

壹、前言

就目前影響國內教育領域的議題之中，少子化的現象可以說是首當其衝。根據內政部（2010）調查指出，就長期而言，我國人口總增加率呈遞減趨勢，九十八年雖較民國九十七年略升，但仍不及十年前之半數。由此可知，勢必未來整體教育發展將朝向嶄新的趨勢；而就學校經營與管理層面而言，因少子化接踵而來的問題，如教師超額、校際競爭、家長期望過高等現象，都將衝擊到學校的存亡。另從法制面而言，民國八十八年立法院通過教育基本法後，允許公立學校委託私人辦理，並開放家長依法律選擇子女受教育方式、內容及參與學校事務之權利，更是直接改變學校傳統的經營模式，轉而需要時時受到校內外不同因素的影響，呈現開放與多元的不同風貌。

隨著少子化與教育基本法之施行，整體教育的發展勢必有所改變，就以學校行政而言，學校為了建立辦學品質，繼而善用不同資源以投入行政的變革，將是重要的經營策略。而企業管理理論因本於追求營利的前提，對於績效的重視不言而喻，因此近年來教育組織為追求績效，亦紛紛引進企業經營理念與策略的可行性（張明輝，2002）。就企業管理的理論內涵而言，近年來興起重視顧客導向的管理模式，顧客的滿足為組織生存發展的關鍵，不論是產品或服務都必須讓顧客能夠接受，一切改善才有意義（陳映如，2005）。相對在學校經營管理的領域中，黃義良（2006）也建議管理者與教職員工的行銷思維，應納入顧客導向的概念，將學生視為顧客，可以促進教育組織的發展（Schwartzman, 1995），所以就目前不同面向的外部環境影響之下，其成功進行教育與學校行政改革的關鍵，就在於是否有能力維護長期且關係良好的內部顧客關係，追求顧客滿意（吳清山，2002；張朝旭，2007）。

學校是國家教育改革最基本的單位，任何革新方案均需由學校推動，學校落實革新也代表了成功的教育系統革新（吳家瑩，2004）。因此本文在促進教育革新的脈絡背景之中，聚焦於促進學校革新的思維，首先說明學校革新意涵與困境，繼而闡述學校顧客關係管理對學校革新的重要程度，再透過實際案例的剖析，探討具體的實踐策略，期望能在學校革新領域中開創務實的創新思維。