

构建“双渠三融四体”高职农村电子商务人才培养模式研究

周原¹ 周文琦²

(1. 河源职业技术学院, 广东 河源 517000;

2. 泰国玛希隆大学, 曼谷 10200)

摘要: 为了响应国家战略对农村电商人才的需求, 2021 年高职专业目录增设农村电子商务专业。由于新专业建设年限较短, 很多高职院校对农村电子商务专业的人才培养目标不清晰, 课程设置不科学, 师资建设不完善, 校企合作不规范, 导致农村电商人才培养和人才需求无法精准对接。因此本研究基于 OBE 理念和农村电商专业实践探索基础上构建“以学生和涉农社会人士为主体; 融合创业教育、职业技能等级证书、课程思政; 围绕校、企、行、政四主体协同育人”为内涵的“双渠三融四体”的农村电商人才培养模式, 以期高职农村电商人才培养提供借鉴和参考。

关键词: 乡村振兴; 人才培养; 高职农村电子商务

一、引言

2021 年教育部发布《职业教育专业目录》中新增高职“农村电子商务”专业。截至目前, 全国仅有 30 多所高职院校开始了农村电子商务专业。作为一个新专业, 由于开始时间短, 开始院校少, 就导致农村电子商务专业的人才培养模式与路径等研究尚少, 大部分研究多在农村电商人才需求情况、人才培养现状、创新创业培养、产教融合等比较零散方面进行研究。人才培养模式主要涵盖了人才培养目标、课程体系、教学方式、师资力量、管理机制等方面。人才培养是一个系统性、科学性、实践性的工程, 除了包含自身的目的性、功能性外, 还要和外界进行沟通和交流。

针对目前农村电商专业人才培养过程的问题, 唐晓双(2020)提出精准扶贫植入高职电商专业时人才培养目标缺乏多样性。赵爽(2021)提出要在高职农村电商人才培养中构建本地农村人才的培养, 将学生教育和本地农村人才培养进行融合。邱金林(2022)认为目前农村电商人才的供给与需求匹配度不高, 实践教学环节与农村实际情况脱节, 培养的人才不愿意到农村发展, 缺少“三农”情怀。张茜茜(2023)认为缺少专业化的电商专业教学机制, 特别在产教融合方面加强。这些研究的提出有利于帮助高校农村电商专业发现问题, 找到解决的策略, 具有良好的借鉴价值。

在前者的研究基础上, 基于 OBE 理念构建了“以学生和涉农社会人士为主体; 融合创业教育、职业技能等级证书、课程思政; 围绕校、企、行、政四主体协同育人”为内涵的“双渠三融四体”的农村电商人才培养模式。主要解决了以下几个问题: 第一, 解决培养对象单一问题, 将本地涉农人才和学生融合培养, 双方取长补短; 第二, 解决人才培养与企业人才能力需求脱节的问题; 第三, 解决学生缺乏“三农”情怀问题; 第四, 解决学生从业能力和职业能力发展问题, 以期对相关院校农村电商专业提供借鉴和参考。

二、相关概念界定和理论基础

(一) 相关概念界定

1. 农村电商

鲁锡杰(2016)强调农村电子商务有三个层次, 包括县级电子商务、农村电子商务和农产品电子商务。魏一萍(2017)根据之前的研究基础提出农村电商是基于互联网的关于三农的一种商业模式。因此本文中所指的农村电商不仅仅是农产品, 而是包含了基于信息技术基础上的涉农相关的旅游, 新媒体下的农产品销

售, 农村电商政务等方面。

2. 农村电商人才

潘朝阳等(2017)认为, 农村电子商务与这些市场的发展特点是相容的。可以分成四类, 分别是具备战术、管理、商务和技术特征。因此本文涉及的农村电商人才是指具备互联网思维, 掌握了市场营销、电商运营、供应链、项目管理等技能的复合型人才。

(二) 理论基础

1. OBE 理念

阿查亚(2003)提出 OBE 该模型应用于四个不同的单元: 学习产出、实现学习产出、学术产出的评估和学术产出的使用。在人才培养实施过程中, 基于农村电商领域工作中需要的知识、核心能力和素质的培养为目标, 以培养对象为主体, 以产教融合为主线, 以课程改革为抓手, 重新构建人才培养模式。

2. 职业胜任力

常健聪等(2019)认为农村电商人才胜任力包括管理技能、营销技能、专业技能、职业素养和个人内在因素。

综上所述, 通过文献梳理界定了农村电商和农村电商人才培养概念的范围, 结合 OBE 和职业胜任力理论, 明确农村电商岗位要求的职业能力, 为进一步农村电商人才培养指明了方向。

三、“双渠三融四体”农村电商人才培养模式构建

(一) 农村电商人才职业胜任力实证研究

1. 指标选取和数据来源

2023 年 8 月 23—25 日走访了河源市紫金县九和镇政府及热水村、黄砂村、莞芬村、九和村, 以及紫金县瑞彤种养农民专业合作社, 黄砂吉盛种养农民专业合作社进行访谈, 本文在访谈和文献的基础上, 构建了涉农产品市场运营、涉农产品品牌建设等 17 项胜任力指标。

2. 探索性因子分析

本研究选取了涉农电商企业、政府和行业协会的相关人员发放问卷, 回收有效问卷 117 份。通过运用 SPSS23.0 软件对有效问卷中的 50% 进行探索性因子分析, 被检测样本 Alpha 系数值为 0.812, 大于 0.8, 说明信度较高。KMO 值为 0.705, 大于 0.7, Bartlett 球形度检验显著性为 0.000 ($p < 0.05$), 说明适合做因子分析。

本文采用了最大方差法, 对因子载荷矩阵进行了旋转。旋转后结果如下如表 1 所示。

表 1 旋转成分矩阵

名称	因子载荷系数 共同度					
	因子 1	因子 2	因子 3	因子 4	因子 5	
涉农产品市场运营	0.821					0.725
涉农产品品牌建设	0.787					0.704
涉农产品供应链管理	0.863					0.794
涉农产品政务服务	0.854					0.788
执行能力		0.739				0.647
抗压能力		0.828				0.735
创新创业意愿		0.847				0.758
服务三农意愿		0.82				0.72
组织能力			0.847			0.763
决策能力			0.84			0.72
沟通与激励能力			0.832			0.748
数据分析				0.832		0.793
短视频策划推广				0.836		0.755
文案策划推广				0.802		0.705
直播运营能力					0.844	0.79
熟悉各电商平台规则					0.808	0.732
电商推广能力					0.824	0.757

（二）高职院校农村电商人才职业能力培养分析

我们分别选取了 5 所高职涉及农村电子商务人才培养的普通高职班和继续教育学院农村大学生班进行问卷发放，每个学校高职普通班随机发放 180 份问卷，农村大学生班随机发放 120 份问卷，共发放问卷 300 份，回收有效问卷 292 份。

对应农村电商人才岗位胜任力 5 个维度指标，对农村电商人才培养评价结果的一级指标进行排序，电商运营技术操作能力提升（4.047）>项目策划能力提升（3.913）>素养和个人意愿（3.607）>团队管理能力提升（3.565）>高阶综合能力提升（3.304）。由此可见高职院校在农村电商人才培养方面更注重基础的技术操作能力培养，但高阶的综合运营和管理能力培养欠缺。

从二级指标得分来看，目前得分较高的有直播运营能力（4.099），电商推广能力（4.024），熟悉各电商平台规则（4.017），短视频策划推广（3.952），文案策划推广（3.938），数据分析（3.849），执行能力（3.829）等。较低的指标有涉农产品政务服务（3.127），涉农产品供应链管理（3.233），服务三农意愿（3.253），涉农产品市场运营（3.411），涉农产品品牌建设（3.445）。从指标分析结果看，高职院校在基础技能培养上做得比较好，但是在整合和综合运用能力还十分欠缺，学校缺乏对学生在三农服务方面的引导，导致学生服务三农意愿不够。

四、结论和建议

（一）“双渠”育人

“双渠”育人主要是打通普通高职学生和继续教育农村大学生融合培养渠道，增加双方相互学习和交流的机会。比如组建学

习小组，项目小组，交流会等形式进行取长补短。继续教育农村大学生可以利用以往的经验让普通高职学生更加了解农村，增强服务“三农”的意愿，可以依托项目带动学生参与到农村的创业实践中。而普通高职学生可以在技术技能方面指导农村大学生，提升他们的技术技能。

（二）“三融”育人

无论是针对普通高职学生还是继续教育的农村大学生，都可以通过融合创业教育、职业技能等级证书、课程思政三个方面进行育人。指导教师要深入农村收集相关创业项目，或是带领学生协助辅导各类农村创新创业大赛，并将这些项目引入到创业教育中。在课程建设方面要加强课程思政培育，引入相关国家支持“三农”政策，树立服务“三农”的职业荣誉感，让更多的学生愿意毕业后投身到建设新农村。以获取“互联网营销师”“电子商务师”等职业技能等级证书为目标，帮助学生完成从“学生”到“职业人”的转变。

（三）“校企行政”协同育人

在农村电子商务人才培养方面，高校教师应与当地主管创新创业教育培训的人社部门加强沟通联系，建议当地政府出台相应政策，特别是针对普通高职毕业生和继续教育农村大学生在就业，创业，职业技能等级认证给予一定的政策支持和资金补贴。以“产业学院”为抓手，与企业，行业和政府共建师资队伍，共建人才培养基地，共同完善人才培养方案和课程体系，将企业、行业项目融入日常教学中，教师科研项目中，教师社会服务项目中，形成以教师和学生团队为核心，以企业，行业，政府为支持的协同育人体系。

参考文献：

[1] 谢晴. 英澳创业型大学人才培养模式比较研究 [D]. 天津：天津师范大学，2023：6.

[2] 莫济娣. 乡村振兴战略下中职电子商务人才培养系统的研究 [D]. 广东：广东技术师范大学，2021：30-31.

[3] 唐晓双. 精准扶贫植入高职电商专业教育的现状、问题及优化策略 [J]. 产业与科技论坛，2020，19（18）：109-110.

[4] 赵爽. 高校农村电商专业人才培养模式构建研究 [J]. 山西青年，2021（01）：31-32.

[5] 邱金林. 农村电子商务人才培养的困境与对策 [J]. 农业经济，2022（6）：118-119.

[6] 张茜茜. 高校培育农村电商专业人才培养模式研究方略. 山西青年 2023（08）：169-171.

基金项目：1. 本文系广东省教育厅教育科学规划课题高等教育专项项目课题“广东北部生态发展区建设和乡村振兴背景下高职农村电子商务人才培养路径研究”（立项编号 2021GXJK133）阶段性研究成果。

2. 广东省教育厅普通高校重点领域专项(科技服务乡村振兴)课题“农产品地理标志品牌建设对农业经济高质量发展影响研究”（立项编号 2023ZDZX412）。

3. 广东省科技厅农村科技特派员项目（立项编号 KTP20210195）。

作者简介：周原（1980—），女，汉族，黑龙江鸡西人，博士，副教授，研究方向：职业教育、营销、电商。周文琦（1995—），女，汉族，黑龙江人鸡西人，硕士研究生在读，研究方向：营销。