

# 公募基金会募捐中的信誉研究

李霞

(安徽财经大学, 安徽 蚌埠 233030)

**摘要:**目前我国非营利组织正普遍面临着严重的资金短缺问题。公募基金会作为一种非营利组织,资金来源于社会大众的捐赠。募集到足额资金是公募基金会得以正常运行和顺利发展的前提条件。信誉作为公募基金会的一种重要无形资源,在其筹资过程中起着举足轻重的作用。因此,需采取多种措施提高组织信誉以促进其募集资金。

**关键词:**公募基金会;信誉;募捐

**中图分类号:**F253.7 **文献标志码:**A

基金会是指利用自然人、法人或者其他组织捐赠的财产,以从事公益事业为目的,按照《基金会管理条例》的规定成立的非营利性法人。基金会分为面向公众募捐的基金会和不得面向公众募捐的基金会,即公募基金会和非公募基金会。我国现有的基金会以公募型基金会为主。基金会资产的利益相关者——捐赠人、受赠人、受益方在一定意义上均为资金产权的不完全所有者<sup>[1]</sup>。本文将对信誉在公募基金会筹资过程中的重要作用以及如何更好地建立组织信誉以促进其募集捐资进行探讨。

## 一、我国的公募基金会存在着公信力缺失问题

### (一) 公募基金会是一种非营利组织

在我国,非营利组织又称为非政府组织(NGO),鉴于我国目前的经济、政治与社会状况,很难从理论上对其直接界定。依据国际化与本土化相结合的原则和现实性原则,选择以灵活性见长的部门列举法为基本方法,结合剩余部门法、经济核算法与内在性质法界定我国的非营利组织,可以得出,我国的非营利组织包括以下类型:社会团体、民办非企业单位、部分事业单位、基金会、单位内部的社会团体、在工商部门登记注册的以企业形式存在的非营利组织和其他等。其中,基金会按照是否能够面向社会大众募集资金可以分为公募基金会与非公募基

金会两种类型。公募基金会是一种重要的非营利组织,如中国青少年发展基金会等。

### (二) 我国的公募基金会存在着公信力缺失问题

信誉是指组织的信用和名誉,很多学者将其称为公信力或公信度。信用是指能够履行跟人约定的事情而取得的信任,名誉是指社会上流传的评价,因此,对公募基金会而言,信誉是指其能否履约的可信程度(通俗地讲,就是指大众的募捐资金能否按照约定用途使用)和他方对其本身评价的好坏。组织的信誉度直接关系着它在人们心目中的形象,反映了组织外部对该组织的服务质量及其他方面的一个看法和总体评价。

目前我国一些公募基金会的很多资金没有按照《基金会管理条例》规定的范围、用途、比例等条例使用,没有按照其与出资者约定的用途使用。这就使得这些公募基金会在公众中的信誉度受到很大破坏,存在着公信力缺失问题。

## 二、信誉在公募基金会募捐中的重要作用

信誉作为公募基金会的一项重要无形资产,在募集资金过程中具有十分重要的作用。公募基金会的主要任务就是充分利用各种渠道,广泛筹集各方资金,用于章程所规定的公益性事业,来完成自己的公益使命。广大民众、企业法人和非企业法人、非法人集体等构成了公募基金会资金的基本来源。目前

收稿日期:2006-07-09

基金项目:安徽财经大学青年科研项目(A CKYQ0604ZD)

作者简介:李霞(1981-),女,山西临汾人,安徽财经大学会计学院讲师,管理学硕士,主要从事财务理论与实务、非营利组织理论与实务研究。

我国的公募基金会普遍存在着资金短缺的问题,但公募基金会所获募捐资金的短缺并不意味着中国社会大众和各种集体组织不愿意为公益事业捐款或者中国没有捐赠的文化传统。事实上,只要有好的公信度,无论是个人、还是企业都是愿意捐赠的。例如,中国青少年发展基金会采用一对一等救助方式成功地在10年中募集资金近20亿元。中国青少年发展基金会在中国慈善事业史上创造了一个奇迹,其原因就在于中国青少年发展基金会具有很高的社会公信度<sup>[2]</sup>。因而,获得社会认可、树立良好的形象和信誉是公募基金会能够顺利募集到所需资金的关键因素。

一般地,就捐赠者的动机而言,捐赠行为可分为道德化捐赠、市场化捐赠和和其他捐赠三种类型<sup>[2]</sup>。道德化捐赠是指捐赠者为某种道德因素进行的捐赠行为。在日常生活中,人们需要不断地去实践自己的道德,证明自己的善良,获得心理上的满足感和成就感。基金会以公益事业为目的,它满足了人们寻求道德上自我安慰的需求,为人们提供了一个道德理想国。根据实际经验,有些公益事业的参与者进行捐助是因为自己亲历过或者目睹过受益对象正在经历的痛苦,比如很多年长者年轻时候由于政治或经济原因而无法完成学业,在自己有一定经济能力时往往愿意对贫困地区的失学儿童提供捐助;有些公益事业的参与者进行捐助是因为自己曾经犯了某种错误,想通过公益事业寻求一种心灵上的道德救赎,在押服刑的犯人对公益事业的捐赠就是该类的典型;还有些公益事业的参与者收入很高,他们将捐助公益事业看作是一种“善良消费”,以此来寻求“自我实现的需要”,高收入的工薪阶层人员经常性地自愿捐助即是一个明显的例子。为使自己的行为能够满足以上三种需要,出资者就必然关注所捐资金的去向及用途。这就要求公募基金会遵守《基金会管理条例》、《民间非营利组织会计制度》、《公益事业法》等有关的法规制度,履行章程规定的职责,按照筹资时的约定开展活动,保证出资者的资金用于约定的用途,从而取得出资者信任,获得社会认同,提高自己的信誉度。只有这样,才能够保证捐赠者真正获得道德安慰。久而久之,基金会的公益事业就会与出资者形成一种长期的互动关系。反之,如果捐赠者不能明确所捐资金的去向和用途,或者知道所捐资金被用于其他非公益项目,他们就会失去对基金会的信任,不再继续捐资。可见良好的信誉对基金会赢得个人募捐至关重要。

市场化捐赠是指捐赠者期望用自己的资金换得更多的经济资源或政治资源、社会资源。出资者进行市场化捐赠的行为可以归为两类:纯粹的市场化交换以及市场化资源与非市场化资源的交换。有些企业将对公益事业的捐赠看作一种市场行为,一种特殊的商业广告形式,希望通过公益捐赠扩大自己在市场上的影响,从而打开市场或扩大市场份额,获取更多的经济资源;有些企业的产品在市场上已经形成一定规模了,他要树立企业的公益形象和品牌形象,这时他积极参加公益活动就不是为宣传产品了,而是要用自己的经济资源来交换所需的社会资源;还有一些私营民营企业家,希望通过公益捐赠提高个人声望,用经济资源来换取社会资源和政治资源。若一个公募基金会信誉度很高,能够得到社会大众的普遍认同,那么,它的公益使命的特殊性使其本身就成为一种品牌,一种善良、正义等美德的象征。这时,积极参与它举办的一些公益活动的就非常有助于企业获得良好的口碑。比如为某公益捐款活动提供所需车辆并在车身上标明“某某公司捐赠”的字样,或出现在为捐款进行公益演出的致谢单位名单中,出现于公益项目在报纸、电台、电视台等媒体的宣传当中等等都会为企业和企业作免费广告,而且这类广告通常会达到纯粹的商业广告不及的效果。但是,若某公募基金会被披露没有将所筹资金用于与捐赠者约定的用途,甚至被披露存在组织者贪污公款或用公款大吃大喝等行为,那么捐赠者就会认为这样的捐款会严重损害公司形象,中断后续捐赠。因而,遵守信用、提高组织声誉是公募基金会赢得市场化捐赠的必然要求。

其他捐赠的参与者关注的既非公益事业的道德内涵,亦非参与公益事业所带来的市场价值,这些捐款往往与一定的激励因素、情境因素和其他相关的因素相联系。领导人的个人捐款通常都会带动他所领导的整个群体的捐款积极性,具有不可忽视的激励作用;机关事业单位的集体捐款中,情境的逼迫和群体的压力起着重要的推动作用。如果受赠基金会信誉较差,那么领导人若给予其捐助,不仅不会起到激励作用,还会给该领导人带来负面影响。所以,公募基金会较高的信誉度也是获取集体捐款的一个必要条件。

### 三、公募基金会信誉提高的有效途径

信用是因履约而取得的信任。为了这份信任,公募基金会必须把好“资金使用”关。公募基金会的

资金必须使用在与组织宗旨相关的领域和项目上。只有切实按照有关法律规章和组织章程的规定,把资金用于与募捐者约定的用途,对内加强财务监督、建立健全的财务信息披露制度,对外加大宣传力度、扩大社会影响,公募基金会才能塑造起良好的信誉。

#### (一) 调动大众爱心,实践组织宗旨

声誉是一种外在的评价。公募基金会从事的公益事业的特殊使命使得其具有一种先天性的声誉优势。公益活动往往能够激发起大众的同情心与爱心,能够体现真善美等美德,获得社会一致好评。公募基金会开展的活动必须同组织的宗旨与使命一致,才能更好地实现其启迪心智、升华灵魂、保护健康与安全的社会职能,才能维护和进一步提高自己的声誉。若某专门救助癌症患者的基金会举办植树公益活动,那就违背了它的宗旨与使命,势必导致自身的声誉打折。只有尽己之责、务己之实,方能赢得良好口碑。某种公益事业若长期以来一直都做得很好,它本身就会成为一种品牌,成为某种类型公益事业的象征性符号。

#### (二) 严格恪守信用,合理使用资金

公募基金会应合理使用资金,增强财务控制,争取将更多的资金用于公益项目的建设方面。《基金会管理条例》明确规定,“基金会应当按照合法、安全、有效的原则实现基金的保值、增值”,“公募基金会每年用于从事章程规定的公益事业支出,不得低于上一年总收入的70%”,“基金会工作人员工资福利和行政办公支出不得超过当年总支出的10%”<sup>[3]</sup>。上述规定可以看作是出资者与公募基金会之间的一种隐形约定,只有严格守约,公募基金会才会被认为是合理使用了募捐者的资金,否则就会失去募捐者的信任。而且未按规定完成公益事业支出额度的,要被警告停止活动或者被撤销登记。

#### (三) 加强财务监督,建立健全财务信息披露制度

公募基金会应该建立财务信息公开披露制度,提高财务信息的透明度。由于公募基金会的出资者非常分散,单个募捐者由于成本高,很少有人专门去考察募捐资金的使用情况,于是在资金的委托者与受托者或代理者之间就存在严重的信息不对称,委托者想获得资金使用的相关信息就比较困难。因此,公募基金会应当建立财务信息公开披露制度,让更多的募捐者可以低成本或零成本获取相关信息,如在网上公开等等。这样就可以减少信息不对称的

程度,让委托者了解基金会的资金运作,相信基金会将财物用在了公益事业上。希望工程“一对一”救助之所以取得巨大成就,就是因为它使每个募捐者都详细知道自己所捐资金的去向。

公募基金会应建立完善的财务监督制度,通过自律、互律、他律,采取包括主管部门监督、社会监督、群众监督和舆论监督等在内的各种形式,加大对公募基金会资金使用的监督和管理,完善公益审计制度、公正制度,坚决打击假借公益名义乱筹资,任意挥霍、挤占、挪用甚至贪污公益捐款的行为。《基金会管理条例》第36条明确规定,“基金会、境外基金会代表机构应当于每年3月31日前向登记管理机关报送上一年度工作报告,接受年度检查”,“年度工作报告应当包括:财务会计报告、注册会计师审计报告,开展募捐、接受捐赠、提供资助等活动的情况以及人员和机构的变动情况等”<sup>[3]</sup>。各种监督有利于公募基金会按照法规和章程约定的用途更有效合理地使用资金。

#### (四) 加大宣传力度,扩大社会影响

为提高公募基金会的声誉,还应加大宣传力度,扩大它的社会影响。社会舆论、新闻机构应当号召和动员人们发扬民族传统美德,增强公民公益意识,引导公民去关注公益事业、关注公募基金会,从而扩大公募基金会社会中的影响,提高公募基金会的声誉。新闻机构发布的新闻广告就对提高基金会声誉和全民族公益意识起到了积极的推动作用。借助于这一推动作用,在抗洪救灾、治疗传染性疾病与艾滋病、解决吸毒问题、拐卖妇女儿童问题、老年人问题等方面,中国人已经表现出了良好的公益意识,为这些弱势群体募捐了自己的一份爱心。

实践证明,在宣传的过程当中,适当的舆论炒作和诉诸具体的形象与故事都是提高组织声誉的有效方式。比如,一些花絮的大力宣传:演员义演中,谁感冒了还在录音;有些演员录了一遍不成,再录一遍,没钱了,演员自己掏钱;哪个工作者放弃具有优厚待遇的工作来给公益事业当义工等等。这些行为更容易激发起募捐者的同情心,使他们为公益事业捐款。中国青基会希望工程宣传的成功,一个重要的方面就是成功地塑造了一组以“大眼睛”为代表的希望工程形象。人们一看到这些形象,马上就会联想到中国贫困地区的失学儿童,想到希望工程<sup>[2]</sup>。

(下转第128页)

## Comparative Research on Chinese New and Old Income Tax Accounting Standards

ZHOU Jian-long

(Tongling College ,Tongling Anhui 244000 ,China)

**Abstract :** On February 15 in 2005 , the Ministry of Finance promulgated 39 items Accounting Standards for Business Enterprises ,and will lead off to carry out in the listed company on January 1 in 2007. This article takes Accounting Standard for Business Enterprises No. 18th - Income Tax as an example ,comparative analyzed the main variety of Chinese New and Old Income Tax Accounting on such as basis conception on which the Accounting Standards constitute ,the classification of income tax accounting difference ,income tax accounting method ,filling and disclosure of the financial reports. Then the article analyzed the reason of income tax accounting difference. at last ,the author appraises the comparative advantage of the New Accounting Standards for Business Enterprises summarily.

**Key words :** income tax accounting ;temporary difference ;permanent difference ;income statement-obligation method ;balance sheet-obligation method.

(上接第 57 页)

是有限的,需要更高级政府的支持(如搞好区域性交通建设),需要切实提高企业集群区的生活和工作条件,能够真正把人才吸引、稳定到这些地区。对中西部农村地区来讲,地方政府在构建企业集群发展的平台——工业园时,也应注意选择合适的布局空间,减轻因地理位置不当对企业集群发展带来的长

期后续消极影响。

### 参考文献

- [1] 蔡竹青. 电缆织就新天地——无为“高沟现象”透视[N]. 安徽日报, 2004 - 05 - 25 (4).
- [2] Trigilia C. The Political Bases of Diffuse Industrialization[J]. Studies of Mgt. & Org. , 1991, 21 (1) :38 ~ 52.
- [3] 李新春. 企业家协调与企业集群[J]. 南开管理评论, 2002 (3) :43 - 55.

## On the Development of Cable Industrial Cluster in Gao-gou

L I Yi-liang

(Economic and Management Dept. , Anqing Teachers College , Anqing Anhui 246011 ,China)

**Abstract :** The cable industrial cluster in Gao-Gou is a shining example for the industrial clusters in other rural areas to learn from. Its success is attributed to the accumulation of local pioneering spirit , the construction of modern enterprise system , the promotion of technical innovation , the building of competitive and cooperative relations among enterprises and the supportment of local government. For its further development , the problems such as poor transport , difficulties in raising capital , lack of talented people and etc should be resolved.

**Key words :** Gao-gou ; industrial cluster ; cable industry

(上接第 118 页)

### 参考文献

- [1] 王名. 中国非政府公共部门——清华发展研究报告 2003 [M]. 清华大学出版社, 2004 :22 - 27.
- [2] 孙立平, 等. 动员与参与——第三部门募捐机制个案研究 [M]. 浙江人民出版社, 1999 :20 - 30.
- [3] 基金会管理条例[S]. 中华人民共和国国务院令 第 400 号, 2004—03—19.

## The Study of Reputation of Public-raising Foundations in Donation

L I Xia

(Anhui University of Finance and Economic ,Bengbu Anhui 233030 ,China)

**Abstract :** Today the nonprofit organizations are facing a very serious trouble of lack of funds in China. As one of this kind of organizations the public-raising foundations raise funds on voluntary donation from all fields , and they survive on enough funds. The good reputation plays an important role in gaining funds. As a result we should make effective measures to improve their reputation in order to raise more funds.

**Key words :** public-raising foundations ;reputation ;donation