

高校校园商业活动现状调查与分析

杜晶 袁馨之 赵永斌 肖凌志 王国才
(厦门大学 福建厦门 361005)

摘要: 伴随着我国经济的飞速发展,商业发展大潮已经渗入高校校园,越来越多的大学生开始接触并参与校园的商业活动。本文借助调查问卷对我国高校校园商业活动的发展现状以及其对大学生自身成长的影响进行了探究,并较有针对性的提出了一些意见和建议,希望有益于校园商业活动的健康发展。

关键词: 校园商业活动 发展现状 调查 分析
中图分类号:F715 文献标识码:A

文章编号:1672-3791(2008)03(b)-0133-02

校园商业性活动,是指跟校园内学生直接或间接联系的有学生参与的商业性活动,其一般以盈利为直接目的。如学生代理推销活动,学生自主创业,学生组织的活动及演出拉赞助,商业人员作讲座报告并推销相关商品与服务,商业“选秀”和商家冠名等公关宣传类活动等。

随着素质教育逐渐推进和高校办学模式多样化的不断探索,校园的商业性活动也“争相斗艳”,在吸引了高校广大学生热情参与的条件,凸显多样性。一方面我们推崇,在中国当前的教育制度下,这种商业活动发展的趋势对学生综合能力的培养大有益处;但另一方面我们又担忧,过浓的商业氛围会给大学培养高素质人才、发展高科技、提供高水平服务的三大传统职能^[1]蒙上一层浮躁的阴影,特别是对高层次大学造成的影响就更引人关注。

为了解高校特别是高层次大学校园商业性活动的发展现状及其对学生自身发展的影响,并希望从中为校园商业活动未来的发展提供一定的参考,我们组织了此次针对高层次大学中具有代表性的211重点高校大学生商业活动现状的调查。这次调查抽取了遍布全国的211高校中的13所,对高层次大学校园商业活动的发展进行初步探讨。

1 调查内容及方法

1.1 调查内容

调查主要为以下两个方面:我国211高校校园商业活动发展现状的调查;我国211高校校园商业活动对大学生自身影响的调查。

1.2 调查方法

校园商业性活动调查研究主要采用问卷调查法。问卷调查抽取了厦门大学、上海交大等(其他高校为:东北师范大学、南开大学、中国人民大学、中国政法大学、西安交通大学、中国医科大学、上海外国语大学、中国科技大学、武汉大学、四川大学、中山大学)13所211高校为样本,抽取原则是按照地域(南方7所、北方6所;沿海6所、内陆7所)及学校类别(理工农医类学校4所,文史类学校2所和综合类学校7所)进行随机均匀抽取。共发放问卷1030份,回收999份;其中有效问卷924份,回收率为96.99%,有效率为92.49%。在有效问卷中,男生532份,女生392份;大一229份,大二445份,大三219份,大四30份。

2 211高校校园商业活动发展现状分析

目前,校园商业性活动的迅速发展已

是不争的事实,不仅因为其庞大的受众群体(全部大学生),而且拥有四成多(40.58%)的大学生这样巨大的一个参与群体。当前校园的商业性活动,无论从形式多样性方面,还是地域或学校类别的差异方面,抑或是其运行中存在的问题的方面来看,都呈现出很显著的特征,综合考察这些特征有助于我们更好地了解和认识高校校园商业性活动的发展现状。本章节的后半部分将就这些显著特征从外因和内因两个方面做出分析。

2.1 特点一:形式相对集中而结构不尽理想

我们将学校的商业活动分为以下七大类:学生代理推销活动;学生自主创业(开店、公司);学生组织的活动及演出拉赞助等;商业人员作讲座报告并推销相关商品服务等;商业“选秀”和商家冠名等公关宣传类活动;兼职活动(包括家教、送餐、做服务员等);其他。其调查的结果为:大学生校园商业活动主要集中在兼职(84.96%)、推销(80.63%)以及学校组织的活动和演出赞助(75.11%)等,如图1。

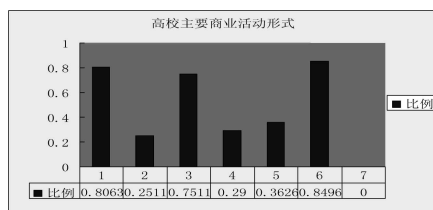


图1 高校主要商业活动形式统计直方图

简单分析可知,最为集中的三种形式活动中,以体力劳动投入为主,脑力智慧性的投入显示出局限性。从商业活动对学生有利影响的层面来看,商业活动形式结构上不尽理想。另外,通过图可以发现,政府和社会大力倡导的自主创业已经开始在高校学生中发挥作用,虽然总体认可度相对较低,但考虑到在校学生的特点,这仍然是一个乐观的表现。

2.2 地域性和学校类别性差异显著

根据对调查结果的统计分析,从地域方面来讲,南方沿海地区参与比例相对较高——南经北政和沿海外向开放的地域特征是影响学生参与商业性活动的根本因素;从学校类别来看,综合类(45.12%)和文史类(46.97%)学生参与校园内外商业活动的比例远高于理工农医类——理工农医类的由于专业性,课业繁多,学习压力较大课余闲暇时间较少,因此较少有人参

与商业活动。

南方高校中参与商业性活动的学生比重高于北方高校的,沿海高校高于内陆高校。原因:出于地缘优势和超前观念在南方商业沃土和沿海经济开放区域的重要影响,这些地区高校学生参与比重从理论上还是直观上都会相对的高些。

高校中的商业性活动所涉及的商品和服务的范围都比较广,综合的看,南方沿海地区的高校商品服务的范围最广。这说明,参与人数众多,竞争必然激烈,扩大商品服务的范围也就是对市场的扩大,扩大的市场又会容纳更多的参与者,更多的参与者竞争又会更加激烈。

在商业活动的秩序方面,北方和内陆的高校相对于南方和沿海地区更井然些,可能是因为北方和内陆地区的高校管理规范较好,而南方和沿海的高校由于地缘因素和思想意识导致的商业性活动规模大、范围广、形式多等状况进而增加了学校规范管理的难度。

此外,从学校类别的角度来看,综合类院校与理工类院校的差异最大。究其原因,综合类院校在经济金融方面较突出,由于专业性质的影响,学校有潜在的商业思想,对于商业活动的各种形式都较容易接受且富有更高的热情参与,一来可以实践理论知识,锻炼商业头脑,培养敏锐的商业触角,为将来涉足商业做铺垫;二来可以勤工俭学。因此综合性院校的商业氛围相对于其他两类要浓厚很多,无论是规模,覆盖范围,形式种类都较其他两类院校来得大,但同时也对学校的监管带来了难度。

2.3 特点三:规范管理与商业性活动发展不够协调

当前校园商业性活动的发展状况并不乐观,不论是在参与学生人数的比重,商品和服务涉及的领域范围,还是商业性活动的形式以及秩序,同学们给予的分数均普遍在2.8~3.0之间。谈及校园商业活动当前存在的主要问题,学生们大部分(62%)认为是“缺乏有效监督管理”,其他诸如“供给商家效益低”、“参与商业活动学生成本大于受益”、“涉及的商品和服务的质量(销售前后)差”、“运行效率低”的比例均不高于40%。由此可见,秩序不够好的原因,最主要在于缺乏有效的监督管理。其实,不论学校是否有明文规范对其进行管理,校园商业性活动的监管力度都显得困乏无力。深入分析,可以发现监管困乏源于:监管责任方不明确。大多数

校园商业性活动是由学生直接与商家联系组织的活动,属于学生自发参与的社会活动,学校对其没有明确的监管责任,同时商业市场上的一般规则又无法完全渗透到校园中,因此校园商业性活动时的混乱现象就是不可避免的。参与校园商业性活动的学生流动性大,分散性大,不便于管理。参加校园商业性活动的学生一般都是短期培训,直接上岗;上岗时间不长后又会有新一批加入。这样的高速更替使得管理的难度加大。

虽然目前校园商业性活动还存在很多缺点,但并不妨碍其进一步发展的可能性。在我们的调查中,30.09%的同学还是对其今后的发展抱以积极的态度,认为“很有潜力”有待进一步开发”。当然不可否认,仍有18.07%的同学认为其发展不容乐观“没什么潜力,将逐渐消退”。

2.4 商业活动存在和发展源于内外因综合作用

我们将商业活动存在和发展的主要是外因和内因两方面综合作用的结果。外因主要指市场经济商业主义的渗透^[2]和整个教育体系向素质教育的逐渐推进两方面;内因包括商家受利益驱动,学校资源供给不能满足学生的实际需要,学生群体需要这个舞台锻炼自己三个方面。

调查结果显示:南方和沿海地区高校在对市场经济浪潮的推动这一外部环境方面的认可相对较低,而对商家利益至上和学生自身需求的内部因素作用上相对更为认可。究其原因,南方和沿海地区相对早的接受到市场经济浪潮的冲击,所以已经适应了市场经济的大环境,在此基础上就更加关注于内部因素的状况。从学校类别的角度来讲,所有类别的高校都认为“学生群体需要这个舞台锻炼自己”的内部因素是校园商业性活动存在和发展的主要原因,其比例分别达到69.70%、73.40%、72.00%;其次在商家受利益驱动这方面也达成了共识。

分析认为,近几年,随着素质教育在国内逐渐推进,在学校的教育引导和社会发展的的大环境下,当代大学生清楚的明白,大学的首要任务仍是学习,但学习并不是唯一任务,他们迫切需要一个平台来锻炼和提高自己各方面的综合素质。因此,在我们的调查中,近3/4的同学都认为校园商业性活动为自己综合素质的提高提供了一个契机,这是他们选择参与校园商业性活动的主要因素。与此同时,我们也不能忽视当代经济浪潮的发展趋势对大学校园市场所产生的影响。大学校园市场,不同与一般的市场,其具有自身的特殊性:大学生消费者群体庞大,具有其特殊性,其消费特点在一定程度上具有盲目性、从众性、不稳定性,易受到商家宣传的影响;大学校园市场在一定程度上会受到学校的监管和控制,不象一般的商业性市场那样,公平性和竞争性的体现并不明显;大学校园市场常常以学生团体作为代理机构,利用学生廉价的劳动力,并且掌

握消费者的心理及其需求的特点来开拓市场,赢取利润。因此,在“挡不住的市场潮流”推动下,越来越多的商家受利益的驱动,瞄准校园这片市场,同时也为更多的同学参与校园商业性活动提供了机会,从而导致目前的“双赢合作”^[3]。

3 211高校校园商业活动对大学生自身影响及分析

3.1 权衡初衷与结果折射积极影响的一面

大学生参与校园商业性活动的目的多种多样,总结起来主要有以下几点:兴趣爱好;经济需要;专业学习的实践;锻炼自身的综合素质;从众心理等等。

通过调查,参加过校园商业活动中93.87%的同学认为“部分达到了参与的初衷”,63.20%的同学认为参加这些活动虽说对正常的学习、生活有影响,但可以基本权衡好。南方和沿海地区高校的学生表示出对权衡活动、学习和生活相对有更高的自信心,这一定程度上反映,学生参加商业性活动有助于提高“权衡取舍”和调节自我,合理安排时间和精力,也就是说参加商业性活动对学生有比较强的积极影响

3.2 与学术氛围的矛盾衬出其不容忽视的弊端

从宏观上来说,学习和商业性活动的利弊取舍发展到学校就成了学术氛围和商业氛围的矛盾。庆幸的是,从整体上来讲近一半的同学(45.13%)认为这种矛盾在当前并不突出,学校基本可以权衡好学术氛围和商业氛围之间的联系。

但是,南北差异昭示商业性活动与学术氛围存在矛盾。

南方校园商业性活动发展较为轰轰烈烈,或者说商业气息十分浓厚,使学生在重新审视大学校园时发现商业性活动是把双刃剑,它在满足了学生锻炼自我的需求的同时影响了大学本该以之为主体的学术氛围。北方高校校园商业性活动的发展程度还相对较低,对学术氛围的影响不是很大,学生的担忧也比较小。

从学校类别来看,文史类学校的同学更是对校园商业性活动褒奖有嘉,其中有30.33%同学选择了校园商业性活动“理论联系实际,活跃了学术氛围”(40.90%的同学选择“没多大影响”);相比之下,综合类院校对校园商业性活动对学校的学术氛围的影响怨词稍多。

通过上述结果,在结合前面对校园商业活动现状的调查,可以看出:在商业氛围较浓的校园里,暴露的问题也较多。深入分析,可以看到,虽然对于参与校园商业活动的同学来讲参与的过程对其能力的培养 and 自身社会经验的丰富都具有积极的影响,但是从另一个方面来看,那些并未参与但是置身在学校商业氛围的同学却带来了诸多不便。因此从学校的角度来讲,应该加强对校园商业活动的监督和规范,从活动时间、活动地点、活动参与人员的限制等诸多因素考虑。

3.3 校园商业性活动对大学生自身发展是一把双刃剑

在论及商业性活动对大学生自身发展的主要影响时,更多的人把目光集中在“提高社交能力”(73.38%)和“积累工作经验,增加阅历”(62.01%)上。不可否认,大学——是当代青年从象牙塔迈向社会这充满竞争和压力的世界的主要通道。在大学期间参加这种商业性活动,可以促进同学了解社会,接触社会,提高自身在社会的为人处事、与人交流沟通的能力;同时也可以积累工作经验,为日后找到一份好的工作奠定坚实的基石。当然我们也不能忽视在参加校园商业活动中对经商能力和社会适应能力的培养的作用。分别有46.32%,47.94%的同学认为其在这两方面的作用也至关重要。

综合考虑利弊:还是有31.93%的同学认为校园商业活动对大学生自身发展利大于弊;28.68%的同学认为其利弊均衡。

总体上商业性活动对学生自身发展的影响略微乐观一些,但是比较而言,在商业性活动发展程度比较高的南方和沿海地区的得分相对偏低些,说明商业性活动给学生带来一些有益的促进之外也带来了许多不利的影响,致使南方和沿海地区的学生对商业性活动对自身影响的评价略有下降。

4 讨论

通过对校园商业性活动调查结果分析,我们看到校园商业活动已经渗透到全国个大高校,其波及范围之广和受众群体之多不容小视。从学生角度来讲,大多数大学生都很青睐校园商业活动,不仅为他们的生活带来了便利,而且提供了一个自我锻炼的机会,为平淡的学习生活增添了几份色彩。与此同时,也迎合了当前提出的素质教育的需求,为学生人生价值的实现开阔了更广阔的空间。

学校的监管和规范是校园商业活动得以正常和健康发展的必要因素以及客观条件。更重要的是学生自身要根据自己的能力适当的选择和参与商业活动,抱着一种锻炼和学习的理性态度,具体说来:要认清自我,合理选择参与校园商业活动的形式;提高自我保护意识和法制观念,在参与商业活动之前对此活动要有深入了解,如活动是否合法,活动是否履行了正常手续,是否需要签定协议或合同等等;明确自身参与校园商业活动的目的和意义,不可盲目参与,感情用事;合理安排时间,处理好学习和工作之间的关系。

参考文献:

- [1] 顾建民. 大学职能的分析及其结构意义[J]. 全球教育展望, 2001(8).
- [2] 谭颖华. 商业主义对我国高校的渗透分析[J]. 思想政治教育研究, 2006(3).
- [3] 郭孝锋, 等. 商家赞助学生活动现象透视[J]. 中国青年研究, 2001(5).