

宁波市构建服务型教育体系项目(NIF06054)

陈伟国 著

# 高职教育 服务概论

AN INTRODUCTION TO HIGHER  
VOCATIONAL EDUCATION SERVICE



东华大学出版社

宁波市构建服务型教育体系项目 (NIF06054)

# 高职教育服务概论

陈伟国 著

 东华大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

高职教育服务概论 / 陈伟国著. - 上海: 东华大学出版社, 2006.9

ISBN 7-81111-110-1

I. 高… II. 陈… III. 高等教育: 职业教育—概论

IV. G718.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 099668 号

执行编辑: 杜亚玲

责任编辑: 闫 梅

封面设计: 比克设计

## 高职教育服务概论

陈伟国 著

东华大学出版社出版

上海市延安西路 1882 号

邮政编码: 200051 电话: (021) 62193056

新华书店上海发行所发行 苏州望电印刷有限公司印刷

开本 850×1168 1/32 印张 6.375 字数: 163 千字

2006 年 6 月第 1 版 2006 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 7-81111-110-1/G·014

定价: 20.00 元

## 序

在高等教育发展史上，关于高等教育的教学、科研、服务三项职能，经历了长达两个世纪的以纽曼（Newman）、赫钦斯（Hutchins）等为代表的单功能论，以洪堡（Humboldt）、赫胥黎（Huxley）等为代表的双功能论及以《莫雷尔法》和范海斯的“威斯康星理念”为代表的功能论的争论、冲突、继承和整合之后，高等教育服务社会的职能方渐成共识，日益凸显其重要性，并随着社会政治经济和科技发展变化，高等教育服务的内涵和渠道会不断获得提升和拓宽。

当前，教育服务理念已成为WTO背景下的国际服务贸易和世界教育管理领域中所倡导和研究的热点问题。在日本、韩国和欧美等一些发达国家，办“以客户为导向”的教育口号正悄然掀起。教育作为一种服务，其核心就是要提供优质的教育，以人为本，服务于学生的发展、服务于用人单位的要求、服务于社会发展需求。

世界职业教育已逐渐从最初的济贫性质演变成为一种关系到国家工业经济发展命脉和社会和谐发展的具有战略意义的活动。职业教育要有效地服务于21世纪中国经济社会发展的需要，其前提是必须为职业教育消费者提供有效的服务。在这种态势下，教育服务观理应成为从事职业教育的教学、管理与研究活动的人们不可忽视的一个价值取向。

浙江省宁波市政府在近年提出了“构建服务型教育体系、增强服务地方经济社会能力”的教育战略构想，立足于“形成三大体系，提升三大能力”。我认为，政府的这个教育战略是及

时而有意义的。在高等教育的国际化、大众化、个性化、和谐化需求背景下和宁波市政府构建服务型教育体系的研究背景下，浙江纺织服装职业技术学院陈伟国院长所著的《高职教育服务概论》一书为研究服务型教育体系提供了一个较好的视角。这是作者结合高职管理实践所开展的一个关于教育服务的研究成果，也是作者作为一个高职院校领导者在科研兴校潮流中身体力行的表现。

研究职业教育的服务体系，我以为应该重点把握好职业院校与行业、企业的关系。要培养实际的工作能力，职业院校必须与企业展开密切合作。在研究开发方面，学校也应当充分利用自己的人力资源，为企业提供新产品开发和技术支持。此外，还应该根据行业、企业发展需求，整合好区域内的各级各类职教资源。目前行业所需的各级人才是由各级职业学校分别培养的，而这些学校是相互独立的。这种分别培养的教育体系，不利于各级教育之间资源的整合，不利于各级教育之间课程的衔接，不利于人才的进一步发展，也不利于从整体上规划企业人力资源开发战略。因此，要构建区域服务型的教育体系，必须依托行业，把职业教育体系放到整个行业背景中去运作，要把行业所需的各级人才的培养有机地整合起来。

《高职教育服务概论》一书在构建服务型教育体系的实践探索中较好地应对了学校与企业的关系问题，对教育服务研究现状的综述和对高职教育服务特性的分析比较充分，对其学校在构建高职服务型教育体系中的实践探索、在两级管理领域的实践探索都作了详细的介绍，既立足本校，又为同类院校提供了一个很好的个案，无疑具有一定的参考价值。

纵观全书，作者在不少章节中还探索并提出了一些新的观点，体现了一个高职院校管理者在繁重的行政工作间隙中的理

性思考,非常难能可贵。虽然有些新观点尚需要进行更为深入、全面的探讨,但总体上对其他高职研究者和学院管理者而言,不乏启示意义。如,在第二章中作者在借鉴已有的“服务”和“教育服务”概念界定的基础上,探讨了“高职教育服务”的涵义。在第三章中,作者提出在高等教育服务中存在一条复杂的“产品-顾客链”,并对“产品”和“顾客”的内涵、特征及其对构建高等教育服务体系的启示进行了具体分析。我认为“产品-顾客链”一说比较有新意,可以在其后的研究中再联系高等职业技术教育的特征作进一步探讨。在第五章中,作者提出了高等教育中应树立“符合性”和“适用性”相结合的大质量观,探讨了在教育服务质量管理中引入ISO9000质量管理体系认证的现状、难度和权变策略,分析了教育管理服务化的必要性和意义。这些都体现了作者在学校管理实践中对高等教育质量观、服务观的较有深度的思考。

该书的出版对高职的健康发展具有较重要意义,进一步丰富了我国高职教育服务、教育质量管理的理论研究和实践探索,对宁波市教育局服务型教育体系的构建具有积极的推动作用,对其他高职院校的管理者从事教育科研起到了很好的示范作用。在此,我也希望并呼吁有更多的高职院校管理者能够重视教育科研,能有意识地亲自带领师生开展教育行动研究,在繁重的行政管理工作中尽量抽点时间思考并探讨一些职业教育管理中的重点、难点和热点问题。

美国心理学家卡曾斯(Cousins)有言“把时间用在思考上是最能节省时间的事情。”借此序,我谨以此言与所有忙碌在职业教育管理一线上的勤勤恳恳的学校管理者们共勉。

在该书即将付梓之际,陈伟国院长邀请我为之作序。作为一直希望中国高职院校蓬勃发展并孜孜不倦为之努力奋斗的职

业教育研究者，我为看到高职院校管理者能于百忙之中著书立说感到高兴和欣慰，便欣然命笔。

是为序。

石伟平

（华东师范大学职成教研究所所长 教授、博士生导师）

2006年8月8日于上海

# 目 录

## 第一章 绪论

- 1.1 本书的研究背景····· 1
- 1.2 本书的研究框架与内容简介····· 3

## 第二章 服务与教育服务

- 2.1 服务的概念·····6
- 2.2 服务的特性·····10
- 2.3 教育服务的研究现状·····13
- 2.4 高职教育服务的涵义和特性·····20

## 第三章 教育服务中的产品和顾客

- 3.1 教育服务中的“产品－顾客链”·····29
- 3.2 高等教育的产品内涵和特性分析·····31
- 3.3 高等教育的顾客内涵和特性分析·····34
- 3.4 “产品－顾客链”对构建高等教育服务体系的意义·····36
- 3.5 高职教育服务中的顾客满意度·····38

## 第四章 高职服务型教育体系

- 4.1 优质服务是高职的生命线·····47
- 4.2 构建高职服务型教育体系的实践探索·····49



## **第五章 高职教育服务质量管理**

|                                  |         |
|----------------------------------|---------|
| 5.1 高职教育服务中的大质量观·····            | 100     |
| 5.2 ISO9000体系与教育服务质量管理·····      | 122     |
| 5.3 高职服务型教育体系中的两级管理实践<br>探索····· | 134     |
| <br>参考文献·····                    | <br>188 |
| <br>后记·····                      | <br>193 |

# 第一章 绪 论

## 1.1 本书的研究背景

服务是社会生产力和科学技术水平发展到一定阶段后的产物。现代社会中,服务质量在国民经济各行各业中的作用日益倍受关注,WTO风暴更是推着我们进入了所谓的“服务经济时代”。根据WTO服务贸易总协定第十三条规定:除由各国政府彻底资助的教学活动(如军事院校的)以外,凡收取学费、带有商业性质的教学活动均属于教育服务贸易的范围。它覆盖基础教育、高等教育、成人教育和技术培训,所有WTO成员国都有权参与教育服务竞争。我国在加入WTO时对开放高等教育服务市场的承诺正在也必然会引起越来越激烈的教育服务领域的竞争,这竞争的关键取决于教育服务质量的高低及教育服务体系下所培养出的人才质量优劣。

纵观世界高等教育发展史,教学、科研与服务构成了高等教育的三大社会职能,并随着社会变革的需求演变而不断调整其内涵和外延。当前,高等教育的服务职能日渐提升,并形成了教育是一种公共服务的现代共识。在教育领域,教育服务理念已经被越来越广泛地探讨着和应用着。近几年来关于教育服务的内涵、特性、服务质量及其相关研究纷呈,但尚未有比较体系化的研究框架。

浙江省宁波市政府于2005年下半年开始提出了“构建服务型教育体系、增强服务地方经济社会能力”的新型教育战略构想。服务型教育体系的主要内涵是“形成三大体系,提升三大能力”,即:一是形成比较完善的应用型人才培养体系,提升教育的人才支撑能力;二是形成运转顺畅的产学研

结合体系，提升教育的知识贡献能力；三是形成形式多样的教育培训服务体系，提升教育的学习服务能力。为实现这个富有时代意义的、庞大而复杂的教育体系构想，2006年1月，宁波市教育局根据构建服务型教育体系的有关部署，组织各高校以理论研究或案例研究方式开展构建服务型教育体系理论研究课题申报工作。本书的研究也算是在这种研究背景下的项目成果之一（项目名称：“关于高职服务型教育体系的实践探索及其研究框架分析”；项目编号 NIF06054）。

本书作者在职业教育领域从事学校管理数十载，历任过中等职业学校和高等职业院校的院长职位，亲身经历了世纪之交我国职业教育的不断改革、调整和发展的曲折历程，深刻体会到教育服务理念在高职教育领域中的重要意义。

首先，对国家教育发展而言，在高等教育大众化阶段确立教育服务理念，有利于刺激教育消费，扩大教育投资，并推动国际教育服务贸易的发展；在高职领域贯彻服务理念，有助于催生更多的优质教育服务，办好让人民满意的高等职业技术教育。

其次，对高职院校而言，树立教育服务理念，构建适格的服务型教育体系，有助于高职院校积极关注高职学生、家长、用人单位和社会的教育消费需求，切实树立高职教育管理的服务质量意识、育人的责任意识、办学的市场竞争意识，以拓展职业教育的生存和发展空间。

再次，对高职院校各层次管理者和教师而言，遵循教育服务理念，有利于增进管理服务化、教学服务化意识，注重教育领域的顾客满意度，以共建和谐的学校管理环境和教学环境，促进学校管理效能和教学质量的大幅度提高。

同时，对高职学生而言，树立教育的服务和消费观念，有助于强化其学习主体意识，增进其在消费教育服务过程中的师生互动意识、主动意识、责任意识，在创业培训培养其基

于诚信交易、积极进取、自主创新精神下的教育消费权利和义务及对自己的教育消费质量与学习成果的承担能力和在人才市场中的再交易能力。

正是基于以上认识，作者对在高等职业技术教育领域开展“高职教育服务”为主题的教育科研相当感兴趣。然，岁月如流，戎马倥偬。在繁忙的行政工作之余常常有所感触，却每每无暇研磨提笔著书台。

现在，职业教育的政策环境、法制环境、舆论环境正逐步健全，当前和今后一个时期，是我国职业教育难得的战略发展机遇期<sup>[1]</sup>。这样大好的宏观环境下，随着学院各项教育管理改革的推进，作为学院发展的领导者，我越来越认识到教育科研作为教育改革第一推动力的意义。诚如苏霍姆林斯基所言：“校长对学校的领导，首先是思想的领导，其次才是行政的领导。”正是基于此，近两年来，我一方面重视改进学院的科研激励机制，鼓励教职工开展科研工作，提高科研水平；同时也不断加强了对自己科研能力的要求，有针对性地申请了几个省市级课题，并陆陆续续地记录了一些自己在学校管理中的思考和感悟。今日有幸集结成书，稍感欣慰。

但是，由于作者水平有限，加之集中写作时间仓促，书中难免存在不妥之处，敬请读者批评指正。

## 1.2 本书的研究框架与内容简介

本书以服务理论、质量管理理论和高等教育的国际化、大众化、个性化、和谐化需求为背景，紧密结合当前教育服务

---

[1] 黄尧：21世纪初中国职业教育宏观政策研究。北京：高等教育出版社，2006



研究现状和高职教育服务质量的实际情况,着重探讨了高职教育服务的涵义和特性、教育服务中的产品和顾客、高职服务型教育体系的构建、高职大质量观及高职两级管理等与高职服务相关的问题。

本书共分五章。

第一章为绪论,简单介绍了本书的写作背景、动因及本书的大致研究框架与内容。

第二章:概述了服务的概念和四大主要特性;综述了教育服务的研究现状;探讨了高职教育服务的涵义,认为高职教育服务是指高职教育提供者和高职教育消费者的互动关系中所完成的、以增进高职教育消费者的职业知识、技能、素质的某种无形的教育行为或活动;并分析归纳了高职教育服务的几个主要特性。

第三章:分析了高等教育服务中的“产品-顾客链”,并以ISO9000质量标准术语为参照,结合高等教育的基本功能和教育规律,对“产品”和“顾客”的内涵及其多维性、动态性、相对性等特征进行具体分析;阐释了“产品-顾客链”对构建高等教育服务体系的启示,认为只有以顾客利益为关注焦点,树立全面正确的教育产品理念,遵循高等教育方针和规律,各项服务统筹兼顾重点突出,才能更好地完善高校办学职能,实现高校人才培养目标。该章还介绍了企业界和教育领域顾客满意度的研究现状,探讨了在高职领域构建多维顾客满意度评价路径的意义及思路。

第四章:简单分析了在我们当前的高职教育实践中尚存在的不少与教育服务体系的本质要求不相适应的现象,提出优质服务是高职院校在日益激烈的各类竞争中立于不败之地的生命线。该章重点以一个主报告“加快构建服务型教育体系,全面提高办学能力和水平”和四个相关的重要附件的形式介绍了浙江纺织服装职业技术学院(以下简称浙职院)根



据宁波市构建服务型教育体系的指导思想和要求而开展的构建高职服务型教育体系的一些粗浅的实践探索。

第五章：本章第一节探讨并提出了高等教育中应树立“符合性”和“适用性”相结合的大质量观，高等教育质量不仅要符合以高等教育规范为代表的国家教育意志，还要满足顾客方（学生、家长、用人单位和社会）的需要；高等教育质量不是固定不变的，它应该能在规范化的基础上，根据变化了的顾客合理要求来持续改进，不断提升教育质量。本节还从科学发展观角度分析了当前高职师生评价中的主要误区，并再次论证了构建大质量观是落实高职教育科学发展观的重要切入点。

本章第二节着重探讨了教育服务质量管理领域引入ISO9000质量管理体系认证的现状、难度，并认为要将一个主要适用于企业管理并以发达国家企业管理经验为蓝本的ISO质量管理体系推行于具有社会主义特色的中国教育服务质量管理中，有必要根据具体应用环境作些权变策略。

本章第三节根据格罗鲁斯的“servicize(服务化)”理念探讨分析了教育管理服务化的必要性和意义。并重点介绍了浙职院基于“教育管理服务化”理念所开展的两级管理改革构想及初步的两级管理成果，以供同行参考和批评指教。

## 第二章 服务与教育服务

### 2.1 服务的概念

二战以来,陆续进入后工业社会的西方发达国家正或已经先后进入服务特征凸现的社会经济发展阶段。服务已成为国民财富的主要来源。OECD(联合国经济合作发展组织)关于服务业的就业人数及其产值在国民生产总值中所占的比重(1993年)的相关统计资料表明,服务业已成为美英等经济发达国家的重要的支柱产业<sup>[1]</sup>。服务社会的到来是一种不以人力为扭转的社会发展趋势。

服务是一种复杂的现象,在服务研究方面,学者已经提出了有关服务的多种解释,但至今难以找到一个权威的定义。

从词义本身来看,服务即为“履行职务,为大家做事”(《高级汉语词典》)。牛津词典中英文单词“service”的主要涵义是“something done to help or benefit another or others”或“benefit, use, advantage”。仅从词义看,服务与商品或产品是有区别的,后者多指一种具有产权属性的、可以移动的有形物品,可以说是一种静态的“thing”(物),它具有完整的权利结构,并具有可分性、可加性和可数性。而服务(service)更强调一种活动(activity)和过程(process),即一个行为主体(服务提供者)向另一行为主体(服务对象)提

---

[1] Parasuraman A etc., Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Future Research, Journal of Marketing, 58, January 1994, 111 ~ 124

供利益 (benefit 或 help) 的活动和过程。

不同的学者倾向于从不同的研究视角界定服务的内涵。对服务的内涵界定一般从两个角度进行, 一是从产业分类的角度, 二是从服务性质的角度。

在产业经济研究领域, 早在20世纪30年代, 农业和手工业大分工后, 农业、工业之外的产业被归为第三产业 (即服务业), 并被界定为“具有一定设备或工具, 提供劳务为社会生产和生活服务的国民经济部门”。

在服务管理和营销领域, 绝大多数学者从服务性质的角度, 将具有无形性、生产与消费的同时性、不可存储性和差异性的交易品界定为服务。如鲁斯特 (Roland T. Rust)、菲茨西蒙 (James L. Fitzsimmons)、泽丝曼尔 (Valarie A. Zeithaml)、格罗鲁斯 (Christian Gronroos) 等, 但在对服务特性的排序上会存在一点差异, 如鲁斯特、格罗鲁斯等将服务的无形性排在了首位。

美国市场营销学会最早将服务定义为“伴随着货物销售一并提供给顾客的利益、满足及其他活动” (1960)。这是具有传统营销学观念的服务定义, 视服务为有形商品的一种附属物。到了20世纪70年代, 服务概念趋向于独立的“活动”说, 如白瑟姆 (Bessom) 认为服务是能够向消费者提供任何利益或满足的活动, 这些活动, 他们个人没有能力自我提供或者不愿意自我提供 (1973)。1977年, 美国营销学教授萧斯塔克 (Shostack G Lynn) 提出了产品/服务连续谱系图<sup>[1]</sup>。这些概念的界定开始触及服务的所有权与服务对象的状态变

---

[1] Shostack G. Lynn. Breaking Free from Product Marketing. Journal of Marketing, Vol.41, April 1977, 77



化问题了。进入20世纪80年代以后,服务概念日趋科学化和完善化,如格罗鲁斯提出“服务是一种或一组具有无形特征的活动。服务的最重要功能是向顾客提供问题的解决方案”(1990),他还创造性地提出了制造业和农业中也存在“隐性服务”(Hidden Service)的说法,并在2002年“首届服务管理国际论坛”(天津)上提出服务化(servicize)一说,强调了隐性服务对企业获取竞争优势的作用和意义,从而大大拓展了服务概念的内涵和外延。ISO9004-2:1991《质量管理体系和质量体系要素 第2部分:服务指南》中对服务的定义是:为满足顾客的需要,供方于顾客接触的活动和供方内部活动所产生的结果。之后的ISO9000:2000《质量管理体系 基础和术语》没有对服务单独定义,而是将服务包括在四大类通用产品之中,认为服务通常是无形的,并且是在供方和顾客接触面上至少需要完成的一项活动的结果。而服务的提供可涉及诸如:1)在顾客提供的有形产品(如维修的汽车)上所完成的活动;2)在顾客提供的无形产品(如为准备税款申报书所需的收益表)上所完成的活动;3)无形产品的交付(如知识传授方面的信息提供);4)为顾客创造氛围(如在宾馆和饭店)。这个对服务涵义的界定伴随着ISO9000认证体系在各行各业的推行已获得了比较普遍的共识。

国内有学者从“隐含服务”和产品/服务连续谱系图(Shostack G Lynn,1977)受到启发,认为“服务的概念可以分别从宏观和微观两个角度分别加以认识。从宏观上看,随着社会经济和科学技术的发展,服务的概念已经上升为一种(开放的)服务的观念”<sup>[1]</sup>,其微观解说与ISO9004-2:1991服

[1] 崔立新.服务质量评价模型.北京:经济日报出版社,2003