

文章编号: 1000-5471(2008)04-0161-04

电子商务专业学生满意度的实证研究^①

陈立梅, 卢子芳

南京邮电大学 经济与管理学院, 南京 210003

摘要: 在满意度理论上对电子商务专业学生的满意度展开了问卷调查, 对所得数据运用统计方法展开实证分析, 发现电子商务的专业引导形式、专业课程设置以及就业前景对学生的满意度有较为显著的影响, 最后针对上述影响因素提出了建议和措施。

关键词: 电子商务专业; 满意度; 实证

中图分类号: F275

文献标识码: A

满意度理论(Satisfaction Index)最先被 Cardozo 应用于经济管理领域^[1], 其后迅速在经济发达国家得到广泛应用^[2]. 在中国的教育领域, 随着高等教育从追求数量增长向追求质量提升的转变, 各大高校对学生的重视度日益提高, “以学生为本”成为教育的重要主题。

电子商务作为一个经济、管理与信息技术交叉的新学科, 其主要是为了培养通过运用互联网实现商务交易和工作流程的复合型、实用性专门人才. 学生满意度作为衡量教学质量的一个有效指标, 是监控教学质量和学科建设水平的重要工具. 以满意度理论为依据, 对南京市某大学电子商务专业学生进行了一次问卷调查, 此次问卷调查的目的是了解电子商务专业的学生对本专业的教学现状、课程知识构成体系及教学设施的认知情况, 明确学生期望得到什么和他们实际得到了什么, 期望值与实际感知的教育服务的质量之间到底有多大的差别, 对哪些方面不满意, 为后期的改进提供依据. 满意度调查做为实证调查研究, 其终极目标是提高教学质量、优化学科建设^[3].

1 调查方案

1.1 调查对象

本次调查对象是江苏省南京市某大学电子商务专业 3 个年级学生, 共发放问卷 90 份, 实际收回有效问卷 88 份, 总回收率为 97.8%.

1.2 研究方法

本次调查问卷由封闭性和开放性 2 种题型构成, 共计 16 个问题, 主要针对不同年级学生的特点而设计. 2 种题型调查的侧重点略有不同: 封闭型问题主要了解学生选择电子商务专业的原因、接触到电子商务知识并对其有所了解的时间、获取相关知识的途径以及对所在学校进行专业引导的方式和该专业就业前景的看法; 而开放性问题则力求从学生对未来教学的建设性意见中获得提高当前教学质量的一些信息. 问卷中包含了对学生基本信息的采集, 包括年级、性别等因素.

2 结果分析

2.1 基本分析

2.1.1 性别对电子商务专业满意度的影响

对不同性别进行分析, 46 个男生中对电子商务专业非常不满意、不满意、满意、很满意的样本数分别

① 收稿日期: 2007-10-15

基金项目: 南京邮电大学教改资助项目 (JG00106JX0).

作者简介: 陈立梅(1975-), 女, 陕西西安人, 讲师, 主要从事电子商务与电子政务研究.

为 1,28,16,1, 各占总样本总数的 2.2%,60.9%,34.8%,2.2%, 其中不满意的学生占较大的比例; 39 个女生样本数则分别为 1,16,16,4(其中有 2 个女生没有进行满意度选择), 各占总样本的 2.7%,43.2%,43.2%,10.8%, 其中满意和不满意的学生所占比例基本相同。

总的来说, 电子商务专业学生的满意度为 42%, 低于 50%, 其中男生的满意度为 37%, 女生的满意度为 54%。可见, 男、女生在对该问题的看法虽然存在一定的分歧, 但是 2 个群体反映的态度是基本一致的。

利用卡方系数对男、女生满意度的一致性进行检验, 在 0.05 的显著水平上, 其卡方概率值 p 为 0.246, 应接受零假设, 认为他们的满意度是基本一致的。

2.1.2 不同年级的学生对电子商务专业满意度的影响

运用上述方法对不同年级对电子商务满意度进行分析, 发现年级的不同对满意度的影响较大, 其中大三学生的满意度最高, 大二次之, 大四学生的满意度最差(图 1)。

总的来说, 较大部分的学生对电子商务专业不满意, 并且不满意的比例高于满意的比例, 不同年级的学生在对该问题的看法上存在分歧(图 2)。

利用卡方系数对不同年级男、女生满意度的一致性进行检验, 在显著性水平设为, 其卡方值 p 为 0, 因此应拒绝零假设, 认为他们的满意度是不一致的。

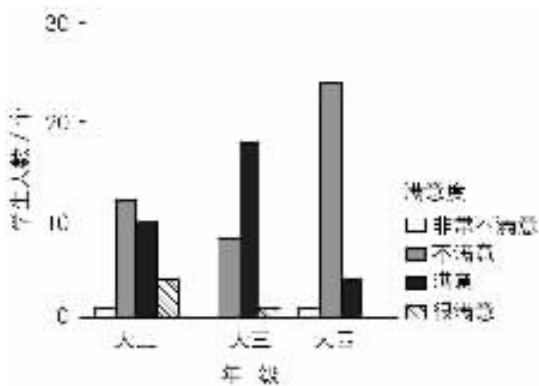


图 1 不同年级学生对电子商务满意度的分布图

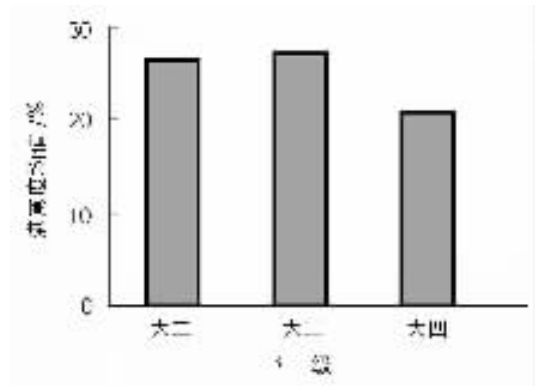


图 2 不同年级满意度平均值分布情况

从上面的分析可以发现, 同一年级不同性别的学生对电子商务专业的态度是基本一致的, 而不同年级学生的态度则出现了明显的不一致。

2.2 影响满意度因素的相关性检验

从选择电子商务的原因、接触其相关知识并对其有所了解的时间、获取知识的途径和对该专业就业前景的看法以及所在学校进行的专业引导时间、方式和课程设置这 7 个影响认知度的因素出发对满意度进行分析。

2.2.1 影响满意度的显著性因素

在检验中, 假设各控制变量在不同水平下对观测变量无显著作用, 可以得出影响满意度的显著性因素(表 1)。

表 1 电子商务专业满意度影响因素分析

评测项	第三类总平方和	自由度	均方	F 检验	显著性水平
校正模型	18.114	24	0.755	2.992	0.000
截距	24.738	1	24.738	98.054	0.000
最初选择电子商务专业的理由(a_1)	0.960	5	0.192	0.761	0.582
接触电子商务知识并开始对其有所了解的时间(a_2)	0.376	4	0.094	0.373	0.827
获取电子商务信息的途径(a_3)	1.333	3	0.444	1.761	0.165
进行专业引导的时间(a_4)	1.541	3	0.514	2.037	0.119
进行专业引导的方式(a_5)	2.254	3	0.751	2.978	0.039
对电子商务就业前景的看法(a_6)	3.345	3	1.115	4.419	0.007
电子商务课程设置的合理性(a_7)	3.135	3	1.045	4.142	0.010
误差	14.633	58	0.252		

将 $a_1 \sim a_7$ 作为自变量,电子商务满意度作为因变量,对其进行显著性分析:在显著性水平为 0.05 时, $F_{a_1}, F_{a_2}, F_{a_3}, F_{a_4}$ 的概率值为 0.582, 0.827, 0.165, 0.119, 均大于 0.05, 所以各控制变量在不同水平下对观测变量无显著作用这一假设可以接受;而 $F_{a_5}, F_{a_6}, F_{a_7}$ 的概率值分别为 0.039, 0.007, 0.010, 小于 0.05, 假设不合理, 可认为专业引导方式、课程设置以及就业前景对学生的满意度有显著作用。

2.2.2 对3个显著影响因素的进一步分析

对3个对满意度有显著影响的因素进行进一步分析发现:电子商务专业的就业前景与电子商务的课程设置是否合理之间有较强的相关性;专业引导的形式则与电子商务的就业前景和专业课程的设置之间没有明显的关系(表2)。

表2 3个显著影响因素的交叉分析

评测项	第三类总平方和	自由度	均方	F 检验	显著性水平
校正模型	21.603	27	0.800	3.351	0.000
截距	152.507	1	152.507	638.656	0.000
a_5	0.812	3	0.271	1.134	0.343
a_6	2.279	3	0.760	3.182	0.031
a_7	1.383	3	0.461	1.931	0.135
$a_5 * a_6$	0.490	4	0.123	0.513	0.726
$a_5 * a_7$	1.198	6	0.200	0.836	0.547
$a_6 * a_7$	4.362	6	0.727	3.044	0.012
$a_5 * a_6 * a_7$	0.000	0			
误差	13.850	58	0.239		

3 提高学生满意度的几点建议

提高学生对所学专业的满意度进而提高学生的学习热情、教学质量有着非常重要的作用。通过前面的分析知道,专业引导的形式、电子商务专业的就业前景和专业课程中技术类课程与商务类课程的比例是显著影响因素。因此,在今后的教学改革中,应重点从这3方面着手,加强电子商务的学科建设、教学过程的监控和教学质量的提高。

3.1 加强校企合作,建立学生实习实践平台

从问卷调查情况看,学生对电子商务的专业引导的时间和形式表现出了极大的兴趣。在专业引导的时间上,多数同学认为专业引导的时间偏晚,绝大多数同学认为大二进行专业引导对专业课程的学习有更大的帮助;而从专业引导的形式来看,相当一部分学生反映出了对将理论应用于实践的渴望,70.5%的被调查学生希望通过校企合作平台来提高自己的实践能力和专业水平,具有较强的代表性(表3)。

表3 进行专业引导的开展形式

项 目	频数/次	有效百分比/%
由指导老师负责专业指导	15	17.0
通过开展各类讲座进行专业引导	7	8.0
举办各类电子商务大赛	4	4.5
与企业合作建立校企合作平台	62	70.5
总 计	88	100.0

有鉴于此,建议搭建实践平台,加强校企合作。从国外电子商务教学实践来看,国外的高校非常注重与企业的交流联系,坚持学科建设与真实的商业活动相联系,保持动态发展,随时进行教学内容的更新;虽然很少提高实验课,但他们将实践环节放到了实习过程中,让学生在真实的企业环境中进行操作^[4]。国内的高校也与企业有联系,但交流不够。

在实践实习平台的建设中,应当充分发挥学校的自身优势,利用行业资源与国际知名企业合作,为学生和专业教师提供接触社会与企业,进行实践和实习的机会。在这方面,我国的一些高校都积极进行了尝试。如上海财经大学与IBM公司展开合作^[5],把相关内容融入到专业课程建设,使学生不仅限于学习书本上的知识,而是接触到了电子商务应用的最新发展,了解到了各种电子商务解决方案,受到了学生的广泛好评。

与此同时,在带领学生共同实践的过程中,专业教师也加强了对电子商务的理解,知识体系不断更新,

实践操作能力进一步提高, 加强了对电子商务专业师资力量培养。

3.2 培养符合市场需求的人才, 提高专业就业率

从问卷调查的情况来看, 学生对毕业后的就业状况给予了较高的关注度, 进而影响了学生对该专业的满意度。2004 年, 电子商务专业学生的就业率为 20%, 远低于该年全国普通高校毕业生 47% 的就业率。2005、2006 年的情况虽然有所改善, 但是总体前景仍然不容乐观。电子商业学生对就业前景的担忧除了来自新闻媒体的报道外, 更多的是来自高年级学生在求职过程中遇到的困境。因此, 根据用人单位的需求培养人才, 提高学生的就业率将能够在很大程度上提高学生的满意度。这也要求加强校企合作, 了解用人单位的真实需求并对电子商务人才的需求有一个较为准确的把握, 根据自身的实际情况来设定具体的培养目标, 以避免培养方向模糊的问题。

3.3 平衡技术类和商务类课程比例, 优化课程设置

课程设置是关系到学生知识体系结构搭建和认知能力提升的重要环节。电子商务的课程设置是一个一直争论却始终没有得到解决的问题, 由于该学科是一个交叉学科, 涉及技术和商务 2 个方面, 因此课程设置的焦点就是技术类课程与商务类课程的配置问题。在我国的高校中, 电子商务专业开设在不同的学院, 如北京交通大学设在交通运输学院, 北京邮电大学、南京邮电大学、东南大学设在经济管理学院, 对外经贸大学、广东商学院设在信息学院, 其侧重点也有所不同, 技术与商务类课程的搭配比例也有所不同。在国外电子商务课程设置的过程中, 其也走过了一条较为曲折的道路, 从偏重技术转向偏重商务, 最后走向技术与商务平衡发展的道路^[6]。实践证明, 若想培养真正符合市场需求的电子商务人才, 必须兼顾两者并且将其有机结合, 才能收到较为明显的教学效果。

参考文献:

- [1] Cardozo R N. An Experimental Study of Consumer Effort, Expectation and Satisfaction [J]. *Journal of Marketing Research*, 1965, 2: 244 - 249.
- [2] Fornell C. A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience [J]. *Journal of Marketing*, 1992, 56: 6 - 21.
- [3] 刘新燕. 顾客满意度指数模型研究 [M]. 北京: 中国财政经济出版社, 2004: 96 - 102.
- [4] Subhash Durlbahji & Marcelline R. Fusilier. Ferment in Business Education: E-commerce Master's Programs [J]. *JEB*, 2002, (3): 169 - 176.
- [5] 周水平. 电子商务专业本科人才培养模式探讨 [J]. *江西农业大学学报*, 2006, 5(4): 157 - 159.
- [6] 靳延安. 构建合理的电子商务专业教学体系 [J]. *湖北经济学院学报*, 2006, 3(8): 155 - 156.

Empirical Study of Student Satisfaction Index in EC Major

CHEN Li-mei, LU Zi-fang

Department of Economics and Management, Nanjing University of Posts and Telecommunication, Nanjing 210003, China

Abstract: As a new major, electronic commerce develops very quickly in these years. This article firstly introduces the satisfaction index theory and investigates the satisfaction index (SI) of electronic commerce major students on this basis, then makes a empirical study of the information through statistics method, finding that the form of major introduction, employment future and course arrangement have obvious effects on the SI of students, at last gives suggestions on these factors.

Key words: electronic commerce major; satisfaction index; empirical study

责任编辑 张 桢