

校友捐赠行为及对策分析

——以大连理工大学为例

杨克旭 朱志伟 吴 笛 张 璐

辽宁省大连理工大学教育发展基金会 辽宁大连 116024

摘 要: 校友捐赠是高校一流大学建设的重要补充之一。为深入探究校友捐赠行为的现状及影响因素, 本文以大连理工大学为例, 开展实证研究, 从项目设计、宣传手段、信息披露与反馈、校友关系维护几个方面着手, 提出有效促进校友捐赠的对策建议, 进一步提升基金会筹资水平提供重要支撑。

关键词: 校友捐赠; 基金会; 捐赠行为; 对策建议

Alumni donation behavior and countermeasure analysis

— Take Dalian University of Technology as an example

Kexu Yang, Zhiwei Zhu, Di Wu, Lu Zhang

Liaoning Dalian University of Technology Education Development Foundation Dalian, Liaoning 116024

Abstract: Alumni donation is one of the important supplements to the construction of first-class universities. To further explore the present situation of alumni donation behavior and influencing factors, this paper in Dalian university of technology, for example, to carry out empirical research, from the project design, publicity, information disclosure and feedback, alumni relations maintenance several aspects, put forward effectively promote alumni donation, further enhance the level of foundation financing to provide important support.

Keywords: alumni donation; Foundation; Donation behavior; Countermeasures and suggestions

1 前言

高校基金会作为我国公益基金会组织的一个特殊且重要的组成部分, 在争取更多社会力量支持高等教育事业发展、拓宽高校多元化收入体系方面发挥了重要作用。

作者简介:

杨克旭, 1975年, 男, 籍贯: 辽宁省本溪市, 满族, 管理学硕士, 辽宁省大连理工大学教育发展基金会秘书长, 教育管理;

朱志伟, 1983年, 男, 籍贯: 辽宁省辽阳市, 汉族, 工学硕士, 辽宁省大连理工大学教育发展基金会副秘书长, 教育管理;

吴笛, 1984年, 女, 籍贯: 辽宁省大连市, 汉族, 管理学硕士, 辽宁省大连理工大学教育发展基金会秘书处办公室主任, 教育管理;

张璐, 1991年, 女, 籍贯: 辽宁省锦州市, 汉族, 文学硕士, 辽宁省大连理工大学教育发展基金会管理部职员, 教育管理。

在对高校的捐赠中, 校友群体已成为高校捐赠资金的不可或缺的力量, 尤其国家实施“双一流”建设以后, 校友捐赠母校的人数、金额均呈上升趋势。为深入探究校友捐赠行为影响因素, 本文以大连理工大学为例, 开展实证研究, 从项目设计、宣传手段、信息披露与反馈、校友关系维护几个方面着手, 提出有效促进校友捐赠的对策建议, 进一步提升基金会筹资水平提供重要支撑。

本研究围绕影响校友捐赠行为的可能因素, 从项目设计、宣传手段、信息披露与反馈、校友关系维护等角度设计问题, 通过微信面向校友随机发放问卷, 了解校友捐赠的行为特征、感受、捐赠动机等。本次调查共回收有效问卷199份, 其中117位受访者曾进行过捐赠。调查对象分布于27个省及港澳台和海外地区, 与大连理工大学校友实际地域分布相符; 9成以上校友年龄分布在18岁-60岁之间, 且各年龄段分布较为平均; 8成以上校友学历为本科, 专业分布也较为平均。调查数据真实有效。

万元,甚至一次性捐赠更多。这一方面反映了财富积累需要时间,说明相对于年轻人来说,越来越多经济条件好的中青年校友开始思考回馈母校。

2.2.3 项目二次传播意愿分析

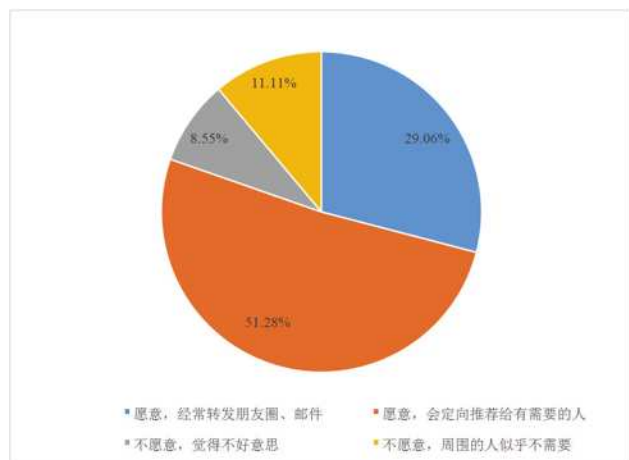


图5 是否愿意向他人推荐筹款项目

随着社会公益事业的发展和学校捐赠氛围的营造,越来越多的校友愿意参与捐赠,捐赠过的校友对学校捐赠资金的使用认可度、满意度较高,乐于号召更多的人为母校事业发展助力。数据表明,多数校友愿意向他人推荐筹款项目,超过半数校友捐赠后会定向给有需要的人推荐捐赠项目。从行为习惯来看,更多的校友愿意在一定条件下、一定范围内对捐赠项目进行二次传播。

2.3 捐赠行为影响因素分析

2.3.1 一般校友捐赠行为影响因素分析

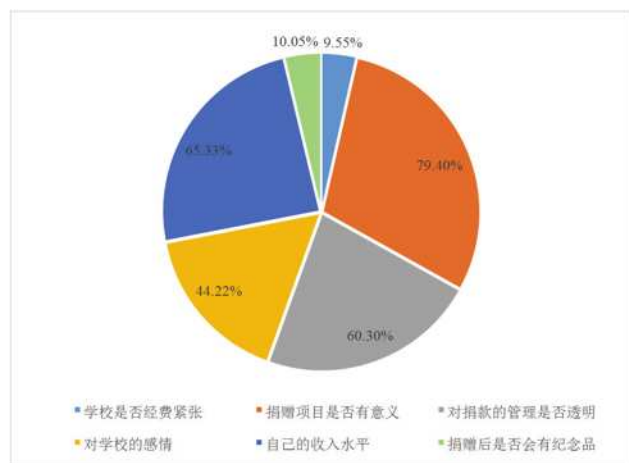


图6 影响校友捐赠行为的主要因素

对于校友来说,捐赠项目是否有意义、收入水平、捐款管理透明度、对学校的感情是影响校友捐赠行为的主要因素。

项目意义是影响捐赠行为的最主要因素,深入洞悉了解捐赠者价值诉求可以发现,校友捐赠主要是因为大

学的“优秀”而来、为大学的成果和未来而来,这与大学的教育目标和特性密切相关。因此,着力凸显大学的“特性”和教育目标,展示大学学术水平和社会贡献的项目更能吸引捐赠者^[2]。

项目管理的透明度也在很大程度上影响捐赠行为。委托代理理论表明,委托代理关系存在于社会发展的各个领域,在高校基金会的运行中也存在捐赠者与高校基金会之间的委托代理关系,即捐赠者将资金委托给高校基金会代理,捐赠资金的使用权由捐赠人让渡给高校基金会,用于资助高校教育事业的发展,但捐赠人与高校基金会在信息、知识、技术等方面存在不同程度的信息不对称,因而高校基金会应努力提高资金使用透明度^[3]。理论上讲,基金会的信息披露质量越好、信息透明度越高,越有助于避免信息不对称,越能加深捐赠者对基金会的了解,进而产生更多捐赠。

2.3.2 在校经历与捐赠行为关系分析



图7 在校经历与捐赠行为关系分析

通过分析已捐赠校友的在校经历,发现与学校存在较强联系的校友更容易捐赠,尤其是参加过校友会活动的校友捐赠更积极,由此可见,在校友活动中的活跃程度与捐赠行为密切相关。校友会工作是高校基金会筹资工作的基础,校友会影响力越大,可联络校友越多,校友捐赠绝对值越大。由此可以得出,在校友活动中的活跃程度与捐赠行为密切相关。从校友群体来看,其参加校友聚会等活动既有情感的需求又有欲望的支配^[1]。

校友与老师的联系也对捐赠行为有较大影响。国外学者 Christopher T Ropp^[4]发现,师生互动越好,校友越愿意提供捐赠。这也为上文校友捐赠师资建设类项目提供了情感依据。

社会交换理论^[5]认为人与人之间的互动行为是一个参与互动各方交换有价值资源的过程,交换的资源不但

有物质资源，还包括心理报酬（支持、信任、自尊和威望等）是遵循互惠原则的。这可以清楚的阐释校友与母校之间的捐赠行为，在校经历构筑了校友与学校的情感关系，在校期间的经历、感受将转化为对学校的好感与归属感，从而进一步影响捐赠行为。

2.3.3 复捐影响因素分析

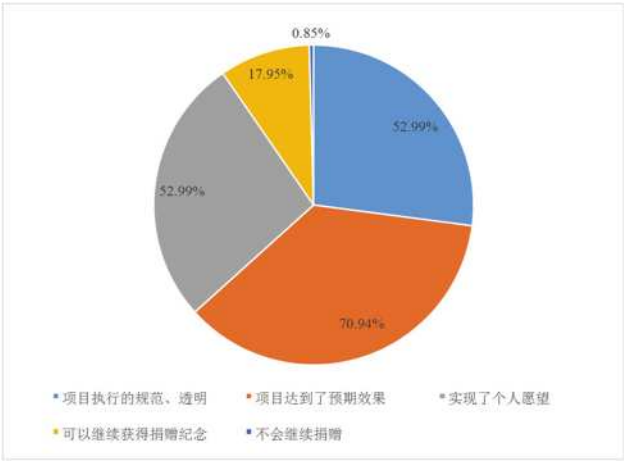


图8 影响捐赠者复捐的因素

对于校友的复捐行为，进一步调查发现影响捐赠者复捐的因素依次为“项目执行规范、透明”、“项目达到了预期效果”、“实现了个人愿望”、“可以继续获得捐赠纪念”。由此可知，捐赠者复捐的影响因素与上文所述捐赠行为影响因素基本一致，基金会管理水平与项目带给捐赠者的意义很大程度上影响校友的再次捐赠。有研究发现，对学校合理利用捐赠的信任度越高，校友捐赠的可能性越大^[6]。此外，根据笔者实际工作经验发现，维护现有捐赠者关系对争取复捐十分重要，成功率远高于未进行关系维护的校友。

2.4 基金会运营行为分析

2.4.1 劝募信息分析

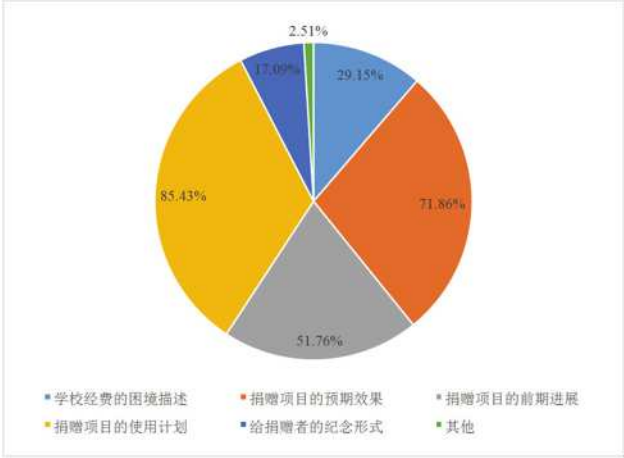


图9 募捐内容描述分析

85%的校友认为劝募信息中应该包括项目的资金使用计划，超过7成的校友认为应包含项目预期效果，超过半数校友认为项目前期进展也很重要。详细的用款计划更容易让捐赠者相信捐赠资金会被妥善使用，并根据计划判断项目的可行性，从而影响捐赠行为。

2.4.2 劝募渠道分析



图10 希望了解捐赠项目的渠道

根据调研，基金会、校友会的微信公众号是校友首选的信息来源渠道，其次是二者的官方网站。这是因为，官方媒体发布信息可信度高，同时，校友们更喜欢主动接收有用信息，而非被动遭受泡沫化信息轰炸。

3 促进校友捐赠的对策建议

3.1 筹款项目要贴近校友需求

围绕校友感兴趣的奖助学金、校园建设、师资建设几个方面深入调研各方需求，设计能切实提升学校实力且亟需资金的筹款项目。同时，细化项目预算，挖掘项目意义与校友间的情感联系，激发校友捐赠热情。此外，针对不同项目、募捐人群设置不同的起捐点，面向不同群体分众推广，制定有针对性的筹款策略。

3.2 筹款宣传要打动校友内心

丰富信息传播内容，把40-60岁中青年校友作为筹款宣传的重要群体，在项目与校友关联、项目预期效果等方面挖掘宣传点；在筹款信息呈现方面，多用数字和往期案例分析展示项目效果，使宣传内容更富吸引力、感染力，既要赢得捐赠者的头脑，也要打动捐赠者的心；畅通更多宣传渠道，探索邮件、杂志等多维推广路径。

3.3 信息披露要赢得校友信任

持续提升项目信息查询的便捷性，及时在网站、微信公众号等媒体披露进展，同时做好查询引导及服务；恰到好处的捐赠反馈可以提升校友捐赠体验，培养捐赠

粘性。除完善结项报告等,还应继续探索强化与已捐赠校友关系的手段,同时重点围绕大额捐赠者设计个性化的回馈方式,将校友复捐意愿切实转化为捐赠行动。

3.4 联络服务要提升校友自豪感

以校友工作为抓手,通过策划校友活动,扩大基础数据库可联络校友数量,同时凝聚校友情谊,加深校友对母校的归属感,推动校友反哺母校;此外,根据高校实际,挖掘校内教师资源,提高校友联络质量。

参考文献:

[1]钟玮,黄文辉,郭樑.高校校友捐赠影响因素实证研究——基于对清华大学校友的调研[J].高教探索,2013(4):43-46.

[2]赵文莉.刍论高校教育基金发展的中国路径——

基于“双一流”大学建设的视角[J].理论导刊,2020(01):118-123.

[3]石争光,李宇立.高校基金会获赠能力影响因素研究——基于高校基金会样本数据的实证研究[J].新疆财经大学学报,2020(01):47-55.

[4]ROPP C T. The relationship between student academic engagement and alumni giving at a public, state flagship university[D]. Lawrence: University of Kansas,2014.

[5]李金阳.社会交换理论视角下虚拟社区知识共享行为研究[J].情报科学,2013,31(04):119-123.

[6]乐为,项丹青,郭金萍.高校校友捐赠心理特征和影响因素研究——以中国计量学院为例[J].技术监督教育,2009(1):1-10.