

学质量等在人们心目中的知名度和美誉度,是大学社会价值的核心体现。^[15]教学质量、生源质量、师资水平、科研水平、学校规模、教育技术与设备现代化、办学思想与教育理念、学术文化氛围以及学风、教风、校风、校园环境等构成大学品牌的内涵。^[16]打造大学品牌,首先,要注重提高质量。质量是品牌的本质、基础,也是品牌的生命。面对生源市场、劳动力市场和资金市场的残酷竞争,学校必须致力于提升自身产品和服务的质量,才能实现可持续发展。其次,要注重围绕大学核心价值适当延伸大学品牌。可以借助学校的教育资源优势,成立相关的校办产业和教育产业集团,还可以采取与社会联合办学的方式,积极为社会服务,并通过校际交流,扩大学校知名度。再次,要注重发挥大学自身的比较优势。名牌专业学科是衡量一所大学品牌质量的核心标准和首要标志,也是判断一所大学核心竞争能力的根本前提。因此,在大学品牌打造过程中,要把建设国际国内领先的优势学科放到首要位置。

(四) 经营大学的关键是广泛积累办学资源

大学的办学资源既包括以教师为核心的人力资源,土地、教学及辅助用房、文体活动场所、行政用房、学生宿舍、学生食堂、教学科研仪器设备、藏书等实物资源,货币资源,校办企业、实习基地等企业资源,校友资源和政府资源等有形资源;也包括学校在创建和发展过程中形成的品牌资源,以精神、信仰、价值观和理念为特征的校园文化资源,教育法规、管理体系和管理方法等制度资源,知识产权、专利和科研成果等知识资源等无形资源。^[17]经营大学的理念要求大学充分利用学校无形资源来吸引社会资源,以扩大办学资源的来源途径。一是要通过争取企业和校友捐助基础设施、设立奖学金,通过闲置土地等有形资源的合法置换、校办企业的资本运作,通过参与经济社会重大发展项目、吸取社会资源合作办学等方式积累办学资源。二是要开展产学研合作,促进教育投入结构多样化。学校善于激活机制,调动各种积极因素,挖掘资源潜能,积极展开与各级政府、企事业单位和广大校友的合作,充分发挥学科优势和区位优势,大力开展大学资源的开发。要不断完善科技开发及其成果转化的条件,要通过加强校友会的运作,改进大学出版社经营,合理建立独立学院等方式,提高各种社会办学资源的利用效率。

(五) 经营大学的核心是树立成本核算的理念

市场经济体制下,大学提供的人才、科技成果和高科技产品也可被视为教育商品,也需要一定的资源投入。当然,在大学的人才培养和科学研究中,投入与回报在许多时候无法明确界定,大量的投入有时并不意味着高质量的回报。但即便如此,成本仍然应该是在制定战略规划时必须首先考虑的问题。^[18]因此,必须对其进行成本、收益核算。一是要加强预算管理。强化学校预算内外资金的收支管理,合理地调配和使用经费,在理财理念上从“投入预算”向“绩效预算”转变,充分发挥办学经费的使用效益。二是要减少资源浪费。加强部门之间的工作协调,提高大型实验设备等基础设施的审批条件和使用效率,制定合理的成本分担机制,调动各基层单位勤俭办学的积极性。三是要提高投入产出比例。大学应当通过职称评定、津贴发放等杠杆促进各基层单位及教师在科研、教学方面积极努力;并将预算审批、职称名额确定等资源的分配与单位和个人的具体表现及发展态势结合起来。

(六) 经营大学的保障是建立相关的体制机制

经营大学是一个宏观的战略目标,必须通过大学管理制度建设,加强战略与过程管理,规范经营行为来实现。作为“计划经济最后一个堡垒”,我国多数大学的现行人事制度、分配制度乃至教学、科研体制尚未与市场经济体制和经营大学的理念完全适应,必须对其进行改革。一是要积极推进二级管理体制变革。把人、财、物及业务权下放给学院,进行新的扁平式的、网络式的管理,实现管理的高效率和多样化,以适应不同学科建设的需要。二是要不断完善学校资金和相关资源的分配体制和机制。增强学院的自主性,在预算总规模的刚性约束下,适当放宽预算总额内的调整权限,建立责任共担的分级管理体系。

余论

公共治理理论在教育领域的应用,一个基本的前提就是承认大学的“经济人”地位,承认不同利益攸关方的存在。公共领域的属性决定了大学在国家、市场与社会中的特殊地位,然而,“经济人”品质和行为方式在大学治理中起着基础性、决定性的作用。在公共领域的结构转型中,经营大学的理念,体现了市场在公共教育治理转换中的推动作用。把大学作为纯粹的“理想国”,否认大学的市场价