

高等教育市場化之解析

陳啟榮

國立高雄師範大學教育學系 博士候選人

摘要

本文主要在於解析高等教育市場化的相關議題。首先，先針對高等教育市場化的內涵來說明；其次，關於高等教育為什麼要進行市場化的緣由來做剖析；然後，介紹高等教育市場化的途徑：共有五大途徑，依序為教育鬆綁（deregulation of education）、教育壟斷消除（de-monopolization of education）、教育民營化（privatization of education）、教育外包（contract of education）與教育選擇權（option of education）；接著，分析各國高等教育市場化的三個趨勢：高等教育的大量擴充、產學合作的逐漸盛行，以及高等教育的類型多元，並以台灣、美國、英國與澳洲等四個國家來說明；再來，指出未來高等教育市場化可能會衍生的隱憂，分別是大學學術水準可能會向下沉淪、產生大學教育質量失衡問題、造成大學彼此之間惡性競爭、功利導向逐漸崩解大學內部生態平衡，以及市場機制牽制大學卓越發展；最後，提出高等教育市場化的因應對策，依序是實施大學分類定位、設立大學評鑑機制與加強產學雙方合作。希望藉由本文的提出，能讓我國高等教育在市場化的過程中能一切順利，並能達成國際一流大學的目標。

關鍵詞：高等教育、市場化、大學評鑑

前 言

隨著高等教育市場化之後，大學追求真理的精神與市場講究利潤的導向便產生劇烈的拉扯，爲了避免這兩股力量毀壞高等教育發展的基石，各國政府對高等教育市場化的研究持續在進行著，冀能找出一條適合高等教育發展的市場通路。目前台灣的高等教育機構也正面臨市場化浪潮的挑戰，如何去因應乃是教育當局迫切所要瞭解的課題。

本文主要在於解析高等教育市場化的相關議題。首先，先針對高等教育市場化的內涵來說明；其次，關於高等教育爲什麼要進行市場化的緣由來做剖析；然後，介紹高等教育市場化的途徑主要有哪些；接著，分析各國高等教育市場化之趨勢爲何，並以台灣、美國、英國與澳洲等四個國家來說明；再來，指出未來高等教育市場化可能會衍生的隱憂；最後，提出高等教育市場化的因應對策。希望藉由本文的提出，能讓我國高等教育在市場化的過程中能一切順利，並能達成國際一流大學的目標。

壹、高等教育市場化的內涵

高等教育市場化（the marketization of higher education）的內涵主要包括其意義與特徵，以下就將高等教育市場化的意義與特徵來加以說明：

曾坤生（2002：298）認爲：高等教育市場化是指大學在市場經濟條件下依據市場運行的機制和規律，重構其管理體制、運行機制和控制體系等教學管理系統，調整和修正大學與其他組織的關係，將大學逐步改造成爲市場經營主體的一種行爲過程與趨勢；鍾宜興（2002：182-183）指出：高等教育市場化在於標明高等教育猶如一個自由市場，仰賴生產者（高等教育機構）和消費者（學生與家長）兩者所建構而成的供應與需求之關係，進行產品品質（如教學）的提昇、數量（如學生數）與價格（如學費）的調配；莫家豪與羅浩俊（2001）提出：高等教育市場化主要有八項特徵：分別是自負盈虧原則、市場的興起、國家提供者角色減少、市場管理原則的採納、市場主導課程、院校創收、內部競爭與強調效益。除此之外，莫家豪與羅浩俊（2001）亦認爲：高等教育教育市場化主要有三方面的表現：分別是減少政府對高等教育經費投資比例及增加非國家（包含市場、個人與家庭）對高等教育的投資、強化高等教育與經濟私有部門的聯繫，甚至加強大學與商業

及工業界的關係，以及加強私立高等教育機構扮演的角色。

綜上所述，筆者嘗試將高等教育市場化定義為：政府將市場機制功能（包含自主、效率、績效、經濟與彈性等），引進高等教育機構中，希望能藉此措施讓高等教育的發展更加多元、精緻與卓越。

除此之外，為了讓吾人對於高等教育市場化的精髓有更深入一步的了解，國內學者湯堯（2005）將高等教育市場化經營在開放前、後之結構作一比較，詳見表 1：

表 1 高等教育市場導向特性比較

屬性特徵	開放競爭前之特性	開放競爭後之特性
學校組織架構	人事、組織變動彈性低	人事、組織變動彈性高
教育財貨經營	視為公共財、局部私有財	以私有財為主
經費補助	中央補助為主	補助與自籌經費並重
哲學省思	公眾社會、歷史傳承	個人取向、經濟網絡
主流觀念	生產者導向為主	消費者導向為主
課程與訓練設計	由中央統一設計、屬集權式	以區域本土需要為主，屬分權式
生態環境	靜態、完成教育目標為主	動態，接受消費群挑戰
教育氣候文化	內部學術活動	內部學術兼外部推廣行銷活動
政府、教育當局角色	行政壟斷、政策宣示者	監督、協調的管理者
教育過程	政治、歷史傳承、重視機構社會化	市場經濟、重視學校特性
教師、行政人員	產品生產者	產品生產者也是資源需求者
教學評鑑	結果導向	兼具結果、過程、附加價值性

資料來源：湯堯（2005）。**學校經營管理策略—大學經費分配、募款與行銷**（頁 253）。台北：五南。

貳、高等教育市場化之原因

在市場化洪流的不斷衝擊之下，高等教育這座城堡不堪受其侵襲，最終還是得敞開城門迎接市場化的降臨，高等教育市場化之原因大致上可歸納為以下三項，茲敘述如下：

一、新自由主義的興起

在一九九〇年代以前，隨著社會高度的工業化與凱因斯主義經濟思潮的影響下，人民期望政府是一個「大有為」的萬能政府；不過一九九〇年代以後的今日，受到後現代主義的多元發展和新自由主義（neo-liberalism）經濟思潮的催化下，人民轉向盼望政府是一個「小而美」的企業政府（陳啓榮，2005）。換言之，「大政府、小個人」（big government, small individual）的傳統思考模式已遭揚棄，取而代之的是「小政府、大個人」（small government, big individual）的當前思維模式（蓋浙生，2004）。另外，Apple（2001）也主張：教育市場化之力量與機制除了可以作為教育發展的能源以外，還能激發教育的效能與效率極大化。因此，各國政府試圖引進市場化的力量，讓大學經營達到效能（effectiveness）、效率（efficiency）與經濟（economy）三大目標（Hughes,1994）。值得一提的是，市場化著重消費者（主要包括學生、家長、雇主與企業等）導向的經營理念，所以學校就必須設計吸引學生的教學與藉以滿足學生消費者的需求與期望課程（湯堯、成群豪，2004；楊瑩、鍾宜興，2002）。

二、政府財政負擔過重

由於當前全球各國的高等教育已從「精英式」（elite type）階段（指大學人數占全部大學適齡人口比例 15% 以下），走向「大眾型」（mass type）階段（指大學人數占全部大學適齡人口比例 15% 到 50% 之間）（Trow, 1973），隨著高等教育的蓬勃發展，大學如雨後春筍般的陸續成立，而錄取率也年年攀升，導致就讀大學人數呈倍數增加。可想而知，大學教育經費的需求量自然大幅增加，再加上近年來各國政府財政的拮据，造成政府財政無法負荷這沉重的負擔，特別是一些較重視社會福利的國家，譬如：英國、比利時、瑞典與澳洲等國家，政府必須投入大量的教育經費，藉以解決社會高齡化所引起的各式各類問題（湯堯，2005）。是以，遂想利用市場化方式引進私有資源，來減輕政府的沉重財政負擔。

三、對政府長期獨占教育之反動

因為公立大學長期以來遭政府機關所獨占（monopolization），因此大學組織內部之教科層體制，逐漸產生僵化作用並且缺乏彈性與效率，再加上衍生諸多教育問題，比如公私立大學教育經費分配不均、公立大學經營效率低落，對教育發

展造成某種程度的危害（陳啓榮，2005；Ball,1993），所以引起人民對政府長期獨占大學教育經營之反動，並盼望政府能開放民間投入大學教育活動。除此之外，高等教育市場化還能夠降低政府和大學對於教育的掌握，提昇教育的生產效率（productive efficiency）（包含內部效率與外部效率，內部效率乃是指學生的單位成本；外部效率則是指教師研究成果與畢業學生的品質，是否能配合社會與經濟的需求），並且有效的將教育資源的分配效率（allocative efficiency）極大化（湯堯、成群豪，2004；戴曉霞，2000）。

參、高等教育市場化之途徑

高等教育走向市場化之歷程，大致上可區分為五大途徑，茲彙列如下所示：

一、教育鬆綁（deregulation of education）

係指政府減少對公立大學的人事、經費與課程等方面的控制，並將決策權力下放給學校本身，由其自訂人員甄選辦法、自行調整收費標準、校務基金自由運用、課程自行規劃與協商各類合作契約等。換言之，教育鬆綁乃是以市場的力量來取代政府干預，希望用增權賦能（empowerment）方式，藉以提昇高等教育面對瞬息萬變環境的應變能力（戴曉霞，2000）。例如：公立大學法人化、校長遴選自行決定。

二、教育壟斷消除（de-monopolization of education）

就是政府放鬆或是取消那些長期禁止私立大學與公立大學競爭的規定，教育壟斷消除之終極目的在於促使公立與私立大學能在一個平等的競爭平台上互相良性競爭，來爭取政府的研究經費與政府補助的學生費用（戴曉霞，2000：73）。例如：師資培育不再是公立大學的專利、開放私立大學的設立、增加私立大學的經費補助。

三、教育民營化（privatization of education）

是指公立大學的所有權或是控制權轉移到私人手中的一連串歷程（許南雄，2004），或是開放原本只允許政府為合法的供應者，轉為開放給其他社會人士或團體參與服務（莫家豪，2002：46），目的是想利用自由市場的經濟與效率原則來改

善公共服務品質。例如：學校提供土地給私人來搭建學生宿舍、教學大樓與教學設施、學校停車場假日或晚上期間租用給商家並收取租金。

四、教育外包 (contract of education)

乃是學校與民間廠商共同訂契約，來管理學校相關事務，所有權歸屬學校，而管理權為民間廠商，如此一來，不但可降低學校管理成本，而且也能讓管理更有效率（陳啓榮，2005）。例如：學校餐廳委由民間廠商競標經營、校園環境打掃廁所清潔外包給清潔公司處理、校園環境安全交由保全公司負責。

五、教育選擇權 (option of education)

是指大學提供多元化的方式供學生來選擇，藉以增加學生選擇的機會，讓學生的發展更加多元。例如：大學多元入學方案的實施、大學課程的多樣化、大學科系雙主修與雙學位。

肆、各國高等教育市場化之趨勢

各國在實施市場化後，產生許多共同的趨勢，舉凡：高等教育的大量擴充、產學合作的逐漸盛行，以及高等教育的類型多元，以下以台灣、美國、英國與澳洲等四個國家來說明，茲敘述如下：

一、高等教育的大量擴充

高等教育的大量擴充，主要包含兩個層面：高等教育數量與高等教育人數。不但高等教育的數量呈倍數的增設，而且高等教育的就學學生人數也大量驟增。以下就各國高等教育的大量擴充發展情形做說明：

(一) 台灣

隨著一九九六年「四一〇教育改革聯盟」提出廣設高中大學的訴求後，我國公私立大學如雨後春筍般地成立，由北往南發展，由西向東延伸，由城（市）至鄉（村）擴散，因此幾乎全國每一個縣市都有一所以上的大學院校（陳麗珠，2001）。值得一提的是，從民國六十七年的三十幾所大學，暴增至民國九十五年的一百六十幾所大學，短短不到三十年間，高等教育數量就增加五倍之多。

(二) 美國

美國自立國以降，對於高等教育普及化的相關政策一直在推廣，諸如：十九世紀後半葉《莫利爾土地撥款法案》以農工為主的州立大學大量成立；二十世紀五〇年代社區學院（community college）的擴大增設；一九九七年發表《進入二十一世紀美國教育行動呼籲》，提出廣設二年制學院之門，讓所有想要唸書的學生能夠順利入學就讀（郭為藩，2004）。

(三) 英國

英國自一九七九年保守黨執政後，遂開始將高等教育從菁英教育發展方向調整為大眾教育發展取向（楊瑩、鍾宜興，2002），例如：一九八七年公布《高等教育：面對挑戰》白皮書中，制定擴大高等教育招收學生數；一九九二年《擴充與高等教育法案》更將多元技術學院升格改制為大學，大大的提升大學數量與學生人數。

(四) 澳洲

澳洲從一九八〇年代以來，就開始進行擴大高等教育入學機會的工作。在一九八八年的改革中，澳洲聯邦政府宣示將致力於高等教育學生數的擴增。一九九八年，公布《高等教育檢討》報告書，更提出澳洲應成爲一個學習社會，在此政策理念的宣導下，逐步的擴大高等教育招生人數（楊瑩、鍾宜興，2002）。

二、產學合作的逐漸盛行

產學合作的主要內涵，主要係指企業界與學術界兩者的相互配合而言，其精神有二：其一在於學術界先提供相關理論，然後再交由企業界加以實踐；其二是由企業界發現問題，再交由學術界予以解決。以下就各國高等教育產學合作的逐漸盛行之狀況做介紹：

(一) 台灣

教育部爲建構高等教育校院產學資源的有效整合，特研訂大專校院產學合作辦法，藉以獎勵學術界與企業之間的產學合作，方式包括：鼓勵教授從事有關智慧財產權管理、規劃學校教授與企業界的人才交流（教授到企業界當任研發人員，而企業人員到學校講授企業實務經驗）、寒暑假期間學校師生親赴企業界參訪，

以及學生與企業的建教合作方案等（張家宜，2005）。

（二）美國

美國因為採行自由經濟政策，因此對人才的培育並未有詳盡的人力規劃，所以美國的市場經濟一直以來對高等教育有某種程度的影響。是以，自由市場經濟的機制與美國高等教育的發展並存已久。此外，美國也重視學術界與企業界的密切配合，希望透過企業界的職業技能檢定制度，使學生感受到學習的重要性。譬如：一九九一年公布《美國二〇〇〇年教育策略》，希望藉由企業界所提供的就業機會，來激勵學生學習。並建立一套和工作有關的技能標準，進而發展出「技能證書」，藉以提高學生的學習成效；一九九四年通過《學校到職場機會法》，目的在於建立全國性的學校與職場之轉換網絡，為所有青少年擴展教育、生涯與經濟方面的機會，以便能促使學校教育與企業需求之間落差縮短（楊瑩、鍾宜興，2002）。

（三）英國

在一九八七年公布《高等教育：面對挑戰》白皮書中，主張高等教育所培育出來的人才素質，應由其未來企業雇主來評判，並希望與企業界維持密切合作。此外，英國政府採取縮減高等教育經費的方式，藉以激勵高等教育機構在經營管理上，朝向企業化發展，並與企業界之合作來尋求資金支援（楊瑩、鍾宜興，2002）。

（四）澳洲

在一九八七年公布《高等教育－政策討論之報告》綠皮書，大力倡導聯邦政府應減少對高等教育的補助。由於對高等教育投入的資源減少，促使了高等教育機構與企業界的合作（楊瑩、鍾宜興，2002）。

三、高等教育的類型多元

高等教育的類型多元，乃是指各國的高等教育的類型從學術取向為主的發展，調整為重視學術與職業教育兩者的發展，並將許多技術學院升格為大學層級，以下就各國高等教育的類型多元之面貌做敘述：

(一) 台灣

我國高等教育的培育機構原本只有二年制與五年制的專科學校、技術學院、管理學院、師範學院與普通大學等。隨著市場化的影響下，許多專科學校與技術學院分別升格為技術學院與科技大學。此外，空中大學與市民學苑等相關成人進修機構或者是在職進修專班紛紛成立。

(二) 美國

尚未實施市場化的美國高等教育類型原本就相當多元，諸如：技術學院、文理學院、高等專業學院與綜合性大學等。在一九五〇年代社區學院（community college）的擴大增設，更加的突顯出美國高等教育類型的多元發展。

(三) 英國

英國的高等教育機構原本只有古典大學（牛津、劍橋大學）、近代大學（倫敦大學）、市民大學（曼徹斯特、伯明罕、利物浦與雪菲爾等大學）、地方大學（雷汀與諾丁漢大學），在一九九二年《擴充與高等教育法案》將多元技術學院（polytechnics）升格改制為大學，並享有大學的法定地位與權力，而加大了高等教育類型的多樣化（郭為藩，2004）。

(四) 澳洲

澳洲自從一九六五年以來的高等教育採取大學與高等教育學院雙軌並存的發展趨勢，在一九八八年之際，高等教育學院紛紛改制成大學。

伍、高等教育市場化之隱憂

儘管高等教育實行市場化後，的確提昇了高等教育機構的經營效率，消除不當的政府控制，以及增加社會民眾的參與成就感。然而，在一連串的運行後，逐漸有一些問題與隱憂陸續浮上檯面，以下將依序說明高等教育市場化所面臨之隱憂：

一、大學學術水準可能會向下沉淪

當市場化進入大學中，學校中的教學、研究與校園活動（諸如：校慶、運動會與畢業典禮）也相繼被滲透（郭為藩，2004；Bok,2003）。最為明顯的是，許多

大學爲了要「開闢財源」，陸續成立教育推廣部或是在職進修中心，並開設多樣化的課程來迎合企業人士，這些所謂的在職專班，錄取標準相當多元，往昔的擇「優」錄取標準已不復見，取而代之的是擇「名」（有聲望的企業人士）錄取或者是擇「利」（有錢的企業人士）錄取，因此錄取成員往往素質參差不齊，再加上畢業標準寬鬆，學生品質自然不高，嚴重的拖垮大學學術水準，造成社會上許多不肖人士用本身已經擁有的「名與利」來獲取大學位。簡言之，許多大學已經成爲販賣學位的學店了，這樣的情況，叫人怎能安心呢？

二、產生大學教育質量失衡問題

當前世界各國的高等教育已從「精英式」（elite type）階段，走向「大眾型」（mass type），甚至是「普及型」（universal type）（Trow, 1973）。由於各國政府的經濟財政困難，因此高等教育經費預算並沒有調高的空間。可是隨著大學設立數量的大幅增加，大學錄取與就學人數也就自然而暴增，造成高等教育經費的稀釋化，所以大學教育品質下降的結果是可預期的。高等教育的市場化發展，雖然「解決量的問題」（讓每個人讀大學的機會增加），但是卻「產生質的問題」（使大學的水準逐漸下降）。

三、造成大學彼此之間惡性競爭

大學之間的競爭至少包含三個層面（郭爲藩，2004）：第一層面是「爭教師」，特別是大師級的教授，或者是擁有大量的國際資料庫 SCI（科學引文索引）、SSCI（社會科學引文索引）及 EI（工程索引）論文篇數；第二層面是「爭學生」，在學生填答大學自願時，以優渥的獎金或是誘人的獎品吸引優秀學生前來就讀；第三層面是「爭研究資源」，各校教授紛紛使出渾身解數，希望能爭取政府單位與民間企業界的委託研究。因爲大學之間的競爭日益白熱化，有些學校爲了爭取到這三大層面業績，採取的手段無所不用其極，造成校與校之間彼此勾心鬥角，這樣的惡性循環競爭，實非社會大眾所樂見的情況。

四、功利導向逐漸崩解大學內部生態平衡

在市場化功利導向力量的強勢主導下，大學內應用性較高的領域，諸如：管理學院、資訊學院、工學院、理學院、商學院、與醫學院等，較受市場青睞，往往獲取到較多的資源挹注；反之，大學內基礎性較高的領域，舉凡：文學院、教

育學院、社會科學與藝術學院等，較受市場忽略，分配到的資源微乎其微。職是之故，演變成大學內部發展之生態嚴重失衡（戴曉霞，2000）。此種情況的惡性循環發展下，基礎學門的研究可能會因為消耗大量的人力、物力與財力，然而卻無法在短期間內看見成果，而被短期性的應用研究學門完全取代。如同 Giroux (2002) 所說：當追求營利的企業文化滲入高等教育中，會使得大學強調利潤、控制與效率的價值，進而造成大學學術研究的趨勢偏向企業的實用研究，至於基本研究將會因為乏人問津而逐漸凋零。是以，大學機構要如何取得長期的基礎研究與短期的應用研究之間的平衡，實在要再花費一番心力來深思熟慮（Simon&McClelland,1985），否則大學主體的結構將會產生崩解。

五、市場機制牽制大學卓越發展

高等教育逐漸市場化之後，招生問題便成為每所學校所要應付的第一個問題，因此各大學紛紛使出許多行銷（marketing）手法來促銷（promotion），舉凡：舉辦大學博覽會、印製精美的宣傳海報、指派專人到高中進行招生宣導、提供高額獎學金、補助出國旅遊與保障學生畢業即可就業等。造成大學教授在專心進行教學與學術研究之際，還要花費心力去進行招生活動，許多私立學校甚至明定「招生第一，教學其次」的辦學方針，教師被迫下海充當招攬學生的業務員，甚至暗示教師倘若招生沒有達到指定目標，將不會再發放續聘聘書（吳炳銅，2006），這對於教師的教學與研究品質無疑是一大打擊。除此之外，在實施教育選擇權（option of education），也就是大學多元入學方案後，社經地位高的學生能以甄試或是申請方式輕鬆地就讀自己理想中的學校，然而社經地位低的學生只能硬著頭皮參加入學考試，多元入學方案變成是多「錢」入學方案，讓貧苦的孩子處於更加弱勢之地位，更造成社會階層的差距快速加大。

陸、高等教育市場化的因應對策

爲了要解決高等教育市場化所面臨之隱憂，筆者嘗試提出一些因應對策，希望能有效化解這些將會戕害高等教育發展的弊端，茲將對策如列如下：

一、實施大學分類定位

一般而論，倘若高等教育機構能有效統整，可以利用規模經濟（economies of

scale) 來降低教育成本，也能減少教育資源的浪費，並提升教師教學效能與學生學習品質。然而，假如高等教育機構沒有統整，很容易衍生彼此之間的定位不明，無法做出市場區隔 (market segmentation) 與產品定位 (product positioning)。職是之故，要如何將高等教育做統整，而且又可保持彼此獨立的發展特色，乃是當前高等教育所要面對的立即性問題 (楊瑩、鍾宜興，2002)。為了解決此問題，應著手將高等教育做分類並予以定位，以下將提出其分類型態 (Boyer, 1990; 郭為藩，2004)：

(一) 研究型 (research)

主要著重在於基礎科學或是文學學科的研究，並以學術性博士與碩士學位課程為主的大學，目標包含：1.學術的創新與批判 2.創新文化與知識 3.培養研究人才 4.維持並提升研究品質 5.提高研究產能 6.維護學術自由 7.批判與改革社會 (楊國賜，2006)。例如：台灣被獲選五年五百億計畫的大學、美國的常春藤盟校 (Ivy League)、英國的古典大學、中國大陸被指定為重點大學計劃的學校。

(二) 教學型 (teaching)

主要著重在於應用科學或是教學學科的研究，並以應用性博士與碩士學位課程為主的大學，目標包含：1.傳授知識與技術，養成專門人才 2.陶冶品格，啓迪人生理想 3.培養獨立之思考與判斷能力 4.培養政府與企業的領導人才 5.保存與傳播文化的價值 (楊國賜，2006)。例如：台灣的師範大學與教育大學、日本的新構想教育大學、法國的高等專門學院。

(三) 綜合型 (comprehensive)

乃是結合研究型與教學型的大學，頒授碩士以上文憑，並開設些許博士學位課程，目標介於研究型與教學型大學兩者之間。台灣的國立大學與早期的私立大學、美國的州立大學。

(四) 服務型 (service)

主要著重在於實用與技能科學的研究，主要以大學學位課程為主的大學目標在於服務社會。例如：台灣的技术學院與科技大學、英國的多元技術學院、日本的短期大學、美國的社區學院、法國的大學技術學院與高級技術員班、新加坡的

工藝學院、紐西蘭的綜合技術學院。

二、設立大學評鑑機制

隨著高等教育的市場化之後，政府與高等教育之間的互動，已經從國家控制模式（state control model）轉變成國家監督模式（state supervising model），爲了要讓高等教育的消費者知悉更多的高等教育資訊與確保高等教育所提供的品質（戴曉霞，2000），著手進行大學評鑑乃是未來趨勢，當前世界各主要先進國家均紛紛成立負責評鑑高等教育品質相關機構，詳見表 2 所列：

表 2 各國負責高等教育品質相關機構與其功能定位

國家	品質與責任之主要中介機構	功能定位
英國	品質保證局 (QAA)	促進英國各校的自我評鑑與統計資料指標搜集，並提昇社會大眾對高等教育品質的信心。
	研究評鑑 (RAE)	針對大學研究評鑑，以同儕評鑑爲主，並以建立指標爲評鑑發展之依據。
美國	校院授證鑑定團體 (IAB)	針對美國各州高等教育校院現況進行訪視與評鑑，爲同儕評鑑方式，以授證鑑定維護並保持品質標準，其影響財務補助甚至於教師薪資。
	計畫或專業授證鑑定團體 (PPAB)	針對一般校院的特殊專業領域或指定學門領域進行訪視與評鑑，爲同儕評鑑方式，以授證鑑定維護並保持品質標準。
德國	科學審議會 (Wissenschaftsrat)	針對德國高等教育的競爭與各項重大建設進行評估與研究，並提出內部資金的分配機制，還有針對高等教育未來展望提出建議。
	德國研究會 (DFG)	功能爲掌管分配各邦政府與聯邦政府之間的基礎研究經費，主要職責是對各校本身研究能力與各校申請科學研究的議題進行評審。

表 2 各國負責高等教育品質相關機構與其功能定位（續）

德國	德國認可審議會 (Akkreditierungsrat)	為確認教師教學與學生就學的品質，以提高產業界雇主、學校機構、家長學生的信賴，最終達到德國高等教育機構經營的透明度。
日本	日本大學評定協會 (JUAA)	主導日本各大學能持續透過自我評估的機制，以達到大學的品質控制與績效責任。
	日本大學審議會 (JUC)	期望高等教育機構的自我評估保證教學科學研究與社會服務的品質。
澳洲	澳洲高等教育委員會 (AHEC)	負責對高等教育進行時的報告與對高等教育品質管理充分提出建言，該組織並發展一組量化的績效指標，以供澳洲各大學校院參考。
	澳洲研究委員會 (ARC)	為了控制各大學研究品質而發展的綜合評鑑組織，目的就是要透過評鑑機制，以達到對各項研究的品質要求。
法國	國家高等教育研究委員會 (NHECR)	負責批准各大學想要發展的教學項目，還有負責確認哪些大學有資格能授與國家學位證書的責任機構。
	國家評鑑委員會 (CNE)	負責引入法國各大學內部品質控制的機制，主要功能是對高等教育機構進行綜合性的整體評鑑。

資料來源：湯堯、成群豪（2004）。**高等教育經營**（頁 424）。台北：高等教育。

此外，我國大學法第五條第一項規定：「大學應定期對教學、研究、服務、輔導、校務行政及學生參與等事項，進行自我評鑑；其評鑑規定，由各大學定之。」第二項規定：「教育部為促進各大學之發展，應組成評鑑委員會或委託學術團體或專業評鑑機構，定期辦理大學評鑑，並公告其結果，作為政府教育經費補助及學校調整發展規模之參考；其評鑑辦法，由教育部定之。」

並於民國九十四年十二月二十六日，成立財團法人高等教育評鑑中心基金會，積極辦理大學系所評鑑。該中心的願景乃是：「公正專業，邁向卓越」；而任務則是：1.研發評鑑指標 2.規劃評鑑機制 3.辦理評鑑工作 4.執行評鑑人員培訓課

程 5.建立評鑑人才資料庫 6.蒐集國際評鑑訊息 7.推動高等教育評鑑國際交流。至於評鑑結果將分為「通過」、「待觀察」、及「未通過」三種認可結果，認可通過有效期限為五年。

三、加強產學雙方合作

產學合作是一個集合性名詞，「產」指產業界，包括公民營利事業機構，例如：工業、商業、製造業與企業；「學」指學術界，泛指大學校院等高等教育機構。產學合作的定義是大學校院與產業界基於策略上的目的或需要，相互提供資源而結盟以求實踐彼此共同目標，而所採行的合作行為，並創造產學雙贏的局面（湯堯、成群豪，2004：62）。簡言之，高等教育在引進企業的資金來挹注相關研究之後，另一方面也能藉吸收此資源產出對企業有貢獻的研究結果，此乃高等教育市場化的最大功效之所在。美國產學合作的經驗舉世聞名，以下將介紹給我國參考，詳見表 3：

表 3 值得我國參考的產學合作精神

1.政府推動	政府的大力推動，藉由政策與立法來促進產學合作的成效，是產官學合作的最佳示範。
2.產權分配	對研發成果智慧財產權分配之設計，以鼓勵產學共同研發合作的方式，值得我們國內法規修訂的參考方向。
3.放寬限制	放寬公共部門人才流動的限制條件和較少的人才流動管制來促進人才之間的交流。相信這必能改善國內高科技人才外流的問題，一方面也能扶植出更多、更適合的人才。
4.企業衍生	利用大學或公有研發機構催生衍生企業的績效，讓中小型高科技企業也能有受到重視和發展的機會。
5.學以致用	學界研發重視市場導向，而非一味地不顧市場需求，達到學以致用的目的。
6.團隊合作	整合產學合作團隊。產業與學界並不是敵對的關係，而是互相協助，促進彼此的成長，以便有效提昇國家經濟及科技競爭力。

表 3 值得我國參考的產學合作精神（續）

7. 跨界創新	產學合作不侷限於某一種或某幾種產業，必須形成跨界創新網路，讓產學關係更加密切。
---------	---

資料來源：湯堯、成群豪（2004）。**高等教育經營**（頁 246）。台北：高等教育。

結 論

揆諸上述的探究，吾人應該對於高等教育市場化的全貌有所體認，我們發現市場化的確讓高等教育的發展更加多采多姿，然而在教育領域中有許多核心部份是不能全盤採用市場化來進行，蓋因市場化充其量僅是幫助高等教育發展的一個工具如此而已，千萬不能將市場化當作是高等發展之目的，否則將會引發更多教育爭議並且對高等教育發展造成嚴重傷害。

參考文獻

- 吳炳銅 (2006)。《教育行銷學》。台北縣：冠學文化。
- 張家宜 (2005)。大學組織結構與運作。載於陳伯璋、蓋浙生主編：《新世紀高等教育政策與行政》(頁 259-281)。台北：高等教育。
- 莫家豪 (2002)。中、港、台高等教育市場化：源起與理解。載於戴曉霞、莫家豪、謝安邦《主編》：《教育教育市場化：台、港、中趨勢之比較》(頁 41-69)。台北：高等教育。
- 莫家豪、羅浩俊 (2001)。市場化與大學治理模式變遷：香港與台灣比較研究。《教育研究集刊》，47，329-361。
- 郭為藩 (2004)。《轉變中的大學：傳統、議題與前景》。台北：高等教育。
- 許南雄 (2004)。《行政學術語-兼釋「公共管理」詞彙》。台北：商鼎。
- 陳啓榮 (2005)。當代教育市場化實施成效之檢視。《國民教育》，46 (2)，81-85。
- 陳麗珠 (2001)。我國高等教育財政改革之趨勢與展望。《高雄師大學報》，12，51-69。
- 湯堯 (2005)。《學校經營管理策略—大學經費分配、募款與行銷》。台北：五南。
- 湯堯、成群豪 (2004)。《高等教育經營》。台北：高等教育。
- 曾坤生 (2002)。市場化：知識經濟時代大學發展的必然選擇。載於戴曉霞、莫家豪、謝安邦主編：《教育教育市場化：台、港、中趨勢之比較》(頁 297-312)。台北：高等教育。
- 蓋浙生 (2004)。台灣高等教育市場化政策導向之檢視。《教育研究集刊》，50 (2)，29-51。
- 楊瑩、鍾宜興 (2002)。高等教育功能與類型統合之研究。載於潘慧玲主編：《教育改革的未來》(頁 419-452)。台北：高等教育。
- 楊國賜 (2006)。新世紀高等教育的分類、定位與功能。載於淡江大學高等教育研究與評鑑中心主辦之「大學分類、評比與品質保證」學術研討會論文集，台北。
- 戴曉霞 (2000)。《高等教育的大眾化與市場化》。台北：揚智。
- 鍾宜興 (2002)。《俄羅斯教育研究》。高雄：復文。
- Apple, M. (2001). Market, standards, teaching, and teacher education. *Journal of Teacher Education*, 52 (3), 182-196.
- Ball, S.J. (1993). Education Markets, Choice and Social Class: the Market as a Class Strategy in UK and the USA. *British Journal of Sociology of Education*, 14 (1), 3-19.
- Bok, D. (2003). *Universities in the marketplace: The commercialization of higher education*. Princeton: Princeton Univ. Press.

- Boyer,E.L. (1990) .*Scholarship reconsidered: Priorities of the professoriate*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Giroux,H.A. (2002) .Neo-liberalism, corporate culture, and the promise of higher education: The university as a democratic public sphere. *Harvard Educational Review*,72 (4) ,425-463.
- Hughes,O.E. (1994) .*Public management and administration*. New York: St. Martin`s.
- Simon,H.E.&McClelland,A (1985) .Private Industry and university research. In J.H.Blits(ed.)*The American University: Problems, Prospects and Trends*. Buffalo: Prometheus Books.
- Trow, M. (1973) .*Problems in the transition from elite to mass higher education*. Berkeley: Carnegie Commission on Higher Education..

文稿收件：2008年07月30日

文稿修改：2008年11月03日

接受刊登：2009年04月17日

The Analysis of the marketization higher education

Qi-Rong Chen

Doctoral Candidate, National Kaohsiung Normal University Department of Education

Abstract

This text lies in analyzing the marketization relevant topic of higher education mainly. First of all, to prove the marketization intension of higher education. Secondly, to why about higher education carry on the marketization cause to analyze. Thirdly, the way to introduce higher education marketization: five major ways: deregulation of education, de-monopolization of education, privatization of education, contract of education and option of education. Fourthly, to analyze three market-based trends of higher education of various countries: the generous expansion, producing and studying the prevailing gradually of cooperation of higher education, and the type pluralism of higher education, and prove with four countries, such as Taiwan, U.S.A., Britain and Australia, etc. Fifthly, point out the secret worry which may be derived in higher education marketization in the future, university academic level may to sink and sink separately, produce the out-of-balance question of the quality of education of the university, cause the malignant competition, utility between each other of the university to lead and break out and solve the ecological balance inside the university gradually, and the market mechanism pins down the university to develop remarkably; Finally, put forward higher education market-based because of in conformity with countermeasure, implement university is it make a reservation, set up university not to comment the ancient bronze mirror mechanism with strengthen and produce and learn the cooperation of both sides to classify in order. The author that hope with this text are put forward, can reach the goal of the world first-class university.

Key words: higher education, marketization, the evaluation of university