程,必然存在后续管理团队的储备和培养问题,可能会出现人才储备和补给不足的压力。如果海景采取的是品牌输出方式,既能保证品牌的有效传递,同时也解决了人才储备和培养的问题。

(三)酒店投资渠道过于单一,内部化过程有待推进

企业之所以产生的重要原因是专业化分工与生产,经营过程涉及采购、生产、流通、消费,整体系统复杂,各个过程涉及的业务面较宽。青岛海景花园大酒店目前将许多横向交易又做了内部化处理(如酒店的木工、采购、热能循环工程等),业务面较广、专业化人才成本较高、涉及到蛋糕做大做强还是做优做精的问题。

青岛海景花园大酒店投资模式过于单一。类似于青岛海景花园大酒店管理模式的如江苏天目湖滨

馆,特别注重对自身单体酒店企业文化的打造和宣传,每个业务板块都力争做精做优,忽视了业务范围的扩张,投资方式的转变较慢。这与新兴酒店相比,如精品、主题、民宿等非标住宿酒店,模式较为陈旧和老套。因此,青岛海景花园大酒店有必要改变投资方向,创新资本运作模式。

青岛海景花园大酒店内部化进程较慢。酒店历经20年的风雨仍能在业内保持佼佼者的地位,足以说明其具备强大的实力,在做精做优上已经达到一定的高度。而在企业规模上有待进一步扩张,当资本积累到一定程度完全可以大幅度推进内部化进程,至少在国内市场加大扩张的步伐。这不仅能提高企业的经济效益而且对民族品牌的树立有较大的推进作用。

五、“海景”模式对我国自主酒店品牌发展的启示

(一)提升酒店内涵发展,推进酒店管理体制改革

“海景”模式之所以得以复制的原因大部分在于对内涵文化的坚守和严苛的标准化流程,这正是我国酒店自主品牌发展需要借鉴的重点。在我国酒店自主品牌进行体制改革时,应当在明确企业文化、长期发展愿景的基础上,明确权利责任,完善现代企业制度,使酒店管理集团成为真正规范化、市场化的企业,能够快速调整或拓展各个品牌业务领域,逐渐成为品牌资产的投资中心、财务中心、监督服务中心、经营中心,融入市场竞争,从而与国际酒店管理集团竞争抗衡。

(二)关注员工职业发展,创新企业活力

海景常态化的员工培养机制为员工打通了职业发展的通道,同时为企业注入了活力,这是“海景”模式得以复制的基石。关注员工的发展是本土酒店较为容易忽视的问题,国际品牌酒店对员工外在形象和内在职业发展要求关注度都较高,如给员工提供外语学习的机会、同一品牌国外酒店就业的机会等,给员工发展空间非常大,我国自主品牌酒店受制于传统文化的影响对员工的重视程度和培育方式还有很大的发展空间。其次,海景围绕自己的企业文化对管理方式、企业运行机制不断的进行改革和创新,既提高了酒店的运营能力和竞争力,同时也保证酒店不会因为时代与审美的变迁被淘汰,在历史长河中与时俱进,开拓进取,这正是我国自主品牌酒店需要学习和借鉴的重中之重。

(三)促进酒店功能多元化发展

随着酒店功能多元化发展,酒店的功能除了提

供住宿和餐饮之外多了许多特色功能,呈现“酒店+”的发展趋势,以鲜明的特色主打宣传,吸引消费者,保证了酒店的可持续发展。如,海景打造“酒店+进口红酒售卖区(购物)”,这一附加功能既满足消费者特色需求,同时创造了收入。海景的自助餐吸引了许多非住店客人,酒店还配有儿童活动区,都为酒店创造了额外的收益。我国自主品牌酒店需要在酒店功能发展上进行再定位,挖掘酒店新的增长点。

(四)转变投资理念,创新资本运作模式

我国自主品牌酒店在酒店规模上都较小,尚未形成规模效应。经济新常态背景下我国基础产业产能普遍出现过剩现象,供给侧必须进行改革,酒店同样需要谋求新的发展路径,精准的酒店定位与创新将有助于我国自主品牌酒店形成差异化竞争优势,从而更有效地占领市场。海景历经20年仍是单体酒店,规模有待进一步扩张,才能实现经济效益与品牌的扩张。目前海景还没有找到这个临界点,这也正是我国自主酒店品牌普遍存在的问题。海景需要以现有品牌实力为依托,积极开拓新型细分市场及投资新的区域,实现资本的运作,来实现酒店规模经济的高速发展,这对我国民族酒店品牌的树立有极大的带动和推进作用。

(五)推进酒店品牌国际化进程

我国自主酒店品牌在国内做的比较好的有锦江之星(上海锦江都城酒店管理有限公司)、汉庭(华住酒店集团)、如家(如家酒店集团)、7天(铂涛集团)等,大多集中于中端经济型酒店,而高端酒店自主品牌各自为战,尚没有形成规模效应和竞争优势。国际高端酒店品牌的大规模涌入,如洲际(洲际酒店集团)、喜来登(喜达屋酒店及度假村集团)、希尔顿(希尔顿全球酒店集团)等等,快速抢占国内高端酒店市场,给国内市场带来极大的冲击。我国自主品牌面临极大的机遇与挑战,一方面有机会学习国际酒店品牌的运作模式与管理经验,另一方面需要争取本土市场发展份额,同时尽快推进品牌国际化进程。我国自主品牌只有顺应市场发展趋势,更为积极地推进品牌国际化进程,才能在激烈的市场竞争中枪战一席之地。酒店品牌国际化是一个系统工程,需要酒店制定系统的品牌国际化战略,从全域视角优化配置酒店资源,通过经销商、战略联盟、兼并、参股等渠道,构建起国际营销网络,并对品牌国际化运营进行全过程系统管理,保证产品服务质量与品牌承诺的准确兑现,从而促进品牌国际影响力的不断提升。

参考文献:

- [1] 蒋婷. 青岛海景花园大酒店服务质量控制系统优化研究[D]. 长春: 吉林大学, 2005.
- [2] 王海鹏. 国际与本土酒店品牌经营管理比较研究——以B酒店集团品牌管理为例[D]. 青岛: 中国海洋大学, 2011.
- [3] 徐乐蔚. 探究我国酒店品牌核心竞争力的培养[J]. 中国商贸, 2013(4): 177-179.
- [4] 张晶. 青岛市五星级酒店基层员工满意度研究——以青岛海尔洲际酒店为例[D]. 青岛: 中国海洋大学, 2014.
- [5] 张丹辉, 王华, 方敏. 我国自主品牌经济型酒店现状及发展策略探析[J]. 科技创业月刊, 2009(1): 50-52.
- [6] 马保烈. 海景模式: 中国服务从梦想照进现实[M]. 济南: 山东人民出版社, 2013.
- [7] 魏敏. 我国高星级酒店业提升竞争优势研究[D]. 济南: 山东大学, 2006.
- [8] 陈杰, 左靖远. 万达酒店首次输出自主管理品牌[N]. 北京商报, 2016-02-26(04).
- [9] 黄维城. 白天鹅酒店集团公司战略研究[D]. 广州: 华南理工大学, 2012.
- [10] 沈盈盈. 中国本土酒店集团发展障碍及对策研究[D]. 上海: 上海外国语大学, 2010.

Analysis on the Development of China's National Brand Hotel from the Model of "Qingdao Sea View Garden Hotel"

LU Yan

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

Abstract: The development mode of the Qingdao Sea View Garden Hotel is controversial in the domestic hotel industry. Recently, the management model of Qingdao Sea View Garden Hotel was successfully copied. It provides a reference template for the development of China's National Brand Hotel. By introducing the historical background, copied case, this paper discusses the development path of Qingdao Sea View Garden Hotel, and then analyses the potential problems of the model of "Qingdao Sea View Garden Hotel". Finally, it puts forward some reference suggestions for the development of China's national brand hotel.

Key words: model of "Sea View Garden Hotel"; China's national brand; path analysis

(责任编辑:魏有广)

高星级酒店西餐厅服务效率提高途径的实证研究*

刘 宁

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘 要:西餐厅是我国高星级酒店必设部门,对酒店收益及客户满意度都有很大的影响。而且西餐厅往往也是劳动密集型部门,如何提高西餐厅的工作效率、降低人力成本成为很多高星级酒店面临的重要问题。笔者对杭州市某著名五星级酒店西餐厅的服务效率进行了实证研究,并提出了提高高星级酒店西餐厅服务效率的合理化建议。

关键词:高星级酒店西餐厅;接待能力;服务效率;对照实验;工作强度

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

一、新形势下高星级酒店西餐厅面临的挑战

众所周知,自国家制定“八项规定”以及更严格的反腐倡廉法律法规出台以来,高星级酒店(本文中高星级酒店是指四星、五星及以上星级的酒店)的餐饮营业额普遍受到影响。而高星级酒店西餐厅以其高消费的姿态远离普通老百姓的生活,而更加增添其经营困难的是酒店业及其他服务类型企业的“用工荒”的出现,可谓“前后夹击”。那么在这样的新常态下,高星级酒店西餐厅具体要面对的挑战归纳如下:

(一)来自于酒店的高客户满意度要求的压力

西餐厅作为高星级酒店的“标配”餐厅,往往承担了住店客人早餐服务以及午餐、晚餐的自助餐服务的任务。除了能够为酒店带来可观的经济收益以外,也是影响酒店客人满意度的重要部门。因为客人在评价酒店体验的时候,除了客房体验以外,在西餐厅的早餐体验是非常重要的评价对象,常常因为客人早饭没有吃好而对酒店入住作出不利的评价。因此,西餐厅往往承担了来自于酒店的高客户满意度要求的压力。这要求西餐厅不能放松对客户体验及客户满意度的要求,需要时时关注客人,提高服务质量和效率,以保证较高的客户满意度。

(二)新生代员工管理难度的提高

现今在酒店一线工作的员工较多是 1995 年以后出生的年轻人,这一年龄段的年轻人具有更多的新特点,管理的难度有所提高。在培训及教育中,需

要有更多的技巧。同时,这一新生代的年轻人吃苦耐劳的精神和团队合作的能力都有所下降,因此在工作中要注意劳动强度的控制,也要注意员工之间的关系协调,这也就意味着给管理工作提出了新的课题。

(三)员工流失与岗位空缺的压力

高星级酒店的西餐厅为了提高服务质量,往往需要较多的人力,但是,高员工流失率和较多的岗位空缺已经成为各大高星级酒店普遍存在的问题,在西餐厅中也是如此。因此如何降低每一个部门的人力成本,已成为很多酒店希望餐饮部门能够完成的事情,在现今用工难的服务行业,来自于人力成本方面的压力非常明显。

从以上几点来看,高星级酒店的西餐厅必须在人力有限的情况下,尽量不要增加工作强度,同时不能影响服务质量,而达到提高工作效率、降低人力成本的目的。而这一问题的研究目前来看在学术界却是空白。截止 2016 年 9 月,在中国知网(www.cnki.net)上以“高星级酒店”和“西餐厅”为关键词能够检索到的文章仅有 10 篇,其中:5 篇为新闻类文章,1 篇以顾客满意度为研究主题,1 篇以营销策略为研究主题,1 篇以员工满意度为研究主题,1 篇以服务质量为研究主题,1 篇以人事管理方案为研究主题。可见,目前就高星级酒店西餐厅的服务效率的提高方面的研究是空白的,需要相关的研究和探索。

* 收稿日期:2016-10-24

作者简介:刘宁(1982-),女,山东滨州人,青岛酒店管理职业技术学院讲师,主要研究方向为酒店经营管理。

二、高星级酒店西餐厅服务效率提高的实证研究——以杭州市某五星级酒店西餐厅为例

笔者近期在杭州市某著名五星级酒店的西餐厅(以下代称为D餐厅)进行了一项提高服务效率的改革尝试,希望在劳动强度不变的情况下,通过更加科学合理的工作过程设计来提高工作效率,达到减少餐厅人力成本的目的。下面即是此项实证研究的

详细做法。

(一)D餐厅三餐用餐人数统计

观察日期是2016年8月8日至9月4日,但由于8月28日以后的数据受到杭州G20峰会接待任务的影响不能正常反映经营情况,因此,本次数据统计选取从8月8日至27日之间20天的数据来进行相关分析,如表1所示。

表1 8月8日—27日D餐厅用餐人数统计

时 间	早餐人数	午餐人数	晚餐人数	全天人数	备 注
8月8日	133	47	125	305	
8月9日	202	119	214	535	七夕节
8月10日	168	95	113	376	
8月11日	180	88	136	404	
8月12日	191	101	141	433	
8月13日	181	114	188	483	
8月14日	211	95	133	439	
8月15日	124	55	103	282	
8月16日	196	251	84	531	天猫年会
8月17日	87	27	100	214	
8月18日	74	97	103	274	
8月19日	98	117	90	305	
8月20日	98	60	109	267	
8月21日	103	30	45	178	
8月22日	67	29	43	139	安保升级
8月23日	88	34	66	188	
8月24日	130	72	78	280	
8月25日	116	50	79	245	
8月26日	102	62	91	255	
8月27日	79	81	66	225	
平均值	131.4	81.2	105.35	317.9	

从以上统计数据可以看出:

(1)三餐人数一般来说由多到少依次是:早餐、晚餐、午餐。三餐平均接待人数分别为:132人、81人、107人。依此数据,可将餐厅厅面服务人员有序排班,而餐厅也一直是这样做的,即早餐和晚餐用工量增加,而午餐用工量减少2—3人。

(2)餐厅总接待人数最多的两天是8月9日和8月16日,分别为535人和531人。这两天客人总量增加的原因可以认为是七夕节销售活动、天猫团队年会接待。可见,餐厅本身的销售策略与酒店销售部门的销售策略对餐厅营业额的影响是同等重要的。在今后的节日中,餐厅适时的推出有效的营销活动对于推动餐厅营收是非常重要的。

(3)餐厅总接待人数最少是在8月22日,从这一天开始杭州黄龙饭店周边的安保级别升级,为客人到达酒店用餐增加了麻烦,这可以认为是客人减

少的最重要原因。未来几天营业的不确定性以及可以预料的销售额骤然降低都是G20峰会接待前造成的劣势。

(4)D餐厅的全部接待能力(不计室外餐位)是250个(A区90个+B区78个+C区82个),但日常只开放A、B区,数据采集期内也是只使用A、B两区,因此,餐厅接待能力按照168个来计算。那么,三餐的平均翻台率分别是:0.79、0.48、0.64。对于自助餐厅来说,平均翻台率不到1,说明目前客人的人均用餐面积是足够大的,可以预见的是客人一般不会对环境方面提出抱怨。那么我们在客人对餐厅易于提出抱怨的三个方面:环境、服务、口味,只需要更加着力于服务与口味两方面即可。

(二)对照实验的相关改革措施

在不影响日常工作的情况下,我们对D餐厅进行了3次实验,分别选取了早餐、午餐两种情况。

该实验的目的是研究在现有用餐客人数量不变、工作强度不变的前提下,进行服务工作相关工序合理化、精简化以及工作内容重新组合等改变,以此提高餐厅服务的工作效率。

为达到该实验目的,笔者进行了充分的前期观察,在观察餐厅运作的同时,与餐厅经理不断沟通,最后总结出以下几点措施。

1. 客人用餐初段

此时间段内,客人往往提出更多的问题与需求,如,询问哪类餐饮品的摆放位置、要求加茶或咖啡、要求换位置等。因此,在客人用餐初段,要随时关注客人的动向,当客人有需求时要马上有人来到客人面前聆听客人的需求。服务的注意事项是:对客人的询问及要求要及时回复,并记得微笑作答。反面例子是,有时可能因为比较忙碌,听到客人的要求后,员工面无表情地扭头走开了,其实他是去取客人需要的物品,但是客人当时却会觉得非常纳闷而心生不满。因此,不仅要及时听取客人的要求,更要微笑并同时用礼貌的语言回复客人,然后再迅速去做客人要求的事情。

2. 客人用餐中段

该时间段客人一般在专心用餐,并不会提出太多要求。这时,员工不应只站在旁边看客人用餐,而应该在餐桌间走动,随时收取客人用完餐后的脏盘,有时可能要询问下客人“请问这个盘子/碗需要帮你收一下吗?”这样做的目的,一是可以让客人有一个更清爽整洁的用餐环境,二是可以大大减少客人离开后员工撤台的时间。

3. 客人用餐尾段

该时间段客人将要或已经用餐结束,客人基本不再吃什么东西,如果他们不赶时间,往往还会再在餐厅停留一段时间,聊天、打电话或只是安静的坐一会儿。这段时间,员工可以适时的劝说客人提前买单,但要注意措辞,让客人知道只是想减少他买单时等待的时间,不要让客人误解是在赶客。

4. 客人用餐结束离开餐厅时段

看到客人离开,要及时带上托盘,撤脏台。如果此时同区有两位员工,同事之间要注意配合。一位撤回脏盘及垃圾后,另一位要拿净布及喷壶去擦桌子,撤回脏盘的员工,这时要带上新的餐垫纸和餐具去备好新台面。

另外,每一位收回脏盘的员工都要及时将脏盘整齐的摆放到收纳车中,并将垃圾、口布分类放好。这样可以大大提高收纳车的利用率,并减少收纳车推进推出的次数。而且,收纳车推进后场要走事先规定好的路线,以达到最快而且最少打扰客人用餐的目的。

(三)对照实验的数据统计

在与相关餐厅员工充分沟通以后,此次实验便开始进行,相关情况记录整理如下:

1. 第一次实验:26 日午餐,A 区为实验组,B 区为对照组

本次统计时间中,A、B 两区接待人数基本相同,但 A 区 2 位员工,B 区 3 位员工(2 位正式员工,1 位小时工)。两个区域的员工都顺利完成了各自区域的接待工作。详情如下:

26 日午餐在 A 区为实验组,按照改革后的措施进行对客服务,各项数据统计如表 2 所示。

表 2 26 日午餐 A 区实验组相关数据

桌次 单位	该桌用餐人数 (人)	用餐时间 (分钟)	用餐期间服务次数 (次)	撤台时间 (分钟)
A1	4	131	12	5
A2	3	122	6	4
A3	4	100	7	6
A4	6	144	15	5
A5	3	115	6	3
A6	1	80	4	2
A7	4	90	5	2
A8	3	110	6	2
A9	4	105	7	1
平均值		110.78	7.56	2.89
总数	32			

26 日午餐在 B 区为对照组,未有变化,依然按照以前的工作方法进行对客服务,各项数据统计如

表 3 所示。

表3 26日午餐B区对照组相关数据

桌次	该桌用餐人数	用餐时间	用餐期间服务次数	撤台时间
单位	(人)	(分钟)	(次)	(分钟)
B1	2	120	3	3
B2	2	90	2	4
B3	4	130	5	5
B4	6	121	6	6
B5	2	100	5	4
B6	2	95	4	4
B7	2	100	6	5
B8	4	123	5	6
B9	4	95	5	5
B10	2	90	3	4
平均值		106.4	4.4	4.6
总数	30			

以每区用餐时间之和除以该区统计时间内用餐人数之和,则可得出人均用餐时间。按以上算法则可得出,26日午餐A区平均每客用餐时间为31.16分钟,26日午餐B区平均每客用餐时间为33.3分钟。

以每区用餐期间被服务次数的总和除以该区统计时间内用餐人数之和,则可得出人均被服务次数。按以上算法则可得出,26日午餐A区人均被服务次数为2.13次,26日午餐B区人均被服务次数为1.47次。

以每区收台时间之和除以该区统计时间内用餐人数之和,则可得出平均每客收台时间。按以上算法则可得出,26日午餐A区平均每客收台时间为0.81分钟,26日午餐B区平均每客收台时间为1.53分钟。

2.第二次实验:27日早餐,A区为实验组,B区为对照组

由于午餐与晚餐的客人行为模式非常相近,而早餐对于酒店客户满意度评价有重要的意义,因此,第二、三次实验不再以午餐或晚餐为统计对象,而全部都是以早餐为统计对象。

在本次统计时间中,A、B两区都有2.5位员工服务(每区2位正式员工,共1位小时工两区轮流走动),但观察时间内A区承担了更多的客人数量。两个区域的员工都顺利完成了各自区域的接待工作。详情如下:

27日早餐在A区为实验组,按照改革后的措施进行对客服务,各项数据统计如表4所示。

表4 27日早餐A区实验组相关数据

桌次	该桌用餐人数	用餐时间	用餐期间服务次数	撤台时间
单位(人)	(分钟)	(次)	(分钟)	
A1	2	20	3	2
A2	1	15	1	2
A3	3	32	3	2
A4	1	13	1	1
A5	2	20	2	1
A6	1	15	1	1
A7	3	20	3	3
A8	1	24	3	2
A9	1	10	1	1
A10	3	32	3	2
A11	6	40	10	3
A12	1	9	1	1
A13	2	13	1	1
A14	1	10	1	1
A15	1	15	1	1
A16	1	20	1	1
A17	2	35	2	2
A18	1	15	2	2
总和	33	358	40	29
平均值				1.61

27 日早餐在 B 区为对照组,未有变化,依然按照以前的工作方法进行对客服务,各项数据统计如

表 5 27 日早餐 B 区对照组相关数据

桌次 单位	该桌用餐人数 (人)	用餐时间 (分钟)	用餐期间服务次数 (次)	撤台时间 (分钟)
B1	2	15	1	2
B2	1	10	0	2
B3	3	25	1	4
B4	1	13	1	1
B5	1	15	0	2
B6	2	24	1	3
B7	1	20	1	3
B8	3	31	2	4
B9	3	27	1	3
B10	2	19	1	2
B11	1	10	0	3
B12	1	23	1	2
B13	2	27	2	2
总和	23	259	12	33
平均值				2.54

注:该日早餐 79 人用餐,数据为不完全统计。

同理,可计算出 27 日早餐 A、B 两区人均用餐时间、人均被服务次数以及平均每客收台时间,见

表 6 27 日早餐实验组与对照组关键数据对比

	人均用餐时间	人均被服务次数	平均每客收台时间
27A 早餐	10.85	1.21	0.88
27B 早餐	11.26	0.52	1.43

3. 第三次实验:28 日早餐,相关统计方法与计算原理与 27 日相同

在本次统计时间中,A、B 两区都有 2.5 位员工服务(每区 2 位正式员工,共 1 位小时工两区轮流走动),但观察时间内 A 区承担了更多的客人数量。

两个区域的员工都顺利完成了各自区域的接待工作。详情如下:

28 日早餐在 A 区为实验组,按照改革后的措施进行对客服务,各项数据统计如表 7 所示。

表 7 28 日早餐 A 区实验组相关数据

桌次 单位	该桌用餐人数 (人)	用餐时间 (分钟)	用餐期间服务次数 (次)	撤台时间 (分钟)
A1	1	15	1	1
A2	2	19	2	1
A3	1	10	1	1
A4	2	11	2	2
A5	1	10	1	1
A6	1	12	1	1
A7	3	20	2	2
A8	1	35	3	1
A9	3	8	2	2
A10	1	8	0	1
A11	1	12	1	2
A12	2	13	2	1
A13	2	16	2	1
A14	2	23	2	2
A15	1	24	2	1
A16	3	17	2	2
A17	3	23	3	2
A18	1	11	1	1
总和	31	287	30	25
平均值				1.39

28日早餐在B区为对照组,未有变化,依然按照以前的工作方法进行对客服务,各项数据统计如表8所示。

表8 28日早餐B区对照组相关数据

桌次 单位	该桌用餐人数 (人)	用餐时间 (分钟)	用餐期间服务次数 (次)	撤台时间 (分钟)
B1	2	22	1	3
B2	4	38	2	5
B3	1	15	0	2
B4	2	9	0	3
B5	3	20	1	3
B6	2	18	1	3
B7	1	9	0	2
B8	1	10	0	3
B9	2	34	2	3
B10	1	13	1	2
B11	3	27	3	5
B12	1	8	0	2
B13	2	18	2	2
B14	2	20	1	2
总和	27	261	14	40
平均值				2.86

注:该日早餐100人用餐,数据为不完全统计。

同理,可计算出28日早餐A、B两区人均用餐时间、人均被服务次数以及平均每客收台时间,见表9。

表9 28日早餐实验组与对照组关键数据对比

列1	人均用餐时间	人均被服务次数	平均每客收台时间
28A 早餐	9.26	0.97	0.81
28B 早餐	9.67	0.52	1.48

(四)对照实验得出的结论

第一,每一次数据统计的实验组都在不利的环境下与对照组同样完成了工作任务。如果假设统计期间餐厅是在正常工作强度压力下运行的,那么我们可以认为实验是成功的。即,如果餐厅按照实验开始前提出的5项措施执行,那么是能够在工作人员略少的情况下完成日常的工作。但是如果假设不成立,如,统计期间餐厅低负荷运转,或将来餐厅高负荷运转时间,则不适用此条结论。

第二,人均被服务次数与平均每客收台时间负相关。即,人均被服务次数越多则平均每客收台时间越短。所以,如果在客人用餐期间能够及时将客人的空盘脏盘收走,那么将能够非常有效的减少客人用餐结束离开后撤脏台的时间。每餐都会有一段客人相对集中用餐和相对集中用餐结束离开餐厅的时间,如果能够及时收走空盘脏盘,那么在客人相对集中用餐结束离开餐厅的时候,员工将不会过于繁忙,而造成翻台不及时的情况。

第三,人均被服务次数与人均用餐时间负相关。即,人均被服务次数越大则人均用餐时间越少。这一项结论是通过数据分析得出来的,说明员工为客人服务越及时越殷勤,客人会有越好的用餐体验,但

却会更快的用完餐。如果平均用餐时间越短,那么餐厅的翻台率就有再提高的空间。

以上数据及分析可以说明本次对照实验是成功的,这也就说明实验之初提出的5项措施是行之有效的。

三、高星级酒店西餐厅提高服务效率的几点建议

首先,鉴于人均被服务次数与平均每客收台时间负相关,人均被服务次数与人均用餐时间亦负相关,应使员工关注客人用餐中的服务需求。也就是说如果在客人用餐中段能够发现客人需求并主动服务客人,将能够提高餐厅的工作效率并减少客人在餐厅的停留时间,理论上有利于提高翻台率。然而并不是所有的员工都能够有意识的在客人用餐中段发现并主动服务客人,这就需要管理者的合理引导与培训。这一点非常重要,应该使餐厅的管理者与一线员工都能够有清晰的认识,不管对谁来说,其结果都是有利的。

其次,在进行各项工作效率的改革时,应以不增加原工作强度为基本条件。在新生代为主的员工群体中,如果以增加工作强度为前提进行的工作效率的改进,那么后果往往是不理想的。因为员工后

对新措施有抵触思想,而有可能对新措施的结果造成人为的破坏或不利影响。而且,只有满意的员工才能提供令客人满意的服务,才能有高客户满意度,因此,在进行工作效率相关的改革时,不能增加原有的工作强度。

最后,关于员工服务意识与服务方法的几点建议。一是需加强微笑服务。目前这个小问题是最普遍的存在,大多数员工在工作中各方面都严格按照服务要求来做,唯独“微笑”这件小事,在工作中常常忘掉。微笑的重要性酒店人人尽皆知,就不用我再赘述了。希望将来餐饮部门在这个问题上再加强培训与检查。二是在酒店接待工作相对清淡的时候,对西餐厅员工进行西餐文化的相关培训。大多数员工年龄小、社会阅历少,对跨文化的相关知识储备不足,这可能会导致出现一些服务中的小细节问题。比如,有一次我提醒一位员工可以帮一桌客人收一下已空的脏盘,但这位员工说,收走空盘后客人面前什么都没有会不会尴尬。他还不太了解西餐用餐的规律,就是越吃面前越空,而且西方人不喜欢面对一堆杯盘狼藉坐着聊天。还有的员工对牛排的熟成也不了解,对客人用餐中及用餐后刀、叉在盘中摆放角度等常识性知识也不了解。三是让员工开口说话,提高与客人的沟通与交流。在可能的情况下,可以提倡让员工与客人多交流。除了能够叫出常客的姓氏或名字,如果能多与客人寒暄几句,极有可能使客人用餐中有更好的心情。如果可能,在日常工作

中,多提倡员工用外语与外国客人交流。很多外国客人其实很友好,也很愿意与员工交流。英语能力的提高,除了提高工作效率之外,在工作不忙的时候,与外国客人说几句他们母语的常用语,也能够增加客人对员工的好感。

四、结语

目前学术界对西餐厅尤其是高星级酒店的西餐厅实证性研究非常缺乏,不论是工作效率方面还是服务质量方面的研究都十分有限,难以对业界有足够的指导性作用。希望笔者的此次实证研究能够抛砖引玉,有更多学者能够从西餐厅的日常经营中入手,收集一手真实数据,以此为依据做出更多对业界有一定指导意义的研究成果,使得西餐厅这一时尚的餐饮元素能够在我国酒店行业更好、更健康的发展。

参考文献:

- [1] 张茜. 高星级酒店餐饮服务质量问题及其对策[J]. 嘉应学院学报, 2016(4):46-49.
- [2] 张伟. 论高星级酒店中餐厅细节服务[J]. 中国商贸, 2014(20):88-89.
- [3] 李虹, 杨柳. 高星级酒店餐饮的创新服务[J]. 饭店现代化, 2013(1):54-57.
- [4] 屠红卫. 高星级酒店餐饮成本控制[J]. 商业会计, 2006(13):46-47.

An Empirical Study on the Ways of Improving the Service Efficiency of the Western Restaurant in High Star Hotels

LIU Ning

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

Abstract: Western restaurant, which exerts a great impact on both the revenue and the customer satisfaction, is an indispensable department in the high star-rated hotels. Western restaurants are labor-intensive sectors, how to improve the work efficiency of the western restaurant and reduce labor costs are also problems that a lot of high star hotels are facing. This paper has conducted an empirical study on the service efficiency of a western restaurant of a famous five star hotel in Hangzhou. Meanwhile, it put forward some reasonable suggestions for the improvement of the service efficiency of the western restaurant in high star-rated hotels.

Key words: western restaurant in high star-rated hotel; reception capacity; service efficiency; control experiment; work intensity

(责任编辑:魏有广)

武汉地区高星级本土酒店服务质量研究 ——基于OTA住客点评的CIT分析*

宗圆圆

(武汉商学院,湖北 武汉 430056)

摘要:OTA住客点评作为酒店服务质量监控的重要信息来源,为酒店企业本身改进服务和及时开展服务补救提供最为真实的线上口碑反馈。通过收集发布于主流OTA网站、针对武汉地区高星级本土酒店的点评,建立阶段性文本数据库,进而对其关键事件的文本进行编码分析,对服务质量的归因、发生时点、影响程度、责任指向、补救措施和补救效果这六大类别和次类别进行提取和频数统计,以构建武汉地区高星级本土酒店服务质量编码类别体系,并加以点评文本示例解读,为具体酒店企业服务质量在线监控和地区酒店行业整体质量评估提供技术参考。

关键词:酒店服务质量;CIT分析;住客点评

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

一、引言

酒店服务质量是酒店行业保持良好顾客关系,实现稳定客户增长战略和长久利益的关键。目前酒店行业对自身的服务质量实现监控管理的方式有两种。第一种是内在评测机制,借助质量监管总监(quality controller)、大堂副理的VIP客户回访等内部职能调查来形成服务质量报告,监督各部门完成对此质量事件的跟踪与解决。第二种是外部评测机制,如借助外来专家、神秘客人和专业评测咨询公司来定期暗访来查找服务质量不足之处。一些注重网络销售和口碑的酒店也会跟踪网购顾客在预定网络上的负面点评来进行相应的调查,从而开展服务补救工作。大部分服务质量事件的追踪和反馈是一一对开展,并没有系统进行相关维度和过程分析。因此需要借助有关学者的前期理论体系和关键事件法的分析逻辑来探究OTA住客点评所反映的服务质量问题的关键维度和核心概念。

二、研究过程

(一)研究方法

关键事件法(CIT, critical incident techniques)作为最早用于人力资源工作中的测评管理工具,要求管理者记录员工在一段平时工作时期内所做的关

键事件。记录的内容包括导致事件发生的原因和背景、员工的特别有效或多余的行为、关键行为的后果和员工自己能否支配或控制上述后果。通过此类对受访者的访谈,能够以受访者的视角来描述事件发生的始末,并以个体化的情感、认知和行动来理解相关事件。在酒店直接接触服务质量方面,顾客的感知、情绪和行为是深度挖掘对客服务事件过程的个案分析的重要观察点。因此CIT法特别适用于研究个体情绪、解释未知现象的议题上,而例如谢礼珊、金立印等学者已将CIT法运用于服务补救、服务公平等研究领域为本研究提供方法运用规范借鉴,也验证CIT法对服务事件研究的广泛适用性。

(二)研究设计

收集关键事件评论的方法是在携程、艺龙、去哪儿这三家主流OTA网站上选取武汉地区本土高星级酒店中评论数排前3位的酒店作为研究对象,对其所属评论选择要求为:(1)发布时间限定于2015年8月-2016年8月;(2)字数超过120字,且信息含量丰富,无重复和水军行为;(3)发布人有一定的信用等级;(4)以本人经历来论述,对服务经历和质量问题有详细描述。之所以选择OTA住客点评作为获取关键事件来源,而非传统的访谈和问卷,是因为大部分发布点评的OTA住客都是刚刚经历服务过

* 收稿日期:2016-10-20

基金项目:武汉商学院校级科学研究项目“武汉地区中外酒店服务质量对比研究——基于OTA住客点评的内容分析”(2015KY013)

作者简介:宗圆圆(1983-),女,湖北武汉人,武汉商学院教师,硕士,主要研究方向为酒店企业管理。

程中的各种细节,能够有效减少记忆偏差。而且由住客主动提供关键事件各类个案,避免由研究者引导提问的局限性,更能够丰富关键事件本身的信息和保持事件的原始面貌。

根据上述方法共收集 158 条点评,剔除重复发帖,归纳为 134 件关键事件,依次编号为 No. 1 到 No. 134,并请一位编码员和研究者对其进行解读,

分类为服务质量的归因、发生时点、影响结果、责任指向、补救措施和补救效果这六大类别,分类一致的事件数量为 127 件。根据 Perreault 和 Leigh(1989)所提出的信度指数(reliability index)来检验分类过程的信度,得出信度指数为 0.80679,而其他次分类信度指数均达到了信度 0.8 以上的要求。其分类类别体系和统计频数如表 1 所示。

表 1 酒店服务质量关键事件编码分类体系统计

编码类别	次类别	频数(频率)	示例
A. 服务质量归因	A-1 与技术质量有关	65(48.5%)	No. 20 房间装修的细节不容忽视。床头柜的线缆连接施工粗糙,既不美观也存在安全隐患,一堆电线用电工胶布包裹,裸露在外。
	A-2 与功能质量有关	69%(51.5%)	No. 41 进酒店门口站着人也没有给我们拎。去前台办理手续走过去前台也不说话。还是我自己说了你好我有预定。
B. 发生时点	B-1 消费前	19(14.2%)	No. 93 前台及房务对于活动内理解沟通协调不够,入住的时候因为拿电影乐园的票,本人提醒后才多给张小孩的票。
	B-2 消费中	98(73.1%)	No. 57 健身房更衣室花洒的水压和水温都不稳定……员工的服务态度都很好,但是对客户疑问的回应还有所欠缺。
	B-3 消费后	17(12.7%)	No. 78 退房走的时候,三个服务生就站在我车旁边 1 米远位置,自顾东张西望,没有一个人过来帮忙放行李。
C. 影响结果	C-1 安全与健康	28(20.9%)	No. 52 衣帽间设计有问题,我弯腰拿鞋时,撞到了保险柜的边角(应该设计成和换鞋台一样矮),都流血了。
	C-2 经济	22(16.4%)	No. 91 可是第二天吃早餐时餐饮服务人员的收费却和预订时说的早餐费不一样加了很多钱,即然预订早餐价格和和在餐厅交的价格不一样就应该早告知顾客。
	C-3 便利	32(23.9%)	No. 117 一次性的剃须刀被拆了,剃须膏被拿走了,只剩剃须刀,一只牙刷被拆了,牙膏拿走了,只剩牙刷,试问谁还敢用啊!
	C-4 心理情绪	41(30.6%)	No. 84 一直拿着手机玩连看你一眼都没,就把东西给你一塞说一声给就走了。我都石化了好吧!
	C-5 隐私	17(12.7%)	No. 105 第二天上来送东西的人,应该不是服务员是办公室的什么人,不按门铃直接敲门。
	C-6 尊严地位	38(28.4%)	No. 96 服务员说不行订满了!这个咱理解,毕竟预定的是合规矩的!但是,服务员就是干巴巴听着孩子哭孩子闹,不闻不问。
D. 责任指向	D-1 员工	106(79.1%)	No. 75 一共两个洗手盆,阿姨占用一个连头都不抬的自己洗着什么!我们从进门带出门她一眼没看!
	D-2 顾客	4(3.0%)	No. 54 发生了一点意外,我对酒店的床单过敏,躺在床上看完我是歌手准备睡觉,发现全身突然过敏发起红疹。
	D-3 其他因素	24(17.9%)	No. 66 大堂搞企业促销活动,像个菜场,礼宾都在忙乎,却没法顾及我们大包小包的行李。
E. 补救措施	E-1 免费升级	43(32.1%)	No. 49 虽然门锁着,但是感觉很不私密,所以提出加钱换房间,结果前台非常人性化地帮我们免费升级到湖景房。
	E-2 替代补救	58(43.3%)	No. 85 通知酒店之后,酒店马上给我换房,可是不管怎么换房,床单洗涤剂是一样的。礼宾部主管罗小帆先生提出送我去医院看急诊。
	E-3 赠品与优惠	15(11.2%)	No. 13 入住后关于免费 mini 吧只限软饮的问题问了好多次后,沟通协调多次才解决,退房的时候还在说是否收费,最后是免费了,但过程曲折了点。
	E-4 不作为	18(13.4%)	No. 109 说好的夜床服务也没有,欢迎水果或者睡前点心也没有。
F. 服务效果	F-1 顾客不满	43(32.1%)	No. 70 号称七星级,其实真得还差很远!
	F-2 顾客原谅	42(31.3%)	No. 23 总体而言,服务觉得真心很一般,至少和瑞华自身鼓吹的超五星完全不能匹配。因行程太赶,没法品尝酒店美食,略显遗憾,希望下次有机会。
	F-3 顾客满意	49(36.6%)	No. 39 领导了解后安排客房部人员立即进行改善。非常重视客人的入住体验,很棒!

三、研究结果分析

从表1中可以看出,服务质量关键事件的归因在技术质量和功能质量两种次分类上相差仅为3%。技术质量主要指顾客对服务结果的感知,功能质量主要指顾客对服务过程的感知。分析中归因于技术质量的主要问题包括客房设施设计、空调故障、房间卫生、早餐丰富度、退房制度等。归因于功能质量的主要问题包括员工对服务失败的反应以及对服务需求的反应。大部分有关功能服务质量体现在员工对服务失败的处理态度不够主动和对顾客潜在和目前的需求不作为。例如“有些服务项目都没有提前告知,不问压根也不会说”、“行政楼层的免费甜点和牛奶每次都是催才记得送”等都是反映服务不主动、缺乏服务意识和责任感的问题。

从服务质量关键事件发生时点看,顾客对服务质量的体验多集中发生在入住消费过程中,其中“换房”、“报修”、“就餐”、“送物”、“减免条件沟通”、“生病等关键时刻关怀”是消费质量体验的关键时点,表现服务质量问题和酒店服务水平高低。消费前的质量体验主要表现在礼宾服务、网订优惠条件咨询与兑现、灵活处理无担保保留客房这些方面。而消费后的质量体验则是很容易忽视的环节。顾客很容易将消费后的服务与消费中的进行对比并感受到巨大的落差,以及对酒店服务功利性产生心理排斥。一些顾客在点评时提到“本来打算提前点评的,感觉服务还真不错,可是到了check out之后,礼宾就不怎么热情了,叫回房间拿个东西都不愿意”(No. 40)。

从服务影响结果看,顾客提及的“心理情绪”、“尊严地位”、“便利”、“安全与健康”影响均在20%以上。顾客对社会层面的“心理情绪”和“尊严地位”服务结果关注大于生理物质层面的“便利”和“安全与健康”。其中关键事件描述文本中“冷漠”、“装作没发生一样”、“本来该提供的免费软饮,都是问了之后才送上,压根跟促销中说的服务档次相差太大”、“餐厅就剩我一个吃饭,服务员都没看到,感觉有点诡异”等,反映出顾客不光在意服务的获得性,更看重服务传递过程中带给自己的心理感受,特别是作为客人被关爱和被尊重的需求。而关注顾客心理和尊严需求的服务事件和服务人员往往给顾客留有深刻印象,在点评中会详细提及整个服务过程。例如“感谢罗先生全程陪同和照顾,也没有争论过敏的原因,没有推卸责任,态度很亲切,一直陪我到打完吊瓶,主动承担费用,这让我很感动”(No. 85)。造成

“便利”、“安全与健康”影响的关键事件多为送物和送餐拖延或者无法供应、客房设施不齐全、客房清洁不达标、餐饮过敏和卫生、客房设计不合理造成的身体伤害。

从责任指向看,绝大部分服务过失归责于员工。但例如餐饮和床单过敏、晕倒、摔跤等少数事件归责于顾客本身。有一些客观情况例如“满房”、“团队客多”、“客人素质”、“名人来访”也是导致顾客归责于其他不可控因素的原因。但是在服务补救方面,顾客会因责任指向不同而对补救效果和方式要求有所不同。即使在归责不在员工的情况下,顾客仍希望酒店员工有所作为,减少服务失败负面影响,否则顾客倾向归责于酒店员工,也可能造成后期的责任纠纷。例如“酒店客人的土豪素质真是醉了,吃自助把我的座位给占了,他却不让,还蛮有理了……后面的服务生看见,马上两边道歉,给我找了偏点的座位。”(No. 53)

从补救措施上看,“免费升级”和“替代补救”是主要的补救措施。因为给予较好的服务补救待遇,顾客普遍对这两种补救措施表示接受,但是大部分客人对服务效果上还是存在微辞,会在最后事件结果上提及。“赠品与优惠”方面涉及到酒店财务做账、优惠条件的适用性以及和OTA是否协商一致的问题,因此顾客很容易在此项目与员工产生误解。最后部分优惠给予也让顾客感到酒店“讨价还价”和“擦边球”态度。而“不作为”这样的补救措施表现在顾客的补救要求没有回应和服务承诺没有兑现。也有少数情况是顾客要求不合理,没有政策允许或者情绪过激、攀比其他客人的时候。例如“差不多的价钱结果给的房间差了一大截,要求免费升级,前台却说满房。明明刚才看见悄悄给另一个人升级了。”(No. 126)

从服务效果看,“顾客满意”、“顾客不满”和“顾客原谅”的频数均在30%以上,表明对服务质量和补救效果的评价处于非稳定状态。顾客在关键事件结尾基本上会对酒店入住服务满意度和是否推荐再次入住上表态。一部分结果描述例如“种种细节和奢华的设施都让人觉得是一次非常棒的入住体验,推荐大家前来入住”(No. 3),表现对整体服务质量的满意度较高。而一部分则是经过服务失败之后进行补救,结果好坏参半,但最后基于国内本土品牌的理解和支持、员工队伍不稳定和旺季等特殊因素而表示原谅。例如“我以前对万达系这样财大气粗的酒店并无好感,但这次觉得国产豪华酒店服务也慢慢的跟上来了。虽然房间卫生并不理想,但关键时

候,还是服务最得人心,这才是五星酒店的根本所在。希望万达系越来越好。”(No. 84)有些顾客即使接受了服务补救,但是依然也没法表达满意或者原谅,结果评价充满着不满的情绪。例如“装修的高大上,服务跟不上,我想我们作为协议单位真的是要好好考虑一下了。”(No. 67)虽然住客基本在 OTA 网站评分数上给予高分,但是从关键事件的描述上可以看出服务失败的后期影响和真实的服务补救效果,也会使未来预定的客人对酒店产生不良口碑印象。

四、结论与展望

通过以上对 OTA 住客所经历的 134 件关键事件进行分析,构建酒店服务质量关键事件编码分类体系。由类别文本解读和相关频数统计可以看出在如下四大方面需要转换思路,找到服务失败的针对性反馈方案,以提升武汉地区高星级本土酒店整体服务质量层次。

(一)服务意识和敬业精神需要深入培育

通过上述关键事件分析,无论是服务质量的归因、发生时点还是影响效果来看,都需要本土高星级酒店持久进行服务意识和敬业精神的植入性培育,而非简单的培训。对于服务过程情景多变的功能质量层面,员工的服务意识单纯靠制度约束来履行是无法发挥其主观引导作用。一些服务场景处理一方面依靠服务经验和工作制度,另一方面更多需要员工内化服务意识,发挥服务主动性。因此为了提高员工服务意识和培养高度敬业精神,一方面需要优秀的服务精英加以示范和引导,形成服务意识得以传承和服务技术得以创新的一线员工队伍;另一方面员工工作强度、学习成长、奖励制度和职场晋升方面给予合理安排,并且让员工学习情绪管理等较为实用的服务心理知识并运用于接触性服务过程中,以提高服务效果。这点对于改善武汉本地品牌酒店服务“粗大条”、“随性而动”、“功利偷懒”现状尤为重要。

(二)关注服务补救中的情感投入

本次研究对于酒店服务影响效果认知发现顾客“心理情绪”和“尊严地位”的服务影响关注更多。很多顾客在服务失败中遭受的更多是社会层面的损失。因此在服务补救中,酒店一般以代价较高的“免费升级”和“替代补救”来换得顾客态度转变。但在关键事件中表示服务原谅的顾客,往往更多希望获得服务情感的补偿,来折抵之前的技术质量问题造

成的损失。因为衡量酒店的整体服务质量不仅仅依托接近奢华的高档装修,更多是服务中的情感融入,把顾客当做需要关怀和照顾的人,使入住体验由一种身份仪式化的物质消费转变为短暂的情感停歇。因此在服务实施和补救过程中在关键时候发挥情感作用是挽救服务效果的核心,需要加强对此方面的重视。

(三)保持服务的稳定性

服务稳定性包括在硬件条件的可靠性和过程服务水平的平稳性。在技术质量上,为降低诸如房况设备维护、卫生清理、一线员工微笑仪态等服务结果问题,需要酒店企业日常运营管理中以严格的制度标准来执行,以保障服务质量在技术层面的稳定性。这些是最好监控的服务质量稳定问题,也是最容易为顾客所察觉的服务失败。从发生时点上看,服务短视、服务倦怠等因素使员工很多时候忽视了服务的关键时刻和保持消费全过程的服务稳定。顾客的对比落差和关键点的不满极可能导致对整体服务效果的负面放大,建议酒店应该注重消费后的客留品、叫车、拿行李等服务环节。

(四)提高跟踪购后反馈效果

在购后反馈方面,不应仅仅只关注点评分数和给予机械式自动回复,而是根据顾客对服务失败和服务补救的评价结果,给予针对性的后期补救方案以及预测举一反三的服务问题。例如因为客房家具棱角导致顾客身体割伤,是否可以需要排查和改进类似问题,是否在客房设计中注意安全问题。并且安排专业的质量总监进行网络点评回访,对服务细节和根源进行深度分析。当然也应注意一些顾客的不良行为对服务结果和酒店声誉的负面干扰。

本研究采用的是 OTA 住客的视角而形成的服务质量关键事件作为分析样本,通过构建编码分类体系研究关键事件的发展过程。后期研究可以转化视角,以员工角度搜集酒店相关服务事件的报告和访谈记录来进行与住客视角的比对分析,进一步探究武汉地区酒店业所面临的服务质量事件根源和产生机制。

参考文献:

- [1] Gremler, D. D. The Critical Incident Technique in Service Research[J]. Journal of Service Research, 2004,7(1):65-89.

(下转第 67 页)

烹饪·饮食

复合蛋白酶酶解高温豆粕制备脱苦大豆肽 工艺条件优化*

何秋实

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要:本研究应用自主研发的高效蛋白酶于生产实践中,发现应用所产高效蛋白酶于高温豆粕上可制备低苦味大豆肽,最优工艺为:蛋白酶浓度 71.40U/mL、酶解 pH5.6、酶解温度 60°C、酶解时间 2h,在此条件下多肽得率为 59.07%,大豆肽苦味值为 2.01。

关键词:复合蛋白酶;高温豆粕;脱苦;大豆肽

中图分类号:TQ645 **文献标识码:**A

一、引言

传统的大豆油制备方式主要有两种,即机械压榨法制油技术和溶剂浸出法制油技术。机械压榨法是通过机械输送的外力迫使油脂从油料内部挤压出去,由于技术限制,压榨法制取的油饼中残油率较高且提油效率相对较低。挤压过程产生的高温作用会使饼粕发生显著的热变性。而溶剂浸出法则是通过溶剂的萃取作用使油料内部的油脂溶出,残余的油料粕经过低温脱溶或高温脱溶处理,分别用于制取低温脱脂大豆粕和高温脱脂大豆粕。

高温豆粕是大豆油脂加工的副产物,产业规模较大。然而高温脱脂豆粕中蛋白质变性较为严重,碱溶酸沉工艺不足以有效地利用豆粕中蛋白质,迄今,脱脂豆粕基本都用作饲料,只有酿造食品类等食品产业利用脱脂豆粕作为原料。鉴于此,高温豆粕的深度开发将对食品产业的发展具有深远的影响。现今国内外研究人员对高温豆粕的研究主要围绕以下三方面。

一是利用高温豆粕为原料采用醇洗法生产浓缩蛋白。刘玉兰等科研人员将高温豆粕以及白豆片作为实验原料,利用醇洗法来提取大豆浓缩蛋白。研究表明:利用高温豆粕进行醇洗的大豆浓缩蛋白其含量比白豆片进行醇洗的含量要低 10%左右,但其含量也接近 60%。其缺点是利用高温豆粕得到的大豆浓缩蛋白香味几乎丧失,颜色比较暗,口感

比较粗糙。

二是对高温豆粕进行酶解处理(主要是蛋白酶)来获得大豆蛋白。刘芳等研究人员对酶法提取脱脂豆粕中的大豆蛋白进行了正交试验,并对水解特性进了一系列研究。酶解选取的酶为国产胰蛋白酶,酶解因素为温度、时间、加酶量、底物浓度及 pH 值,并最终确定了最佳实验工艺条件。研究结果表明:通过正交实验确定的最佳工艺条件为:酶解温度为 50°C,酶解时间为 6h,底物浓度为 11%,加酶量为 1000U/g 及 pH 为 8.0,最终蛋白提取率为 69.34%。通过最佳工艺得到的大豆蛋白酶解度 DH 为 9.0%,溶解度为 57.0%。张亚丽等研究人员对酶法提取蛋白质进行了研究并最终确定了最佳工艺。利用酶法提取脱脂豆粕中蛋白质的最佳工艺条件为:酶解温度为 50°C,酶解时间为 60h,酶解底物浓度为 11%,加酶量 10000U/g,酶解 pH 值为 8.0,在此条件下,蛋白质提取率为 69.34%。三是采用超声处理的方法来提取高温脱脂豆粕中的蛋白质。李宝山等研究人员分别对高温脱脂豆粕进行先粉碎处理再超声处理、先超声处理再粉碎处理和直接进行粉碎处理来提取蛋白的研究。结果表明,3 个处理的 SPI 提取率分别为 55.21%、53.46%和 36.21%,蛋白含量分别为 79.74%、79.23%和 82.99%。

杨晓泉等研究人员发现对脱脂豆粕进行低频超声处理可提升蛋白提取率,其超声条件为超声功率

* 收稿日期:2016-10-12

作者简介:何秋实(1979-),女,黑龙江大庆人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,主要研究方向为食品营养与检测。

300W、超声频率 12Hz、超声时间 8 min,在此条件下,高温脱脂豆粕蛋白提取率为 73.43%,低温脱脂蛋白提取率为 90.28%。而仅在 45℃ 进行加热搅拌处理 1h 后,高温脱脂豆粕蛋白提取率为 49.58%,低温脱脂蛋白提取率为 66.54%。针对此,本研究针对高温豆粕的产品特征,选用自主研发的复合蛋白酶对高温豆粕进行酶解处理制备脱苦大豆肽,为复合蛋白酶的生产应用提供理论基础。

二、材料与方法

(一)材料与仪器

SPI 购自郑州三荣化工产品有限责任公司;发酵菌种(黑曲霉、米曲霉、毛霉)由东北农业大学微生物实验室提供。

高压灭菌锅购自上海茸研仪器有限公司;pHS-3C 型酸度计购自杭州练测自动化技术有限公司;恒温培养箱购自上海一恒科学仪器有限公司;精密电动搅拌机购自常州国化电器有限公司;电热恒温水浴锅购自上海一恒科学仪器有限公司;高速离心机购自苏州业之峰离心机制造有限公司;紫外可见分光光度计购自上海棱光技术有限公司。

(二)大豆肽的制备

称取适量的高温豆粕制备 2% 的蛋白质溶液,并进行充分搅拌,调节 pH,加入一定量蛋白酶,蛋白酶活力为 200U/mL,水浴酶解,滴加 3mol/L NaOH(或 HCl)使溶液 pH 保持在最适 pH±0.1 范围内。充分酶解后调节 pH 至 4.5,并将溶液在 85℃ 的条件下加热处理 15min 进而钝化蛋白酶。将溶液进行离心分离,取上清液即为大豆肽提取液。

(三)蛋白酶活力的测定

酶活力单位的定义:1mL 酶液在 37℃,pH 为 3.5 的条件下,每分钟酶解 1% 干酪素产生 1μg 酪氨酸所需的酶量定义为一个活力单位,以 U/mL 表示。蛋白酶活力计算公式如下:

$$\text{蛋白酶活力 (U/mL)} = A \times K \times N \times 4 / 10$$

式中,A:样品平均吸光度,K:吸光常数,N:酶液的稀释倍数,4:反应液总体积(mL),10:反应时间 10min。

(四)短肽得率的测定

采用三氯乙酸可溶性氮法测定,将酶解液与质量分数 20% 的三氯乙酸以 1:1 比例混合,4500r/min 离心 10min 后取上清液采用 Follin-酚法测定。短肽得率计算公式如下:

$$\text{短肽得率 (\%)} = N_1 / N_0 \times 100$$

式中, N_1 :在 20% 三氯乙酸中的可溶性氮(mg), N_0 :原料中总氮(mg)。

(五)苦味评定方法

取一定量未脱苦的大豆肽溶液 10 份,将其苦味值分别定义为 1—10 分,请品男女各找 5 人,条件为不是吸烟人员品尝进行脱苦处理大豆肽溶液及未脱苦的大豆肽溶液,并给出品尝分数,算出平均分数以此来表示大豆肽溶液的苦味程度。

(六)复合蛋白酶酶解制备脱苦大豆肽试验

1. 复合蛋白酶酶解脱苦大豆肽制备条件单因素试验

复合蛋白酶酶解基本条件:蛋白酶浓度 50U/mL,pH 5,温度 60℃,时间 2h。在其他条件不变的情况下,以大豆肽短肽得率(TCA-SNI)及大豆肽苦味值为检测指标,选取蛋白酶浓度 10、30、50、70、90U/mL,酶解 pH 为 4.5、5、5.5、6、6.5,酶解温度 45、50、55、60、65℃,酶解时间 1、1.5、2、2.5、3h,考察混合菌发酵产蛋白酶酶解制备脱苦大豆肽效果。

2. 复合蛋白酶酶解大豆肽脱苦工艺条件优化

采用响应曲面分析法进行实验设计。在单因素试验的基础上,利用 Design-Expert 软件对试验进行过程优化。以多肽得率 R_1 和大豆肽苦味值 R_2 为响应值,选择蛋白酶浓度 A(U/mL)、酶解 pH B、酶解温度 C(℃)和酶解时间 D(h)为影响因素,根据响应曲面法试验设计原理,设计四因素五水平的二次回归方程来拟合因素和指标(响应值)之间的函数关系,确定最优调制工艺参数,其因素水平编码表见表 1。

表 1 因素水平编码表

编码	因素			
	蛋白酶浓度 A (U/mL)	酶解 pH B	酶解温度 C (℃)	酶解时间 D (h)
-2	60	4.5	50	1.5
-1	65	5.0	55	1.75
0	70	5.5	60	2
1	75	6.0	65	2.25
2	80	6.5	70	2.5

三、结果与分析

(一)复合蛋白酶酶解制备脱苦大豆肽的工艺条件单因素选择

对于大分子蛋白质,酶法改性比理化改性及微生物改性具有更多的优点:营养价值保存较好、无不良副反应、操作容易、设备简单、高效低耗、选择性

高、易于分离纯化等。酶解大豆分离蛋白可有效降解大分子蛋为小分子肽类及氨基酸,进而提升大豆蛋白的溶解性,降低其黏度,并且还能有效提高其生物效价,容易被人体消化及吸收。但是,酶解时间过长,虽降低肽链长度,提高溶解性等,但由于本来被埋藏在内部的一些疏水性氨基酸暴露,因此使大豆肽有苦味的产生。鉴于此,对大豆蛋白应进行适度酶解。为了提高大豆肽得率并使制取多肽苦味较低,本研究首先探讨了复合蛋白酶酶解条件对脱苦大豆肽制备的影响规律(如图1-图4所示),主要有蛋白酶浓度、酶解 pH、酶解温度和酶解时间对脱苦大豆肽得率及苦味值的影响。

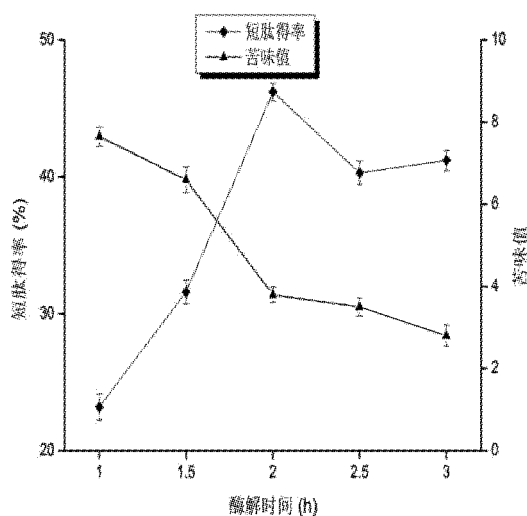


图1 蛋白酶浓度对大豆肽得率和脱苦效果的影响

由图1可以看出,低于50U/mL的蛋白酶处理下,短肽得率随着蛋白酶浓度的增加而增大,但当蛋白酶浓度超过50U/mL时,过高的蛋白酶浓度并未使短肽得率增加。部分研究表明酶在进行酶促反应过程中酶(E)首先和底物结合生成中间复合物(ES),然后生成产物(P),当加入蛋白酶进行水解时,蛋白酶与大豆蛋白的酶切位点结合进行酶解,生成小分子肽链,当加酶量逐渐增加时,生成的中间产物就越多,故水解度的增加较为显著;而当加酶量添加到一定程度时,底物与酶的结合呈现饱和状态,故再增加酶用量,亦没有更多的底物与其结合,故水解度呈缓慢增加的趋势。但大豆肽的苦味值却始终随着蛋白酶浓度的增高而降低。为了得到更高的、口味较佳的大豆肽得率,且考虑价格、成本等因素,本研究选择脱苦技术的最佳蛋白酶浓度为70U/mL。

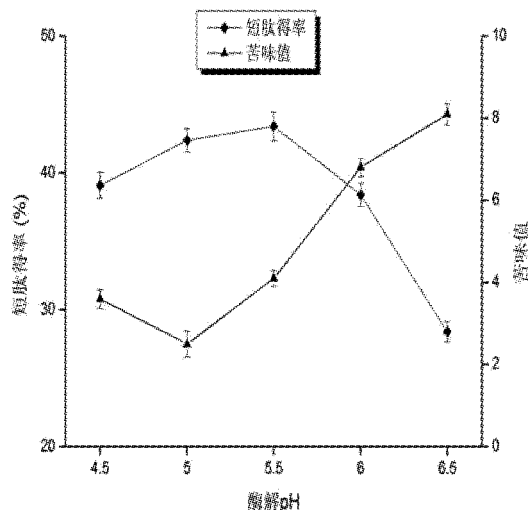


图2 酶解 pH 对大豆肽得率和脱苦效果的影响

由图2可知,大豆肽得率及苦味值随着酶解 pH 分别呈现先增加后降低和先降低后增加的变化趋势。综合考虑,大豆肽脱苦最佳酶解 pH 为5.5。

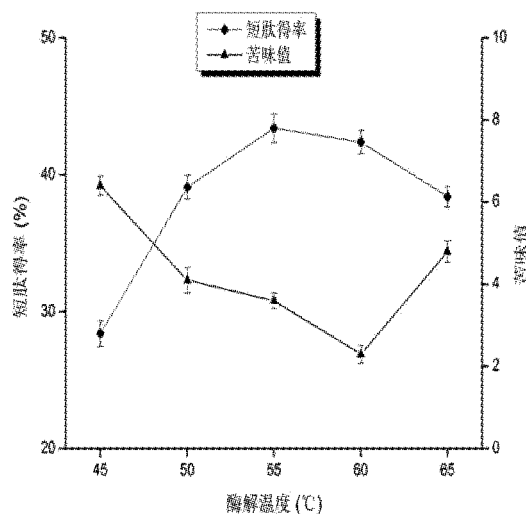


图3 酶解温度对大豆肽得率和脱苦效果的影响

由图3可知,短肽得率随酶解温度的升高呈现出先升高后下降趋势,但为苦味值则先下降后升高。在酶解温度为55°C时多肽得率达到最大值,当水解温度大于55°C时,酶解多肽得率也随着下降。温度对蛋白酶水解速率的表现两个方面:一方面是当温度升高时,与一般的化学反应一样,反应速率加快;而另一方面因为酶是蛋白质,因此随着温度不断的上升,使酶活性降低,进而使酶反应速率的降低。对比可知酶解温度在60°C时大豆多肽苦味值降低明显。因此综合以上条件考虑,大豆肽脱苦最佳酶解温度为60°C。

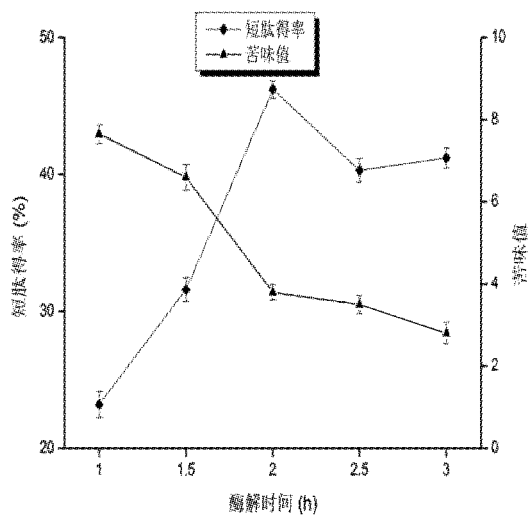


图 4 酶解时间对大豆肽得率和脱苦效果的影响

由图 4 可知,短肽得率随着酶解时间的增加而增加,酶解时间达到 2h 时,短肽得率值最高,随后又降低,这种现象可能是因为生成的短肽持续被水解

为游离氨基酸所形成的。而苦味值则随着酶解时间的增加而降低,因此酶解时间越长,苦味值就越小。酶解在达到 2h 时前,苦味值降低速率较大,2h 时之后苦味值降低缓慢。综合考虑以上因素,大豆肽脱苦最佳酶解时间为 2h。

(二)复合蛋白酶酶解制备脱苦大豆肽工艺条件的响应面优化

选择采用响应曲面分析法进行实验设计。在单因素试验的基础上,利用 Design-Expert 软件对试验进行过程优化。以多肽得率 R1 和大豆肽苦味值 R2 为响应值,选择蛋白酶浓度 A(U/mL)、酶解 pH B、酶解温度 C(°C)和酶解时间 D(h)为影响因素,根据响应曲面法试验设计原理,设计四因素五水平的二次回归方程来拟合因素和指标(响应值)之间的函数关系,确定最优调制工艺参数,响应面试验方案及结果见表 2。

表 2 试验设计及结果

实验号	蛋白酶浓度 A (U/mL)	酶解 pH B	酶解温度 C (°C)	酶解时间 D (h)	多肽得率 R ₁ (%)	大豆肽苦味值 R ₂
1	-1	-1	-1	-1	52.25	3.5
2	1	-1	-1	-1	55.4	3.2
3	-1	1	-1	-1	52.95	3.3
4	1	1	-1	-1	53.65	3
5	-1	-1	1	-1	44.9	3.5
6	1	-1	1	-1	52.6	3.1
7	-1	1	1	-1	51.55	3.5
8	1	1	1	-1	54.7	3.2
9	-1	-1	-1	1	52.6	3.7
10	1	-1	-1	1	52.25	3.4
11	-1	1	-1	1	55.05	3.2
12	1	1	-1	1	51.9	3.3
13	-1	-1	1	1	46.65	3.5
14	1	-1	1	1	51.55	3.2
15	-1	1	1	1	53.65	3
16	1	1	1	1	52.95	3.2
17	-2	0	0	0	48.05	3.1
18	2	0	0	0	52.25	2.3
19	0	-2	0	0	46.65	4.8
20	0	2	0	0	50.15	4.5
21	0	0	-2	0	55.75	3.8
22	0	0	2	0	51.9	3.5
23	0	0	0	-2	51.9	3.2
24	0	0	0	2	52.25	2.5
25	0	0	0	0	58.9	2.1
26	0	0	0	0	58.2	2.1
27	0	0	0	0	57.15	1.9
28	0	0	0	0	59.6	2.1
29	0	0	0	0	58.55	2.2
30	0	0	0	0	60.65	1.8

利用 Design-Expert 软件对表 2 试验数据进行多元回归拟合,获得以多肽得率 R_1 和大豆肽苦味值 R_2 为响应值,选择蛋白酶浓度 A(U/mL)、酶解 pH B、酶解温度 C(°C)和酶解时间 D(h)为影响因素的二次多项回归模型方程为:

$$R_1 = 58.84 + 0.99A + 1.05B - 1.05C - 0.029D - 0.96AB + 0.92AC - 0.87AD + 1.01BC + 0.18BD$$

$$+ 0.22CD - 2A^2 - 2.44B^2 - 1.08C^2 - 1.52D^2$$

$$R_2 = 2.03 - 0.13A - 0.083B - 0.042C - 0.05D + 0.063AB + 0.063AD + 0.038BC - 0.05BD - 0.062CD + 0.14A^2 + 0.063B^2 + 0.38C^2 + 0.18D^2$$

采用 Design-Expert 软件对多肽得率 R_1 模型方程进行方差分析,结果见表 3。

表 3 回归方程的方差分析结果

方差来源	自由度	平方和	均方	F 值	P 值	
A	1	23.60167	23.60167	21.85255	0.0003	—
B	1	26.46	26.46	24.49905	0.0002	—
C	1	26.46	26.46	24.49905	0.0002	—
D	1	0.020417	0.020417	0.018904	0.8925	—
AB	1	14.8225	14.8225	13.72401	0.0021	—
AC	1	13.50563	13.50563	12.50473	0.0030	—
AD	1	12.25	12.25	11.34216	0.0042	—
BC	1	16.20063	16.20063	15	0.0015	—
BD	1	0.49	0.49	0.453686	0.5108	—
CD	1	0.765625	0.765625	0.708885	0.4130	—
A ²	1	109.4858	109.4858	101.3719	< 0.0001	—
B ²	1	162.6858	162.6858	150.6292	< 0.0001	—
C ²	1	31.94333	31.94333	29.57602	< 0.0001	—
D ²	1	63.09333	63.09333	58.4175	< 0.0001	—
回归	14	404.88	28.92	26.78	< 0.0001	显著
剩余	15	16.20	1.08	—	—	—
失拟	10	8.99	10.0	0.99	0.62	不显著
总和	29	421.08	—	—	—	—

由表 3 可知,方程因变量与自变量之间的线性关系明显,该模型回归显著($p < 0.0001$),失拟项不显著($p > 0.05$),并且该模型 $R^2 = 96.15\%$, $R^{2Adj} = 92.56\%$,说明该模型与试验拟合良好,自变量与响应值之间线性关系显著,可以用于该反应的理论推测。由 F 检验可以得到因子贡献率为: $B > C > A > D$,即酶解 pH 和酶解温度 > 蛋白酶浓度 > 酶解时间。两因素交互作用(显著项)对感官评分影响的响应面图见图 5。

应用响应面寻优分析方法对回归模型进行分析,通过分析软件 Design-Expert 寻找最优响应结果为:蛋白酶浓度 70.75U/mL、酶解 pH5.55、酶解

温度 58.1°C、酶解时间 1.98h,此条件下多肽得率为 59.17%。

为了验证模型预测的准确性,在最优提取工艺条件下,进行 3 次验证试验取平均值,在该条件下多肽得率为 60%与预测值 59.17%较接近,说明响应值的试验值与回归方程预测值吻合良好。最终确定最优工艺条件为:蛋白酶浓度 70.75U/mL、酶解 PH5.55、酶解温度 58.1°C、酶解时间 1.98h,此条件下多肽得率为 59.17%。

采用 Design-Expert 软件对大豆大豆肽苦味值 R_2 模型方程进行方差分析,结果见表 4。

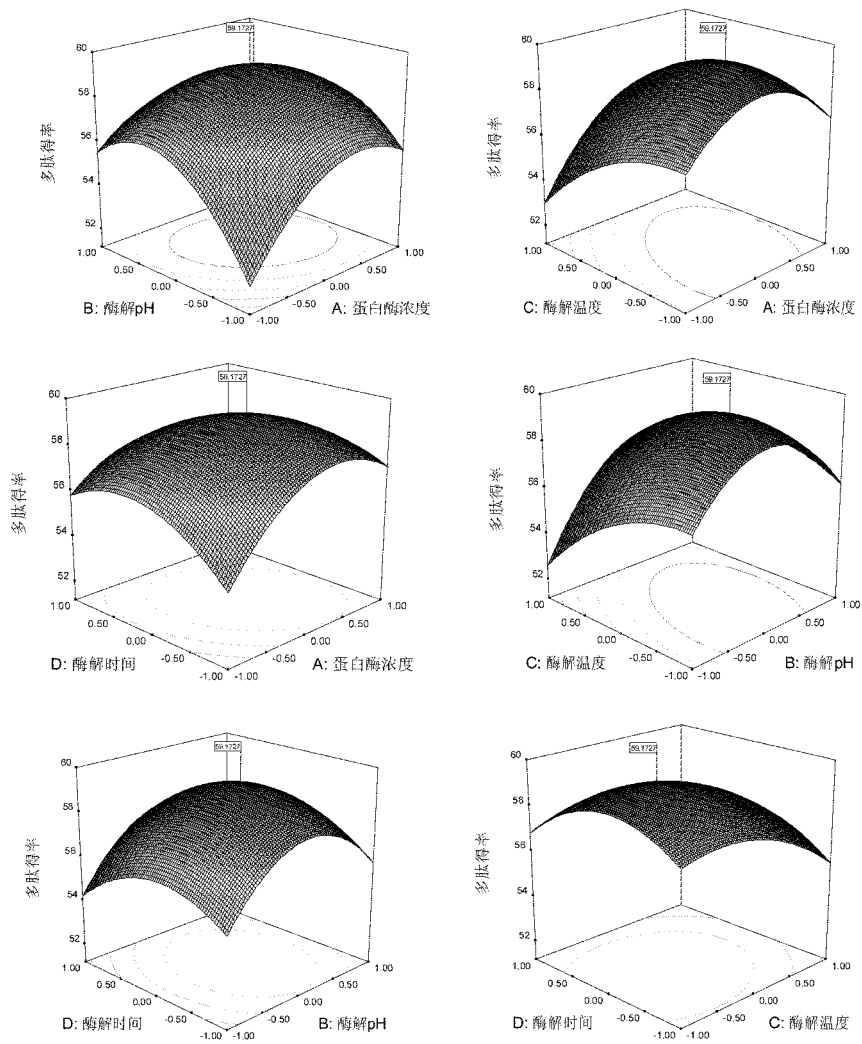


图 5 两因素交互作用(显著项)对感官评分影响的响应面图

表 4 回归方程的方差分析结果

方差来源	自由度	平方和	均方	F 值	P 值	
A	1	0.43	0.43	11.34417	0.0042	—
B	1	0.17	0.17	4.431315	0.0526	—
C	1	0.042	0.042	1.107829	0.3092	—
D	1	0.06	0.06	1.595273	0.2259	—
AB	1	0.0625	0.0625	1.661743	0.2169	—
AC	1	0	0	0	1.0000	—
AD	1	0.063	0.063	1.661743	0.2169	—
BC	1	0.023	0.023	0.598227	0.4513	—
BD	1	0.04	0.04	1.063516	0.3188	—
CD	1	0.063	0.063	1.661743	0.2169	—
A ²	1	0.53	0.53	14.20869	0.0019	—
B ²	1	10.79	10.79	286.7725	<0.0001	—
C ²	1	3.90	3.90	103.6959	<0.0001	—
D ²	1	0.86	0.86	22.86875	0.0002	—
回归	14	14.12	1.01	26.82	<0.0001	显著
剩余	15	4.51	0.30	—	—	—
失拟	10	0.45	0.045	1.99	0.2319	不显著
总和	29	14.69	—	—	—	—

由表4可知,方程因变量与自变量之间的线性关系明显,该模型回归显著($p < 0.0001$),失拟项不显著($p > 0.05$),并且该模型 $R^2 = 96.16\%$, $R^{2Adj} = 92.57\%$,说明该模型与试验拟合良好,自变量与响应值之间线性关系显著,可以用于该反应的理论推

测。由F检验可以得到因子贡献率为: $A > B > D > C$,即蛋白酶浓度 > 酶解 pH > 酶解时间 > 酶解温度。两因素交互作用(显著项)对感官评分影响的响应面图见图6。

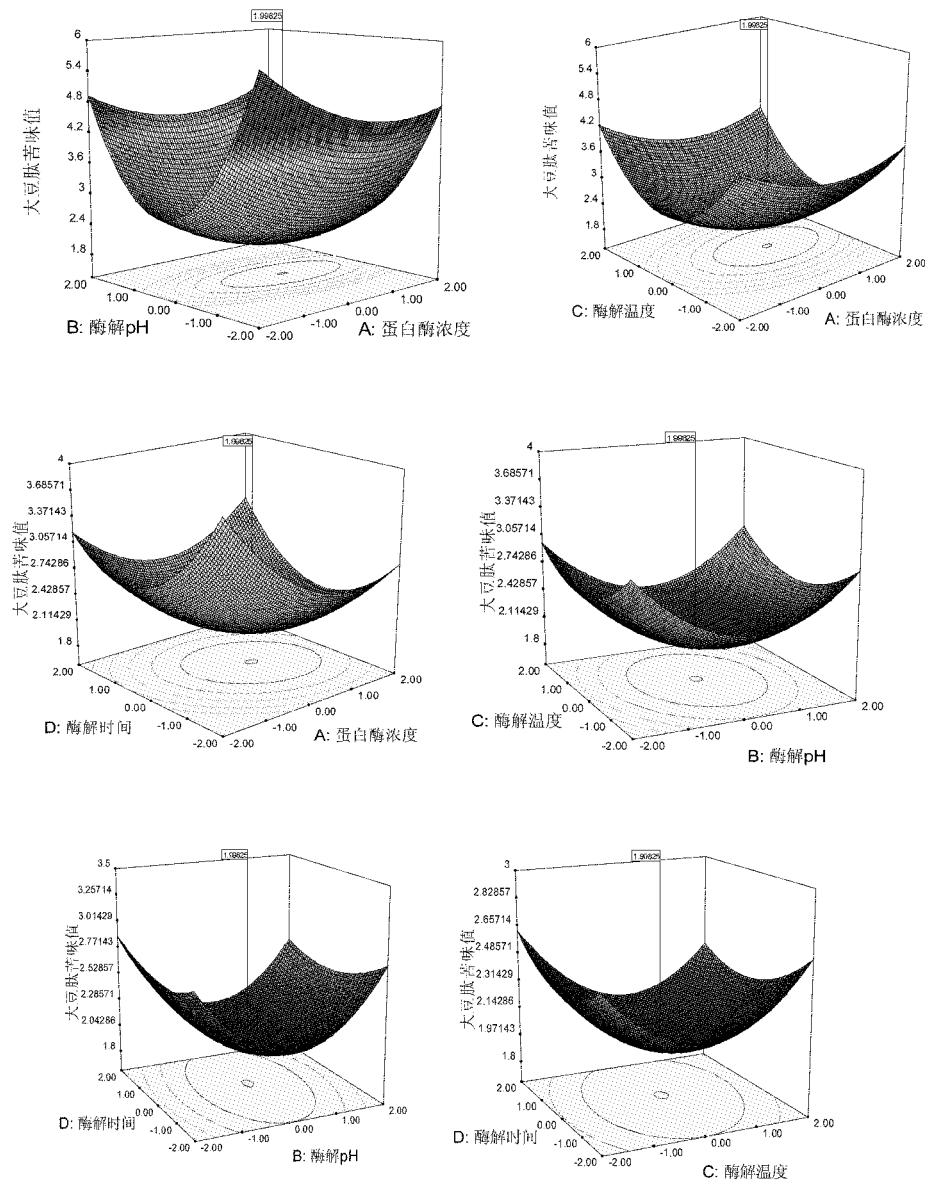


图6 两因素交互作用(显著项)对感官评分影响的响应面图

应用响应面寻优分析方法对回归模型进行分析,通过分析软件 Design-Expert 寻找最优响应结果为:蛋白酶浓度 72.5U/mL、酶解 pH5.55、酶解温度 60.4℃、酶解时间 2.16h,此条件下大豆肽苦味值为 2.00。

为了验证模型预测的准确性,在最优提取工艺条件下,进行3次验证试验取平均值,在该条件下大

豆肽苦味值为 2.1 与预测值 2.00 较接近,说明响应值的试验值与回归方程预测值吻合良好。最终确定最优提取工艺条件为:蛋白酶浓度 72.5U/mL、酶解 pH5.55、酶解温度 60.4℃、酶解时间 2.16h。

通过联合求解法确定复合酶酶解高温豆粕制备较高多肽得率及低苦味值的大豆肽最优工艺为:蛋白酶浓度 71.40U/mL、酶解 pH5.55、酶解温度

59.5℃、酶解时间 1.98h,在此条件下响应面分析预测多肽得率为 59.07%,大豆肽苦味值为 2.01。为了适应生产需要,将上述最优工艺参数优化为:蛋白酶浓度 71.40U/mL、酶解 pH5.6、酶解温度 60℃、酶解时间 2h。

为了验证模型预测的准确性,在最优提取工艺条件下,进行 3 次验证试验取平均值,在该条件下多肽得率为 60.01%、大豆肽苦味值为 2.1 与预测多肽得率 59.20%、大豆肽苦味值 2.01 较接近,说明响应值的试验值与回归方程预测值吻合良好。最终确定最优提取工艺条件为:蛋白酶浓度 71.4U/mL、酶解 pH5.6、酶解温度 60℃、酶解时间 2h。

四、结论

本研究针对高温豆粕的产品特征,选用自主研发的复合蛋白酶对高温豆粕进行酶解处理制备脱苦大豆肽,通过研究确定了复合蛋白酶酶解高温豆粕制备脱苦大豆肽最优工艺为:蛋白酶浓度 71.40U/mL、酶解 pH5.6、酶解温度 60℃、酶解时间 2h,在此条件下多肽得率为 59.07%,大豆肽苦味值为 2.01,本研究的结果将为复合蛋白酶的生产应用提供理论基础。

参考文献:

[1] 冷进松,戴媛.大豆粕低温脱溶概论及技术研究[J].粮

油加工,2006(9):48-49.

- [2] 刘玉兰,汪学德,丁莉.利用高温豆粕生产醇洗大豆浓缩蛋白的研究[J].中国油脂,2007,32(11):36-39.
- [3] 刘芳,王遂.酶法提取变性脱脂豆粕中蛋白质的研究[J].食品科学,2004,25(3):89-92.
- [4] 张亚丽,徐忠.碱性蛋白酶提取变性脱脂豆粕中蛋白质[J].生物技术,2002,12(3):12-14.
- [5] 李宝山,王际英,张利民.超声波对大豆分离蛋白提取率及性质的影响[J].饲料研究,2008(5):1-3.
- [6] 杨晓泉,熊健,陈中,等.低频超声对豆粕蛋白浸出率及 SPI 功能特性的影响[J].华南理工大学学报(自然科学版),2003,31(11):30-33.
- [7] 李杨,江连洲,刘海英,等.混合菌发酵酶解法脱除大豆肽苦味的研究[J].食品工业科技,2013(18):187-191.
- [8] 黄建韶,张洪黄.枯草杆菌蛋白酶水解大豆分离蛋白的研究[J].食品工业,2002(3):13-15.
- [9] 薛静玉,陈复生,丁长河,等.用响应面法优化碱性蛋白酶制备生物活性大豆肽的条件[J].河南工业大学学报,2012,33(2):19-24.
- [10] Sui X. N., Jiang L. Z., Li Y., et al. Antioxidant Activity of Soybean Peptides [J]. Advanced Materials Research, 2011,233-235:854-865.
- [11] 孙倩,陈复生,丁长河,等.碱性蛋白酶及其在大豆肽制备中的应用[J].食品工业科技,2011(11):487-495.
- [12] 王镜岩,朱圣庚,徐长法.生物化学[M].北京:高等教育出版社,2002.

Optimization of the Condition of Debitterizing Soybean Peptide Prepared by Compound Protease with Soybean Meal

HE Qiushi

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

Abstract: The independent developed efficient protease was applied in production practice. the efficient protease was found to prepare debitterizing soybean peptide with soybean meal of high temperature. The optimal process was protease concentration 71.4U/mL, hydrolysis pH 5.6, hydrolysis temperature 60℃, hydrolysis time 2h. The polypeptide yield was 59.07% and soybean peptide bitterness value was 2.01 under this condition.

Key words: complex protease; soy meal; debitterizing; soybean peptide

(责任编辑:魏有广)

员工工作乐趣研究述评与展望*

蔡礼彬,宋莉

(中国海洋大学管理学院,山东青岛266100)

摘要:随着当今人们工作观念的变化,玩乐与工作不再是相互对立的双方,快乐地工作逐渐成为人们的新追求,工作乐趣引起越来越多的关注。本文通过文献梳理,以社会网络分析法归纳了工作乐趣的研究现状,对工作乐趣的基本概念、结构与测量、前因与后果等内容进行了深入分析。研究表明,该主题多聚焦于相关因素与方法对工作乐趣的影响以及工作乐趣所带来的影响后果,其中,对工作满意度、工作绩效、员工态度、组织公民行为、工作投入和幽默等相关因素的研究尤为集中。设计思想作为一种新型的思维方式,可以从工作内容的再设计、工作场所设计、组织玩兴氛围等角度探究工作乐趣,对于企业激励员工,提高工作绩效具有一定的积极作用。

关键词:工作乐趣;工作环境;工作满意度;社会网络关系图;玩兴

中图分类号:F270 **文献标识码:**A

一、引言

在过去,玩乐与工作严格分开的,玩乐被视为影响工作效率的最大因素,然而随着人们工作价值观的改变,工作不再仅仅是谋生的手段,更成为人们追求快乐、追求幸福生活的方式,尤其对于“80”、“90”后的年轻人,重复性劳动与工作倦怠更容易促使他们离职,工作乐趣、自我实现等越来越受到重视。有学者发现改变职场中麻木现象的根源要靠提升乐趣与玩兴。于是企业渐渐尝试将玩乐融入到工作中,作为激励或调剂手段,并且发现玩乐在激发员工工作动力、增强员工投入度、提高工作效率、提升顾客满意度、增强员工工作幸福感等方面起到了重要作用。到20世纪80年代,经一些学者研究发现,工作与玩乐的融合在一定程度上促使了企业的成功,玩兴与工作的整合使得员工更加聪明与机灵、更有创意、生产力和动力,这使得学界对工作乐趣的研究更加关注。一些企业提升工作乐趣的措施取得了成功,如派克鱼市的趣味销售方式、谷歌工作场所的乐趣性设计、阿里巴巴“快乐工作、认真生活”的企业文化、还有IBM、美国西南航空公司等为研究提供了实例。迄今为止,国外已有不少相关研究文献,但在国内此类研究很少,是学术界的新兴概念,相关研究在近五年逐渐兴起,部分学者进行了初探性研究,认为工作与玩兴结合具有必要性,管理者可以用玩

来设计工作。本文将通过相关研究文献梳理及归纳,分析当前工作乐趣的研究现状,归纳探讨其概念、结构与测量、前因、后果以及未来研究方向。

二、文献统计

笔者分别以工作乐趣、工作趣味、工作玩兴为关键词,以篇名为搜索条件,以2015年12月31日为截止时间,在中国知网、读秀、web of science上进行检索,检索到相关文献中国知网148篇,读秀171篇,web of science 92篇,并结合谷歌学术等其他搜索引擎,共计相关文献435篇,其中中文文献129篇,英文文献306篇。通过对篇名和摘要的筛选,排除重复和低相关文献,最终保留文献130篇,其中中文文献12篇,英文文献118篇。

从发表时间来看,以每四年为一个阶段,将所检索文献分为5个阶段,各阶段文献数量见图1。国外对工作乐趣的研究自上世纪80年代兴起,到本世纪初一直持续并有所上升,且在2010年达到高峰,发表相关文章14篇,占检索外文文献数量的10.8%,本世纪其余各年文献数量均在4篇以上。而国内对工作乐趣的研究从2010年才开始起步,文献数量较少,但总体呈上升趋势,今后或将成为研究热点。

* 收稿日期:2016-09-26

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

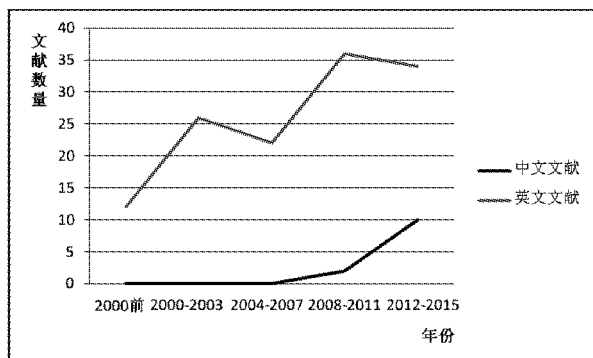


图 1 文献发表时间分阶段统计图

从文献类型来看,关于工作乐趣的国外研究成果发布载体比重最大的是期刊(103 篇,占 87.3%),其次是书籍(6 部,占 5.1%)和学位论文(5 篇,占 4.2%),然后是会议论文(2 篇,占 1.7%)和其他来源(2 篇,占 1.7%)。而国内 12 篇文献中,5 篇来自学位论文,7 篇来自学术期刊,以此为毕业选题的比重较大。从文献来源看,所检索文献主要来源于 EBSCO、ProQuest、Emerald、Web of Science、CNKI 几大数据库和其他期刊及学位论文。其中,在外国文献的来源期刊中,以 Employee Relations(4 篇)、Journal of Behavioral and Applied Management(4 篇)中较多,研究以管理学角度切入最多。

从研究主题来看,本文依据 Biggs(1993)提出的 3P 模式加以重新解读,将工作乐趣的研究主题分为预测(presage)、过程(process)和结果(product)三大类,其中,预测(presage)包括对工作乐趣概念的探讨、对工作乐趣构成与测量的研究,有 15%的文献对工作乐趣的概念和结构做出初探性研究;过程(process)包括对影响工作乐趣因素的研究和对如何实施工作乐趣的相关建议,有 47%的文献聚焦于工作乐趣的发生过程;结果(product)指对工作乐趣影响后果及意义的研究,有 38%的文献着重研究工作乐趣带来的结果。研究重点在工作乐趣的发生过程和积极影响上。

从关键词来看,通过对有关键词的 38 篇英文文献的统计,共统计出关键词 170 个,分类合并后得到有效关键词 107 个,高频关键词统计见图 2,其中出现频次最高的是工作环境,其次是工作场所乐趣、工作场所、员工态度并列,然后是工作满意度、员工行为并列,之后是组织文化。可以看出工作环境是学者们关注最多的要素;而工作乐趣与员工态度、组织文化、工作满意度、员工行为等因素的关系,也引起了广泛关注,成为研究热点;组织文化、员工留任、工

作绩效、激励与幽默等是学者们在不断探索的研究方向。

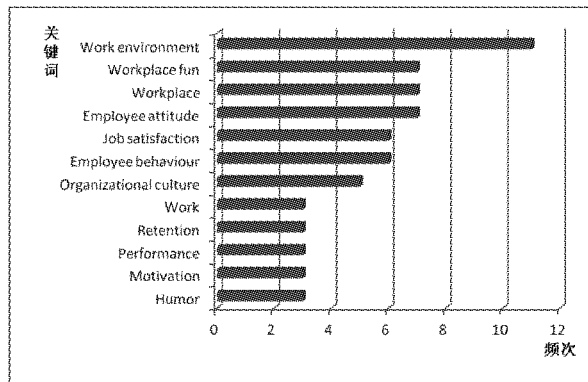


图 2 英文文献关键词词频统计

通过对 12 篇中文文献的关键词统计,共统计出关键词 43 个,分类合并后得到有效关键词 28 个,高频关键词见图 3,其中工作乐趣、工作场所乐趣出现频次最高,其次是工作满意度、组织公民行为、对工作场所乐趣的态度,结果与英文文献统计结果相似,可见国内外的研究走向基本一致。

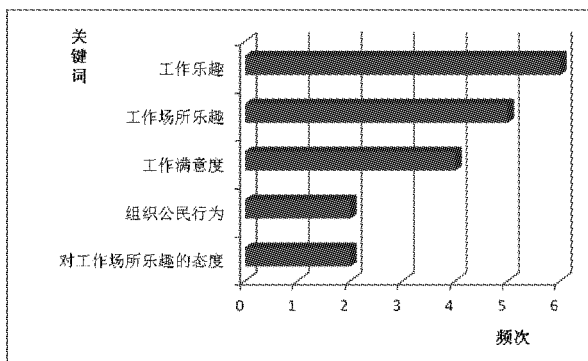


图 3 中文文献关键词词频统计

文章进一步对关键词进行规范化处理,选取中英文文献中 26 个高频关键词,运用社会网络软件 Ucinet 绘制出高频关键词的社会网络关系图,实现可视化,并进行中心势分析。通过图 4 可以看出,目前在工作乐趣的相关研究中,以工作乐趣和工作场所乐趣为中心,关键词的分布相对均匀,说明研究视角的多样化,其中,对工作满意度、工作绩效、员工态度、组织公民行为、工作投入和幽默的研究较为集中,说明目前研究有侧重点,相关各要素之间也存在着千丝万缕的联系。

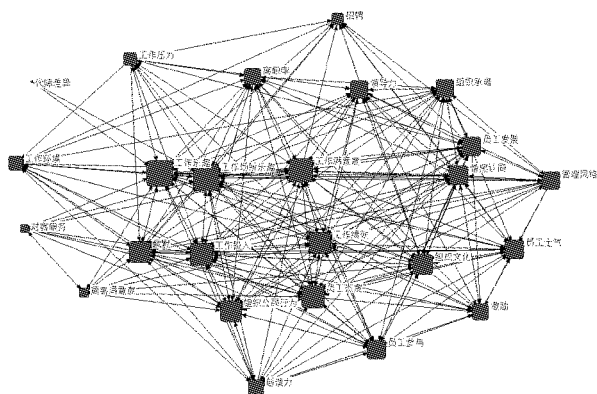


图4 高频关键词社会网络关系图

三、文献内容评述

(一)工作乐趣的概念

工作乐趣的概念最早在20世纪80年代被提出,但至今对这一概念的界定仍在探索中。在早期研究中,Peters & Waterman(1982),Deal & Kennedy(1982)提出要发展充满玩兴、乐趣和幽默的组织文化,将乐趣的概念引入到工作中。进入21世纪后,Ford, McLaughlin, Newstrom(2003)认为工作乐趣是“有意地鼓励、发起和支持的各种有趣和愉快的活动,而这些活动能够对个人和组织的态度和生产力产生积极影响”。Karl & Peluchette(2006)定义工作场所乐趣为一个充满乐趣的工作环境,这个环境鼓励、发起并支持各种各样的愉悦的活动,如参与聚会、给予奖励、进行竞赛和向好玩的活动聚集。Lamm & Meeks(2009)将工作场所乐趣定义为为了提供消遣、乐趣、愉快的社交、人际、娱乐或工作活动。此类概念更多的是从活动的角度对工作乐趣进行定义。而Cook(2008)从概念的本质对什么是工作乐趣提出了疑问,他从预知(presage)、过程(process)、结果(product)角度对工作中的乐趣、幽默和玩兴的概念做了文献回顾与辨析,认为虽然乐趣与幽默、玩兴有部分相同特征,但不能等同,从使用环境来说,幽默用于沟通,能够改变文化环境、激励差异、缓解厌倦情绪,常常伴随笑声,是自发的、交互式的;乐趣则是在非强制的轻松环境中,在管理者支持下人们可以选择参与的;而玩兴是轻率的、天真烂漫的、异想天开的,在非现实环境中相互遵守规则的。相关已有文献中对幽默概念的研究较多,但对乐趣的概念研究还很欠缺。综上所述,笔者认为工作乐趣是在工作环境中通过参与工作相关活动或非工作相关活动而感受到的快乐、愉悦和趣味性,使得工作对员工产生持续吸引。

(二)工作乐趣的结构与测量

关于工作乐趣的结构,不同学者依据不同角度及标准,均做出了不同的分类,观点多样。

1. 研究角度的结构

从不同研究角度来看,Miller(2005)将工作乐趣的研究归纳为7类主题:工作乐趣和员工特质、工作乐趣和物理环境、工作乐趣和管理风格、工作乐趣和创造力、工作乐趣和工作满意度、工作乐趣和压力、工作乐趣和客户关系,勾勒出工作乐趣与其他概念的相关性研究大类。Bolton & Houlihan(2009)提出从动机、过程、结果角度去思考工作乐趣,加入了连贯性思维。门志芳(2013)则将工作乐趣分为三个维度,包括享有乐趣的程度、对待乐趣的态度和感知的结果,再分别进行量化研究。

2. 工作乐趣的结构

从工作乐趣本身的结构来看,Fluegge(2008)认为工作乐趣是一个二阶概念,包括同事交往、工作庆祝、人身自由和全局乐趣。Simon(2010)将工作场所乐趣活动划分为4个类别,称之为“4S”结构,即以员工为导向的工作乐趣(Staff-oriented workplace fun)、以管理者为导向的工作乐趣(Supervisor-oriented workplace fun)、以社交为导向的工作乐趣(Social-oriented workplace fun)和以战略为导向的工作乐趣(Strategy-oriented workplace fun),以员工为导向的工作乐趣指员工创造乐趣的活动和事件,例如庆祝生日、纪念日等;以管理者为导向的工作乐趣指由员工领导创造的使员工与领导关系充满乐趣的活动和事件,例如与领导共进午餐、工作外与领导的聚会等;以社交为导向的工作乐趣指组织中的聚会创造的乐趣活动和事件,例如公司年会、员工旅行等;以战略为导向的工作乐趣指组织支持创造工作乐趣的方向和政策,例如友好的“家”氛围政策等。Michael, John, Albert(2012)依据不同来源将工作场所的乐趣分为三类:同事交互乐趣、正式的活动乐趣和工作职责乐趣。Becker(2012)和Tews, Michel, Allen(2014)与之不同,将工作乐趣分为活动乐趣、同事交往乐趣和管理者支持乐趣3方面。Tews, Michel, Xu, Drost(2015)将两类观点融合,把工作乐趣分为四个维度空间:活动的乐趣、同事社交乐趣、管理者支持乐趣和工作职责乐趣。唐杰、肖永平(2015)依据组织控制程度和工作相关程度,建立了两维度工作乐趣分类模型,将工作乐趣分为辅助型乐趣、放松型乐趣、福利型乐趣、社交型乐趣四类。Plester, Cooper-Thomas, Winqvist(2015)结合当前

乐趣的概念和实证研究,将工作场所乐趣分为三个类别:自然型乐趣、管理型乐趣和任务型乐趣,其中,自然型乐趣指自发的、非组织的、非刻意制造的工作

乐趣活动;管理型乐趣指由管理者或公司组织的工作乐趣活动;任务型乐趣指工作本身带来的乐趣。

表 1 工作乐趣结构研究的归纳整理

工作乐趣的结构				
研究角度	导向	形式	组织控制和工作相关度	来源
员工特质	员工导向	工作职责乐趣	辅助型乐趣	自然型乐趣
物理环境	社交导向	活动乐趣	放松型乐趣	管理型乐趣
管理风格	管理者导向	管理者支持乐趣	福利型乐趣	任务型乐趣
创造力	战略导向	同事社交乐趣	社交型乐趣	
压力				
工作满意度				
客户关系				

3. 乐趣活动的分类

从乐趣活动的分类来看, Ford, McLaughlin, Newstrom(2003)最早将工作乐趣活动划分为十个类别:个人重要事件的认知(生日、工作纪念日等)、社交事件(野餐、聚会等)、专业成就的公开庆祝(庆功会等)、社区志愿服务的机会(民间团体等)、释放压力的活动(按摩、运动设施等)、幽默(卡通、玩笑等)、游戏(宾戈游戏、公司赞助运动队伍等)、员工间的友好竞争(销售竞赛等)、个人发展的机会(读书会等)、娱乐(乐队、戏剧等)。Cook(2008)依据不同标准对工作乐趣的结构做出探讨,依据适用对象的不同,将工作中乐趣活动分为 4 种不同的领域:对自身和他人均有乐趣的活动、对自身有乐趣但对他人无乐趣的活动、对自身无乐趣但对他人有乐趣的活动、对自身和他人均无乐趣的活动;依据活动间关系和结构强度的不同通过多维排列将工作乐趣分为 15 个类别,并归纳为 4 大聚类:幽默和玩兴活动(分享玩笑和幽默、幽默邮件、傻傻的表现、办公室游戏),非正式社交活动(悠闲的工作环境、聚集活动、闲聊、帮助组织项目),正式社交活动(服务功能、社交远足、庆祝活动、下午茶、运动),组织活动(研习会、团队建设);依据活动发起过程的不同,将工作乐趣活动分为 4 个类别:OS、SS、OP、SP,即组织自发(Organizational/Spontaneous)、社会自发(Social/Spontaneous)、组织计划(Organizational/Planned)、社会计划(Social/Planned)。

4. 工作乐趣的测量

关于工作乐趣的测量, McDowell(2005)设计李克特量表进行工作乐趣的度量,而后续研究大多沿用此测量方式,但具体的测量标准呈现多样化。

Pryor, Singleton, Taneja, Humphreys(2010)提出了工作乐趣的连续说,认为工作乐趣不是有或无的情况,而是有连续性变化的,也就是说,一个人的工作乐趣可能变多也可能变少,这意味着工作乐趣的测量只能反映测量时的当下水平,并非持久数据。

(三)工作乐趣的影响前因

影响工作乐趣的因素有很多,且复杂多变, Ford, McLaughlin, Newstrom(2003)通过 572 位人力资源经理对 23 项增加工作乐趣的活动的使用频率的反馈,得到最常用的能够增强工作乐趣的三项活动是便装日、员工认同奖励和公司提供食物茶点;研究还发现组织的员工数量和部分乐趣活动数量存在相反关系,员工的不同特质,如年龄、性别、受教育程度等均影响乐趣活动;限制乐趣活动开展的因素主要有时间、费用、创造力、自尊、冷漠、利益未知、对高层不支持的担忧、工作范围之外、害怕失控、与组织文化不一致、害怕犯错、害怕分心、害怕不被重视等。Bolton, Houlihan, Baptiste(2009)通过对 12 位经理的访谈研究,发现工作乐趣与 8 个组织因素密切相关:工作时间安排、压力管理、沟通策略、奖励策略、管理发展、团队合作、与利益相关者的关系、变更计划。本文将从个人、组织、环境三个角度对影响工作乐趣的因素做出归纳。

1. 个人角度因素

从个人角度出发,员工的早期社会化经历、工作经历、同伴的影响、个人特质都会影响工作场所乐趣的体验。个人的积极情绪,比如快乐,有可能使工作场所更加愉快和有吸引力;快乐的人也在工作中积极影响其人际关系的质量。个人年龄所造成的代际差异也会影响工作乐趣。Eric & Michael(2009)通

通过对701名员工的实证调查,发现出生于不同年代的群体对工作乐趣有不同的态度。王聪颖、杨东涛以江苏280名企业员工为研究对象,也发现员工对工作场所乐趣所持的态度存在代际差异,研究发现改革开放一代相对于文革一代,在工作场所乐趣同员工工作满意度、任务绩效的关系上展示出更强的正向关联性。再者,人们对工作乐趣的态度也会影响其实际感受到工作乐趣,且工作乐趣与个人角色性格存在较强的关联,人们角色性格中的外向性和亲和性与对待乐趣的态度呈正相关,外向性和情绪稳定性与经历乐趣的水平呈正相关。另外,要使工作乐趣产生积极影响,需要乐趣与所期望的组织结果和员工特质相匹配,一种乐趣不会符合所有工作场合。

2. 组织角度因素

从组织角度出发,管理者在创建工作乐趣文化中扮演重要角色,管理者对工作乐趣活动是否支持对员工是否能感受工作乐趣有重要影响。其次,信

任是乐趣的先决条件,对管理者和同事的信任对工作乐趣起到积极影响。另外,组织的文化差异会影响工作乐趣。Plester(2009)通过对新西兰四个不同行业的公司的研究,发现组织文化对工作乐趣边界的创建有影响,相对于正式型的公司,在非正式型的公司中,工作乐趣的边界更广,限制更小。

3. 环境角度因素

从环境角度出发,工作特点、管理风格、工作安排和物理环境都在推动工作场所乐趣方面有影响。消极的文化和工作环境、管理的不足和失败、非管理的不足和失败、系统和结构缺陷等因素会减少工作乐趣。Miller(2005)通过对PUSH公司的研究,发现工作场所的设计能够提升乐趣,其要素包括:开放或灵活的工作空间、象征性和意义性的设计、饱和的色调和对比度、有趣的细节、不寻常的几何图形、指定的娱乐区域、为员工表达创造许可、新奇的照明设计。

表2 工作乐趣影响因素的归纳整理

工作乐趣的影响因素							
物理环境	人际关系	管理方法	组织文化	个人态度	员工特质	活动类型	工作本身
工作条件	沟通策略	压力管理	领导力	积极情绪	年龄	时间	工作职责
系统原因	团队合作	奖励策略	管理风格	消极情绪	性格	成本	时间安排
	与利益相关者关系	发展管理	信任程度		兴趣匹配		计划变更
					个人经历		
					受教育程度		

(四)工作乐趣的影响后果

绝大多数学者对工作乐趣的影响后果抱有积极态度,认为其对员工绩效、员工行为、工作满意度等有正向影响,并通过相关实例进行验证。Ford, McLaughlin, Newstrom(2003)通过对572位人力资源经理的调查研究,根据重要程度归纳了工作乐趣所带来的影响,他们的研究表明,在组织影响方面,位列前三的积极影响是吸引新员工、增进员工间沟通和员工对组织承诺增强,其他还有提高顾客满意度、加强合作文化、降低离职率、提升员工生产质量、降低缺勤率、加快培训时的学习速度、增进组织使命的理解,位列前三的消极影响是带来意外伤害、工作中的专业主义减弱、失误增加;在个人影响方面,位列前三的积极影响是增强员工热情、增强团队凝聚力和员工工作满意度,其他还有提升员工创造力、增进工作中的友谊、加强组织公民感、减少员工焦虑和压力、减少抱怨和无聊情绪、增强员工

间的相互信任,位列前三的消极影响是带来人际冲突、降低同事尊重、降低对领导的尊重。工作乐趣影响的后果复杂多样,本文且将工作乐趣的影响后果大致归纳为员工态度、员工行为、组织氛围和其他四方面。

1. 对员工态度的影响

工作乐趣对于个人态度,能够增强积极情绪、提高工作满意度、提升员工敬业度。首先,乐趣本身就是一种积极情绪,且积极情绪有很强的感染力。Ford, Newstrom, McLaughlin(2004)研究发现有趣的工作环境会提高员工的热情,在充满工作乐趣时,员工自然会有更积极的态度。Nick, Lena, Martyana, Bent, Sverre(2011)认为通过玩可以鼓励员工表达自己和自己的能力,从而激发工作动机,享受工作乐趣。

其次,国内外很多研究证实,工作乐趣对于员工的工作满意度有显著正向影响。工作乐趣与工作满

意度关系的研究是国内外的研究热点。在工作中有乐趣感受的员工有更高的工作满意度,且对工作乐趣有高度评价的人,其工作乐趣与找工作满意度的相关性更紧密。张丹丹(2011)、杨浩(2012)、门志芳(2013)均通过实证研究证实了工作乐趣对员工工作满意度有显著的正向影响。Choi, Kwon, Kim(2013)通过对 234 名在酒店行业从事工作 3 个月以上的学生的调查,也发现工作乐趣对工作满意度有积极影响。工作中的乐趣活动提升了员工的工作满意度、工作幸福感,使工作环境变得积极,员工变得快乐,工作压力也得到缓解。

再者,已有研究中发现,工作乐趣与员工敬业度也存在联系,有趣的工作环境提高了员工敬业度,而有趣的工作职责相比于职业机会和奖励更能影响员工敬业度。冯佳欣通过问卷调研证实,工作场所乐趣对员工敬业度有显著影响,其中工作场所乐趣中的社交活动、庆祝活动和总体乐趣这三个维度对员工敬业度的三个维度(精力充沛、敬业精神、专心致志)有显著影响,但工作场所乐趣中的个人自由程度这一维度只对员工敬业度的精力充沛这一维度的影响较显著。可见,享受工作乐趣的员工能够更投入,因而也更敬业。

2. 对员工行为的影响

关于工作乐趣对员工行为影响的研究较多,且各影响结果相互关联,较为复杂,本文将其归纳为 4 类:对员工创造力的影响、对组织公民行为的影响、对员工绩效的影响、对员工离职率的影响。

首先,工作乐趣能够提高员工创新和创造能力,享受工作乐趣的人更有创造力、更有效率、能更好的决策。Nick, Lena, Martyna, Bent, Sverre(2011)认为玩可以释放管理思想的创造性潜力,可能导致创新的产品设计、创造富有想象力的营销策略。在工作乐趣的影响下,员工更容易实现专念,迸发无穷的创造力。Woolf(2014)通过对 245 名各种组织员工的网上调查,也发现具有工作乐趣的个人更容易对工作投入,并因此有更好的创造性表现。

其次,工作乐趣对组织公民行为有促进作用,享受工作乐趣的人能够更好的与同事相处。组织公民行为指组织中员工在超越正式任务要求的条件下而做出的一种主动行为,这种行为不属于奖励的范畴,但有利于提高组织的效能,包括认同组织、尽职尽责、协助同事、人际和睦、保护企业资源等。在国内研究中,张丹丹(2011)、杨浩(2012)均研究证实工作乐趣对组织公民行为有显著的正向影响。在国外研

究中,Choi, Kwon, Kim(2013)通过对 234 名在酒店行业从事工作 3 个月以上的学生的调查,发现工作乐趣对组织公民行为有积极影响。Fluegge(2008)通过实证研究发现,工作乐趣与公民组织行为有积极直接的关系,并通过公民组织行为间接影响任务绩效和创新绩效。

再者,工作乐趣对工作绩效有积极影响,门志芳(2013)、Pryor, Singleton, Taneja(2010)、Choi, Kwon, Kim(2013)、Woolf(2014)等学者均持相同观点。工作乐趣通过对员工态度、组织公民行为的积极影响,形成积极氛围,使得员工在工作中有更好的表现,效率提高,工作绩效也随之提高。然而 Tews, Michel, Stafford(2013)却认为酒店业中的工作乐趣不仅有有利影响,也有潜在的消极影响,他们通过对 195 位员工的实证调查,发现乐趣活动对员工绩效能够产生积极影响,能够提高销售业绩,且在年老员工中的效果更明显,但管理者对乐趣活动的支持却对员工绩效有不利影响。

另外,工作乐趣对员工的招聘和留任有重要作用。在招聘方面,工作场所乐趣相比于薪酬和晋升机会更能对求职者形成吸引力,且工作场所乐趣中的同事互动乐趣和工作职责乐趣对应聘者的吸引力要高于乐趣活动。新生代的年轻人更喜欢有趣的工作。在员工留职方面,拥有工作乐趣的人们实际上期待去工作,从而缺勤的情况就会减少,员工会更忠于组织,离职率便自然而然较低。Dermody(2002)曾报道在酒店行业中,工作乐趣是员工留任的首要因素。Tews, Michel, Stafford(2013)研究发现乐趣活动能够降低员工的主动离职率,且这种作用在年轻员工中更明显。Becker(2012)通过对 205 位酒店员工的调查,发现工作乐趣活动能够降低员工离职率,其中非工作的乐趣活动对离职率有积极影响,工作庆祝活动对离职率影响消极。Tews, Michel, Allen(2014)通过对 20 家连锁餐厅的 296 位员工的调查,发现同事间社交乐趣和管理者对乐趣的支持与员工的离职率显著相关。

3. 对组织氛围的影响

工作乐趣通过对个人的影响也会间接影响到组织氛围。首先,工作乐趣在调动个人积极性的基础上也会调动团队的积极性。有趣的工作环境会加强员工间沟通、使同事间关系融洽、增强团队凝聚力,最终形成积极的团队氛围。其次,刘诗瑜在中国背景下研究发现工作乐趣对组织周边绩效有显著的正向影响,周边绩效随着工作乐趣的增加而增加,其

中,工作乐趣中的同事交往活动、工作中庆祝活动、整体快乐对周边绩效的正向影响显著,而工作乐趣中的个人自由维度对周边绩效的正向影响不显著。周边绩效指与周边行为有关的绩效,周边绩效对营造良好的组织氛围起到重要作用,工作乐趣通过影响周边绩效,间接促进了组织氛围,提升组织绩效。另外,工作乐趣能够提升员工组织承诺,建立组织信

任文化,从而营造良好的组织氛围。

4. 其他影响

工作乐趣还有其他影响,比如增强服务品质,提高顾客满意度。Wong & Ko(2009)提出快乐的员工造就快乐的顾客。工作乐趣对员工的对客服务有积极作用,当员工带着工作乐趣为客户提供服务,通过情绪感染,顾客也会体验到更好的服务。

表3 工作乐趣影响结果的归纳整理

影响层面 影响作用	员工态度	员工行为	组织氛围	其他
积极影响	员工情绪	员工创造力	人际关系	顾客满意
	工作投入	组织公民行为	组织凝聚力	
	敬业度	员工绩效	周边绩效	
	工作满意度	员工招聘 员工留任	组织承诺	
消极影响	尊重感 专业性	失误率	人际冲突	意外伤害

四、研究结论及展望

(一) 研究结论

综合分析工作乐趣的相关研究成果,本文发现人们对于工作乐趣的关注已经有很长的历史,但对其进行学术研究的历史却很短,目前关于工作乐趣的学术研究已有部分基础,在预测方面,已有部分学者提出自己对工作乐趣概念的观点及质疑,结构上不少学者依据不同标准将工作乐趣类型进行了细致划分,为后续研究做出了理论铺垫;在过程方面,文献中对工作乐趣活动的研究占比较大,对于影响因素探究的广度不断扩大,并为企业提升工作场所乐趣提出相关建议;在结果方面,研究多聚焦于工作满意度、工作绩效、组织公民行为与离职率,由抽象化走向具象化,定量研究增多,前人提出的假设和观点有了更多实例和数据支持。

然而研究仍存在几点问题,首先,国内外发展不均衡,国外已有30多年的研究历史,案例及研究发现更为丰富。而国内相关学术性研究近5年刚刚兴起,数量较少,研究仍有很大空白,且由于国内外文化观念差异,对待工作乐趣的态度及其影响是否有文化上的差异还未做出深入探讨。其次,测量标准不一,由于学界归纳工作乐趣结构各异,导致定量研究时不同学者采用的测量标准不一,难以进行横向比较,且由于工作乐趣是不断变化的,一次研究仅能了解某一时间点的情况,已有研究中并无连续性研究,探索某因素改变后,对工作乐趣的影响情况,也难以进行纵向比较。再者,研究深度有待加强,现有研究文献有针对工作乐趣及某因素的定量研究,探讨几者存在的影响关系,但数量较少,且未对影响机理做出细致研究,难以把握各影响要素之间的作用关系。另外,研究多以管理学视角展开,鲜有其他学科的融会贯通,使研究有所局限;且研究基本从积极视角展开,忽略了潜在的消极影响,可能导致研究结论不够全面。

(二) 未来研究展望

工作乐趣现如今已受到愈来愈多的关注,未来有广阔的研究前景,本文尝试从设计思维角度出发依据不同的研究对象对未来研究做出五点展望。

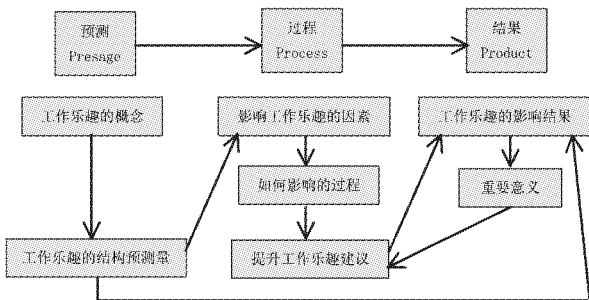


图5 工作乐趣研究过程分析

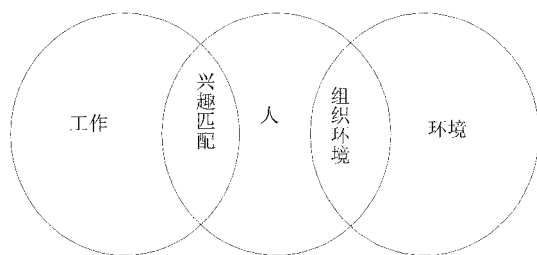


图6 工作乐趣研究对象维恩图

所谓设计思维就是效仿设计师一样的思维, IDEO 首席执行官 Tim Brown(2008)曾提出设计思维即运用设计师的灵感和方法,设计出技术上可行、战略上可取且能满足顾客价值并抓住市场机会的思维方式。作为一种新型的思维方式,设计思维在产品设计和商业管理方面取得了广泛应用,那么针对工作乐趣,是否能够运用设计思维将工作变得更有趣呢?

第一,未来研究可以更多从工作本身出发,运用设计思维研究工作内容的再设计,从而提升工作乐趣。已有文献大多将正式工作与乐趣区分开来,探究工作环境中非工作相关的乐趣活动所带来的影响,鲜有对工作内容与职责的乐趣挖掘,而设计思维正是从需求出发,提出解决之道。依据设计思维,枯燥的工作内容或许可以通过头脑风暴式的设计而变得有趣味和吸引力,从而激发员工玩兴、提升员工的乐趣、让工作变得像游戏一般,这一影响过程与作用有待研究。

第二,未来研究可从设计与匹配的角度出发,探寻工作乐趣在人才选用和组织配置方面的作用。工作种类与个人兴趣的匹配程度对工作乐趣的影响在已有研究中未曾涉猎,个人兴趣与工作的匹配可能是激发工作乐趣得天独厚的条件,但此种兴趣是否是关键性条件仍未可知。是否可运用设计思维的针对性通过兴趣与乐趣的匹配进行人才挑选,并将员工安排到最适合岗位从而实现组织乐趣的最大化值得进一步探究。

第三,未来研究可从情感设计的角度出发,深入探究工作乐趣的影响过程、影响后果及可行性。工作乐趣的作用主体是人,而设计思维的核心是以人为本。国际知名心理学家 Donald A. Norman(2005)提出“情感设计”一论,认为人类的情感情绪左右我们的思考以及喜好。乐趣情绪如何左右员工的思考和喜好从而使之在态度、行为等方面产生变化值得探究,且乐趣活动的设计可以直接反应设计者即管理层所要传达的信息,怎样的活动设计会引

发员工的自发型乐趣带来积极影响,哪些活动设计会造成被动型乐趣而带来的负面影响值得探究。另外,研究可拓宽视角,从认知心理学、社会学等视角对个人特质、组织分享行为等因素与员工工作乐趣的关系进行进一步研究,发现更多因素间的内在联系。

第四,未来研究可探究组织玩兴氛围与工作乐趣之间的关系,细化不同组织氛围对工作乐趣的不同影响,并可依据设计链领域中的 DCOR(Design Chain Operation Reference Model)模式进行组织玩兴氛围的设计,对影响工作乐趣的因素有更好的把握,从而提升整个组织的乐趣氛围。

第五,未来研究可将物理环境与员工工作乐趣的关系进行细化,例如办公环境空间的大小、装饰的颜色、休闲场所的布置以及环境的改变等因素与工作乐趣的联系如何;怎样的通过设计思维设计工作环境能够提高员工乐趣等,需要更多实证研究支持。

参考文献:

- [1] Berg D H. The power of a playful spirit at work[J]. The Journal for Quality and Participation, 1995, 18(4): 32.
- [2] Weinstein M. Managing to Have Fun: How Fun at Work Can Motivate Your Employees, Inspire Your Coworkers, and Boost Your Bottom Line[M]. Simon and Schuster, 1997.
- [3] 余斌. 工作趣味化: 玩兴管理的概念与方向[J]. 应用心理研究, 2005(26): 73-94.
- [4] 徐长江, 张静文, 石伟. 业精于勤, 亦精于嬉: 工作与游戏中的玩兴[J]. 心理技术与应用, 2015(3): 59-64.
- [5] Tews M J, Michel J W, Stafford K. Does fun pay? The impact of workplace fun on employee turnover and performance[J]. Cornell Hospitality Quarterly, 2013, 54(4): 370-382.
- [6] Ford R C, McLaughlin F S, Newstrom J W. Questions and answers about fun at work[J]. Human Resource Planning, 2003, 26(4): 18-33.
- [7] Karl K, Peluchette J. How does workplace fun impact employee perceptions of customer service quality? [J]. Journal of Leadership & Organizational Studies, 2006, 13(2): 2-13.
- [8] Lamm E, Meeks M D. Workplace fun: the moderating effects of generational differences[J]. Employee relations, 2009, 31(6): 613-631.
- [9] Cook K. Fun at work: Construct definition and per-

- ceived impact in the workplace[J]. 2008.
- [10] Miller A M. Fun in the workplace: Toward an environment-behavior framework relating office design, employee creativity, and job satisfaction[D]. University of Florida, 2005.
- [11] Bolton S C, Houlihan M. Are we having fun yet? A consideration of workplace fun and engagement[J]. *Employee Relations*, 2009, 31(6): 556-568.
- [12] 门志芳. 工作场所乐趣对工作满意度和工作绩效的关系研究[D]. 郑州: 郑州大学, 2013.
- [13] Fluegge E R. Who put the fun in functional? Fun at work and its effects on job performance[D]. University of Florida, 2008.
- [14] Chan S C H. Does workplace fun matter? Developing a useable typology of workplace fun in a qualitative study[J]. *International Journal of Hospitality Management*, 2010, 29(4): 720-728.
- [15] Tews M J, Michel J W, Bartlett A. The fundamental role of workplace fun in applicant attraction[J]. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 2012, 19(1): 105-114.
- [16] Becker F W. The impact of fun in the workplace on experienced fun, work engagement, constituent attachment, and turnover among entry-level service employees [D]. The Pennsylvania State University, 2012.
- [17] Tews M J, Michel J W, Allen D G. Fun and friends: The impact of workplace fun and constituent attachment on turnover in a hospitality context[J]. *human relations*, 2014.
- [18] Tews M J, Michel J, Xu S, et al. Workplace fun matters but what else? [J]. *Employee Relations*, 2015, 37(2): 248-267.
- [19] 唐杰, 萧永平. 基于扎根理论的工作乐趣研究: 边界、类型与策略[J]. *人力资源管理*, 2015(3): 14-15.
- [20] Plester B, Cooper-Thomas H, Winquist J. The fun paradox[J]. *Employee Relations*, 2015, 37(3): 380-398.
- [21] McDowell, T. Fun at work: Scale development, confirmatory factor analysis, and links to organizational outcomes [D]. Alliant International University, 2005.
- [22] Pryor M G, Singleton L P, Taneja S, et al. Workplace fun and its correlates: A conceptual inquiry[J]. *International journal of management*, 2010, 27(2): 294.
- [23] Renee Baptiste N. Fun and well-being: insights from senior managers in a local authority[J]. *Employee Relations*, 2009, 31(6): 600-612.
- [24] Aldag R, Sherony K. A spoonful of sugar: some thoughts on "fun at work" [J]. *Current Issues in Management*, 2001, 1(1): 62-76.
- [25] Manion J. Joy at work!: creating a positive workplace[J]. *Journal of Nursing Administration*, 2003, 33(12): 652-659.
- [26] Everett A. Benefits and Challenges of Fun in the Workplace[J]. *Library Leadership & Management*, 2011, 25(1).
- [27] Lamm E, Meeks M D. Workplace fun: the moderating effects of generational differences[J]. *Employee relations*, 2009, 31(6): 613-631.
- [28] 王聪颖, 杨东涛. 员工代际差异对其工作场所乐趣与绩效关系的影响[J]. *管理学报*, 2012(12): 1772-1778
- [29] Gin Choi Y, Kwon J, Kim W. Effects of attitudes vs experience of workplace fun on employee behaviors: Focused on Generation Y in the hospitality industry [J]. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2013, 25(3): 410-427.
- [30] Karl K A, Peluchette J V, Harland L. Is fun for everyone? Personality differences in healthcare providers' attitudes toward fun[J]. *Journal of health and human services administration*, 2007: 409-447.
- [31] Newstrom J W. Making work fun: An important role for managers[J]. *SAM Advanced Management Journal*, 2002, 67(1): 4.
- [32] Karl K, Peluchette J, Hall-Indiana L, et al. Attitudes toward workplace fun: a three sector comparison [J]. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 2005, 12(2): 1-17.
- [33] Plester B. Crossing the line: Boundaries of workplace humour and fun[J]. *Employee relations*, 2009, 31(6): 584-599.
- [34] Ford R C, Newstrom J W, McLaughlin F S. Making workplace fun more functional [J]. *Industrial and Commercial Training*, 2004, 36(3): 117-120.
- [35] Butler N, Olaison L, Sliwa M, et al. Work, play and boredom[J]. *ephemera: theory & politics in organization*, 2011, 11(4): 329-335.
- [36] 张丹丹. 工作中乐趣对组织公民行为影响研究[D]. 长沙: 中南大学, 2012.
- [37] 杨浩. 工作场所乐趣与组织公民行为的关系研究[D]. 上海: 华东理工大学, 2013.
- [38] Mehta R. An investigation analysing the effects of introducing workplace fun on level of job satisfaction and well-being on middle level management in India:

- a case of Rosy Blue Diamond and Orra Jewellery[D]. University of Nottingham, 2014.
- [39] Fluegge-Woolf E R. Play hard, work hard; Fun at work and job performance[J]. *Management Research Review*, 2014, 37(8): 682-705.
- [40] 冯佳欣. 工作场所乐趣对员工敬业度的影响研究[D]. 广州: 广东财经大学, 2014.
- [41] Dermody M B. Recruitment and retention practices in independent and chain restaurants[J]. *International journal of hospitality & tourism administration*, 2002, 3(1): 107-117.
- [42] 刘诗瑜. 工作中乐趣与周边绩效关系研究[D]. 南京: 南京师范大学, 2014.
- [43] Smith R. Productivity games to increase organization-
- al trust: How gaming and fun in the workplace can develop a culture of trust and innovation[C]//Games Innovation Conference (IGIC), 2012 IEEE International. IEEE, 2012: 1-6.
- [44] Wong S C, Ko A. Exploratory study of understanding hotel employees' perception on work life balance issues[J]. *International Journal of Hospitality Management*, 2009, 28(2): 195-203.
- [45] Brown T. Design thinking[J]. *Harvard business review*, 2008, 86(6): 84.
- [46] 唐纳德·A·诺曼著, 付秋芳, 程进三译. 情感化设计: 我们为何喜欢(或讨厌)日常用品[M]. 北京: 电子工业出版社, 2005.

A Review and Prospect of Employees' Fun at Work

CAI Libin, SONG Li

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

Abstract: With the change of people's attitudes toward work, play and work are no longer the opposing parties between each other. The happiness of work has gradually become a new pursuit while working with fun has drawn more and more attention. This article reviewed and integrated the literatures on fun at work and summarizes the research status of fun at work through social network analysis. It also made an in-depth analysis of fun at work about its basic concept, structure, measurement, affecting factors and consequences. The findings suggest that the theme of related researches mostly focused on the affecting factors, affecting methods and the consequences of workplace fun. Among them, the studies on job satisfaction, job performance, employees' attitudes, organizational citizenship behavior, job involvement and humor are particularly concentrated. As a new way of thinking, design thought could bring a new perspective to study workplace fun through the redesign of work content, the design of workplace and the design of organizational playfulness climate etc. And it will have a positive influence on enterprises to motivate employees and improve the work performance.

Key words: working with fun; workplace; job satisfaction; social network diagram; playfulness

(责任编辑:魏有广)

钻石理论、经济计量模型与服务贸易出口竞争力*

李桂香,张莹田

(南昌工程学院,江西 南昌 330099)

摘要:采用战略管理学中的“钻石理论”和计量经济学中的协整、VAR模型相结合的方法,对我国服务贸易出口竞争力的影响因素进行了实证研究。结果表明:实际使用外资额、第三产业就业人员数、总人口数量、居民家庭人均纯收入、货物贸易出口总额和服务贸易的开放度在影响服务贸易出口竞争力的长期稳定性、冲击响应以及波动解释方面不尽相同;除服务贸易的开放度外,其余五个因素都与服务贸易出口竞争力存在长期稳定的均衡关系;第三产业就业人员数对服务贸易出口竞争力的正向冲击和贡献率最大,居民家庭人均纯收入和实际使用外资额的影响次之,总人口数量的影响最小。

关键词:服务贸易;竞争力;钻石理论;协整;VAR

中图分类号:F752.6 **文献标识码:**A

一、引言

我国服务贸易的出口竞争力状况一直是学术界关注的热点问题。国内研究服务贸易出口竞争力的相关文献并不鲜见,在研究方法上相关文献多是采用以下三种方法:第一种方法是将一段时间内国内服务贸易进出口数据与同时期国外某一个或某几个国家、地区或者经济集团的相关数据进行对比,根据对比的结果得出研究结论,这种研究方法相对简单;第二种方法是采用市场占有率、优势变差指数、贸易竞争优势指数、显示性比较优势指数以及显示性竞争优势指数等显示性指标或者贸易开放度、外资依存度和劳动生产率等分析性指标进行分析,这种方法在研究深度上更进了一步;第三种方法是将前两种方法结合起来,这种研究方法在目前的相关文献中是最为普遍的。

在借鉴前人研究方法的基础上,本文将战略管理学中的“钻石理论”和计量经济学中的协整、VAR模型相结合,采用这种研究方法来分析我国服务贸易出口竞争力的诸多影响因素。具体来看,主要是将“钻石理论”中的生产要素、需求状况、相关和支持产业以及企业策略四大要素较为巧妙地融合到计量经济学模型中,用实际使用外资额、第三产业就业人员数、总人口数量、居民家庭人均可支配收入、货物贸易出口总额、第一产业生产总值、工业生产总

及服务贸易的开放度,共八个指标来代表“钻石模型”的四大要素并作为经济计量模型中的解释变量,试图通过这种实证方法进行研究以得出相应的研究结论,并会基于研究结论提出增强我国服务贸易竞争力的政策建议。

二、文献综述

(一)国外研究现状

最先研究服务贸易发展状况的是国外的一些学者们。他们在上世纪七十年代左右就开始了从理论上对服务贸易的探索。“服务贸易”的概念在1972年首次被经济合作与发展组织正式提出,之后就引起了国外学术界的持续关注,当时国外学者主要探讨的是比较优势理论在服务贸易中的运用问题,并进行了相关学术辩论。以 Dick & Dicke(1979)为代表的学者们,通过研究没有发现基于比较优势理论而存在的服务贸易,故他们不支持将比较优势运用于服务贸易的研究中,认为服务贸易和货物贸易是有较大区别的,适用于货物贸易的比较优势并不适用于服务贸易。而以 Hindley & Smith(1984)为代表的学者们则持截然相反的观点,他们认为虽然货物贸易和服务贸易之间存在较大差异,但比较优势的缜密逻辑性同样适用于分析服务贸易的相关知

* 收稿日期:2016-09-24

作者简介:李桂香(1971-),男,山东日照人,南昌工程学院教授,硕士研究生导师,主要从事区域经济一体化、国民经济增长研究。

识。目前后者的观点逐渐占据上风,正流行于对服务贸易领域的学术研究中。之后国外学者将研究的注意力集中在对不同国家或地区服务贸易发展的研究上。其中,Hoekman & Karsenry(1992)的工作较为突出,他们基于显示性比较优势的方法,研究了收入水平不同的经济体之间服务贸易的发展情况,为以后学者的研究提供了典范。

目前很多国外学者研究的注意力放在采用实证分析研究服务贸易的竞争力方面。Yang (2003)基于 Kano 模型研究了服务业的竞争力状况,认为增强服务业竞争力的有效途径是提升服务质量;Srivastav(2006)以印度作为研究对象国家,利用 1980—1996 年的数据对其分服务贸易的竞争力状况进行了研究;Hsieh(2015)以东盟为例分析了法律服务贸易自由化问题,并对在多边贸易体系下提高东盟法律服务的竞争力提出了建议。

(二)国内研究现状

国内学者们对于服务贸易发展地关注主要是伴随着上世纪八十年代的乌拉圭回合谈判开始的。虽然在此之前少数国内学者对服务贸易也有论述,但始终未能引起国内学术界的集体关注和研究兴趣,因此这个阶段研究关注的焦点也多是服务贸易的发展与谈判问题。姜英(1989)研究了关贸总协定和服务贸易的发展情况;汪尧田(1990)讨论了关贸总协定中制订服务贸易的规则情况;谢鲁涛(1993)分析了在“乌拉圭回合”中的服务贸易谈判情况等等。九十年代中期国内学术界开始了对服务贸易相关理论的梳理和探讨。王勤淮(1996)对西方服务贸易的一些理论进行了评述;谢康和乌剑军(1997)对服务贸易中的比较优势理论进行了探讨等。

目前对服务贸易的研究多是采用实证的方法研究贸易竞争力的问题。康承东(2001)通过对我国服务贸易出口总额在全球的排名情况以及我国服务贸易的行业构成情况进行研究,认为要增强我国服务贸易的竞争力,需要在加强服务贸易战略研究、扩大对外贸易交流等方面多下功夫;王小平(2004)对我国服务贸易的特征与竞争力进行了探讨,认为现阶段国内服务贸易的竞争力水平低于国外发达国家;丁平(2007)通过构建模型实证研究了影响我国服务贸易国际竞争力的多种因素,并计算出了服务业就业人数、服务市场开放度等影响因素对中国服务贸易竞争力作用的影响程度;黄健青和张娇兰(2012)认为我国四个直辖市服务贸易竞争力的大小与 FDI、GDP 及服务贸易出口开放度等七大因素具有

长期和短期的一般均衡关系;庄惠明和包婷(2014)以服务贸易开放度为主要指标研究我国服务贸易的竞争力情况,得出服务贸易开放度能够有效提高我国服务贸易竞争力的结论;喻春娇和李家荣(2015)通过构建一系列指标体系比较了金砖国家的服务贸易竞争力情况。

综合国内外学者们的研究可以看出,国内对于服务贸易的研究相比较国外来讲,起步晚,理论研究很少有自己的创新,更多的是实证研究。目前,国内外学者对服务贸易的研究主要是采用实证的方法研究服务贸易的发展状况的,在实证研究方面取得了一些成果。总体来说,国内对于服务贸易发展的研究还有很大的提升空间。

三、研究方法概述

(一)钻石理论

“钻石理论”是战略管理学中分析国际竞争优势的一种重要工具,它可以分析一个国家或地区的某种产业或者行业在世界上存在较强竞争力的原因。这种理论认为决定竞争力的因素主要有生产要素、需求状况、相关和支持产业以及企业策略四大因素。此外,在四大要素之外还存在两大变数:机遇和政府因素,其中,机遇是无法控制的,而政府的影响是不可漠视的。这四大要素和两大变数相互之间产生作用,形成了一个钻石体系图(详见图 1)。

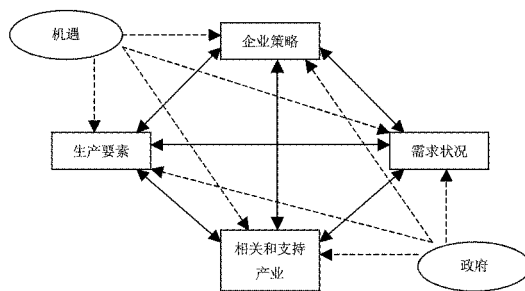


图 1 钻石模型体系图

(二)EG 协整检验

EG 协整检验是由学者 Engle 和 Granger 提出的方法,主要是用来检验两个变量之间是否存在协整关系,即是否存在长期稳定的均衡关系。此方法的原理简述如下:存在同阶单整的两个时间序列变量 m_t, n_t ,先用 OLS 法进行回归,即

$$n_t = \alpha + \beta m_t + \epsilon_t \quad (I)$$

令 $\hat{\alpha}, \hat{\beta}$ 表示回归后常数项和自变量系数的估计值,那么残差估计值

$\hat{\epsilon} = n_t - \hat{\alpha} - \hat{\beta} m_t$,只有 $\hat{\epsilon} \sim I(0)$ 时, m_t, n_t 之间才具

有长期稳定的均衡关系,即存在协整关系。

(三)VAR模型

VAR模型,即向量自回归模型,是用来对多变量时间序列系统进行预测和描述随机扰动对变量系统动态影响的。VAR模型的常见形式为

$$y_t = \delta_1 y_{t-1} + \dots + \delta_p y_{t-p} + \eta_1 x_t + \dots + \eta_k x_{t-k} + \varepsilon_t \quad (II)$$

式(II)中, y_t 是 m 维内生变量向量; x_t 是 n 维外生变量向量; $\delta_1 \dots \delta_p$ 和 $\eta_1 \dots \eta_k$ 是待估计的参数矩阵,外生和内生变量各有 k 阶和 p 阶滞后期; ε_t 是随机扰动项。

四、实证研究

(一)变量的选取

考虑到数据的可获得性和数据的平稳性,本文实证研究采用的被解释变量和解释变量分别为:

1. 被解释变量:我国服务贸易出口总额(SX)。
2. 解释变量

生产要素:用实际使用外资额(FDI)、第三产业就业人员数(年底数)(TIP)表示。

需求状况:用总人口数量(PQ)、居民家庭人均可支配收入(INC)表示。

相关和支持产业:用货物贸易出口总额(MX)、第一产业生产总值(PI)和工业生产总值(IND)表示。

企业策略:用服务贸易的开放度(OD)表示,OD的计算方法为我国服务贸易的进出口总额除以相应各年的国内生产总值。

(二)数据内容

1. 数据来源

选取 1999—2015 年共 17 年的相关数据,SX 来源于 WTO 国际贸易统计数据库和中国商务部网站;FDI、MX 和 TIP 来源于历年《中国统计年鉴》;PQ 来源于世界银行网站;INC 根据历年《中国统计年鉴》提供的城镇居民家庭人均可支配收入、农村居民家庭人均纯收入(单位:元人民币)以及人民币汇率(年平均价,直接标价法下换算成美元)换算而得;PI、IND 分别根据历年《中国统计年鉴》提供的第一产业总值、工业总值(单位:亿元人民币)和人民币汇率(年平均价,直接标价法下换算成美元)换算而得;OD 根据 WTO 国际贸易统计数据库和中国商务部网站提供的服务贸易进出口总额除以世界银行提供的中国 GDP 数据计算而得。

2. 数据处理

为降低数据的异方差等问题,首先对所有变量取自然对数,取自然对数后的变量 SX、FDI、TIP、PQ、INC、MX、PI、IND 和 OD 分别用 lnSX、lnFDI、lnTIP、lnPQ、lnINC、lnMX、lnPI、lnIND 和 lnOD 表示。EViews7.0 是本文计量研究所使用的分析工具。

(三)计量操作

1. EG 协整检验

EG 协整检验要求被检验的两个时间序列变量 m_t, n_t , 只有在 m_t, n_t 是同阶单整的情况下,即要满足 $I(d)$ 时, m_t, n_t 之间才有存在协整的可能,因此进行 EG 协整检验之前,首先要进行单位根检验。本文采用的单位根检验方法为 ADF 法,检验结果见表 1。

表 1 ADF 单位根检验结果

变量名称	检验形式	ADF 统计值	10%显著性水平	5%显著性水平	相伴概率	检验结论
lnSX	(I, T, 3)	-2.022449	-3.31035	-3.7332	0.5462	不平稳
lnFDI	(I, T, 3)	-1.424818	-3.31035	-3.7332	0.812	不平稳
lnTIP	(I, T, 3)	-2.88255	-3.34225	-3.79117	0.1961	不平稳
lnPQ	(I, 0, 3)	0.046693	-2.68133	-3.081	0.9492	不平稳
lnINC	(I, T, 3)	-0.124198	-3.31035	-3.7332	0.9886	不平稳
lnMX	(I, T, 3)	-2.74951	-3.36298	-3.82898	0.2366	不平稳
lnPI	(I, T, 3)	-0.233762	-3.31035	-3.7332	0.9849	不平稳
lnIND	(I, T, 3)	-0.715637	-3.31035	-3.7332	0.9529	不平稳
lnOD	(I, 0, 3)	-1.367291	-2.67346	-3.06559	0.5713	不平稳
DlnSX	(I, 0, 3)	-4.248374	-2.68133	-3.081	0.0059	平稳
DlnFDI	(I, 0, 3)	-3.808754	-2.68133	-3.081	0.0132	平稳
DlnTIP	(I, 0, 3)	-4.941587	-2.68133	-3.081	0.0017	平稳
DlnPQ	(I, 0, 3)	-4.768608	-2.7011	-3.11991	0.003	平稳
DlnINC	(I, 0, 3)	-4.212731	-2.7011	-3.11991	0.0077	平稳
DlnMX	(0, 0, 3)	-1.68446	-1.60503	-1.96627	0.0863	平稳
DlnPI	(I, 0, 3)	-0.794568	-2.7011	-3.11991	0.7866	不平稳
DlnIND	(I, 0, 3)	-2.212688	-2.68133	-3.081	0.2099	不平稳
DlnOD	(I, 0, 3)	-5.157829	-2.68133	-3.081	0.0011	平稳

注: D 表示经过了一阶差分变换;检验形式(I, T, K)中的 I 表示存在截距项、I=0 表示不含截距项, T 表示存在趋势项、T=0 表示不存在趋势项, K 表示滞后阶数。

根据表 1 的 ADF 单位根检验结果可知,原序列 $\ln SX$ 、 $\ln FDI$ 、 $\ln TIP$ 、 $\ln PQ$ 、 $\ln INC$ 、 $\ln MX$ 、 $\ln PI$ 、 $\ln IND$ 和 $\ln OD$ 均是非平稳序列,一阶差分序列 $D\ln SX$ 、 $D\ln FDI$ 、 $D\ln TIP$ 、 $D\ln PQ$ 、 $D\ln INC$ 、 $D\ln MX$ 和 $D\ln OD$ 是平稳序列,符合一阶单整 $I(1)$ 的要求,可以进行协整检验,而一阶差分序列 $D\ln PI$ 和 $D\ln IND$ 仍是非平稳序列,不能与其它序列进行协整检验,故舍去。

采用 EG 协整检验的方法对序列 $\ln FDI$ 、 $\ln TIP$ 、 $\ln PQ$ 、 $\ln INC$ 、 $\ln MX$ 、 $\ln OD$ 分别和 $\ln SX$ 进行检验,检验过程及结果如下:

(1) $\ln SX$ 和 $\ln FDI$ 的 EG 协整检验

OLS 回归结果如下:

$$\ln SX = -7.132520 + 2.101071 \times \ln FDI$$

(-9.229698) (17.40672)

调整后的 $R^2 = 0.949685$ F 值 = 302.9940

$DW = 0.671427$

残差 e_1 的平稳性检验结果见表 2。根据表 2,在 10% 的显著性水平下, e_1 通过了平稳性检验,因此可以判断 $\ln SX$ 和 $\ln FDI$ 之间存在协整关系,即表明 $\ln SX$ 和 $\ln FDI$ 之间存在着长期稳定的均衡关系。

(2) $\ln SX$ 和 $\ln TIP$ 的 EG 协整检验

OLS 回归结果如下:

$$\ln SX = -46.88539 + 5.325665 \times \ln TIP$$

(-20.78205) (23.57598)

调整后的 $R^2 = 0.971970$ F 值 = 555.8268

$DW = 0.958737$

残差 e_2 的平稳性检验见表 2。根据表 2,在 10% 的显著性水平下, e_2 通过了平稳性检验,因此可以判断 $\ln SX$ 和 $\ln TIP$ 之间也存在着长期稳定的均衡关系。

(3) $\ln SX$ 和 $\ln PQ$ 的 EG 协整检验

OLS 回归结果如下:

$$\ln SX = -270.4657 + 23.52371 \times \ln PQ$$

(-14.16012) (14.48989)

调整后的 $R^2 = 0.928875$ F 值 = 209.9568

$DW = 0.369021$

残差 e_3 的平稳性检验见表 2。根据表 2,在 1% 的显著性水平下, e_3 通过了平稳性检验,因此可以判断 $\ln SX$ 和 $\ln PQ$ 之间也存在着长期稳定的均衡关系。

(4) $\ln SX$ 和 $\ln INC$ 的 EG 协整检验

OLS 回归结果如下:

$$\ln SX = -3.746382 + 1.368578 \times \ln INC$$

(-8.228766) (22.12511)

调整后的 $R^2 = 0.968287$ F 值 = 489.5207

$DW = 0.612881$

残差 e_4 的平稳性检验见表 2。根据表 2,在 1% 的显著性水平下, e_4 通过了平稳性检验,因此可以判断 $\ln SX$ 和 $\ln INC$ 之间也存在着长期稳定的均衡关系。

(5) $\ln SX$ 和 $\ln MX$ 的 EG 协整检验

OLS 回归结果如下:

$$\ln SX = -1.115112 + 0.874501 \times \ln MX$$

(-7.931414) (53.01094)

调整后的 $R^2 = 0.994337$ F 值 = 2810.160

$DW = 0.952554$

残差 e_5 的平稳性检验见表 2。根据表 2,在 1% 的显著性水平下, e_5 通过了平稳性检验,因此可以判断 $\ln SX$ 和 $\ln MX$ 之间也存在着长期稳定的均衡关系。

(6) $\ln SX$ 和 $\ln OD$ 的 EG 协整检验

OLS 回归结果如下:

$$\ln SX = -1.055619 + 4.118361 \times \ln OD$$

(-0.438308) (3.059733)

调整后的 $R^2 = 0.343239$ F 值 = 9.361968

$DW = 0.256347$

残差 e_6 的平稳性检验见表 2。根据表 2,即使在 10% 的显著性水平下, e_6 也通不过平稳性检验。因此可以判断 $\ln SX$ 和 $\ln OD$ 之间并不存在长期稳定的均衡关系。

表 2 残差 e_1 、 e_2 、 e_3 、 e_4 、 e_5 和 e_6 的 ADF 平稳性检验结果

变量名称	检验形式	ADF 统计值	10% 的显著性水平	1% 的显著性水平	相伴概率	检验结论
e_1	(0,0,3)	-1.610265	-1.605603	-2.717511	0.0991	平稳
e_2	(1,0,3)	-2.990059	-2.673459	-3.920350	0.0573	平稳
e_3	(0,0,3)	-2.872582	-1.603693	-2.754993	0.0078	平稳
e_4	(0,0,3)	-2.868586	-1.603693	-2.754993	0.0079	平稳
e_5	(1,0,3)	-4.098936	-2.701103	-4.057910	0.0093	平稳
e_6	(1,0,3)	-1.114653	-3.310349	-4.667883	0.8935	不平稳

注:检验形式(I,T,K)中的 I 表示存在截距项、I=0 表示不含截距项,T 表示存在趋势项、T=0 表示不存在趋势项,K 表示滞后阶数。

2. VAR 模型

将被解释变量序列 $\ln SX$ 和解释变量序列 $\ln FDI$ 、 $\ln TIP$ 、 $\ln PQ$ 、 $\ln INC$ 、 $\ln MX$ 、 $\ln OD$ 建立 VAR 模

型,首要问题是要判断 VAR 模型的滞后阶数,判断的标准有 LR、FPE、AIC、SC 和 HQ 五大准则。

(1) 滞后阶数判断

表 3 滞后阶数的判断

滞后阶数	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	197.1063	NA	$2.32e-20$	-25.34751	-25.01708	-25.35103
1	385.2261	175.5785*	$4.81e-28$ *	-43.89682	-41.25343	-43.92498
2	2324.599	0.000000	NA	-295.9466*	-290.9902*	-295.9994*

根据表 3,五大准则中的 AIC、SC 和 HQ 准则均判断滞后阶数为 2 阶(“*”标出),按照多数原则,因此本文所用的 VAR 模型的最优滞后阶数为 2 阶。

(2) 单位圆检验

VAR 模型要求时间序列必须平稳,故要检验序列的平稳性。采用的方法为单位圆检验方法。检验结果见图 2。

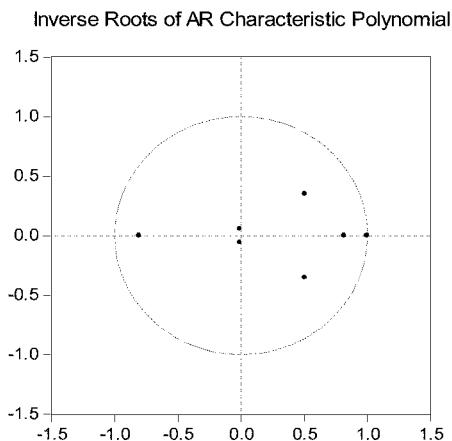


图 2 VAR 模型单位圆稳定性检验 (特征方程的根的倒数)

由图 2 可知,没有特征根落在单位圆之外,VAR 模型满足稳定性条件,这与表 1 的检验结果一致,这表明可以进行脉冲响应函数和方差分解的分析。

(3) 脉冲响应函数

脉冲响应函数 (impulse response function, 简称 IRF) 是用来衡量每个内生变量的冲击或者变动对其自己和其他各个内生变量带来的影响情况的,它刻画的是系统的动态情况。

由图 3、图 4、图 6、图 7 和图 8 可知,它们的共同特点是整体上表现的是对 $\ln SX$ 的正向冲击,而且都呈现出的是总体下降的趋势,这表明 $\ln SX$ 对 $\ln FDI$ 、 $\ln TIP$ 、 $\ln INC$ 、 $\ln MX$ 和 $\ln OD$ 的一个标准差变化的响应都是正响应,但这种正响应从总体上观察是不断减弱的,说明服务贸易的出口与实际使用外资额、第三产业就业人员数、居民家庭人均可支配收入、货物贸易出口总额以及服务贸易的开放度之间正相关,这五大影响因素的增加能够带来服务贸易出口的增加,但随着滞后时期数的增加,这种正向作用呈现不断减弱的趋势。

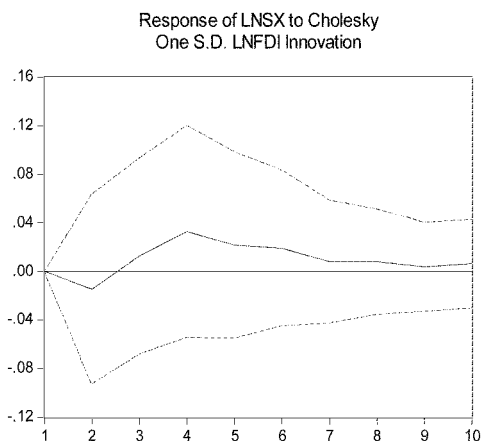


图 3 $\ln SX$ 对 $\ln FDI$ 的一个标准差变化的响应

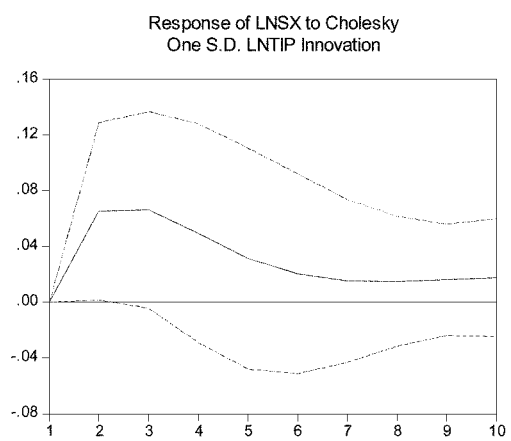


图 4 $\ln SX$ 对 $\ln TIP$ 的一个标准差变化的响应

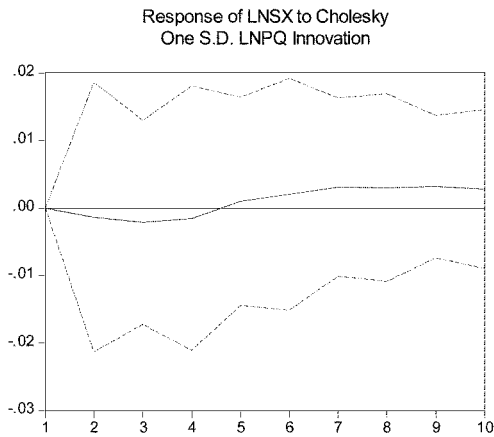


图 5 lnSX 对 lnPQ 的一个标准差变化的响应

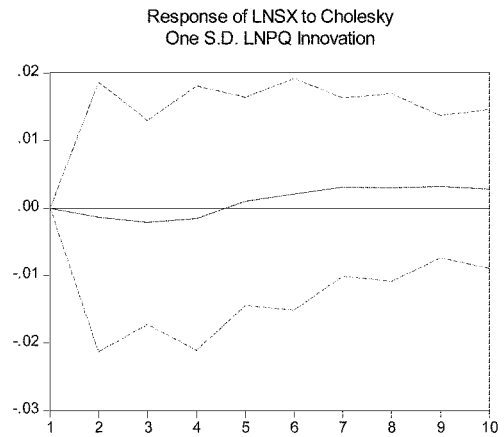


图 6 lnSX 对 lnINC 的一个标准差变化的响应

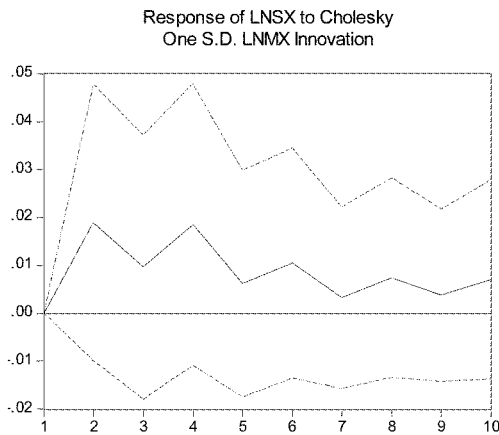


图 7 lnSX 对 lnMX 的一个标准差变化的响应

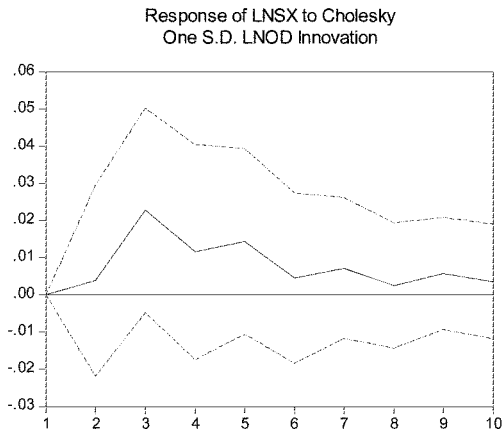


图 8 lnSX 对 lnOD 的一个标准差变化的响应

此外,由图 5 可知,lnPQ 对 lnSX 表现出来的首先是负向冲击,表明 lnSX 对 lnPQ 的一个标准差变化的响应是负响应,并且这种负响应在第三期时达到最大。而在接近第 5 期时变为对 lnSX 的正向冲击,正向冲击在到达第 7 期前一直缓慢增强,在第 7 期后呈现出较平稳的正向冲击,但无论是负向冲击还是正向冲击,冲击力度都很弱小。这说明总人口数量的增加首先会对服务贸易出口总额产生消极作

用,只有经过一段时间后,人口数量的上升才会带来服务贸易出口总额的微弱提高。但无论是何种作用,其对服务贸易出口总额的影响力度都不大。

(4) 方差分解

基于 VAR 模型的方差分解可以判断出随机信息的相对重要性信息,即能够通过研究每个结构冲击对内生变量变动的贡献程度来判断不同的结构冲击的重要性。

表 4 lnSX 方差分解结果

时期	标准误差	lnSX	lnFDI	lnTIP	lnPQ	lnINC	lnMX	lnOD
1	0.099407	100.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
2	0.131609	65.928430	1.192177	24.640500	0.010444	6.059339	2.083215	0.085902
3	0.160693	57.059710	1.437469	33.496460	0.025032	4.162256	1.758158	2.060909
4	0.178186	50.738610	4.593475	34.956450	0.027533	5.075618	2.513350	2.094967
5	0.187774	50.670530	5.510972	34.257240	0.027417	4.686285	2.371652	2.475906
6	0.193285	49.931270	6.213636	33.448660	0.036819	5.444461	2.533930	2.391226
7	0.197360	50.799530	6.129398	32.685480	0.060017	5.441003	2.457479	2.427086
8	0.200942	50.834000	6.074738	32.092530	0.080528	6.052906	2.508156	2.357145
9	0.204668	51.518540	5.891715	31.549580	0.101348	6.135172	2.451745	2.351901
10	0.208404	51.614720	5.778758	31.144590	0.115931	6.568581	2.480175	2.297238

乔里斯基排序: lnSX lnFDI lnTIP lnPQ lnINC lnMX lnOD

根据表4,在影响我国服务贸易竞争力的诸多因素中,lnSX自身就有51.61%—100%的波动解释能力。除此之外,lnTIP对lnSX具有24.64%—34.96%的波动解释能力,相比较其它影响因素而言,贡献度最高,表明第三产业就业人员数越多就越能增加服务贸易的出口,提高服务贸易的竞争力;lnINC、lnFDI对lnSX分别有4.16%—6.57%、1.19%—6.21%的波动解释能力,贡献率大小居中,远低于lnTIP的贡献率,但高于lnMX、lnOD和lnPQ的贡献率;lnMX、lnOD和lnPQ对lnSX的波动解释能力最低,其中lnPQ的波动解释能力在三者中又最小,这表明在我国,总人口数量对服务贸易出口的贡献率很小,甚至可以忽略不计,这可能与我国长期保持拥有全世界最多的总人口数量有关。

五、研究结论及政策建议

运用战略管理学中的“钻石理论”和计量经济学中的协整检验、VAR模型相结合的研究方法,实证研究了我国服务贸易的出口状况。研究表明,我国服务贸易出口的竞争力的确与“钻石理论”的四大因素之间存在一定的关系。这四大要素分别为:生产要素(文中用实际使用外资额、第三产业就业人员数(年底数)来表示)、需求状况(文中用总人口数量、居民家庭人均纯收入来表示)、相关和支持产业(文中用货物贸易出口总额来表示)、企业策略(文中用服务贸易的开放度来表示)。

首先根据平稳性检验,第一产业生产总值、工业增加值因为通不过稳定性检验,因此无法进行接下来的协整和VAR模型检验,故在文中未做较多探讨。通过协整检验发现,实际使用外资额、第三产业就业人员数、总人口数量、居民家庭人均纯收入、货物贸易出口总额与服务贸易的出口之间存在长期稳定的均衡关系,这说明以上五个影响因素的发展是促进我国服务贸易出口长期增长的重要因素。

通过基于VAR模型的脉冲响应函数可以发现,实际使用外资额、第三产业就业人员数、居民家庭人均纯收入、货物贸易出口总额和服务贸易开放度长期对我国服务贸易的发展产生正向冲击,服务贸易出口对它们的变动的响应都是正响应。这表明此五大影响因素短期内的增加可以较快的提高服务贸易的出口,增强服务贸易的竞争力,但它们长期内的变动对服务贸易竞争力的影响却是逐渐减弱的;总人口数量在短期内对我国服务贸易的发展带来的是负向冲击,长期内是正向冲击,但冲击力度都较弱

小。通过方差分解可以发现,服务贸易自身的发展对促进自身的出口竞争力贡献最大,是一个良性的循环。除此之外,其余六大影响因素中,第三产业就业人员数对服务贸易出口的贡献率是最大的,这就表明第三产业就业人员数越多就越能推动服务贸易出口的增加,提高服务贸易的竞争力,而总人口数量对服务贸易出口的贡献率最小,这与脉冲响应函数中对总人口数量的判断结果相符,两者都认为总人口数量对促进服务贸易的出口、增强其竞争力作用不大。

根据上述实证研究的结论,本文认为要想不断增加我国服务贸易的出口,提高服务贸易的竞争力,相关决策部门首先要不断创造良好的服务业工作环境以吸引劳动力从事服务业工作,满足服务业对劳动力的需求,不断提高服务业从业人员的服务水平和技能。同时又要在不断引进外资、提高居民可支配收入、增加货物贸易出口上下功夫,增强生产要素、服务需求、相关和支持产业对服务贸易竞争力的促进作用。此外,在提高服务贸易的开放度方面也要稳步推进,扩大对外贸易交流,切实加强与服务贸易发达国家的交流和合作,学习其先进的服务理念和经验。

参考文献:

- [1] 裴长洪,王镭. 试论国际竞争力的理论概念与分析方法[J]. 中国工业经济,2002(4):41-45.
- [2] Dick, R. Dicke, H. Patterns of Trade in Knowledge, International Economic Development and Resources Transfer[M]. Tubingen:J. C. B. Mohr,1979.
- [3] Hindley, B., Smith, A. Comparative Advantage and Trade in Services[J]. The WorldEconomy, 1984, 7(12): 369-390.
- [4] Hoekman, B.,Karsenry, G. Economic Development and International Transaction in Services[J]. Development Policy Review, 1992,10(3):211-236.
- [5] Yang, C-C. Establishment and applications of the integrated model of service quality measurement[J]. Managing Service Quality, 2003,13(4):310-324.
- [6] Srivastav, N. Industrial development in the Northeastern states of India: The case of service industries[J]. The Icfai Journal of Industrial Economics, 2006,3(4):60-69.
- [7] Hsieh, P. L. Liberalizing Trade in Legal Services under Asia-Pacific FTAs: The ASEAN Case[J]. Journal of International Economic Law, 2015,18(1):153-185.
- [8] 姜英. 服务贸易与关税及贸易总协定的发展[J]. 世界

- 经济,1989(1):22-27.
- [9] 汪尧田.论关贸总协定关于服务贸易规则的制订[J].外国经济与管理,1990(6):40-42.
- [10] 谢鲁涛.国际服务贸易的发展趋势[J].世界经济,1992(11):39-43.
- [11] 王勤淮.西方服务贸易基本理论述评[J].经济学动态,1996(11):68-69.
- [12] 谢康,乌剑军.国际服务贸易比较优势理论的发展[J].国际贸易问题,1997(3):31-37.
- [13] 康承东.我国服务贸易国际竞争力分析[J].国际贸易问题,2001(11):46-51.
- [14] 王小平.中国服务贸易的特征与竞争力分析[J].财贸经济,2004(8):85-88.
- [15] 丁平.中国服务贸易国际竞争力的影响因素分析与对策研究[J].世界经济研究,2007(9):49-55.
- [16] 黄健青,张娇兰.京津沪渝服务贸易竞争力及其影响因素的实证研究[J].国际贸易问题,2012(5):74-82.
- [17] 庄惠明,包婷.基于服务贸易开放度的中国服务贸易竞争力研究[J].华东经济管理,2014(1):51-54.
- [18] 喻春娇,李家荣.金砖国家服务贸易竞争力比较及其启示[J].湖北大学学报(哲学社会科学版),2015(5):114-120.
- [19] 易丹辉.数据分析与EViews应用[M].北京:中国人民大学出版社,2008.
- [20] 庄惠明,黄建忠,陈浩.基于"钻石模型"的中国服务贸易竞争力实证分析[J].财贸经济,2009(3):83-89.
- [21] 陈虹,章国荣.中国服务贸易国际竞争力的实证研究[J].管理世界,2010(10):13-23.
- [22] 刘巍,陈昭.计量经济学软件EViews6.0建模方法与操作技巧[M].北京:机械工业出版社,2011.

Diamond Model, Econometric Model and Export Competitiveness of Service Trade

LI Guixiang, ZHANG Yingtian

(Nanchang Institute of Technology, Nanchang 330099, China)

Abstract: The thesis studies empirically the effect factors of export competitiveness of service trade of China, by using the method of diamond model in strategic management theory and EG cointegration test, VAR in econometrics, based on the data of the foreign capital actually utilized, employed persons in the tertiary industry, the total population, the pure income of urban and rural residents, the total volume of the goods trade, and service trade openness. The results show that the six factors play different roles in export competitiveness of service trade in the aspects of the long-term stability, the impulse response and explanation of fluctuations. Except service trade openness, there is the long-term stable equilibrium relationship between each five factors and export competitiveness of service trade; the largest positive impact and contribution to export competitiveness of service trade is employed persons in the tertiary industry; the secondary ones are the pure income of urban and rural residents, the foreign capital actually utilized; the impact of the total population is minimal.

Key words: service trade; competitiveness; diamond theory; cointegration test; vector auto-regression

(责任编辑:魏有广)

教育·教学

高考改革背景下高职院校招生宣传的思辨与思变^{*}

冷雪艳,付曙光

(青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100)

摘要:文章分析了目前高等职业院校的招生现状及未来的招生趋势,同时提出在新形势下招生宣传的手段和变化。文章以青岛酒店管理职业技术学院为例,认为作为一所高度聚焦酒店业发展的特色鲜明的院校,在招生宣传方面应当科学定位并结合地域优势,立足服务地方的理念,及时调整招生政策,制定新的招生办法,多措并举做好招生宣传工作。

关键词:高考改革;高职院校;招生;宣传

中图分类号:G647 **文献标识码:**A

一、引言

2014年9月,国务院发布《关于深化考试招生制度改革的实施意见》,新一轮考试招生制度改革正全面启动。2014年12月16日,教育部还发布了高考改革配套方案《关于普通高中学业水平考试的实施意见》和《关于加强和改进普通高中学生综合素质评价的意见》,考试制度和录取机制有了明显的变化,对高职院校生源的结构和生源的质量都有明显的影响。

伴随着历次高考制度改革的是各高职院校招生工作方式方法的不断调整。在新形势下,面临生存压力的高职院校更要清楚地认识招生宣传工作的重要性及必要性,及时调整招生宣传的方式和侧重点,不断地探索新的思路和举措,将招生宣传的作用发挥到最大。面对系列改革举措,高校必须及时调整招生政策,制定和实施新招生办法,将招生宣传工作作为招生工作中的重中之重。充分利用所掌握资源,全面开展招生宣传工作,打响学校知名度,在愈加激烈的竞争中,为争取优秀生源创造条件,为学校发展提供动力。

二、高职院校招生现状与趋势分析

(一)招生现状分析

目前很多高职院校招生工作都具有起点较低的

特点,尤其是没有特色专业的学校,很难即保证招生数量又保证招生质量。一方面,高职院校生源状况不理想。作为学校发展的根本,生源一直是困扰各校的头等问题,随着我国高等教育的大众化以及本科院校高校扩招的持续进行,高职院校也将面临严峻的招生问题。最新的统计显示,山东省内高职新生报到率并不理想,基本上只能达到70%左右。

(二)山东省高职院校现有招生形式

根据山东省现有的高职招生形式和类型有以下几种:普通夏季(春季)高招形式、技能单招形式、“3+2”中高职衔接形式、“3+2”专本分段培养形式、注册入学形式、五年一贯制形式等。尤其在现代职教体系建设的推进下,多种形式生源类型丰富了高职院校的生源类型,切实体现了职业教育对人才培养不拘一格、创新发展的特点,带有显著的时代特征。基于对生源类型的多样化的情况下,深入探讨招生宣传方式具有非常重要的时代性和创新性。

(三)未来招生录取率分析

从多年来招生的录取率统计结果显示,2015年我国录取率已达74.3%,其中本科为38.7%(数据来源中国教育在线),专科(高职)为44.3%,已很难再提高。其中山东省2015年录取率为本专录取率79.41%(数据来源2015年考试院招生总结会公布)生源未来将大幅下降,录取率已达到峰值无法进一

* 收稿日期:2016-11-10

基金项目:青岛酒店管理职业技术学院2015年度重点科研基金资助项目

作者简介:冷雪艳(1977-),女,山东青岛人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,招生就业办公室主任,主要研究方向为高职教育理论与实践。

步提高,再一次证明未来高职教育的招生趋势不容乐观。

三、高职院校招生宣传的新思路——以青岛酒店管理职业技术学院为例

(一) 我院招生政策变化分析

根据生源数量,招生形势、专业设置等综合情况,青岛酒店管理职业技术学院合理设置每年的单招计划,春季考生我们积极联系省级主管部门,积极沟通了解各个专业考生数量,做好招生计划多少的有的放矢;夏季招生我们增加了多个项目其中三二专本贯通项目增加到2个招生专业,跟合作的青岛大学、山东工商学院做好联合培养,对高分考生的报考有相当大的吸引力,而与万科的校企合作招生方式,实现专业人才培养与企业人才需求相统一、学生与职工的相统一、学习与就业相统一。采用校企资源共建共享、精准课程定位、“教师+师傅”授课等形式,培养行业中高级管理人才。

(二) 学生获取我院招生信息的主要途径

近年来,我院针对入校新生做过多次问卷调查,结果显示在省内新生最信任的招生信息的获取方式上,依次是网络微信占37.3%,亲友推荐占25.3%,省考试院及所属权威媒体占20.8%,招生咨询会占6.2%,报纸占4.5%,宣传进高中占5.9%。在省外新生获取我院招生信息的途径中,依次是所属省份考试院及相关权威媒体占59.3%,学校招生网占26.3%,亲友推荐占10.9%,咨询会及其他占3.5%。可见,省外考生获取我院招生信息的主要途径是当地考试院等官方媒体和学校的招生网站。此外,亲友推荐也是考生获取我院招生信息的主要途径之一,体现了我院近年来在省内外良好的办学声誉和校友在各自岗位的出色表现,使我院赢得了社会各界的广泛关注和信任。

(三) 新形势下我院招生宣传的新思路

1. 加强招生宣传队伍建设

学院为做好招生宣传工作,专门组建了一支稳定、高效的招生宣传队伍。每学年初专门召开招生会议,制定相应的招生政策和区域划分,根据上年的招生情况合理为二级学院制定相应的招生计划,招生就业办全面统筹安排招生宣传工作。并且应该建立相应的招生优秀团体和个人的评选办法,将其作为学校评奖评优的一项指标,激励教师参与招生宣传工作,提高团队的工作积极性。

招生宣传除了需要建立起一支专门的团队之

外,也尝试让在校生参与到招生宣传中。因为年龄、经历的相似使得大致同龄的学生更了解相互之间的想法,而且在校生对于学校生活、学习有更直观的感受,所以可以让在校生参与招生咨询,以切身的体会向考生提供满意的答案,但是要让真正的参与到招生宣传之中,必须对他们进行专业培训。同时联合大学生记者团、大学生摄影俱乐部、微社团等,尝试让学生从自己的视角出发拍摄招生宣传片设计招生宣传张贴和招生手册等等,一方面为学生提供实践机会,一方面抛却以往刻板的宣传模式,尝试从新的角度去展示学校风貌。

2. 积极参加招生咨询会及平面媒体建设

积极参加通过各地市官方或知名媒体举办的招生咨询会,公布年度招生信息,解答招生咨询问题,更好地为广大考生及家长服务。特别是我院“3+2”专本贯通培养项目后,我们每年在6、7月份的咨询会配合各媒体积极宣传,借助各大媒体如:升学在线、青岛早报等举办的高职院校进高中活动,选派有经验的专业老师或专业带头人直接与考生面对面介绍学院、介绍历年的录取情况、专业建设、培养目标、就业出路等多个方面与学生息息相关的问题。山东省每年咨询会咨询学生人数都保持在25万人左右,在各地市都有较大影响。

3. 加强现代化媒介平台建设

(1) 招生信息网站建设

学校招生网站是实施招生宣传的战略要地,从页面设计、栏目安排到内容组织都要力求站在考生的角度,满足考生对招生信息的需求,要介绍学校概况(如专业介绍、招生计划、历年分数线等考生急需的信息),还要充分展示学校的办学水平、教学条件、生活环境与就业情况。

(2) 权威媒体网站建设

每年大众关注量、点击量较多的权威媒体也是我们宣传不可忽视的阵地,山东省招生教育考试院的官网、教育部的阳光高考信息平台、中国教育在线、新浪中国等权威媒体都是考生及家长了解招生、政策、报考信息的主要渠道。同时开展了权威媒体的微信推广和关注业务,如:在全国拥有大量用户关注的著名今日头条、半岛网络等都图文并茂的形式展示我们学院,成为我们宣传的工具和阵地。

(3) 营销QQ专线建设

全国QQ用户已达9亿,QQ已经成为我们工作生活的一个重要工具,特别是很多高中同学都建有自己的QQ群,同学们信息交流互通更为方便快

捷。鉴于以上特点,我们借鉴企业的管理模式,并打破普通QQ号咨询服务的各项限制组建了营销QQ专线。

(4) 在线咨询系统建设

引入教育部财政委托研发杭州电子科技大学的高考咨询的自动回复系统。将原有学院网站中的在线咨询系统与自动回复系统相融合,做到24小时在线咨询回复效果。

(5) 学院官网微信中的招生建设

随着我院官方微信的用户关注量与日俱增,招办联合学院宣传部,在招生季前,由招办提供相应材料,由学院微信工作室设计并重点推出及其,点击访问量、推广传播快,反响效果好,并能将学院招生信息同步给学院每个老师、学生,从侧面壮大招生队伍。宣传部提出的后期在学院重大新闻中以软文的形式中植入招生信息,也是保证学生家长及各界人士想要了解的很好的方法建议,将在以后的招生宣传工作中发挥重大作用。

(6) 手机APP建设

基于手机的随时随身性、互动性特点,容易通过微博、SNS等方式分享和传播,实现裂变式增长。学院招生就业办联合中国教育在线专门创建了便于考生手机浏览的APP网站,重点对学院的学院概况、招生信息、专业介绍、招生计划、学院优势、深造途径等重点方面进行详尽介绍,便于考生随时随地查询了解。

(7) 3D动态建设

现在一般的学院视频介绍已经不能够满足考生需求,特别是冗长的千篇一律的风格和各学院专业大同小异的介绍,特别是视频时间一长很容易对考生家长造成审美疲劳。而新出现的3D全息投影技术可以说是已经融入我们的日常生活中,它不但能给人们带来全新的视觉体验感受,而且能给各个领域带来新鲜的元素。

4. 优质生源基地建设

在招生考试制度改革的背景下,维护好学院生源的质量,建立一批生源质量高、生源稳定的基地显得尤为重要。通过搭建互动平台,建立长期的交流机制,组织校际间的交流活动,现阶段我们已经与省内一大批高中院校建立长期的人才输送渠道,也使得我院录取分数稳步提高。

5. 就业工作建设

学院依托行业办学优势,围绕就业需求,强化校企合作,先后与上百家业内知名企事业单位建立了

校企合作关系。突出实践教学,充分利用不断完善的校内各类实验实训室,校内及校外各实验实训基地,大力推进实践教学。同时,建立健全订单式教育、工学交替、顶岗实习等各种教学模式,把理论教学与产业一线的实践教学紧密结合到一起,大大提高学生的实际动手能力和岗位群适应能力,提高毕业生就业竞争力,使就业质量不断提高。学生可持续发展能力的不断增强,从而加强以就业为导向的宣传工作,进一步营造以就业促招生的舆论环境,以高就业率吸引高质量的生源,形成“招生—就业—招生”的良性循环。转换宣传思维,彰显就业优势,突出就业与发展,夯实高招宣传成果。

6. 职业培训服务能力平台建设

为贯彻落实《国务院关于加快发展现代化职业教育的决定》(国发[2014]19号),为我院毕业生提供多样化、普及式的学习和发展渠道,提升我院学生的学历层次和就业能力,我们与省内多所知名高校就现在社会上热门专业,开展专科生在校同时套读自考本科,从而吸引了大量此类学生的报考我院。

另外,我院培训中心开展的雅思培训、驾照培训、中外合作等项目,烹饪学院的烹饪中高级证书、旅游的导游证、报关证、会计上岗资格证、计算机类的二级证书、微软认证、思科认证、建造师资格证书等一大批重要证件,既为在校学生提供了能力保证,也提高了我院在社会上的知名度,从侧面支持了招生工作。

四、结语

高校招生是一个“吸粉养粉”的过程,招生宣传要长远规划和全年实施。高校招生要有品牌意识和正确方式,而不能靠有损品牌的“买学生、抢学生”。广告选择要看过程和数据说话,而不是凭表面和感觉,更不是简单的以官方和非官方而论。高校招生不能只靠学校自身和一般媒体,更需要一个强大的“移动互联网+”平台。

结合多年招生工作经验对现有的纸媒、网络平台、咨询大会、微信平台等高职招生手段进行了初步的说明,分析优势与不足,并对接触的新的宣传方法提出各自的观点和讨论。招生宣传要长远的规划和全年的实施,没有“招生季”一说,树立品牌意识和正确方式,通过专业数据详细介绍学院,建立“移动互联网+”的招生平台。做好服务,当好参谋,真正做到急考生所急,想考生所想,就可以让他们解除顾虑,让考生和家长“带着疑问来,怀揣满意归”。

总之,高考招生制度的改革,对高校招生工作而言既是机遇也是挑战,今后高职院校要更加重视招生宣传工作,结合地方特色和区域优势,创新工作方法,做到思变而明,思变则通,在保证生源数量的同时提高生源质量,为推动学校进一步发展积蓄力量。

参考文献:

- [1] 刘海峰. 高考改革的期望与现实[J]. 中国高等教育, 2015(12):1.
- [2] 张瑶祥. 从招生与就业角度谈高职院校的专业建设[J]. 文教资料, 2007(13):36-39.
- [3] 杜玉波. 把握新常态下的高教发展[N]. 光明日报, 2015-03-02(02).
- [4] 陈先哲. 新常态下我国高等教育面临双重转型[N]. 中国社会科学报, 2015-03-11(05).
- [5] 高振发. 高职院校生源多元化背景下的学生管理创新[J]. 教育与职业, 2015(24):33-35.
- [6] 马辉. 未来高职院校的招生趋势与对策[J]. 安徽电子信息职业技术学院学报, 2015(4):104-107.
- [7] 顾德学. 新常态视域下的高等教育改革[J]. 人力资源管理, 2015(10):149-150.
- [8] 赵德武. 高等教育新常态与教育改革创新[N]. 光明日报, 2015-01-06(16).

On the Speculation and the Countermeasures of Students Enrollment Promotion of Higher Vocational Colleges under the Background of the College Entrance Examination Reform

LENG Xueyan, FU Shuguang

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

Abstract: This article analyzed the status quo and the tendency of students' enrollment in higher vocational colleges at present, and put forwards the promotion methods and changes under new situation at the same time. The paper took Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management as a case, considering that as a featured college highly focused on Hospitality development, Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management should take measures to well conduct the enrollment promotion by scientific positioning, serving local economy, adjusting enrollment policy and making new enrollment methods.

Key words: college entrance examination reform; higher vocational college; enrollment; promotion

(责任编辑:魏有广)

“单招”背景下高职院校品牌效应提升研究*

姜文魁

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要:高职院校单独招生是我国高考招生制度改革的重要举措,也是高职院校对报考生源采取多元化分类选拔的积极探索。文章总结了高职院校单独招生的政策背景与现实意义,分析了单独招生与提升高职院校品牌效应的内在关系,并提出了提升“单招”高职院校品牌效应的具体策略,以期为“单招”背景下的高职院校品牌建设提供理论指导。

关键词:单独招生;高职院校;品牌效应;提升

中图分类号:G647 **文献标识码:**A

一、单独招生的政策背景

国家教育部为了贯彻落实国务院提出的大力发展职业教育的精神,突出高职教育特色,全面贯彻素质教育的要求,以打破全国统一高考模式为标志,于2005年率先在上海高职院校进行单独招生的试点,2007年开始在全国逐步铺开高职院校单独招生试点工作。此项工作的开展,旨在完善高等教育多元化选拔录取机制,是积极推进高考招生录取制度改革的重要举措,也是对选拔和培养优秀高技能人才的新探索。参加单独招生考试录取的考生与参加高考录取的考生享受同等待遇。比如,除了可以让单招招生享受到优质的教育资源以外,还可以提升单招院校的品牌价值,有助于在学生和社会中树立良好的品牌形象。

结合2005年全国职教会议的进程安排,自2007年教育部办公厅选取并首推了综合素质较高的江苏、浙江、湖南、广东4省共8所示范性高等职业院校作为试点院校以来,全国性的高等职业院校进行单独招生试点工作逐步铺开。参加单独招生试点的院校逐年增加,2011年院校数量增长到159所。到2015年,单独招生院校的范围进一步扩大,包括100所国家示范性高职院校、100所国家骨干高职院校、各省级示范高职院校以及国家高等职业教育综合改革试验区等。山东省高职单招院校数量也是急剧增长,2013年是29所,到2016年是43所,招生计划数是39003人,如表1所示。

表1 山东省2009-2016年单独招生计划

年份	院校数量	招生计划
2009	2	350
2010	6	2160
2011	13	5655
2012	15	10413
2013	27	26513
2014	42	34104
2015	43	35763
2016	43	39003

二、单独招生的现实意义

高职院校的“单招”不仅仅是国家高等教育招生改革,也是扩大高校自主权的重要举措,可以有效的弥补了高职人才选拔形式单一的缺陷,是高职院校人才培养的制度保障。单招对于提升高职院校人才管理和培养水平,激发培养新型人才积极性都具有重要意义。所谓单招不单单是招生形式的改变,还伴随着整体的招生网络的优化和整合,目的在于更加合理有效的选拔高质量的生源,积极引导各类高、中层次毕业生选择品牌效应好的高职院校,有助于提升高等职业教育整体的办学水平,逐步完善和优化具有中国特色的高等职业教育体系,加快我国高等职业教育体系的成熟。

高职院校的单招改革试点,摒弃了传统的“一考定终身”的不足,改为全面而综合的评价生源素质,可以选拔出适合接受高等职业教育的生源,是在我国高考制度改革以及职业教育发展的背景下形成的,被誉为近年来我国招生选拔方式的重大改革,是

* 收稿日期:2016-11-23

作者简介:姜文魁(1982-),男,山东威海人,青岛酒店管理职业技术学院讲师。

高职院校人才选拔的必然趋势。因此,单招工作开展的成败与否将直接关系到高职教育的发展和出路,决定了我国高等职业教育体系是否完善,这就必然要求其充分重视学生管理、教学改革等方面的内容,潜心研究招生、就业两大环节的工作方案,才能促进单招工作又好又快的发展。为此,山东省教育招生考试院结合国家教育部的高职单独招生政策,积极引导和鼓励省内高职院校进行单独招生,并取得了显著成效。

三、单独招生与高职院校品牌效应的内在关系

(一)“单招”是高职院校品牌传播的良好平台

高职院校的品牌影响力以及专业设置,无疑是最吸引考生的两大因素。2006年立项建设的国家示范高职院校长沙民政职业技术学院,2009年网上单独招生报考考生多达6000余人。同样的情况出现在2013年,很多高校甚至是本科院校都出现了一志愿未投满的情况,而湖南铁道职业技术学院的单招报考生源则多达3800人。因此,品牌影响力大、办学口碑好的单招院校可以借助单招的平台,进行直接有效的自我宣传,进一步提升单招院校的品牌。

表2 青岛某高职院校单独招生情况分析

年份	单招专业数	报考人数	录取人数
2009	3	229	118
2010	13	1362	490
2011	14	1498	632
2012	16	1739	734
2013	18	1788	722
2014	17	2123	777
2015	23	2700	1200

生源数量已经成为高职院校发展的“生命线”。2008年到2018年的10年,将是全国高中毕业生数量的数据转折区间,生源数量的进一步减少,将直接影响高职院校的招生计划的完成。山东省从2012年开始实行了注册入学机制,这使得单招院校的品牌效应日益明显,对于报考生源的吸引力的作用进一步加强。品牌和口碑不佳的单招院校会因为自身生源的萎缩,可能会存在很大的生存危机。

报考考生和家庭越认同报考院校的品牌和口碑,那么报考该院校的生源数量就越多,单招院校所招收的生源质量就越高。因此,“单招”也是高职院校进行品牌传播的良好平台。

(二)高职院校品牌效应有利于“单招”工作开展

随着教育的不断深入,单招院校越来越意识到想要获得持续的发展和提升,离不开根据市场与行业的实际需求为出发点,以满足家长和社会对

于单招专业的要求,特别是面临越来越激烈的生源竞争,高职院校专业设置、职业定位如果没有特色,不遵循市场发展需要的供需关系,就难以获得发展的主动权,就很难立于不败之地。因此,单招院校想要继续生存和发展下去,就要充分意识到:

1. 品牌效应是单招高职院校持续发展的源动力

高职院校单招工作的自我发展离不开专业特色和品牌影响力,院校品牌效应的扩张,有助于自身整体优势的提升以及整体社会价值的实现,不断培养出市场和社会需要的优秀毕业生,实现来源于社会服务于社会的办学宗旨,逐步地形成在社会上叫得响的特色专业和特色学科,社会效益明显增加,最终得到社会各界的认可。

2. 品牌效应是单招高职院校内涵性扩张的体现

高职院校的办学理念需要根据区域社会经济的实际需求,不断调整和完善学科专业设置,强化师资队伍建设,坚持外延和内涵发展相统一、规模和效益相统一、硬件和软件发展相统一的价值观念,助力其内在价值的提升,使得学校发展与社会需求进入良性循环,学校本身在量的增长基础上必然实现质的扩张,进而形成学校发展的核心竞争力。

3. 品牌效应有利于单招高职院校特色文化的建设

“高职院校特色文化建设的核心是人的个性化,而人的个性化离不开独特的校园文化环境建设,主要包括建筑环境,知识文化环境,管理育人环境,职业训练环境等。每个院校都可以进行富有特色的品牌文化建设,都可以形成自身独有的文化环境,是高职院校品牌化建设不可缺失的部分。而品牌文化的建设,同样有助于独特育人环境的形成。因此品牌文化建设既是高职院校育人的软环境,又是学校持续发展的硬实力。

四、提升“单招”高职院校品牌效应的具体策略

(一)内在因素的提升

1. 加强内在的特色文化建设

对于单招的高职院校品牌而言,需要具有独特的学校文化,更需要有特色的专业课程;结合自身实际,加强与企业的沟通和衔接,利用和借鉴先进的企业文化和企业理念,不断更新课程目标和学生管理方法,将有利于学校提升社会价值的企业文化融入到校园特色文化建设中来。

2. 加强相关专业“双师型”队伍建设,提高自身的专业素质

单招高职院校要鼓励并为专职教师安排企业一线的学习调研机会,使专职教师由理论教学向教学、实践的一体化人才转变;要聘请行业内知名的企业高层和相关人才,来学校进行实践教学,邀请企业内部的专家参与到课程的开发中来,逐步优化双师型师资队伍构成。

3. 加快单招院校相关专业的软硬件更新速度

根据单招专业的特定岗位需求制定专业人才培养目标和方案,引进先进的学校管理理念,更新课程体系、教学方法等,将目前国内外以及相关企业掌握的前沿信息,作为单招专业软件更新的理论依据;借鉴和使用现代的目标管理方法,努力与企业和社会的需求保持步伐一致,不断更新现代化教学手段和配套设施,作为单招专业硬件更新的现实支撑。

(二) 外在因素的提升

1. 以校企合作的模式,提高高职院校就业率

以校企合作为出发点,改善实习实训条件,建立实习基地,培养区域内各类经济实体需求旺盛的实用型人才。与效益较好的单位建立长期合作关系,形成自己的毕业生就业网络,在此基础上不断拓宽学校的就业渠道,提高学校毕业生的就业率,以此吸引省内高质量的生源,形成“出入两旺”的良性循环,提升高校的品牌影响力。

2. 以行业标准和需求,调整和制定单招生源的培养模式

单招院校应该与用人单位紧密联系,以就业为导向,有针对性地调整专业设置和专业结构,以用人单位的实际需求为出发点,对教学计划进行相应的修正。单独招生试点十余年来,引起了社会、学界和

考生的普遍关注,给高职教育带来的影响是全方位的、立体化的。这就要求单独招生摒弃传统高考一张试卷考察所有的模式,转变成注重考生基础知识的掌握和职业发展潜质的选拔模式。

鉴于上述分析不难看出,除了加强内外因素的合理提升之外,我们还应该科学合理的引导单招学生进行自己的职业规划,不断调整其就业的期望值,树立科学的择业观和价值观,积极引导其做好自己的职业定位,以免错失好的就业机会。此外,还要鼓励知识基础好、学习意愿强的单招学生,通过自身的努力采取多种途径提升学历水平。当然在不断加强理论学习的同时,不能放松对特色专业职业技能的掌握和实践,在泛学历化的用人市场上,并非学历高就意味着职业素养高,只有通过不断的强化职业技能,才可能凭借职业院校培养的技能优势和学历文凭在人才竞争中受到企业和商家的青睐,实现优质化就业。

参考文献:

- [1] 游小娟. 湖南省示范性高职院校单独招生现状与对策研究[D]. 长沙:湖南师范大学,2011.
- [2] 李忠华. “单招”背景下高职院校品牌传播途径研究[J]. 湘潮(理论版),2013(9):65-66.
- [3] 林凯,刘建东. 高职院校单独招生工作机制的研究与实践——以青岛职业技术学院为例[J]. 青岛职业技术学院学报,2014(4):26-29.
- [4] 张始峰. 高职院校单独招生的实践与思考[J]. 中小企业管理与科技,2015(3):261-262.
- [5] 朱中原,黄明明. 单独招生对高职教育的影响与对策探析[J]. 西昌学院学报(自然科学版),2012(4):73-76.

Research on the Promotion of Brand Effect in Higher Vocational Colleges under the Background of Independent Enrollment

JIANG Wenkui

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

Abstract: The independent enrollment of higher vocational colleges is not only an important measure for the enrollment system reform of College Entrance Examination, but also a positive probe into the diversified selection of the candidates applying for the higher vocational colleges. This paper summarized the policy background and realistic meaning of independent enrollment, analyzed the inner relation between independent enrollment and the promotion of brand effect in higher vocational college and put forward the specific countermeasures so as to provide certain theoretical guidance for the brand construction of higher vocational college under the background of independent enrollment.

Key words: independent enrollment; higher vocational colleges; brand effect; promotion

(责任编辑:魏有广)

高职院校营销专业校内实训模式研究*

黄 静

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘 要:高职院校营销专业校内实训是本专业学生在校期间实践能力和职业素质养成的主要场所,其承担了实践教学的大部分任务,因此,校内实训模式选择和整合是校内实践教学的关键。本文系统研究了高职院校营销专业五种校内实训模式,以供该专业校内实训的建设提供帮助和借鉴。

关键词:高职;营销专业;校内实训;实训模式

中图分类号:G712 **文献标识码:**A

实践性是高职教育的显著特点之一,实践环节在高职课程中具有相当重要的地位。从国内目前文献研究资料看,我国高职营销专业实践教学还处于探索阶段,实践教学的内容、方法与体系研究目前还没有形成体系。虽然众多专家学者对高职实践教学提出了许多相应的探讨和研究,但总的来说大多数还停留在零散化,缺少操作性和系统性。

高职营销专业校内实训是实践教学的重要环节。通过校内实训,学生提高了自身的实践能力和职业素养,为踏出校门夯实了基础。而学校通过开展校内实训活动,加强教师与学生的互动,不仅使学生在以后的求职过程中更具竞争力,也是促进市场营销专业教学质量提高的重要保证。高职营销专业校内实训模式包含很多,高职学校可以根据自己学校目标和专业定位选择和整合以下几种模式来建设校内实训体系。

一、营销专题活动

营销专题活动主要是聘请校外企业专家和知名学者到学校位学生做营销实践方面的指导。这种模式是高职营销专业校内实训模式中最常用和简单易行的模式,关键是企业专家和知名学者的聘请,还要合作的长期性和稳定性,实现形式可以多样化。

(一)营销沙龙

学校可以通过开办“营销沙龙”等系列活动,聘请校外企业专家和知名学者到校内,为市场营销专业学生开设专题讲座,专门为学生提供加深理论

和实践经验的讲座。在这种轻松愉快的氛围中,学生就会减少紧张度和恐惧感,更容易与专家、学者活动,从而最大限度的汲取各种知识和实践经验。

(二)网上营销论坛

还可以通过网上“营销论坛”让企业专家与学生直接对话,解答学生一些有关营销专业、职业方向等相关方面的问题。企业专家也可以把企业中的一些问题或项目发到论坛,让学生参与和讨论。比如参与企业市场营销策划项目、市场调查实践以及项目的可行性研究等,这样企业有时候也可以得到一些创新的思想和建议。在企业专家指导下,甚至一些市场调查资料收集等项目企业可以让学生做。这样不但学生可以得到实践锻炼,企业也可以从中受益,从而实现双赢。同时不仅避免了与校外实际的脱节,还避免了课堂实践教学的闭门造车现象。当然在营销论坛,专业教师可以随时指导学生,创建企业专业学习讨论的平台。

(三)营销协会

营销专题活动还可以通过建一个学会或讲习中心,比如营销协会。营销协会是学生自办的学会,学生可以根据自己的兴趣和特长,各抒己见、畅所欲言。针对某个课题或者案例,“仁者见仁,智者见智”,发表自己的见解和看法,最后汇总。通过多方位、多角度的探讨和分析,能够培养学生科学思维能力、语言表达能力、人际交往能力、自我心理调节与平衡能力,从而向复合型、创新型人才的道路迈进。

* 收稿日期:2016-09-01

作者简介:黄静(1975-),女,山东淄博人,青岛酒店管理职业技术学院副教授、经济师,北京航空航天大学 MBA,主要研究方向为市场营销。

二、营销技能比赛

近年来,高职院校越来越把培养满足社会需要的人才放在首位,越来越重视让学生参与社会实践。在办学思想、课程设置等方面都进行了很多有益的尝试。其中鼓励并支持学生积极参与各种各样的职业技能比赛就是一个缩影。为了能够参加技能比赛,学生就要积极学习和主动实践,老师也要积极指导,甚至也要学习,这样技能比赛也就成为了职业技能训练和测试的又一个很好的校内实训模式。

(一)校内营销技能比赛

高职学院、系或学生团体可以根据营销专业课程的设置和实际情况,每年定期举办一些常规的营销技能比赛。例如实地推销比赛、促销策划赛、广告CF创意比赛、创业计划大赛、商务信息搜索比赛、网页设计比赛等专业性比赛项目。还可以是一些综合性的比赛,比如“假如我是某某总经理”演讲、企业经营管理沙盘模拟大赛等竞赛活动。这些比赛除了营销专业学生参加外,还可以允许其他专业学生参加,形成良好的竞争氛围。

通过这些比赛,学生不仅提高了各种能力,还加强了团队协作精神,为以后的就业打下良好的基础。

(二)校外营销技能比赛

高职学院、系或学生团体还可以组织、鼓励学生参加全国、省或企业主办的营销大赛,如中国营销(推销)技能大赛、“营销之星”大赛,全国大学生企业经营沙盘模拟大赛、全国职业院校技能大赛中的营销技能比赛等。

学校的教育归根结底是为了学生成才,但由于日常的课程学习分散在几个学期里,所以通过这种技能大赛,学生会对所学领域有更清楚的了解和认知。并通过实际操作需要将这些分散的知识整合应用。在参与过程中学生可能会遇到各种突发情况,这就要求学生有较强的随机应变能力,为踏入社会,融入社会做好良好的准备。同时这些技能比赛也向学生提供一个面向社会展示自我的机会,实现了教学与实践的完美结合。

参加各种技能大赛不仅为学生提供了营销实践锻炼的机会,通过积极参加国家举办的职业技能大赛等活动,学校也得到很多好处。

首先,学校能够实现实践教学和现实需要的高度统一。通过技能比赛,学校一方面可以了解到目前社会上对人才的需求情况,因材施教,培养迎合社会需求的复合型人才;另一方面通过与企业“联姻”,

加强协作与交流,可以加强校内硬件设施建设,保证了高职学生企业实习的需要。并且要在各种技能大赛中取得好成绩,学院就要极为重视培养学生的动手能力,针对营销职业岗位内涵和需要进行课改,使学生能够更好的融入实践教学中,达到校内学习与社会实际操作的高度统一。

其次,教师的实践教学水平会得到极大的提高。通过技能大赛,学校教师可以与企业管理层零距离接触,能够了解当前行业的发展状况以及专业现状,从教学体系、课程体制和授课方式等方面作出一系列改革。如此,教师不仅能够丰富和强化自己的理论知识,还能进一步提高自身的实践教学能力,真正做到“传道、授业、解惑”,培养一批有实际操作能力和专业素养的人才。

最后,能提升学校的影响力。在职业技能大赛中,各职业院校同场竞技,能够将自身的教学水平和职业特色展示得淋漓尽致。好的比赛成绩是学校综合实力的体现,标志学校的办学能力和教学质量达到一个新的高度,能极大提升学校的影响力。

三、营销计算机模拟实训

营销模拟实训是采用计算机模拟仿真教学软件系统等直观性强、动手能力强的实训手段对学生进行营销专业和综合实践教学。通过这种教学模式,能够极大调动学生的积极性,使其踊跃参与,从而对所学专业有更直观的认识,有效提高分析问题和解决问题的能力,提高其在企业的适应能力。同时学校也可以将实践过程中所产生的决策风险降到最低,节约教学成本,达到教学简约化和成效化的完美统一。

(一)营销专业课程模拟实训

营销专业很多专业课程可以采用计算机模拟软件系统进行实践教学,并且可以和课堂教学同步进行。在每门专业课程内容的设置时,配合相关的软件模拟系统的实训,让学生在学习理论的同时能对所学内容有更深刻理解。

例如学生在学习《网络营销》课程的同时,也通过相关实践软件进行系统实训。这样不仅能让将所学专业知识应用于实际操作中,加强理论与实践的结合,而且还能锻炼并提高学生的思考能力、动手能力和随机应变的能力。实训内容包括网络营销工具的使用,网站功能策划、网站风格策划、网站技术选择、网上交易等实训,与网络营销课程紧密结合。还有《市场调查与预测》数据分析软件和《顾客

关系管理》等专业课计算机模拟实训软件都会提高学生的数据分析能力。

(二) 营销综合能力实训

营销综合能力实训是借助营销专业综合实训软件,使营销环境虚拟化,让学生从企业管理者的角度,对市场现状和趋势作出分析和预测,并制定相应的营销决策的培训。营销综合能力模拟实践训练课程都是在相应的课程开设之后进行。例如,ERP软件、企业经营模拟对抗软件、企业经营沙盘软件等等。

例如“企业经营模拟对抗”软件系统有虚拟的顾客群与公司,而公司的实际操作人员就是学生,所有的营销策略都由学生一手制定,并在网上实施。通过对在实训过程中所遇到各种问题的处理,可以考察学生对所学专业理论知识和专业技能的掌握程度,有的放矢,加强学生对营销知识的认识以及对市场竞争细节的了解,切实提高学生的营销实践能力。

随着远程教育技术和方法的日臻成熟,计算机模拟实践教学可以实现跨专业、跨教学点交互教学。由此,计算机模拟实训就可以安排在假期或者其他实践,成为学校内实践方式的一种延伸,因此正成为高职营销专业校内实践非常有力的模式。

四、营销实验室

营销实验室是一种为学生提供接近现实实践环境进行实训的模式。这种模式是一般计算机软件难以模拟实现的,它可以弥补营销模拟软件系统有些不能满足实践教学对综合能力培养的需求的不足,让学生在虚拟环境中实战演练,运用专业知识和专业技能,充分发挥自己的聪明才智,对案例进行深入剖析,以达到教学目的。营销专业一般需要可视化任职实验室、商务谈判实验室、营销沙盘模拟实验室等营销实验室等。

例如商务谈判实验室,具体配合《商务谈判》等核心专业课程的教学,它能够同时容纳一定数量学生进行实践教学。该实验室主要是给学生提供一个实践的场所,营造谈判的氛围,模拟真实场景,使商务谈判的每一个步骤能在一个模拟的真实场景中展开,帮助学生掌握商务谈判的方法和技巧,提高他们运用英语的实际能力。在实验过程中,将每一个学生的行为全程录像并随时回放,以便学生查看自己的表现并得以改进和提高。同时,该实验室还可以用于公关礼仪和模拟招聘等实践教学。还有可视化认知实验室主要是加强对理论课的深化认识,主要

涉及到学生创业教育、外贸实务和营销教学。该实验室主要给学生提供一个模拟的真实情景,将理论知识直观地展现在学生面前,以便学生轻松地掌握。

五、校内实训机构

以上的校内实训模式虽然都是力图模拟或仿真实现环境,但是虚拟和现实总是有差距的,这种校内实训模式无法真正让学生感同身受,实训与实际脱节成为必然,实训效果就会可想而知。而校内实训公司完全是真实的公司,在现实市场环境中经营,能让学生得到“真刀真枪”锻炼。因此,校内营销实训公司是校内实训模式中比较理想的模式,是目前高职院校营销专业人才培养定位实训模式的最佳选择之一。

(一) 校企合作的实训公司或机构

通过校企“联姻”,一方面能够解决学校经费不足、硬件设备差的问题,另一方面教师能够与企业管理层深入交流,互通有无,了解目前行业现状和发展趋势,为下一步的教学工作及时作出调整和改进。

校企“联姻”的模式很多,比较具有典型性的几种模式有:优势互补型合作实训机构、连锁经营或代理型实训机构、企业投资型实训机构。

(二) 学校自建实训机构

随着市场竞争的加剧,很多企业涉及公司商业机密、核心竞争力的部分不愿让外人涉足,学生实习根本学不到实质性东西,很多只是去打散卫生、跑跑腿等类似的工作,职业院校自建营销实训公司便是一种选择。包括利用学校现有资源改为营销实训公司和创业型学校内实训机构两种模式。

六、结论

在具体操作中,校内实训模式的选择要根据高职营销专业实践教学的特点和培养目标为依据,合理安排实践教学的内容、时间、进度等,实现校内实训与课堂教学之间的有机融合,使其贯穿于整个营销专业体系中。

要注意的是,高职营销专业校内实训模式的选择和整合应当结合专业课程设置和本校实际,有步骤、系统化地施行,多层次、强有力地推进,不能盲目硬上,更不可能一蹴而就。各高职院校要根据自身发展的形势和营销专业建设的倾向制定出适合自己特点的校内实训体系。

参考文献:

- [1] 郑聪玲. 高职市场营销专业实践教学模式的探索与思考[J]. 浙江工商职业技术学院学报, 2012(6): 61-63.
- [2] 陈琦. 关于高职院校市场营销专业实践教学的研究[J]. 教育时空, 2013(6): 135-136.
- [3] 黄仁贵. 市场营销专业实践性教学初探[J]. 文化与教育技术, 2010(2): 231-232.
- [4] 彭宣红. 美国高职教育模式特征及其启示[J]. 岳阳职业技术学院学报, 2008(7): 5-8.
- [5] 林云. 对构建市场营销专业实践性教学体系的思考[J]. 职业教育, 2009(9): 33-34.
- [6] 宋轶玲. 市场营销专业实践教学模式的创新与实施[J]. 边疆经济与文化, 2010(5): 156-157.
- [7] 王锡耀. 创新型高职课堂教学设计探讨[J]. 教育与职业, 2010(5): 107-109.
- [8] 梁俊. 发达国家高职实践教学的启示[J]. 广州广播电视大学学报, 2010(6): 27-32.
- [9] 李静. 高职会计实践性教学研究与应用[J]. 沿海企业与科技, 2007(5): 169-170.
- [10] 麦影. 高职物流专业实践教学研讨[J]. 科技咨询导报, 2007(15): 230.
- [11] 王立君. 国外高职院校实践教学体系的构建现状及启示[J]. 中国科技信息, 2006(3): 266-272.
- [12] 刘雪梅, 雷姝燕. 论高职旅游管理专业实践教学体系的构建[J]. 现代商贸工业, 2008(1): 188-189.
- [13] 卢勇, 陶鹏德. 高职市场营销实践教学创新研究[J]. 广东广播电视大学学报, 2008(6): 18-21.
- [14] 盘明英. 高职市场营销校外实训基地建设的研究与实践[J]. 法制与经济, 2007(10): 122-123.
- [15] 潘丽, 俞建伟. 高职院校技术转移、成果转化模式的探讨[J]. 苏州市职业大学学报, 2007(5): 76-83.
- [16] 赵培军, 鲁凤宇, 刘景芳. 高职院校开展创业教育的思考与实践[J]. 辽宁农业职业技术学院学报, 2008(3): 34-35.
- [17] 陈小健, 钱建国, 黎炜. 高职院校科技成果转化问题及对策研究[J]. 中国高校科技与产业化, 2010(4): 40-41.
- [18] 杨海娜. 高职院校市场营销实训教学探讨[J]. 现代商贸工业, 2008(7): 254-255.
- [19] 汪玲. 高职院校校外实践教学基地建设与管理研究[J]. 泸州职业学院学报, 2010(2): 1-5.
- [20] 段洪. 工商管理类专业校外实践教学基地建设探析[J]. 科学时代, 2009(2): 123-124.
- [21] 姚金星, 杜国锋. 工学交替校外实践教学基地建设的问题与对策[J]. 长江大学学报(社会科学版), 2008(10): 205-206.
- [22] 赵永宽, 石元蒙. 浅谈独立学院实践教学体系的构建[J]. 教育教学研究, 2010(2): 108-111.
- [23] 司新云. 市场营销专业课程体系构建初探[J]. 黑龙江对外经贸, 2009(11): 96-100.
- [24] 王春兰. 市场营销专业实战实训教学探索与实施[J]. 科技与社会, 2008(6): 52-54.
- [25] 蒋国萍. 市场营销专业校外实训基地建设探索[J]. 市场周刊, 2007(12): 105-106.

Research on Mode of Intramural Practical Training for Marketing Specialty of Higher Vocational Education

HUANG Jing

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

Abstract: Intramural practical training for marketing program of higher vocational education is the main form to fosters practical ability and the professional quality of students during their school period, and it has undertaken the main duties of the practice teaching. Therefore, the selection and the conformity for the mode of intramural practical training is the key to practical teaching. This article systematically studied on five modes of intramural practical training of marketing program in higher vocational education, providing helps and reference for the construction of intramural practical training for marketing program of higher vocational education.

Key words: higher vocational education; marketing program; intramural practical training; mode of practical training

(责任编辑:魏有广)

就业竞争力导向下高职院校项目化双语教学改革的理论思考与实践研究

——以《酒店人力资源管理》课程为例*

孙海燕

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要:项目化和双语教学方法研究由来已久且成果丰富,但具体到某一行业,特别是与国际化高度接轨的酒店行业,相关研究成果则较少。本文在酒店业高素质人才短缺、毕业生就业职位和岗位层次较低、离职率居高不下的行业背景下,结合学院教学改革趋势和要求,以学院首批项目化改革课程《酒店人力资源管理》为例,从创新教学方法入手,打破以往被动灌输型的教学模式,从用人单位需求和课程教学角度重新探索适应社会需要的人才培养途径,紧贴行业实际,将项目化教学与双语教学纳入到课程建设中,希望探索出一条既能有效提高学生就业竞争力,又能为酒店行业输送更多高素质人才的教学发展之路。

关键词:项目化教学;双语教学;酒店人力资源管理

中图分类号:G642 **文献标识码:**A

一、项目化教学与双语教学的应用条件

在《酒店人力资源管理》课程中应用项目化教学与双语教学方法,取得了一定的教学成效,学生在拓宽就业渠道、把握就业机会、成功实现就业等方面都取得了比较理想的进步,主要得益于以下应用条件。

(一)学院支持

学院积极倡导先进有效的教学改革,项目化教学和双语教学一直是学院教学改革的重点方向。通过参加学院组织的多次培训,任课教师能够更加科学合理的设计课程内容体系,并有足够的课程建设资金启动改革项目。

(二)课程特性

《酒店人力资源管理》是酒店管理专业的核心专业课程,它通过对酒店一线部门(前厅、餐饮、客房等)领班、主管、经理等督导级管理者所涵盖的工作任务性质的分析,以实际工作过程为导向,培养学生熟悉并掌握督导级岗位人力资源管理的基本素质和能力。课程内容涵盖人力资源管理领域的规划、招聘、培训、绩效、薪酬、劳动关系六大模块,课程内容设置一是与企业管理思维、方法、技能息息相关,为培养学生的管理能力和综合素质提供了充足的学习

素材,二是课程内容本身与学生的就业息息相关,能够引起学生对课程的重视与兴趣。

(三)学情适合

《酒店人力资源管理》课程改革主要开始应用于酒店管理专业国际班。酒店管理专业为积极推进学院分层次教学改革,从2012年起,以英语水平和综合素质为考核标准,从大一新生中选拔90名左右的学生组建国际班。国际班学生大多具备较好的英文表达能力和较强的综合素质,多担任学院学生团体的负责人或各项技能大赛参赛选手。任课教师以国际班为试点开展项目化教学和双语教学改革,得到了学生的大力支持和积极反馈,为课程的顺利开展奠定了良好的学情基础。

(四)小班化授课

国际班授课均为固定教室,单班授课,人数控制在30人左右,这为教学改革的顺利开展提供了重要条件。因为在强调学生自主学习解决问题的改革模式下,小班制教学能够让任课教师给予学生更多的关注与引导,更合理可行的控制上课进度与氛围,师生之间充分的互动能够激发双方更多的思想碰撞,实现更理想的教学效果。

* 收稿日期:2016-09-22

基金项目:青岛酒店管理职业技术学院2015年度科研基金资助项目

作者简介:孙海燕(1985-),女,山东青岛人,青岛酒店管理职业技术学院教师,主要研究方向为酒店人力资源管理。

二、项目化教学在《酒店人力资源管理》课程中的应用

项目化教学源于18世纪欧洲的工读教育和19世纪美国的合作教育,是师生通过共同实施一个完整的项目工作而进行的教学活动。它是“行为导向”教学法的一种,具有实践性、自主性、发展性、开放性等特点。此种教学方法在《酒店人力资源管理》课程中的具体应用如下:

(一)设计项目

为了更好地开展项目化教学,任课教师认真准备了项目任务并得到宁波职业技术学院项目化专家认可。整门课程以为青岛酒店管理职业技术学院国际交流中心设计整体的人力资源解决方案为项目载体,下配置酒店组织结构及人员、规划酒店人力资源、招聘与配置酒店人力资源、培训酒店人力资源、管理酒店人力资源绩效、管理酒店人力资源薪酬与激励、管理酒店人力资源劳动关系、设计酒店人力资源职业生涯规划8个子项目。

(二)设计情境

任课教师设计了虚拟人物杜拉拉为国际交流中心人力资源总监,其具体负责各项人力资源管理工作。在具体工作情境的设计上,则充分考虑了学院实情,从新生接待、实习生招聘、兼职薪酬、毕业留校、职业规划等角度设计了情境任务,从而帮助学生能够在熟悉的情境中,从企业角度做出各项人力资源管理决策。

(三)课堂教学

课堂教学中,任课教师主要讲解理论知识,学生分组解决情境任务,提出解决方案。此外,为了更好地调动学生学习热情,充分发挥学生主观能动性,任课教师鼓励学生与国际交流中心负责教师进行具体情境任务的交流,即各组学生提出解决方案递交负责教师,负责教师从中筛选出具有较高可行性的方案,任课教师以此作为平时考核成绩加分。引入第三方评价制度的方法,进一步提高了学生主动进驻真实的工作情境发现问题、解决问题的能力,学生的整合意识、管理意识、成本意识等逐步提高。

三、双语教学在《酒店人力资源管理》课程中的应用

双语教学主要是指在教育过程中,有计划、有系统地使用两种语言作为教学媒体,使学生在整体学识、两种语言能力以及这两种语言所代表的文化学习及成长上,均能达到顺利而自然的发展。为达到双语教学目标,授课环节中双语设置如下:

(一)双语教学资料

基于课程需要和学生英语基础,双语教学资料主要包括(1)课件中重点知识双语展示(2)人力资源管理常用专业词汇双语学习(3)双语教材推荐(4)国外相关文献推荐(5)人力资源英语学习APP。通过分享双语教学资料,学生对重点专业英语词汇有了较为清楚地认知,能够较为熟练地判断并使用重点词汇。

(二)双语授课

在授课过程中,任课教师从企业运营和学生就业需要出发,对重点知识进行英语授课和中文翻译讲解。师生通过英语游戏、知识竞赛、头脑风暴、情境模拟、英语视频等方式互动,一方面极大地调动了学生的学习兴趣,另一方面通过设置紧凑并且重点突出的教学内容,能够帮助学生更好地掌握学习知识,达成教学目标。

(三)双语模拟

在《酒店人力资源管理》课程中,共有酒店人力资源规划、招聘与配置、培训、绩效管理、薪酬福利、劳动关系6大模块内容,而其中的招聘、劳动关系两大模块与学生的就业息息相关。因此,任课教师将其选为重点双语模拟的模块。学生通过双语简历写作、双语模拟面试、双语劳动合同、双语入职手续办理等环节的练习,熟练掌握了相关工作技巧和就业技巧,对学生今后工作具有重要的帮助。

四、项目化和双语教学改革对提升学生就业竞争力的成效

《酒店人力资源管理》课程教学实践改革,在学院领导和学生的大力支持与配合下,取得了较为理想的教学成效,主要体现在以下方面:

(一)学生求职准备更充分

以往学生求职应聘,多从自身角度做准备,忽略了企业的真实用人需求,从而使得求职过程不规范、不系统,随意性较强,一次性求职成功率较低。但通过课程项目化与双语教学改革,任课班级的学生在求职应聘时,特别是应聘国际品牌星级酒店及境外就业时,能够从企业用人需求出发,关注企业的相关信息与招聘简章,多渠道了解企业人力资源管理流程并根据企业要求制作个性化的中英文简历赢取面试机会,面试过程中能够换位思考并熟练使用“SMART”原则回答各种情境问题,灵活应变能力、语言沟通能力、分析与解决问题能力增强,面试成功率大大提高。

(二)境内外就业质量提高

在2016届酒店管理专业国际班88名学生中,境外就业11人,境外求学深造7人,国内专升本2

人,香格里拉酒店集团管理培训师1人,国际品牌高端酒店就业67人。而在2015届国际班92名学生中,9名学生被新加坡、迪拜、澳门的高星级酒店、航空公司、豪华邮轮录取,6名学生被韩国高校录取为本科生,2名学生赴美国和爱尔兰深造学习,境外就业及学习比例接近20%,其余学生均被国际品牌高端酒店录用。学生在就业、求学与求职过程中,从准备英文简历到英文远程面试,再到各种英文入职、求学材料的填写和入职入学手续的办理,均能够熟练运用课程所学知识与技能,个人综合素质和职业素养均得到了显著提高。

五、结语

党的十八大明确提出:“努力实现就业更加充分,推动实现更高质量的就业,做好以高校毕业生为重点群体的就业工作”。如何从课程教学角度提升学生的就业竞争力,则显得尤为必要且迫切。高职院校酒店管理专业学生就业层次和岗位较低,是影响高职学生职业发展的重要瓶颈,特别是在酒店行业高素质人才奇缺,离职率居高不下的大背景下,谁能拥有较强的综合素质,谁能在在行业内有所为长

远广阔的发展前景,行业内人才的停留率也会提高。因此,根据行业需要,在校内课程设置上引入项目化教学和双语教学,重点解决高职院校学生普遍存在的综合素质和英语两项短板问题,不仅能够提高学生的就业竞争力和就业层次,也能够为行业输送更多的优秀人才,保持行业蓬勃发展生机。

参考文献:

- [1] 肖飞雁. 项目化教学的教学设计、实施效果与改进路径——以在数值分析课程中的运用为例[J]. 教育观察, 2016(5):67-73.
- [2] 丁丽丽,汪顺波,洪朋辉. 高职教学改革实践中“项目化教学”的应用分析[J]. 中国教育旬刊, 2015(6):224-225.
- [3] 陈家田. 人力资源管理专业双语教学实践探讨——基于跨文化差异视角[J]. 教育教学论坛, 2016(40):154-155.
- [4] 郑大湖,戴炜华. 我国高校双语教学研究十年:回顾与展望[J]. 外语界, 2013(1):54-61.
- [5] 郭建如,邓峰. 高职教育培养模式变革、就业市场变化与毕业生就业概率分析[J]. 高等教育研究, 2013(10):57-63.

The Theoretical Reflection and Practical Research on Bilingual Project Teaching Reform in Higher Vocational Colleges Based on the Employment Competitiveness ——Take the Course of Human Resources Management in Hospitality as a case

SUN Haiyan

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

Abstract: Research on project teaching and bilingual teaching has a long history, while there is few research achievements in the specific field of hospitality program. Under the circumstances of lacking in high quality talents, lower position for the fresh graduate and the high turnover rate in hospitality industry, this paper connects the teaching reform requirement with the industry background to explore a new teaching method based-on the course of human resources management in hospitality. Taking the project teaching reform course as a case, this paper aims to explore a new way to educate the high-quality talents from the aspects of both the employers and the teaching process. It has put the project teaching and bilingual teaching into the course design, which hopes to increase the students' employment competitiveness and transport more talents into the hospitality industry.

Key words: project teaching; bilingual teaching; human resources management

(责任编辑:魏有广)

职业教育 PPP 模式在推进校企融合中的应用研究

——以青岛酒店管理职业技术学院为例*

徐佳,王媛,舒明,辛刚

(青岛酒店管理职业技术学院,山东青岛 266100)

摘要:国内关于 PPP 模式的研究主要集中于大型公共设施项目、资源开发项目和工业项目。在高职院校办学方面,关于 PPP 模式的研究主要集中于财务问题、运行机制构建和发展路径研究等方面。同时,PPP 模式对于推进高职院校的校企融合工作具有重要的理论指导和应用价值。本文以青岛酒店管理职业技术学院为例,从高职院校利益层面考虑 PPP 模式应用的各项问题,以期对学院的革新发展具有一定的参考价值。

关键词:PPP 模式;校企合作;机制建设

中图分类号:G640 **文献标识码:**A

PPP 模式(public-private partnership,即公私合作伙伴关系)是上世纪九十年代初在英国公共服务领域开始应用的一种政府与私营部门之间的合作方式,后被欧美发达国家广泛运用在交通、电信、能源等基础设施领域。2014 年以来,政府发布多项政策力推 PPP 模式,如 2014 年,国务院发布《关于创新重点领域投融资机制鼓励社会投资的指导意见》;2015 年,财政部发布了《关于推广运用政府和社会资本合作模式有关问题的通知》和《政府和社会资本合作模式操作指南》等文件,这些文件的颁布都旨在推广 PPP 模式,当下 PPP 模式的实践也是与日俱增。构建高职教育 PPP 模式一方面可以缓解高职院校融资压力、财政压力,拓展高职院校发展合作范围,提升办学质量和规模;另一方面可以使得民间资本得到合理投资回报,实现“双赢”局面,从而促成校企之间的长期合作。在经济新常态的大环境下,基于政府购买公共服务和职业教育服务的政策背景,PPP 模式将会逐步成为高职教育管理体制机制建设创新的重要载体。

一、PPP 模式的内涵

PPP 模式,即公私合作伙伴关系,是基于某个项目(多是大型基础设施建设项目、资源开发项目、公益项目等),公共部门与私营部门之间建立的一种新型项目融资模式。推广 PPP 对支持我国新型城

镇化建设、加快转变政府职能、提升管理效率以及拓宽融资渠道具有重要意义。职业院校采用 PPP 模式,提供的教育服务属于混合产品,它的运营管理模式比较特殊,兼具教育属性和企业属性,也具有公益性和营利性的双重属性。

PPP 模式包括了两个层面的涵义:广义上是指地方政府官员和企业、志愿者为改善公共服务而进行的一种正式合作;狭义上是指公共部门与私人部门共同参与生产和提供物品和服务的制度安排,是一种项目融资方式。所以,PPP 模式在服务于高职院校教育教学建设、改善高职院校办学条件、促进高职院校可持续发展等方面有较强的应用价值。

二、PPP 模式应用于高职院校的现实意义

(一)减轻财政负担,强化校企合作

传统情形中,政府的财政拨款是高职院校建设中的资金源头,而在 PPP 模式中,政府主要承担监督者、指导者和服务者的角色。为此,政府必须先要进行教育管理制度与教育投融资体制的改革与创新。新形势下,PPP 模式的运用逐渐增多,随着政府角色转化,PPP 模式既减轻了政府的财政压力,同时也确保了项目的融资和运营效果。此外,与政府财政负担减轻、社会融资手段介入的同时,高职院校与社会的交流合作愈来愈多,校企合作更加深入,实现了校企双赢局面。

* 收稿日期:2016-11-10

作者简介:徐佳(1989-),男,山东泰安人,青岛酒店管理职业技术学院教师,主要研究方向为民商法学。

(二) 投资主体多元, 防范债务风险

高职院校是非营利事业单位, 政府财政支持是其建设的资金来源。近年来, 高职教育发展势头强劲, 规模和质量不断提高。尽管随着国家的职业教育教育经费在逐年增加, 但仍不能满足高职院校扩建需求。职业教育领域的融资建设, 要求多元化的教育建设投资渠道, 吸引更多的投资主体, 把 PPP 模式引入高职建设中, 可以在防范债务风险的同时, 提高高职院校建设效率和质量。

(三) 控制运营成本, 提升管理水平

私营部门的资金进入高职教育领域的同时, 也引入了市场竞争机制。它可以把民办企业的先进技术和管理经验, 带入到高职院校建设。运营中, 可以控制项目的建设和运营成本, 提升高职院校的管理水平, 实现高职院校和私营部门之间的优势互补, 为高职教育的改革创新提供新的发展空间。

(四) 校企战略合作, 利于风险分担

职业院校运用 PPP 模式过程中, 存在着私营部门与事业单位之间的长期共同经营和合作。在 PPP 项目的前期阶段, 私营部门就开始参与, 和高职业院校共同完成项目的可行性研究、融资、运营等阶段, 并随着项目的实际操作情况, 来区分权利义务关系, 形成责任和风险共担, 有利于校企合作的深入, 分散风险。

三、PPP 模式的运营机制

PPP 模式应用于高职院校建设中具有较强的可行性, 比如在政策支持、学校融资需求和民间投资意愿等方面都有充分的理由支持。

(一) PPP 模式的类型

由于社会制度、经济环境等方面因素的差别, 不同的国家、不同的国际组织对 PPP 模式分类也不尽相同。世界银行将 PPP 模式分为六大模式, 借鉴其分类标准可将 PPP 模式分为四类, 分别为: 外包类、特许经营类、回租回购类、资产剥离类。其中, 外包类涵盖了整体外包、经营外包、建设外包三类; 特许经营类涵盖了 BOT、TOT 两个类别; 回租回购类别涵盖了政府回租和政府回购两类。

(二) PPP 模式的运行结构

PPP 模式运用于高职院校的建设, 是该模式在职业教育领域内的再次创新运用。该模式的融资结构中包括三类结构主体: 高职院校、私营部门和其他利益相关者。PPP 模式运行结构如下: 其一, 由高职院校作为 PPP 项目的发起人, 与私营部门合作投

资成立项目公司, 项目公司的股份为两者共同持有, 其中高职院校一般采取委托其后勤部门参与融资项目的选定、审批、筹资、建设和经营等程序; 其二, 是新成立的项目公司通过签订一系列的合同, 与各利益相关者(比如供应商、承办商、保险公司等), 通过发生不同形式和程度的社会经济关系, 实现了资源整合, 满足了融资需要, 以达到完成项目建设和运营的目标。其三, 是根据项目的资金需求, 可以选择一家或多家金融机构组成项目金融机构, 并由其负责整体融资计划。其四, 职业院校和私营部门共同参与 PPP 项目的建设和经营的各项具体环节。

四、高职院校应用 PPP 模式面临的问题

PPP 项目的推广, 大多是涉及公共服务、重大基础设施等领域, 其应用于职业教育领域, 尚属于发展中的新兴事物。由于受到我国社会经济形态、制度环境、法律保障、风险控制等方面因素, 职业院校应用 PPP 模式存在一些需要面对的挑战和问题。

(一) 法律法规制度保障问题

PPP 模式应用于职业院校, 在法律法规方面存在一定空白, 亟需国家出台相应的法律法规。尽管为了促使 PPP 项目融资在我国的应用, 国家目前已经出台或修订了一些相关法律法规, 但是更多停留在给私营部门参与公共设施建设的平台和环境方面, 涉及合同、税收等方面的内容相对较少, 使得 PPP 模式在运行中, 许多问题缺乏相应的法律导向和规制。由于现行法律法规体系尚不健全, 职业院校应用 PPP 模式时, PPP 模式的各方参与者必然会遇到合同、保证、税收、风险等方面的问题。

(二) 社会资本参与度问题

我国 PPP 模式运用于高职院校的操作办法尚不完善, 高职院校与社会资本之间的风险收益分配机制还不健全, 相关配套制度也相对不成熟。这些因素导致 PPP 项目对社会资本的吸引力相对不足。尽管我国有关 PPP 模式的政策陆续颁布, 但是 PPP 项目的签约率仍不理想。2014 年 9 月国务院办公厅发布《地方政府性存量债务清理处置办法》至今, 各地推出了总额约为 1.6 万亿元的 PPP 项目, 实际签约率只有 13%, 部分公益性项目无人问津。职业院校如果想利用 PPP 模式开展项目运作, 必然也会面临如何吸引社会资金, 保证融资阶段开展顺畅的问题。

(三) 重融资、轻运营问题

PPP 模式作为一种重要的融资方式, 它在项目运营、维护环节等方面的作用也不应当忽视。PPP 模式

运用在高职院校教育建设融资中,有助于提高项目效率和整体收益。目前情况下,PPP模式的运用,多是以扩张社会资本出资为目的,重在吸纳多方资金,维持项目运转。在PPP项目后续进展中,运营机制和运营效率问题往往会被忽视,因此高职院校在运用PPP模式时,应当重视融资和运营两阶段的问题。

(四)风险防范问题

虽然PPP模式的发展前景不容置疑,但是PPP模式的发展尚不成熟,各项配套制度还未定型。同时,我国还没有权威、公正的第三方监督评估机构,不能全程深入参与PPP项目的监督评估,缺少能够制约公权力部门和社会资本的机制,因此在PPP项目运营中存在的风险是难免的,比如在融资程序、财务管理、运营机制方面可能存在风险漏洞。

五、PPP模式在学院校企融合应用中的建议

在高职教育的发展中,PPP项目在高职教育领域的运用属于新兴事物,是一种理念创新,它可以有效缓解政府财政压力和高职院校融资压力,提高高职院校在基础设施建设方面的运作效率,推进职业教育改革。但是,无论是理论方面,还是社会实践方面,PPP模式在我国高职院校中的运用相对较少,也很不成熟,在推广中也存在不少问题。从学院角度考虑,青岛酒店管理职业技术学院在运用PPP模式过程中,需要注意以下几个问题:

(一)构建完善的风险分担机制

PPP项目的有效运行离不开合理的风险分担机制,由于这类项目面临的影响因素和情况复杂,PPP项目中的风险能在参与者之间进行合理分担,是这一新理念运用在职业教育领域的关键。考虑到融资、经营等方面的风险,与社会资本的关联,我们学院需要根据项目实际需求,选择有良好合作基础和广阔前景的合作伙伴关系,并制定清晰、严密的风险分担合同条款,制定好利益分配规则,均衡各方利益,防范可能发生的风险,同时也要构建合理的分担机制,以达到最大限度化解和弱化风险的目的。

(二)签订严密全面的合作协议

在职业教育PPP项目运营中,职业院校、社会资本等相关者之间的利益关系存在于项目融资和运营管理的各个阶段,他们之间的利益关系能否均衡和协调是影响PPP项目成败关键。因此,职业院校在运用PPP模式融资运营时,需要制定周密全面的合作协议,严格规范好融资机制、利益分配机制、运营管理体制等内容,并尽量规定一些约定条款对目

前的法律规定和规章制度的漏洞进行弥补。如果一方出现违约,学院自己就可以通过诉讼、仲裁等法律手段解决问题,以保护自身合法权益。

(三)引入第三方监督机制

高职教育领域的投资,利益回报期比较长,对需要利用PPP模式进行融资运营的院校,有必要引进第三方监督机制,将所有涉及的利益相关方都纳入监管的范围,适时向社会公开项目运作和建设情况,保证各相关方的赢利是为职业教育改革创新的服务。PPP项目的成功操作,依靠的不仅是合作协议的规定和利益相关者的自我约束,还需要第三方监督机制。因此,学院在运用PPP模式进行融资改革时,有必要考虑将项目纳入第三方监管之下。

(四)构建合理的进退机制

PPP模式是公私双方在利益分配和风险分担方面的博弈,因此,职业院校利用PPP模式进行融资运营,需要构建合理的退出机制,规范退出程序,未能如约、保质、保量提供职业教育产品或服务的社会资本,必须按合约规定及时退出PPP项目,并按照合作协议进行赔偿或补偿。从职业院校自身利益出发,为使PPP模式运营取得最优效益,学院需要在签订合作协议期间需要把进退机制制定合理。

参考文献:

- [1] 彭亮. PPP模式在我国的发展路径研究[J]. 商, 2015(19):183.
- [2] 李陆昕. 论PPP模式中政府部门和私营部门的权利义务配置[D]. 上海:华东政法大学, 2013.
- [3] 李飞龙. 国外基础教育PPP办学模式的实践及启示[J]. 外国教育研究, 2010(7):1-5.
- [4] 贾康,孙洁. 公私伙伴关系(PPP)的概念、起源、特征与功能[J]. 财政研究, 2009(10):2-10.
- [5] 邹磊,徐策. 健全完善PPP模式 发挥好社会资本的作用[J]. 宏观经济管理, 2015(8):28-30.
- [6] 熊慧平. 职业教育PPP(公私合作伙伴关系)运行机制构建探析[J]. 职教论坛, 2015(19):73-76.
- [7] 韩风芹,岳文静,尤伯军,李捷. 积极稳妥推进职业教育PPP的思路与建议[J]. 财政科学, 2016(2):46-56.
- [8] 南旭光. 职业教育公私合作伙伴关系的理论审视与现实对策[J]. 中国职业技术教育, 2015(30):32-37.
- [9] 钱啸寅. 职业教育开放实训中心运行绩效评估研究[D]. 上海:华东师范大学, 2010.
- [10] 倪琳. 基础教育公私伙伴关系(PPP)治理模式的公共经济学研究[D]. 合肥:安徽大学, 2013.

The Application Research of PPP Model on Promoting School-enterprise Cooperation

——Take Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management as a case

XU Jia, WANG Yuan, SHU Ming, XIN Gang

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

Abstract: It is well known that PPP model is the public-private partnerships, which is mainly used in large-scale public infrastructure projects, resource development projects and industrial projects. From the perspectives of higher vocational college running, the research of PPP model is focused on financial problems, mechanism system construction, development strategy, etc. Meanwhile, PPP model conducted significant theoretical guidance and application value for promoting the school-enterprise cooperation. Taking Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management as an example, this paper focused on the application problems of PPP mode from the perspective of higher vocational college's interests, so as to provide any valuable references for the innovation of the college.

Key words: PPP model; school-enterprise cooperation; mechanism construction

(责任编辑:魏有广)



(上接第 23 页)

- [2] 谢礼珊,李健仪,张春林. 员工感知的顾客不公平——基于关键事件法的探索性研究[J]. 管理评论,2011,23(5):78-88.
- [3] 金立印. 基于关键事件法的服务失败原因及补救战略效果定性分析[J]. 管理科学,2005,18(4):63-70.
- [4] Godes D., Mayzlin D. Using Online Conversations to Study Word-of-Mouth Communication [J]. Marketing Science , 2004,23(4):545- 560.
- [5] Perreault, W. D. ,L. E. Leigh. Reliability of Nominal Data Based on Qualitative Judgments [J]. Journal of Marketing Research,1989,26(2):135-148.
- [6] 克里斯汀·格隆鲁斯. 服务管理与营销:基于顾客关系的管理策略(第 2 版)[M]. 韩经纶,等译. 北京:电子工业出版社,2002.

Study on High-rated Hotel Service of Local Brand in Wuhan

——A CIT Analysis Based on OTA e-WOMs

ZONG Yuanyuan

(Wuhan Business University, Wuhan 430056, China)

Abstract: As a main information source for hotel monitoring on service quality, OTA e-WOMs provide online reality feedbacks for hotel service improvement and service recovery. On collecting OTA e-WOMs about high-rated local brand hotel in Wuhan, setting up a periodical text data, analyzing the CIT text-coding of the key incident, extracting the data about the six categories and their own sub-categories of service quality to construct the service quality coding system of high-rated local brand hotel in Wuhan. With the supplement of sampled text interpretation, it contributes another technical reference for specific hotel service quality online-monitoring and total quality evaluation of local hospitality industry.

Key words: hotel service quality; CIT analysis; e-WOM of guests

(责任编辑:魏有广)

政治·法律

浅论波斯纳《法理学问题》*

李瑶¹,刘洋²

(1. 青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100; 2. 中国海洋大学, 山东 青岛 266100)

摘要:波斯纳是70年代以来最为杰出的法律经济学家之一。他主要运用的两种知识资源是实用主义哲学和经济学。通过运用经济学的定量分析、定性分析工具,将实用主义哲学的观点贯穿在对旧的法的客观性理论的质疑和建构交谈意义上的法的客观性的过程中。尽管在如今社会构成多元化和不同质的时代,在法律问题的解决中特别是面临疑难问题时无法达成结论,但波斯纳确实为法律的学科构建和司法的具体实践提供了有益指导。

关键词:波斯纳;法理学;法律经济学

中图分类号:D90 **文献标识码:**A

波斯纳是一位著名的法官,也是一个活跃的学者,他在美国法律界甚或全人类的法律发展进程中都是一位重量级人物,波斯纳赞同实用主义法理学,波斯纳的这种学术态度奠定了《法理学问题》一书的整体基调和价值取向。

波斯纳将自己定义为一位“公共知识分子”,然而事实证明他在美国法律界甚或全人类的法律发展进程中都是一位重量级人物。他是一位著名的法官,也是一个活跃的学者。“谣言说,波斯纳每天晚上都睡觉”。这个小小幽默从侧面说明了波斯纳的勤奋和著作产量之多,也使他多少带有了一些传奇色彩。波斯纳的伟大之处在于他可以保证学术研究数量的同时不忽略质量,他独到的见解、丰富的想象力令无数人赞叹佩服。他知识的广博是有目共睹的,但更难得的是他对众多学科知识的熟练掌握和灵活运用。针对《法理学问题》一书,苏力在他的书评《什么是法理学?》一文中认为是,“第一部真正的美国传统的法理学著作,而不是一本来自美国学者的传统的法理学著作”,字里行间我们可以清晰感受到波斯纳法学研究视野的广阔和开拓新视野的魅力。

阅读波斯纳是一种愉悦与享受,他可以寥寥数语就简单明确的解答很多学术界历来的重大疑难课题,对不同学科不同领域的观点信手拈来,顺畅的运用自如,同时不乏恶作剧式的学术批评与幽默,正如苏力所说:“我甚至更喜欢他那娓娓道来从容不迫的

叙述风格,乃至那种即使在法律理论著作中也无法压抑的那种学者的机智甚至善意的诡计”。同时这个过程也是困难和痛苦的,他总是经过精密分析告诉你一个华丽的结论,然后用一个“但是……”摧毁自己辛苦建立的知识体系,不得不说,波斯纳的破坏力极强。

研究法理学问题,首先要搞清楚波斯纳对于法律这门科学的态度。

波斯纳并不赞成对于“法律是否是一门科学以及是一门什么样的科学”这一命题的追问,抽象的争论这些问题意义确实不大,而且很容易陷入悖论无法得出有学术意义的结论。法律要考虑各方面的因素,需要综合其他科学的知识。在波斯纳看来,用经济学的方法对法理学进行改造无疑是明智之举。

波斯纳认为科学的态度在法律中并不存在,法律的最后手段是强力,“法律是以探索真理至上的科学与以权威至上的神学之间的一种艰难妥协”。法律尊重先例和权威,与普通自然科学相比更侧重于解决问题,即使并没有很好的答案来解答这个疑难问题。法律的自主性问题历来是法理学的难题,当然,没有一门学科是真正自主的,也没有一门学科是完全寄生的。科学理论中的观察、试验等方法在法律中很难获得运用,二者又具有不同的追求,因此波斯纳否认科学在法律推理中的作用,但却支持“真正

* 收稿日期:2016-11-01

作者简介:李瑶(1982-),女,山东淄博人,青岛酒店管理职业技术学院讲师,法学博士,主要研究方向为法学理论。

按照科学模式来塑造法律”。波斯纳提倡的对法理学进行改造并不拘泥于传统的形式主义和现实主义两条路径,而是实用主义这个中间的进路。法律理应是社会的仆从,从其他例如“经济学帝国”中汲取营养并不会破坏法律的自主性与科学性,反而会使法理学有所突破。“从历史上看,法律科学的发展一直伴随着对其他学科知识和方法的借鉴和运用,只不过在不同的历史时期所借鉴的东西不同而已”。无论是之前对哲学、社会学、自然科学的使用,还是如今波斯纳所提倡的对经济学的引进,都丰富和发展了法理学理论,成功的指导了很多法律疑难问题的解决。历史和实践终将证明,法律对其他学科的吸收和借鉴对法律自身的发展大有裨益。

季卫东先生将波斯纳的理论称为“追求效率的法理”,“法可以理解为导致个人采取有效率的行为的诱因体系;对法的评价标准是促进效益最优选择的效率性”。波斯纳所代表的芝加哥学派把效率强调到极限,采取实证分析的方法,与耶鲁学派重视正义和衡平的规范分析有所区别。波斯纳所推崇的实践理性推论是与经济分析相结合的,针对于那些无法由逻辑学和科学观察加以检验的事项的信念。这种实践理性被比喻为“百宝囊”,不是单一的分析方法,也不是统一的方法体系,而是“囊括了常识、想象、反思、共感、先例、类推、隐喻、逸闻、经验、发言者的权威、动机的归责、记忆如此等等”。因为传统的逻辑演绎和科学观察法并不一定能确定对立的议论中哪一种主张是正确的,而实践理性却可以回答并解决法律问题。季卫东认为波斯纳后期对效率绝对主义进行了修正,如果采取法律工具主义的立场,每个人的行为都符合理性选择理论,“法与经济学”的分析方法是有益的,然而必须要看到片面追求效率的负面问题,充分注意到涉及正义领域的非理性因素。其实波斯纳并没有片面追求效率,也没有忽视正义,甚至在《法理学问题》一书第四编专门讨论正义问题,但他追求的是实质正义,法律的经济分析同样贯彻于“司法正义”概念的努力中,它既能解说司法决定,又能将之置于某个客观的基础之上。而道德哲学并不能为法律提供些什么,因为道德哲学并不拥有解决道德两难的钥匙,而正是道德两难使得众多法律问题难以回答。

波斯纳赞同实用主义法理学,正如他在绪论中所表明的,“法条主义者”认为“在精明能干的法官手中,至少某些时候,在稳定条件下,即使面对最疑难的法律问题,也会得出正确的法律答案”;“怀疑主义

者”认为“法律是彻头彻尾的政治,是客观的实体和自给自足的学科”。而他自己所坚持的,是“对法律作一种功能性的、充满政策性的、非法条主义的、自然主义的并且是怀疑主义的但又决不是玩世不恭的理解”。波斯纳的这种学术态度奠定了《法理学问题》一书的整体基调和价值取向。本书企图为法律构建一个令人满意的哲学基础,“一个法官的最高追求也许只是裁决的合乎情理”,在最后一章波斯纳也为建立一种新型实用主义的法理学进行辩护。“结构本书的问题是,法律是否是、在何种意义上是以及在什么程度上是对争议问题的一种客观、确定的回答,而不仅仅是个人性的或政治性的回答之渊源”。波斯纳的立场很明确——那种真实善良的中庸之道,即便这仍然会招来很多的学术抨击。

二

经济分析一个指导性的根本假设是“人们总是理性地使他的满足得以最大化”,即在各种约束条件下能够最大化的追求自己预期的满足度或预期效用。正如科斯所说:“过去,法律学就象是收集邮票——操作卷宗系统,而法律经济学则使之越来越像物理学了”。它提供了一个分析和解释法律问题的强有力的、简洁、优美、前后一致、可证伪的框架。在《法理学问题》一书中,波斯纳始终贯彻了自己的经济分析方法研究进路。

波斯纳的财富最大化理论是法律经济学分析的基石,在对成本和收益进行权衡考量后,理性选择满足目标函数的最大值,在他的实践推理例证中称为“手段一目的理性”。我们来看看他曾经给出的例子,首先是合同(交易)方面的,“如果A情愿支付多大100美元得到B的邮集,邮集对A来说就值100美元。如果B情愿以任何高于90美元的价格出售他的邮集,邮集对B来说就是值90美元。因此如果B出售该邮集给A(比如说100美元,但这一分析在任何90至100美元之间的价格上都不受质量的影响——也只有在这个范围内,交易才将发生),社会的财富就将增加10美元。”在自愿交易的意义上我们说A、B二人的状况比以前改善了,双方意思表示一致的合同是有效率的,是符合二者财富最大化标准的。另一个侵权的例子,“一个有0.01可能性造成100美元的费用事故,而要避免这个事故需要3美元的成本”,则“这个预期的事故之成本(1美元)小于避免事故的成本”。具体到开车人和行人,开车人不会耗费3美元去购买一种质量更好的刹车

油,行人也不会费心拿3美元“贿赂”开车人以避免预期的1美元损失。根据最基本的卡尔多-希克斯效率标准,驾车人和行人双方拿之前3美元的可能性支出即使在补偿预期损失1美元后还会盈余2美元,这便达到了波斯纳口中的财富最大化,“财富最大化要求的仅仅是赢家之得利超过输家之损失”。

波斯纳借助于微观经济学的分析,具体地将之运用于法律制度的分析(如均衡、平均成本等概念),将财富最大化理论扩展到整个法律领域(如财产法、契约法、侵权法、婚姻家庭法等),使得法律的经济分析充满生机与活力。波斯纳的经济学进路为司法实践提供了一种思路,效率是法的基本价值之一。法官在寻找一个合理公正的判决方案的过程中,必然要考虑很多因素,财富最大化在一个资源稀缺的社会就会显得愈发重要。财富最大化本身是一个温和的伦理学概念,法律经济学从未抛弃正义,而是从头到尾向人们做出什么是正义的表述。

尽管波斯纳本人在书中这样看待他与其他支持者、反对者的区别:“虽然有时候我以为自己是正确的,他们是错误的,但在那些真正有趣的案例中我发现对与错不是重点,我们观念悬殊不是因为我们中的任何一方出现了错误,而是因为在价值观、个性、生活经历以及对司法的定位完全不同,我们推论的前提完全不同。”但这些宣称丝毫不能掩盖他以财富最大化为基石的经济分析法学压倒性优势。波斯纳认为实证方面对经济学进路的攻击主要涉及两个问题,即经济学的科学性和经济分析方法可否适用于法律这个非市场行为领域。按照他所推崇的波普尔的“证伪”科学观,经济分析方法大多只能证实,不能证伪,理论主要来自统计分析,不能进行受控试验。但法律经济学却比法律社会学和法律心理学等更加可靠,“是人文科学中最强的”,也是波斯纳眼中最优的选择。另外,波斯纳已经对法律经济学做了合法性证明,合法性和法律本身的自主性并不矛盾。这也是波斯纳实用主义的中庸思想和工具主义的体现。他的财富最大化理论由基础主义发展到实用主义的倾向,说明学术批评和理论论战使得他在作出一定回应的同时也做了一些必要的修正,任何理论终究都要在完善中进步。

三

波斯纳的财富最大化理论使得他的法律推理可以得到具体量化,法律推理客观性检验不必诉诸于其他形而上学的东西,具体的数字计算甚或可以提

供一种可行的法律推理客观性重建路径。说到法律的客观性,《法理学问题》一书对传统意义上的法律客观性提出了质疑,波斯纳在本书中抱有积极的态度去构建法理学问题的体系,但结果却是消极的解构性的。相对于财富最大化这个基本观点,法律的客观性是在本书中进行的主要思考。尽管书中提到了很多波斯纳对于法理学问题的思考,法律的客观性是贯穿于本书的红线。正如他在序言中自己提到的:“自1981年担任法官以来,很自然,我对审判的客观性问题非常着迷,而这个问题在本书中占据了中心位置”。

波斯纳这样界定他心中的法律客观性:“客观性是与非个人化以及确定性是相联系的,尽管我称这为科学意义上的客观性,但是它并不限于在科学上适用”。他认为法律职业关注的焦点在于疑难问题,在界定“客观”时建立在“交谈”意义上,仅仅是“合乎情理”(reasonableness)。“所谓合乎情理,就是不任性、不个人化和不(狭义的)政治化,就是既非完全的不确定,也不要本体论意义上的或科学意义上的确定,而是只要有说服力的、尽管不必然是令人信服的解释,并总是伴随着这种解释,就可以修改答案”。波斯纳赞同除了法治怀疑论和规则至上论之外的第三种观点,即一种行动理论,一种“实用主义的法理学”。他采取一种“让人提不起精神的中庸之道”,反对各派的过激理论,对其中一些合理成分加以吸收,形成了自己思辨式的实用主义。

波斯纳的法律客观性理论建立在对传统理论的解构基础上,自然法学派崇尚价值分析方法,认为在国家制定法之外存在着更为普遍的自然法,是具有最高效力的永恒之法。但这无疑给人们带来了智识上的困惑,自然法因为其混淆了法律与道德而使得法律客观性受损,根本无力解决法律问题。分析法理学试图为人类构建一个完善的法律规则体系,正如马克思·韦伯的形象概括:“现代的法官是自动售货机,投进去是诉状和诉讼费,吐出来是判决和从法典上抄下来的理由”。然而什么样的规则体系是法律?逻辑的方法因为其太重视形式而忽略了价值,如二战后的纽伦堡审判,分析实证的方法在面临法律选择时就显得捉襟见肘。波斯纳在实用主义的立场上认为“法律没有本质,没有精髓”,并不是一种客观的存在。

在认识论中,波斯纳认为精密研究中的“三段论”虽然可以在法律中运用,但“在法律推理中并不是很有用的模板。它的功能只是表面某个推理过程

无误,而不是确立这一过程的结果真确。”这表明波斯纳对法律确定性的攻击首先从质疑形式逻辑的功能开始,三段论作为一个司法判决正当化的手段更多的是一种修辞的意义,“我们拿出来不过是我们预先放进去的东西”。人们对三段论的有效性和真实可靠性进行区分,因为我们完全有理由怀疑大前提、小前提的真实性,它作为一种推理来获得真理作用着实有限。即使得出的结论正确,“歪打正着”显然不是三段论的功劳。波斯纳是更加倾向于“怀疑主义论”中赋予法官自由裁量权的,法律规则是法官制定的,法官可以遵循也可以废除。他一再强调法律问题可能同时是确定的又是不确定的:“确定的是因为有一具体明确的规则囊括这个法律问题,不确定是因为法官没有责任要遵循这条原则”。我们在一定程度上需要依靠规则,但规则也确实存在着缺陷。维特根斯坦说过:“坚守某条规则并非逻辑的命令;规则并没有告诉你什么时候应遵循它”。法律规则是根据已有的事实确定的,而我们却还要用它们来约束更多的新的事实,这本来就是不恰当的。波斯纳认为法律在一定程度上是客观的,但他坚持的折衷主义必定意味着客观性是有限的,这就承认了规则的部分作用和弥补客观主义不足的非法律方法。

波斯纳认为,“实践理性并非某种单一的分析方法,甚至也不是一组相关联的方法。它是一个杂货箱,里面有掌故、内省、想象、常识、设身处地、动机考察、言说者的权威、隐喻、类推、先例、习惯、记忆、‘经历’、直觉以及归纳(对恒常性的期待,这是同时与直觉和类推相关的、人的一种自然倾向)。”波斯纳着重对权威和类推推理进行了探讨。对于法律推理中的“权威”这一实践理性方法分析他持怀疑态度,无论是来自先例还是司法系统的最高层。“一个决定的权威性也许是由于先前有某个决定,而先前的那个决定的权威性又是由于更早的某个决定,这样可以一直回溯到这串决定的第一个决定,然后又是什么呢?这第一次决定无法参照有约束力的先例来证明其合法性。(实质上)它就是一个政策性的决定。”他在很大程度上不赞同政治权威对法律施加过分影响,因为这并不意味着人们从认识上完全信任或同意这些决定的正确性。这也正是他在实践推理中对法律解释的态度,毕竟解释这个词太过于复杂。他认为解释这个概念含义太多,变化太大,太不严密,以至于能否用它来和法律联用都值得怀疑。“解释可以是对交流的评解,可以是理解、翻译、扩展、变

形、甚至转换”。诸多解释方法的存在本身就说明法律解释的不确定性,法官对解释方法可以作出选择,而选择不同则结论不同。波斯纳反对德沃金所说的“要拯救法律客观性,解释是惟一的路径”,但并不认为解释由于它的神秘和不同于逻辑和科学观察而对法律的客观性构成挑战,因为解释是有效的,而且结果常常可以得到证实。语言本身是具有模糊性,但它必有相对确定的含义,即使边界可以延展变化,核心含义仍然存在。不过基于解释的不严密性,波斯纳主张超越法律解释,直接关注法律适用中的法官自由裁量的限度问题,关注不同适用的实际后果也许会让我们做得更好一些。关于类推推理,波斯纳提出这样的疑问:“类推推理是否值得法律职业界的人们给予它的鼓吹和尊敬”?类推会很大程度上造就法律的不确定性,难道判例是最客观的法律?对先例的理解存在从宽或从窄的不同倾向,判断的不确定性更削弱了法律的客观性。“对昔日决定的漫不经心”和“毫无批判的继受”都会造成错误风险,而波斯纳认为类推推理并非保证这一平衡的技术。“类推推理就是一种削弱(至少是在其开始阶段)而不是建立法律确定性的方法,是一种将已确立的原则置于新案件的熔炉中不断予以检验的方法”。波斯纳主张将判例视为经验而非权威,推广实用主义法律推理方法,是一个“温和的”怀疑论者。类推推理本身就是不可靠的,援引先例和创造新的判例全在于法官,法官不会随心所欲,背后的逻辑是案件本身应该如何处理,这恰恰是实践理性,需要运用手段-目的理性进行经济分析。

波斯纳要求我们必须正视法律的非客观性,因为客观性是相对意义的,“他最终得到的结论是人们遵奉法律只是因为不得不而已,或者说,法官的判决只是客观事实对形式理性、成本计算和解决问题实现稳定秩序的妥协而已。”正如前文所提到的,法律与真正的科学之间存在着差异,不具有科学的客观和确定性,然而人们又要求法律具有科学的某些特点,从而避免实用主义进路存在太多的任意性。随着现代社会的进步和法律自身体系的发展,法律的客观性无疑在日益减少,法官面临疑难案件进行司法判决时要考虑的因素实在太多。“我们习惯性地、不加验证地相信、坚持使用某些判断,并非它们事实上确定不移,而是相信它比不相信它会给我们的生活带来更大的助益或避免更大的麻烦”。这在一定程度上又验证了经济学中的效率和财富最大化理论。

波斯纳深受新实用主义哲学的影响,基于对上述问题的批判和吸收借鉴,在对法律客观性的重构上主张法官在特定境况下合乎情理的解决问题。这套客观性理论是他自己所追求的法治模式的希望所在。“法官最好是将他们的工作理解为:在每一案件中努力获得特定境况中最合乎情理的结果,这些特定的境况包括了,但又限于案件事实、法律学说、先例以及诸如遵循先例这样的法治美德”。而这个评判标准正是上文所提到的“财富最大化”,经济的规范分析方法,即财富最大化理论的建立对“交谈意义上的法的客观性”理论提供了支持。这也使得波斯纳的“法律经济学帝国”体系更加完善和联系紧密。作为实践理性的一部分,经济分析具有价值功能,实用主义的政策制定者通过一系列经济分析能够受益。

由此可以看出,波斯纳主要运用的两种知识资源是实用主义哲学和经济学,通过运用经济学的定量分析、定性分析工具,将实用主义哲学的观点贯穿在对旧的法的客观性理论的质疑和建构交谈意义上的法的客观性的过程中。当然这一理论在现实中也存在问题,波斯纳认为“交流的成功取决于交流双方有同样的相关实践经历”,而在如今社会构成多元化和不同质的时代,在法律问题的解决中特别是面临疑难问题时无法达成结论也可以理解。或许波斯纳仅仅是提供了一个模糊的学术指南而已,正如他自

己所说:“本书的破坏性批评太多,而建设性批评太少”。我们可以理解,解构容易重构难。我们必须承认,任何学说和理论都不可能囊括所有的思考,但波斯纳确实为法律的学科构建和司法的具体实践提供了有益指导。

参考文献:

- [1] 理查德·A·波斯纳,著. 苏力,译. 法理学问题[M]. 北京:中国政法大学出版社,2002.
- [2] 张芝梅. 法律是一门什么样的科学?——波斯纳的反思[J]. 中共浙江省委党校学报,2006(2):122-125.
- [3] 季卫东. “当代法学名著译丛”评介(选登)[J]. 比较法研究,1994(1):50-76.
- [4] 赵晓力. 读波斯纳《法理学问题》第十二章[J]. 比较法研究,1995(2):207-211.
- [5] 李爱丽. 试析“波斯纳对法的客观性问题的研究”[D]. 北京:中国政法大学,2009.
- [6] 苏炳林. 法律的经济分析之基石:波斯纳的财富最大化理论[D]. 重庆:西南政法大学,2011.
- [7] 陈金钊,周百灵. 面死而生的法理学研究——关于波斯纳法律客观性思想述评[J]. 南京大学法律评论,1996(1):19-27.
- [8] 黄先雄. 波斯纳眼中的法律客观性[J]. 中南大学学报(社会科学版),2003(5):597-601.
- [9] 孙希,马逢艺. 法律的客观性探讨——读波斯纳的《法理学问题》[J]. 经济研究导刊,2011(35):231-232.

Research on Posner's "The Problems of Jurisprudence"

LI Yao¹, LIU Yang²

(1. Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100;

2. Ocean University of China, Qingdao 266100, China)

Abstract: Richard Allen Posner is considered to be one of most outstanding legal economists since the 1970s. He mainly used two kinds of knowledge resources which are philosophy of pragmatism and economics. Through quantitative and qualitative analysis, it makes the perspective of pragmatism philosophy run through the process of questioning the objectivity in old laws and the constructing the conversation objectivity of law. In today's diverse social composition, although it would be hard to reach a conclusion particularly when faced with difficult problems in legal issues, Posner does provide useful guidance for the discipline of the law building and practice of the justice.

Key words: Richard Allen Posner; Jurisprudence; Law economics

(责任编辑:魏有广)