

孙子兵法在大学生就业营销策略中的应用

魏有兴¹,王琳²

(1.河海大学常州校区学工部,江苏常州 213022;2.河海大学学生处,江苏南京 210098)

摘要 高等教育在大众化背景下,毕业生就业工作呈现市场化特征,营销战略已运用其中。根据大学生就业与孙子兵法的相同切合点,笔者提出了若干孙子兵法思想在大学生就业营销策略中的应用,对当前的高校毕业生就业工作具有一定的参考价值。

关键词 孙子兵法;大学生就业;营销策略

中图分类号:G40-058

文献标识码:A

文章编号:1671-4970(2007)03-0086-03

随着高等教育的发展,大学毕业生数量急剧增加。教育部部长周济在2007年全国高校毕业生就业工作会议上的讲话中提到,2007年全国普通高校毕业生达495万,比2006年增加82万,增幅达20%^[1]。在就业形势比较严峻、城镇新增就业岗位有限的背景下,高校毕业生就业压力仍然非常突出,大学毕业生与社会需求之间的关系由供不应求转为供需平衡乃至供大于求,从而使大学生就业工作由过去的“卖方市场”转向“买方市场”,这是一个不以人们意志为转移的历史性转化,也是“扩招”后大学毕业生就业工作面临新形势的一个重要标志。希金斯曾经从需求、供给以及供求匹配三个角度对大学生就业问题进行了研究^[2]。依据该分析框架发现:从需求角度看,我国劳动力市场总体需求短期内难以大幅增加,大学生就业市场供求矛盾必将长期存在。根据美国的科特勒市场营销理论,个人和群体通过创造产品和价值,并同他人进行交换以获得所需所欲的一种社会及管理过程就会产生市场营销的行为^[3]。因此,只要市场产生供求矛盾,营销的策略就会随之产生,营销策略的运用正确与否,直接影响到产品的销路。

孙子兵法是中国古典军事文化遗产中的璀璨瑰宝,是中国优秀传统文化的重要组成部分。其内容博大精深,思想精邃富赡,逻辑缜密严谨。目前,孙子兵法已经超越了军事领域,被广泛运用于政治、经济、管理等方面。研究孙子兵法在大学生就业工作中的应用也成为当前的一个趋势。目前,大学毕业生就业的市场化特征越来越明显。处于营销策略下的毕业生就业工作完全能够找到与孙子兵法的相同

切合点,高校及其毕业生就业部门通过研究孙子兵法在大学生就业营销策略中的应用,从而改进和加强毕业生就业工作的做法。

一、知己知彼,因时而动

孙子曰:“知己知彼者,百战不殆;不知彼而知己,一胜一负;不知彼,不知己,每战每殆。”^[4]当前高校处在不断变化的市场环境中,从大学生就业的营销市场来看,“彼”就是国际国内就业形势、国家及地方就业政策、各用人单位的招聘需求,而高校内部的就业及与之相关的部门、毕业生的素质、毕业生的期望值则为“己”。无论高校就业部门还是毕业生,只有在知己知彼的基础上,因时而动,才能做出最佳选择。一个高校要取得毕业生就业市场营销的成功,对“彼”和“己”不可不察。

1. 了解外部环境

《孙子兵法·用间篇》云:“不知敌之情者,不仁之至也”;“故明君贤将,所以动而胜人,成功出于众者,先知也”;“必取于人,知敌之情也。”就业部门要提高对就业形势的认识,把握形势发展的正确方向。针对国家出台的关于大学生就业的宏观政策,高校要善于把握和制定相关配套政策。同样,深入研究各地人才政策,能有的放矢地推荐毕业生。另外,“知己知彼”中还有很重要的一个方面,那就是要充分了解用人单位的要求,针对不同的用人单位需求推荐合适的毕业生。

2. 了解自己

“知己知彼”的着眼点在于“知己”,社会环境我们无法立刻改变,高校和毕业生只有适应环境,对自己

进行正确定位,才能更好满足自身需求。当前,大学生就业难的一个很重要原因是毕业生不能树立正确的期望值。毕业生应从就业价值观念、对用人单位的挑选态度、就业心态及择业目标定位、就业地域的选择及就业途径的选择等方面对自身进行正确定位。

二、兵贵神速,抢占先机

在这瞬息万变的市场大潮中,及时了解和掌握就业信息是非常关键的。在毕业生就业市场的竞争中,谁能赢得时间、空间,谁先抢占市场,谁就控制了市场“制高点”。高校就业部门不应在家里“等、靠、要”就业信息,要主动走出去,了解市场行情,拜访用人单位,搜集各类信息。《孙子兵法·作战篇》云:“兵贵速,不贵久”;“久则钝兵挫锐,攻城则力屈,久暴师则国用不足”;“故兵闻拙速,未睹巧之久也”。《孙子兵法·虚实篇》中也讲:“凡先处战地而待敌者佚,后处战地而趋战者劳。”由此看出,“抢占先机”的重要性,这就要求高校就业部门须将国家及地方的就业政策、用人单位的需求信息及时传达到毕业生。比如有的高校承诺毕业生“收到就业信息后半小时内上网,一小时内传达到每个毕业生中”。有的高校采用短信平台的形式快速传递需求信息。对毕业生而言,快速全面地了解招聘单位的信息能使自己在面试中抢得先机,在知晓需求信息后要及时与单位联系,投递简历,自我推荐。

三、随机应变,避实就虚

2006年4月,教育部公布了2006年高考招生的25个新专业,包括体育产业管理、煤及煤层气工程、蒙药学、女性学等^[5],各高校在设置新专业时主要基于两方面考虑:一是通过市场调查,了解社会对专业人才的需求状况;二是根据自身的办学实力、办学方向以及自身的软硬件设施开设新专业。比如,广东省的高校根据当前职业发展的全球化、国际化趋势新增了塞尔维亚语、克罗地亚语、挪威语等小语种专业^[6],这是在中国与欧盟的交流增多的背景下的必然需求,是高校适应市场需要,在发展中随机应变的集中体现。

就业市场千变万化,高校之间不断抢占就业市场,占领行业制高点。高校就业部门和毕业生根据自身和市场实际状况,做出相应对策的做法体现了孙子兵法中“避实就虚,随机应变”的思想。《孙子兵法·虚实篇》云:“夫兵形象水,水之行,避高而趋下;兵之形,避实而击虚”。《孙子兵法·军争篇》云:“故

用兵之法,高陵勿向,背丘勿逆;佯北勿从,锐卒勿攻”。《虚实篇》又云:“出其不趋,趋其所不意”。“避实就虚”的内涵包括避竞争对手之实、避市场饱和之实、击竞争对手之虚、击市场空缺之虚。有的高校为了鼓励适合公务员岗位的学生报考,通过职业生涯测评了解其职业性格是否适合公务员岗位,并对适合的学生进行专门的公务员相关知识的培训。女生就业是当前高校就业的一大难点,有的高校通过对女生进行专门的就业辅导,让他们了解自身优势和不足,并根据用人单位招聘的需求推荐女生到适合的岗位,降低女生的受挫感。有的高校开设了女性学专业也是顺应女性的社会问题越来越突出的市场需求而产生的人性化做法。

相反,有些专业就业形势不甚理想,往往是在社会需求已经饱和的背景下产生的。这些专业的设置已经背离了“避实而击虚”的思想。因此,从2007年起,教育部要将高校毕业生就业率与年度招生计划硬性挂钩,坚决调减就业率低的高校和专业的招生名额^①。

四、奇正相生,出奇制胜

在毕业生就业营销活动中,高校每年都为毕业生举办大量的“产品促销活动”——高校毕业生供需洽谈会和专场招聘会。高校也会组织毕业生到各地参加各类招聘会。高校就业部门面对的顾客——用人单位五花八门,这些单位对毕业生的需求也各式各样。高校就业部门在推荐毕业生的活动中,应体现孙子兵法中的“奇正相生”思想。

《孙子兵法·势篇》云:“三军之众,可使必受敌而无败者,奇正是也”。“凡战者,以正合,以奇胜”。出奇制胜的谋略即是利用出人意料、变幻莫测的战略战术取胜于敌。在毕业生推荐工作中,正常开展的毕业生供需洽谈会、专场招聘会等活动是为“正”。而推荐毕业生到对有特殊要求的单位,捆绑式推荐毕业生等区别于正常的毕业生推荐活动的可为“奇”。“正”是主体,“奇”为补充和完善,二者缺一不可,“无正”则影响毕业生的整体就业,“缺奇”则难以使就业工作创新,难以在夹缝中生存。为此要做到以下几点:

1)要锐意创新。创新是毕业生就业工作的重点之一,高校培养的毕业生不可能永远被用人单位喜欢,要想在就业市场中取胜,关键在于推销毕业生上有独创性。“善战者,胜于易胜者”。

2)要独具慧眼,别出心裁。一个有创新的高校,

①周济同志在2007年全国普通高校毕业生就业工作会议上的讲话,教育部通报,第23期。

只有独具慧眼,别出心裁,在日益竞争激烈的市场中,分析和寻找未满足的市场需求,预测可能的需求,才能抓住机会,迭出奇招,取得成功。

3)要永远进取。孙子兵法中“战势不过奇正,奇正之变,不可胜穷也。奇正相生,如循环之无端,孰能穷之?”市场变化激烈,今天你的专业比别的高校强,但不能保证以后用人单位还会青睐你这些专业的毕业生。用人单位的人才需求变化莫测,谁也不可能一劳永逸,垄断市场,包打天下。

以上几方面是大学生就业营销策略中重要及常用的方法。仔细考察毕业生在就业市场上很畅销,就业工作做得好的高校,这些方法都能应用得当,这从一个侧面反映了孙子兵法能够在大学生就业营销策略中得以应用。而对大学生就业营销策略认识不足,规律把握不准的高校,其毕业生往往在市场中产生滞销现象。

当前激烈的毕业生就业竞争,刺激着大学生就业营销谋略的发展。高校要想在市场竞争中立于不败之地,就必须借鉴营销之外的谋略,并去粗取精,去伪存真,为我所用。在市场化的高校毕业生就业工作中,许多政策的制定、就业指导和管理及毕业生推荐等就业活动中的许多方面都体现了孙子兵法的重要思想。认真研究和借鉴孙子兵法在就业营销策略中的应用,有助于提高毕业生就业工作顺应市场

潮流,遵循市场规律,提高毕业生就业工作的效果。孙子兵法有取之不尽的理论源泉与营销谋略,它对于毕业生就业的指导意义远不止本文所涉及的方面,对于搜寻信息的方法、利用校友资源、科技合作与人才培养、毕业生质量、毕业生面试技巧等等,它对高校及其毕业生就业部门同样有一定的参考价值。“运用之妙,存乎一心”,高校及其毕业生就业部门应该根据大学生就业的特点和规律,结合孙子兵法,全面系统地研究大学生就业营销策略,提高毕业生就业工作的管理水平,将是大有可为的。

参考文献:

- [1]袁新文.高校就业率作假“一票否决”[N].人民日报,2006-11-23(11).
- [2]转引自杨伟国,王飞.大学生就业:国外促进政策及对中国的借鉴[J].中日人口科学,2004(4):65-71.
- [3]科特勒.市场营销[M].俞利军,译.北京:华夏出版社,2003:6-7.
- [4]曹操.孙子兵法(插图注解)[M].西安:三秦出版社,2005.
- [5]冯华.今年高考招生增25个专业[N].中国教育报,2006-04-12(10).
- [6]梁正杰.新增专业 职场看好[N].羊城晚报,2006-04-25(C5).

·简讯·

河海大学获 25 项国家自然科学基金

国家自然科学基金委员会公布 2007 年度基金项目评审结果,河海大学共有 25 个项目获得资助。主要项目有:张长宽教授的“滨海火(核)电厂温排放扩散机理试验研究”、徐福敏教授的“东中国海至长江口的台风浪高精度高分辨率数值模拟研究”、吴胜兴教授的“基于早期热、力学特性试验研究的混凝土裂缝控制技术”、王文教授的“流域水文极值概率分布对气候变化及土地利用/覆盖变化的响应”、唐洪武教授的“墩柱周围床面冲刷机理及四面体透水框架群防护特性研究”、陈文教授的“医学超声波频率依赖耗散的分数阶导数模型研究”、刘汉龙教授的“PCC 桩水平承载特性与计算方法研究”、安如教授的“飞行器导航图像匹配理论与方法研究”、陈卫教授的“饮用水活性炭处理出水中炭菌及颗粒物控制机理研究”等。资助总额达 700 余万元。

25 个基金项目分布为:土木工程学院 8 项,交通学院海洋学院 4 项,水利水电工程学院 4 项,水文水资源学院 3 项,环境科学与工程学院 2 项,计算机及信息工程学院 2 项,国家重点实验室和科学研究院各 1 项。

(本刊编辑部供稿)