

# 少子化衝擊下高教與技職體系行銷策略之運用

黃素惠, 許嵐婷

通識教育中心

通識教育委員會

suhui@chu.edu.tw

## 摘要

近年來有關「少子化」，已成為國內外重要之議題焦點，對於少子化之影響衝擊，以私立高教、技職體系之大專校院為最大，而面對愈來愈競爭的市場，勢必需重新思考、規劃學校經營之理念與方向，而因應社市場變遷，須以創新經營之策略，強化辦學績效，落實教育目標，但面臨少子化的因素，各私校一定要有更強的競爭意識，才能存活於後續衝擊。

本研究係以統計分析，依「高三學生就讀意願選擇原因」問卷為研究工具，對其認知為研究方向，研究對象為桃竹苗區擇定25所公私立高中職學校高三學生為問卷調查樣本，進行敘述性統計分析、交叉分析及卡方分配分析。以高三生背景變項為教育行銷策略認知量表各題項比較依據，其認知差異情形各題項達顯著性者如下：性別、就讀學校類別、公私立別、父親學歷、母親學歷、父母平均月收入，再綜整研究發現及結論，提出建議以供參考。

關鍵字：少子化、教育行銷、行銷策略