

企业向高校捐赠的效用分析

滕 航

(东南大学发展委员会 江苏 南京 210096)

摘 要 企业向高校捐赠,增进了社会整体福利,促进了大学的发展,弥补了政府失灵和市场失灵,实现了第三次分配的重要功能。现代企业的社会捐赠行为更多地与企业的发展战略结合起来,体现了公司法人的经营特征,对企业和企业家来说教育捐赠的收益包括了精神和物质两个方面。论述了大学基金会针对高校捐赠应亟待建立与之相适应的机制,争取实现社会各方的多赢。

关键词 企业捐赠 高校 效用

中图分类号 F270

文献标识码 A

市场经济是一种优胜劣汰的经济机制,财富的集中既是市场竞争的必然结果,又是获取规模效益的需要。这一机制虽然保证了经济效率,但其负面外部性导致公共利益的缺乏、贫富不均和社会分化。通常通过市场实现的收入分配被称为第一次分配,通过政府调节而进行的收入分配被称为第二次分配,个人或团体出于自愿把可支配收入的一部分或大部分捐赠出去被称为第三次收入分配,第三次分配所发挥的作用在于弥补了市场和政府在社会协调方面的缺失。

近年来,企业、社团或个人向大学捐赠,逐渐增多,促进了大学的发展、支持了学生完成学业,实现了第三次分配的重要功能。其中企业捐赠在高校的社会捐赠中一直占据很大的比重,而企业捐赠行为不仅来自于企业慈善和承担社会责任的公益捐赠理念,其更多与企业的发展战略结合起来,体现了企业法人的经营战略。

1 互利型——企业慈善的发展方向

根据决定捐赠事项的驱动力主要是来

自于内部还是来自于外部、是否重视捐赠项目的管理和评估,可以将企业捐赠划分为互利型和他利型两类。主要依靠外部驱动力决定捐赠事宜,而不重视捐赠项目管理和评估的为互利型;主要依靠内部驱动力决定捐赠事宜,重视捐赠项目管理和评估的为互利型。

国外企业互利型的捐赠模式体现了“企业公民”的慈善理念。“企业公民”理念是企业和社会双赢的互惠理念,就是将企业看作一个社的公民,企业和普通公民一样,应该为社会尽一份公民的义务。企业在尽自己的责任和义务的同时,也应该享有一定的权利,如形象宣传、人才培养、项目合作等。在某种程度上,企业捐赠和慈善行为是企业的社会投资,是企业与社会积极互动、互利的一种行为。“企业公民”理论为企业承担社会责任和与非盈利组织建立合作伙伴关系奠定了理论基础。在这样的理念支配下,捐赠成为了企业自主、自觉的社会道德行为,并且将企业捐赠与企业发展战略、市场开发策略相结合,形成了可持续发展的制度化的运作机制。因而互利型捐赠将

公司置于与所有相关利益人建立的网络之内,它鼓励公司进行慈善投资,慈善投资是不排除经济含义的社会投资。

作为互利型的捐赠行为,往往是指向自身的利益相关者,高等教育和高校的科学研究有利于促进企业的发展,因此成为了企业重点捐赠的对象。

2 企业捐赠高等教育的社会效用

慈善的作用在于在总财富一定的情况下,能够增进社会整体福利。人们从一单位财富中所获得的满足感随着财富的增加而不断减少,所以慈善家把一部分财富转移给低收入阶层,对整个社会来说,所增加的效用要大于减少的效用,从而会增进全体人民的福利。同时由于存在所谓的政府失灵和市场失灵,慈善能起到拾遗补缺的作用。企业捐款更注重结果的跟踪和透明度,道德风险也更小。

高校的组织目标是教育领域的公共利益,是要满足公众多样化的教育需求;同时高校提供的科学研究和社会服务,是公共服务,具有准公共物品的性质。高等教育的

大了其职能,建立了一支高素质的人才队伍。除了政府仲裁部门,建立一个企业外调解机构,由劳资双方选举自己信任的人员组成或由行业工会和雇主组织与政府劳动行政部门人员或政府聘请的专家联合组成调解委员会。

4 结语

稳定和诣的劳资关系是和谐社会的基础,没有这一基础就不可能有健康和谐的社会,我们必须充分领会中共十六届六中

全会提出的“发展和谐劳动关系”精神,以构建和谐社会为目标,动员社会的各种力量,积极化解和疏导劳资关系中的矛盾,最终实现劳资双方的合作、共赢与和谐。

参考文献

- 1 约翰·M·伊万·维奇著,赵曙明译,人力资源管理[M].北京:机械工业出版社,2005
- 2 莫瑞丽,袁泽民.论转型期我国和谐劳资关系的构建[J].经济集团研究,2007(10)
- 3 李玲城.论中国现阶段私营企业主的分配关

系[M].北京:经济科学出版社,2004

- 4 倪汉娟.现阶段劳资关系的调查与思考[J].黑龙江社会主义学报,2007(9)
- 5 徐根兴.民营企业加速发展期的运行方式[M].北京:中共中央党校出版社,2005
- 6 王煊培.对私营企业劳资关系的思考[J].黑龙江社会主义学报,2007(9)
- 7 张飞燕.正确处理劳资矛盾 建立和谐劳资关系[J].湖南行政学院月刊,2007(6)

(责任编辑 梁 工)

公益性质决定了它对社会的重大影响,它一方面通过提高人的自身素质以提升人力资本,使其增加就业机会、提高收入,实现社会阶层的流动与发展,牵引社会阶层结构的正向变迁,避免内部不同社群、不同阶层的冲突,维持社会和谐;另一方面通过教育促成人们对现有政治体制正确性的认可,确保社会的安宁与稳定,促进人们形成正确的价值观。此外还通过科学研究和社会服务,提升国民经济的竞争力,增加社会福利。因此,捐赠高等学校就是捐赠社会公益事业,形成有效的反贫困助学机制,以促进高等教育机会均等,保障每个学生都不会因为经济原因而失去上大学机会。同时也有利于提升高校及社会的科研和创新能力,促进社会的和谐发展。

3 教育捐赠对企业和企业家自身的效用

3.1 实现企业家的自我表现价值

根据古典微观经济学假设,人的行为是追求自身效用最大化的,但“慷慨也是财富”,企业作为“经济人”也不排除互助互利的行为,捐款这种利他主义的行为也是人类理性的选择。按照马斯洛的需求层次理论,人在依次满足了生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求之后,最高需求是自我实现,即要获得内心的满足和崇高感。这是一种高层次的需要,而且还存在一种“正反馈”的机制,即一个人因为热心捐赠得到人们广泛的敬重和社会好的评价而获得了自我价值的实现,他会产生非常满足的心理体验,以后他就会更加热心于捐赠。

3.2 提升企业竞争力

著名经济学家加里·贝克尔指出“利他主义能够实际增加自身消费效用,而非减少这种消费效用,而且利他主义行为能够增加自我生存的机会”。其实,对于一些企业家来说,从事慈善与事业发展可以是相互促进的。有慈善行为的人,人们会更加愿意与之交往,从而客观上也增加了有慈善行为人的社会资本。社会资本是指与物质资本、人力资本相区别的以规范、信任和网络化为核心的从数量和质量上影响社会中相互交往的组织机构、相互关系和信念,是社会机构、社会成员互动作用的具有生产性的社会网络。即处于一个共同体之内的个人或组织通过与内部、外部对象的长期交往合作互利形成的一系列认同关系,以及在这些关系背后积淀下来的历史传统、价值观念、信仰和行为范式。社会资本的增加也就意味着潜在的物质收益增加的可能性的增大。因此,慈善不但使有些企业获得

了名的收益,也获得了物质方面的巨大收益。

(1)提升企业形象。企业捐赠的广告效应明显,当代社会信息传播迅速,企业捐款这种善举大多得到报纸、电视、网络等媒体的广泛宣传,可以给企业带来知名度和美誉度,给企业带来无形资产的增值,有助于企业拓展业务,增强竞争力。因此,知名企业的捐赠在受社会关注度较高的知名大学中较为集中。

(2)强化与高校的合作。高校拥有丰富的社会资本,其本身又具有生产社会资本的特殊功能,例如校友会、同学会、董事会等。因此高校有利于产生具有高度合作、信任以及互惠性的行为,降低不确定性,这为企业拓展社会资本提供了很好的平台。企业给高校投资的同时也能取得高校给予的一定的经济回报,例如为企业提供技术服务和培训,为企业输送高层次人才等。

(3)吸引优秀人才。越来越多的企业,尤其是具有外资背景的企业将在高校设立奖、助学金同企业人才战略相结合。这些企业一改过去很多国内捐助入将资金完全交给学校,由学校具体操作的模式。明确受奖励或资助的专业方向,积极参与奖、助学金的管理工作,参与获奖或受资助学生的遴选工作,强化和学生的联系、交流和跟踪,通过提供实习机会等方式进行职业培训,提高学生的认同感,以发掘、吸引和培养人才。同时具有良好社会责任心的企业有利于吸引社会人才。

(4)强化组织凝聚力。企业对高校的慈善捐赠形成了成员对自己所属组织目标的认同和忠诚,增强企业内部社会资本。在市场机制环境中,信息不对称产生了诸多问题,如道德危险和逆向选择。但是如果企业员工认同自己企业的目标和企业文化,对企业忠诚,就能够减少怠工偷懒或公物私用这类的投机行为,增加敬业精神和职业道德。

(5)推广新技术新产品。一些高科技企业在具有类似专业的大学进行捐款、捐赠、支持社团活动,提供免费培训,使其掌握并使用这些技术、产品,将会形成乘数效应,有利于拓展市场,培养未来的消费人群。

3 结语

公益捐赠作为公司战略的一部分,公司投入人力、物力、时间去运作它,它必然对公司和社会有利。但也不能简单地认为公益捐赠就是一种投资,公益捐赠无论在宗旨、目的、形式和回报方面与经济性投资完全不同。它包含着公司拥有人、高层管理

人员及员工的社会责任感、同情心和善良的本质。不管企业捐赠的目的如何,只要它的内容被界定为“慈善”,那么它对社会有积极意义。它一方面为慈善事业提供了比较集中的资金来源,另一方面也对慈善事业的宣传推广起到了正面作用。大学基金会不但要明确自己的工作理念、规范运作,适应各类企业捐赠项目专业管理的要求。还要加强与企业的沟通,吸收企业进入公益事业规划、决策机制,站在企业发展的角度设计慈善项目,争取实现社会各方的多赢。

参考文献

- 1 孟丽菊,张大方.中外高校社会捐赠:比较、分析及建议[J].教育科学,2007(3)
- 2 庄梅兰.中外企业捐赠模式比较研究[J].鞍山科技大学学报,2006(2)
- 3 文建东,李欲晓.市场经济与利他主义、利己主义的界限[J].中国软科学,2004(2)
- 4 陈柳钦.社会资本及其主要理论研究观点综述[J].东方论坛,2007(3)
- 5 汤蕙.企业社会资本理论的产生与发展[J].科技创业月刊,2005(7)
- 6 高璐.论教育公平与社会分层[J].当代教育论坛,2006(7)

(责任编辑 何 丽)

作者：[滕航](#)
作者单位：[东南大学发展委员会, 江苏, 南京, 210096](#)
刊名：[科技创业月刊](#)
英文刊名：[PIONEERING WITH SCIENCE & TECHNOLOGY MONTHLY](#)
年, 卷(期)：2009(1)
被引用次数：1次

参考文献(6条)

1. [孟丽菊, 张大方](#) 中外高校社会捐赠: 比较、分析及建议[期刊论文]-[教育科学](#) 2007(3)
2. [庄梅兰](#) 中外企业捐赠模式比较研究[期刊论文]-[鞍山科技大学学报](#) 2006(2)
3. [文建东, 李欲晓](#) 市场经济与利他主义、利己主义的界限[期刊论文]-[中国软科学](#) 2004(2)
4. [陈柳钦](#) 社会资本及其主要理论研究观点综述[期刊论文]-[东方论坛](#) 2007(3)
5. [汤蕙](#) 企业社会资本理论的产生与发展[期刊论文]-[科技创业月刊](#) 2005(7)
6. [高璐](#) 论教育公平与社会分层[期刊论文]-[当代教育论坛](#) 2006(7)

本文读者也读过(10条)

1. [刘振江](#). [Liu zhenjiang](#) 美国高校社会捐赠的成因分析及启示[期刊论文]-[当代教育论坛](#)2011(1)
2. [郭德侠](#). [GUO De-xia](#) 健全高校社会捐赠制度的构想[期刊论文]-[北京科技大学学报\(社会科学版\)](#) 2011, 27(1)
3. [熊辉](#) 企业进行公益捐赠应注意的问题[期刊论文]-[经济师](#)2001(11)
4. [罗磊](#) 从企业角度看新税法能否鼓励捐赠[期刊论文]-[现代企业教育](#)2008(13)
5. [王倩倩](#). [陈春良](#). [WANG Qian-qian](#). [CHEN Chun-liang](#) 企业异质性、自愿捐赠与商会的本质: 一个假说[期刊论文]-[技术经济与管理研究](#)2008(3)
6. [徐文红](#) 服务社会回报社会--上海宝钢集团有限公司履行“企业公民”的“社会责任”创建“捐赠文化”[期刊论文]-[上海企业](#)2005(11)
7. [杨炜长](#) 书院的办学特色及对我国民办高校特色建设的启示[期刊论文]-[船山学刊](#)2004(2)
8. [冯俊贤](#) 论我国高等教育捐赠的税制及完善[期刊论文]-[全国商情·经济理论研究](#)2009(8)
9. [曾祥志](#). [魏宝阳](#) 我国民办高校发展的困境与对策[期刊论文]-[无线音乐·教育前沿](#)2011(3)
10. [徐绪卿](#). [XU Xu-qing](#) 首批民办高校发展经验的思考[期刊论文]-[浙江树人大学学报](#)2002, 2(2)

引证文献(1条)

1. [顾玉林, 戴杭骁](#) 等额配比基金在高校的实践与思考[期刊论文]-[当代经济](#) 2010(07)

引用本文格式：[滕航](#) 企业向高校捐赠的效用分析[期刊论文]-[科技创业月刊](#) 2009(1)