

行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

非營利組織勸募策略的競爭多樣性與定位 研究成果報告(精簡版)

計畫類別：個別型
計畫編號：NSC 100-2410-H-343-019-
執行期間：100年08月01日至101年07月31日
執行單位：南華大學非營利事業管理學系

計畫主持人：涂瑞德

計畫參與人員：碩士班研究生-兼任助理人員：黃詩貽
碩士班研究生-兼任助理人員：黃宥桂
碩士班研究生-兼任助理人員：楊雅婷
大專生-兼任助理人員：陳佩琳

公開資訊：本計畫涉及專利或其他智慧財產權，1年後可公開查詢

中華民國 101 年 07 月 28 日

中文摘要：非營利組織運用不同的勸募策略來吸引與維繫捐款。本研究探討競爭多樣性之概念，亦即非營利組織對於特定勸募方案策略應用的離散程度與範疇。本研究分析內部與外部因素如何影響勸募策略的競爭多樣性。藉由控制組織年齡與非營利組織密集度，研究結果除了顯示勸募規模與競爭關係連結對於勸募策略的多樣性有顯著的正向關係，也提供重要的研究與管理意涵。

中文關鍵詞：競爭動態、競爭多樣性、勸募策略、策略定位、非營利組織

英文摘要：Fundraising tactics are the set of strategic actions used by nonprofit organizations to attract, mobilize, and retain donations. This study explores the concept of competitive variety—the degree of the dispersion and range of fundraising tactics adopted to compete for charitable giving during a specific solicitation campaign. It examines internal and external sources that affect competitive variety of fundraising tactics. After controlling for age of the organization and density of nonprofits, research findings show that competitive variety of fundraising tactics is significantly positively related to the size of the campaign and the rivalry linkage. This study provides important research and managerial implications.

英文關鍵詞：competitive dynamics, competitive variety, fundraising tactics, strategic positioning, nonprofit organizations

壹、前言

非營利組織用不同的勸募策略來吸引捐贈者與影響他們的動機或行爲。勸募策略涵蓋關係行銷、市場區隔、潛在捐贈者研究與捐款者關係管理等相關領域的決策擬定(Greenfield, 1996; Sargeant & Jay, 2004; Sargeant, Shang & Associates, 2010)。本研究探討競爭多樣性的概念，亦即分析爲何非營利組織會在某些勸募計畫中，同時採用不同的勸募策略。本研究之結果，將有助於瞭解非營利組織競爭行爲與不同勸募策略組合對於勸募績效所產生的影響。

營利或非營利組織之間的競爭，是策略管理領域的重要研究議題(Bryson, 2011; Chen, 1996; Porter, 1980; Oster, 1995)。先前的許多策略管理研究的文獻，大多著重於檢視公司或廠商競爭行爲的決定因素與績效結果(Chen & Miller, 2012; Smith, Ferrier & Ndofor, 2001)。然而，非營利組織在面臨競爭情況時的行動與回應是否與企業相似？非營利組織的勸募策略組合如何兼顧效率與效能？勸募策略的多樣性與組織策略的關係爲何？以上的研究問題，不論從理論或實務觀點，均值得進一步的探討。

過去關於非營利組織勸募的相關研究曾經探討的議題包括：(1)倫理決策；(2)專業化；(3)政府管制與(4)績效評估等(Burlingame & Hulse, 1991; Burlingame, 1997)。例如，一些實證研究分析勸募支出的合理性與決定因素(Andreoni & Payne, 2003; Hager et al., 2002; Thornton, 2006; Steinberg, 1991)。有些學者(Greenfield, 1996; Hager et al., 2002; Hopkins, 2002; Sargeant & Kähler, 1999)則著重於將勸募策略進行分類並且探討他們的成本效益比率。然而，對於影響非營利組織勸募策略多樣性與定位的實證分析，相對上是比較不足的。因此，當勸募環境日趨競爭、複雜化、多元化與科技導向時，如何維持與建構勸募的核心競爭能力，將是非營利組織領導者與勸募人員所必須面對的重要課題(Nichols, 2004)。

貳、研究問題

本研究將透過先前研究企業與廠商競爭行爲的理論架構，探討非營利組織勸募策略多樣性之決定因素。主要的研究問題如下所列：

- (一) 內部因素如勸募金額規模、勸募功能專業化與組織類型如何影響非營利組織勸募策略的競爭多樣性？
- (二) 外部因素如競爭關係連結與勸募期間如何影響非營利組織勸募策略的競爭多樣性？

參、文獻探討

在策略管理的文獻中，競爭多樣性(competitive variety)的概念泛指競爭行動的深度與差異(Ferrier et al., 1999; Nayyar & Bantel, 1994)，並且反映出競爭行爲的廣度。Porter (1980)歸納出三種定位策略，包括(1)差異化；(2)專注或利基與(3)低成本。

差異化的定位策略強調組織如何以獨特的產品或服務來滿足顧客的需求。專注或利基定位策略則是強調對於特定族群、使用者、地理區或服務類型的經營模式。低成本的定位策略則是以最低價格來與競爭者作區隔。部分實證研究(Gnyawali, He, & Madhavan, 2006; Miller & Chen, 1996)則進一步探討環境與組織因素如何影響公司的競爭行為。這些先前研究成果所提供的知識，將有助於本研究探討非營利組織勸募策略競爭多樣性的決定因素。

組織藉由競爭活動來獲取資源、建立正當性、增加影響力與維持生存(Smith et al. 2001)。先前的研究強調藉由跨領域與動態觀點研究組織的競爭行為(Chen, 1996; Chen & Miller, 2012)。因此，依據 Miller 與 Chen (1996)，本研究將探討內部與外部因素如何影響非營利組織勸募策略的競爭多樣性與定位。為了提升在不同捐款市場的競爭優勢，非營利組織須要藉由累積資產與知識來發展內部的勸募管理技能與能力。而一些勸募方案的規劃與執行，也必須花費許多時間與資源(Sargeant & Jay, 2004; Tempel, 2003)。組織的年齡，除了反映經驗、聲譽或規模的差異，同時也會對於勸募策略的選擇或組合產生影響。同時，專業勸募人員也許會因為本身所有知識與技能的差異，影響他們對於勸募競爭環境的認知與所欲採取的勸募定位策略。

此外，外部因素也影響非營利組織勸募策略的競爭多樣性。例如，當組織面臨績效挑戰或環境不確定性時，管理者會傾向於嘗試不同的競爭方式(Cyert & March, 1963)。而組織間關係的網絡位置也會影響競爭行為(Gnyawali et al., 2006)。勸募規模反映出捐贈市場的不確定性與不可預期性，連帶可能會影響對於勸募策略的採用。同樣的，組織之間的競爭與合作關係連結，也會影響非營利組織如何藉由勸募定位策略來回應外在環境的競爭情況。

一、影響勸募策略競爭多樣性之內部因素

(一)勸募規模

非營利組織的外在環境影響策略定位與對於勸募策略的應用(Barman, 2002; Chew & Osborne, 2008; Grønbjerg, 1993)。Barman (2002)探討位於美國芝加哥地區的聯合勸募，其勸募重點與策略是否因為外在環境變遷而有所調整。她的研究結果顯示，由於勸募市場的競爭情況在 1990 年代開始變的更加激烈，一些地方性的聯合勸募組織開始投入更多資源與強調方案成效來進行市場區隔。因此，當非營利組織的勸募金額或規模增加時，必須面對較多的競爭與不確定性，這也間接提高對於採用不同類型勸募策略的可能性。因此，本研究提出以下的假設：

假設 1：勸募規模與勸募策略多樣性之間有顯著的正向關係。

(二)勸募功能的正式化

制度理論學者強調組織如何改變程序、策略以及結構來獲取正當性(legitimacy)

以及維持生存(survival) (DiMaggio & Powell, 1983; Meyer & Rowan, 1977; Scott, 1995)。他們也認為，組織在管理實務與結構上展現類似的特徵，主要是受到強制驅同、規範驅同以及模仿驅同的影響(DiMaggio & Powell, 1983)。一般而言，非營利組織勸募功能的分化與專業化程度，可能反映出對於勸募策略的知識基礎與運用情形。Hager et al. (2002)的問卷調查結果顯示，勸募人員的專業化與勸募的收入之間有關連性。這項結果也許隱含當勸募收入達到特定總額時，非營利組織必須透過專業勸募人員，以較多不同類型的勸募策略來吸引不同捐贈的支持。另外，專業勸募人員也比較容易是一些協會，如美國勸募經理人協會(Association of Fundraising Professionals)的會員，藉由協會所提供的訓練課程或工作坊，來提升對於不同勸募策略的瞭解與實務運用。因此，本研究提出以下的假設：

假設 2：專業勸募人員的雇用與勸募策略多樣性之間有顯著的正向關係。

(三)組織類型

不同類型的非營利組織藉由創造獨特的贊助模式來獲取與維持資源(Foster et al., 2009)。Miller (2002)研究宗教組織持續競爭優勢的來源，主要包括：(1)可信的承諾與正當性、(2)不可模仿性與(3)市場區隔。為了充分應用既有的競爭優勢，宗教組織所直接或間接發起的勸募活動，在與捐款者互動時，可以策略性的以創辦人或獨特的組織使命作為訴求。此外，宗教團體也可以充分運用志工，協助規劃與執行勸募活動。而為了維持組織形象與聲譽，宗教組織對於勸募的方式與策略運應用也會比較謹慎。因此，本研究提出以下的假設：

假設 3：宗教組織連結關係與勸募策略多樣性之間有顯著的負向關係。

二、影響勸募策略競爭多樣性與定位之外部因素

(四)競爭關係

組織間的連結關係不僅影響非營利組織的資源取得與競爭，也對於競爭行動與回應有影響(Gnyawali & Madhavan, 2001)。Gnyawali et al. (2006)探討同時合作與競爭如何影響公司的競爭行為。研究結果顯示，公司在合作網絡中的結構位置(structural position)影響競爭行為的強度與多樣性。有些非營利組織與其他機構在捐款市場有直接或間接的競爭關係。然而，競爭關係如何影響非營利組織的勸募策略或行為？Rose-Ackerman (1982)指出勸募市場的激烈競爭將會迫使非營利組織增加勸募支出。其他兩個相關的實證研究結果(Feigenbaum, 1987; Thornton, 2006)也顯示，當勸募市場同時存在許多競爭者時，非營利組織比較可能會增加勸募支出。而勸募支出的增加，可以被視為是勸募策略多樣化的一個觀察指標。

因此，本研究提出以下的假設：

假設 4：競爭關係連結與勸募策略多樣性之間有顯著的正向關係。

(五)勸募期間

非營利組織的外部環境影響策略定位(Chew & Osborne, 2008)。當勸募市場環境面臨競爭與多樣化時，也會影響不同捐款策略之應用(Barman, 2002; Grønbjerg, 1993)。而當勸募期間延長時，也可能會吸引一些競爭者與增加勸募結果的不確定性，進而促使非營利組織採用更多不同的勸募策略或方式。因此，本研究提出以下的假設：

假設 5：勸募期間與勸募策略多樣性之間有顯著的正向關係。

肆、研究方法

一、研究樣本與資料來源

自從「公益勸募條例」於 2006 年 5 月通過後，國內非營利組織在進行公益勸募時，都必須內政部或縣市政府申請勸募許可。從內政部社會司的公益勸募管理系統所查詢的資料顯示，從 2007 年 1 月到 2009 年 12 月之間，合計有 374 個全國性勸募活動計畫的申請被核准通過。經過初步的資料整理，本研究以 2008 年的 127 個勸募計畫作為所選定的原始樣本。而為了確保勸募計畫之間的可比較性，本研究將會進一步發展樣本的篩選標準。

資料來源除了從內政部社會司的公益勸募管理系統所下載之 2008 年度的勸募活動計畫書，也包括其他從網站、內政部社會司、行政院主計處、台灣公益團體自律聯盟與其他管道所蒐集之次級資料。

二、勸募策略之確認與分類

勸募策略的分類方式可以依據成本、捐款市場與目的(Greenfield, 1996; Hopkins, 2002; Sargeant & Kaehler, 1999)。本研究將參考 Hopkins (2002)，將台灣非營利組織所採用的勸募策略類型分為七種，包括(1)文宣；(2)媒體；(3)網際網路；(4)特殊事件活動；(5)組織間合作；(6)定點勸募以及(7)其他。而每一種勸募策略類型，還可以進一步區分成不同的形式與方法。例如，文宣可以分成郵件、DM、內部刊物、海報與戶外廣告等。同時，本研究也透過結構內容分析(structured content analysis)方法來針對勸募計畫書中的勸募策略進行確認與分類(Jauch et al. 1980; Neuendorf, 2002)。

三、研究變項之衡量

(一)獨立變數

競爭多樣性：此變數衡量非營利組織的勸募方案對於不同勸募策略使用的廣度與深度。本研究參考 Ferrier et al. (1999)與 Miller & Chen (1996)，以離散指數(Dispersion

Index)與範圍指數(Range Index)來衡量競爭多樣性。連散指數的測量公式如下：

$$\text{勸募方案 } i \text{ 的離散指數(D Index)} = 1 - \sum_j (N_{i,j} / N_i)^2$$

$N_{i,j}$ 是勸募方案 i 在第 j th 類型所使用的策略總數；而 $(N_{i,j} / N_i)$ 是勸募方案 i 在第 j th 類型所使用的策略總數比率。

範圍指數主要測量一項勸募活動所使用的勸募策略總數。測量公式如下：

$$R = \sum_j N_{i,j}$$

(二)相依變數

勸募規模：此項變數衡量一項勸募方案在 2008 年的實際勸募所得。

勸募專業化：此變數衡量非營利組織是否有聘用專業的勸募人員。它是一個類別變項，1 表示有聘用專業的勸募人員。

組織型態：此變數衡量行勸募方案的組織特性。它是一個類別變項，1 表示與宗教組織有連結關係。

競爭關係：此項變數衡量非營利組織之間在勸募市場的競爭關係。它是一個類別變項，1 表示是屬於社會福利的方案特質。

勸募期間：此項變數衡量在 2008 年，勸募活動進行的天數。

(三)控制變數

組織年齡：此變數是用西元 2008 減去非營利組織登記設立的年份。

非營利組織密集度：此變數衡量非營利組織在特地區域所面臨的競爭情況。它是一個連續變數，是指 2008 年在特定地區平均每 10,000 人的非營利組織數量。

伍、結果與討論

藉由回歸分析，本研究檢測假設是否獲得支持。表一顯示回歸分析結果。

表 1 回歸分析結果

變項	離散指數(D index)		範圍指數(R Index)	
	係數	標準誤	係數	標準誤
勸募規模 ^a	0.0207*	0.0095	0.0613	0.2057
勸募專業化 ^b	0.0538	0.0409	0.6958	0.8812
組織型態 ^b	-0.0305	0.0483	0.4970	1.0422
競爭關係 ^b	0.1299**	0.0469	2.1071*	1.0121
勸募期間	0.0003 [†]	0.0002	0.0038	0.0038
組織年齡	0.0007	0.0021	0.0369	0.0461
密集度	-0.0014	0.0055	0.0443	0.1195
常數項	0.1490	0.1698	1.2679	3.6600
R^2	0.2284*		0.1302	
Adj. R^2	0.1399		0.0303	
樣本數	69		69	

備註：^a 對數 ^b 類別變項；[†] $p < 0.1$ ；* $p < .05$ ；** $p < .01$ ；*** $p < 0.001$

研究假設 1 預測勸募規模與勸募策略多樣性之間有顯著的正向關係，獲得部分支持。此項結果顯示非營利組織藉由採用不同種類的勸募策略而非增加數量來回應競爭。然而，這也可能對於競爭策略組合如何考量平衡與效能，產生一些矛盾的情況。

研究假設 2 預測專業勸募人員的雇用與勸募策略多樣性之間有顯著的正向關係，並未獲得支持。此項結果也許顯示非營利組織高階團隊可能比勸募專業人員，對於勸募策略的採用有影響力。另外，也有可能是本研究對於勸募專業化變項的衡量方式不夠精確，造成假設無法獲得支持。

研究假設 3 預測宗教組織連結關係與勸募策略多樣性之間有顯著的負向關係，並未獲得支持。此項結果顯示，宗教團體本身所擁有的競爭優勢，並不一定能完全轉移至勸募方案或活動。

研究假設 4 預測競爭關係連結與勸募策略多樣性之間有顯著的正向關係，獲得支持。此項結果顯示，非營利組織藉由在勸募策略的差異化來回應外在環境競爭。

研究假設 5 預測勸募期間與勸募策略多樣性之間有顯著的正向關係，獲得部分支持。此項結果顯示，在執行較長期的勸募計畫或方案時，非營利組織會藉由採用不同種類的勸募策略來管理不確定性的風險。

本研究探討競爭多樣性的概念與進行實證分析，從理論觀點，研究結果有助於瞭解非營利組織回應競爭的行為與影響因素。相似於企業，非營利組織的競爭行為會受到內部與外部環境因素的影響。從實務觀點，本研究建議非營利組織領導者與勸募人

員，應該增進對於競爭觀念與架構的瞭解，以利於將來在規劃與使用不同的勸募策略時，可以提升綜效與產生更廣的影響力。

參考文獻

- Andreoni, J., & Payne, A. A. 2003. Do government grants to private charities crowd out giving or fund-raising? *American Economic Review*, 93: 792-812.
- Barman, E. A. 2002. Asserting difference: The strategic response of nonprofit organizations to competition. *Social Forces*, 80: 1191-1222.
- Bryson, J.M. 2011. *Strategic planning for public and nonprofit organizations*, 4th edition, San Francisco: Jossey-Bass.
- Burlingame, D.F. 1997. *Critical issues in fund raising*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Burlingame, D.F., & Hulse, M. (Eds.) 1991. *Taking fundraising seriously*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Chen, M. J. 1996. Competitor analysis and interfirm rivalry: Toward a theoretical integration. *Academy of Management Review*, 21: 100-134.
- Chen, M.J., & Miller, D. 1994. Competitive attack, retaliation and performance: An expectancy-valence framework. *Strategic Management Journal*, 15: 85-102.
- Chen, M.J., & Miller, D. 2012. Competitive dynamics: Themes, trends, and theoretical thrusts, *Academy of Management Annals*, forthcoming.
- Chew, C., & Osborne, S. P. 2009. Identifying the factors that influence positioning strategy in UK charitable organizations that provide public services. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 38: 29-50.
- Cyber, R.M. & March, J. G. 1963. *A behavioral theory of the firm*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. 1983. The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48: 147-160.
- Feigenbaum, S. 1987. Competition and performance in the nonprofit sector: The case of US medical research charities. *Journal of Industrial Economics*, 35: 241-253.
- Ferrier, W. J., Smith, K. G., & Grimm, C. M. 1999. The role of competitive action in market share erosion and industry dethronement: A study of industry leaders and challengers. *Academy of Management Journal*, 42: 372-388.
- Foster, W.L., Kim, P., & Christiansen, B. Spring 2009. Ten nonprofit funding models, *Stanford Social Innovation Review*, 32-39.
- Gnyawali, D. R., He, J., & Madhavan, R. 2006. Impact of co-opetition on firm competitive behavior: An empirical examination. *Journal of Management*, 32: 507-530.
- Greenfield, J. M. 1996. *Fund-raising cost effectiveness : A self-assessment workbook*. New York: John Wiley.
- Grønbjerg, K. A. 1993. *Understanding nonprofit funding: Managing revenues in social services and community development organizations*. San Francisco: Jossey-Bass.

- Hager, M., Rooney, P., & Pollak, T. 2002. How fundraising is carried out in US nonprofit organizations. *International Journal of Nonprofit & Voluntary Sector Marketing*, 7: 311.
- Hopkins, B.R. 2002. *The law of fundraising*, 3rd edition. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Jauch, L.R., Osborn, R.N., & Martin, T.N. 1980. Structural content analysis of cases: A complementary method for organizational research, *Academy of Management Review*, 5: 515-526.
- March, J. G. 1991. Exploration and exploitation in organization learning, *Organization Science*, 2:71-87.
- Meyer, J. W., & Rowan, B. 1977. Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83: 340-363.
- Miller, K.T. 2002. Competitive strategies of religious organizations. *Strategic Management Journal*, 23: 435-456.
- Miller, D, & Chen, M. J. 1996. The simplicity of competitive repertoires: An empirical analysis. *Strategic Management Journal*, 17: 419-439.
- Nayyar, P. R., & Bantel, K. A. 1994. Competitive agility: A source of competitive advantage based on speed and variety. *Advances in Strategic Management*, 19: 193-222.
- Neuendorf, K.A. 2002. *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Nichols, J.E. 2004. Repositioning fundraising in the 21st century. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 9: 163-170.
- Oster, S.M. 1996. *Strategic management for nonprofit organizations: Theory and cases*, New York: Oxford University Press.
- Porter, M. E. 1980. *Competitive strategy*. New York: Free Press.
- Rose-Ackerman, S. 1982. Charitable giving and "excessive" fundraising. *Quarterly Journal of Economics*, 97: 193-212.
- Sargeant, A., & Jay, E. 2004. *Fundraising management : analysis, planning and practice*. New York: Routledge.
- Sargeant A, Shang J & Associates 2010. *Fundraising: principles and practice*, San Francisco: Jossey Bass.
- Sargeant, A., & Kähler, J. 1999. Returns on fundraising expenditures in the voluntary sector. *Nonprofit Management and Leadership*, 10: 5-19.
- Scott, W. R. 1995. *Institutions and organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Smith, K. G., Ferrier, W. J., & Ndofor, H. 2001. Competitive dynamics research: Critique and future directions. In J. S. Harrison (Ed.), *The Blackwell handbook of strategic management*: 315-361. Malden, MA: Blackwell.
- Steinberg, R. 1991. The economics of fundraising. In D. Burlingame, & M. Hulse (Eds.), *Taking fundraising seriously*: 239-256. San Francisco: Jossey-Bass.
- Tempel, E. R. (ed.) 2003. *Hank Rosso's achieving excellence in fund raising*, 2nd Edition. San Francisco: Jossey-Bass, Inc.
- Thornton, J. 2006. Nonprofit fund-raising in competitive donor markets. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 35: 204-224.

國科會補助專題研究計畫成果報告自評表

請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況、研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）、是否適合在學術期刊發表或申請專利、主要發現或其他有關價值等，作一綜合評估。

1. 請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況作一綜合評估

達成目標

未達成目標（請說明，以 100 字為限）

實驗失敗

因故實驗中斷

其他原因

說明：

本研究之成果與原計畫之預計大致符合。

2. 研究成果在學術期刊發表或申請專利等情形：

論文： 已發表 未發表之文稿 撰寫中 無

專利： 已獲得 申請中 無

技轉： 已技轉 洽談中 無

其他：（以 100 字為限）

研究者已經將研究成果改寫成文章，發表於 2012 台灣社會福利學會年會，目前也計畫將文章投稿於《VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations》。

3. 請依學術成就、技術創新、社會影響等方面，評估研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）（以 500 字為限）

本研究探討競爭多樣性的概念與進行實證分析，從理論觀點，研究結果有助於瞭解非營利組織回應競爭的行為與影響因素，進而發展理論架構。相似於企業，非營利組織的競爭行為會受到內部與外部環境因素的影響。從實務觀點，本研究結果將可以進一步針對非營利組織領導者與勸募人員，藉由案例討論與工作坊，提升對於勸募競爭觀念與架構的瞭解，以期將來在規劃與使用不同的勸募策略時，可以提升綜效與產生更廣的影響力。

國科會補助計畫衍生研發成果推廣資料表

日期:2012/07/28

國科會補助計畫	計畫名稱: 非營利組織勸募策略的競爭多樣性與定位
	計畫主持人: 涂瑞德
	計畫編號: 100-2410-H-343-019- 學門領域: 社會福利
無研發成果推廣資料	

100 年度專題研究計畫研究成果彙整表

計畫主持人：涂瑞德

計畫編號：100-2410-H-343-019-

計畫名稱：非營利組織勸募策略的競爭多樣性與定位

成果項目		量化			單位	備註（質化說明：如數個計畫共同成果、成果列為該期刊之封面故事...等）	
		實際已達成數（被接受或已發表）	預期總達成數（含實際已達成數）	本計畫實際貢獻百分比			
國內	論文著作	期刊論文	0	0	0%	篇	
		研究報告/技術報告	0	0	0%		
		研討會論文	1	1	100%		
		專書	0	0	0%		
	專利	申請中件數	0	0	0%	件	
		已獲得件數	0	0	0%		
	技術移轉	件數	0	0	0%	件	
		權利金	0	0	0%	千元	
	參與計畫人力 （本國籍）	碩士生	3	3	100%	人次	
		博士生	0	0	0%		
博士後研究員		0	0	0%			
專任助理		0	0	0%			
國外	論文著作	期刊論文	0	0	0%	篇	
		研究報告/技術報告	0	0	0%		
		研討會論文	0	0	0%		
		專書	0	0	0%		章/本
	專利	申請中件數	0	0	0%	件	
		已獲得件數	0	0	0%		
	技術移轉	件數	0	0	0%	件	
		權利金	0	0	0%	千元	
	參與計畫人力 （外國籍）	碩士生	0	0	0%	人次	
		博士生	0	0	0%		
博士後研究員		0	0	0%			
專任助理		0	0	0%			

<p>其他成果 (無法以量化表達之成果如辦理學術活動、獲得獎項、重要國際合作、研究成果國際影響力及其他協助產業技術發展之具體效益事項等，請以文字敘述填列。)</p>	無
--	---

	成果項目	量化	名稱或內容性質簡述
科 教 處 計 畫 加 填 項 目	測驗工具(含質性與量性)	0	
	課程/模組	0	
	電腦及網路系統或工具	0	
	教材	0	
	舉辦之活動/競賽	0	
	研討會/工作坊	0	
	電子報、網站	0	
	計畫成果推廣之參與(閱聽)人數	0	

國科會補助專題研究計畫成果報告自評表

請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況、研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）、是否適合在學術期刊發表或申請專利、主要發現或其他有關價值等，作一綜合評估。

1. 請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況作一綜合評估

達成目標

未達成目標（請說明，以 100 字為限）

實驗失敗

因故實驗中斷

其他原因

說明：

2. 研究成果在學術期刊發表或申請專利等情形：

論文： 已發表 未發表之文稿 撰寫中 無

專利： 已獲得 申請中 無

技轉： 已技轉 洽談中 無

其他：（以 100 字為限）

3. 請依學術成就、技術創新、社會影響等方面，評估研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）（以 500 字為限）

本研究探討競爭多樣性的概念與進行實證分析，從理論觀點，研究結果有助於瞭解非營利組織回應競爭的行為與影響因素，進而發展理論架構。相似於企業，非營利組織的競爭行為會受到內部與外部環境因素的影響。從實務觀點，本研究結果將可以進一步針對非營利組織領導者與勸募人員，藉由案例討論與工作坊，提升對於勸募競爭觀念與架構的瞭解，以期將來在規劃與使用不同的勸募策略時，可以提升綜效與產生更廣的影響力。