

建立淡江為新典範

特刊

□企管系主任洪英正

作為一所有「『十』至名歸」榮耀冠冕的優質學府，淡江在不管在教育部校務評鑑，還是民間雜誌報導中，都有優異的成績。如此卓越的聲譽確實令所有的師生、校友自豪。但誠如Peter Drucker所言：「除非卸下昨天的包袱，否則不可能創造明天。」在快速變動而一切又充滿相對觀點的21世紀中，淡江如何在現有「四個校園」的組織架構下，並在「企業管理」、「同僚」、「官僚」及「政治」四大運作模式中找到下一波努力的願景與動力，絕對是當務之急。歸結來說，就是要讓邁向60週年的淡江能更自信的說：「我們不只是知道典範要改變，而是「『淡江』就是新典範」。

在面對新世紀中不斷浮現的新課題，我們認為有三點是值得去反省與策進的：

突顯差異與吸引力

一、從創立使命（宗旨）與經營哲學談起：管理理論上說，「『使命』說明了組織存在的目的。」而一個具有「穿透性」與「滲透力」的使命，應當是能詮釋出我們具有不可取代性；為什麼「顧客」必須在我們這裡才能尋找到真正的滿足？所以一個「完備」的使命，能闡揚組織設立之意義與價值，同時勾勒出組織的差異特色與市場吸引力。在淡江「三化」的教育理念上，營造一個師生、校友及社會認同的使命，與隨時代轉變之使命內涵，相信是重要而不可或缺的。

落實顧客導向

二、從市場導向、產業趨勢談顧客導向之核心競爭力的建構：有言曰：「企業存在的目的就是創造顧客」，所以沒有顧客，也就沒有組織。目前整個時代的趨勢與競爭環境，都迫使大學必須更積極迎向顧客與市場，因此未來如何在學校經營上的每一個面向上都更落實「顧客導向」之「價值管理活動」，正是目前淡江積極推動全面品管的核心概念與目的之所在。

不可忽略卓越心靈

三、從回歸踏實的教學與身教談起：淡江第四波中所提Harry Lewis的「卓越心靈」相信仍是第五波中不可忽略的精髓所在。一流的哈佛大學至今仍強調「創造知識，開

啟學生對知識的心靈，並讓學生充分利用教育帶來之機會」，足見「學生的學習」將持續是我們立足社群之關鍵成功因素，一個能帶出「卓越心靈」的學校將永遠為學生、校友及社會所感念，而這也正是淡江一直持續在努力的目標。

知識有其可複製性，而一個能帶出抗複製性之組織，就是一個能屹立不搖的「典範」，盼望第五波下的淡江正是一個21世紀的新典範代表。