

大學如何有效監督海外招生仲介

駐洛杉磯辦事處教育組

全球有來越多各國的大學，採用仲介來招募國際學生。儘管對於此種招生模式相關的問題已被廣泛討論，但是大學等教育機構對如何最好地管理與仲介關係的理解，仍存在顯著差距。

一項新的研究檢視了負責任地管理仲介的關鍵基本問題：教育機構如何監督仲介業者。我們可以合理假設，如果教育機構有足夠能力關切仲介的行事作風，那麼仲介應該更有可能按照客戶，也就是教育機構要求的方式行事。同樣地，仲介若意識到教育機構關注仲介的能力有限，自然也意味著可以期待更多的仲介做出不當的行為。

其他可以導引仲介在合乎大學的最佳利益下執行工作的方式，例如簽約之前的盡職調查(due diligence)、簽訂合同，以及回饋機制(financial incentive)。但另外一面，盡職調查只能確定仲介在簽約之前的一些行為表現，簽約後則沒有情報可循；除此外，簽約的效力其實有限，已是業界皆知，而廣泛使用的佣金激勵，也有可能平添更多問題，而非解決問題。

職是之故，大學除了對仲介提供全面培訓及資源外，還需要更有效的監督措施來指認不當行為，以避免危害國際學生、大學校方，甚至是留學國政府的權益。

教育仲介最佳管理指南已經在美國、澳大利亞和紐西蘭等國採行。但不幸的是，其中多著墨於其他的仲介的管理層面，卻忽略了監督。其中最常被推薦的監督控管方式，就是分析仲介的績效數據(agent performance data)、學生回饋訊息(student feedback)、以及現場訪談(site visits)分析。較少提出的是行銷審計(marketing audits)以及同行間溝通(peer communication)等。

蒐集學生的回饋，是現行監督仲介的基本作法。但學生回饋資訊有許多缺點。首先，學生有限的經驗難以評斷仲介提供資訊到底如何，例如仲介是否推薦最合適的大學。再者，學生回饋蒐集的時間點及型態(訪談或問卷)，也可能左右結果，最後可能落入眾口紛紜，沒有白紙黑字而變成空口無憑，難以得出可信的結果。

在某些情況下，學生和仲介之間基於相同利益，卻違背了大學的利益，例如竄改申請文件，幫助資格不符申請人被大學錄取。在這種

情況下，學生回饋資訊就完全不能辨別出仲介的行為問題。

績效數據分析(performance data analysis)可以包括對申請人數、入學許可核發數、簽證批准率、註冊報到率，以及相關數值轉換率。近來有聲浪強調以學生入學後學習平均成績(GPA)或畢業率(completion rates)，來評量仲介的招生成效，但大學也需要有足夠的資訊解讀數據才能得到完整訊息。例如，以何種對象為比對的基準？是用不同國家的國際生互相比較，或者不同仲介招攬來的同一國國際生？或者非仲介招募學生。

紐西蘭和澳洲等國推出有效方式，可以幫助大學機構更佳地評估國內仲介業者的行為，不會僅限用特定數據來監督。然而，即使數據分析及學生回饋資料都提供效果良好的指標，仍不足以讓大學機構全面觀察到仲介業者的不良舉措。

即使大學機構採取所有的監督技巧，仍無法觀察到業者的許多關鍵行為。克服這個弱點的方法是加上採用「神秘顧客」(mystery shopping)方式作為新的監督工具，這也是許多產業作為評估服務品質的方式。「神秘顧客」遵從特別的指示並直接回報給大學機構，可以幫助大學機構觀察仲介對待非申請對象(例如拜訪仲介但決定不申請者)的情形，讓大學機構透過觀察減少現有的信息不對稱，並查覺學生與仲介串通可能違反該機構利益的情況發生。相較於學生回饋，可以提供更可靠及即時的訊息。

如果沒有有效的監督，大學機構就得接受至少部份不盡透明的情況下與仲介合作。不幸的是，至今可用的指南沒有提供關於不同監督技巧的益處和局限性的充分信息。此外，目前的證據顯示，澳洲、英國、加拿大與美國等國的大學機構所使用的監督方式突顯這領域管理知識的有限性。

國際教育仲介業需要被引導更好地使用現有技術，以及更全面地使用「神秘顧客」來觀察仲介的服務素質。有效監督雖然無法解決這行業的所有問題，但將是朝正確方向邁出的重要一步。

譯稿人：沈茹逸/藍先茜

資料來源：2019年5月11日，University World News

<https://www.universityworldnews.com/post.php?story=20190508081728122>