

國際行銷與國際學生招收策略：英國、澳洲、德國、日本之比較研究

研究生：楊岱穎

指導教授：戴曉霞博士

國立交通大學教育研究所碩士班

中文摘要

全球化的發展使大學不得不以國際化的方式回應之，並以「招收國際學生」為首要策略。然而，全球性的學術競爭卻使各大學再也不能單打獨鬥，必須藉助國家的力量，擬定國家層級的招生策略，才能事半功倍。因此，本研究透過文獻分析法及比較教育研究法，從國際行銷的觀點，了解並分析英國、澳洲、德國與日本的國際學生招收策略。

研究發現，四國均藉由完整的資訊分析，以訂定明確的政策目標，並重視政策執行的完整性及延續性。且由於相關政策的發展淵源流長，在策略的訂定與執行中，有其深厚基礎。此外，亦藉由國際行銷的策略工具(STP 和 7P)，逐項分析四國國際學生之招收策略。最後，根據上述結論，針對台灣現況提出相關建議。

關鍵字：國際行銷、國際學生招收策略、高等教育、英國、澳洲、德國、日本



International Marketing and International Student Recruiting Strategy: A Study of United Kingdom, Australia, Germany and Japan

Student: Dai-Ying Yang

Advisor: Dr. Hsiou-Hsia Tai

Institute of Education
National Chiao Tung University

ABSTRACT

In response to the trend of globalization, universities can not but react to internationalization. Of all the internationalization approaches, recruiting international students is considered the most critical one. However, with the globally and highly academic competition, a state-level recruiting strategy is indispensable. Therefore, the core purpose of this study is to investigate how United Kingdom, Australia, Germany and Japan recruit international students and analyze it in perspective of international marketing. Methods adopted in this study are document analysis and comparative analysis.

Results indicate that all the four countries set clear goals of their state-level policy posterior to a complete information analysis. Implementation of such policy is strongly focused on its interdepartmental integration and sustainability. In addition, strategic tools of international marketing, STP and 7Ps, are further used to scrutinize the elements of the strategy in each country. The implications of the results for Taiwan are discussed according to its status quo.

Key Words: international marketing, international student recruiting strategy, higher education, United Kingdom, Australia, Germany, Japan



誌謝

Two roads diverged in a wood, and I--
I took the one less traveled by,
And that has made all the difference.

~ Robert Frost, *〈The Road Not Taken〉* ~

人生，就像是一段漫無邊際的旅程。我，身為一位旅人，為了追尋夢想與快樂，選擇踏上這條路。travel 的拉丁字根是“trepalium”，本義是「苦難的工具」。雖然這段旅程絕大部份的時間是痛苦的、悲傷的，但也因為痛苦，所以刻苦銘心；也因為痛苦，使得快樂的時候更是加倍地快樂。回首過去這三年，我要感謝很多人，或引領，或陪伴，或推進，和我走完這一小段路。

首先要感謝指導教授戴曉霞老師，給我很大的空間與自由，讓我橫衝直撞，不斷試誤，從未剝奪我作夢的權利。雖然因此多了些傷痕，卻也激發我的潛力並因此成長。此外，老師總是答應我任性的要求、包容我的不成熟、並且認真對待我的論文。老師的學術敏銳度及不盡信權威都是我學習的楷模。感謝蘇錦麗老師和陳琦媛老師在口試提出的建議與質疑，使我重新思考以使論文更加完善。也要感謝台灣師大的許添明教授，在「高等教育財政專題研究」這堂課中，您總是不吝分享自己的寫作方法和心得，讓我在論文寫作技巧上，獲益良多。

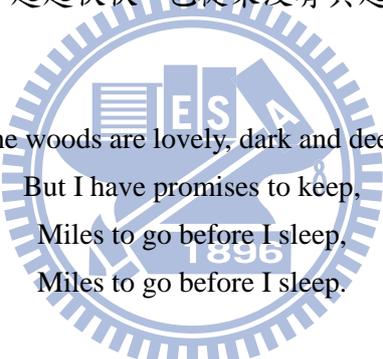
感謝南師的詹士宜教授及羅慶德老師，兩位老師不但引領我走入高等教育領域，也常常跟我分享人生哲理、學習樂趣及獨到見解。即使我已畢業許久，每當我偏激、憤怒、失去判斷能力的時候，兩位老師再怎麼忙，仍舊花時間和我說道理，把我帶回正軌。他們對我的關心，真是點滴在心頭。也要感謝丁振豐教授、郭丁榮教授及呂明蓁教授一直以來所給予的信任、關心與機會，均一點一滴地蓄積我現在所擁有的能量。

感謝高中好友火星人和大學同窗志志老師，兩位朋友均以過來人及局外人的身分，陪我走出許許多多的鑽牛角尖。資工系的火星人總是一針見血地點出問題癥結，並在那段晦澀的日子中，溫暖地蹲著陪我撿起並拼湊一碎再碎的玻璃心。志志老師阿 Q 式的回應，讓原本傷心嚴肅的問題變得輕鬆許多。此外，swim & awe、維尼怡、小天后，總是傳達百分之兩百的支持和關心，Linda 也從遙遠半球傳來加油打氣，這些都讓人倍感溫馨。天！活在 web 2.0 的時代真好！讓我再次相信，真朋友，就算天涯也咫尺哪！

感謝服務學校—竹大附小的校長、主任及同事的鞭策與排課的便利，讓我得以加速完成論文。感謝致嘉老師，您獨樹一幟的教學風格與諸多不設限的規範，也讓我衝擊相當大。感謝 meeting 伙伴：昭銘學長、蕎宇、宇君、維倫及佩真跟我走完這一段路。最要感謝的是我研究所的超級好趴特呢：艾妘，總是記得關心碩二開始就成為教研所陌生人的我，和你一起讀書、搞笑、聊未來、談夢想實在是一件超棒的事！我們的笑點一樣，與眾不同啦！

感謝我那帥氣的好弟弟，在我遇到國際行銷問題時，總是見死不救、橫眉冷對地叫我多讀點書，不過看在每次我上台北時，你總是提供舒適的棲身之地和高附加價值的 n 則笑話讓我開心大笑的份上，就不跟你計較啦！最後，要感謝我的父母，總是支持我做想做的事，讓我這「出去像丟掉，回來像撿到」的女兒能專心地在異地打拼！也感謝他們總是提供品質超優的避風港，讓我在傷心難過受挫的時候，回家療傷避風頭。

感謝所有支持與阻礙的力量，因為有你們，才有這本論文的誕生！更要感謝自己，即使過程風風雨雨，起起伏伏，也從來沒有興起放棄的念頭！Viva la vida!



The woods are lovely, dark and deep.
But I have promises to keep,
Miles to go before I sleep,
Miles to go before I sleep.

~ Robert Frost, *Stopping by Woods on a Snowy Evening* ~

目次

中文摘要.....	i
英文摘要.....	iii
誌謝.....	v
目次.....	vii
表次.....	ix
圖次.....	xi
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機與目的.....	1
第二節 研究方法與架構.....	3
第三節 名詞釋義.....	5
第四節 研究範圍與限制.....	6
第二章 國際行銷與高等教育.....	9
第一節 國際行銷及其策略.....	10
第二節 國際行銷與高等教育.....	21
第三節 國際行銷與招收國際學生之策略.....	30
第三章 高等教育國際化及國際學生之流動.....	37
第一節 高等教育國際化的發展.....	38
第二節 高等教育國際學生的流動.....	50
第四章 英國、澳洲之國際學生招收策略.....	61
第一節 英國之國際學生招收策略.....	62
第二節 澳洲之國際學生招收策略.....	75
第五章 德國、日本之國際學生招收策略.....	89
第一節 德國之國際學生招收策略.....	90
第二節 日本之國際學生招收策略.....	104
第六章 英國、澳洲、德國、日本招收國際學生策略之比較...121	
第七章 結論與建議.....	129
第一節 結論.....	129
第二節 建議.....	133
參考文獻.....	139
壹、中文部分.....	139
貳、英文部分.....	144

附錄一	簽署 GATS 教育開放的國家及其開放的教育階段	165
附錄二	日本「招收國際學生三十萬人計畫」計畫大綱之圖示.	167
附錄三	中英簡稱對照表.....	169



表 次

表 1-1	2009 年 12 月前在「全國博碩士論文資訊網」以「國際學生」和「行銷」為關鍵字的博碩士論文及其研究重點.....	3
表 2-1	各類國家服務業佔當年度每人國民生產毛額比例(1965 年、1980 年、1990 年).....	23
表 2-2	WTO 會員國中，各服務類別簽署開放的國家數.....	24
表 2-3	GATS 規範下，開放各教育階段的國家數.....	24
表 2-4	服務業貿易的四種模式.....	24
表 2-5	高等教育服務貿易的四種模式.....	25
表 2-6	高等教育服務輸出的金額(模式二)(1989-2005 年).....	25
表 2-7	高等教育應用國際行銷組合 7P.....	29
表 2-8	國際學生人數成長最快的國家(2007 年).....	30
表 2-9	全球十大地主國(2007 年).....	30
表 2-10	主要國家之國際學生來源及人數(2007 年).....	31
表 3-1	高等教育國際化的發展特徵比較(12 世紀迄今).....	49
表 3-2	全球十大地主國留學生人數及其佔全球留學生比例(1980-2007 年).....	51
表 3-3	全球十大地主國留學生人數佔全球留學生比例，以洲別為單位(1980-2007 年).....	52
表 3-4	全球十大留學生母國人數及其佔全球留學生比例(1980-2007 年).....	52
表 3-5	全球十大留學生母國人數佔全球留學生比例，以洲別為單位(1980-2007 年).....	53
表 3-6	國際學生的流動原因.....	59
表 4-1	英國前十大國際學生來源國之人數及比例(不含歐盟)(2007/08 年).....	69
表 4-2	英國 PMI 2 計畫中，招收國際學生來源的目標市場.....	70
表 4-3	英國大學學費(2009/10 年).....	72
表 4-4	澳洲前十大國際學生來源國之人數及其比例(2007-2009 年).....	82
表 4-5	澳洲國際學生及其經濟貢獻(2007-2009 年).....	82
表 5-1	德國前十大國際學生來源洲別之人數及其比例(2006-2008 年).....	97
表 5-2	德國前十大國際學生來源國之人數及其比例(2006-2008 年).....	97
表 5-3	德國核發學生簽證的條件.....	103
表 5-4	日本國際學生人數及其增加比例(1983-1992 年).....	106
表 5-5	日本國際學生人數及其增加比例(1993-1997 年).....	107
表 5-6	日本國際學生人數及其增加比例(1998-2003 年).....	108
表 5-7	日本國際學生人數及其增加比例(2004-2008 年).....	109
表 5-8	日本 Global 30 國際化之核心大學及其海外辦事處.....	110
表 5-9	日本前十大國際學生來源國之人數及其比例(2003-2009 年).....	112
表 5-10	日本國際學生的宿舍類型(2008 年).....	114

表 5-11 日本大學及研究所平均學費(2008 年).....	115
表 5-12 日本國際學生之類別、人數及比例(2000-2009 年).....	116
表 5-13 國際學生的居留資格及居留期間.....	119
表 6-1 英國、澳洲、德國、日本之國際學生招收策略.....	126



圖 次

圖 1-1	研究架構圖.....	4
圖 2-1	國際行銷流程概要.....	13
圖 2-2	國際行銷組合 4P.....	15
圖 2-3	服務-利潤鏈.....	20
圖 2-4	WTO 協定之架構.....	23
圖 3-1	全球高等教育國際學生的流動模式.....	54
圖 3-2	歐洲學生不出國讀書的原因(一).....	57
圖 3-3	歐洲學生不出國讀書的原因(二).....	57

