

南華大學管理學院企業管理學系非營利事業管理碩士班

碩士論文

Master Program in Nonprofit Organization Management

Department of Business Administration

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

非營利機構捐款態度之研究

The Study on Donation Attitude of Non-profit Organizations



黃郁雅

Yu-Ya Huang

指導教授：郭東昇 博士

Advisor: Tung-Sheng Kuo, Ph.D.

中華民國 109 年 6 月

June 2020

南 華 大 學

企業管理學系非營利事業管理碩士在職專班
碩士學位論文

非營利機構捐款態度之研究

The Study on Donation Attitude of Non-profit Organizations

研究生：黃郁雅

經考試合格特此證明

口試委員：涂瑞德
高東昇
羅健彬

指導教授：高東昇

系主任(所長)：黃國忠

口試日期：中華民國 109 年 07 月 02 日

準碩士推薦函

本校企業管理學系非營利事業管理碩士班研究生黃郁雅君在本系修業一年，已經完成本系碩士班規定之修業課程及論文研究之訓練。

1、在修業課程方面：黃郁雅君已修滿36學分，其中必修科目：研究方法、非營利組織募款專題等科目，成績及格(請查閱碩士班歷年成績)。

2、在論文研究方面：黃郁雅君在學期間已完成下列論文：

(1)碩士論文：非營利機構捐款態度之研究

(2)學術期刊：

本人認為黃郁雅君已完成南華大學企業管理學系非營利事業管理碩士班之碩士養成教育，符合訓練水準，並具備本校碩士學位考試之申請資格，特向碩士資格審查小組推薦其初稿，名稱：非營利機構捐款態度之研究，以參加碩士論文口試。

指導教授：郭東哥 簽章

中華民國 109 年 6 月 1 日

謝誌

「學無止境」讀研究所是生涯規劃中預定的目標，期勉著自己有階段性之成長，以求知的動力來豐富自己的人生。在因緣際會下比預期規劃提早了五年與丈夫志成一起進修，故需帶著兩個上國中的寶貝一起上課，面對家庭、工作、學業與志工之擔任，此階段忙到不可開交，唯有利用休假日及縮減夜間休息時間來撰寫論文，真正體驗到在職進修之艱辛。

修業期間感謝所有師長們慷慨解惑、細心教導，讓我受惠良多。幾度因時間與體力無法負荷而萌生退意，幸有郁慈同學及郭東昇教授的支持鼓勵，使就讀的原動力得以持續。

這篇論文能從無到完成，由衷感謝郭東昇教授的慈勉與孜孜不倦的指導，亦感謝親朋好友熱心協助填寫轉發問卷，使研究資料收集完整。感謝口試委員雲林科技大學羅進水教授、以及本校涂瑞德教授、郭東昇教授細心審閱指正，使本篇論文更臻完善，謹致上最誠摯的謝意。

最後要感謝我的一對寶貝兒女咨婷與崇佑，平常日要上課還得捨去休假日陪我們伴讀，在我忙於撰寫論文時，懂得自己照料自己並分擔家事，對我而言是最大的支持，在此感謝所有支持我的親朋好友，謹將此論文與畢業的喜悅，與我親密的家人與好友分享。

黃郁雅 謹誌

南華大學管理科學研究所

中華民國 108 年 6 月

南華大學管理學院企業管理學系非營利事業管理碩士班

108 學年度第 2 學期碩士論文摘要

論文題目：非營利機構捐款態度之研究

研究生：黃郁雅

指導教授：郭東昇 博士

論文摘要內容：

非營利機構是協助公部門照顧弱勢團體的第三部門，於社會上扮演極重要角色，由於營運經費不是來自服務對象並且公部門之補助有限，故非營利機構只能仰賴各界善心人士以及民間企業組織團體，以捐款型式來湊足經費以維持營運。非營利機構必需了解捐款者之捐款導向並提昇機構形象與能見度，方能獲得大眾的肯定與贊助，穩定的經費來源是非營利機構維持營運重要的關鍵。

本研究重點在探討非營利機構捐款者之捐款態度之相關影響，針對捐款動機、捐款意願及幸福感等變項，採取抽樣方式以問卷調查之形式，回收問卷樣本共 366 份，依此樣本資料加以研究分析，期待藉由此項研究給予非營利機構做為募款計劃及勸募活動之參考。問卷資料彙整後使用描述性分析、信度分析、T 檢定分析、單因子變異數分析、以及迴歸分析等統計方法研究分析，研究結論如下：

1. 捐款動機會影響捐款意願。
2. 捐款意願會影響幸福感。
3. 捐款動機會影響幸福感。
4. 捐款動機在捐款意願與幸福感之間具有中介效果。

關鍵詞：非營利機構、捐款態度、捐款意願、幸福感

Thesis Title: Research on Donations from Non-profit Organizations

**Department: Master Program in Nonprofit Organization Management
Department of Business Administration, Nanhua University**

Graduate Date: June 2020

Degree Conferred: M.B.A.

Name of Student: Yu-ya Huang

Advisor: Tung-Sheng Kuo Ph.D.

Abstract

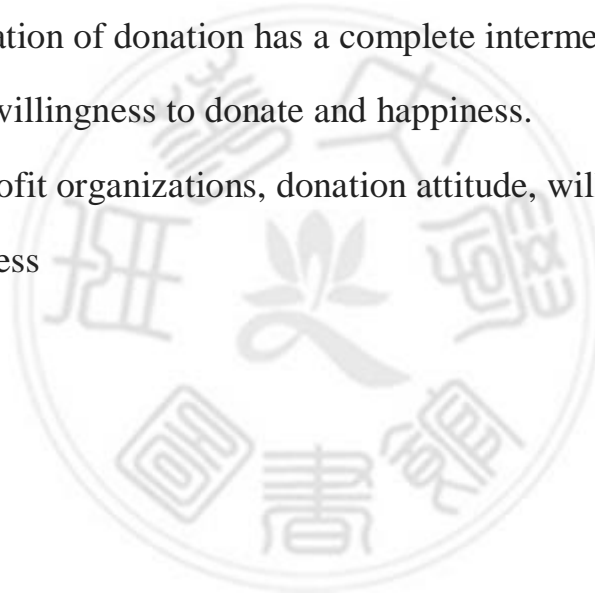
Non-profit organizations are the third sector that assists the public sector in taking care of disadvantaged groups. They play a very important role in society. Since operating funds are not from service targets and public sector subsidies are limited, non-profit organizations can only rely on well-meaning people and private enterprises Organize groups to make up funds with donations to maintain operations. Non-profit organizations must understand the donation orientation of donors and enhance the image and visibility of the organization in order to obtain public recognition and sponsorship. A stable source of funding is the key to maintaining the operation of non-profit organizations.

This study focuses on discussing the relative impact of donation attitudes of non-profit organization donors. A total of 366 sample questionnaires were collected in the form of questionnaire surveys for variables such as donation motivation, donation willingness and happiness, a sampling method is adopted in the form of a questionnaire survey. A total of 366 questionnaire samples are recovered. I look forward to using this research to give non-profit organizations

a reference for fundraising plans and persuasion activities. The questionnaires were collected and analyzed using statistical methods such as descriptive analysis, Reliability analysis, T test analysis, single factor change Variation analysis, and regression analysis. The research results in conclusion are as follows:

1. Donation opportunities affect the willingness to donate.
2. The willingness to donate affects happiness.
3. Donations and opportunities affect happiness.
4. The motivation of donation has a complete intermediary effect between the willingness to donate and happiness.

Keywords: non-profit organizations, donation attitude, willingness to donate, happiness



目錄

準碩士推薦函.....	I
謝誌.....	II
論文摘要內容：.....	III
Abstract.....	IV
目錄.....	VI
圖目錄.....	IX
表目錄.....	X
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究動機.....	3
1.3 研究目的.....	4
1.4 研究對象.....	5
1.5 研究流程.....	5
1.6 研究限制.....	7
第二章 文獻探討.....	8
2.1 捐款態度之行為意涵.....	8
2.2 捐款動機.....	11
2.2.1 捐款動機之定義.....	11
2.2.2 捐款動機之相關理論.....	12
2.3 捐款意願.....	16
2.3.1 捐款意願之定義.....	16
2.3.2 捐款意願之相關理論.....	16

2.4 幸福感	18
2.4.1 幸福感之定義	18
2.4.2 幸福感之相關理論	18
第三章 研究方法	22
3.1 研究架構	22
3.2 研究假設	24
3.3 研究變項之操作型定義	25
3.4 問卷設計與抽樣	26
3.4.1 抽樣方法與預試樣本	27
3.4.2 正式問卷	27
3.5 資料分析方法	32
3.5.1 描述性統計	32
3.5.2 獨立樣本 T 檢定	32
3.5.3 單因子變異數分析	32
3.5.4 信度分析	33
3.5.5 迴歸分析	33
3.5.6 路徑模型分析	33
3.5.7 中介效果分析	34
第四章 研究結果與研究分析	35
4.1 描述性統計分析	35
4.2 信度分析及效度分析	41
4.2.1 信度分析	41
4.2.2 效度分析	41
4.3 獨立樣本 T 檢定與單因子變異數分析	42

4.3.1 獨立樣本 T 檢定.....	43
4.3.2 單因子變異數分析.....	44
4.4 迴歸分析.....	58
4.4.1 捐款動機與捐款意願之迴歸分析.....	58
4.4.3 捐款意願與幸福感之迴歸分析.....	58
4.4.2 捐款動機與幸福感之迴歸分析.....	58
4.5 路徑模型的分析.....	59
第五章 結論與建議.....	61
5.1 研究結論.....	61
5.1.1 捐款者背景特徵研究.....	61
5.1.2 捐款者背景與捐款動機之研究結論.....	62
5.1.3 捐款者背景與捐款意願之研究結論.....	64
5.1.4 捐款者背景與幸福感之研究結論.....	66
5.1.5 捐款動機、捐款意願與幸福感之研究結論.....	68
5.1.6 中介效果.....	68
5.2 建議.....	69
5.2.1 對非營利機構之建議.....	69
5.2.2 對未來研究建議.....	70
參考文獻.....	71
一、中文部分.....	71
二、英文部分.....	74
附錄一：量化問卷.....	75

圖目錄

圖 1.1 研究流程圖.....	6
圖 2.1 影響 NPO 捐款人行為之關鍵因素探討模型.....	10
圖 2.2 馬斯洛 (Maslow) 需求層級理論圖.....	21
圖 3.1 研究架構圖.....	23
圖 4.1 路徑分析參數估計圖.....	60



表目錄

表 2.1 捐款動機的相關文獻整理	14
表 3.1 前測各項構面信度分析	27
表 3.2 個人背景資料表	28
表 3.3 捐款動機量表	29
表 3.4 捐款意願量表	30
表 3.5 幸福感量表	31
表 4.1 個人基本資料描述性統計分析(n=366)	39
表 4.2 個人基本資料描述性統計分析-合併後 (n=366)	40
表 4.3 信度分析結果	41
表 4.4 性別對各研究構面之差異分析表	43
表 4.5 年齡對各研究構面之差異分析表	44
表 4.6 婚姻對各研究構面之差異分析表	46
表 4.7 教育程度對各研究構面之差異分析表	48
表 4.8 有無宗教信仰對各研究構面之差異分析表	50
表 4.9 個人年所得對各研究構面之差異分析表	51
表 4.10 工作職務對各研究構面之差異分析表	53
表 4.11 捐款年資對各研究構面之差異分析表	56
表 4.12 各變項迴歸分析彙整表	59
表 4.13 迴歸取向路徑分析各項效果分解說明	60
表 5.1 不同背景之捐款者對捐款動機有顯著影響之驗證結果	64
表 5.2 不同背景之捐款者對捐款意願有顯著影響之驗證結果	66
表 5.3 不同背景之捐款者對幸福感有顯著影響之驗證結果	67

表 5.4 捐款動機、捐款意願與幸福感驗證結果 68



第一章 緒論

1.1 研究背景

非營利組織(Nonprofit Organization, NPO)乃非以獲得財務之利潤為目的而設立，淨盈餘非分配給私人或成員，是具有公共、獨立、民間等性質之組織或團體。(蕭新煌，民 89)

非營利機構是社會公益組織不以營利為目的，是民眾「施」與「受」的互助交流平台，重要的功能是協助公部門解決社會問題。在政府無法顧及全部民眾之福祉及基本安全，非營利機構對於國家社會貢獻極大，所提供的互助平台讓全民能以捐款方式參與弱勢團體之救助，以回饋社會的方式減少貧富差距，使整體社會的發展更加穩定。非營利機構除了要有專業之服務條件、打造優良構形象與能見度，機構維持營運尚需開發連結新的資源才能順利發展。

「捐款收入」對於非營利機構之營運影響甚大，Gronbjerg 學者指出非營利機構，有 84%的捐款來自於個人，致於遺產捐贈或基金會、法人捐贈僅佔捐款總額的 10%(Gronbjerg, 1993)。台灣社會福利機構之財務源為：社會捐款 39.9%、政府補助 28.7%、服務收費 11.7%、聯合勸募補助 0.5%等，也是以「捐款收入」較高（鄭怡世，民 88；施教裕，民 86）。

當民眾收入增加，慈善捐款也就會增加，而在高物價及高失業率時，民眾工資減少購買力下降生活壓力大民眾的幸福感減低，其進行慈善捐款行為可能就會相對減少（洪久媛，民 101）。時下公部門補助不足，又礙於相關法令及法規之限制與募款條款之規範，因此非營利機構籌募資

金困難，仍需有固定開銷支付聘用專業人員之經費，資金不足即無法維持營運。唯有掌握捐款者之捐款意向，持續獲得社會大眾的支持與捐助，是非營利機構生存之要素。

影響非營利機構之生存要件如下：

一則探討機構本身形象問題，例如：經營理念、信譽、服務態度等。大多非營利機構具有宗教背景，本著慈心大愛創立慈善機構，其設立的目的皆在濟世救人協助國家解決社會問題。非營利機構存在的型態很多，依其設立宗旨與目的，所服務的對象類型有低收入戶、身心障礙者、老人、兒童、弱勢家庭及宗教團體等，皆以捐款收入為主要經費來源。然而受贈單位之形象與信譽會直接影響捐款者之觀感與捐款意願。機構文化特色及專業服務皆需優質化，才能與同業競爭。以往非營利機構着重於即定目標之實踐，忽略社會大眾觀感之重要；現今以捐款人為導向、在眾多不同的非營利組織，捐款者對於受贈單位之選擇，取決於非營利組織的形象與公信力、經費的運用以及服務成效。故應重視捐款人之捐款訴求，獲社會大眾得對機構之認同，才能發掘潛在捐款者。

一則探討非營利機構經費來源問題，在政府補助不足與捐款收入減少，例如：外在環境的變異、經濟不景氣、同業的競爭與威脅造成捐款之移轉。現今社會重視人權及兩性平等，尤其是弱勢團體更頗受關注，更多人投入社會福利工作。為了確保弱勢團體之相關權益，非營利機構受到政府單位許多法令的規範與監督，對於社會救助已不再是善心人士有心就能參與，相關業務之執行及人員聘用都趨向專業化及多元化，因此非營利機構必需投入更多的人力與財力，甚至是外在整體環境條件及內部個案資料的建立都有相當的要求與管控以達到評鑑的標準。茲於非營利組織

大部分皆無法從服務對象收取經費，公家單位補助有限，故社會大眾的善心捐助成為非營利機構持續經營的要件。因此非營利機構需自行開發財源，連結更多的外部資源，以辦活動的方式宣傳或廣告，吸引社會大眾的關注並尋找潛在之捐款者獲得更多的資源及資金。

1.2 研究動機

「惻隱之心人皆有之」行善助人是天性的使然；古云：「助人為快樂之本」，人們在行善的同時自己也獲得自我滿足與幸福感，故云「施」與「受」皆有福，一個是外在實體的受益，一個是內在心靈的滿足，捐款也是一種利己利人的行為，就如同佛家所云：「行善助人可增添福報」，無論如何善行是值得延續的。

如何激發國人捐款並持續捐款助人，讓社會福利機構能永續經營，救助更多弱勢同胞，使得社會整體機能提昇，提高弱勢民眾生活水準。面對時代變遷各層面之衝擊，非營利機構募資不易，需加以探討捐款者之捐款導向，而捐款動機因人而異，有源自於自發性之同理心、有見聞苦難之人而心生悲憫、有本身受過別人的捐助感同身受而捐款、有受到親朋好友的鼓勵而捐款、有為企業或個人節稅而捐款、亦有為了消災祈福而捐款。總之在經濟能力許可之下，捐款人願意將自己的財物捐出救助弱勢以回饋社會，無論捐款者之動機為何？是利己或者利他或利社會！唯一不變的是期待受贈者因捐款而實質受益，善款之運用符合捐款者之期待。

因此了解捐款者之「捐款導向」，是非營利機構持續獲得捐助之重要關鍵。本研究在探討捐款人在進行捐款時的動機與意願，希望透過問卷了解捐款者之捐款行為模式，對於不同背景的人，以各層分析對捐款的看法

與參與程度為何，有無宗教背景捐款意願之差異，捐款者是採取主動因素或者是被動因素，對於受贈單位服務的類型是否會影響捐款者捐款之決策，對受贈機構的認同程度與捐款意願和捐款態度之關係，當捐款行為發生時，捐款者所獲得自我實現與幸福感之程度，也會影響捐款者持續捐款的意願。在高失業率的時代，人們若無經濟基礎捐款意願較為薄弱；即使如此，當一旦發生急難事件時，一般人還是會發揮同胞愛，具有高度的助人意願與價值觀，要如何獲得捐款者的信賴與護持，機構必需深入了解捐款者的捐款意願與捐款態度，使捐款人在捐款同時感受到滿足與幸福，是非營利機構要深入了解的議題。

1.3 研究目的

探討非營利機構如何穩定資金來源，為增加捐款收入以永續經營，應該關注那些問題並提升或改善，機構以捐款者為導向，能於執行勸募方案中吸引更多社會大眾之重視，開發更多潛在捐款者，進而提升捐款者助人之幸福感。本研究目的在了解捐款者捐款意願與捐款態度和幸福感之間的關連，探討非營利機構捐款意願與幸福感，是否會因個人背景不同而產生明顯差異性，研究的目的如下：

- 1、探討不同背景之捐款者，對於捐款意願之關係。
- 2、探討不同背景之捐款者，對於捐款態度之關係。
- 3、探討不同背景之捐款者，對於幸福感之關係。
- 4、瞭解捐款者之捐款態度、捐款意願與幸福感之關係。
- 5、提供非營利機構規畫募款計劃及未來機構營運方式之參酌。

1.4 研究對象

本研究對象主要是針對有捐款行為者為研究對象，採用網路問卷調查方法，為保護個資以匿名方式回傳，以獲取本研究所需之研究資料；受測者為研究者個人親友及其親友之人際網絡，不限區域及年齡層及工作性類型，資料匯整後以捐款態度、捐款意願及幸福感等三個變項為主，探討其關聯性。

1.5 研究流程

為了解社會大眾對非營利機構之捐款決策要點，以提升並加強機構服務社會之效能，不負社會大眾之期待，以擬定研究背景和動機及其目的，並蒐集到有關主題之相關文獻，編定研究架構、確定研究對向，進行問卷編訂，以網路問卷工具施測與回收。從五個章節加以研究探討，內容大綱分為：

- (1) 緒論—探討非營利組織之捐款態度的背景問題，簡述問題存在之關聯性，從各種面向找出與捐款態度和捐款意願之關聯性，並列舉相關的問題以達成研究之目的與效益。
- (2) 文獻探討—乃是搜集國內外與研究主題相關之資料，探討非營利組織捐款態度、捐款意願、幸福感等相關的理論，了解捐助者對捐款目的之認知理論以及實證研究之假設與推論，將文獻資料整合分析，以建立研究架構與分析方法。
- (3) 研究方法—由文獻資料探討影響非營利組織捐款之要素，制定研究假設採用抽樣式之問卷調查，先進行問卷前測，再進行問卷之追蹤回收，最後匯整資料及變項統計分析，並一一檢視問卷之信度。
- (4) 資料分析與討論—以 SPSS 套裝統計之軟體，將回收問卷和樣本做為

相關分析，經由合理的推論與統計結果相互驗證，再由研究架構進行分析與結果討論。

- (5) 結論建議—由研究結果，對照文獻探討、研究架構及問題，加以討論歸納，並提出與結論相關之建議，以做為非營利組織勸募計劃與經營管理之參考。

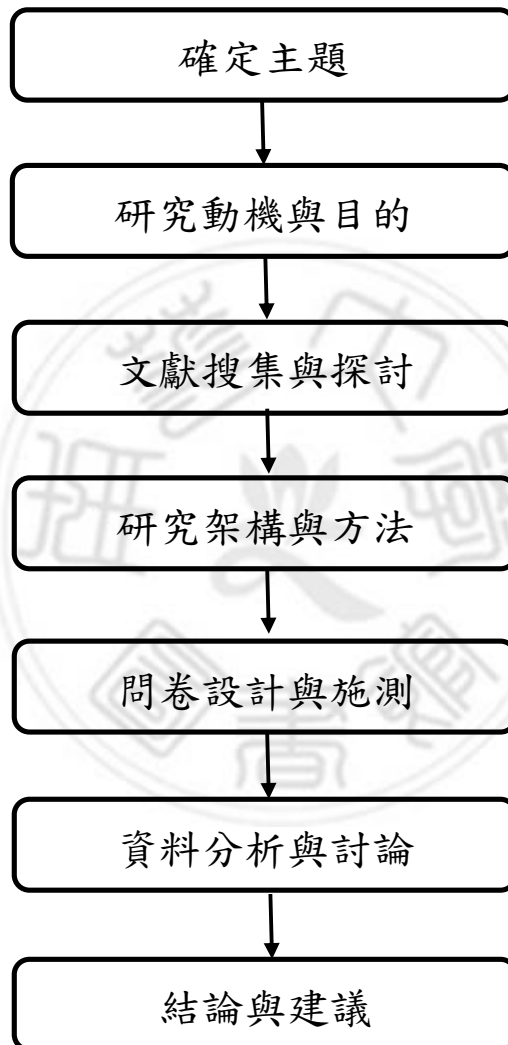


圖 1.1 研究流程圖

資料來源：本研究整理

1.6 研究限制

由於網際網路興起，近年來許多研究生利用網路蒐集資料，網路問卷成為研究媒介的工具之一，網路問卷調查比早期之郵寄問卷調查回收率高，也比電話調查來得方便且更有效率；但是網路問卷調查樣本代表性不足，唯恐造成外部之可信度不足。現今網路雖已普遍，僅能調查可以上網之群眾，至於無法上網之群眾無法透過網路的方式蒐集到資料，整體而言透過網路的方式蒐集到的樣本並不完整，於研究資料之分析差異性缺乏可信度。

茲於個人基本資料條件不同、年齡層不一、於環境上、及特殊因素之影響，對於本研究仍有所限制，列舉三點限制如下：

- (1) 研究採用隨機便利抽樣方法，網路使用者沒有明確的母體範圍，(李政忠，民 93)，故無法針對所有捐款者做調查，僅以隨機取樣，作為問卷調查之對象進行研究。
- (2) 研究對象係以網路使用者為主，即有經驗的網路使用人士，對於無法使用網路之中老年人則無法納入研究樣本。
- (3) 網路問卷採不記名調查方式，無法確定填問卷者是否為該問卷主題之調查對象，其填寫問卷資料調查之真實性會影響研究結果之可信度。

第二章 文獻探討

文獻探討主要在研究捐款者從事捐款行相關因素，民眾在接收多元的非營利組織勸募訊息，對捐款的意願轉化為實際行為之探討。本章對於非營利機構捐款態度之研究分為四部份並分別敘述如下：第一捐款者捐款行為之意涵及相關理論。第二捐款者捐款動機之探討。第三捐款者捐款意願之探討。第四捐款者捐款之幸福感之探討。透過國內及國外學者相關文獻加以歸納運用，進一步了解捐款行為之研究方向，結合本研究主題相關之實證理論。

2.1 捐款態度之行為意涵

由非營利機構提供服務對象所需求之訊息，傳遞給社會大眾以進行募款。研究發現非營利機構與捐款者之間具有高度的訊息傳遞時，影響捐款者的行為越大，即是當某個訊息被視為重要或需要判斷或決策時，捐款者會轉化成自身的態度與意圖和行為 (Brown and Reingen,1987)。

捐款者之捐款行動起源於情境之影響及心理層面的動機，為維持捐贈資金的獲得，非營利機構會透過募款策略、行銷或媒體宣導讓捐款者獲得幸福感，捐款者所獲得的回報是非物質可衡量，是捐款者精神層面之滿足 (張馨芸、張玲瑜、郭瑞坤、沈逸晴、張秦瑞，民 102)。捐款行為主要在增進人類福祉以及提供社會公共利益，是捐贈者所提供的實物或奉獻勞務、資金的捐助、實物的捐贈等。非營利機構能深入了解捐款者之捐款動機並且了解會影響捐款意願之相關因素，才能與社會大眾契合，使得依賴捐款的非營利組織進行更有效率的募款 (鄭怡世，民 90)。

邱家淮 (民 94) 以 Ajzen (1985) 所提之「計畫行為理論」為架構，建立一個得以影響非營利組織捐款者捐款行為之要素探討模型，資料來源以臺灣之非營利機構捐款者名單為母體，進行研究調查探討影響社會大眾捐款行為的動機及捐款意願之重要因素，探討捐款人的特性與捐款行為之關係。研究發現影響非營利機構 (NPO) 捐款者行為之要素探討模型有六個構念。

- (1) 人口統計變數：乃捐款者之人口特徵與社會結構。
- (2) 捐款態度：乃個人對捐款行為的看法與評價。
- (3) 捐款主觀規範：乃捐款時會受他人影響之程度。
- (4) 捐款知覺行為控制：乃個人認知與從事捐款行為的主控程度。
- (5) 捐款意願：乃個人從事捐款行為之主觀機率。
- (6) 捐款行為：乃捐款者實際的捐款行為。

研究發現影響社會大眾捐款意願的因素為：

- (1) 具迫切需求性之非營機構。
- (2) 對本身捐款能力之認知。
- (3) 對捐款方式之便利性。
- (4) 捐款者態度是為自利性的。
- (5) 對非營利機構之服務宗旨與執行成果的認同。

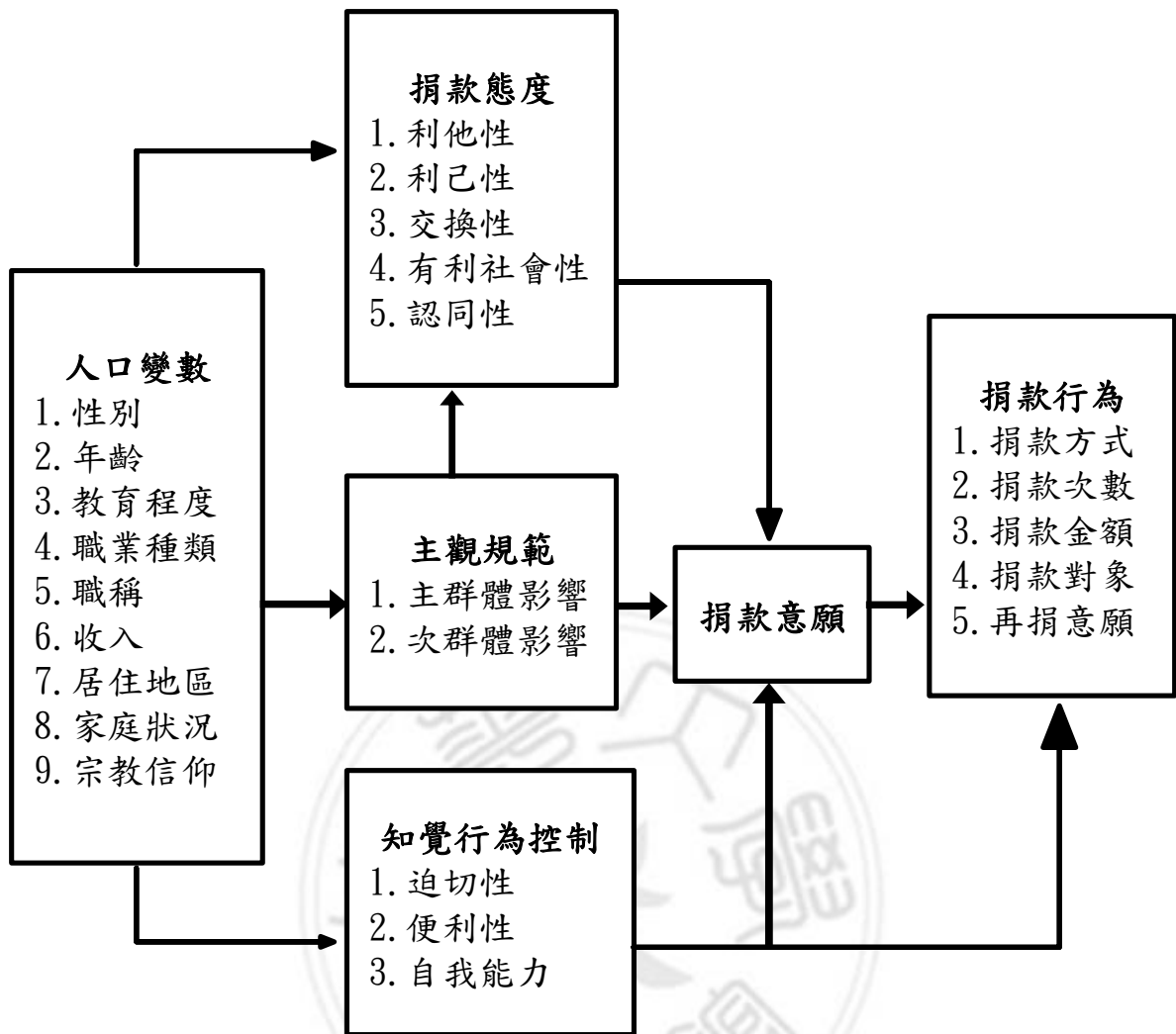


圖 2.1 影響 NPO 捐款人行為之關鍵因素探討模型

資料來源：引自(邱家淮，民 94)；及本研究整理。

2.2 捐款動機

綜合研究顯示捐款因素包括了捐款者內在動機與外在影響力兩個層面。故研究設計需同時考量內在及外在影響 (Mixer,1993/林雅莉譯, 民 88)。在理解社會大眾之捐款的原因後, 仍需探討影響捐款者捐款意願的因素, 這些因素是非營利機構在規劃募款方案時, 做為方案決策重要之關鍵。

2.2.1 捐款動機之定義

學者張春興提出動機乃是引起個體活動事件元素, 使活動得以維持, 並且導引該活動邁向目標進行之內在歷程 (張春興, 民 96)。故動機是個體充足且具有方向性, 能持續或活動的內個體運作。動機是個體內部的力量, 是學習及行為的原動力。捐款動機為慈善公益行為(charitable philanthropic)其定義為: 個人對於跟自身無關的個體或機構, 提供時間或財物的捐贈(Becker,1974)。透過對捐款者的動機了解社會大眾捐款的動機是多面向的, 非僅僅是利他行為。在自主觀念認為行善可以積陰德或做功德迴向, 於社會責任而言是為了回饋社會減少社會問題, 如本著知覺行為則認為捐款同時可以抵稅亦能帶動助人行為。

研究顯示國內外皆有捐款者之所以會有捐款行為, 除了一份同情之外以及尚有與捐助對象有相同的遭遇和經驗 (萬育維, 民 83; 于心如, 民 88)。但是國內實證研究顯示是否曾接受過幫助, 對於捐款者之捐款行為並無太大影響 (李如婷, 民 91; 陳愛椿, 民 92)。非營利機構捐款人之捐款動機與原理, 各學者觀點不一, 根據專家學者的理論歸納為「利己主義」(egoism)、「利他主義」(altruism)、「社會交換理論」(social exchange

theory)及「利社會行為」(Prosocial Behavior)。

2.2.2 捐款動機之相關理論

探討大眾捐款動機，在不同領域角度各自詮釋捐贈行為，除了多樣的研究方向與分析方式，因其考量的變項選擇與適用條件不盡相同，結果當然也大異其趣。捐款動機一般以「利他主義」來詮釋「個人」層面的捐款動機，用「社會交換理論」來研討「社會與人際」層面的捐款行為，以及其他相關理論來探討捐款者之行為，以下從各層面進行討論：

(1) 利己主義

對於人類思想的考察表明，利己主義之論理學說意指人類於天性上發展之求生存及的利己觀念(周建華，民90)。大凡人類在任何時刻都會以追求自己的利益為主，故利己主義即是以追求個人利益心態之行為表現。捐款者和受贈者是「施」與「受」之關係，兩者「互惠」為概念(林雅莉，民88)。利己主義以「互惠」為概念，兩者在「施」與「受」之關係行為中，獲取付出與報酬之間的平衡。利己或利他之動機較為抽象不易區分，報酬可能是心理上或精神層面的滿足。

(2) 利他主義

所謂「利他主義」是一種自發性之行為且不期望受益人回報(Bartol,1976)。分為兩種形式：利他主義的行為(altruism)與償還行為(restitution)，利他主義的行為是以助人為理念，而償還行為是以回報或彌補為目的，藉以慈善機構為平台犧牲奉獻，有著捨己為人的理念。個人能站在他人的立場設想，並能同理對方心裡層面之的感受，以產生利他主義

之動機(Batson,1991)。

因為他人之需要或缺乏而激發行善助人之動機與行為，並且願意犧牲自我的利益，佈施給他人。當捐款者能同理受贈人時能激發利他之動機，盼受贈者能於捐款行為上而獲得實際的幫助和改善，排除自我因素的考量(Batson,Duncan,Ackerman,Buckley,and Birch,1981)。故利他主義者其捐款行為純粹在助人，並不期待受到任何的回報。

(3) 社會交換理論

社會交換理論乃視人類之間的互動行為，當成經濟性質的活動，在人與人彼此的互動中，可獲得付出後的報酬。(李美枝，民78)捐款者和非營利組織社會之關係，包含參與組織、認同社會群族以及對人具有同理的感受等(Mixer,1993)。在非營利機構之募款活動中，捐款過程是潛在捐款者及捐款者存在的需求與渴望之情境，此種情境包括受贈者的需求可從捐款行為中獲得一些滿足。存在於捐款者和受贈者之間交換關係，稱為「社會交換」(Blau and Boal,1987)。對於捐贈者與受贈者而言，依雙方所需求作交換，這樣的交換關係彼此可獲得部分或全部的滿足。慈善機構之捐款者，決定捐款的因素是考量該慈善機構的「服務成果」、「受益者」及「成立宗旨」為主要因素(李小梅、曾芳瑩，民84)。社會交換理論探討捐款行為是捐款人與受贈人具互利觀點，在助人利他的同時可減輕別人的苦難，同時也能利己滿足自我需求以及外界的認同，社會交換理論是雙方受益的論點。透過國內外相關專家學者與政府單位的調查與研究後，整理出捐款的重要動機(余家斌，民88)。如下表所示；

表 2.1 捐款動機的相關文獻整理

人名	年	內容
萬育維	民國 82	<ol style="list-style-type: none"> 1.認為他們有需求 2.負責人之信譽 3.機構之聲譽 4.認同理念
Mixer	1993	<ol style="list-style-type: none"> 1.個人或自我之因素 2.自我承諾與自我尊重 3.成就感 4.認知上的興趣 5.成長 6.減少心靈內疚 7.生活意義及生活目標 8.個人之利益 9.神聖之使命 10.社會或我們之因素 11.地位之需求 12.聯盟力量之驅使 13.團體力量之驅使 14.相互依賴之關係 15.利他之主義 16.家庭及子孫之影響 17.得到權力 18.負面或他們之因素 19.安撫挫折之期待 20.減低不安全及危險 21.減低害怕與焦慮之心理
李小梅	民國 83	<ol style="list-style-type: none"> 1.助人是榮耀的並且能獲得別人肯定 2.感恩回饋與期望有回報 3.天下一家之無私動機 4.同理別人之苦難的愛心展現
陳振遠	民國 84	<ol style="list-style-type: none"> 1.曾受幫助，發自感恩以回饋捐助 2.行善原本就是助人之志業 3.行善可積德 本著宗教慈悲濟世之精神 4.見親友遭逢苦難感同身受 5.本身經濟寬裕，故能捐款助人

		6.希望獲得心靈的平靜和喜悅 7.捐款可以抵稅 8.可以獲得到社會大眾的讚賞 9.捐款助人，顯示自己有成就 10.捐款助人，人也會助我 11.因為朋友都捐，自己也多少捐一點 12.因為不知如何拒絕募款人的勸募
Kolter	1996	1.自尊需求 2.得到肯定之需求 3.對困難之恐懼 4.捐贈為習慣性 5.不耐煩之捐贈 6.被迫之捐贈 7.肝膽相照之捐贈 8.喜歡幫助人 9.重視人文之捐贈
省政府調查報告	民國 86	1.作善事是積陰德 2.盡一份社會責任 3.無所求 4.身為捐款團體之成員 5.同情心 6.募款者一直纏著不放 7.理念一致 8.服務機關興起

資料來源：引自余家斌（民 88）；及本研究整理。

(4) 利社會行為

前述「利己」或「利他」的助人行為，利己利人對於整個社會是有很大的助益，於共同互利的同時形成救濟社會的力量，亦是一種利社會之行為。總而言之，行善助人是具有社會價值，所有的助益及其回應皆算是利社會行為的模式（張文哲、邱發忠、黃俊豪、洪光遠譯，民 103）。

2.3 捐款意願

臺灣民眾具有高度的捐款意願，無論是平時捐款行善或是社會之急難求助，以捐款或捐物之型式來救濟需要幫助的人，解決社會問題。以下將探討捐款意願的相關理論。

2.3.1 捐款意願之定義

意願就是初衷最想要達到的目標與方向，再竭盡本能去達成目標和方向。捐款意願可藉由捐款行為達到捐款的目的。行為意願，可預測到一個人是否會行使某一特定行為，行為意願仰賴態度及主觀規範此兩個要素來決定，而態度與主觀規範乃由不同的信念所組成的(官千羽，民 98)。故捐款者的捐款行為，主要之決定因素為捐款意願，任何能夠影響捐款行為的因素，皆經由捐款意願間接影響捐款行為之表現。

2.3.2 捐款意願之相關理論

非營利機構捐款人之行為意願研究，如下列四項說明：

- (1) 行為意向(Behavior Intention, BI)：為預測一個人行為最好的方法，行為意向和實際行為兩者有很大的關聯(Ajzen,1991)。影響行為意向之三項相關因素列舉如下：「態度」(Attitude Toward the behavior,AT)即個人本身對即將採取的特定行為所持有之態度；「主觀規範」(Subject Norm, SN)即外在影響個人所採取之特定行為；「行為知覺控制」(Perceived Behavioral Control, PBC)即個人用經驗去預期阻礙所產生

的行為。

- (2) 態度：乃指個人對於事件為所抱持的看法，是正向或負向的思維，先由個人對事件的評判，再經過概念化而形成的態度，故態度是個人信念的顯現。
- (3) 主觀規範：就是所採取特定行為時產生的影響與作用。當個人即將採取行動時，因受到外在壓力影響，而改變個人或團體之行為。主觀規範源自於「依從動機」與「規範信念」兩個要素所構成。「依從動機」意指個人知覺與行為，受到他人或團體所抱有期望而順從意願。「規範信念」意指個人知覺與行為，受到他人或團體的認知與規範。
- (4) 知覺行為控制：意指反映出個人預期的阻礙以及過去的經驗，當一個人認為自己能掌握之機會與資源愈多、並且預期阻礙會減少，那麼知覺行為之控制慾就會愈強大。得以影響知覺行為控制有兩項：第一是能直接預測之行為；第二則是對於行為意向具有動機上之意涵。

非營利機構需重視組織的認同與信任，並加強宣導創辦宗旨與組織使命，透過使命建構整個組織價值，激勵機構成員獻身投入（林淑慧，民99）。機構本身要達成有效之專業經營管理以提升機構水準，確保機構服務品質及保護服務對象之利益，滿足捐款者之捐款意願。再則機構徵信對於捐款者之捐款意願亦有正向影響，當機構公開徵信相關資訊，能有效促進捐款者之捐款意願（粘嘉宇，民98）。捐款是所有非營利機構收入的主要來源，機構形象問題會影捐款者之捐款意願，例如：聲譽不佳、管理不當、款項未使用得當以及政府涉入太深等。機構若能在募款時加以考慮影響捐款者之捐款意願因素，捐款者再捐款之意願將會提高。

2.4 幸福感

幸福是一種生活態度，多用點心思在生活裡就會發現幸福無所不在（邢占軍，民 94）。幸福感是來自於自主觀念的滿足，持有正向情緒與思惟並且對於生活層面有極佳的滿意度（陸洛，1998）。當人民生活富足便會思考生命價值及幸福之真意。

2.4.1 幸福感之定義

幸福感(Happiness)是快樂的意涵，具有正向情緒的素養、強烈的韌性和自由選擇的意志以及高度的工作滿意度。幸福感乃指個人之主觀經驗感受，混合著認知與情感兩大要素對生活進行評估。擁有較多幸福感的人，所抱持的正向情緒較多，所以「助人可以使人產生正向情緒」（陳淑芬，民 98）。幸福是在竭盡其所能努力奮鬥之過程中，可獲得的喜悅和滿足感（呂政達，民 76）。學者強調「幸福感」是具正向主觀意識感受，外在客觀標準無法以做為評斷依據（施建彬，民 84）。

2.4.2 幸福感之相關理論

「幸福感」是人們對物質層面與精神層面整體感受程度的認知。經由文獻蒐集多位學者對幸福感之內涵整理，發現幸福感之研究不僅重於「身心健康」，也關乎「生活滿意度」、「正負向情緒」以及「人際關係」之間的探討。幸福感之高低程度可能關係到個人的生長環境背景和認知程度不同而有差異（黃如儀，民 104）。在幸福感的相關理論中，最常被研究者應用的包括「動力平衡理論」、「判斷理論」及「需求滿足理論」（施

建彬，民 84；林子雯，民 85；陸洛，民 87)。分別敘述如下：

(1) 動力平衡理論(Dynamic Equilibrium,Theory)

幸福感會因短期變動之生活事件因素和人格特質因素的影響，當發生不同經驗之事件時，會造成原有之幸福感於平衡狀態受到波動而改變幸福感(Headey & Wearing,1989)。故人格特質穩定的人，幸福感維持在穩定平衡之狀態中，動力平衡理論和判斷理論一樣。(施建彬，民 84；林子雯，民 85)。綜上所述理論，幸福感之形成，僅由個人特質部分說明幸福感，包含生活事件也會對幸福感造成影響。根據上述對幸福感相關名詞的內涵及定義，將幸福感大致歸納成四個層面：

A. 情緒層面

學者認為有正向的情緒反應才有幸福感，個人對生活之滿意程度可從情緒反映出來，負向情緒減弱時正向情緒便會增強，故能提升個人之幸福感(Veenhoven,1994)。然而若以主觀情緒來判斷幸福感，會忽略干擾情緒之生活事物以及偶發事件的影響。因此情緒層面無法反應長期穩定之幸福感。

B. 認知層面

學者認為幸福感的認知是來自個體的生活經歷之評估，個體之生活滿意度可反應出個體幸福感之程度(Campbell & Rodgers,1976)。因此由個體認知角度來評估個體的整體生活滿意度，會忽略個體短期的情緒起伏會影響幸福感。

C. 情緒與認知層面

學者認為幸福感乃個人主觀情緒之顯露，情緒分為負面情緒與正向思維和對生活之滿意。負向情緒包含焦慮、挫折、生氣、沮喪、不快樂的感覺；正向情緒包含享受、樂趣、高興、愉悅、快樂的感覺；對於生活滿意是屬於個人之認知判斷(Diener,1984)。

D. 心理健康層面

學者認為人能免於身體病痛煩惱痛苦，保持身心健全，就能擁有高度的幸福感(Grob,1995)。所以認為幸福感可用心理健康之測量方式來評估身心健康狀況（林子雯，民 85）。然而個體於心理為健康狀態時，仍會受情緒上之波動影響。因此，無法以身心健康層面來涵蓋認知活動與情緒感受以及其生活經驗，故幸福感之層級高過心理健康。

(2) 判斷理論(Judgement Theory)

判斷理論是指個人幸福感相較之高低，判斷理論有三個基本假設：(Veenhoven,1994)

- A. 幸福感乃經由相互比較後所產出的結果是具有相對生性的。
- B. 比較之標準乃是由個體自行選取所建構，故比較標準將隨著情境異動是具有變化性的。
- C. 強調真實事件的發生是以自己過去之經驗作為參照標準，而於比較後所產生的判斷。所比較之標準因人而異，亦會隨著情境改變，當所面臨事件超出自我所認定的參照標準好，就會有幸福感。

(3) 需求滿足理論(Need Satisfaction Theory)

學者認為自我實現需求是人類之基本需求，即人類的夢想得以實現的程度（黃希庭，民 87）。心理學家馬斯洛提出了需求層級理論（馬斯洛，1943），敘述人格與動機之重要理論。此項動機研究理論以人本主義心理學的方法論為前提，以健康的人為中心對象，闡述個體動機與環境跟動機與動機之間之內在整體動力之關聯。個體成長的動機是內在之動力，幸福感源於個體需求之滿足。依據動機之高低層次與順序之不同形成需求，因滿足的程度不同，每個層次因需求也不同，取決於個體的人格發展境界。故人有基本的生理需求以及安全需求，亦有生活層面的社會需求和自我尊嚴之需求甚至是實現本身自我成就之需求。當所期待之需求獲得滿足時即能產生幸福感，如「需求層級理論圖」所示。

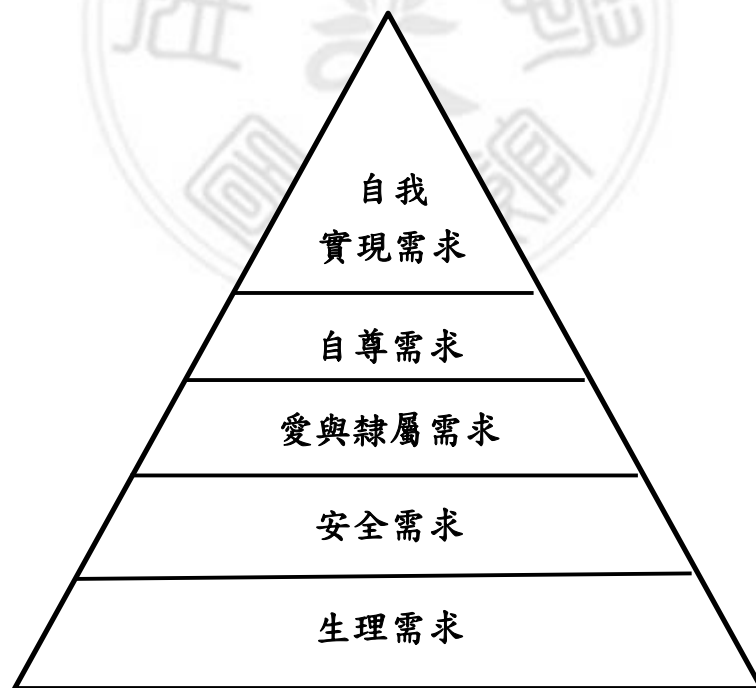


圖 2.2 馬斯洛 (Maslow) 需求層級理論圖

資料來源：(邱家淮，民 94)

第三章 研究方法

本章主旨在探討捐款動機、捐款意願與幸福感等構面之關聯性，以網路問卷調查模式收集樣本資料，並使用統計方法做為整理分析。本章共有四節：以研究架構做為第一節；研究假設為第二節；研究變項操作型定義與衡量工具為第三節；問卷設計與抽樣為第四節；資料分析方法為第五節。以下即針對各小節加以說明。

3.1 研究架構

依據第二章文獻探討之分析及研究，本研究探討將個人背景資料分為「性別」、「年齡」、「婚姻狀況」、「教育程度」、「宗教信仰」、「每月平均收入」、「職稱」、「捐款年資」來收集個體樣本，再以各個變數與構面之間影響程度進行探討，以彙整出研究架構。本研究構面的組合於「捐款動機」變項分為自主觀念、社會責任、知覺行為等構面；於「捐款意願」變項分為機構因素、環境因素、行為意向等構面；於「幸福感」變項分為自我滿足、自我實現、人際關係等三項構面，以研究各構面之間的關係。架構如下圖所示：

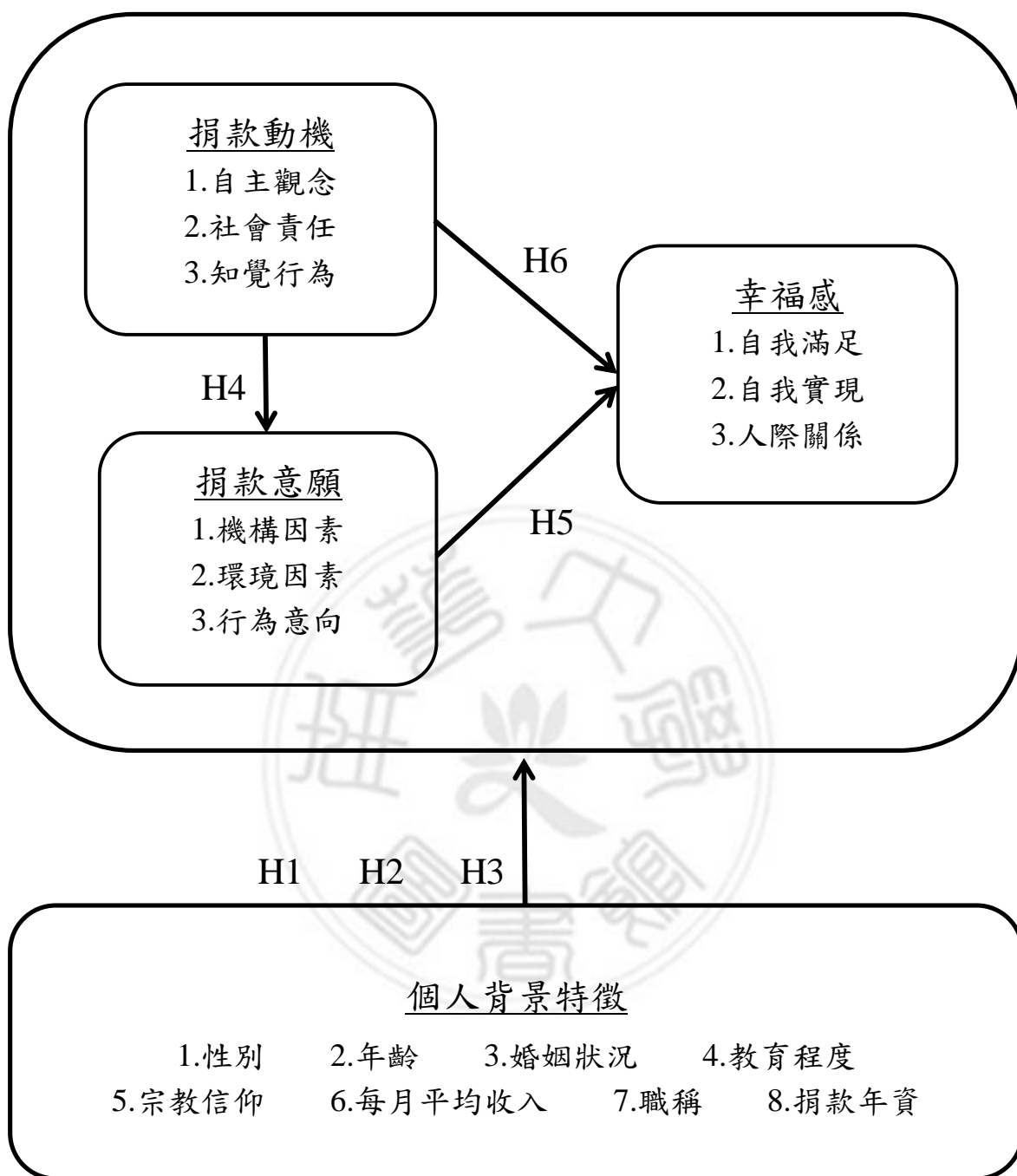


圖 3.1 研究架構圖

資料來源：本研究整理

3.2 研究假設

本研究假設在探討捐款者對於捐款動機、捐款意願及幸福感之研究變項之關係，是否呈現顯著影響且具有正向關係，彙整相關資料進而研擬研究假設列舉如下：

H1：不同背景之捐款者對捐款動機有顯著影響。

H1-1：不同性別之捐款者對捐款動機有顯著影響。

H1-2：不同年齡之捐款者對捐款動機有顯著影響。

H1-3：不同婚姻狀況之捐款者對捐款動機有顯著影響。

H1-4：不同教育程度之捐款者對捐款動機有顯著影響。

H1-5：不同宗教信仰之捐款者對捐款動機有顯著影響。

H1-6：不同所得收入之捐款者對捐款動機有顯著影響。

H1-7：不同職業之捐款者對捐款動機有顯著影響。

H1-8：不同捐款年資之捐款者對捐款動機有顯著影響。

H2：不同背景之捐款者對捐款意願有顯著影響。

H2-1：不同性別之捐款者對捐款意願有顯著影響。

H2-2：不同年齡之捐款者對捐款意願有顯著影響。

H2-3：不同婚姻狀況之捐款者對捐款意願有顯著影響。

H2-4：不同教育程度之捐款者對捐款意願有顯著影響。

H2-5：不同宗教信仰之捐款者對捐款意願有顯著影響。

H2-6：不同所得收入之捐款者對捐款意願有顯著影響。

H2-7：不同職業之捐款者對捐款意願有顯著影響。

H2-8：不同捐款年資之捐款者對捐款意願有顯著影響。

H3：不同背景之捐款者對幸福感有顯著影響。

H3-1：不同性別之捐款者對幸福感有顯著影響。

H3-2：不同年齡之捐款者對幸福感有顯著影響。

H3-3：不同婚姻狀況之捐款者對幸福感有顯著影響。

H3-4：不同教育程度之捐款者對幸福感有顯著影響。

H3-5：不同宗教信仰之捐款者對幸福感有顯著影響。

H3-6：不同所得收入之捐款者對幸福感有顯著影響。

H3-7：不同職業之捐款者對幸福感有顯著影響。

H3-8：不同捐款年資之捐款者對幸福感有顯著影響。

綜合上述捐款動機、捐款意願及幸福感三個變項之間關係的探討，其研究假設列舉如下：

H4：捐款動機對捐款意願有顯著正相關。

H5：捐款意願對於幸福感有顯著正相關。

H6：捐款動機對於幸福感有顯著正相關。

H7：捐款動機對捐款意願與幸福感有中介效果。

3.3 研究變項之操作型定義

研究方法乃搜集相關之文獻，參考學者 Ajzen, I.(1985)計畫行為理論之「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」以及學者施建彬（民 84）研究中國人幸福感來源之「自我肯定」，及「人際關係」，以問卷做為衡量工具，並依照研究目的及研究對象之性質加以編製而成各個變項及構面並逐一進行各項操作型定義，針對「捐款動機」、「捐款意願」及「幸福感」，三個構面進行操作說明：

(1) 個人背景樣本資料：

捐款者之個人背景資料分別「性別」、「年齡」、「婚姻狀況」、「教育程度」、「宗教信仰」、「每月平均收入」、「職稱」、「捐款年資」等類別的調查題項。

(2) 捐款動機之操作性定義：

捐款動機源自於經濟條件及自我感觀之知覺行為，本研究將捐款：態度變項，細分成自主觀念、社會責任、知覺行為等三項研究構面加以研析。

(3) 捐款意願之操作性定義：

捐款意願之強弱，其觀感在於受贈單位形象之優劣，本研究將捐款意願變項，細分為機構因素、環境因素、行為意向等三項研究構面加以研析。

(4) 幸福感之操作性定義：

幸福感代表精神上之滿足，捐款者因捐款行為所呈現之幸福感，本研究將幸福感變項，細分為自我滿意、自我實現及人際關係等三項研究構面加以研析。

3.4 問卷設計與抽樣

問卷設計乃參酌與主題相關領域編制，共分成三個變項每一個變項由三個構面構成，共設定 37 個題項。問卷以李克特氏之五點量表之衡量方式，由受測者填答，以 5、4、3、2、及 1 做為分數。分數愈高者表示受試者愈認同問卷內容。

3.4.1 抽樣方法與預試樣本

本研究是採量化研究方法，將研究問題透過問卷調查方式收集資料，將資料轉化成數據，以數量分析方法加以驗證，並做切合假設及理論。本問卷調查於正式發放前先進行前測，來確認問卷各構面之設計內部具有統一性。經由親朋好友的協助傳發，前測施測共計回收 74 份問卷，有效回收率 100%。

前測問卷回收結果需檢定前測問卷之信度，使用 SPSS 18.0 版做信度分析，得知捐款意願構面之 Cronbach's α 係數是 0.769，捐款動機構面之 Cronbach's α 係數是 0.768，幸福感構面之 Cronbach's α 係數是 0.916。據 Guieford (1965) 表示：當 Cronbach's α 值高於 0.7，顯示具有高的信度，故顯示本研究前測問卷內部皆具一致性，下一步可進行正式問卷之發放。問卷前測之信度分析如下表所示。

表 3.1 前測各項構面信度分析

構面名稱	題數	Cronbach's α
捐款意願	13	0.769
捐款動機	12	0.768
幸福感	12	0.916

資料來源：本研究整理

3.4.2 正式問卷

依據學者 Ajzen, I. (1985) 計畫行為理論及學者施建彬 (民 84) 研究中國人幸福感來源，針對非營利機構捐款態度之探討，設計了解捐款意願、捐款動機及幸福感之關係，以有捐款經驗者做為研究樣本，問卷發放期間

為 2020 年 3 月 9 日至 2020 年 3 月 15 日。發放問卷 366 份，回收問卷 366 份，有效問卷 100%。問卷以「個人背景資料表」、「捐款動機量表」、「捐款意願量表」、「幸福感量表」等四表。茲將量表分述如下：

(1) 個人背景資料表

茲將捐款者相關之個人資料及特徵分別以「性別」、「年齡」、「婚姻狀況」、「教育程度」、「宗教信仰」、「每月平均收入」、「職稱」、「捐款年資」等，資料如下表所示：

表 3.2 個人背景資料表

項目	問卷題項	
1. 性別	(1) 男	(2) 女
2. 年齡	(1) 29 歲以下 (3) 40~49 歲 (5) 65 歲以上	(2) 30~39 歲 (4) 50~64 歲
3. 婚姻	(1) 已婚	(2) 未婚
4. 教育程度	(1) 國中以下 (3) 大學/專科	(2) 高中/職 (4) 研究所以上
5. 宗教信仰	(1) 有	(2) 無
6. 每月平均收入	(1) 25,000 以下 (3) 30,001-50,001 (5) 100,000 萬以上	(2) 25,001-30,000 (4) 50,001-100,000
7. 職業	(1) 學生 (3) 員工 (5) 待業/退休	(2) 雇主/自營業 (4) 家管
8. 捐款年資	(1) 1 年以下 (3) 5~10 年 (5) 20 年以上	(2) 1~5 年 (4) 10~20 年

資料來源：本研究整理

(2) 捐款動機量表

根據學者 Ajzen, I. (1985) 之計畫行為理論，茲將捐款者之捐款動機分為「自主觀念」、「社會責任」、「知覺行為」等三個構面。探討捐款者之捐款行於個人自主觀念對捐款動機之影響，包含對社會盡一份責任之意願程度，以及知覺行為反應而行使之捐款動機。如下表所示：

表 3.3 捐款動機量表

構面	題項
自主觀念	我捐款是因為可幫助需要幫助的人 我捐款是因為可以積德行善 我捐款是因為可將功德迴向給已逝親人 我捐款是因為本身有捐款計劃
社會責任	我捐款是為了回饋社會 我捐款是因為可減少及解決社會問題 我捐款是因為能幫助社會救助迫切需要 我會鼓勵家人或朋友捐款
知覺行為	捐款可以節稅 捐款能帶動助人行為 我會捐款是受到親友鼓勵 我會捐款是因為本身是受贈單位的成員

資料來源：本研究整理

(3) 捐款意願量表

根據學者 Ajzen, I. (1985) 之計畫行為理論，茲將捐款者之捐款意願分為「機構因素」、「環境因境」、「行為意向」等三個構面。探討影響捐款者之捐款行為意向之因素，機構之經營理念及服務態度影響捐款意向之程度，機構之信譽為善信大眾最關注之事，其次是了解環境因素對善信大眾所造成捐款意願之影響程度，在自性高的時代，個人之行為意向有明顯之差異，多樣式服務型態之非營利機構之，善信大眾如何取捨以決定捐款對向。如下表所示：

表 3.4 捐款意願量表

構面	題項
機構因素	受捐助單位之經營理念，會影響我捐款的意願 受捐助單位之服務態度，會影響我捐款的意願 受捐助單位的信譽，會影響我捐款的意願 受捐助單位經費運用是否適當，會影響我捐款的意願 受捐助單位與捐款人有無互動，會影響我捐款的意願
環境因素	當政局不穩定，會影響我捐款意願 當經濟不景氣，會影響我捐款意願 個人所得狀況，會影響我捐款意願 捐款方法的方便程度，會影響我捐款的意願
行為意向	我會捐款給宗教團體 我會捐款給急難救助單位 我會捐款給公益團體 我會捐款給慈善機構

資料來源：本研究整理

(4) 幸福感量表

參酌學者施建彬（民 84）研究中國人幸福感來源，茲將捐款者之幸福感分成「自我滿意」、「自我實現」、「人際關係」等三個構面。探討影響捐款者之幸福感之因素，乃是捐款者以助人為快樂之本，以實際行為助人離苦，而獲得內心的滿足，行善得樂心境改變了命運也會跟著好轉，以正思維的觀念創造自我實現價值，進而與人為善建立優質的人際關係，不但獲得社會大眾的讚許，同時亦能廣結善緣實現自我承諾，繼續行善助人之使命並享有高度之幸福感。如下表 3.5 所示：

表 3.5 幸福感量表

構面	題項
自我滿足	我覺得捐款助人是有意義的事 我覺得捐款助人可以增添福報 我覺得捐款助人可以改變命運 我覺得自己有能力助人是一件快樂的事
自我實現	我覺得能捐款助人可獲得自我存在感 我覺得捐款助人可以實現自我承諾 我覺得捐款助人可以獲得成就感 我覺得我會一直保有捐款助人的習慣
人際關係	捐款助人可以與人廣結善緣 捐款助人可以得到大眾的肯定 捐款助人可以獲得尊重與讚許 捐款認識志同道合的人，可以與人為善

資料來源：本研究整理

3.5 資料分析方法

問卷回收後根據研究目的與架構，應用SPSS 18.0套裝軟體做為統計分析驗證研究模型與假設，並採用「描述性統計、信度分析、獨立樣本T檢定、單因子變異數分析、迴歸分析等」，分析方式進行資料處理，內容如下分述：

3.5.1 描述性統計

針對受測者填答之問卷來進行資料分析與整理，根據樣本基本之特性採用描述性統計分析可取得平均數、次數分配、標準差及百分比等統計數據，本研究基本資料內容包含「性別」、「年齡」、「婚姻」、「學歷」、「宗教信仰」、「每月平均收入」、「職稱」及「捐款年資」等，描述性統計分析結果，可顯示研究對象的特性。

3.5.2 獨立樣本 T 檢定

獨立樣本 T 檢定，本研究將基本資料「性別」、「婚姻」、「有無宗教信仰」等，可比較兩個母體之平均數了解其差異性。研究在不同背景變項，對於捐款意願、捐款動機及幸福感等之間之差異性。

3.5.3 單因子變異數分析

單因子變異數分析運用於比較兩個母體以上之平均數。本研究將基本資料「年齡」、「學歷」、「每月平均收入」、「職稱」及「捐款年資」等，研究在不同背景變項，對於捐款意願、捐款動機及幸福感等之間之差異情形，倘若差異為顯著水準為($p < 0.05$)，再以雪費分析法(Scheffe's method)做事後比較各組間之差異性。

3.5.4 信度分析

研究者通常以Cronbach's α 值做為檢定問卷信度的依據。信度愈高表示測量結果穩定性佳，也具有一致性；當 α 值大於0.7時，所收集之樣本具有高度之信度，因此係數越高其誤差值較小，顯示樣本量表內部細項愈具之關聯性。

3.5.5 迴歸分析

採用迴歸分析法旨要在於瞭解兩個或多個變數之間是否具有相關性，彼此間之相關方向是為正相關或為負相關，亦可分析出相關性之強弱度，可衡量自變數及依變數之關聯性以及預測依變數變化的程度，透過迴歸分析方法，檢定自變數對中介變數和依變數以及自變項對於依變項之間各種影響狀況，來驗證研究假設之正確性。

3.5.6 路徑模型分析

路徑模型分析(Path Analysis)以模式化方式進行，主要在於分析變數間之因果關係，利用迴歸係數的方法以「因果模式」，畫出「路徑圖」來呈現變數之間的影响，分析兩變數之相關係數以衡量其彼此間之相關程度，透過分析係數顯現出為直接效果或間接效果，主要是一種驗證性的統計分析。

3.5.7 中介效果分析

根據路徑分析可判定中介效果能否成立，以迴歸分析結果做為判定條件為：

- (1) 自變項對於依變項有顯著影響
- (2) 中介變項對於依變項有顯著影響
- (3) 自變數對於中介變項有顯著影響
- (4) 加入中介變項時自變項對於依變項的直接影響力會降低，若其影響顯著則有部份中介效果，當不顯著時則為完全中介效果。



第四章 研究結果與研究分析

根據 366 份之效問卷，作為本研究假設與驗證，本章分為四節：第一節以描述性統計分析以研究樣本結構特性；第二節以信度分析、效度分析驗證問卷的可靠性；第三節研究相關變數間關聯性之強弱度；第四節以迴歸分析驗證本研究假設能否成立。問卷資料運用 SPSS18.0 軟體進行整理分析，就研究變項之結果建立分析提出討論，依據各項研究變數分析了解所探討問題效果與差異。

4.1 描述性統計分析

個人基本資料以描述統計分析進行探討，以次數分配、百分比、平均數及獨立樣本 t 檢定等應用統計方法，研究個人背景變項與捐款態度之差異並加以探究分析。問卷之個人基本背景資料為「性別」、「年齡」、「婚姻狀況」、「教育程度」、「宗教信仰」、「每月平均收入」、「職稱」、「捐款年資」等變項以描述統計分析進行探討。

其中「年齡」因 18 歲以下人數僅有 3 人，故併入 18-29 歲之選項，由原本六個選項併成五項選項。而「教育程度」因國小以下僅有 2 人，故併入國中之選項，由原本五個選項併成四項選項，併入前後如（表 4.1，表 4.2）前後對照表，統整後所研究結果說明如下：

(1) 性別

於研究樣本中，於回收樣本 366 人之中，人數有 252 人是「女性」，佔樣本總體之 68.9%；「男性」人數有 114 人，佔樣本總體之 31.1%，顯然以「女性」居多，「男性」的人數佔不到一半。此差異數

有可能是「女性」比「男性」對問卷之回應有較高度的參與願意，另一個可能則是「女性」比「男性」更具有捐款意願。

(2) 年齡

樣本年齡則以「40~49歲」人數最多有141人，佔樣本總體38.5%；「50~64歲」略少，人數有139人，佔樣本總體38.0%；「30~39歲」人數有42人，佔樣本總體11.5%；「29歲以下」人數有29人，佔樣本總體7.9%，「65歲以上」人數有15人，佔樣本總體4.1%。統計分析顯示樣本總體「40歲以上」之捐款人高達八成以上，捐款者以經濟穩定、事業有成之中老年人居多，更具有捐款能力，而「40歲以下」者，可能經濟基礎尚不穩定，並且需考慮家庭責任等因素，其捐款能力較不足，此研究也顯露出中老年人於生活安頓無虞，相較於年輕人對於回饋社會更具有高度的意願。

(3) 婚姻

婚姻狀況366人中，「已婚」人數有287人，佔樣本總體78.4%；「未婚」人數為79人（男性23；女性56），佔樣本總體21.6%。大凡「已婚」之人口數居多，而「未婚」參與問卷調查者也佔有相當比率，故婚姻狀況對於捐款行為之差異無明顯差異。

(4) 學歷

教育程度乃「大學/專科」人數居多共有204人，所佔樣本總體55.7%；其次是「高中/高職」人數有76人，佔樣本總體20.8%；「研究所以上」人數有69人，佔樣本總體18.9%；「國中以下」人數有17

人，佔樣本總體 4.6%，本樣本數「大學/專科」以上畢業居多。「大學/專科」以上學歷佔總體一半以上，可能教育程度較高者，其收入狀況更趨於穩定，對於捐款能力較佳；亦有可能的本研究採網路問卷調查，對教育程度較低的捐贈者，礙於網路資訊之使用不便，以致於參與問卷調查者較少。

(5) 宗教信仰

於研究樣本 366 人之中，「有宗教信仰」者人數共有 276 人，佔樣本總體 75.4%；「無宗教信仰」者人數有 90 人，佔樣本總體 24.6%。以「有宗教信仰」者佔大多數，由此可見「有宗教信仰」者相較「無宗教信仰」者，對於行善捐款之事更具熱忱。可能「有宗教信仰」者，經常投入宗教慈善活動及心靈層面的課程講座，較能引發其同理心及慈悲心，對於捐款助人救濟等事更具熱忱，不但主動性較高甚至會積極主動幫忙勸募。

(6) 每月平均收入

捐款者每月平均收入「30,001~50,000 元」人數最多有 128 人，佔樣本總體 35.0%；其次為「50,000~100,000 元」人數有 79 人，佔樣本總體 21.6%；「25,000 元以下」人數有 78 人，佔樣本總體 21.3%；「25,000-30,000」萬元，人數有 63 人佔樣本總體 17.2%；「100,000 以上」人數有 18 人，佔樣本總體 4.9%。收入能顯現出捐款者的經濟能力，經濟能力是影響捐款意願的重要因素，樣本中捐款者每月之基本收入在「30,001~100,000 元」之間的有 56.6%佔總體一半，也顯示捐款者必需有相當之基本收入，在足夠財力及具有固定收入之條件下，

才有更高的捐款意願。另外收入在「30,000 元以下」的人，在生活滿意度及經濟收入穩定，或者是要達成某種訴求或目標，也會有捐款意願。

(7) 職稱

研究樣本中以「員工」居多，人數有232人，佔樣本總體63.4%；其次為「雇主/自營業」人數有58人，佔樣本總體15.8%；「家庭主婦」人數有46人，佔樣本總體12.6%；「學生」人數有21人，佔樣本總體5.7%；「待業中/退休」人數有9人，佔樣本總體2.5%。樣本之捐款者以在職者居多，表示在收入穩定狀況下，較有捐款意願與能力，而「學生」、「家庭主婦」及「待業中/退休」若無固定收入來源，捐款之能力較為不足。一般「家庭主婦」及「待業中/退休」因無固定工作收入，對於捐款應會趨向有規劃性之運用。

(8) 捐款年資

樣本數中捐款「1 年以下」之人數有 90 人，佔樣本總體 24.6%；「1 年~5 年」人數有 76 人，佔樣本總體 20.8%；「10 年~20 年」人數有 71 人，佔樣本總體 19.4%；「5 年~10 年」人數有 65 人，佔樣本總體 17.8%；「20 年以上」人數有 64 人，佔樣本總體 17.5%。捐款年資對於捐款較無明顯差異，捐款年資在「1 年以下」者，佔樣本總體最高，表示新參與捐款者人數仍持續增加，而捐款年資在「5 年以上」者，佔有一半以上的比率，可見是願意持續捐款者也不少。

表 4.1 個人基本資料描述性統計分析(n=366)

	個人基本資料	人 數	百分比(%)
性別	男	114	31.1
	女	252	68.9
年齡	29 歲以下	29	7.9
	30-39 歲	42	11.5
	40-49 歲	141	38.5
	50-64 歲	139	38.0
	65 歲以上	15	4.1
婚姻	未婚	79	21.6
	已婚	287	78.4
學歷	國中以下	17	4.6
	高中/職	76	20.8
	大學/專科	204	55.7
	研究所以上	69	18.9
宗教信仰	有	276	75.4
	無	90	24.6
每月平均收入	25,000 以下	78	21.3
	25,001-30,000	63	17.2
	30,001-50,000	128	35.0
	50,001-100,000	79	21.6
	100,000 以上	18	4.9
職稱	學生	21	5.7
	雇主/自營業	58	15.8
	員工	232	63.4
	家管	46	12.6
	待業中/退休	9	2.5
捐款年資	1 年以下	90	24.6
	1-5 年	76	20.8

5-10 年	65	17.8
10-20 年	71	19.4
20 年以上	64	17.5

資料來源：本研究整理

表 4.2 個人基本資料描述性統計分析-合併後 (n=366)

個人基本資料	人 數	百分比(%)	
年 齡	18 歲以下*	3	0.8
	18-29 歲	26	7.1
	30-39 歲	42	11.5
	40-49 歲	141	38.5
	50-64 歲	139	38.0
	65 歲以上	15	4.1
學 歷	國小以下*	2	0.5
	國中	15	4.1
	高中/職	76	20.8
	大學/專科	204	55.7
	研究所以上	69	18.9

* 為合併題項

資料來源：本研究整理

4.2 信度分析及效度分析

4.2.1 信度分析

信度 (Reliability)，是在檢測所測量方法的品質，為了得到相同資料值，對同一現象進行重複觀察，衡量測驗結果之誤差的程度。執行信度分析主要是為測驗結果的一致性(consistency)程度，衡量的變異理論為基礎。

信度衡量沒有誤差時，可得知測量所得到結果具有一致性及穩定性。研究均以 Cronbach's α 值作為問卷信度的評量準則，當 Cronbach's α 係數大於等於 0.7 係數時顯示信度較高，其內部一致性愈趨一致。故本研究問卷分析結果呈現極高信度，捐款動機變項之 Cronbach's α 值高於 0.820，捐款意願變項之 Cronbach's α 值高於 0.815，而幸福感變項之 Cronbach's α 值高於 0.902，整體之 Cronbach's α 值為 0.925。本研究信度係數結果如表 4.3 所示：

表 4.3 信度分析結果

研究變項	Cronbach's α 係數	項目個數
捐款動機	0.820	12
捐款意願	0.815	13
幸福感	0.902	12

資料來源：本研究整理。

4.2.2 效度分析

效度(Validity)，即是所測量之正確信及準確度。意指用以衡量推測出所欲測量之特質及功能程度的工具，依據測驗的結果其效度越高表示可信度越高，更可顯現所衡量問題之真實特徵。常用之效度分析分為三

項為：建構效度、效標關聯效度以及內容效度。研究使用內容效度，其問卷設計係參酌相關學者之文獻，整理為非營利機構捐款者之評量表，再請益指導教授商討研究範圍編修以達內容效度。

4.3 獨立樣本 T 檢定與單因子變異數分析

在不同背景之受測者，於填答時對於捐款動機、捐款意願及幸福感等對本研究所設定之變數是否有同樣的認知，是否有顯著的差異並加以分析。因此針對「性別」、「婚姻狀況」、「宗教信仰」等以獨立樣本 T 檢定作為分析測量工具，對於「年齡」、「教育程度」、「每月平均收入」、「職稱」、「捐款年資」則使用單因子變異數分析進行檢定，了解受測者對本研究構面的認知與差異。若為顯著性($P < 0.05$)，則再應用「Scheffe 法」做事後多重比較分析。

4.3.1 獨立樣本 T 檢定

性別以獨立樣本 T 檢定進行分析，探討性別對於各種變項與構面之差異情形。研究結果性別對於各研究構面並無顯著差異。

現今社會注重兩性平等，女性工作機會增加，可自給自足有穩定收入，女性捐款意願及捐款能力都增加，因此不論男性或女性，對於捐款動機、捐款意願及幸福感並無明顯差異，分析結果如表 4.4 所示：

表 4.4 性別對各研究構面之差異分析表

變項	構面	性別	樣本數	平均數	T 值	P 值	事後比較
捐款動機	自主觀念	男	114	3.7434	-.739	.460	
		女	252	3.7986			
	社會責任	男	114	3.9605	.604	.546	
女	252	3.9177					
捐款意願	知覺行為	男	114	3.2785	.592	.554	
		女	252	3.2381			
	機構因素	男	114	4.3965	1.643	.101	
女	252	4.2992					
幸福感	環境因素	男	114	3.8509	.352	.725	
		女	252	3.8234			
	行為意向	男	114	4.1118	.821	.412	
女	252	4.0575					
幸福感	自我滿足	男	114	3.9759	-.625	.532	
		女	252	4.0228			
	自我實現	男	114	3.4934	.409	.683	
女	252	3.4563					
幸福感	人際關係	男	114	3.7566	.441	.660	
		女	252	3.7232			

資料來源：本研究整理

4.3.2 單因子變異數分析

(1) 年齡

年齡採用單因子變異數進行 ANOVA 檢定，探討各年齡層對於各種變項與構面之差異情形。研究結果年齡對於各種變項與構面並無顯著差異。捐款是熱心公益濟弱扶傾之事，或許捐款者在經濟收入穩定的條件下，不分年齡層對捐款動機、捐款意願及其幸福感，皆有相當的感知。故不同年齡層對於捐款動機、捐款意願及幸福感並無顯著差異。分析結果如表 4.5 所示：

表 4.5 年齡對各研究構面之差異分析表

變項	構面	年齡	樣本數	平均數	F 值	P 值	事後比較
捐款動機	自主觀念	1. 29 歲以下	29	3.6552	1.422	.226	
		2. 30~39 歲	42	3.8036			
		3. 40~49 歲	141	3.8759			
		4. 50~64 歲	139	3.7104			
		5. 65 歲以上	15	3.7333			
	社會責任	1. 29 歲以下	29	3.8879	.466	.761	
		2. 30~39 歲	42	3.8571			
		3. 40~49 歲	141	3.9450			
		4. 50~64 歲	139	3.9299			
		5. 65 歲以上	15	4.1000			
	知覺行為	1. 29 歲以下	29	3.3897	.703	.591	
		2. 30~39 歲	42	3.2143			
		3. 40~49 歲	141	3.3156			
		4. 50~64 歲	139	3.2068			
		5. 65 歲以上	15	3.2667			
捐款意	機構因素	1. 29 歲以下	29	4.3310	1.086	.363	
		2. 30~39 歲	42	4.3381			
		3. 40~49 歲	141	4.3844			

願		4. 50~64 歲	139	4.2921			
		5. 65 歲以上	15	4.1333			
	環境因素	1. 29 歲以下	29	3.8534	1.323	.261	
		2. 30~39 歲	42	3.9881			
		3. 40~49 歲	141	3.8741			
		4. 50~64 歲	139	3.7554			
5. 65 歲以上		15	3.6667				
行為意向	1. 29 歲以下	29	4.1293	1.929	.105		
	2. 30~39 歲	42	4.0417				
	3. 40~49 歲	141	4.1348				
	4. 50~64 歲	139	3.9856				
	5. 65 歲以上	15	4.3167				
幸福感	自我滿足	1. 29 歲以下	29	3.9655	2.060	.086	
		2. 30~39 歲	42	4.1488			
		3. 40~49 歲	141	4.0904			
		4. 50~64 歲	139	3.9083			
		5. 65 歲以上	15	3.8500			
	自我實現	1. 29 歲以下	29	3.6638	1.073	.370	
		2. 30~39 歲	42	3.4464			
		3. 40~49 歲	141	3.5230			
		4. 50~64 歲	139	3.3975			
		5. 65 歲以上	15	3.2833			
	人際關係	1. 29 歲以下	29	3.7759	.523	.719	
		2. 30~39 歲	42	3.7679			
		3. 40~49 歲	141	3.7766			
		4. 50~64 歲	139	3.6691			
		5. 65 歲以上	15	3.7500			

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

資料來源：本研究整理

(2) 婚姻

婚姻以獨立樣本 T 檢定進行分析，結果顯示婚姻對於各種變項與構面之差異情形。捐款行為源自於個人愛心及慈悲心，對於是否有婚姻對捐款動機、捐款意願及幸福感並無差異性。分析結果如表 4.6 所示：

表 4.6 婚姻對各研究構面之差異分析表

變項	構面	婚姻	樣本數	平均數	T 值	P 值	事後比較
捐款動機	自主觀念	未婚	79	3.6329	-2.267	.024*	
		已婚	287	3.8223			
	社會責任	未婚	79	3.7627	-2.714	.007**	
	已婚	287	3.9774				
	知覺行為	未婚	79	3.1582	-1.539	.125	
		已婚	287	3.2761			
捐款意願	機構因素	未婚	79	4.3215	-.152	.879	
		已婚	287	4.3317			
	環境因素	未婚	79	3.8006	-.455	.649	
	已婚	287	3.8406				
	行為意向	未婚	79	4.0063	-1.168	.244	
		已婚	287	4.0932			
幸福感	自我滿足	未婚	79	3.9620	-.697	.487	
		已婚	287	4.0209			
	自我實現	未婚	79	3.5671	-1.262	.208	
	已婚	287	3.4956				
	人際關係	未婚	79	3.6234	-1.654	.099	
		已婚	287	3.7639			

資料來源：本研究整理

(3) 學歷

教育程度的高低對於對於捐款動機與幸福感兩個變項無顯著差異，對於捐款意願變項有顯著差異。捐款意願變項內之機構因素構面有顯著差異，對於環境因素及行為意向構面不顯著差異。

研究顯示學歷「大學/專科」與「高中/職」對於機構因素構面有顯著差異，「研究所以上」與「高中/職」對於機構因素構面亦有顯著差異，教育程度愈高者愈重視受贈單位信譽優劣以及善款經費是否運用得當，再者是單位經營理念與服務態度，皆影響其捐贈意願其深，至於是否與捐贈者保有互動關係較不顯著差異。

一般民眾愛心捐助主要是幫助弱勢群眾，受贈單位匯集社會善心資源，期待善款能助於需要幫助的人，捐款用途透明化又能適時徵信，才能獲得民眾之信賴。由於全民教育水準提昇，捐款者對於捐款的認知，已非往昔之「真施捨，不怕假和尚」之心態；現今社會上詐騙手法多、善款被挪用之事件層出不窮，因此教育程度愈高者比教育程度低者，對於受贈單位的信譽及經費之運用更具高度的關注。

研究樣本中捐助給急難救助單位意願最高，其次是公益團體與慈善機構，最後才是宗教團體。古人云：「救急不救窮」面對諸多需捐助的對象而言，樣本顯示教育程度高者對於急迫性之捐助意願較高。

教育程度高之捐款者，更重視受贈單位之整體形象，不論是經營理念或服務態度，都會影響捐款者去選擇捐款單位；當單位經營理念與捐款者之理念能契合，捐款者才會保有長期捐助的意願。故教育程度的高低對於對於捐款意願機構因素呈顯著之差異。其分析結果如表 4.7 所示：

表 4.7 教育程度對各研究構面之差異分析表表

變項	構面	學歷	樣本數	平均數	F 值	P 值	事後比較
捐款動機	自主觀念	1. 國中以下 2. 高中/職 3. 大學/專科 4. 研究所以上	17 76 204 69	3.6912 3.7237 3.8076 3.7899	.407	.748	
	社會責任	1. 國中以下 2. 高中/職 3. 大學/專科 4. 研究所以上	17 76 204 69	4.0000 3.8520 3.9252 4.0181	.917	.433	
	知覺行為	1. 國中以下 2. 高中/職 3. 大學/專科 4. 研究所以上	17 76 204 69	3.2500 3.2336 3.2169 3.3696	1.125	.339	
捐款意願	機構因素	1. 國中以下 2. 高中/職 3. 大學/專科 4. 研究所以上	17 76 204 69	4.1529 4.1474 4.3627 4.4754	5.951	.001*	3>2 4>2
	環境因素	1. 國中以下 2. 高中/職 3. 大學/專科 4. 研究所以上	17 76 204 69	3.7353 3.9145 3.8125 3.8225	.529	.662	
	行為意向	1. 國中以下 2. 高中/職 3. 大學/專科 4. 研究所以上	17 76 204 69	4.0000 3.9605 4.0711 4.2283	2.673	.047*	NA
幸福感	自我滿足	1. 國中以下 2. 高中/職 3. 大學/專科 4. 研究所以上	17 76 204 69	1.9559 3.8947 4.0282 4.0870	1.159	.325	
	自我實現	1. 國中以下 2. 高中/職 3. 大學/專科 4. 研究所以上	17 76 204 69	3.5735 3.3914 3.4792 3.4928	.362	.781	
	人際	1. 國中以下	17	3.8529	.324	.808	

	關係	2. 高中/職	76	3.6842			
		3. 大學/專科	204	3.7402			
		4. 研究所以上	69	3.7391			

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

資料來源：本研究整理

(4) 有無宗教信仰

有無宗教信仰以獨立樣本 T 檢定進行分析，有無宗教信仰對捐款動機、捐款意願與幸福感有顯著差異。

捐款動機變項中，社會責任構面不顯著差異，對於自主觀念、知覺行為有顯著差異。對個人自主觀念構面，於研究樣本中有顯著差異。可能有宗教信仰者，基於使命及責任義務，在自我的認同感及歸屬感較為明確也具有高度信念，此與無宗教信仰者有明顯差異。依研究樣本顯示有無宗教信仰之捐款者，一致認同捐款可助人並無差異，但是對於捐款可以積德行善或可將功德迴向給親人以及本身具有長期捐助計劃，有無宗教信仰兩者對此項觀點有明顯差異。可能無宗教信仰者對捐款的感知只是純粹捐款助人，並不期待捐款後之因果關係，亦可能隨緣捐助並未有其任何捐款計劃。

捐款動機變項中，對知覺行為構面，於研究樣本中有顯著差異。可能是有宗教信仰之捐款者對於受捐贈單位有忠誠度，有宗教信仰者除了急難救助捐助通常會有計劃固定捐助給宗教團體，而無宗教信仰者對慈善單位的捐款意向高過宗教團體。

捐款意願變項中，機構因素及環境因素皆不顯著差異。對行為意向構

面有明顯差異。若有宗教信仰者本身是受贈單位的成員，故願意長期捐助，而無宗教信仰者則不然。至於捐款是否可帶動助人行為或者是為了節稅而捐款、或者是受到親友的鼓勵有無宗教信仰者見解亦不同。

有無宗教信仰在捐款之幸福感上自我滿足與自我實現構面無明顯差異，但在於人際關係構面有顯著差異。資料顯示有宗教信仰者比無宗教信仰者，較期待與人廣結善緣並認識志同道合之人，以增進良好的人際關係，同時可獲得社會大眾的肯定與讚許。分析結果如表 4.8 所示：

表 4.8 有無宗教信仰對各研究構面之差異分析表

變項	構面	宗教信仰	樣本數	平均數	T 值	P 值	事後比較
捐款動機	自主觀念	有 無	276 90	3.8487 3.5750	3.461	.001**	P>0.05
	社會責任	有 無	276 90	3.9565 3.8528	1.363	.174	
	知覺行為	有 無	276 90	3.3053 3.0833	3.061	.002*	P>0.05
捐款意願	機構因素	有 無	276 90	4.3203 4.3578	-.587	.558	
	環境因素	有 無	276 90	3.8225 3.8611	-.461	.645	
	行為意向	有 無	276 90	4.1431 3.8639	4.007	.000***	P>0.05
幸福感	自我滿足	有 無	276 90	4.0634 3.8389	2.808	.005*	P>0.05
	自我實現	有 無	276 90	3.5181 3.3139	2.106	.036*	P>0.05
	人際關係	有 無	276 90	3.7998 3.5306	3.357	.001*	P>0.05

資料來源：本研究整理

(5) 每月平均所得

個人年所得之差異對捐款動機及幸福感並未有明顯差異，對捐款意願的機構因素構面有顯着差異。每月所得平均「50,001-100,000 元」的比每月所得「25,000 以下」的捐款者，對於機構因素有明顯差異。

個人月平均所得不同，在捐款的態度上及幸福感並未有差異性，捐款金額是個人量力捐助，並不會造成捐款人的負擔，不論是小額捐款或大額捐款，其愛心捐助的心是一樣的，故在存在幸福感也不會有明顯差異，但是收入較高之捐款者比收入低的更加重視受贈單位整體的形象及信譽、單位經費的運用及經營理念。分析結果如表 4.9 所示：

表 4.9 個人年所得對各研究構面之差異分析表

變項	構面	每月收入	樣本數	平均數	F 值	P 值	事後比較
捐款	自主觀念	1. 25,000 以下	78	3.5962	1.998	0.94	
		2. 25,001-30,000	63	3.8413			
		3. 30,001-50,001	128	3.8203			
		4. 50,001-100,000	79	3.8481			
		5. 100,000 萬以上	18	3.8056			
	社會責任	1. 25,000 以下	78	3.7949	2.991	.019*	NA
		2. 25,001-30,000	63	3.8889			
		3. 30,001-50,001	128	3.9141			
		4. 50,001-100,000	79	4.0538			
		5. 100,000 萬以上	18	4.2500			
	知覺行為	1. 25,000 以下	78	3.2019	.367	.832	
		2. 25,001-30,000	63	3.2421			
		3. 30,001-50,001	128	3.2402			
		4. 50,001-100,000	79	3.3070			
		5. 100,000 萬以上	18	3.3194			
機構因素	1. 25,000 以下	78	4.1769	2.932	.021*	4>1	
	2. 25,001-30,000	63	4.3270				

意願		3. 30,001-50,001	128	4.3344				
		4. 50,001-100,000	79	4.4430				
		5. 100,000 萬以上	18	4.4667				
	環境因素	1. 25,000 以下	78	3.8205	.907	.460		
		2. 25,001-30,000	63	3.8730				
		3. 30,001-50,001	128	3.8242				
		4. 50,001-100,000	79	3.8861				
		5. 100,000 萬以上	18	3.5556				
	行為意向	1. 25,000 以下	78	4.0032	2.821	.025*	NA	
		2. 25,001-30,000	63	4.0317				
		3. 30,001-50,001	128	4.0117				
		4. 50,001-100,000	79	4.2532				
		5. 100,000 萬以上	18	4.1944				
	幸福感	自我滿足	1. 25,000 以下	78	3.8750	2.161	.073	
			2. 25,001-30,000	63	3.9960			
3. 30,001-50,001			128	3.9805				
4. 50,001-100,000			79	4.1709				
5. 100,000 萬以上			18	4.1111				
自我實現		1. 25,000 以下	78	3.5705	2.086	.082		
		2. 25,001-30,000	63	3.6389				
		3. 30,001-50,001	128	3.6113				
		4. 50,001-100,000	79	3.8259				
		5. 100,000 萬以上	18	3.9306				
人際關係		1. 25,000 以下	78	3.4423	.466	.716		
		2. 25,001-30,000	63	3.5714				
		3. 30,001-50,001	128	3.4629				
		4. 50,001-100,000	79	3.5570				
		5. 100,000 萬以上	18	3.5694				

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

資料來源：本研究整理

(6) 職務

樣本顯示職務對於捐款動機、捐款意願及幸福感無顯著差異 ($P>0.05$)。於整體而言，工作職務之差異並不會影響捐款各項構面，可見無論就業狀況如何，是學生、雇主、員工、家管甚至是待業中以及退休之人士，對於捐款動機、捐款意願及其幸福感都無顯著差異。分析結果如表 4.10 所示：

表 4.10 工作職務對各研究構面之差異分析表

變項	構面	就業狀況	樣本數	平均數	F 值	P 值	事後比較
捐款動機	自主觀念	1. 學生	21	3.6667	1.188	.316	
		2. 雇主/自營業	58	3.8793			
		3. 員工	232	3.7996			
		4. 家管	46	3.6685			
		5. 待業/退休	9	3.5278			
	社會責任	1. 學生	21	3.8690	.947	.437	
2. 雇主/自營業		58	4.0560				
3. 員工		232	3.9256				
4. 家管		46	3.8641				
5. 待業/退休		9	3.7500				
知覺行為	1. 學生	21	3.3333	1.215	.304		
	2. 雇主/自營業	58	3.2500				
	3. 員工	232	3.2802				
	4. 家管	46	3.1141				
	5. 待業/退休	9	3.0000				
捐款意願	機構因素	1. 學生	21	4.3714	1.653	.161	
		2. 雇主/自營業	58	4.2931			
		3. 員工	232	4.3707			
		4. 家管	46	4.1913			
		5. 待業/退休	9	4.1111			
	環境因素	1. 學生	21	4.0238	.934	.444	
2. 雇主/自營業	58	3.7155					

		3. 員工	232	3.8491			
		4. 家管	46	3.7880			
		5. 待業/退休	9	3.9167			
	行為意向	1. 學生	21	4.0476	.152	.962	
		2. 雇主/自營業	58	4.0948			
		3. 員工	232	4.0830			
		4. 家管	46	4.0380			
		5. 待業/退休	9	3.9722			
幸福感	自我滿足	1. 學生	21	4.0238	1.966	.099	
		2. 雇主/自營業	58	4.0991			
		3. 員工	232	4.0366			
		4. 家管	46	3.7717			
		5. 待業/退休	9	3.8611			
	自我實現	1. 學生	21	3.7857	3.250	.012*	NA
		2. 雇主/自營業	58	3.5948			
		3. 員工	232	3.4763			
		4. 家管	46	3.2174			
5. 待業/退休		9	2.9722				
人際關係	1. 學生	21	3.8333	1.840	.121		
	2. 雇主/自營業	58	3.8922				
	3. 員工	232	3.7252				
	4. 家管	46	3.5652				
	5. 待業/退休	9	3.5556				

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

資料來源：本研究整理

(7) 捐款年資

捐款年資對於研究資料顯示捐款動機、捐款意願與幸福感等變項，大部份的研究構面皆具有顯著差異。

- A. 捐款年資對於捐款動機變項，在於自主觀念、社會責任構面有顯著差異，對於知覺行為則不顯着差異。
- a. 捐款者之捐款年資對於自主觀念構面有顯著差異：捐款年資在「5~10年」、「10~20年」、「20年以上」者，與捐款年資「1~5年」、「1年以下」者具有顯著差異。研究樣本顯示捐款年資有五年以上者，比起捐款年資五年以下者，在自主觀念有明顯差異。對於捐款可幫助需要幫助的人、可以積德行善、做功德迴向等以上之認知，捐款年資五年以下者更加認同，這些也可能是有五年以上捐款者，規劃長期捐款計畫的原動力。
- b. 捐款者之捐款年資對於社會責任構面有顯著差異：捐款年資超過五年以上者，認為捐款可以為社會盡一份責任，幫助社會急難救助之迫切需要，及減少社會問題，甚至會鼓勵親友捐款行善。
- B. 捐款年資對於捐款意願變項，在於機構因素及環境因素無顯著差異。但是在行為意向構面，捐款年資「5~10年」、「10~20年」、「20年以上」者，比捐款年資「1年以下」者具有顯著差異。顯示捐款年資有五年以上之捐款者，對受贈單位之服務類型有顯著差異，捐款年資五年以上者，對於捐款對象有所選擇，可能是跟單位的服務宗旨以及經營理念有關。

C. 捐款年資於幸福感之變項，自我滿足、自我實現以及人際關係皆有顯著差異。

- a. 在自我滿足有顯著差異：捐款年資在五年以上之捐款者相較五年以下之捐款者更具有幸福感。可是捐款年資愈者愈認同能捐款助人是一件快樂的事，可增添福報亦能改善命運。
- b. 在自我實現有顯著差異：捐款年資在五年以上之捐款者，更能於捐款行為實現自我承諾，獲得存在感及成就感，故願意一直保有捐款助人之習慣。
- c. 人際關係有顯著差異：捐款年資「5~10年」者，比「1年以下」者對於捐款可與人廣結善緣也能獲得社會大眾的尊重與肯定，認識志同道合的人，增進良好人際關係等更加期待。

綜合上述得知，捐款年資愈多者，更具有高度幸福感，願意持續捐款行為。分析結果如表 4.11 所示：

表 4.11 捐款年資對各研究構面之差異分析表

變項	構面	捐款年資	樣本數	平均數	F 值	P 值	事後比較
捐款動機	自主觀念	1. 1 年以下	90	3.5722	7.717	.000***	3>1 4>1 5>1
		2. 1~5 年	76	3.5888			
		3. 5~10 年	65	3.9962			
		4. 10~20 年	71	3.9261			
		5. 20 年以上	64	3.9258			
	社會責任	1. 1 年以下	90	3.6861	7.441	.000***	3>1 4>1 5>1
		2. 1~5 年	76	3.8355			
		3. 5~10 年	65	4.0885			
		4. 10~20 年	71	4.0106			
		5. 20 年以上	64	4.1406			
	知覺	1. 1 年以下	90	3.1667	2.355	.054	

	行為	2. 1~5 年	76	3.2632			
		3. 5~10 年	65	3.4423			
		4. 10~20 年	71	3.3415			
		5. 20 年以上	64	3.2266			
捐款意願	機構因素	1. 1 年以下	90	4.2800	.843	.498	
		2. 1~5 年	76	4.4184			
		3. 5~10 年	65	4.3477			
		4. 10~20 年	71	4.3070			
		5. 20 年以上	64	4.3000			
	環境因素	1. 1 年以下	90	3.9028	2.076	0.83	
		2. 1~5 年	76	3.9737			
		3. 5~10 年	65	3.8154			
		4. 10~20 年	71	3.7077			
5. 20 年以上		64	3.7188				
行為意向	1. 1 年以下	90	3.8528	5.096	.001**	3>1 4>1 5>1	
	2. 1~5 年	76	4.0625				
	3. 5~10 年	65	4.1923				
	4. 10~20 年	71	4.1937				
	5. 20 年以上	64	4.1484				
幸福感	自我滿足	1. 1 年以下	90	3.7861	6.071	.000***	3>1 4>1 5>1
		2. 1~5 年	76	3.8816			
		3. 5~10 年	65	4.1538			
		4. 10~20 年	71	4.1866			
		5. 20 年以上	64	4.1250			
	自我實現	1. 1 年以下	90	3.4278	5.728	.000***	4>1 5>1
		2. 1~5 年	76	3.5428			
		3. 5~10 年	65	3.7731			
		4. 10~20 年	71	3.8556			
5. 20 年以上		64	3.8477				
人際關係	1. 1 年以下	90	3.3167	3.256	.012*	3>1	
	2. 1~5 年	76	3.4408				
	3. 5~10 年	65	3.7385				
	4. 10~20 年	71	3.5176				
	5. 20 年以上	64	3.5820				

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

資料來源：本研究整理

4.4 迴歸分析

主要以簡單迴歸分析來研究捐款動機、捐款意願和捐款幸福感之解釋及預測力關係，加以驗證所研究假設是否得以成立。

4.4.1 捐款動機與捐款意願之迴歸分析

係針對假設 H4 的部份，以迴歸分析驗證捐款動機與捐款意願的直接影響效果。檢定捐款動機是否會直接影響捐款意願，迴歸模式的結果顯示，標準化 β 值為 0.475 ($P=0.000$) 達到顯著水準；F 值為 106.321 ($P=0.000$) 迴歸模式表示有顯著，調整後的 R^2 則為 0.224。由分析結果可以得知捐款動機對於捐款意願皆具有顯著的正向關係，假設 H4 成立。

4.4.3 捐款意願與幸福感之迴歸分析

係針對假設 H5 的部份，以迴歸分析檢驗捐款意願與幸福感的直接影響效果。檢定捐款意願是否會直接影響幸福感，迴歸模式的結果顯示，標準化 β 值為 0.469 ($P=0.000$) 達到顯著水準；F 值為 102.811 ($P=0.000$) 迴歸模式表示有顯著，調整後的 R^2 則為 0.218。由分析結果可以得知捐款動機對於幸福感皆具有顯著的正向關係，假設 H5 成立。

4.4.2 捐款動機與幸福感之迴歸分析

係針對假設 H6 的部份，以迴歸分析檢驗捐款動機與幸福感的直接影響效果。檢定捐款動機是否會直接影響幸福感，迴歸模式的結果顯示，標準化 β 值為 0.783 ($P=0.000$) 達到顯著水準；F 值為 575.586 ($P=0.000$) 迴歸模式表示有顯著，調整後的 R^2 則為 0.612。由分析結果可以得知捐款動機對於幸福感皆具有顯著的正向關係，假設 H6 成立。

表 4.12 各變項迴歸分析彙整表

自變數／依變數	R 平方	調整後 R 平方	Beta 值	F 值
捐款動機／捐款意願	.226	.224	.475***	106.321***
捐款意願／幸福感	.220	.218	.469***	102.811***
捐款動機／幸福感	.613	.612	.783***	575.586***

*p<0.05，**p<0.01，***p<0.001

資料來源：本研究整理

4.5 路徑模型的分析

本節將分別探討捐款動機與捐款意願對幸福感之因果關係。捐款動機對於捐款意願與幸福感皆有直接效果，路徑係數分別為 0.475(p<.001)與 0.469(p<.001)，且捐款意願對於幸福感亦有中介的間接效果，其中介效果之強度由兩端點變項間的直接效果(捐款動機→捐款意願，捐款意願→幸福感)係數相乘而得，所得到的間接效果為 0.475(H1)×0.469(H2)=0.222，代表捐款動機變項與捐款意願變項之間的變動，造成幸福感的變動量為 1.474 個單位。

自變項對於內衍變項的總效果，可以從所有顯著或不顯著的直接效果和間接效果之迴歸係數值加總而得。以捐款動機對幸福感的整體效果為例，每一標準差單位自變項的變動，造成幸福感的變動量為 1.005 個單位。如表 4.13 所示：

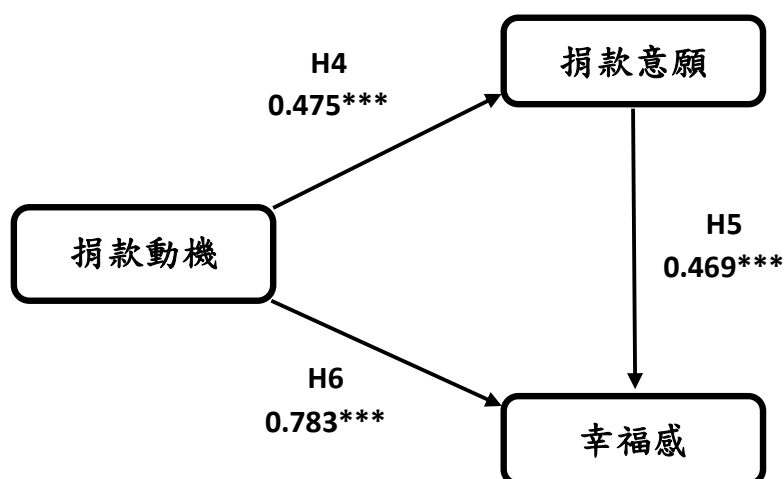


圖 4.1 路徑分析參數估計圖

資料來源：本研究整理

表 4.13 迴歸取向路徑分析各項效果分解說明

自變項	依變項：內衍變項		
	捐款意願	幸福感	變動量單位
外衍變項 (捐款動機)			
直接效果	.475***	.783***	
間接效果	-	.222***	
總效果	.475***	1.005***	
內衍變項 (捐款意願)			
直接效果	-	.469***	
間接效果	-	-	
總效果	-	.469***	
合計			1.474***

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

資料來源：本研究整理

第五章 結論與建議

本研究以量化模式探討捐款者之捐款動機與捐款意願及幸福感，依據第四章之資料統計分析，本章再將研究結果做合理的歸納與總結，分別論述研究結論，並依結論擬建議做為未來研究之參考。此章有二節：第一節乃研究結果、第二節乃建議。

5.1 研究結論

本研究以捐款者為研究對象，就捐款動機、捐款意願與幸福感之間的關係，經由研究假設以及統計分析，來驗證本研究整體變項結果，研究結果顯示具有高度的信度及效度，但在構面上顯示部份成立或不成立，其餘均成立。研究假設檢定結果。

5.1.1 捐款者背景特徵研究

研究結果得知比例過半數的有：受測者以女性已婚者居多、年齡在 40 歲以上中老年人居多、教育程度在大學/專科以上、具有宗教信仰居多、以員工身份者居多。

現今時代基於兩性平等觀念之推廣，女性可獨立自主，不僅於自主觀念提升本身也具有經濟能力以及支配金錢的能力。樣本個體已婚佔七成以上，也顯示樣本之個體是以「已婚」並且以「40歲以上」的「女性」居多，以母性慈愛的本能對於社會弱勢的關愛程度應比男性高，故在財力充足條件下較具捐款意願。

樣本統計分析捐款者為有工作者居多且以員工居多，顯示捐款者為

經濟穩定或事業有成之中老年人更具有捐款能力於生活安頓無虞時，在生活滿意度及經濟收入穩定之條件下，相較於年輕人對於回饋社會更具有高度的意願。國人生活水準提升教育普及化，研究樣本中「大學/專科」以上高學歷佔總體一半以上。且以有宗教信仰者對於行善捐款之事更具熱忱。有宗教信仰者受宗教背景環境及情境之感化，對於捐款助人救濟等事更具熱忱。

捐款年資在「1年以下」者，佔樣本總體最高，表示新參與捐款者人數仍持續增加，捐款年資在「5年以上」者，佔總體一半以上，可見是願意持續捐款者也不少。

5.1.2 捐款者背景與捐款動機之研究結論

研究假設一：不同背景之捐款者對捐款動機有顯著影響。

根據統計分析，不同背景之捐款者對捐款動機整體而言有顯著正向關係，捐款者之捐款動機對於宗教信仰與捐款年資具有顯著差異，對於其它背景則無明顯差異。

(1) 不同宗教信仰之捐款者對捐款動機有具顯著影響之部份假設成立：

有無宗教信仰者對於捐款動機之自主觀念及知覺行為有明顯差異，而對於善盡社會責任對於有無宗教信仰者並無明顯差異。

A. 自主觀念之差異：對於捐款行善助人之事，有無宗教背景之捐款者因所接觸環境及生活社交圈不同，其觀點看法亦有不同之處，有宗教信仰者比較會認為捐款助人可以積德行善將功德迴向給過往之親人。無宗教信仰者較不以此為捐款動機。

B. 知覺行為之差異：有宗教信仰者認為捐款可帶動助人行為或者本身就是宗教單位的成員有長期捐款計劃行為，而無宗教信仰者捐可能款純粹只是要助人或節稅，又或者是受到親友之鼓勵，對於行善積德之事較不注重，也較無宗教認同感，故於見解上有所差異。

(2) 不同捐款年資之捐款者對捐款動機有顯著影響之假設成立：不同捐款年資對於捐款動機之自主觀念及社會責任有明顯差異，而對於知覺行為之構面並無明顯差異。

A. 自主觀念之差異：根究研究樣本顯示捐款年資在「5~10年」、「10~20年」、「20年以上」者，與捐款年資「1年以下」者具有顯著差異。平均捐款五年以上之捐款者對於捐款可幫助的人、可以積德行善、可以功德迴向等認知，與捐款年資「1年以下」者於自主觀念有差異。

B. 社會責任之差異：捐款年資愈高者更肯定捐款可以善盡社會責任，幫助社會急難救助之迫切需要，減少社會問題，甚至會鼓勵親友捐款行善，而在捐款助人亦能帶動他人行善且幫助社會安定，故捐款年資愈高者比起捐款年資「1年以下」者更具社會責任。

表 5.1 不同背景之捐款者對捐款動機有顯著影響之驗證結果

研究假設	驗證結果
H1：不同背景之捐款者對捐款動機有顯著影響	部份成立
H1-1：不同性別之捐款者對捐款動機有顯著影響	不成立
H1-2：不同年齡之捐款者對捐款動機有顯著影響	不成立
H1-3：不同婚姻狀況之捐款者對捐款動機有顯著影響	不成立
H1-4：不同教育程度之捐款者對捐款動機有顯著影響	不成立
H1-5：不同宗教信仰之捐款者對捐款動機有顯著影響	部份成立
H1-6：不同所得收入之捐款者對捐款動機有顯著影響	不成立
H1-7：不同職業之捐款者對捐款動機有顯著影響	不成立
H1-8：不同捐款年資之捐款者對捐款動機有顯著影響	部份成立

資料來源：本研究整理

5.1.3 捐款者背景與捐款意願之研究結論

研究假設二：不同背景之捐款者對捐款意願有顯著影響

根據統計分析不同背景之捐款者對捐款意願整體而言有顯著正向關係，捐款者之捐款意願對於教育程度、不同宗教信仰、捐款人所得及捐款年資皆具有顯著差異，其它背景則無明顯差異。

- (1) 不同教育程度之捐款者對捐款意願有顯著影響之部份假設成立：不同教育程度對於捐款意願之環境因素、行為意向無明顯差異，而對於機構因素有明顯差異。機構因素之差異：根據樣本資料顯示，教育程度在「大學/專科」對與「高中/職」有顯著差異，「研究所以以上」對與「高中/職」對於機構因素構面亦有顯著差異，表示教育程度愈高的人比教

育程度低者，對於受贈單位的信譽及經費之運用更具高度的關注。

- (2) 不同宗教信仰之捐款者對捐款意願有顯著影響之部份假設成立：不同宗教信仰對於捐款意願之機構因素、環境因素無明顯差異，而對於行為意向有明顯差異。行為意向之差異：是有宗教信仰之捐款者對宗教具有忠誠度，除了急難救助捐助之捐贈，通常會有計劃固定捐助給宗教團體，而無宗教信仰者對捐給慈善單位的意願高過捐款給宗教團體。
- (3) 不同所得收入之捐款者對捐款意願有顯著影響之部份假設成立：不同所得收入對於捐款意願之環境因素、行為意向無明顯差異，而對於機構因素有明顯差異。機構因素之差異：捐款者每月所得平均「50,001-100,000 元」的比每月所得「25,000 以下」的捐款者，對於機構因素有明顯差異。即所得愈高者對機構之經營管理更為重視，包含機構聲譽及經費之運用及負責人之公信力。
- (4) 不同捐款年資之捐款者對捐款意願有顯著影響之部份假設成立：不同捐款年資之捐款者對於捐款意願之機構因素、環及境因素無明顯差異，而對行為意向於有明顯差異。行為意向之差異：捐款年資「5~10 年」、「10~20 年」、「20 年以上」者，跟捐款年資「1 年以下」者具有顯著差異。顯示捐款年資愈高之捐款者，對於選擇捐款單位之服務類型有顯著差異，可能是跟單位的服務宗旨與服務對向以及經營理念有關。

表 5.2 不同背景之捐款者對捐款意願有顯著影響之驗證結果

研究假設	驗證結果
H2：不同背景之捐款者對捐款意願有顯著影響	部份成立
H2-1：不同性別之捐款者對捐款意願有顯著影響	不成立
H2-2：不同年齡之捐款者對捐款意願有顯著影響	不成立
H2-3：不同婚姻狀況之捐款者對捐款意願有顯著影響	不成立
H2-4：不同教育程度之捐款者對捐款意願有顯著影響	部份成立
H2-5：不同宗教信仰之捐款者對捐款意願有顯著影響	成立
H2-6：不同所得收入之捐款者對捐款意願有顯著影響	部份成立
H2-7：不同職業之捐款者對捐款意願有顯著影響	不成立
H2-8：不同捐款年資之捐款者對捐款意願有顯著影響	部份成立

資料來源：本研究整理

5.1.4 捐款者背景與幸福感之研究結論

研究假設三：不同背景之捐款者對幸福感有顯著影響。

根據統計分析不同背景之捐款者對捐款幸福感整體而言有顯著正向關係，捐款者之幸福感對於不同宗教信仰與捐款年資皆具有顯著差異，其它背景則無明顯差異。

(1) 不同宗教信仰之捐款者對幸福感有顯著影響

不同宗教信仰之捐款者對於幸福感之自我滿足、自我實現無明顯差異，而對人際關係構面於有明顯差異。人際關係之差異：顯示有宗教信仰者較期待與人廣結善緣並認識志同道合之人，以增進良好的人際關係，同時獲得社會大眾的肯定與讚許而產生幸福感。

(2) 不同捐款年資之捐款者對幸福感有顯著影響

不同捐款年資之捐款者對於幸福感之自我滿足、自我實現以及人際關係皆具有明顯差異。

- A. 自我滿足之差異：捐款年資在五年以上之捐款者相較一年以下之捐款者更具有幸福感可能是捐款年資愈高者愈具捐款經驗，愈能認同能捐款助人是一件快樂的事，在捐款的同時亦能獲得自我之滿足。
- B. 自我實現之差異：捐款年資在五年以上之捐款者相較一年以下之捐款者，更能於捐款行為實現自我承諾，獲得存在感及成就感，因此願意一直保有捐款助人之習慣。
- C. 人際關係之差異；捐款者年資在「5~10年」者，比「1年以下」者對於捐款可以與人廣結善緣、受到社會大眾的尊重與肯定，可認識志同道合的人，增進良好人際關係等更加期待。故捐款年資愈多者之所以願意持續捐款行為，表示具有高度幸福感。

表 5.3 不同背景之捐款者對幸福感有顯著影響之驗證結果

研究假設	驗證結果
H3：捐款意願對幸福感有顯著影響	部份成立
H3-1：不同性別之捐款者對幸福感有顯著影響	不成立
H3-2：不同年齡之捐款者對幸福感有顯著影響	不成立
H3-3：不同婚姻狀況之捐款者對幸福感有顯著影響	不成立
H3-4：不同教育程度之捐款者對幸福感有顯著影響	不成立
H3-5：不同宗教信仰之捐款者對幸福感有顯著影響	部份成立
H3-6：不同所得收入之捐款者對幸福感有顯著影響	不成立

H3-7：不同職業之捐款者對幸福感有顯著影響	不成立
H3-8：不同捐款年資之捐款者對幸福感有顯著影響	成立

資料來源：本研究整理

5.1.5 捐款動機、捐款意願與幸福感之研究結論

研究假設四：捐款動機對捐款意願有顯著正相關。

研究假設五：捐款動機對於幸福感有顯著正相關。

研究假設六：捐款意願對於幸福感有顯著正相關。

研究假設七：捐款動機對捐款意願與幸福感有中介效果。

表 5.4 捐款動機、捐款意願與幸福感驗證結果

研究假設項目	驗證結果
H4：捐款動機對捐款意願有顯著正相關	成立
H5：捐款動機對於幸福感有顯著正相關	成立
H6：捐款意願對於幸福感有顯著正相關	成立
H7：捐款動機對捐款意願與幸福感有中介效果	成立

資料來源：本研究整理

5.1.6 中介效果

檢驗捐款動機在捐款意願與幸福感之間之中介效果，以迴歸分析發現捐款動機與幸福感之間的關係會受到捐款意願影響，因此捐款意願對捐款動機與幸福感具有中介效果。

5.2 建議

根據研究發現與結果，影響捐款者態度之因素有多重面向，以個人主觀意識的認知與感受影響較為深遠，例如：有無宗教背景及對捐贈單位的形象具明顯差異。

捐款者之捐款動機、捐款意願與幸福感，源於捐款者自主觀念與認知所形成之自發性之行為，故捐款意願發自於捐款者內在心裡層面之自我滿足，當完成捐款行為達成所期待之目的時，最終回饋給自己的是幸福感，此幸福感是構成捐款者願意再次捐款之動力，此種回饋屬於精神層面的自我滿足，其價值非金錢可以衡量，因此建議深入了解捐款者之捐款動機並滿足捐款者之需求，才能有效提升捐款者之幸福感以持續捐款意願與捐款行為。

5.2.1 對非營利機構之建議

非營利機構要永續經營需重視捐款者之導向，才能創造「施」與「受」雙贏的優勢，既能獲得捐款者之資助以維持營運，亦能提升捐款者之幸福感，本研究對於非營利機構提出幾點建議：

1. 因應時代需求強化組織經營能力，彰顯服務成效建立良好之信譽。
2. 掌握社會大眾對捐款真正的感知，勸募計劃有切合捐款者之主題。
3. 宣導並提供便利民眾的捐款模式，增加捐款之方便度並適時回饋。
4. 賦予機構人文特色設定服務願景，結合捐款者之使命感與忠誠度。
5. 於行銷計劃中投入使人感動元素，加深捐款人的印象提昇能見度。
6. 持續徵信藉由活動傳達服務狀況，提升捐款者之幸福感持續互惠。

5.2.2 對未來研究建議

期待本研究可提供未來研究者，針對研究非營利機構之營運及相關募款之研究有所幫助。本研究係以網路問卷調查蒐集樣本，於研究範圍仍有所限制，故建議加入訪談內容以充實所探討之主題並增加研究構面，使研究分析更廣泛更多元，蒐證豐富的樣本資料及相關文獻，使得研究報告更加厚實專業。



參考文獻

一、中文部分

1. 于心如 (民 88), Empathy and giving behavior。中國廣告學刊, 4, 147-164。
2. 方世榮譯 (民 86)。行銷學原理 (第七版)(Principles of marketing, 7th Ed)(原著者: Kotler, P.)。台北: 台灣東華。(原著出版年: 民 56)。
3. 余家斌 (民 88), 慈善機關捐款人之行為意向研究。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
4. 李小梅、曾芳瑩 (民 84), 「台灣地區社會福利基金會贊助人之行為及其行銷策略之研究」, 管理科學學報, 第 12 卷 1 期, 1-21。
5. 李如婷 (民 91), 個人捐贈行為及其影響因素之探討以嘉義地區為例。國立中正大學社會福利研究所碩士論文。
6. 李政忠 (民 93), 網路調查所面臨的問題與解決建議, 資訊社會研究第 6 期, 頁 4。
7. 李美枝 (民 78), 社會心理學—理論研究與應用。台北: 大洋出版社。
8. 周建華 (民 90), 利己主義能夠“合理”嗎? ——對合理利己主義道德原則的質疑, 理論天地, 第 3 期, 25-28.頁。
9. 官千羽 (民 98), 結合 TAM 與 TPB 模型探討虛擬網站對醫療科技之推廣效果。國立政治大學企業管理研究所碩士論文, 未出版, 台北。
10. 林淑慧 (民 99), 非營利組織事業化經營策略之研究—以平衡計分卡觀點探討。私立靜宜大學社會工作與兒童少年福利, 學系碩士班碩士論文, 未出版, 台中。
11. 林雅莉 (民 87), 非營利組織募款之研究。國立政治大學公共行政研

究所碩士論文。

12. 林雅莉 (民 88)，非營利組織之募款策略。在江明修編，第三部門：經營策略與社會參與 (第一章，頁 3-60)。臺北市：智勝文化。
13. 邱家淮 (民 94)，影響非營利組織捐款人行為關鍵因素之研究——從計劃行為理論 (TPB)之觀點探討。未出版之碩士論文，中原大學企業管理研究所，中壢市。
14. 施建彬 (民 84)。《幸福感來源與相關因素之探討》。高雄醫學院行為科學研究所碩士論文。
15. 施教裕 (民 86) 民間福利機構團體因應民營化之現況、問題及策略。社區發展季刊，80，37-55。
16. 張春興 (民 85)，教育心理學——三化取向的理論與實踐。
17. 粘嘉宇 (民 98)，責信認知對捐款意向之影響。私立逢甲大學合作經濟學所碩士論文，未出版，台中。
18. 郭瑞坤、張玲瑜、張秦瑞、沈逸晴、張馨芸 (民 102)，「捐贈者對非營利組織課責行為之認同度與捐款意願之研究」，非營利組織管理學刊，第 14 期，46-83。
19. 陳愛椿 (民 92)，持續捐款行為之研究：以財團法人瑪利亞社會福利基金會為例。國立中正大學社會福利研究所碩士論文。
20. 萬育維 (民 83)，影響捐款行為之相關因素探究：實證資料的發現與回應。思與言，第 32 卷：第 4 期，197-217 頁。
21. 資訊社會研究 (6)頁 1-24，93 年 1 月 網路調查所面臨的問題與解決建議。
22. 鄭怡世 (民 88)，從非營利組織的觀點談——台灣捐募法規應有的法律建制。社區發展季刊，85，93-95。

23. 鄭怡世(民 90),「民間福利服務輸送型組織與企業組織合作募款經驗之探討」,社會政策與社會工作學刊,第 5 卷 1 期,171-209。
24. 鄭怡世(民 90),個人捐款行為分析:從「大台北地區民眾捐款行為分析」調查報告談起。社會工作學刊,7,101-131。
25. 蕭新煌主編(民 89),《非營利部門 組織與運作》,巨流,第一章。



二、英文部分

1. Ajzen, I. (1985), *The Theory of Planned Behavior*. New York: Springer Verlag.
2. Batson, C. D.,(1991), *The altruistic question: Toward a social-psychological answer*, 1st ed., NY: Erlbaum, 80
3. Batson, C. D., B. D. Duncan, P. Ackerman, T. Buckley, and K. Birch, (1981), "Is Empathic Emotion a Source of Altruistic Motivation?", *Journal of personality and Social Psychology*, 40(2), 290.
4. Becker, G. S. (1974). *A theory of social interactions*. *Journal of Political Economy*, 82(6), 1063-1093.
5. Blau, G. J. and K. B. Boal, (1987), "Conceptualizing How Job Involvement and Organizational Commitment Affect Turnover and Absenteeism", *Academy of Management Review*, 12(2), 288-300
6. Brown, J. J. and P. H. Reingen, (1987), "Social Ties and Word-of-mouth Referral Behavior", *Journal of Consumer Research*, 14(3), 350-362.
7. Gronbjerg, Kirsten A..(1993). *Understanding nonprofit funding: managing revenues in social services and community development organizations*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
8. Headey, & Wearing, (1989). *Personality, life events, and subjective well-being: Towards a dynamic equilibrium model*. *Personal and Social Psychology*, 57(4):731-739.
9. I Ajzen, BL Driver - *Leisure sciences*, 1991 - Taylor & Francis
10. Mixer, J. R. (1993). *Principles of Professional Fundraising: Useful Foundations for Successful Practice*. San Francisco: Jossey-Bass.

愛的朋友您好：

感謝您在百忙中抽空填寫這份問卷。這份問卷主要在探討「捐款意願與捐款幸福感」，幫助非營利機構瞭解捐款人的捐款意向與期望。

本問卷採匿名方式作答，資料僅作為學術研究之用，不會轉作其他用途，敬請安心填答，再次感恩您的協助與支持。

敬祝 喜樂平安 福慧圓滿

南華大學企業管理學系

指導教授：郭 東 昇

研究生：黃 郁 雅

附錄一：量化問卷

【填答方法說明】：本問卷分「四大部份」，請依照對每一題實際感受的認同程度，在適當之-□內打「V」，謝謝！

第一部分：個人基本資料

編號	項目	選項
1	性別	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女
2	年齡	<input type="checkbox"/> 18歲以下 <input type="checkbox"/> 18~29歲 <input type="checkbox"/> 30~39歲 <input type="checkbox"/> 40~49歲 <input type="checkbox"/> 50~64歲 <input type="checkbox"/> 65歲以上
3	婚姻	<input type="checkbox"/> 未婚 <input type="checkbox"/> 已婚
4	學歷	<input type="checkbox"/> 國小以下 <input type="checkbox"/> 國中 <input type="checkbox"/> 高中/職 <input type="checkbox"/> 大學/專科 <input type="checkbox"/> 研究所以上
5	宗教信仰	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
6	每月平均收入	<input type="checkbox"/> 25,000 以下 <input type="checkbox"/> 25,001-30,000 <input type="checkbox"/> 30,001-50,000 <input type="checkbox"/> 50,001-100,000 <input type="checkbox"/> 100,000 以上
7	工作職稱	<input type="checkbox"/> 學生 <input type="checkbox"/> 雇主/自營業 <input type="checkbox"/> 員工 <input type="checkbox"/> 家管 <input type="checkbox"/> 待業中
8	工作年資	<input type="checkbox"/> 1~5 年以下 <input type="checkbox"/> 6~10 年 <input type="checkbox"/> 11~20 年 <input type="checkbox"/> 21 年以上

第二部分：「捐款意願」

編號	題 項	1 非常不同意	2 不同意	3 無意見	4 同意	5 非常同意
1	受捐助單位之經營理念，會影響我捐款的意願					
2	受捐助單位之服務態度，會影響我捐款的意願					
3	受捐助單位的信譽，會影響我捐款的意願					
4	受捐助單位經費運用是否適當會影響我捐款的意願					
5	受捐助單位與捐款人有無互動會影響我捐款的意願					
6	當政局不穩定，會影響我捐款意願					
7	當經濟不景氣，會影響我捐款意願					
8	個人所得狀況，會影響我捐款意願					
9	捐款方法的方便程度，會影響我捐款的意願					
10	我會捐款給宗教團體					
11	我會捐款給急難救助單位					
12	我會捐款給公益團體					
13	我會捐款給慈善機構					

第三部分：「捐款動機」

編號	題 項	1 非常不同意	2 不同意	3 無意見	4 同意	5 非常同意
1	我捐款是因為可幫助需要幫助的人					
2	我捐款是因為可以積德行善					
3	我捐款是因為可將功德迴向給已逝親人					
4	我捐款是因為本身有捐款計劃					
5	我捐款是為了回饋社會					
6	我捐款是因為可減少及解決社會問題					
7	我捐款是因為能幫助社會救助迫切需要					
8	我會鼓勵家人或朋友捐款					
9	捐款可以節稅					
10	捐款能帶動助人行為					
11	我會捐款是受到親友鼓勵					
12	我會捐款是因為本身是受贈單位的成員					

第四部分：「幸福感」

編號	題 項	1 非常不同意	2 不同意	3 無意見	4 同意	5 非常同意
1	我覺得捐款助人是有意義的事					
2	我覺得捐款助人可以增添福報					
3	我覺得捐款助人可以改變命運					
4	我覺得自己有能力助人是一件快樂的事					
5	我覺得能捐款助人可獲得自我存在感					
6	我覺得捐款助人可以實現自我承諾					
7	我覺得捐款助人可以獲得成就感					
8	我覺得我會一直保有捐款助人的習慣					
9	我覺得捐款助人可以與人廣結善緣					
10	我覺得捐款助人可以得到大眾的肯定					
11	我覺得捐款助人可以獲得尊重與讚許					
12	我覺得捐款可以與人為善，認識志同道合的人。					

感謝您撥冗填寫此份問卷
再一次致上最誠敬的謝意