

慈善经济学研究进展*

杨方方

内容提要:从研究内容看,慈善经济学主要围绕捐赠者、政府和慈善组织这三个主体展开,相应形成慈善行为经济学、慈善公共经济学、慈善组织经济学三个理论分支。慈善行为经济学主要探讨捐赠行为的动机和模式,现已较系统地形成公共物品理论、温暖理论、社会偏好理论、社会规范理论、身份经济学和信号传递理论。慈善公共经济学主要探索最优慈善政策,包括税收优惠率、税收优惠方式、政府对慈善组织的补助以及社会福利支出等。慈善组织经济学主要探究慈善组织在慈善市场中与捐赠者、政府的互动策略及其影响效果,包括慈善组织的资源动员策略和可持续发展策略。从研究方法看,慈善经济学研究将更多地结合心理学,采用实验经济学的方法来进行。虽然慈善经济学研究在一些基础问题上还没有形成共识,但仍能给我国的慈善事业研究和实践带来重要的启示。

关键词:慈善经济学 捐赠效用 慈善政策 慈善市场

慈善事业在社会发展中的独特作用和特殊价值日益得到国际社会的认同和肯定,但在理论研究领域,它仍是经济学最大的困惑之一(Andreoni, 2006),因为自利的理性人假设难以解释“利他”的慈善现象。捐赠者为何将辛苦挣来的钱“无偿地”捐赠给他人?如何将慈善行为纳入经济学理论之中?20世纪60年代以来,经济学者们带着这些问题对慈善领域进行了探索,近些年来相关文献的大量出现意味着慈善经济学已经成为经济学重要的子学科(Atkinson, 2012)。慈善经济学的研究发端于对捐赠者慈善行为的探讨,即捐赠者慈善行为背后的动机是什么?捐赠者慈善行为是否存在某种模式?这些模式背后的机理又是什么?慈善事业具有明显的正外部性,随着各国财政压力增大,慈善事业提供公共服务的功能愈来愈被重视,如何设计公共政策来促进慈善事业的发展也成为了慈善经济学讨论的重要议题。作为现代慈善事业的运行载体,慈善组织自然也是慈善经济学的考量内容,慈善组织与捐赠者以及政府的互动是其主要的关注点。鉴于此,本文将从捐赠者、政府和慈善组织三个主体的角度梳理慈善经济学研究的发展脉络。

一、捐赠者与慈善行为

早期的经济学家将慈善行为的动机视为纯粹的利他主义(Pure Altruism),认为捐赠者关注的是慈善组织所最终提供的公共物品,提出了公共物品理论;之后有学者指出慈善行为的动机是“非纯粹的利他主义”(Impure Altruism),认为捐赠者从捐赠行为本身获得了效用,进而提出了温暖理论(Warm Glow Theory)。公共物品理论和温暖理论构成了慈善行为经济学的基础。

(一)慈善行为经济学之基础:公共物品理论和温暖理论

经济学发展于对普遍的交换现象的观察之中,其理论结构的建立也强烈依赖于“交换”这一概念(Boulding, 1962),因而,对于慈善行为动机的一个经济学解释是:慈善并不是“无偿的”付出,捐赠者从慈善行为中获得了某种效用(Vesterlund, 2006)。在“经济人”假设前提下,西方经济学家发展出了利他主义的经济理论来解释捐赠者的慈善行为,这一理论认为捐赠者从慈善行为中获得了效用,这一效用最初被认为是来自于慈善组织最终所提供的公共

* 杨方方,厦门大学公共事务学院,邮政编码:361005,电子邮箱:yangfangfangany@aliyun.com。感谢匿名审稿人的修改建议,文责自负。

物品,并在此假设下提出了捐赠行为的公共物品理论之后,Andreoni(1989)指出,慈善行为对捐赠者的效用不仅仅来自于慈善组织所提供的公共物品,慈善行为本身也为捐赠者带来了效用,进而发展出了著名的慈善行为的温暖理论。上述两个理论构成了慈善行为经济学理论的基础。

1. 公共物品理论:慈善效用是公共性的。早期的经济学家认为捐赠行为源于公共效用,即来自于慈善组织最终所提供的公共物品,并据此提出了捐赠行为的公共物品理论(Houchman & Rogers, 1969; Becker, 1974; Arrow, 1981)。其前提假设包括(Sudgen, 1982): (1)效用最大化(Utility Maximization),即捐赠者捐赠的唯一目标是最大化其效用; (2)纳什假定(Nash Conjectures),即捐赠者在做出决策时假定其他捐赠者的捐赠数是给定的; (3)公共性(Publicity),即捐赠者捐赠的效用来自于慈善组织产出的公共物品。公共物品理论模型的基本框架如下:

捐赠者的效用函数可以表示为 $u_i = u(x_i, G)$ 。其中, x_i 表示捐赠者 i 所消费的私人物品,而 G 表示捐赠者 i 所消费的由慈善组织所产出的公共物品, $G = \sum_{j=1}^n g_j (g_j \geq 0)$, g_i 表示捐赠者 i 对公共物品 G 的捐赠。假设每个捐赠者的收入是 m_i , 则每个捐赠者都面临着一个最优化问题: $\max_{x_i, g_i} u(x_i, G); s. t. x_i + g_i = m_i$ 。

当捐赠者消费公共物品(捐赠)的边际效用大于其消费私人物品的边际效用时捐赠者将开始捐赠,直至二者边际效用相等。并且,可以通过求解该模型的纳什均衡(Nash equilibrium)得到捐赠者最终的捐赠数量。这一理论为慈善行为提供了一定的解释,但也推导出一些不切实际的推论:Warr(1982)指出政府资助将对个人捐赠产生完全的挤出效应; Andreoni(1988)通过严格的数理推导证明,当参与人数 n 趋于无穷大时捐赠者占总人口的比率以及平均捐赠水平将减少到零,且只有社会中最富有的人才会捐赠。显然,这些结论与现实并不符合,于是学者们开始尝试修正公共物品理论。

对这一理论的修正基本上是通过放松其前提假设来实现的。Margolis(1982)在个人效用模型中引入两个效用函数:一个与他们的自身利益相关,一个与其所属群体的福利相关,这一模型强调捐赠者对于社会福利的广泛认识。Sudgen(1984)提出了互惠原则,强调社会规范对于捐赠者行为的影响,其理

论的一个有趣结论是:捐赠者 i 的捐赠与所属参照群体(Reference Group)的其他捐赠者的捐赠呈正相关关系。Cornes & Sandler(1984)试图放宽纳什假定,提出用非零猜想假定代替纳什假定。Marx & Matthews(2000)则引入跨期重复博弈来强调捐赠者之间的相互影响。而最有影响力的修正是放松公共性假定(Steinberg, 1987), Steinberg 认为捐赠者除了从慈善组织生产的公共产品中得到效用外,捐赠本身也为其带来了直接的私人效用,并在此基础上提出了慈善行为的温暖理论。

2. 温暖理论:慈善效用也具有私人性。一些学者指出,除了慈善组织产出的公共物品能带给捐赠者效用外,一定存在某种只有捐赠者自身能够享有的效用来源(Arrow, 1974; Andreoni, 1989; Steinberg, 1987; Schiff, 1990)。Andreoni(1990)提出了非纯利他主义(Impure Altruism)的慈善捐赠——温暖理论(Warm Glow Theory),其理论模型的基本结构如下:

令 $G = g_i + \sum_{k \neq i} g_k$ 为公共物品的总供给,其中 g_i 为捐赠者 i 对慈善事业的捐赠,则捐赠者面临的是以下最优化问题: $\max_{x_i, G, g_i} u(x_i, G, g_i); s. t. x_i + g_i = m_i; G_{-i} + g_i = G$ 。

模型中 g_i 出现两次,一次为总捐赠的一部分,一次为纯私人物品。该模型在保留纳什假定和效用最大化假定的前提下,得出了与现实较为一致的结论,包括不完全的政府挤出效应等,但也得出了一个令人诧异的推论:当捐赠人数 n 趋于无穷大时,私人性质的“温暖效用”将占据主导地位(Andreoni, 2006),也就是说慈善组织的公共产出将变得不重要。这一推论广受质疑,Atkinson & Eastwood(2007)在对英国的慈善组织实证研究后发现,慈善组织内部管理的负面传闻会降低捐赠者向该组织捐赠的意愿,并进一步指出在跨国捐赠中慈善组织的运行效率对于捐赠的影响更为明显(Atkinson, 2008)。

温暖理论的另外一个缺陷是,它并没有指出“温暖”究竟从何而来,恰如 Andreoni et al(2011)所言,温暖理论本身并没有对“人们为什么会捐赠”给出明确的答案,温暖理论只是提供了一个更为具体的关于个体和社会的捐赠动机模型和分析框架。当然,这一问题的回答或许并不是经济学能够完成的,因而有学者试图结合心理学和社会学等相关学科来研究慈善行为的动机,如 Mayo & Tinsley(2008)在温

暖理论的基础上引入了认知心理学的两个重要概念:自利归因偏差(self-serving attribution bias)和基本归因错误(the fundamental attribution error)来解释美国的慈善现象。也有学者试图提出新的理论来解释慈善行为动机,如 Duncan(2004)提出“影响力慈善”(Impact Philanthropy)理论,认为捐赠源于想要有所作为、体现自身价值的冲动,因此,慈善效用函数中应该包括捐赠者对于受赠者状况的改善。这一思路被 Atkinson(2008)拓展为“认同理论”(Identification Approach),强调捐赠者对于慈善组织慈善活动的认同。

3. 实证研究:慈善效用由公共性主导还是由私人性质主导。伴随着不同慈善行为动机理论的提出,一大批关于慈善行为动机的实证研究文献也涌现出来。检验慈善行为动机的最典型的途径是检验“挤出效应假设”(Crowd-out Hypothesis):若慈善效用是公共性质的,则政府资助将对个人捐赠产生完全的挤出效应;若慈善效用是私人性质,则政府资助对个人捐赠的挤出效应为零。检验这一假设的一个方法是运用已有的捐赠数据,对政府资助的挤出效应进行估计(Abrams & Schmitz, 1984; Kingma, 1989; Kingma & McClelland, 1995)。大多数的研究结果是政府资助对于个人捐赠的挤出效应有限(0.5%—35%),即捐赠者的慈善效用主要是私人性质的。但由于使用的是二手捐赠数据,有限的挤出效应可能是因为捐赠者信息缺乏(捐赠者对于政府捐赠并不知情)所致,而不是因为慈善效用的私人性质。为了弥补这一缺陷,学者们引入实验经济学的研究方法。

在相关研究中,公共物品游戏和独裁者游戏是使用较多的两种实验设计(Vesterlund, 2006)。Andreoni(1993)首次使用实验经济学方法,通过修正的公共物品游戏来估计政府资助的挤出效应。结果显示,平均的挤出效应达到 71.5%,而最后一轮游戏的挤出效应更是达到了 84%。Bolton & Katok(1998)认为 Andreoni 的研究是建立在捐赠者只关心自己收益的前提假设上,而忽略了可能存在的利他动机,他们通过比较实验参与者在两个不同独裁者游戏中的表现来估计政府资助的挤出效应,结果是政府资助大约产生了 60%的挤出效应。近期 Eckel, Grossman & Jonston(2005)对 Bolton & Katok 的研究进行了拓展,他们的两个不同实验设计得到了完全的挤出效应和零挤出效应这两个极端的结果。大多数使用实验经济学方法的研究结论都

是政府资助对个人捐赠存在较大的挤出效应,换言之,公共性质的慈善效用是主要的慈善效用来源。

可见,两种不同估计方法得到了完全不同的结果,Hagman(2010)甚至指出,政府资助对个人捐赠不仅不存在挤出效应,甚至可能促进个人捐赠。

(二)慈善行为经济学之拓展:社会偏好理论与社会规范理论

慈善行为的公共物品理论和温暖理论是从新古典主义经济学的视角出发,将慈善行为视为捐赠者追求自身福利最大化过程的产物。但是这两种慈善行为理论在解释实践现象时难掩局限和乏力。伴随着社会偏好理论(Social Preference Theory)的兴起,学者们开始将社会规范(Social Norm)引入慈善经济理论,试图对慈善行为经济学理论进行拓展以提高其解释力。

1. 社会偏好理论。伴随着近 20 年来实验经济学的发展,学者们通过大量实验证据表明经济人自利假设的不合理,这些实验主要包括:最后通牒博弈实验(Roth, 1991; Tullberg, 1999; Henrich, 2000);信任博弈实验(Berg et al, 1995; Abbilkn et al, 2000; Johansson-Stenman et al; 2005; Ashraf et al, 2006; Buchan et al, 2008)以及公共物品博弈实验(Wilson & Sell, 1997; Henrich & Smith, 2004; Bochet et al, 2006; Nikiforakis, 2008),实验结果都一致地偏离了自利人假设(Henrich et al, 2001)。实验结果无疑为反驳经济人自利假设提供了系统的数据支持,但并没有更好的理论假设被提出来,直到社会偏好理论的出现。

著名的行为经济学家 Camerer(1997)首次提出了“社会偏好”这一概念,Fehr & Schmidt(1999), Bolton & Ockenfels(2000)等学者将社会偏好和实验经济学结果结合起来构建了正式的理论模型,逐步完善了社会偏好理论。虽然关于社会偏好还没有一致的定义,但其核心观点是鲜明的:人们不只关心自身的物质收益,也会关心他人的利益,社会偏好是其效用函数的重要组成部分(陈叶烽等, 2010)。具体而言,社会偏好可以细分为四种偏好,即利他偏好、互惠偏好、效率偏好以及公平偏好。

社会偏好正式模型的建构大致可分为两类:一类是只包含一种偏好的单一偏好模型,包括 Fehr & Schmidt(1999), Bolton & Ockenfels(2000)等学者建立的不平等厌恶模型;Andreoni & Miller(2002)建立的社会福利模型以及 Rabin(1993), Dufwenberg & Kirchsteiger(2004)建立的互利模型等。另

一类是包含两种偏好的综合模型,代表性的学者如 Kohler(2003),Falk & Fischbacher(2006)等。这些模型的一个共同特点是在试图维持理性人假设的基础上,将诸如公平、互利等与自利假设明显不同的社会情感因素纳入效用函数,并借助博弈论的分析工具来寻找均衡。社会偏好理论本质上是通过拓展效用函数的方式,将心理学因素纳入经济分析,使得假设更接近真实的人性,从而能够解释更广泛的社会现象。

2. 社会规范理论。学者们也试图将社会偏好理论应用于慈善行为理论的建构上,通过拓展捐赠者效用函数的方式来拓展传统的慈善经济理论。如果以模型来表达,在加入社会偏好后,捐赠者效用函数如下(Konow, 2010): $U_i = u(x_i, G, g_i) - f(x_i - \varphi)$ 。与温暖理论中捐赠者效用函数比较可发现,两个函数的第一项相同,均代表捐赠者从捐赠行为本身中所获得的效用以及由所有捐赠产生的公共物品效用。所不同的是第二项,其所代表的含义是由于捐赠者所捐赠的数额与社会“规范”所规定的数额不一致时所产生的效用损失,其中 φ 代表着社会规范所规定的“正确”的捐赠数额。这样的处理实际上是将社会偏好理论中诸类偏好归结为一个单一的变量——社会规范,无论是对于公平的偏好还是对互利的偏好,实际上都可以归结为社会规范为捐赠者提供的一个捐赠数额参照标准。相应地,捐赠者的捐赠决策转化为以下最优化问题: $\max_{x_i} [u(x_i, G, g_i) - f(x_i - \varphi)]$; $s.t. x_i + g_i = m_i; G_{-i} + g_i = G$ 。

上述模型是一般性的讨论,就是根据具体的研究问题和情境对于效用函数中的各项尤其是 $f(x_i - \varphi)$ 的形式进行具体的假设(Spichtig & Traxler, 2007; Andreoni & Bernheim, 2009)。将社会偏好理论以及社会规范引入慈善经济理论之中,其实就是通过纳入社会环境这一重要变量来拓宽其解释范围。值得指出的是,这样的拓展也使得捐赠行为会改进捐赠者福利的推论受到质疑,如 Konow(2010)研究发现,捐赠者遵从社会规范获得的效用比违背社会规范时高,但都小于捐赠者规避社会规范时的效用。Dellavigna et al(2012)将捐赠分为两类:一类是捐赠者“自愿”的捐赠,另一类是捐赠者迫于社会压力的被动捐赠,后者有时会造成捐赠者的福利损失。

(三)慈善行为经济理论之细化:身份经济学与信号传递

为了更精确地解释慈善行为需要对慈善理论进

行具体化,目前经济学者们主要借鉴身份经济学(Identity Economics)和信号传递(Signaling)两个理论来对上述模型进行细化。

1. 身份经济学。Akerlof & Kranton 是首次把社会学中的“身份”概念引进标准新古典效用分析框架的经济学家(王爱君, 2011)。“身份”源于心理学和社会学,可以将其定义为“对于自我的认识”。Akerlof & Kranton(2000, 2002, 2010)的基本观点是:不同的身份是与不同的社会范畴(Social Categories)相联系的,行为者的行为与其身份所“规定”的行为越一致,其所获得的效用越高。身份经济学旨在通过将身份函数作为一个新的变量纳入效用函数来讨论身份对于均衡结果的影响,可以看出,其与社会规范有着异曲同工之妙。他们都强调存在某种规定好的“正确”行为,并认为如果偏离“正确”行为会造成行为人的某种效用损失;区别在于“身份”可视为对社会规范这一抽象概念具体化。

学者们选取了性别、收入、所处社会阶层等指标来描述捐赠者“身份”的差异。从性别来看,女性总体上比男性更有利他倾向(Andreoni & Vesterland, 2011; Mesh, 2010),而在捐赠公开情境下,男性则总体上比女性更加无私和大方(Mesh et al, 2011)。不同性别之间慈善行为差异可能是由于他们遵循的社会规范和面对的评价标准不同(Böhm et al, 2012)。在收入方面,收入与捐赠支出所占收入百分比之间基本呈现出倒U型关系(List, 2011)。在所属社会阶层方面,处于较低社会阶层的人反而比处于较高社会阶层的人更表现出亲社会行为(prosocial preference)(Piff et al, 2010; Bennet, 2012)。不同的捐赠类别下的捐赠动机和阻碍捐赠者捐赠的动机都有所不同,如 Sargeant et al(2011)以及 Wiepking et al(2012)指出,在遗产捐赠(Bequest Giving)中存在与一般捐赠不同的捐赠动机;Vaidyanathan et al(2011)也指出了宗教捐赠(Religious Giving)中存在特殊动机。就外部环境而言,一个重要的发现是,在公开捐赠者捐赠信息的情况下捐赠者倾向于捐赠更多的数量(Meer, 2010; Böhm et al, 2012)。另外,捐赠者与慈善组织身份之间的匹配度也会影响捐赠行为,Winterich et al(2012)发现当捐赠者的政治身份(自由的或是保守的)与慈善组织定位(组织身份)一致时捐赠者会增加捐赠。

由此可见,身份这一变量的引入提高了慈善经济理论对实践的解释能力,如能更好地解释慈善捐

赠中的同伴压力(Peer Pressure)现象,压力是来自于捐赠者之间的身份认同(Smith et al,2013)。

2. 信号传递。信号传递模型是信息经济学中的一个重要模型,其本质是动态不完全信息博弈下的对策,即人们为了将不可直接观测的私人信息传递给信号接收者而采取某些行为。不同类别的参与者由于具有不同的信号传递成本而使得分离均衡可能存在,并成功实现相关信息的传递(Spence,1973; Cho & Kreps,1987)。

学者们认为捐赠行为的一个重要动机是出于信号传递的考量并将其中的信号传递区分为两类:一类是捐赠者“向外”的信号传递,即将私人信息传递给外界;另外一类是捐赠者“对内”的信号传递,即将信息传递给自己。就第一类信号传递而言,学者们的观点是:捐赠动机部分来源于想要维持一个良好的社会形象和对名誉的追求(Reputation-Seeking)(Reinstein & Riener,2010; Grossman,2010);另一类信号传递也被称为自我信号传递,其理论假设是人们对于自我的认识是不完全的,需要对自己发送信号来辨别自我并希望最后认识的自我是积极和正面的,因而慈善行为可以部分理解为个体内部的不对称信息的博弈过程(Benabou & Tirole,2006,2011; Weele & Siemens,2014)。简而言之,学者们认为捐赠行为是捐赠者向外界或自己传递信号的行为,目的是为了建立良好的社会形象和自我形象。另外,信号传递可以纳入温暖理论的范畴,其本质是捐赠行为带来的“温暖”的一种重要表现形式(Benabou & Tirole,2006; Ellingsen & Johannesson,2008,2011; Andreoni & Bernheim,2009; Grossman,2010; Tonin & Vlassopoulos,2014)。值得指出的是,一批学者通过实验研究的方法也证明了信号传递确实是捐赠行为中的一个重要动机(Cueva & Dessi,2012; Weele & Siemens,2014)。

沿着这一思路,Böhm et al(2012)指出,男性与女性之所以在捐赠行为上存在差异是由于男性对于声誉的追求更为强烈。信号传递理论也能解释为什么当捐赠可被外界观察到时人们会倾向于捐赠更多以及为什么慈善机构公开捐赠信息情况下能获得更多的捐赠。总而言之,慈善经济学范畴中的身份经济学和信号传递旨在对慈善捐赠中的“温暖”来源以及社会规范进行更加具体的研究,客观上进一步细化了慈善经济理论。

二、政府与慈善政策

慈善政策研究也是慈善经济学的一个重要课题(Fack & Landais,2012),研究内容可归结为两类:一类是关于激励捐赠行为的政策设计;另一类是关于政府补助(Government Grants)与社会福利支出对于慈善行为的影响。前者关注的核心是著名的“政府支出的挤出效应假说”,后者的核心问题是政府社会福利支出是否影响到福利接受者的慈善行为。

(一)慈善公共经济学之税收政策

政府如何通过慈善税收政策设计来激励慈善行为并使得社会的慈善供给达到最优水平?关于此问题的讨论主要集中在两个方面:补贴率和补贴方式。

1. 最优税收补贴率。最初,经济学家引入了“慈善捐赠的价格弹性”(Price Elasticity of Charitable Giving)这一概念来讨论慈善最优税收补贴率,提出了“单位弹性法则”。早期几乎所有的理论和实证文献都围绕着这一概念展开(Andreoni,2006),慈善捐赠价格弹性成为最优税收补贴率的唯一参数。之后,学者将避税行为(Tax Cheating)纳入考量,指出在避税行为存在的情况下“单位弹性法则”并不准确,还需要考虑其他参数。

(1)慈善捐助的价格弹性与“单位弹性法则”。所谓慈善捐赠的价格是指“捐赠者捐赠额外的一美元所要付出的代价”(Vesterlund,2006)。假设捐赠者面对的边际税率是 t ,则其捐赠 g 所能享受的税收减免是 tg ,捐赠一美元的实际价格是 $1-t$ 。可以用一个简单的模型来说明慈善价格弹性(Feldstein & Clotfelter,1976):税收优惠使得个人慈善捐赠的价格降低,但同时也给政府带来税收损失,政府税收计划的目标是使得二者之差 $W = G - tG$ 达到最大,即政府面临一个最优化问题: $\max W = G - tG$ 。其中 G 代表社会中个人捐赠的加总,对上式求一阶导数得到:

$$\frac{dW}{dt} = -g - (1-t) \frac{\partial g}{\partial (1-t)} = -g(1 + \epsilon_g)$$

其中, $\epsilon_g = \frac{\partial g}{\partial (1-t)} \frac{(1-t)}{g}$ 代表着慈善捐赠

的价格弹性,由此也可以推导出著名的“单位弹性法则”:当慈善捐赠的价格弹性 $|\epsilon_g| \geq 1$ 时,应当增加补贴(Feldstein & Clotfelter,1976)。自此,慈善捐赠的价格弹性成为大多数实证研究所关注的唯一焦点,学者们的争执集中在使用何种方法能够更好地测量慈善捐赠的价格弹性,以及这一弹性的绝对值

是否大于1 (Auten et al, 2002; Bakija & Heim, 2011)。近期,有学者指出传统理论模型忽视了避税行为这一因素,并尝试着通过引入避税行为来修正传统模型。

(2) 避税行为与模型修正。引用一个简单的模型来说明避税行为对于传统理论的修正 (Fack & Landais, 2012): 假设所有的慈善捐赠由两部分组成: 一部分是产生了正的外部效用的“真慈善捐赠”, 用 g 表示; 另一部分是不产生任何正外部效用的, 由于避税行为产生的“伪慈善捐赠”, 用 g_c 表示, 则政府的目标修正为: $\max W = g - tg - tg_c$ 。对其求一阶导数得到:

$$\frac{dW}{dt} = -(g + g_c) - (1-t) \frac{\partial g}{\partial (1-t)} + t \frac{\partial g_c}{\partial (1-t)}$$

则政府提高税收优惠率的标准为:

$$|\epsilon_{g_T}| \geq 1 + \frac{1-\alpha}{1-t} |\epsilon_{g_c}|$$

其中, $g_T = g + g_c$ 代表总的慈善捐赠; $\alpha = \frac{g}{g_T}$ 代表“真慈善捐赠”占总慈善捐赠的比例; ϵ_{g_T} 是总慈善捐赠的价格弹性; ϵ_{g_c} 是伪慈善捐赠的价格弹性。显然, 新标准明显不同于“单位弹性法则”, 两个新参数也应加入讨论: 伪慈善捐赠占总慈善捐赠的比例即避税率 $(1-\alpha)$ 和伪慈善捐赠的价格弹性 ϵ_{g_c} 。

(3) 相关参数的测量。可见, 至少有三个参数需要纳入最优税收优惠率的考量, 目前对总慈善捐赠的价格弹性以及避税率的研究较多, 而有关伪慈善捐赠价格弹性的讨论尚不充分。早期的学者多采用跨区域数据来测量价格弹性 (如 Clotfelter, 1990), 但这一方法面临的问题是: 边际税率也是一个收入函数, 无法与价格变化的效果分离。为此, 学者们开始倾向采用面板数据进行估计, Randolph (1995) 使用十年的税收申报数据对慈善捐赠的价格弹性进行了估计, 结论是捐赠者对于暂时性的价格变化十分敏感, 而对于永久性的价格变化不敏感; Sieg & Clotfelter (2002) 使用不同的估计方法得出了与 Randolph 相反的结论。Andreoni (2006) 认为使用面板数据估计慈善捐赠价格弹性仍然有许多问题需要考虑, 包括内生边际税率和税后收入等。

近期实验经济学技术提供了新的研究方法, 如 Andreoni & Vesterlund (2001) 通过独裁者游戏测量了不同性别捐赠者的价格弹性。对于避税率的测量有多种途径: 一是使用审计数据进行估计, 如 Clotfelter (1983) 使用 TCMP (Taxpayer Compliance

Monitoring Project) 数据对避税率进行了估计, 认为边际税率和税后收入是其关键的影响因素, 但这一途径存在着选择性偏误 (Selection Bias) 问题; 二是随机试验法, 如 Kleven et al (2011) 使用随机试验法对丹麦的避税率进行了估计, 结果显示丹麦的避税率较低, 但也证实信息在其中扮演着重要的角色; 三是通过设计自然实验来测量避税率, 如 Fack & Landais (2012) 将 TRA69 (Tax Reform Act of 1969) 作为一个自然实验来研究避税行为, 认为在美国富人群体中存在较大的避税比例。

2. 补贴方式: 税收减免和政府匹配。关于税收优惠方式的核心议题是: 不同的补贴方式是否会对慈善捐赠产生不同的影响? 若如此, 如何选择最优的补贴方式? 税收减免是较为常见的补贴方式, 指慈善捐赠者可以少缴一定的个人收入所得税, 税收优惠力度与捐赠数额相关, 美国、法国等国家都采用这种补贴方式; 政府匹配指在捐赠者捐赠的基础上政府按照一定的比例给予慈善组织资助, 英国的 Gift Aids 计划中就包含这一方式。尽管有学者认为, 只要补贴力度一样, 两种补贴方式的激励结果并不会有所不同。但大量的实证研究却表明不同的补贴方式下捐赠决策存在显著区别。Eckel & Grossman (2003) 使用实验法对 181 位研究生进行了模拟实验, 结果是政府匹配方式下总捐赠数额是退税方式下的 1.2-2 倍。

对此, 学者们给出了不同的解释。一个可能的解释是, 人们并不能很好地理解匹配率与退税率的差别, 前者在数值上显得更高 ($m = \frac{t}{1-t}$), 使得捐赠者更偏向于匹配方式。但是, 这种解释很难成立, 因为 Davis et al (2006) 指出 Eckel & Grossman 在研究过程中已经提高了研究对象对两种补贴方式的理解度。近期, Eckel & Grossman (2008) 使用较新的田野实验方法进行了验证, 尽管政府匹配方式对于慈善捐赠总量的影响有所下降, 但结果依旧, 即仍优于退税方式。后续许多学者的研究也都得到了类似的结论 (参见 Davis et al, 2011; Blumenthal et al, 2012 等)。另一个可能的解释是, 二者的差异是由于人们的偏好不同, Eckel & Grossman (2003, 2008) 指出匹配方式本身体现的是一种捐赠者与政府的合作, 会让他们显得更加慷慨, 而退税方式体现的是一种奖励, 因而捐赠者会倾向于前者, 这一观点与 Banabou & Tirole (2006) 的研究结论一致。第三种解释是捐赠者一般不关心不同补贴方式背后捐赠

的复杂组成,只关心账面上的捐赠数额(Checkbook Donations),那么在自己的账面捐赠数额相同时,政府匹配方式下的捐赠总额会比较高(David, 2006)。Scharf & Smith(2012)对这一理论进行了拓展,认为捐赠者并不是不关心捐赠结构,是觉得分析捐赠结构费时费力从而理性地选择不考虑它。目前学者们并未对这三种解释达成共识,他们正在试图通过进一步的实证研究来确定上述解释的真伪。

值得一提的是,除了税收减免方式以外,另外一个能够激励慈善行为的税收设计是遗产税——通过对遗产征收较高的税额的“惩罚”方式来激励遗产税捐。近一二十年来,学者们对于遗产税的探讨多集中在道德伦理和个人权利方面,经济学研究相对较少,但观点是鲜明的,如 Joulfaian(2000)指出,若取消美国的遗产税,慈善捐赠数额将减少 12%。

(二)慈善公共经济学之政府补助与社会福利支出

学者们关于慈善政策研究的另一个重要内容是政府公共支出,主要议题包括政府对慈善组织的补助和政府的社会福利支出。

1. 政府补助。有关政府补助的研究主要集中在政府补助对个人捐赠以及对慈善组织筹款的影响。

关于政府补助对个人捐赠的影响,主要是探究政府补助对个人捐赠是产生了抑制作用还是促进作用?即政府补助究竟是产生了挤出效应还是挤入效应?政府挤出效应是公共经济学领域最为古老的问题之一(Adreoni & Payne, 2011)。其产生的原因在于政府资助可能使得慈善组织更像准公共机构,因而捐赠者不愿意对其捐赠(Brooks, 2000);政府补助来自于税收,这意味着捐赠者整体的收入下降而使得捐赠减少(Lingle, 1992);政府补助会使得捐赠者对于慈善组织财务的控制能力降低,从而减少捐赠(Brooks, 2004)。由于通常的假设是捐赠兼具公共效用和私人效用(以及社会偏好)的结合,因而可以推断,政府补助对于个人捐赠会产生不完全的挤出效应(Adreoni, 1989, 1990, 1998, 2011, 2012)。政府补助同样可能促进个人捐赠。一方面,政府可能是以政府匹配的方式提供补助,那么,在个人捐赠基础上的匹配部分能够起到促进个人捐赠的作用(Brooks, 2000; Adreoni, 2013);另一方面,政府补助为慈善组织提供了种子基金(seed money),通过为慈善组织开展某个项目提供启动资金从而促进了个人捐赠(Adreoni, 1998, 2006);最后,政府补助可能在慈善市场中起到了信号传递的作用,即告诉社会公众哪些慈善组织是高质量的,这样一来,获得政

府补助的慈善组织自然能够收到更多社会捐赠,因为一般的看法是运作高效的慈善组织才能获得政府补助(Brooks, 2004; Adreoni, 2006, 2011)。

起初经济学界对于政府补助政策的研究主要是利用已有的统计数据对上述两个假设进行验证。Abrams & Schiff(1984)发现,在联邦层面,政府补助每提高 10%,个人捐赠降低 2.7%;在地方政府层面,同样的政府补助使得个人捐赠降低 1.8%。Lindsey & Steinberg(1990)的研究发现,每一美元的联邦政府补助对个人捐赠的挤出效应为 6 美分;但也有少数学者发现了挤入效应,如 Schiff(1985)发现,在美国州政府层面,一美元政府补助能带来 33 美分的个人捐赠。Brooks(2000)指出,通过放松线性假设能够解释上述研究结论的不一致,并指出挤出效应和挤出效应之间并非不可调和:当政府补助处于较低水平时,政府补助会促进个人捐赠;当补助额度超过一定阈值时,才会出现挤出效应。Brooks 也同时指出,对于不同领域的慈善组织,政府补助产生的影响也会有所不同,应该进行更细致的分领域的研究。

关于政府补助对慈善组织筹款的影响,Andreoni & Payne(2003)首先构建了一个政府、慈善组织与捐赠者三者之间互动的理论模型,指出政府补助会使慈善组织降低筹款支出。在此基础上,Andreoni & Payne(2011)提出,挤出效应实际上包含两部分:一是政府补助对于个人捐赠者的影响;二是政府对于慈善组织筹款行为的影响。他们通过对美国 8000 个慈善组织的面板数据进行分析分别对挤出效应的两个部分进行了估计,其结果显示,整体的挤出效应达到 70%左右,但是其中 70%以上都是源于慈善组织降低筹款支出的影响。值得指出的是,他们的研究是对不同规模的慈善组织(根据年筹款数额划分)进行分别的估计,研究结果显示,对于规模较小的组织,甚至出现了挤入效应。在这一思路下,他们又使用加拿大和英国的数据做了进一步的验证(Adreoni & Payne, 2013),研究结果也部分解释了为什么捐赠者在并不清楚政府补助的情况下还会出现挤出效应的问题,源于慈善组织降低了筹款方面的投入和努力。

2. 社会福利支出。20 世纪 80 年代以来美国社会对于社会福利改革的争论引起了慈善研究者的关注,政府社会福利支出也就被引入到慈善经济学研究范畴之中。学者们批评美国社会福利项目不仅成本高昂,而且造成福利接受者过多地依赖政府从而

压抑了公民互助的文化和公民社会的形成(Kristol, 1993)。慈善行为是公民互助文化和公民社会的一个重要方面,因而检验政府社会福利支出是否抑制了公民的慈善行为便成为了学者们所关注的一个重要问题。

Brooks(2002)沿着这一路径进行了开拓性的研究,认为过去的研究都忽视了由于接受政府福利而产生的收入变化对于慈善行为的影响,即公民劳动收入与非劳动收入变化对于慈善行为可能有着不同的影响。运用美国消费者支出调查数据,他估计了政府社会福利支出对于慈善捐赠的影响,其结果显示政府社会福利支出每增加10%,慈善捐赠降低1.4%。Brooks研究的缺陷是只估计了福利接受者捐款的变化而忽视了其志愿服务的变化。Guo & Peck(2009)的研究将上述两个维度的慈善行为同时考虑了进去,并指出,虽然政府社会福利支出使得福利接受者的捐款水平降低,但其志愿服务却在增加。对此,Peck et al(2012)从三个方面予以了解释:首先,福利接受者更倾向于参与志愿活动,可能因为志愿活动能够使其获得必要的自信心、动机和技能,有助于就业;同时,参与志愿活动也能起到信号传递的作用,即向雇主传递其具备某些工作技能的信号。其次,可以从捐款与志愿服务二者之间的替代关系来看待这一问题。从规范的经济理论出发,在有限的资源约束下的效用最大化行为必然意味着二者之间是替代关系(Vanslyke & Brooks, 2005),若二者之间是替代关系,则政府社会福利支出可能使得福利接受者在减少捐赠的同时增加志愿服务。最后,也可以从奢侈品和必需品的角度来理解二者的关系,就经济学角度而言,奢侈品意味着其收入弹性大于1,而必需品意味着其收入弹性小于1,对于社会福利接受者而言,捐款是奢侈品而志愿服务是必需品,因而政府社会福利支出可能对社会福利接受者的捐赠和志愿服务行为产生不同的影响。

沿着这一思路,学者们展开了一系列的实证研究,但得到的结果并不一致:Guo & Peck(2009)的研究显示,政府福利支出与福利接受者的捐款呈负相关关系,但是却能够促进其志愿服务;Peck et al(2012)发现,虽然政府福利支出抑制了社会福利接受者的捐款,但是其与志愿服务的关系并不显著;而Peck & Guo(2014)则认为,政府社会福利支出与社会福利接受者的捐款与志愿服务间的关系均不显著。值得指出的是,其结果的不一致可能是由于其所使用的数据不同,但是学者们则强调其所使用的

估计——基于群组划分的多元亚组分析(Multivariate Cluster-Based Subgroup Analysis),并强调这一研究方法能够减少估计中的选择偏误问题。可见,关于政府社会福利支出对个人捐赠行为影响的研究尚存在较大的分歧。

三、慈善组织与慈善市场

伴随着慈善经济学研究的发展,一个逐渐明确的观点是,不同主体之间的慈善行为是相互影响的。基于此,有学者提出了慈善市场这一概念,试图将这些主体之间的相互作用纳入到统一的框架中,Andreoni(2006)首先提出了“慈善市场”概念,但只是作为一个思路简单提及。List(2011)将其作为一个单独的主题进行了讨论,虽然仍没有对慈善市场进行明确的定义;但是他提出了慈善市场的分析框架,并试图将慈善经济学已有的研究都纳入其中:慈善市场包括个人、慈善组织和政府三类主体,也包括政府与个人、政府与慈善组织以及个人与慈善组织三类互动关系。静态的三类主体与动态的三类互动关系就构成了立体的慈善环境。慈善组织在慈善市场中具有较强的主观能动性,慈善组织与个人、政府的互动效果以及对慈善市场环境变化的适应主要取决于其策略取向(Strategic Approach)。总体上,从短期和长期来看,慈善组织在慈善市场中的发展策略可归纳为资源动员策略和持续发展策略。

(一)慈善组织经济学之资源动员策略

1. 慈善组织对个人的动员——募捐策略。对于许多国家的慈善组织而言,个人捐赠是其主要的资源来源,如个人捐赠占美国慈善捐赠的3/4(Andreoni, 2006),与此同时,慈善组织并不是被动地接受捐赠,它们花费了大量资源进行募捐筹款活动以达到筹款目标(Huck & Rasul, 2011)。因此,有关慈善组织与个人的互动研究主要是探讨慈善组织的筹款策略(Fundraising Strategy),研究问题主要可归结为两类:如何选择募捐对象?不同的筹款计划设计如何影响到筹款结果?

(1)选择募捐对象。提高筹款效率的一个重要环节是甄选募捐对象。对于这一问题的研究主要讨论哪些个体属性对于捐赠行为存在显著的影响及其影响的方向,如个体的性别、宗教信仰、收入、受教育程度等。通过观察这些个体属性,慈善组织便可以鉴别出更倾向于捐赠的群体并将其作为主要募捐对象。另外一个重要的研究分支关注慈善组织属性与捐赠者属性的匹配关系,其核心是身份,其基本观点

是,当慈善组织的组织身份与捐赠者的个体身份匹配时,捐赠者倾向于捐赠更多,因而慈善组织应该根据自身的组织身份来选择与其相匹配的个体作为募捐对象(Winterich et al, 2013);另外一个选择策略是选择那些曾经接受过捐赠或者曾经向其他慈善组织捐赠的人作为募捐对象,因为这些人往往具有较强的亲社会性,从而更有可能捐赠,也就是说慈善组织可以通过分享捐赠者的信息来更好地选择募捐对象,这一点得到 Oliveira(2011)等学者的证实。

(2)募捐计划设计。除了募捐对象的选择以外,学者们关注的另外一个问题是慈善组织筹款计划的设计。对这一问题的研究基本是遵循市场营销相关研究思路进行的,即在募捐计划中加入何种“元素”能够使得慈善组织获得更多捐赠。如前所述,在公开捐赠者捐赠信息的情况下捐赠者倾向于捐赠更多的数量(Meer, 2010; Böhm et al, 2012),因而信息公开是一个被广泛讨论的“元素”,公开捐赠信息主要通过以下两方面的作用机制来提升募捐筹款效率:一是公开捐赠信息能够激励持有信号传递捐赠动机的人捐赠,二是公开捐赠信息能够提高慈善组织的社会公信力。

Merchant(2010)提出“讲故事”策略,即根据个人“听故事”时的心理情绪波动规律对劝募、募捐的流程进行合理的设计,能够将潜在捐赠者在听故事过程中产生的悲伤、愤怒等负面情绪成功地转化为积极的正面情绪(如强烈的捐赠意愿)。Merchant采用实验心理学的研究方法证实了这一假设,美国一所知名大学的319名本科生参与了实验。这一策略也符合大多数学者的判断:相对于抽象的捐献目标,人们更倾向对具体的、可以识别的求助者提供捐赠。但沿着这个思路就很容易得出下述结论:人们倾向于直接捐赠而不是向慈善组织捐赠。当然,这并非绝对,Ein-Gar et al(2013)认为捐赠方式与捐助者与求助者之间的社会差距和地理距离有关。从地理和社会层面看,当与受助者距离较远时,捐赠者更倾向于向慈善组织捐款,反之则更倾向于直捐。

学者们关注的另外一个“元素”是慈善组织匹配,与政府匹配机制类似,慈善组织匹配是慈善组织按照捐赠者捐赠的数额再向某个项目提供一定的资金支持。学者们对慈善组织匹配的效率进行了检验,发现这样的筹款计划在整体上对于慈善组织是有效的,但是也会对个人捐赠产生一定的挤出效应(Huck & Rasul, 2011)。还有学者对匹配的方式进行了进一步的细分,包括按固定比例匹配(Linear

Matching),按非固定比例匹配(Non-Linear Matching)以及按固定数额匹配(Fixed-Gift Matching)等。在此基础上比较了不同匹配方式的效率(Huck et al, 2013),发现非线性的匹配方式能够得到获得较高的筹款效率。

2. 慈善组织对政府的动员——合产策略。对政府进行资源动员是慈善组织获取资源的重要渠道。资源动员理论认为,政府的支持不仅能为慈善组织提供合法性,也能提供财力资源(McCarthy & Wolfson, 1992)。政府对慈善组织直接或间接的支持既是共意性运动(Consensus Movements)的重要特征,也是“合产”(Coproduction)策略的重要内容。合产即合作,本质是建立慈善组织和政府之间的合作关系。合作既是一种关系模式,又是一种互动方式。Najam(2000)根据双方的战略性制度利益是否一致,提出了合作是一种建立在“政策目标—实现策略一致性”的关系模式;Young(2000)根据双方经费支出的相关性,提出“非营利组织的活动规模同政府的经费支出呈正向关系”是判断合作关系是否存在的重要标准;Coston(1998)根据现存政策空间与非营利部门可能履行的职能之间的“大小”关系,提出在合作关系下非营利部门的职能范围最接近政策空间。Salamon(1992)提出了“资金提供—服务提供”模式,这种模式因操作性强而被广泛采纳。在“资金提供—服务提供”合作模式的多种实践方式中,政府购买服务方式最具代表性。Witesman(2013)认为由于非营利组织存在天然的“非分配约束”,政府更倾向于购买非营利组织而不是商业组织的服务,尽管其在运营成本、服务质量和客户满意度以及对政府要求响应及时性上并无明显优势。在美国,政府通常采用合同外包的形式开展政府购买服务(常江, 2014)。合同外包分为竞争性合同外包和伙伴式合同外包。公信力强、组织能力强是获得政府外包合同的关键要素(马慧娟, 2013)。Bennett & Savani(2011)通过实证研究发现,参与政府购买服务的慈善组织并不是任务性、程序化地完成政府转移的服务职能,而是将组织的能力建设与服务过程相融合,提升自身的核心优势。

(二)慈善组织经济学之可持续策略

传统理论在竞争市场中所强调的变革对组织成功的重要影响已经不再有效,组织的可持续性比组织变革更重要(陈津利, 2008)。

1. 推动制度创新——慈善组织政策倡导的积极结果。持续性发展意味着慈善组织不是一味被动适

应环境的变化,而是主动地对制度环境产生影响,成为制度创新的行动者,这也是慈善组织存在的根本价值(Hall, 1999)。Hasenfeld(1992)指出,慈善组织是十分具体的制度化组织,和这些组织相关的不是市场变化,而是各级政府立法和社会规则,因此,国家意识形态和政策是对慈善组织生存影响最多的因素。而主动出击,通过积极的政策、理念、价值观、文化倡导对制度产生影响是慈善组织可持续发展的重要方式。当然,成功的政策倡导往往以一系列成功的慈善活动为载体,可什么是成功的慈善活动?这问题本身就没有标准答案。多数学者认为,“成功和失败是主观界定的,它们是感知达到或未达到某个目标的心理状态”(Kesner & Sebor, 1994)。但不论在哪一种“成功”界定模式下,有一点是肯定的,慈善组织推动制度创新的过程就是提高自身公信力、获得社会认同的过程(Smith & Shen, 1996)。因此,外界的期待和评价标准就成为慈善组织发展的重要约束。

2. 获得社会认同——慈善组织成功应对政府与公众的问责。慈善组织获得社会认同的过程就是成功应对政府与公众问责的过程。慈善组织运营策略的选择往往基于慈善组织如何看待问责以及其对问责主导模式的预设和判断。非营利组织的问责理论主要来自于经济学领域,包括资源依赖理论、利益相关者理论、委托—代理理论和管家理论(Stewardship Theory)等。Ebrahim(2003)认为资源依赖理论同样适用于分析非营利组织,因为非营利组织对外部资源的依赖程度比商业组织更高。根据资源依赖理论,资助者能够要求非营利组织说明和解释资金的使用情况及其产生的后果。利益相关者理论也是非营利组织问责的重要理论,Freeman(1984)将利益相关者界定为:“任何能够影响公司目标的实现,或者受公司目标实现影响的团体或个人。”Brown & Moore(2001)将国际非政府组织的利益相关者分为三类:为之创造价值类、提供支持和授权类以及保证运行能力类。运用利益相关者理论的关键在于确定利益相关者的范围,即一个非营利组织应对哪些组织或个体负责。McDonald(1997)认为“问责在公众讨论中正逐渐被从委托—代理理论的角度概念化。”根据委托—代理理论,问责可界定为委托人要求代理人做出交代的权利;如果代理人的交代或解释的行为并不充分,委托人有施加制裁措施的权利(Ebrahim, 2003)。管家理论将委托—代理关系中的“代理人”替换为“管家”。Carman(2010)认为资助者与非营利组织实际上有共同的目

标、相似的利益和“行善”的本能。因此,与“代理人”相反,管家将更大的价值置于共同的而不是个人的目标,根据委托人的最大利益来决策,将组织或合同的成功视为自身的成就和动力。这四种理论都存在弊端和缺陷,如资源依赖理论存在过度问责(Gray & Bebbington & Collison, 2006)、问责近视(accountability myopia)(Avina, 1993)以及象征性信息(symbolic information)(Ebrahim, 2002)等问题。利益相关者理论则可能存在“多重问责失序”(Koppell, 2005)、“绩效评估复杂化”(Kim, 2005)以及“强化向上问责、弱化向下问责”的问题(Edwards & Hulme, 1996)。Jepson(2005)认为社会的不同领域应该使用不同的问责机制,因为每个领域都具有独特之处。从一般经济学领域移植来的问责理论必定在非营利世界出现“水土不服”。可见,专属于慈善领域的问责研究还未真正开始。所以,目前慈善组织的运行策略也多是借鉴商业组织的结果,呈现出多元化和混合性的特点。

值得一提的是,现在社会中广泛讨论的评估就是问责的重要操作机制之一。迄今为止,还没有形成统一标准的组织绩效分析模型,但存在规律性的评价维度(Herman & Renz, 1999),主要包括目标达成、支持者满意度、资源输入、内部活动分析、合法性、危机防御、组织学习适应等(Cameron & Whetten, 1983)。基于相关文献的研究,陈津利(2008)提出了“均衡性”评估模式、“满意度”评估模式、“合法性”评估模式和“可持续性”评估模式。不同的评估模式约束和假设也对应着不同的组织策略选择,如“合法性”评估模式下往往催生政府导向的发展策略,满意度导向模式下往往倾向于救助者需求导向的策略选择等。

策略既是成功的“利器”,又是与社会开展互动的“催化剂”,而慈善组织成立的背景、组织使命等又是催发不同策略的土壤(陈津利, 2008)。以上只是简约地归纳了慈善市场中慈善组织与其他主体的互动图景。应当说,目前还缺少对互动效果的研究关注,特别是关于不同策略取向下运行成本与效果的定量分析。

四、总结与简要述评

综上所述,对于个体捐赠者的捐赠动机的讨论是慈善经济学的研究出发点,学者们主要使用“效用”这一经济学概念解释其捐赠行为。从早期的慈善效用的公共物品理论到温暖理论,再到近期社会

偏好理论、身份经济学以及信号传递等理论的引入,学者们对捐赠的慈善效用来源进行了不断的拓展和细化。政府是慈善经济学研究中另外一个重要的主体,政府制定的慈善政策对慈善事业的发展影响巨大,主要研究内容包括税收政策和公共支出政策,前者的核心思想是通过税收政策设计来激励捐赠;后者旨在探讨政府支出对于个体和慈善组织行为的影响。对于慈善公共政策的研究虽然着眼于宏观层面,但是其基础仍存在于个体捐赠者行为这一微观层面。对于慈善组织的研究主要的关注点在于慈善组织的策略,即什么样的策略能够为慈善组织带来最好的运行效果,其强调的是慈善组织与个体捐赠者、政府之间的策略互动。有学者提出了慈善市场这一概念来试图概括不同主体之间的互动关系。虽然目前学者们并未对慈善市场做出明确的定义,但其强调和揭示的慈善领域中各主体间广泛存在的互动和竞争关系为慈善经济学的未来发展提供了重要的突破口。值得指出的是,慈善经济学的发展借鉴了心理学、社会学等不同学科的概念和方法,如社会偏好理论的引入以及大量实验方法的运用,慈善领域成为经济学与其他学科对话的绝佳场合。慈善经济学研究对我国的慈善事业的发展带来如下启示:

1. 慈善事业的蓬勃发展需要慈善经济学研究的指导。西方国家慈善事业整体较为发达,丰硕的研究成果无疑是繁荣实践背后的重要支撑和推动力。古今中外实践已表明,慈善活动是社会经济活动的重要组成部分,所有慈善资产都是通过经济活动进行分配的;慈善事业的运作过程就是慈善资源的筹集、管理、分配和使用的过程;尽可能改善分配效果是慈善事业运作的核心目标。正因为如此,一方面,慈善事业的发展要遵循一般的经济规律,如经济发展是基础,公共政策是加速器,社会的整体经济发展水平和个人的经济地位提升、税收激励等都是促进慈善事业发展的重要手段。但另一方面,慈善事业与其他事业的运作相比,又有着自身独特的运作特点,慈善事业是“爱心”事业,因此,它在起点和终点上与其他领域有着明显的区别:其起点关乎情感、责任和道德,甚至社会规范;终点不仅关乎分配层面的公平正义,也关乎社会的文明、生机活力和精神面貌,是非常规的经济现象。正因为慈善发自心灵,所以慈善事业是自愿参与的事业,积极、自主、开放的慈善文化和较高的现代慈善意识是慈善事业蓬勃发展的决定因素。而现代慈善文化的塑造和慈善意识的提高是一个自然的、润物细无声的过程,任何急功

近利、拔苗助长等违背慈善特质的做法,如逼捐、行政索捐等,都只会“欲速则不达”,甚至摧毁慈善事业发展的根基和土壤。因此,慈善领域很难照搬一般经济领域的机制,以问责机制为例,当前,一方面应灵活而综合地运用西方的问责机制;另一方面,应尽快厘清慈善领域的独特逻辑进而建立慈善领域特有的问责机制(傅金鹏,2012)。只有承认和尊重慈善领域特有的经济规律,慈善事业的效用和价值才能得到最大限度地发挥。那么,作为探索慈善事业经济规律的科学,慈善经济学必能对慈善事业实践提供重要的指导。

2. 慈善经济学研究的成熟需要多视角、多学科的研究参与。源于慈善现象的特殊性,慈善经济学有着自身的理论假设和逻辑体系。慈善经济学是理性的,但却更具道德理性和精神理性,更具宏观价值和社会价值。在国内学术界,慈善经济学也是一个新颖的概念,有些人甚至对慈善经济学这种提法莫衷一是。其实,慈善经济学是揭示慈善事业运行过程中的经济活动、经济关系及其内在发展规律的学科,旨在探索市场经济条件下慈善行为最大化的激励机制。所谓慈善行为的最大化,就是如何使人们捐出更多的钱、赠送更多的物品和奉献更多的时间(贺立平,2004)。诚然,从现状来看,慈善经济学的很多内容,如哲学基础和理论假设的探讨都有待深入;慈善经济学的分析框架如慈善市场也尚未得到充分讨论;对慈善领域特有的经济现象的归纳和思考还不够全面深入,可见,慈善经济学尚未建立系统、成熟的学科理论体系。当然,任何学科理论都不可能凭空产生,要在学术实践中一步步发展并完善起来。值得一提的是,慈善经济学不仅与行为经济学、公共经济学和组织行为经济学、福利经济学等经济学分支有着密切的关联,也涉及到心理学、社会学和政治学等其他学科。比如,捐赠行为的动机和效用研究就既有从心理学角度进行研究的,又有从文化宗教角度进行研究的,也有从权利角度进行的;学者们在对传统的经济人自利假设提出挑战和修正时采用的则是实验心理学方法。可见,慈善经济学的发展离不开多学科、多视角的研究参与。

3. 我国慈善经济学研究需要延伸和拓展。目前,我国有关慈善经济学的研究还刚刚起步,只有寥寥几篇研究文献,可概括如下:一是关于慈善经济学的研究假设和慈善行为的动机研究。杨立雄(2005)指出慈善经济学只有转向“互惠”假设才能较好地解释慈善行为动机。蔡宁(2009)归纳了企业慈善动机

问题研究的三个视角:经济理性的工具主义慈善视角;从利益相关者诉求出发的社会契约视角;从制度环境、社会评价出发的社会同构理论视角,认为制度性压力和本地社区对企业慈善捐赠的关注,驱动企业导向一致性行动。二是关于捐赠者个体属性如何影响捐赠行为的研究。高勇强(2011)认为除了企业家经济水平对企业慈善捐赠行为与捐赠水平有显著的积极影响之外,企业家的政治身份和行业身份也对企业捐助行为与捐赠水平有显著的正面影响,而企业家的政党身份对企业慈善捐助行为和捐赠水平都没有显著影响。刘凤芹、卢玮静(2013)研究发现,相对捐赠额度(捐赠额度占个人收入的比重)和工作收入之间呈现典型的U型关系。职业与捐款之间亦有显著相关关系,这种相关可能大部分来源于中国尚存的“单位人”效应,表明在后单位制时代,体制动员因素在捐款方面仍然保持着显著的效力。可见,无论是从研究成果的数量、研究内容的广度还是从研究视角、方法的多元性、研究观点的交锋上看,都存在明显的不足。西方慈善经济学研究无疑能给我们慈善经济学研究的拓展和提升提供重要的参考。

参考文献:

- Abrams, B. A. & M. D. Schmitz(1984), "The crowding-out effect of governmental transfers on private charitable contributions", *The Economics of Nonprofit Institutions: Studies in Structure and Policy*, Oxford University Press.
- Andreoni, J. (1988), "Privately provides public goods in a large economy: The limits of altruism", *Journal of Public Economics* 35(1):57-73.
- Andreoni, J. (1989), "Giving with impure altruism: Applications to charity and Richardian equivalence", *Journal of Political Economy* 97(6):14-47.
- Andreoni, J. (1990), "Impure altruism and donations to public goods: A theory of warm-glow giving", *Economic Journal* 100(401):464-477.
- Andreoni, J. (1993), "An experimental test of the public-goods crowding-out hypothesis", *American Economic Review* 83(5):1317-1327.
- Andreoni, J. (1998), "Towards a theory of charitable fundraising", *Journal of Political Economy* 106(6):1317-1327.
- Andreoni, J. & L. Vesterlund(2001), "Which is the fair sex? Gender differences in altruism", *Quarterly Journal of Economics* 116(1):293-312.
- Andreoni, J. (2006), "Philanthropy", *Handbook of Giving, Reciprocity and Altruism*, UK: North-Holland.
- Andreoni, J. & A. A. Payne(2011), "Is crowding out due entirely to fundraising? Evidence from a panel of charities", *Journal of Public Economics* 95(5):334-343.
- Andreoni, J. & J. M. Rao(2011), "The power of asking: How communication affect selfishness, empathy, and altruism", *Journal of Public Economics* 95(7):513-520.
- Andreoni, J., J. M. Rao & H. Trachtman(2011), "Avoiding the ask: A field experiment on altruism, empathy, and charitable giving", NBER Working Paper No. 17648.
- Atkinson, A. B. & A. Eastwood(2007), "Public attitudes to overseas giving: Does government make a difference?" *S3RI Working Paper A07/05*, University of Southampton.
- Atkinson, A. B. (2008), "Giving overseas and public policy", *S3RI Working Paper A08/06*, University of Southampton.
- Atkinson, A. B. (2012), "Charitable giving and economics", in: *Charitable Giving and Tax Policy: A Historical and Comparative Perspective (CEPR Conference)*, Paris School of Economics.
- Bakija, J. & B. Heim (2011), "How does charitable giving respond to incentives and income? New estimates for panel data", *National Tax Journal* 64(2):615-650.
- Bennett, R. & S. Savani(2011), "Surviving mission drift how charities can turn dependence on government contract funding to their own advantage", *Nonprofit Management & Leadership* 22(2):217-231.
- Böhm, R. & T. Regner (2012), "Charitable giving among females and males: An empirical test of the competitive altruism hypothesis", *Jena Economic Research Papers* No. 038.
- Bolton, G. & E. Katok (1998), "An experimental test of the crowding-out hypothesis: The nature of beneficent behavior", *Journal of Economic Behavior and Organization* 37(8):315-331.
- Boulding, K. E. (1962), *Notes on A Theory of Philanthropy*, New York: Columbia University Press.
- Brooks, A. C. (2000), "Is there a dark side to government support for nonprofits?", *Public Administration Review* 60(3):211-218.
- Brooks, A. C. (2002), "Welfare receipt and private charity", *Public Budgeting and Finance* 22(3):100-114.
- Brooks, A. C. (2004), "The effects of public policy on private charity", *Administration & Society* 36(2):166-185.
- Brown, L. D. & M. H. Moore (2001), "Accountability, strategy, and international nongovernmental organizations", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 30(3):569-587.
- Carman, J. G. (2010), "The accountability movement:

- What's wrong with this theory of change", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 39(2):256-274.
- Cameron, K. S. & D. A. Whetten(1983), *Organizational Effectiveness: A Comparison of Multiple Models*, New York: Academic Press.
- Clotfelter, C. (1983), "Tax evasion and tax rates: An analysis of individual returns", *Review of Economics and Statistics* 65(3):363-373.
- Clotfelter, C. (1990), "The Impact of tax reform on charitable giving: A 1989 perspective", *Do Taxes Matter?* Cambridge: MIT Press.
- Cornes, R. & T. Sandler(1984), "Easy riders, joint production and public goods", *Economic Journal* 94(375):580-598.
- Davis, D. (2006), "Rebate subsidies, matching subsidies and isolation effects", *Judgment and Decision-Making* 1(1):13-22.
- Dellavigna, S., J. A. List & U. Malmendier(2012), "Testing for altruism and social pressure in charitable giving", *Quarterly Journal of Economics* 127(1):1-56.
- Duncan, B. (2004), "A theory of impact philanthropy", *Journal of Public Economics* 88(9):2159-2180.
- Ebrahim, A. (2003), "Accountability in practice: mechanisms for NGOs", *World Development* 31(5):813-829.
- Ebrahim, A. (2002), "Information struggles: The role of information in the reproduction of NGO-funder relationships", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 31(1):84-114.
- Eckel, C. & P. Grossman(2003), "Rebate versus matching: Does how we subsidize charitable contributions matter?" *Journal of Public Economics* 87(3):681-701.
- Eckel, C., P. Grossman & R. Johnston(2005), "Crowding out private charitable giving: An experimental test", *Journal of Public Economics* 89(8):681-701.
- Edwards, M. & D. Hulme(1996), "Too close for comfort? The impact of official aid on nongovernmental organization", *World Development* 24(6):961-973.
- Ein-Gar, D. & L. Levontin(2013), "Giving from a distance: Putting the charitable organization at the center of the donation appeal", *Journal of Consumer Psychology* 23(2):197-211.
- Fack, G. & C. Landais(2012), "Philanthropy, tax policy and tax cheating: A long run perspective on US data", *Charitable Giving and Tax Policy: A Historical and Comparative Perspective (CEPR Conference)*, Paris School of Economics.
- Feldstein, M. & C. T. Clotfelter(1976), "Tax incentives and charitable contributions in the United States: A micro-econometric analysis", *Journal of Public Economics* 5(1):1-26.
- Gray, R., J. Bebbington & D. Collison(2006), "NGOs, civil society and accountability: Making the people accountable to capital", *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 19(3):319-348.
- Guo & Peck(2009), "Giving and getting: Charitable activity and public assistance", *Administration and Society* 41(5):600-627.
- Hagman, J. (2010) "Philanthropy contributions: A study of the relevant underlying factors", (<http://hj.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:309744>).
- Hall, R. H. (1999), *Organizations: Structure and Process, 7th ed.*, Prentice-Hall.
- Hasenfeld, Y. (1992), "Theoretical approaches to human service organization", *Human Service as Complex Organization*, California: Sage Publications.
- Herman, R. D. & D. Renz(1999), "These on nonprofit organizational effectiveness", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 28(2):107-126.
- Huck, S. & I. Rasul(2011), "Matched fundraising: evidence from a natural field experiment", *Journal of Public Economics* 95(5):351-362.
- Jepson, P. (2005), "Governance and accountability of environmental NGOs", *Environmental Science & Policy* 8: 515-524.
- Kesner, I. F. & T. C. Sebor(1994), "Executive succession: Past, present & future", *Journal of Management* 20(2):327-372.
- Kingma, B. & R. McClelland(1995), "Public radio stations are really, really not public goods", *Annals of Public and Cooperative Economics* 66(1):65-67.
- Konow, J. (2010), "Mixed feelings: Theories of an evidence on giving", *Journal of Public Economics* 94(3):279-297.
- List, J. A. (2011), "The market for charitable giving", *Journal of Economic Perspectives* 25(2):157-180.
- Mayo, J. W. & C. H. Tinsley(2009), "Warm glow and charitable giving: Why the wealthy do not give more to charity", *Journal of Economic Psychology* 30(3):490-499.
- Marx, L. & S. Matthews(2000), "Dynamic voluntary contribution to a public project", *Review of Economic Studies* 67(2):327-358.
- McDonald, C. (1997), "Government, funded nonprofit, and accountability", *Nonprofit Management and Leadership* 8(1):51-64.
- McCarthy, J. D. & M. Wolfson(1992), "Consensus move-

- ments, conflict movements, and cooptation of civic and state infrastructures”, *Frontiers in Social Movement Theory*, New Haven: Yale University Press.
- Merchant, A., J. B. Ford & A. Sargeant(2010), “Charitable organization’ storytelling influence on donor’s emotions and intentions”, *Journal of Business Research* 63(7):754—762.
- Oliveira, A. C. M. (2011), “The giving type: Identifying donors”, *Journal of Public Economics* 95(5): 428—435.
- Peck & Guo(2014), “How does public assistance use affect charitable activity: A tale of two methods”, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 43(2):1—21.
- Peck, L. R. *et al*(2012), “A new strategy for reducing selection bias in non—experimental evaluations, and the case of how public assistance receipt affects charitable giving”, *Policy Studies Journal* 40(4):601—625.
- Reinstein, D. & G. Riener(2010), “Reputation and influence in charitable giving: An experiment”, *Discussion Paper Series No. 688*, University of Essex.
- Sudgen, R. (1982), “On the economics of philanthropy”, *Economic Journal* 92(366):341—350.
- Sargeant, A. & J. Shang(2011), “Bequest giving: Revisiting donor motivation with dimensional qualitative research”, *Psychology and Marketing* 28(10):980—997.
- Scharf, K. & S. Smith(2012), “Philanthropy, charitable donations and tax relief in the UK”, *Charitable Giving and Tax Policy: A Historical and Comparative Perspective (CEPR Conference)*, Paris School of Economics.
- Smith, D. H. & C. Shen(1996), “Factors characterizing the most effective nonprofit managed by volunteers”, *Nonprofit Management & Leadership* 6(3):271—289.
- Smith, S. *et al*(2013), “Peer effects in charitable giving: Evidence from the running field”, *Working Paper No. 13/302*, University of Bristol.
- Steinberg, R. (1987), “Voluntary donations and public expenditures in a federalist system”, *American Economic Review* 77(1):24—36.
- Tonin, M. & M. Vlassopoulos(2014), “An experimental investigation of intrinsic motivations for giving”, *Theory and Decision* 76(1):47—67.
- Vaidyanathan, B. & P. Snell(2011), “Motivations for and obstacles to religious financial giving”, *Sociology of Religion* 72(2):189—214.
- Vesterlund, L. (2006), “Why do people give?”, *The Nonprofit Sector*, 2nd ed., New Haven: Yale University Press.
- Warr, P. G. (1982), “Pareto optimal redistributions and private charity”, *Journal of Public Economics* 19(1):131—138.
- Weele & Siemens(2014), “Bracelets of pride and guilt? An experimental test of self—signaling in charitable giving”, CES Working Paper, No. 4674.
- Wiepking, P. *et al*(2012), “Motives and barriers to bequest giving”, *Journal of Consumer Behavior* 11(1):56—66.
- Winterich, K. P. *et al*(2012), “How political identity and charity positioning increase donations: Insight from moral foundations theory”, *International Journal of Research in Marketing* 29(4):346—354.
- Winterich, K. P. *et al*(2013), “When does recognition increase charitable behavior? Toward a moral identity—based model”, *Journal of Marketing* 77(3):1—14.
- Witesman, E. M. & S. Fernandez(2013), “Government contracts with private organization: Are there differences between nonprofits and for—profits”, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 42(4):689—715.
- 安德鲁·琼斯 约翰·波斯内特, 2000,《慈善经济学》,载《福利经济学前沿问题》,中国税务出版社。
- 陈津利, 2008,《中国慈善组织个案研究——慈善组织的成功、策略和公众参与》,中国社会出版社。
- 陈叶烽等, 2010,《信任水平的测度及其对合作的影响:来自一组实验微观数据的证据》,《管理世界》第4期。
- 蔡宁等, 2009,《经济理性、社会契约与制度规范:企业慈善动机问题研究综述与扩展》,《浙江大学学报》(人文社会科学版)第2期。
- 傅金鹏, 2012,《西方非营利组织问责理论评介》,《国外社会科学》第1期。
- 高勇强等, 2011,《民营企业企业家社会身份、经济条件与企业慈善捐赠》,《经济研究》第12期。
- 贺立平, 2004,《慈善行为的经济分析》,《北京科技大学学报(社会科学版)》第2期。
- 刘凤芹 卢玮静, 2013,《社会经济地位对慈善捐款行为的影响》,《北京师范大学学报》(社会科学版)第3期。
- 马慧娟等, 2013,《非政府组织(NGO)评估机制研究》,《云南大学学报法学版》第6期。
- 王爱君, 2011,《身份经济学研究评述》,《经济学动态》第10期。
- 杨方方, 2011,《残疾人社会保障中政府与民间组织的合作模式:一个初步的探讨》,《山东社会科学》第1期。
- 杨立雄, 2005,《慈善经济学面临的危机与范式转变》,《学术研究》第7期。

(责任编辑:李仁贵)