

DOI: 10.3969/j.issn.1672-8874.2009.02.002

我国高等学校竞争力及其培育战略探析*

闫建璋

(山西师范大学 教师教育学院, 山西 临汾 041004)

[摘要] 高等学校竞争力就是学校在占有、配置和利用各种教育资源的竞争中发挥积极作用、最终获胜的各种力量之总和。培育竞争力是高等学校办学主体的多元化和高等教育需求的多样化的需要; 高等学校竞争力可分解为基本竞争力、核心竞争力、拓展竞争力; 优先夯实基本竞争力、重点突破核心竞争力、不断挖掘拓展竞争力是高等学校竞争力培育的基本战略选择。

[关键词] 高等学校; 竞争力; 培育

[中图分类号] G649.21 [文献标识码] A [文章编号] 1672-8874(2009)02-0007-03

Probing the Competitive Competence of the Colleges in China

YAN Jian-zhang

(School of teachers Education Shanxi Normal University, Linfen 041004, Shanxi, China)

Abstract Facing all kinds of challenges and opportunities, the competitive competence should be cultivated in colleges. It falls into basic competence, core competence and developing competence. Giving priority to the cultivation of the basic competence, focusing on the core competence and tapping the developing competence are the key strategic choices in fostering the competitive competence of colleges.

Key words: higher education institute; competitive power; competence

随着全球化浪潮的到来以及我国加入 WTO, 给我国的教育带来了巨大影响。外国教育公司正逐步介入国内各个教育领域, 使我国教育发展面临着巨大的挑战与发展机遇。目前, 国内高校之间的竞争已日趋激烈。如何借鉴经济和管理领域的竞争力理论, 研究高等学校竞争力及其形成机制, 将是我们不得不面对的重大理论课题。从实践层面来看, 随着我国社会主义市场经济体制的深入发展与完善, 高等学校已成为具有独立法人地位的自主发展主体, 学校与学校之间的竞争将不可避免。在这种情况下, 高等学校竞争力的强弱, 就直接关乎着学校的生死存亡及长远发展。学校竞争力强, 就可能在激烈的竞争中获得胜利, 进而稳步发展; 学校竞争力弱, 就可能在残酷的竞争中败下阵来, 最终被淘汰出局。因此, 学校竞争力对于高等学校的发展有着极其重要的作用。

一、高等学校竞争力的含义

关于什么是学校竞争力, 至今尚无普遍认同的明确界定。若按照竞争力的定义界定, 则学校竞争力就是指学校在市场化占有、配置和利用各种教育资源要素中所表现出来的能力。这种定义显得有些教条死板。笔者较赞成胡永新从学校竞争力概念的外延上的界定, 他认为, 学校竞争

力是学校在竞争中能发挥积极作用的各种力量之总和。^[1] 结合以上两种界定, 我们认为, 高等学校竞争力就是学校在占有、配置和利用各种教育资源的竞争中发挥积极作用、最终获胜的各种力量之总和。这个表述有三层含义, 即高等学校竞争力在竞争中体现; 竞争的主要是各种教育资源; 高等学校的竞争力不是一种单一的力量, 而是一种合力。

二、高等学校培育竞争力的必要性

(一) 办学主体的多元化的要求

竞争规律普遍存在于社会的经济、政治和文化生活之中。在以往相当长的时期中, 我们强调的是学校之间的协作而不提学校之间的竞争。因为在计划经济时期, 高校办学主体是一元化的, 都是清一色公办学校, 无所谓有没有竞争力, 一切都是上边计划好的, 学校怎么发展, 发展到什么程度, 发展为好学校还是一般学校等, 都是由上级教育行政部门决定的, 学校自身没有任何选择和自主发展权利, 只有听从上级教育行政部门安排。但在市场经济条件下, 情况就完全不同了。市场经济因其固有的规律和运行机制, 具有与计划经济不同的特征, 市场经济主要特征之一就是竞争。在市场经济中, “每一方都是独立自主的主体, 都是平等的一员, 谁也不能在市场中享有垄断和特权

* [收稿日期] 2008-07-16

[作者简介] 闫建璋 (1968-), 男, 甘肃宁县人, 山西师范大学教师教育学院讲师, 华中科技大学博士研究生。

地位,彼此之间应是公开、公平、公正的竞争关系。”^[2]目前,高等学校办学主体多元化的局面已经形成,有部委高校、地方高校、民办高校、独立学院、国外大学分校、中外合资大学等等,这些高校的产权不同、经营权不同,模式也必定不同,各个学校为了自身的生存与发展,彼此之间的激烈竞争将不可避免。在竞争过程中,一部分竞争力不强的学校可能逐步滑入弱势状态,最终被淘汰;而另一部分竞争力较强的学校则有可能成为佼佼者,在竞争中站稳脚跟并进一步发展壮大。因此,培育学校竞争力势在必行。

(二) 高等教育需求的多样化的要求

经过连续几年的扩招,我国适龄青年进入大学深造的机会越来越多。随着就学机会的增加,学生对学校教育期望将越来越高,选择有特色的、就业前景较好的学校的愿望更趋强烈,学校与学生及家长的需求关系将进一步发生变化,主动权将明显地向学生及家长一方倾斜,学校将被推向‘市场’,接受他们的挑选,经受生存考验。在市场经济条件下,学校之间的合理竞争是一种正常的社会现象,竞争的“适者生存”、“优胜劣汰”法则同样适用于学校,这就决定了我们必须按竞争规律办事,提高竞争应对能力。由于教育“产品”的消费者对“产品”的要求更加挑剔,学校不得不为此而全力以赴,使“产品”的质量更优、数量更多、服务更好,唯有如此,才能在激烈的竞争中站稳脚跟,立于不败之地。

三、高等学校竞争力组成要素分解

学校之间的竞争不像体育运动场上那样明显直观,但同样激烈,它们是“内功”的比试,综合力量的角逐。那

表1 高等学校竞争力要素分解

高等学校竞争力	基本竞争力	师资队伍、	学历结构、职称结构、性别结构、年龄结构		
		经费保障、	计划内财政拨款和计划外经费筹措		
		教学科研保障	校舍建设、教学设备、服务设施、信息资源		
	核心竞争力	领导管理能力	管理理念、综合素质、专业素养		
		教师教学科研能力	教育理念、敬业精神、教学水平、学术研究水平		
		后勤、行政工作效率	服务意识、业务水平		
		学生质量	生源质量、在校生综合素质、毕业生质量		
		校园文化	物质文化	人文景观、建筑风格、校园布局、板报	
			制度文化	组织机构设置、职责划分、权力配置、制度建设(行政管理、教学、生活制度)	
	精神文化		校风、教风、学风、艺术活动、传统项目		
拓展竞争力	可开发性资源	区位优势、退休职工资源			
	社会支持	当地政府支持、社区支持、家长支持、企业支持			
	特色项目	体育、音乐、美术、文艺			

么,高等学校竞争力应根据什么维度划分,究竟由哪些要素构成?对此,至今尚无共识,不同的学者有不同的理解。我们认为,高等学校竞争力可以从以下几个维度分解:

首先是基本竞争力。所谓基本竞争力是指对学校发展起重要支撑作用,并保障学校发展的基础性因素,也就是我们通常所说的硬件,即人、财、物三个方面,主要包括师资队伍、办学经费、教学科研保障。师资队伍主要由学历结构、职称结构、性别结构、年龄结构组成;经费保障主要指计划内财政拨款和计划外经费筹措;教学科研保障则指校舍建设、教学设备、服务设施、信息资源等;

其次为核心竞争力。高等学校的核心竞争力是指影响和决定学校在同类教育市场中生存、成长和发展的关键性因素,也就是我们通常所说的软件。从高等学校自身特点来看,具体表现为领导管理能力、教师教育教学科研能力、后勤行政工作效率、学生质量、校园文化。领导管理能力可分解为管理理念、综合素质、专业素养;教师教育教学能力包括教育理念、敬业精神、业务水平;后勤行政工作效率主要体现为服务意识和业务水平;学生质量包括生源质量、在校生综合素质、毕业生质量;校园文化包括物质文化(校园设计、建筑物风格、标语、板报、人文景观)、制度文化(组织机构设置、职责划分、权力配置、组织制度建设)、精神文化(校风、教风、学风、艺术活动、传统项目)。

最后为拓展竞争力,具体包括可开发性资源、社会支持、特色项目等。可开发性资源包括区位优势、退休职工资源;社会支持包括争取当地政府支持、社区支持、家长支持、企业支持等;特色项目则包括体育特色、音乐特色、美术特色及其他特色等。

选择如下战略:

(一) 基本竞争力是基础,优先夯实

基本竞争力是支撑学校开展更高层次竞争的基础性前提条件,一般而言,同类高等学校之间的竞争首先是基本竞争力的竞争,没有基本竞争力,学校就谈不到参与更高层次的竞争。因此,高等学校必须首先形成基本竞争力,

具体指就是要尽力争取优秀的师资队伍、充足的办学经费、精良的教学科研条件。在人、财、物三方面要奠定坚实日后开展更激烈竞争的基础,只有建立一支学历结构、职称结构、性别结构、年龄结构合理的师资队伍,争取、筹措到充足的经费,配备精良的教学科研设备,形成基本的竞争力,才能进一步与同类学校展开其他竞争。如果连最基本的竞争力都未形成,那就无法参与市场竞争,无法进一步挖掘核心竞争力,拓展特殊竞争力,最终无法形成竞争力而被淘汰出局。所以要优先保障形成基本竞争力。

(二) 核心竞争力是关键,重点突破

“核心竞争力”(corecompetence)一词最早来源于普拉哈拉得(Prahalad)和哈默(Hamel)于20世纪90年代初在著名的《哈佛商业评论》上所发表的《公司的核心竞争力》一文,指以企业的技术能力为核心,通过对战略决策、生产制造、市场营销、组织管理等的整合而使企业获得持续竞争优势的能力,是企业在其发展过程中建立与发展起来的一种资产与知识的互补系统。^[3]核心竞争力作为企业组织中的积累性知识,具有整体性、独特性、用户价值和保持性等特点。^[4]企业核心竞争力强弱是决定企业能否在竞争氛围中取得胜利的最重要、最具特色、最强有力的部分。《财富》世界经济500强之所以能取得辉煌的成果,正是因为他们或者在服务顾客方面、或者在人力资源方面、或者在经营理念方面的独具特色、棋高一招,有他人难以望其项背之处。而高等学校的核心竞争力则是指影响和决定学校在同类教育市场中生存、成长和发展,使学校获得持续竞争优势的关键性因素。核心竞争力是在基本竞争力具备的基础上展开的实质性竞争,是学校在教育市场中与同类学校展开的“软件大赛”。在基本竞争力势均力敌的情况下,核心竞争力是在竞争中最终获胜的关键因素,因此,是高等学校工作的重中之重,需要下功夫重点突破。市场性竞争力优势理论认为,科技创新能力、管理水平、制度因素、人力资源素质是现代企业获胜的法宝。^[5]体制性竞争力优势理论认为,在资源禀赋意义逐渐下降的情况下,现代市场竞争的基本体制性因素——金融体制、企业管理、科学知识、国民素质、服务水平是决定现代企业成败的关键因素^[6]。而领导管理能力的竞争、教师教育教学能力的竞争、后勤、行政工作效率的竞争、学生质量的竞争和校园文化的竞争正是市场性竞争力优势理论与体制性竞争力优势理论所倡导的软竞争力。只有在这些方面狠下功夫,力争拥有高管理水平的领导、高教育教学能力和科研能力的教师、高效率的后勤行政队伍、高质量的学生和浓郁的校园文化氛围,才能形成高等学校核心竞争力,才能真正与其他竞

争对手抗衡并能在激烈的竞争中站稳脚跟,最终制胜。因此,核心竞争力是需要重点突破的关键。

(三) 拓展竞争力是特色,不断挖掘

拓展竞争力是在学校基本竞争力得到夯实,核心竞争力已经形成的基础上,根据高等学校的具体历史与现状,对竞争力的进一步深入挖掘。主要就是开发本校独有的而他校所没有的各种潜在资源,使它们成为本校与其他学校开展竞争的又一大竞争优势。在基本竞争力和核心竞争力势均力敌、旗鼓相当的情况下,拓展竞争力是一个学校战胜对手的“杀手锏”,是一匹在竞争的关键时刻放出去的“黑马”,无比锐利,势不可挡。因此,拓展竞争力是学校不容忽视、需要不断挖掘的竞争力,学校一旦拥有了这种竞争力,往往如虎添翼,战无不胜。当然,每所高等学校由于其不同的历史、区位、文化积淀,具有不同的拓展竞争力。有的高等学校由于历史悠久,文化积淀厚重,教学质量高,知名校友多,则可能侧重于开发其名人校友资源;有的高等学校由于所处的地理位置比较优越,则侧重于开发其商业资源;有的高等学校由于退休校长、教职工声誉好,则可能侧重于开发其退休校长、教职工资源;有的学校由于在音乐、体育、美术、文艺等方面具有一定优势,则可能侧重于开发其某方面的文化资源。总之,拓展竞争力是特色,需要不断挖掘。

总之,在当前形势下,高等学校竞争力对于学校的可持续发展有着十分重大的现实意义。其竞争力可分解为基本、核心和拓展三种,每一种竞争力的地位和作用都各不相同,在培育时需要不同的策略,他们的合力最终构成了学校的综合竞争力,决定着高等学校的整体和长远发展。

[参考文献]

- [1] 胡永新. 中小学核心竞争力初论[J]. 江西教育科研, 2005, (11): 39-41.
- [2] 伍柏麟. 社会主义市场经济学教程[M]. 上海: 复旦大学出版社, 1993. 4.
- [3] 许桂清, 张立新. 论高等学校核心竞争力的实现[J]. 教育评论, 2003, (3): 4-6.
- [4] 王小波. 论高校知识管理与竞争力的提升[J]. 长沙铁道学院学报(社会科学版), 2006, (3): 233-234.
- [5][6] www.mie168.com/CEQ/2004-02/135665.htm[EB/OL] 2007-8-8.

(责任编辑: 林聪榕)