



岗位胜任力导向的职业院校 多层次人才培养定位探究

——基于广东省美容服务行业营销类人才需求视角

方 慧

(广州番禺职业技术学院,广东 广州 511483)

摘 要:服务于区域经济发展,探索职业院校构建以岗位胜任力为导向的多层次人才培养模式,是当前职业教育供给侧结构性改革的方向。研究以广东省美容服务行业的需求切入,通过 317 家美容企业的走访与调查,提出职业院校服务于广东美容业设置专业;根据美容企业的经营范围和岗位(群)设置定位多层次的职业教育模式;依托职业岗位胜任力定位人才培养目标。

关键词:岗位胜任力;职业教育;人才培养定位;美容业人才

中图分类号: G719.2

文献标识码: A

文章编号: 1671-931X (2016) 04-0026-04

2010 年,中共中央、国务院印发的《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010-2020 年)》将职业教育纳入经济社会和产业发展规划,要求其规模、专业设置与经济社会发展需求相适应^[1]。置身于区域经济发展的大背景下,高职院校专业设置要依托于行业发展,教育层次依托于岗位(群)层级设置,人才培养定位要依托于岗位胜任力。职业岗位导向是提高高职院校人才培养能力,服务地方经济社会发展的关键。

将岗位胜任力的高职人才培养模式向纵深方向拓展,《现代职业教育体系建设规划(2014-2020 年)》对职业教育的层次结构提出进一步的要求,“在办好现有专科层次高等职业(专科)学校的基础上,培养本科层次职业人才,建立以提升职业能力为导

向的专业学位研究生培养模式”^[2]。本文以广东省美容服务行业为例,探索多层次的人才培养定位,着力解决当前较多行业出现的中、高端技能与应用型人才紧缺的困境。

一、对接美容业设置专业

国家“十三五”规划提出,实施生活性服务业放心行动计划。作为新兴的服务行业,美容服务行业(以下简称“美容业”)是利用美容专业知识、技术和产品为顾客提供满意服务的朝阳产业,行业发展受限于服务的不规范与标准的不统一。2016 年 5 月 27 日,全国首部《健康美容服务质量认证标准》的发布,对美容业人才的服务质量提出更高的要求,人们追求美的标准也在不断地提高,市场对中、高端美容业

收稿日期: 2016-07-22

基金项目: 中国职教学会教学委员会、教材工作委员会 2015-2016 年度教学改革与教材建设课题“产教融合背景下高职院校职业岗位导向的教学模式探索”(项目编号:02-83);广州市教育科学规划课题“企业学院模式下高职学生职业岗位工作能力测评研究”(项目编号:1201553751);广州番禺职业技术学院重点项目“企业学院背景下高职学生职业岗位工作能力测评指标体系研究——基于美容化妆品行业的实证分析”(项目编号:A1506)。

作者简介: 方慧(1987-),女,安徽蚌埠人,硕士,广州番禺职业技术学院管理学院助理研究员,研究方向:职业素质教育与创业管理实践。

人才有着极大的需求。

2016年4月,中国美容人才网公布的《2016年中国美容业人力资源现状调研报告》显示,美容业已发展成为当前中国第五大消费热点,北上广一线城市的美容企业高达64%,其中,广州位居榜首(占比28%),深圳列居第三(占比10%)^[3]。基于广东省区域经济发展的优势,美容业人力资源配备单薄、缺口较大,在此背景下,各类美容培训机构门庭若市,业界求贤若渴,甚至公开人才引荐叫价;职业院校也纷纷“嫁接”自有专业,依托医学、艺术、管理、市场营销等专业培养各类美容业人才。但是,当前的美容业人才依旧不能很好地满足社会的需求,职业教育供给与产业发展需求“不对接”的难题,有待于行业企业专家、职业教育学者在充分市场调研的前提下,共同探讨专业设置、人才培养目标设定、课程设计。

表1 广东省美容企业发展现状(N=371)

题项	选项	频率
企业类型	独营美容会所	22.64%
	连锁经营美容会所	43.40%
	独营美容化妆品企业	5.39%
	连锁经营美容化妆品企业	28.57%
企业规模	10人以下	24.26%
	11-50人	32.88%
	51-100人	9.70%
	101-150人	4.31%
	151-200人	3.77%
	200人以上	25.07%
企业经营年限	1年以下	2.97%
	1-5年	32.87%
	6-10年	24.86%
	11-15年	9.73%
企业经营的业务领域(Top3)	15年以上	22.16%
	美容技术服务	23.64%
	化妆品销售	23.56%
	医疗美容服务	17.63%

2015年6月-2016年6月,课题组先后访谈广东省133家美容化妆品企业并对371个样本进一步开展问卷调查,结果如表1所示。从经营模式上看,美容业历经五十年的沉淀,连锁经营模式已发展并占据主力(占比71.97%);从企业生命周期来看,大多数企业处于初生和发展期(占比57.73%),企业规

模在50人以下的小微企业居多(占比57.14%),企业人数发展到200人以上的中型企业,大多都历经15年以上已步入成熟期;从企业经营的业务领域来看,从事美容技术服务和化妆品销售占全样本的47.20%,医疗美容服务(占比17.63%)也是后起之秀,此外,美容企业的经营领域还包括:化妆品生产(占比16.19%)、美容医疗器械销售(占比9.54%)以及美容医疗器械制造(占比9.46%)。由此可见,职业院校依托美容业发展进行专业设置时,可以重点考虑“连锁管理+”、“创业管理+”、“中小企业管理+”、“护理+”、“市场营销+”、“化学工程+”、“医学+”、“机械制造+”等等。

二、依托岗位(群)层级设置教育层次

(一)依托岗位群定位人才培养方向

随着中国经济的转型升级,应用型人才教育的供给侧改革有待深入推进,职业教育应依托美容行业企业岗位的设置确定人才培养方向。调查结果显示,美容化妆品企业的人力资源配备十分单薄,各类各级岗位都存在不同程度的岗位空缺。从岗位类别来看,按照岗位群对于相关专业的大学生需要程度,在需求度排名第一的岗位中,79.10%的企业表示营销类岗位群人力资源缺口最大,岗位设置为美容导师、美容顾问、美容督导、销售代表、销售经理、品牌经理、区域经理等;其次,60.38%的企业认为当前技术类岗位群人才需求度排名第二,岗位设置为美容师、化妆师、美甲师、美容讲师、美容高级讲师、产品研发师等;最后是管理类岗位群(占比17.23%),岗位设置包括服务前台、部门专员、店长助理、店长、部门总监、部门经理等(表2)。

基于社会需求,职业院校应充分发挥自身的学科优势,中职学校、高职院校、本科院校整合专业优势,携手培养营销类美容业人才、技术类美容业人才和管理类美容业人才,结合各自专业优势,锁定人才培养方向。

(二)依托岗位层级定位人才培养层级

就目前情况来看,28.03%的美容企业大学本科及以上的从业人员占全员比重达50%以上,但其中仅有2.77%的大学生是专业对口就业;中高职学历占从业人员一半以上的美容企业达31.26%,其专业对口率达61.58%。在走访中,64.69%的企业强烈表示亟需配备高“素质+技能”型员工,绝大部分企业对

表2 美容企业从业者就业岗位(群)一览表

岗位层级	初级岗位	发展岗位	核心岗位
技术类岗位群	化妆师 / 美甲师 / 美容师	美容讲师	美容高级讲师 / 产品研发工程师
营销类岗位群	美容导师 / 美容顾问 / 美容督导	销售经理 / 销售代表	品牌经理 / 区域经理
管理类岗位群	服务前台 / 部门专员	店长助理 / 店长	部门总监 / 部门经理

当前的人力资源配备表示不满，一方面专业的技术应用型人才欠缺,技术类岗位常年处于“缺编”状态；另一方面从业者的整体素质以及学历水平较低,已不能满足面向中高端人群的美容企业的需求。

随着美容行业的不断发展与壮大，企业对于人才的需求更加多元化，理清不同类别岗位群的岗位层级，依托岗位层级构建多样化的职业教育层次结构势在必行。根据市场调查,美容企业从业人员的就业岗位群分为技术类、营销类和营销类,分别对应初级、发展和核心三个层级。职业教育应视市场所需,对应于岗位层次,构建起“金字塔型”、“倒三角型”、“沙漏型”、“指南针型”等类型的教育层次结构。

三、依托岗位胜任力定位人才培养目标

渐进的岗位层级要求从业者具备的职业技能和职业素质也不是一蹴而就的，研究以美容业营销类岗位人才需求为例，构建基于岗位胜任力的人才培

养目标。

胜任力的概念是由 David C.McClelland（美）教授^[4]提出,最初是用来描述特定工作岗位和组织环境中区分绩效水平的个人特征。在中国,关于胜任力的文章自 2000 年开始就广泛地出现在各行业企业从业者能力特征的研究中。但是,关于美容业从业者胜任力的研究才刚刚起步，在中国期刊全文数据库能够检索到的仅有 2015 年刊出的 2 篇硕士毕业论文，将胜任力运用于美容企业人力资源管理的招聘和培训开发领域中。

胜任力所关注的是职业(岗位)要求的、实现长久持续发展的能力和素质^[5],培养胜任美容业职业岗位能力的学生是职业院校相关专业的核心竞争力。课题组以市场需求最大的美容企业营销类岗位切入,由行业企业的资深管理者、职业教育专家、专业教师共同探讨，构建美容企业营销类岗位胜任力模型,经过深入访谈和市场调查,并进行 133 个小样本

表 3 美容企业营销类岗位胜任力评估

		经方差最大正交旋转的因子载荷矩阵		KMO 检验值	Cronbach's Alpha	
岗位层级	岗位胜任力维度	岗位胜任力测项	成分			
			1			2
初级岗位	职业初级能力	基本的销售沟通能力	.854	.051	.789 (sig.=.000)	.835
		自我修正外部形象、保持较好仪容仪态	.752	.065		
		良好的职业操守,掌握基本的服务技能	.671	.179		
	职业初级素质	良好的适应并融入环境的能力	.602	.402		
		听、说、读、写等基本表达能力	.073	.823		
		基础的美容化妆品相关专业认知	.083	.808		
发展岗位	职业发展能力	正确的价值观、世界观和人生观	.143	.795	.729 (sig.=.000)	.756
		敏锐的美容市场信息洞察与分析能力	.847	.117		
		良好的美容活动组织与策划能力	.847	.068		
	职业发展素质	较强的资源整合与维护能力	.554	.447		
		持续服务的理念	.050	.862		
		全面的行业企业认知	.191	.799		
核心岗位	职业核心能力	良好的自律能力	.728	.192	.878 (sig.=.000)	.863
		快速学习新知识、新技能的能力	.693	.217		
		快速的反应与应变能力	.653	.185		
	职业核心素质	良好的拓客(销售推广)能力	.636	.267		
		良好的顾客关系维护与管理能力	.634	.265		
		服务于顾客的美容技术服务能力	.572	.288		
	善于团队管理和培养助手	.141	.850			
	较强的抗压能力和耐力	.187	.803			
	与美容业共同成长与发展的决心	.419	.586			
Kaiser-Meyer-Olkin 检验值			.864			
Bartlet's 球形检验卡方值			X ² (325)=4271.173			
P 值			.000			
累积方差贡献率			64.564%			
Cronbach's a 系数			.917			

(前期走访的企业)测试与修订,在正式调研后进行模型的信效度检验和探索性因子分析,结果如表3所示。

对美容企业营销类岗位胜任力量表的结构效度检验,结果显示各维度以及总量表的 KOM 值均大于 0.7,相伴概率均小于显著性水平 0.05,量表的结构效度较好。为进一步考察量表的可靠性和有效性,Cronbach's α 系数检验结果显示,总量表的信度在 0.8 以上,分量表的信度都在 0.7 以上,说明该量表具有较好的内部一致性。此外,量表的累积方差贡献率达 64.564%,表明六个公共因子对于岗位胜任力的总方差所做贡献较大,基本反映了原来数据的大部分信息。美容企业营销类岗位胜任力模型构建合理,对量表中的 21 个测项进行探索性因子分析,与初级、发展和核心三个层级岗位匹配的胜任力均由“能力+素质”两个维度构成。

(一)职业初级能力

在追求美的行业中就职,自身的外部形象或者修正外部形象的能力是天然的广告,禀赋与修正缺陷的能力同等重要;对于包括美容业在内的所有现代服务业都是以服务顾客为要职,入职者必须能够与人进行基本的销售沟通与服务。此外,美容业营销人员的工作就是不断地与陌生人打交道,面对纷繁变化的外部环境,同样要具备良好的适应能力。因此,职业初级能力维度包括 4 项特质:销售沟通能力、修正自我形象的能力、基本的服务技能和环境适应与融入能力。

(二)职业初级素质

在正确的价值观、人生观和世界观的指引下,面对“互联网+”铸就的众多销售沟通渠道,美容业营销类岗位的从业者也要求具备听、说、读、写等基本的表达能力,与此同时,能准确运用美容化妆品的专业术语,对美容化妆品的相关知识有基本的认知也是“职业人”需要具备的。据此,美容企业营销类岗位胜任力的职业初级素质维度主要包括:三观、综合表达能力和专业认知。

(三)职业发展能力

对于美容企业营销类岗位从业者更高一个层级的要求,在能力上,能够识别和分析市场信息,把握市场机会规避市场威胁;与此同时,能够将在初级岗位上积累的资源进行整合,掌握一定的美容企业营运能力,灵活运用管理学与营销学的知识从事计划与组织工作。其岗位胜任力的职业发展能力维度包括市场洞察与分析能力、组织与策划能力和资源整合与维护能力 3 项特质。

(四)职业发展素质

在发展岗位群上,要求任职者在对美容化妆品

专业知识认知的基础上,从宏观上对整个美容化妆品行业有所认知,对美容化妆品企业的经营管理现状有初步的判断,并且认同行业未来的发展。发展岗位上的从业者需要面对的不仅仅是顾客还包括企业员工,任职者需要具备更强的可持续服务理念。该维度包括持续服务的理念和全面的行业企业认知。

(五)职业核心能力

能够在美容企业营销类岗位群中,胜任核心岗位的任职者必须具备良好的拓客与顾客管理能力,在进行美容产品销售的同时需与技术(美容手法)同步,因此,任职者也需同时具备美容技术服务的能力。美容产品与技术的更新换代速度之快要求任职者要快速反应、灵活应变,在持续学习的基础上,更快地掌握新的知识、运用新的技能;面对鱼龙混杂的行业发展态势,要能够坚守自己的原则做到自我控制。因此,职业核心能力维度包括 6 项特质:拓客能力、顾客管理能力、美容技术服务能力、快速学习能力、应变能力和自律能力。

(六)职业核心素质

美容行业较大的利润空间与较低的入市门槛,呈现了急速发展的态势,对于核心岗位的营销任职者来说,在激烈的市场竞争中要具备较强的抗压能力和耐力,善于运用团队之力作战。现代美容业是一个年轻的行业,处在不断成长与进步阶段,作为美容业营销领域的领军人物,要积极带动并坚信行业未来的发展。该维度包括团队打造与培养、抗压与耐力和行业认同与带动 3 项特质。

参考文献:

- [1] 中共中央、国务院.国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010-2020 年)[EB/OL]. [2010-07-29].http://news.xinhuanet.com/2010-07/29/c_12389254.html.
- [2] 教育部等.现代职业教育体系建设规划(2014-2020 年)[EB/OL]. [2014-06-16].http://www.moe.edu.cn/publicfiles/business/htmlfiles/moe/moe_630/201406/170737.html.
- [3] 郑刘军.2016 年中国美业人力资源现状调研报告[EB/OL]. [2016-04-07].http://www.138job.com/shtml/Article/18604/101285_3.shtml?from=shtml_Article_18604_101285_2.shtml.
- [4] McClelland D.C..Testing for competence Rather Than for Intelligence[J].American Psychologist,1973.
- [5] 白茹,刘宇雷,沈雪萍.基于大学生初入职场岗位胜任力的企业用人需求调查[J].南京航空航天大学学报(社会科学版),2013,(6):97-100.

[责任编辑:陶济东]

(下转第 34 页)

Post Competency Oriented management:Study on Multi-level Cultivating Pattern of Vocational School——Based on the View of Talents of Marketing Demand in Beauty Industry in Guangdong Province

FANG Hui

(Guangzhou Panyu Polytechnic, Guangzhou, 511483, China)

Abstract: To serve the regional economic development, explore post competency oriented multi-level cultivating pattern of vocational school, is the direction of reform of the supply side of vocational education. Based on talents demand in beauty industry in Guangdong province, the research presents the specialized establishment direction of vocational education in service of the beauty industry by visiting and investigating 317 beauty enterprises; multi-level pattern of vocational education determined according to the business scope and job groups of beauty enterprise; orientation of talent cultivation aims depending on post competency.

Key words: post competency; vocational education; cultivating pattern; beauty industry talents