

“供给侧结构性改革”战略视域下地方应用型高校人才培养

陈晓曦*

摘要:“供给侧结构性改革”就其自身来说是经济学概念,相对于“需求侧”而言的。习近平总书记最近(九天四次)提出这个概念,其重要意义可见一斑,从而构成一种战略性视野。不宁唯是,该提法在哲学、政治经济学具有重要的方法论意义,而且对于高校治理理念特别是人才培养同样具有重要的启发与指导意义。

关键词:供给侧改革;应用型高校;人才培养

一、概念本身的理解

从词语背景上说,“供给侧结构性改革”,也就是换个角度看经济。投资、出口、消费三架马车的概念,大家耳熟能详,但这都是在“需求侧”角度下提出。比如说,通过简政放权,把原来政府掌握的权力放给市场、放给企业,让市场活起来,让企业

采用“中医为主、西医配合”的供给管理与需求管理相结合的综合疗法。面对经济持续下滑,我国没有再出台大规模经济刺激计划,而是简政放权,连续下放行政审批权,探索设立自由贸易区,激发市场内在活力,这些都能看到新供给理论的影子。已故经济学大师科斯说,经济学的未来在中国。中国学者提出的新供给经济学理论,或许已在正

盾。但是有论者对此开始质疑,例如学者郝晓光就提出如下观点:

在马克思主义哲学中,推动社会发展的基本矛盾是生产力与生产关系的矛盾(简称二生矛盾)。现在,我们在马克思主义剩余价值哲学中提出了另一对基本矛盾——“二分矛盾”(分工与分配),这在逻辑上能行得通吗?在马克思主义的剩余价值哲学中,“二生矛盾”发展,是推动社会发展的质变;“二分矛盾”推动社会发展,是推动社会发展的量变。这两对基本矛盾,在不同的社会形态以不同的主次矛盾形式出现。具体说,在1949年革命胜利之前,社会基本矛盾应该是以“二生矛盾”为主、“二分矛盾”为辅;在1949年革命胜利之后,社会基本矛盾应该是以“二分矛盾”为主、“二生矛盾”为辅。生产力与生产关系的矛盾,不仅体现为生产资料被谁占有的矛盾、而且体现为多元化生产资料占有者之间的矛盾;而分工与分配的矛盾,不仅体现劳动者技能差异之间的矛盾、而且体现行业垄断与行业竞争之间的矛盾^[1]。

毫无疑问,在日常经验中我们感觉到社会公正更上的问题,而人们需求得不到满足反倒具

个概念,但是如果我们仅仅将此看成是经济工作的指导就失去一种战略视野。因为长期以来,改革开放似乎给人们一种印象:市场为王。诸多机构、诸多行业都学会了以市场为导向的眼光;而且市场从资源配置主体地位也变成决定性力量。这样市场、需求侧就更加显得不可动摇,于是就遮蔽了单位、部分自身的发展问题了;而且市场本身还是带有盲目性的。这就是说,市场需求只是一种趋势,市场需求本身也要引领和培育。以苹果手机为例。在苹果手机诞生之前,市场对它并没有明确需求;而是在苹果公司推出手机之后,市场才接受、认可之。之前的市场需求也只有“更好用”这样比较笼统而模糊的需求,只有在苹果手机供给之后,我们才可以说市场在追捧苹果手机。同样,中国的高铁也是如此,现在人们都喜欢乘坐高铁出行,好像市场在呼唤高铁,于是高铁应运而生。实际上,一开始市场需求的是“一种更加快捷的出行方式”,而并不是高铁。只有公司真正供给出高铁时,这个需求和供给才真正对接,并现实化。

另外,对于一些落后产能如水泥、钢铁等,提高它们的消费是有限度的。在一个时期无论怎么

但是这些案例都有这样一个特点:定位市场。从市场需求看,这是需求侧的思路;从培养高质量适合市场需要的毕业生看,这是供给侧的思路。两方面综合起来说,就是需求侧定向下的供

会刺激市场对人才需求和运用的新方向,会令市场对人才的想法出现新变化。这种互动关系,体现在供求双方的互相塑造上。实际上,如果单纯从市场需求来定义人才培养,那么,那么很多高校

给侧人才培养模式。

当然这只是一种情况,另一种情况也同时并存。那就是,高校大学生毕业季、就业季中,高校就业指导中心联系接洽很多用人单位前来。从经济学观点看,这依然是“扩大销路”的思路和做法,试图通过这样的对口联系来消化毕业生,实现最大限度的就业。如果把把这个思路继续用经济学的

术语归结,我们可以说这是需求侧的就业考量与就业路径。

相比之下,“以市场为导向”的人才培养因为有了针对性因而就有着一定的优势。但是不容回避的问题在于,市场是变动的,人才培养一旦成形就有了惯性。所以发展迅猛,变化加快的市场需求,在一定意义上是永远无法精准把握的。最主要

的应用型事实上就是变成高职人才培养模式了,即职业技术学校的培养模式会主导本科院校的人才培养工作思维,高校的人文教育就会在理工科“强势学科”面前限于被动。这也会造成很多工作在会议上、文件上重要,而在实践技能、实习顶岗安排中屡屡被冲击、无法落实的局面。

供求双方的互相塑造关系,是一种良性的,彼

此协调的关系。一方面市场需求不再成为金科玉律,于是高校人才培养只能在跟随市场的亦步亦趋的节奏中求发展;另一方面高校人才培养目标和方案也绝不能故步自封、自说自话,搞“皇帝的女儿不愁嫁”那一老套。人才市场和人才培养应该是一种对话关系。认识到这样的互相建构与对话关系之后,可以把高校从奉“市场导向”为主旨的固有模式

的是,市场的需求本身也是一个互动的过程,换言之,市场的外围、下游也是市场,与此同时,毕业生本身也构成市场。就像在上文中分析的那样,市场对于出行的需求在一定意义上只能精确到“更加舒适便捷”的出行交通工具,在现实的高铁诞生前,市场还无法准确说出需要高铁出行这样的话。直到供给方实际地制造并运营高铁之后,大众才可以真正有了明确的共识,我们出行更喜欢

中解放出来,认真盘活自己的资源,认真思考自己的“产品”。什么才是自己的“苹果”,什么才是自己的“高铁”,不要担心市场是否需要这个“产品”。这样高校人才培养及其人才培养模式可以稍稍聚精会神来思考自己的事务。换言之,我们既要尊重现有的市场,同时也要尊重未来的市场。不过,这个“未来的市场”并不是“现有的市场”的逻辑的、必然的、自动的延伸和发展。应该说,这个“未来的