

Research on the Intangible Assets Management Systems of University

Shujuan He^{1,a}

¹Department of Assets Logistic Management of Jilin University, Jilin China

^an4n4china@126.com

Keywords: University, Intangible, Assets, Management, System.

Abstract. Intangible assets management of university is a systematic project, which covers many aspects of running university. Based on the particularity of intangible assets in the university, the author sums up the research status and characteristic of intangible assets management systems of university and gives the suggestion that it is development the Operating Mechanism to improve the intangible assets management systems for university.

高校无形资产管理研究

贺淑娟^{1, a}

¹吉林大学资产管理与后勤处, 吉林, 中国

^an4n4china@126.com

关键词: 高校; 无形; 资产; 管理;

中文摘要. 高校无形资产管理是一项系统工程, 它涵盖高校运行、发展等多方面问题。因此成立管理相对集中、结构严密、人员队伍齐全的无形资产管理机构是高校资产管理领域中十分重要的任务之一。基于高校无形资产的特殊性, 其管理应是一个系统、长期循序渐进的工作。笔者提出在高校内部对无形资产的重要性在达成高度共识的基础上, 运用行政手段完善高校无形资产管理制, 加强无形资产人员队伍培养, 提高教职工对无形资产保护意识, 从而实现高校无形资产的管理及安全运营。

1. 高校无形资产的特征

无形资产是无具形象有价值能利用可经营, 并能产生巨大社会效益和经济效益的资产。高校无形资产作为国有资产的重要组成部分, 也十分重要。高校无形资产具有公益属性。高校现有的无形资产是在高校不断发展过程中积淀而形成的, 以培养人才为最主要目的。高校无形资产还具有利益主体的多样性。从理论上讲, 高校的无形资产是由高校完全占有的。然而在社会实践中, 许多高校的附属机构、合作单位及高校教职工、高校学生都在一定程度上控制着部分无形资产。

2. 高校无形资产的范围

高校无形资产与其他组织的无形资产具有明显的差异。高校自诞生时起, 就随着其发展不间断地生产着无形资产, 并且经过长期的积累, 形成了十分巨大的数量。特别是许多著名的高校因其具有密集的人才、知识、信息的综合优势, 并且通过优良的实验设备的运用以及众多的学科门类的建设, 积累了可观的无形资产。高校无形资产主要包括以下几方面:

2.1 知识产权类

它是以智力成果为客体的独占性权利。主要包括高校的专利权、商标权、著作权，各种技术方法和科学实验数据资料等。这些知识产权是高校核心的无形资产，在当前的市场环境中，具有广泛的经济开发空间。如教师、学生在教研活动中开发的计算机软件、申请的职务专利等。

2.2 政府特别授权类

它是对来自于政府对高校的特别授予的一类，可以给高校带来高额收益的权利的总称。这种权利涉及各个方面，包括对划拨土地的使用权、高校收入税收的减免权、各专业的自主招生权、高校学位的授予权等。另外，高校获得的“211工程”、“985工程”、“教育部重点院校”以及“国家重点专业实验室”等荣誉，也都是高校无形资产的重要组成部分。

2.3 社会荣誉类

他主要是指师生及社会各界人士对高校在学科领域的科研成就、专业素质水平，以及学校校风等方面形成的优势的认同感。其中重要的表现即校园文化，它存在于学校的各个方面，是高校特有的品格及定位。通过学校的办学精神、校风以及学校形象表现出来，对高校的可持续发展具有重要的意义。另一方面，是指分布在各个领域的高校毕业生在相关行业所取得的成就而给高校知名度的提高所带来的作用。此外，高校的域名、服务标志，以及与高校相关联的其他标识等，也是高校独有的无形资产。

3. 高校无形资产管理存在的问题

3.1 思想意识淡漠

长期以来，高校只重视有形资产的管理，对无形资产的意识比较模糊，无形资产的流失严重。高校在思想意识上对无形资产管理处于淡漠状态，这主要表现在缺乏产权保护意识，经营意识、核算意识淡薄。导致资产遭到不同程度的流失，合法权益时常受到侵害。这种重有形轻无形思想认识的形有一定的历史原因及现实原因。但从根本上反映了人们忽视无形资产所具有的潜在价值优势，所以这既是高校内部也是全社会所要面临的转变观念的问题。

3.2 管理制度不健全

目前，不少高校无形资产的管理缺乏统筹的规章制度，没有权责明确的管理部门以及专业的管理人员。这种局面的成因是多方面的。首先，无形资产的非实体性使得人们难以重视其存在并建立起综合的管理部门。其次，高校无形资产虽然可以分为知识产权类、政府特别授权类、人力资源类等，但仍缺少细化分类，造成管理界线不清楚，难以专业化，使无形资产在转化中蒙受不必要的损失。

由于多数高校未成立专门管理机构，对无形资产管理较为薄弱，管理方式仅停留在审批管理，由校办或科研部门进行相应的审批，而评估、核算、开发利用等问题上还存在真空状态，未形成相应的管理办法与工作程序，存在产权模糊、经营主体缺位、经营目标不明确、利益分配不明确现象。那么加强高校自身经营管理水平，已成为提高无形资产使用的首要内容与重要使命。

3.3 无形资产评估体系不完备

无形资产的一个难点在于无形资产评估。它是无形资产有效利用的首要前提。准确的价值判断，受到多种因素影响，对于核算方法与管理办法的确定存在一定难度，缺少一种系统的、可操作性的评估体系，难以对无形资产进行量化管理。重视实物资产管理，对无形资产管理的重要性认识不足，尚未建立专门的管理机构针对像专利权、著作权和科研成果等潜在价值巨大的无形资产进行管理，造成无形资产流失严重。

3.4 名誉保护意识不强

高校声誉的形成不是一朝一夕的，它如企业的商誉一样是通过多年的努力奋斗而形成的正面社会形象。然而近些年来在经济利益的驱动下，一些高校不重视生源条件和现有的办学条件，大量招收自费生，或者举办各种名义的培训班，不仅降低了教学质量，也损害了高校的品牌形象。另外，学校在品牌塑造策划中也常出现许多问题：忽略学校品牌的内涵和个性；忽视学校品牌的本质，盲目进行商业炒作；将学校品牌等同于视觉形象；忽视学校品牌的传播；自我张扬过度；重视树品牌，轻视保品牌以及品牌管理缺乏统一和长效机制。

4. 解决高校无形资产管理问题的相关措施

基于无形资产的特殊性，其管理应是一个系统、长期工作。需要高校内部在达成高度共识的基础上，采取多部门齐抓共管的策略，通过分层级的管理模式，相关权责方共同努力，确实起到监管目的，进而保护高校无形资产的健康发展。

4.1 全员教育，提高保护意识

无形资产与有形资产一样都是高校资产的重要组成部分，对于增加高校的综合实力和社会影响力都是不可或缺的。因此，在高校教育相关者及自身中树立起明确的无形资产观念尤为重要。要在高校教职工和领导干部中广泛开展学习活动，使他们认识到保护高校无形资产与保护有形资产具有同等地位。另外，还要普及国家有关无形资产的法律知识，使大家明确高校无形资产的研制与形成大多是用教学科研经费完成的，属于职务发明，同有形资产一样是重要的国有资产，一样要加以严格保护和科学管理。只有在思想上强化了认识，才能在无形资产的管理中积极采取相应措施。

4.2 健全无形资产管理体制

完善的制度体系是高效管理的前提条件。管理体制的制定过程中，应注意两个方面的问题，一方面无形资产管理体制应纳入高等学校综合改革与发展的总体工作中，在制度的制订上保证完善性，在实际工作中，注重无形资产管理的可操作性。制度体系的建立既要完善业务管理流程，又要做好贯彻执行，确保高校无形资产的规范管理，建立起规范而健全的高校无形资产保护体系。例如科研部门要做好科研档案的建立与管理工作，分门别类地设立科研档案。而且，对于知识产权的保护，要在科研项目立项时就着手进行，专利的取得、使用、转让各个阶段以及专著出版都要有清晰的记载。

4.3 加强人员培养，建立专业化的管理队伍

高校无形资产的管理涉及高校的诸多方面，是一项繁复的系统工程，体现在高校科研、教学、生产过程管理的各个方面，关系到高校整体的经营决策及发展战略。要建立一支专门的无形资产队伍，这是做好高校无形资产管理的重要前提。鉴于高校无形资产管理不足，应在内部建立一套规范化的无形资产的人员培训制度。通过定期培训人员，考核评价上岗的机制，提高高校无形资产的人员技能水平。

4.4 维护学校名誉

大学的品牌是在其创办初始及发展过程中始终着力表达或培育的一种办学思想，是其在长期发展过程中积累起来的一种治学风格或学术传统，也是其在长期发展过程中传承下来的一种融合了社会文化与大学校园文化的人文精神。高校优良的社会声誉来之不易，是社会对高校品牌的长期认可而形成的重要无形资产。例如高校在合作办学或举办培训班时不能目光短浅，只顾一时的经济利益，应从大局出发，积极保护学校的声誉，保证高校服务产品的质量，维护学校的形象。无形资产保护的必要性、紧迫性要深入人心，以维护学校资产完整为

前提。大学精神是高校实施品牌的灵魂体现；质量为本是高校实施品牌战略的关键之举；形象塑造是高校实施品牌战略的重要载体。

4.5 加强无形资产的保护

无形资产的管理必须顺应高校经济新趋势、新发展。随着人们对知识经济及市场经济认识的提升，高校应面向学校发展及人才培养需要，在一定程度上以学校无形资产管理的需求为导向，主动寻求推动无形资生产成与经营机会。另外，有针对性地将普及教育应纳入到高校无形资产管理人员的岗位培训与教育中，围绕具体的业务工作，提高高校无形资产管理人员的防范意识，加强相关领域培训；管理人员要在培养危机感与忧患意识的同时，在必要的时候学会运用法律武器，对无形资产加以保护，用法律的手段维护高校资产的合法权益。

5. 结束语

无形资产是无具形象有价值能利用可经营，并能产生巨大社会效益和经济效益的资产。高校无形资产作为国有资产的重要组成部分十分重要。基于高校无形资产的特殊性，其管理应是一个系统、长期循序渐进的工作。笔者提出在高校内部对无形资产的重要性在达成高度共识的基础上，完善高校无形资产管理制度，加强无形资产人员队伍培养，提高无形资产保护意识等方面，另外通过各种宣传教育形式普及无形资产保护的法律法规，营造管理与保护意识，避免或减少学校无形资产流失，保证高校无形资产健康持续的发展。

References

- [1] Berman, E. M, West, J. P. Productivity Enhancemem Efforts in Public and Nonprofit Organizations. Public Productivity & Management Review. 1998.
- [2] Samuelson P A . Diagrammatic Exposition of a Theory of Public Expenditure. Review of Economics and Statistecs. 1955.
- [3] Battigalli, Pierpaolo, and Giovanni Maggi. International Agreements on Product Standards : an Incomplete-Contracting Theory . NBER Working Paper 9533. 2003.
- [4] O. Williamson. Hierarchical Control and Optimal Firm Size[J]. Journal of Political Economy, 1967, 75(2).
- [5] Bajari, Patrick, and Steven Tadelis. Incentives Versus Transaction Costs : A Theory of Procurement Contracts. The Rand Journal of Economics. 2001.
- [6] Liebowitz J, Rubenstein- Montano B, McCaw D, Buchwalter J, Browning C. The Knowledge Audit. Knowledge and Process Management. 2000.