
以校企合作“速卖通”平台探索高职教育 服务区域经济社会发展路径

范 明

杭州万向职业技术学院

【摘要】本文以对校企合作的“速卖通”为研究点入手，分析目前浙江高职院校社会服务现状，单一的社会服务对象以及校企合作面都比较浅，还有社会对高职的不认可从而导致高职院校社会服务影响力也比较小，进而分析了产生这些现象的原因，比如政府的职能缺失，行业企业对高职院校服务的需求不明确等，最后提出解决这些问题的决策。

【关键词】浙江；社会服务；速卖通

高职院校的一个重要职能是社会服务，如何服务区域经济社会发展是目前高职院校研究的一个重要课题。因为高职院校社会服务的具体途径和内容与本科院校存在很大差异，在实施的过程中，我们也是开拓出很多的方法。由于国际经济形势的变化，对于浙江省大部分中小型外贸公司来说都面临了很大的生存压力，这时候跨境电子商务把很多企业解救了出来，我学院国际贸易专业在 2013 年下半年抓住这样的时机与外贸企业合作开办了“速卖通”贸易部，共同探索高职院校为区域经济服务的渠道和路径。

一、校企合作“速卖通”平台发展情况

在 2013 年年底，我专业通过宣传，报名选拔了 10 名同学来做我们首批的“速卖通”学员，这些学员在阿里巴巴速卖通平台上注册开店，上传产品，写关键词，进行产品描述等，我们通过企业和货代公司为学生提供途径发货，在近 4 个月的经营中，这 10 位同学都取得了很好的业绩，每个同学都出了单，出单最少的学员也有 3 个单。出单多的同学可达 27 单。这 10 位同学总共出单金额达到\$2843.38 美金，主要出口到俄罗斯，巴西，美国，以色列，瑞典等国家。主要产品是中国特色的礼品（比如文房四宝、中国结、兵马俑、扇子等）、日用生活小商品（比如袜子、厨房用品等）、衣服、性感内衣等。受邮政小包的限制，在速卖通平台上所售产品必须是起重不超过 2KG 的，所以在选择产品时非常重要。通过这几个月的利用跨境电子商务平台实践，我们认为在高职院校在为区域经济服务方面一定要紧跟市场行情，与企业同步，以企业所需来为出发点来寻找途径。

二、浙江省高职院校社会服务现状分析

目前，浙江省高职院校社会服务有很多种形式，每个学院也都以自己的方式和途径来操作。从目前我们了解情况下来下，高职社会服务仍然存在很多的问题

1. 单一的社会服务对象

作者简介：范明(1981-)，女，陕西西安，教师，助教，研究生学位，研究方向：国际贸易

通过近几年了解我院以及浙江省主要高职院校情况，我们可以知道目前高职院校主要社会服务对象是企业单位，例如教师的横向课题、技术服务、培训指导等，而对服务事业单位、政府部门、民间团体的则主要通过学生社会实践的形式进行，服务次数也相对较少。对于社会下岗职工或者闲散人员再培训的工作也做的不是很好，所以整体来看，目前高职院校社会服务单一，以企业为主。

2. 校企合作面大层次较浅

高职院校现在校企合作都做的如火如荼，非常火热，几乎每个院校每个专业都与企业再合作，合作面非常广，但是大都停留在组织学生参观企业或请企业人士到学校开讲座的层面上，而没有进行更深层次的合作。以我院国际贸易专业为例，我专业从 2009 年到 2014 年共与 14 家企业签订了校企合作协议，其中真正有深入贸易部合作的有 4 家，并且非别在合作 1 年或者 2 年以后就停止合作了，接受我系学生实习或者实践的企业这 5 年有 6 家，但也不是连续性的，有的合作一年也就中止了。由此可见，目前高职院校校企合作当然不乏有深入的合作，但是大部分的校企合作都流于表面，并没有真正达到学院社会服务的职能，也没有满足企业的需求。

3. 高职院校社会影响力较小

高职教育作为高等教育的一种类型，社会对其认可度却并不高，觉得高职教育档次比较低，学生素质差，教师质量也不高，所以高职院校在寻找企业来进行合作时也遇到很多的困难。好的公司认为和高职业院校合作会降低他们的企业形象，也认为高职院校的同学不如本科生质量，他们也并不招聘高职的学生来工作。所以高职院校合作的企业大多是一些符合其就业岗位的中小型企业，而中小型企业的社会影响力当然也并没有大企业那么大，社会宣传力度也不大，合作意识额不高，所以也导致了高职社会服务的社会影响力也较低。

4. 机构不完善

据我们了解，许多高职院校还没有建立专门从事服务社会工作的职能部门，有关这方面的工作一般是由专任老师兼职来做。而这随即带来了很多问题，很多老师认为这方面的工作并不纳入最终的工作量考核，做这一方面工作相当于“额外免费工作”，因此会有很多老师并不非常重视社会服务工作，甚至敷衍了事，找个单位盖章就好。即使是纳入教师的考核工作，但是对如何考核以及考核的合理性也并没有具体方案，所以导致高职院校的社会服务工作流于表面。

三、对现状进行原因分析和探讨

从上面我们分析的情况来看，有很多原因导致。

1. 政府在职社会服务的管理体制方面职能缺失

虽然一方面政府强调高校社会服务的重要性，但是政府并高校的责任义务并没有上升到立法层次，这也导致了高职院校参与社会服务的工作并没有完善的相关法律和制度上的支持。比如社区教育这类具有公共产品属性的社会服务工作，到底是否应该收费以及收费多少都是高职院校考虑的，如果做的不好反而引起不好的影响，于是很多高职院校就放弃了这项工作。

2. 行业企业对高职院校服务的需求不明确

浙江省本身就是以中小型公司为主的省份，大部分高职院校同学毕业了也是进入这样的单位，很多公司为了企业长远发展的需求，纷纷与高校成立了订单班，这也成为高职院校体现学校品质的一个保障。比如我院在 2012 年成立的高铁和城轨订单

班就是抓住浙江经济的发展机遇，及时申报了新专业，这让我们院在该专业的招生上分数也高，学生质量也非常高。但同时这种订单班模式也存在很多问题。企业对毕业生的要求是毕业即可立即上岗使用的，而对学生来说，他的发展不仅仅是只会做眼前的工作，而是需要有一个长远全面发展要求；学校在学生培养周期方面与企业人才需求时间也不是一致的，在企业需求和学生课堂设置方面也有很多问题，企业要学生拿来就用，但是知识也很快就过时，而学校的课程设置要有一个滞后期，甚至很多企业并不清楚自己的需求如何与学校对接。

3. 高职院校在社会服务中的定位不准确以及服务能力不足

虽然高职院校社会服务搞的很火热，但是很多教师并不清楚社会服务都有哪些，对社会服务职能还存在认识误区。很多教师对高职社会服务的认识仍停留在传统社会服务层次上，我们认为高的就业率，用人单位满意的程度都代表了社会服务能力好，但是事实上，社会服务不仅体现在学生的培养上，还体现在教师的社会服务能力上，很多教师觉得高职院校水平比较低，办学条件又差，师资力量更没有办法和本科学校相比，平常主要的教学任务很繁重，根本没有时间也没有精力去开展社会服务，或者缺少和企业的交流机会，不去调研企业的需求，也就没有途径为企业服务。

四、优化浙江省高职院校社会服务的若干对策建议

1. 加强政府职能，统筹协调高职社会服务

在高职开展社会服务中，因为政府起到关键性的统领作用，所以我们认为，政府应该筹备建立高职院校社会服务的市场化运作方式以及用法律的框架来保障，这样一方面可以明确高职院校的责任与义务，加强高职院校社会服务的积极性和主动权，出现相应问题也可以诉求法律方面的帮助和协调；另一方面通过立法，强制要求企业必须参与高职的社会服务活动中来，体现其企业的社会责任感，塑造企业主体对高职院校社会服务的平等对待，构成良性竞争。当然也可以出台有利于高职院校社会服务参与积极行的一些措施，例如财政补贴、税收减免等，鼓励高职院校通过社会服务创收，鼓励企业联系对口的高职院校进行技术开发、员工培训、业务指导等社会服务，行程好的良性循环政策导向。

2. 提高高职院校社会服务主体能力

除了有好的政策指导以外，高职院校社会服务主体必须有能力为企业和社会服务。所以我们的教师最先要做的就是从自身出发，转变观念，不要将自己的职业生涯局限在校内，不要只关注教学或者学术研究，要适应社会的市场变化，优化高职院校的办学资源和社会服务资源，适应浙江省经济发展要求，根据市场行情优化专业设置和办学宗旨、办学目标，统筹配置资源，发挥办学特点，确定各个学校不同的专业特色，不同的社会服务主攻方向。通过调查研究行业企业，确定各学院专业建设和社会服务的建设方向，优化师资力量，提高双师素质，教师可以及时征求政府相关部门、企业一线职员或者社区人员等的有效反馈，对这些反馈进行分析，发现现行的专业设置有什么缺陷，随即可以在课程设置、教学计划制定、课程内容改革、教材开发等方面进行改革，确保校内课程满足社会需求。

3. 加强企业协同职能

相关行业企业要积极响应政府号召，赋有企业社会责任，配合高职院校社会服务转型，从自身可持续发展的角度入手，积极配合高职院校进行的社会服务改革，努力创造机会让教师多接触社会，可以通过近些年来订单班发展状况以及经验，开展各式各样的订单班，对已有问题进行改进，解决企业中长期的人才需求问题，学员毕业出来可以直接上岗；通过不同的专项培训，提升企业内在人力资本价值；鼓励教师下企业脱岗锻炼，培养教师的实践操作能力；通过校企社会服务合作项目，获得企业信息资源、市场资源和技术资源，最终学院和企业双赢。

行业协会也应该鼓励教师积极加入行业协会，行业协会作为一个很好的中介平台，不仅可以集中把企业需求和学校需求结合起来，也可以为社会提供咨询和管理相关工作，在企业 and 学校需求方面有问题时，可以起到调节的作用，化解双方的矛盾，不仅可以形成行业协会的好的运行机制，也造福企业和学校，可以让学校更好的为企业和社会服务。

参考文献:

- ①方美君. 提升高职院校社会服务能力的对策研究[J]. 国家教育行政学院学报, 2011(1): 78- 79.
- ②祖天明. 提升高职院校社会服务能力的途径研究[J]. 中国市场, 2011(27): 185 — 186.
- ③陈刚. 湖南省高职院校社会服务中的主体因素分析及对策[J]. 成人教育, 2013, (9): 63- 66.