

探索高职院校校园文化建设与企业文化对接策略

沈华艳

(广州城建职业学院 经济与管理学院 广东从化 510925)

摘 要:近十年来,我国高等职业教育发展的规模和速度非常迅猛,高职院校的校园文化建设更是越来越广泛地受到人们的重视。如何依托校企合作模式做好就业预备期教育即高职教育,是高职院校的重中之重。特别是高职教育需要更贴近实际、贴近企业,迅速适应企业的管理需求,即毕业生能实现“零距离”就业,这是用人单位的普遍要求,也就是“下得去、用得上、留得住”。本文立足于高职院校校园文化建设现状,以适应企业文化需求为主要目的,探索一条高职院校校园文化建设与企业文化零距离对接的合理有效的路径,对高职院校建设高品位、有特色、符合时代需要的校园文化具有重要意义。

关键词:高职校园文化建设;企业文化;对接

在高职教育蓬勃发展的社会和文化背景下,绝大多数高职院校必将会通过各种方法途径加强校企文化对接,深化校企合作,高职校园文化融入“企业化”特色,企业文化突显“职教化”特色,将会是校企两种文化对接的必然结果,也是一个长期、渐进发展的过程。

一、诠释高职校园文化与企业文化核心要素

简单来说,高职校园文化可以概括为:是学校在发展过程中形成的包含学校发展目标、共同价值观、作风和传统习惯、思维方式、情绪情感等在内的有机整体,是以物质为载体的各种精神现象,是学校意识形态的体现。主要表现为校风、师风、学风、教风等形式。高职校园文化的内涵,是融入了更多的职业特征和职业素养的校园文化,是高职院校办学理念、个性风格以及人文精神的综合体现。

企业文化的内涵十分广泛,具体而言可分为物质文化、行为文化、制度文化、精神文化。依据洋葱理论,企业四层文化越往里越是核心部分。行为层和精神层则属于个人修炼和实践形成的,是可以通过对个人的行为教育来完善。

校园文化是一种研究文化,使命文化,而企业文化则是实践文化,责任;校园文化强调计划,而企业文化更强调效益和灵活。高职院校教育者们在通过不断地探索,构建全新的校企融合文化,努力实现高职校园文化和企业文化零距离对接,为形成企业和学校的核心竞争优势起到重要作用。

二、高职校园文化建设与企业文化对接的现状分析

近年来,国内高职院校围绕培养高素质人才作为主要目标,积极探索学生成长成才的规律和特点,在强化“三创”的同时,越来越注重凝练文化育人的重要功能,重在培养德能型人才。为了培养出更适合企业的人才,学校在不断的努力完善人才培养方案,在大力加强校园文化建设中,取得了一定的成绩。

学校与企业加强深度合作,以订单班、校外大学生实习基地等形式互相合作,共同发展进步;在教学和学生社团中,营造真实的仿真企业教育环境,如建立实训超市、模拟银行、模拟公司等,在教学中课堂理论知识讲解和实训演练各占50%,有的课程实训部分高达80%,教师在教学中不是教,而是引导,作为辅助元素;依据高职院校教学计划的安排,学生有不少于6个月的校外顶岗实习,通过这种形式,不仅可以使学生将所学的基础理论知识与专业知识和企业经营实践结合起来,而且更重要的是可以培养学生分析问题、解决问题的通用能力,学生更全面细致深入熟悉相关岗位

能力和工作要求,在专业知识、职业素质和技能培养方面达到预期的目的,收到良好的效果。

虽然高职院校校园文化和企业文化对接取得一定的成绩,但从整体上看,高职院校校园文化建设仍处于一个相对较低的阶段,并在某些方面存在误区,需要不断探索和改进。如校园文化建设还处于初级层次;高职校园文化建设千篇一律,互相借用,个性文化特色文化不明显;高职校园文化建设参差不齐等方面存在较大的需要发展的空间。

企业文化与校园文化对接的最大难点在于:不同的企业因自身的因素会形成不同的文化,差异较大,那么学校的人才培养应该如何去对接这些形态各异的企业文化。因此,弄清这两种文化之间的差别和共同点是更好地研究高职校园文化与企业文化对接的关键点所在。

三、高职校园文化建设与企业文化对接策略

实现高职院校校园文化建设与企业文化对接,需要根据企业文化与校园文化的共性与个性有针对性地进行,就需要发挥企业文化的聚合优势,通过优质的企业文化与个性特色鲜明的高职校园文化的最佳结合,发挥高职院校真正教书育人的作用。

(一)搭建校企合作平台,创建具有企业文化韵味的校园氛围

在校企合作过程中,可以从多方面多角度入手创建具有企业文化特色的校园氛围。对教学改革方面而言,注重多方面的吸取从事工作并具有经验丰富的企业人员的意见,由他们参与专业建设,参与制定教学大纲、教材编选、设计人才培养标准、组织指导学生实习、作为兼职教师等;在课堂外,定期或不定期举办学校与企业的联谊会、教学合作研讨会、共育人才恳谈会、就业洽谈会等形式组织校企研究与交流。建立订单班和大学生校外实训基地是校企合作的主要形式,订单班是一种定向培养学生去适应某种特定的企业文化的班级组建,聘请企业的高管作为学校的兼职老师,每周轮流为学生上课,那些在商场上多年企业老板结合自身的经历,带来很多真实精彩的案例,让学生直观地了解企业的经营模式、用人标准、人才观等。大学生校外实训基地是企业与学校联合建立人才培养基地,合作建设实验室,或实训场地,引导职业院校参与企业的技术改造、产品研发和科技创新项目,促进科技成果的转化,通过双方交流合作,实现互惠互利。

(二)企业带进教学,创建真实的职业教育环境

学校不仅需要在校外建立实训基地,在校内建立教学实训场

(下转第166页)

团队的费用。

三、歌手艺人的价值核算

歌手艺人价值会计主要不是以投入价值而是以产出价值作为歌手艺人价值的计量基础。这使得对歌手艺人价值的计量不可能绝对准确,而只能采用推算的方法。目前常见的计量方法有经济价值法、商誉评价法、艺酬折现法等。过去不论哪种方法,不是主观判断及估计性较大,就是晦涩难懂,费时费力。例如,对未来合约期内的歌手艺人出演收益估算,影响因子中的社会需求的比重很大。

现今信息时代,数据处理的价值被发掘,我们认为,采用大数据模式是歌手艺人价值核算的好模式。除了原来就已经采用的网络试听、下载、彩铃振铃使用等直接数据,可以广泛计算不同年龄群体的微博、QQ聊天、微信等大量数据中对歌手艺人及其歌曲的关注指数,可以大体折算出歌手艺人的社会价值。社会价值并不是实现价值,实现价值还受到经营决策、政治风向、经济景气指数等多方面影响。其实现价值可能会小于社会价值,也可能会大于社会价值。我们认为只要把歌手艺人的社会价值与实现价值分离开来,歌手艺人的价值核算就会变得比较客观准确。

歌手艺人在会计实务中的相应关系到底是怎样的呢?我们认为,通常情况下,对歌手艺人的资本化应采用人力资源成本会计的方法。这是因为:一方面,成本法数据的获得较为方便,获取的数据较为客观,能防止经营人员利用处理方法的主观性篡改数据,粉饰报表;另一方面,会计遵循稳健主义原则,歌手艺人价值会计所含主观因素较多,虽然可以用大数据和社会价值与实现价值分离的办法,结果也因人而异而且普及比较困难。而且市场经济条件下,通过公平竞争所形成的歌手艺人价格能较大程度的贴近歌手艺人的价值。再者,歌手艺人会计需融入现行会计体系,根据目前会计制度,无形资产的计量是按实际取得成本计量的,歌手艺人属于无形资产,也应按实际成本来反映。但歌手艺人价值会计也并非一无用处,它能够避免成本会计低估歌手艺人价值的弊端,同时也能促使唱片公司管理层更侧重于歌手艺人的开发和投资。因此歌手艺人价值会计在财务评价、企业经营决策中的用途,较之歌手艺人成本会计又有其独特的作用。

四、歌手艺人的经营管理

会计电算化的普及,处理数据的能力大大提高。过去唱片公司

在对艺人的核算管理上采用的是模糊方式和大数原理,以感性估算和整体综合平衡为主。在会计电算化环境下对歌手艺人实行独立的单人核算管理较好。这样有利于对每一个艺人的成本效益有比较准确的反映。对于唱片公司,可以对不同艺人的成本效益进行比较分析,对未来艺人类型、策划定位、经营团队的管理使用可以提供比较可靠的决策依据。针对具体歌手艺人,唱片公司可以通过单独的核算,决定是否继续投入,投入节奏、投入项目和投入规模。由于歌手艺人的投入产出的滞后性,过去很难实现的当期评估在电算化和大数据处理下变得可能。

歌手艺人财务管理的另一个特殊性是价值实现和增值、投入的交织。这完全有别于固定资产和其他无形资产。以某艺人出演一部电视剧为例,演出拍摄需要时间,在有限的签约时间内属于价值消耗,按照时间折旧;拍摄收取片酬,如果合约里有公司分成的约定,公司产生收益;问题没有这么简单。如果这个电视剧播出后火了,艺人的社会价值大增,有可能增值超过期初值。这就在价值消耗的同时实现了价值增值,增值额度不确定且难以准确计量。如果该电视剧没有播出,或者播出时该艺人合约已经到期等等因素增加了科学管理难度。再有,如果出演该电视剧是以唱片公司投资为条件的,这里就有个歌手艺人投入成本增加的问题。这个成本多少计入歌手艺人呢?因为投入的产品是电视剧。这部电视剧是盈利?是亏损?如何科学地分摊等等都是需要进一步研究的课题。不过只要将歌手艺人纳入资产核算管理,这些问题都可以解决。

在管理实践中,歌手艺人资产财务管理几个比率可以为我们的财务管理提供帮助:

1. 歌手艺人资产比率。其公式为歌手艺人资产与企业全部资产的比值。该指标用来反映唱片公司管理者对歌手艺人投资的高度重视程度以及企业的发展潜力。

2. 歌手艺人资产利润率。其公式为企业利润总额与歌手艺人资产的比率。该指标用来反映企业歌手艺人资产所创造的利润比率。不能简单地认为该项财务指标值越大越好,因为这可能预示着企业的风险较大,因为歌手艺人资产的风险系数较大。

3. 歌手艺人资产增长率。其公式为期末歌手艺人资产额与期初歌手艺人资产额之差与期初歌手艺人资产额的比值。该指标大小可以用来评价企业在提高歌手艺人资源素质方面所作的贡献。

(上接第163页)

所也是必不可少的。把企业的整套经营模式导入课堂,营造出一个逼真的职业教育环境,开展仿真教学,将企业的工作流程、企业文化等引入到实践教学,将两者很好地融合,为学生提供一个更有效的准职业教育环境。例如,学生作为准员工需要遵守校内实训的企业管理制度,遵守一定的职业规范,如上课打卡、不许擅离岗位等,制定严格的奖惩制度,让学生体验企业的严格管理,感受企业特色的文化教育,提高学生的职业能力和职业素养。

(三) 通过体现特色的校园文化活动提升学生适应企业文化的能力

通过校园文化活动使学生了解、适应企业文化是高职院校人才培养必不可少的重要途径,在娱乐中学习,激发学生的学习兴趣,不断开发学生的创新能力。为了提高活动的针对性,则需要紧密结合专业特色开展活动。就工商企业管理专业而言,通过组织如公司模拟大赛,演讲比赛等活动,可以较好地培养学生的专业知识能力、策划创新能力、团队合作的能力、学习能力、观察能力,而这些都是当前优秀企业文化十分重要的修养和能力。

在高职教育蓬勃发展和企业文化大背景下,校园文化“企业

化”,企业文化突显“职教化”,将作为校园文化和企业文化两种文化对接的必然结果,也是需要长期努力的艰巨任务。二者在各自按照各自的客观规律发展的同时,也必将会通过各种途径、各式方法产生对接。因此,在校企文化对接方面还有很大可持续发展的空间,探索对接策略还任重道远。

参考文献:

- [1] 张海峰,《高校校企合作难题的破解》,江苏技术师范学院学报,2009
- [2] 杨麟麟,《高职教育与企业文化对接研究》,苏州教育学院学报,2013
- [3] 邓志军,《论我国高职院校与企业良性互动的制约因素及基本对策》,职业技术教育,2009