

高校科研管理的市场化改革

井明霞 魏志远 吴大勇 雍会

(石河子大学科研处,新疆 石河子 832003)

摘要 分析了当前我国高校普遍存在的科研与市场脱节的问题,提出了转变科研管理观念、发挥市场对科研的指导作用、建立适应市场经济需要的科技应用体系以及调整科研管理宏观调控方向等措施。

关键词 市场 科研管理 改革

中图分类号 G64

文献标识码 A

文章编号 1001-7348(2003)06-154-02

高等学校是国家科技创新体系的重要组成部分,发挥着知识创新、技术创新和高层次人才培养的功能。在深化高校科技体制改革的背景下,如何建立和完善一套行之有效的科研管理体制,使高校成为名符其实充满创新活力的科学研究基地和创新人才培养基地,已是摆在高校领导和科研管理部门面前的一项十分紧迫的任务。

“九五”期间,新疆维吾尔自治区共有702项各级科研计划项目进入技术市场,5 844项各类技术经济合同成交。从技术合同登记的统计数据看,此间工业企业进入市场技术计划的项目数、经费总额大幅增长,占有项目卖方类别的构成比也大幅增大。项目从2.1%上升到25.61%,经费从10.85%上升到36.07%。大中专院校进入技术市场的计划有26项计2 390万元,占全区同期项目数的7%,经费总额的13%,占有进入技术市场计划项目卖方类别构成比的5%左右。成交技术经济合同的发展变化与之类似,工业企业成交合同项目数的构成比从0.85%逐步上升到8.86%,成交合同金额的构成比从1.63%上升到47.14%,大中专院校上述两项指标依然徘徊在10%以上。以上数据从一个侧面反映出,在边疆地区企业作为技术创新主体的作用已得到较大程度的体现,而作为技术创新源头的高等院校,其作用尚未充分发挥。这种状况在全国高校也普遍存在。

1 高校科研与市场脱节的主要原因

1.1 高校科研人员的市场经济意识淡薄

长期以来,在计划经济体制下,高校在科研立项时,大多以基础理论研究为主,形成的科技成果多停留在文章、专著和实验室阶段,使许多研究成果与市场、生产相脱节。即使产生一些应用型科技成果,也因为成果转化机制不完善,不能够完全转化为产品。据资料显示,高校每年产出的科技成果大约有2万个,而实施转化的却不到5%,如此低的转化率,既不是研究者的初衷,也不是生产者愿意接受的。其根本问题在于科研面向经济建设和社会发展主战场的意识淡薄,尚没有把市场观念、经营观念贯穿于科研活动的整个过程,所以形成了高校科研管理人员及科技人员重研究,轻推广;重理论,轻应用,科研开发与市场相脱节的局面。

1.2 高校的科研管理缺乏从经济角度去改革

高校目前还是一个具有浓厚行政色彩的事业组织,因此高校改革多从行政管理、思想认识上推进。随着社会主义市场经济体制的逐步建立,需要高校更多地从促进社会生产力发展,提高经济效益角度推进改革。

高校是行政事业单位,国家每年按项目拨给一定的科研资金,也没有过分要求实现什么利润。高校的科研经费投资是一种国家

行为,高校不会“计较”投资的效果与后果,因而单纯追求投资数量的扩张和成果数量的多少;科技成果含金量、科技进步贡献率与高校的生存发展并不构成直接正相关,因而不注重追求科技成果含金量、科技成果转化率的提高;不存在自负盈亏的问题,因而也就无风险与激励机制促使它追求更高的经济效益。而目前在全社会经济发展以市场机制为动力的情况下,高校的科研方向、科研结构、科技成果、科技成果转化、产学研合作都直接或间接地关系着高校在社会经济市场中的效应与结果。高校要优化自身在市场活动中的行为和结果,就迫切需要以效率、效益提高为特征的内涵增长方式,需要新的科技运行机制。

西方发达国家的大学本身就是资本主义市场经济条件下产生和发展的。美国大学提出大学应具有教学、科研、社会服务3大功能。伴随大学功能的拓展,引入和强化市场机制是西方大学改革与发展的自然选择。大学和工业界,要在研究与开发的各个层次上互相交流,包括大学的新知识应更快、更经济地转化为产品。为做到这一点,大学的智力成果与企业或风险投资公司合作开发时,很自然地选择了资本运作机制。

我国高校应具有“教学、科研、社会服务”3大功能已被认同。要把3项功能有机整合并转化为促进社会、经济发展的有效力量,这是计划不来的,也是任何一个行政管

作者简介:井明霞(1969-),石河子大学科研处,硕士,助理研究员,从事卫生经济和科技管理工作。

收稿日期:2003-03-19

理部门做不到的,只有依靠市场才是实现各类资源合理转移和优化组合的有效途径。

2 引入市场机制,促进高校科研管理改革

从高等院校的现实情况来看,通过院校合并、学科设置改革,科研体制改革取得了一定的成绩。但科技与经济“两张皮”这一问题,并没有从根本上得到解决,科研仍游离于企业和市场之外,即使有所涉足也因不懂市场规律而退出竞争舞台。因此,摆在我们面前最重要的任务是:引入市场机制,加大改革力度,优化升级科技资源,使其成为学校发展的不竭动力,努力使高校成为区域科技创新的基础和源泉。为此要做好以下几个方面的工作:

2.1 引入市场理念,从观念上改变科研管理方法

中国联想集团董事会主席柳传志在2001年天津市长国际顾问论坛上发表演讲时指出,中国以前是计划经济,政府对科研机构投入资金让他们进行研究,得到科研成果。然而如何让技术变成钱,始终无法做到。比如中国科学院下属的100多个部门,他们的研究与市场无关,研发得到的成果无法输送到企业。因此中国高科技产业的道路始终很难。目前发展的第一个关口就是观念。中国计划经济体制下的很多旧观念根深蒂固,如果不突破,高科技产业很难发展。

科研管理改革也是如此。改革的突破口是观念,只有首先从观念上改进,使管理者具有市场经济的意识,能够从市场经济的角度考虑管理的目的、手段和方法,科研管理才可能有本质的变化。

2.2 充分发挥经济杠杆在科研管理中的作用,以市场指导科研管理

(1)充分了解市场,以市场定科研。科研

管理人员要引导科技人员建立市场—产品—产业—技术的逆向研究以及开发、产业化的思维链,大力培育、开拓和完善技术交易市场。要求科技人员加强市场参与,了解更多的市场信息。在立项之初就考虑市场需要,通过市场确定科研的效用、价值,并从产业的角度进行科研开发。

(2)建立以价值为取向的新的人才激励机制。要按照市场竞争的需要,建立新的科技人才激励机制。改变过去仅从职称、荣誉等方面制定激励政策,转向从知识价值化方向考虑,特别是落实把技术、管理作为生产要素参与收入分配的政策。根据国家相关政策和学校实际情况解决好科技人员的知识技术服务定价问题和产权分配问题。与此同时,要提高科技人员的专利保护意识和知识产权意识,确保科技人员的科研成果在市场中为社会和自己带来经济利益。

2.3 建立适应市场经济需要的科技应用体系

(1)加强与地方合作,形成以市场为中心的研究体系。围绕当地经济发展的支柱产业,选择与当地实力较强的应用型科研机构合作,充实高校的应用型高科技人才,引入企业管理机制组建行业研究中心。借此,形成适应市场经济需要的研究体系。在研发中提升自身的科技竞争平台,在合作中切实提高自身的市场竞争实力。

(2)发展科技实体或科技园区。依托科研机构创建科技型企业或科技园,或以科技实体的形式在同一规则下与企业联合,从而从根本上解决科研游离于企业和市场之外的局面。可以根据高校的资本实力、文化环境和地理特征等具体情况,因地制宜地决定科技型企业的性质和与企业合作的形式。采用现代企业制度管理企业,处理好企业与高校之间产权和经济利益的分配关系。

2.4 调整科研管理的宏观调控方向

(1)进行从科技立项、跟踪服务到成果评定、奖励的全过程改革。科研管理部门对科研项目的服务不能够仅局限于科研立项,而要形成建议、评审、立项、检查、市场评估、价值评估等一系列的延伸程序。立项以市场为导向,强调由企业提出,或有企业的参与和承用。组织符合国家、区域经济和社会发展需求的重大项目。加强中间过程的评估,根据市场前景实行滚动管理。改革成果评价体制,不但要重视学术水平,更要注重经济效益,强调为社会创造财富,做到基础研究有所发现,应用研究能够推广应用。将科技成果的经济效益和市场竞争能力作为应用型研究评奖的重要依据,并逐步过渡到以市场认可程度作为最终的评价依据。

(2)拓宽科研管理内容。科技与经济一体化使得科技事业活动的业务范围扩展到基础研究、应用研究、科技成果商品化和产业化的全过程;科技与经济结合决定了科技活动更是特殊的经济活动。因此,高校科研管理人员要拓宽其管理领域,从以项目为核心的管理转向宏观组织管理;从日常行政事务管理转向资本运作管理,将人才、知识、技术作为资本经营;从单纯的科研管理转向科研与市场相结合的综合管理。

新经济浪潮冲击着高校百年一贯的旧体制,不断创新是顺应瞬息变化的社会形势的需要。我们要紧扣时代脉搏,引入市场机制,为科研管理注入新的血液,使科技活动产生更大的活力,充分发挥科技是第一生产力的作用。

参考文献

- 傅廷斌,李建平.高校与企业结合是提高科技成果转化率的较好选择[J].研究与发展管理,1999(6)

(责任编辑 曙光)

To Accelerate Reform of Management of Scientific Research in Colleges and Universities

Abstract: The problem on scientific research and market being out of joint existing universally in our colleges and universities at present is analyzed in this paper. The measures of changing the idea of management of scientific research, giving play to the guidance function of market to scientific research, establishing the application system of scientific research adapting to the market economy and adjusting the direction of macroscopic regulating and controlling are brought forward to accelerate reform of management and to make the research activity of colleges and universities enter into the field of socioeconomic development as soon as possible in order to bring into play of science and technology to maximum extent.

Key words: market; management of scientific research; reform