# 我国产学合作中大学行为价值取向的新制度经济学分析

来源：网络 作者：静默星光 更新时间：2024-05-24

*我国产学合作中大学行为价值取向的新制度经济学分析1 产学合作中大学行为研究的逻辑起点 产学合作中的大学行为是指大学参与产学合作时，为与产业界更好地达成共识，在教学、科研与服务社会等活动中表现出的一系列行为。主要表现为选择合适的合作模式、明确...*

我国产学合作中大学行为价值取向的新制度经济学分析

1 产学合作中大学行为研究的逻辑起点

产学合作中的大学行为是指大学参与产学合作时，为与产业界更好地达成共识，在教学、科研与服务社会等活动中表现出的一系列行为。主要表现为选择合适的合作模式、明确合作各方的收益分配、培养创新型人才、加大研发投入、进行知识产权保护等。经济学中对人的基本假设是人都是理性的，因此用经济学的方法来研究产学合作，其中的参与人同样应该是理性的，并且是有限理性的。按照西蒙的定义，有限理性指的是“主观上追求理性，但客观上只能有限地做到这一点”。①在产学合作中，不充分揭示有关信息，或者歪曲信息，特别是那些精心策划的误导、歪曲、颠倒或其他种种混淆视听的投机行为，便会造成合作双方间的信息不对称，使产学合作变得更加复杂，直接或间接地导致了机会主义行为的产生。

在产学合作中，大学作为经济主体，尽管大学与其他经济主体之间存在很大的差异，但参与产学合作的大学也拥有“经济人”的一般特征，在一定的约束条件下，尽可能地实现效用最大化。所以，人的有限理性、追求效用最大化和机会主义行为就成为本文研究的逻辑起点。

2 产学合作中交易成本的确定

从产学合作契约选择的角度，可以将大学参与产学合作模式划分为技术转让、联合创新以及自办实体。在这三种模式中，技术转让和自办实体的合作形式比较单一。而联合研发的合作范围就比较广泛。然而，不论采取何种模式，交易对象都是产品或服务。在产学合作中像技术成果、专利成果就是以产品为交易对象，而以服务为交易对象的主要是技术服务，研究开发作为生产要素对企业进行投入，形成合作关系。交易之所以发生，源于某种产品或服务从一种技术边界向另一种技术边界的转移，由此宣告一个行为阶段结束， 另一个行为阶段开始。如果技术边界清晰，就会顺利成交，就像一台运转良好的机器那样。②当技术成果直接从大学转移到企业，或者大学的技术成果直接作为生产要素与企业进行合作时，交易便算完成。一旦发生交易，交易成本便会产生。 综合他们三人的交易成本概念，可以将产学合作交易成本具体分化为以下三项：（1）合同签约成本具体包括签约前的信息搜寻成本和签订时的成本。（2）签订时的成本是指签订合同时由于讨价还价、选择合同的范式以及签订时所花费的其他联系费用以及管理费用的总和。（3）合同履约成本是指合同签定好后，为了确定对方是否违约所实施的监督费用，主要是指合同签订后所发生的一系列费用。

3 产学合作中大学行为的价值理想

由于受市场信息不完全的影响而产生信息不对称问题，就有存在“逆向选择”和“道德风险”的问题。所谓信息非对称性，是指一方持有交易行为相关的信息而另一方不知道，而且不知情的一方对他方的信息由于验证成本昂贵在经济上不现实。⑥在产学合作交易市场中，“逆向选择”问题来自企业和大学对有关科技成果的质量信息的不对称，存在于非对称信息发生在契约签订之前，主要是对科技成果产品的品质难以根据其外部特征加以确定。

在成功地进行技术转让中，大学支付的合同签约成本只是信息搜寻成本、讨价还价成本、合同签订成本。而在自主产业化中，从表面上看，大学好像不存在合同签约成本，而实质上，大学在将科研成果产业化时，同样存在合同签订后的交易成本，即合同实施成本、合同监督成本和合同保护成本。另外，大学还需支出相应的管理成本，而企业的管理成本在广义上也是一种“交易成本”，因为它同样体现着人与人之间的契约关系。⑦在产学合作中，由于合作的交易成本很难观察和度量，发生在交易过程中的许多风险如何避免，这涉及到机制设计的问题。而且，交易过程中的一些交易成本虽然显而易见，可是往往难以量化。而大学、科研院所和企业参与产学合作的态度如何，归根结底取决于参与合作所承担风险的大小。在规避风险的假定下，如果合约当事人规避风险的成本低于从所规避的风险中获得的收益，那么，这个人就会试图规避风险。⑧

4 我国产学合作中大学行为价值取向变化的现实动因

自20世纪80年代以来，世界各国的高等教育都经历了程度不一的“市场化”，即政府放松管制由竞争与价格机制引导高等教育机构响应市场的需求。⑨在这一背景下，企业投资成为了我国大学科研经费的重要来源之一。但是在现实的产学合作中，由于信息不对称，企业为了防范逆向选择问题，为了使信息对称，让信息完全而充分，就会增加信息搜寻，加大信息搜寻成本。对于企业来说，就会在一定程度上增加交易成本。为了节省交易成本，企业就会选择与大学进行合作研究，合作界面就会发生前移。同样，在现实的合作中，由于信息不对称，大学为了防范道德风险问题的发生，为了使信息对称，让信息完全而充分，就会增加信息搜寻，加大信息搜寻成本。对于大学来说，就会在一定程度上增加交易成本。为了节省交易成本，大学就会选择科技成果自主产业化，大学在产学合作中的交易界面出现后移，从而突破了传统的合作模式，介入到企业的生产、营销之中。在产学合作中，还有来自大学的内部动力，如人才培养、提升大学综合竞争力等大学自身发展的需要。其中，获得更多的资金支持以解决大学科研经费紧张问题是最主要的原因之一。政府对大学的拨款在逐年减少，大学要想开展科学研究，就需要大量的科研经费。而要获得这些科研经费，就只能通过社会进行筹集资金，而在社会中，对大学的科学研究感兴趣而且有直接需求的就只有企业了。企业可以通过对高校进行科研支持最先获得研究成果，支持企业进行自主创新，从而使产学合作得以发生。对于高校而言，则可以通过社会服务获得经济收益。高校参与产学合作的初级形式也是弱风险形式的技术转让和专利出售，能够增加高校的收入。另外，大学参与产学合作还是高校教师基于创新研究的需要。

“把市场机制引入高等教育中，使高等教育运营至少具有如下一个显着的市场特征：竞争、选择、价格、分散决策、金钱刺激等。它排除绝对的传统公有化和绝对的私有化。”根据OECD 的界定，高等教育市场化不是绝对的私有化，也不是绝对的公有化，而是一个引入市场机制的过程，使高等教育机构更具竞争性、自主性和广泛适应性。⑩从这个定义来看，大学作为高等教育的一个重要组成部分，大学市场化应该具有以上特点。但如果国家的命运（可以指世界的任何一个国家）依赖于接受报酬的专家意见，那么教授与学生共同研究学术的时间都得用金钱来衡量。豘如果我们不对此进行限制，甚至接受它，终有一天我们将会抱怨大学正在失去作为一个公共学术机构的特征，偏离它的主要任务。这种“分心”是一种世界范围的普遍现象。豙

虽然现代社会中学术界与产业界、政府之间的边界逐渐模糊，大学象牙塔逐渐演变为具有企业精神的机构。豛但大学作为培养人才、进行科学研究的场所，大学行为不能完全市场化。在产学合作中，大学的行为如果全部市场化，就容易造成大学的角色错位。大学的优势在于为产业界提供创新的源泉和技术支撑，产业界的优势贴近瞬息万变的市场。相比之下，大学应该是为企业提供技术支撑和智力支持。而企业只有把握市场形势，适时地与大学进行委托研究、联合开发等合作形式，从大学获得人才和科研成果。一般认为，过于强调商业化研究，传统的研究成果开放性就将受到损坏，同（下转第8页）（上接第2页）时会伤害从事基础研究的学者。而且如果因此致使大学教师工作负担过重而没有时间去从事高水平的研究工作，从长远来看会导致大学这一学术机构的贬值。豜一旦参与产学合作中的大学行为完全市场化，那么大学很有可能就会成为工业界的工具，大学内部就会到处充满商业文化，大学的学术价值导向如何体现，大学应该进行怎样合适的行为定位，这应该是政府、教育部门和高校共同值得深思的一个问题。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！