

南 華 大 學

非營利事業管理研究所

碩士論文

動物保護組織捐款人研究

-----以中華民國保護動物協會「您領我養」為例

A Study of Donors to the Animal Protection Organizations
— Based on the 「You Paying We Feeding」 Project of the Animal
Protection Association of the R.O.C.

指導教授：王振軒 博士

研 究 生：黃慶榮 撰

中 華 民 國 九 十 六 年 六 月 二 十 九 日

南 華 大 學
非營利事業管理研究所
碩 士 學 位 論 文

動物保護組織捐款人研究
—以中華民國保護動物協會「您領我養」為例

研究生：黃慶榮

經考試合格特此證明

口試委員：王振軒
傅馬誠
羅天人

指導教授：王振軒

系主任(所長)：王振軒

口試日期：中華民國九十六年六月二十九日

誌謝

人生有太多的偶然。某些偶然，有時會在因緣具足間開出美麗的花朵。

2002年一頭栽入中華民國保護動物協會，挑起振衰起敝的擔子是偶然；年過半百，還有機會重拾課本是偶然；原想投考生死所，卻進入非營所更是偶然中的偶然。然而這些偶然，竟然都能獲得期待中如天邊絢爛雲彩的必然結果，可說是我人生最美麗的偶然。事實上，人生在很多期待的必然結果努力過程中，絕非僅憑一人之力所能完成，需要太多人的協助。是故，怎能不常懷惜福感恩之心！

從事非營利事業，使命下的目標相當重要，在做決策過程中，選擇常令人舉棋不定。選擇沒有「對」、「錯」，然而聰明的領導人在選擇的時候懂得「取」與「捨」。不過，在每次的選擇之後，總會有「得」與「失」的不同結果，人生何嘗不是如此！有「捨」才有「得」，所以「捨得」「捨得」成為警世良言。

能夠毫無後顧之憂的挑起中華民國保護動物協會業務重擔，能夠潛心在非營利學術殿堂中悠遊，賢內助是我最大的支柱，沒有她，我不可能順利完成這兩項工作。

在南華大學傳管系趙莒玲老師的引薦下，我接觸了非營所的第一人——王所長振軒博士。王所長對非營利組織的理念、熱情、理想、抱負，以及似乎永遠用不完的體力，在在令我敬佩，因而順理成章地成為我指導教授的不二人選。

惋惜的是，由於個人的時間有限，來去學校都是在匆匆之間，因此幾乎僅能在課堂上接受非營所傳教授篤誠博士、呂教授朝賢博士的薰陶，私下沐浴春風的時間無多；不過，對兩位教授的學術涵養與循循善誘的師者作風，是我學習的榜樣。

中正大學鄭教授讚源博士的大師風範，令我心儀。因此，每學期都選他的課。因為課堂上，鄭教授談笑風生卻字字珠璣，話語中的啟示，不時地激盪我的思考邏輯，雖然每次都要花上一天的時間只聽兩個小時的課，也在所

不惜。

研一上下學期，我誤打誤撞地選了旅遊所葉教授源鎰博士的「旅遊事業規劃」與「旅遊行為研究」，這個偶然，可說是無心插柳。但是從他的教學理論和實務中，不僅讓我得以應用在捐款人研究的論文，更能運用在協會的事業——「生命教育園區」的規劃與經營中。因為「生命教育園區」未來將會成為中華民國保護動物協會經營動物收容、生態教育、休閒農場等相當重要的產業之一。衷心地感謝葉教授在百忙中撥冗指導，更洽請曾文威、林丹茹、游婉甄等三位研究生協助問卷調查整理工作，本論文才得以順利完成。

在此一併感謝中華民國保護動物協會同仁游琇雯小姐、吳明青小姐，她們協助本論文相關資料彙整、資料提供、問卷印刷、郵寄、回收整理等。同時，也要感謝協會所有同仁的努力，讓協會的業務蒸蒸日上，社會資源源源不斷的挹注，才能讓協會成為值得分析的個案。

南華非營所同窗有老、中、青三代，本是廣結人脈良機。但因為求學期間受限於個人能力與時間，在台北與大林之間總是來去匆匆，疏於和同學互動，這是我最大的遺憾！然而，這也是「取」「捨」後的「得」「失」，只能哂然一笑！

摘要

「您領我養」活動是社團法人中華民國保護動物協會在 2003 年 4 月起，針對沒時間與空間飼養流浪犬的愛心人士所設計之募款活動。

本研究以亂碼從至 2006 年 12 月 31 日止之 1119 位捐款領養人中抽樣三分之一做為問卷調查對象，回收有效問卷 230 份，回收率 62.2%，並以 SPSS for windows 做為統計分析工具。

研究發現，接近 80% 的受訪者居住在城市化地區；以女性為主 (86.96%)；其中又以未婚者居多 (55.22%)，年齡層介於 30~39 歲之間最多 (53.48%)；教育程度大學畢業 (51.3%)；月收入在 3 萬到 6 萬元之間的一般職員 (44.35%) 和公教人員 (17.39%) 為主；他們雖以無宗教信仰者為最多 (36.96%)，但若將佛教 (27.83%) 與佛、道皆有 (25.22%) 者相加總數 (53.05%)，則可發現佛教與佛、道皆有者佔受訪者半數以上；雖然有 80% 過去並未曾擔任過義工 (志工)，但卻有 88.65% 曾捐款慈善團體。在他們之中有 50.43% 過去從未捐贈過其他的動物保護團體。受訪者中有 94.35% 的人有飼養同伴動物的經驗，更有 78.70% 的人曾飼養流浪動物。因此，基於人道對待動物精神，他們不但不忍見無辜生命受到屠殺，也不願見牠們受到痛苦折磨至死。所以有高達 91.3% 的人「不同意」將「無法送養之收容動物，一律給予安樂死」；也有 67.4% 的人「不同意」將「為了增加收容所循環利用率，行為乖張無法矯正之收容動物，一律給予安樂死。」；甚而有 62.2% 的人「同意」對於「即令行為乖張無法矯正，也不可以施以安樂死」。相對的，有 72.6% 的人「同意」將「罹患無法醫治的重病動物」給予安樂死。且有 54.3% 的人「不同意」對「雖罹患嚴重疾患，也應盡全力搶救，即令病死，也不可以施以安樂死。」又根據多重比較分析後，發現所有受訪者，對「安樂死」的觀點認知並無顯著差異 (p 值 < 0.05)。

根據研究發現，在整體表現上，捐款領養人主要是基於人道對待動物精神，因而捐款支持該協會終養流浪動物理念，且重視財務運用的透明與可信度，也關心服務成果。但是，由於該協會行銷能力不足，並無法達到原始設計的活動募款目標。建議協會除了提高服務品質、提升領養率外，還須從捐款領養人所重視的行銷管道與文宣內容著手。

關鍵詞：動物保護組織 勸募 行銷 人道對待 您領我養 捐款人

**A Study of Donors to Animal Protection Organizations
— Based on the “You Pay We Feed” Project of the Animal
Protection Association of the Republic of China**

Abstract

The Animal Protection Association of the Republic of China launched the “You Pay We Feed” fundraising drive in April of 2003. The campaign was designed for people who did not have the time and the place for adopting stray animals.

This study was conducted from April 2003 to December 31, 2006. Out of 1,119 donation adopters, a 1/3 was obtained as random-digit samples using Excel. A total of 232 questionnaires were collected, or a 62.2% rate of recovery. Two invalid samples were obtained. The samples were analyzed using SPSS for Windows as statistical tool.

The study shows that close to 80% of the respondents lived in urban areas. Of them, 86.96% were female and 11.30% were male. The biggest age bracket was 30-39 years old, consisting 53.48% of the total. Most had university education, with 51.3% of the total, followed by college graduates at 18.7%. In terms of marital status, 55.22% were single. Classified in terms of occupation, 44.35% were ordinary employees. In terms of family incomes, the biggest group, at 42.17%, had monthly incomes of NT\$30,000 to 60,000. Classified in terms of religious belief, the biggest group was Buddhists, at 27.83%, followed by the mixed Buddhism-Taoism followers, at 25.22%. Although 80% of the respondents had no experiences as volunteers, 88.65% had the experience of giving a donation to charity. Among them, 50.43% had never donated to other animal protection group. Some 94.35% have kept a companion animal sometime in their life. Some 78.70% of the respondents had the experience of keeping stray animals. A high 91.3% were against the method of “euthanasia for all sheltered animals that cannot be given away.” For the method of “total euthanasia for sheltered animals that cannot be corrected of their eccentric behavior and for the sake of increasing cycle rate in the shelters,” 67.4% voice “disagreement.” Some 72.6% voiced “agreement” to the practice of giving euthanasia to “seriously ill animals suffering from incurable diseases.” In contrast, 54.3% expressed “disagreement” with the method of “trying all possible means to save seriously ill animals and allowing them to die but never through euthanasia.” After multiple comparisons and analysis, we discovered that all respondents had no significant differences ($p < 0.05$) in their views on euthanasia.

Results of the survey show that in making donations, respondents first considered such factors as the organization's trustworthiness in the use of the funds, the organization's clarity in the purpose of the fund and consistency with donor's own goal, and service achievements of the organization in the past. However, owing to the association's insufficient marketing capabilities, we could not attain the originally set fundraising goals. It is thus suggested that the association improve its service quality to increase rate of adoption, and moreover, to work on marketing channels and promotion, two areas emphasized by animal adopters.

Key words: non-profit animal protection organization, fundraising, marketing, humanitarian treatment, You Pay We Feed, donor

目錄

第一章 緒論	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機.....	3
第三節 研究目的.....	4
第四節 研究問題.....	4
第五節 研究方法.....	5
第六節 研究流程.....	7
第七節 研究架構.....	9
第二章 文獻回顧	10
前言.....	10
第一節 非營利組織的興起.....	13
壹、我國非營利組織形成的原因.....	14
貳、政治經濟學解釋非營利組織主流理論.....	18
參、非營利組織的特質.....	21
第二節 本研究基礎名詞定義.....	22
第三節 非營利組織財務來源.....	23
壹、政府、企業、非營利組織財務來源比較.....	25
貳、非營利組織財務需求與來源.....	25
參、國外經驗.....	28
第四節 成功勸募的先決條件.....	29
壹、以 CORPS 模式，確定業主與資源勸募來源.....	29
貳、完善規劃.....	30
參、SWOT分析.....	30
肆、高責信度 (accountability)	31
第五節 募款計畫策略.....	32

壹、募款成功的十個重要步驟.....	32
第六節 捐贈社會心理學.....	33
壹、社會交換理論.....	33
貳、捐贈者心理變化.....	36
參、原子結構模式學說.....	37
第七節 募款的方法與途徑.....	37
壹、募款擴張理論.....	39
貳、募款需講求技巧的排行榜.....	40
第八節 捐款目的分析.....	40
壹、個人對捐款行為的認知.....	41
貳、影響個人公益捐款行為的因素.....	42
參、人們決定捐款或不捐款的因素分析.....	55
第九節 行銷.....	58
壹、非營利組織行銷策略.....	69
第十節 本章小結.....	64
第三章 研究方法.....	67
第一節 研究對象與範圍.....	67
第二節 研究方法.....	68
第三節 問題探討與資料分析.....	69
壹、資料分析方法.....	69
第四節 研究架構.....	70
第五節 問卷設計.....	78
第六節 問卷回收與整理.....	80
第四章 研究個案描述與分析.....	81
第一節 個案成立的宗旨與任務.....	81

壹、宗旨.....	81
貳、任務.....	81
第二節 歷史沿革.....	81
第三節 個案描述.....	83
第四節 「您領我養」募款方案.....	86
第五節 本章小結.....	104
第五章 回收基本資料分析.....	107
第一節 社經背景描述性統計分析表.....	107
第二節 安樂死看法與人口統計變項分析.....	115
第三節 捐款動機與人口統計變項分析.....	119
第四節 捐款意念與人口統計變項分析.....	124
第五節 捐款領養人捐款動機與意念優先順序排序分析.....	127
第六節 捐款領養人對文宣品重視程度優先順序排序分析.....	129
第七節 影響持續捐款的強度與人口統計變項分析.....	131
第八節 行銷管道.....	133
第九節 捐款方便性.....	134
第十節 募款議題訴求.....	136
第十一節 募款擴張可能性探討.....	138
第十二節 本章小結.....	139
壹、捐款領養人人口學結構.....	139
貳、捐款領養人心理因素.....	142
參、行銷管道與議題訴求.....	146
第六章 研究結論與建議.....	149
第一節 研究結論.....	149
第二節 研究建議.....	152

壹、政府政策面.....	152
貳、非營利動物保護組織層面.....	152
參、社會大眾層面.....	153
第三節 研究限制.....	153
第四節 後續研究.....	154
第五節 研究限制.....	154
參考文獻.....	156
壹、中文部份.....	156
貳、碩士論文.....	158
參、期刊部份.....	158
肆、英文部分.....	159
伍、網站部份.....	160
問卷樣本.....	170

表次目錄

表 2.1	解釋非營利組織興起之相關理論.....	13
表 2.2	政府、企業、非營利組織服務性質與財務來源比較.....	25
表 2.3	1998 年 5 月至 1999 年 4 月捐款數額一覽表.....	26
表 2.4	影響個人慈善行為的相關因素.....	42
表 2.5	影響捐贈行為相關因素表.....	43
表 2.6	捐款助人的捐款重要性排序表.....	45
表 2.7	訴求重點誘發效果之認知比較.....	46
表 2.8	捐款人決定是否捐款的評估準則表.....	47
表 2.9	捐助動機之認知比較表.....	48
表 2.10	人們決定捐款的原因.....	56
表 2.11	人們決定不捐款的原因.....	57
表 3.1	研究概念性架構表.....	71
表 3.2	問卷設計內容及變項定義.....	72
表 4.1	從 1998 年至 2005 年歷年歲收比較表.....	91
表 4.2	終止捐款領養人與犬隻死亡狀況對照表.....	93
表 4.3	捐款領養人性別比較表.....	94
表 4.4	終止捐款領養人性別比較表.....	95
表 4.5	領養人年齡層分布表.....	96
表 4.6	終止領養人年齡層分布表與比例表.....	97
表 4.7	各年齡層終止捐款領養人相互比較表.....	98
表 4.8	「您領我養」捐款領養人與終止捐款領養人分布縣市比較.....	99
表 4.9	「您領我養」捐款領養人訊息來源比較表.....	100
表 4.10	各種訊息來源之「您領我養」終止捐款領養人比較表.....	101
表 4.11	2003 年—2006 年每月新增捐款領養人數比較表.....	101
表 4.12	2003 年—2006 年每月新增捐款領養頭數比較表.....	101
表 4.13	「您領我養」捐款領養人各年齡層資訊來源比較表.....	102

表 4.14	「您領我養」終止捐款領養人各年齡層資訊來源比較.....	103
表 5.1.1	性別分析表.....	107
表 5.1.2	年齡層分析表.....	108
表 5.1.3	教育程度別分析表.....	109
表 5.1.4	宗教信仰別分析表.....	110
表 5.1.5	職業別分析表.....	110
表 5.1.6	家庭月收入分析表.....	111
表 5.1.7	婚姻狀況分析表.....	112
表 5.1.8	是否曾經擔任過義(志)工分析表.....	112
表 5.1.9	是否曾捐助慈善機構分析表.....	113
表 5.1.10	是否曾捐助其他動保團體分析表.....	113
表 5.1.11	是否飼養過流浪動物分析表.....	113
表 5.1.12	是否飼養過同伴動物分析表.....	114
表 5.1.13	同一時間領養頭數表分析表.....	114
表 5.2.1	不同宗教信仰對安樂死的看法分析表.....	115
表 5.2.2	不同年齡層對安樂死的看法分析表.....	115
表 5.2.3	教育程度不同對於安樂死的看法分析表.....	116
表 5.2.4	不同職業類別對於安樂死的看法分析表.....	117
表 5.2.5	不同性別對安樂死的看法分析表.....	117
表 5.2.6	居住地區城鄉差異對安樂死的看法分析表.....	118
表 5.3.1	同宗教信仰之捐款動機分析表.....	119
表 5.3.2	性別與捐款動機差異分析表.....	120
表 5.3.3	不同年齡層捐款動機差異分析表.....	120
表 5.3.4	不同教育程度捐款動機差異分析表.....	121
表 5.3.5	不同職業捐款動機差異分析表.....	121
表 5.3.6	城鄉差距對捐款動機影響差異分析表.....	122
表 5.3.7	不同家庭結構捐款動機差異分析表.....	122

表 5.3.8	家庭經濟狀況對捐款動機影響差異分析表.....	123
表 5.4.1	不同性別之間捐款意念差異分析表.....	124
表 5.4.2	不同年齡層對捐款意願差異分析表.....	124
表 5.4.3	不同教育程度的捐款意念差異分析表.....	125
表 5.4.4	不同宗教信仰者之間捐款意念差異分析表.....	126
表 5.4.5	捐款人城鄉之間捐款意念差異分析表.....	126
表 5.5.1	捐款領養人捐款動機優先順序排序分析表.....	127
表 5.5.2	捐款領養人捐款意念優先順序排序分析表.....	128
表 5.6.1	捐款領養人對文宣品重視程度優先順序排序分析表.....	129
表 5.6.2	捐款領養人對文宣品重視程度優先順序排序分析表.....	130
表 5.7.1	不同年齡層對持續捐款強度影響之差異分析表.....	131
表 5.7.2	不同教育程度對持續捐款強度影響之差異分析表.....	132
表 5.7.3	不同經濟狀況對持續捐款強度影響之差異分析表.....	132
表 5.7.4	城鄉差異對持續捐款強度影響之差異分析.....	133
表 5.8.1	資訊傳遞重要性優先順序排序分析表.....	133
表 5.9.1	募款效果優先順序排序分析表.....	134
表 5.10.1	募款訴求認知優先順序排序分析表.....	136
表 5.11.1	捐款狀況分析表.....	138
表 5.12.1.1	對安樂死看法統計分析結果.....	143

圖次目錄

圖 2.1	司徒達賢教授的 CORPS 模式.....	29
圖 2.2	SWOT 分析的架構.....	31
圖 2.3	捐贈者與受贈者間的社會交換關係模式.....	35
圖 2.4	捐獻者態度概念化的過程.....	36
圖 2.5	原子結構模式.....	38
圖 2.6	捐款者涉入組織歷程.....	40

圖 2.7 助人決策理論模式圖.....	42
圖 2.8 顧客價值的決定因素.....	61
圖 2.9 行銷策略的過程.....	62
圖 2.10 募款策略規劃流程圖.....	62
圖 2.11 勸募對象市場區隔.....	63
圖 4.1 「您領我養」流程圖.....	89
圖 4.2 1998 年至 2006 年收入對照曲線表圖.....	90
圖 4.3 1999 至 2006 年各層級金額捐款人數比較圖.....	92
圖 4.4 1999—2006 所有捐款人數消長曲線圖.....	92
圖 4.5 捐款領養與終止領養人年齡層分布圖.....	96

第一章 緒論

第一節 研究背景

在人類歷史演進中，為了生存與發展，不知節制的過度利用地球物資。近幾十年來，由於大自然的反撲，人類才驚覺到環境保護的重要。又因為人類文明進步，某些自省能力強的人，發現動物，尤其是脊椎動物，也如同人類有喜、怒、哀、樂、痛苦等感受，澳洲哲學家彼得·辛格因而在他的著作《動物解放；Animal Liberation》（1975）中，疾呼人類應該重視動物福利與動物權的觀念¹。

然而，包括重視環境保護與動物福祉的先進國家，真正投入從事動物福利與環境保護方面的資源，不論是在政府預算的編列或社會各界的捐輸，都微乎其微。例如我國在 1998 年通過動物保護法後的三、四年之間，中央政府投入動物保護方面的預算只有新台幣 1 億 1 千萬元左右，之後即降低到新台幣 8 千萬多元²。從 1998 年到 2004 年之間，美國《施予》（GIVE U.S.A.）年鑑調查報告，美國國內每年捐給從事動物保護與環境保護經費的比例，只佔總捐獻經費的 3~6 % 而已³。

任何一個國家的非營利組織設立之頻度與從事業務之廣度，會隨該國民主自由化之開放與經濟成長而增加。台灣自 1987 年解嚴後到 2005 年底止，台灣的人年平均國民所得（GDP）從 1978 年的 5,829 美元提升到 2005 年的 15,291 美元⁴，平均成長 3 倍。國內動物保護團體之成長亦然，從解嚴後到 2005 年底止，在台灣經政府主管機關核准成立的從事流浪動物保護工作的團體，已從 2 家驟升到 40 家，成長了 20 倍。其中並未包含 100 多個未經政府主管機關核准成立的團體與民間愛心人士從事收容流浪動物的個體戶。這些正式登記或無登記而從事流浪

¹ 孟詳森、錢永祥譯（1997），原著：彼得·辛格 Peter Singer（1975），動物解放（Animal Liberation），台北，社團法人中華民國關懷生命協會出版。

² 資料來源：行政院農業委員會年度預算書。

³ 資料來源：Giving USA 年鑑，Giving USA Foundation™ AAFRC Trust for Philanthropy，<http://www.aafc.org/>，瀏覽日期：2006/2/10

⁴ 資料來源：行政院主計處，中華民國資訊統計網，<http://www.stat.gov.tw/public/Attachment/610149361371.doc> 瀏覽日期：2006/11/1

動物保護工作的團體和個體戶，絕大多數經費都靠社會各界捐獻，才得以維持業務運作。然而，我們也看到，歷年來在台灣有限的經濟成長中，迅速成長的動物保護工作團體和個人，只知相互爭食原有的社會資源，不懂開拓新的捐款人版圖，造成各個動物保護工作團體或個人都陷入財務窘困中。

況且，2006年6月底止，內政部公佈的「台閩地區各級職業團體及社會團體活動概況調查報告」中，台灣全國性和地區性的民間團體總計有32,099個。其中各級職業團體有4,955個（佔15.4%），社會團體有27,144個（佔84.6%）。⁵比2005年底公佈的數目，在全台灣又增加了1,043個非營利團體，在以人為主的社會中，所有其他類型的非營利組織都可能成為排擠動物保護組織募款的主要競爭對象，更何況同類型的動物保護團體爭食募款市場大餅的競爭當更為慘烈。因此，動物保護組織若想要讓組織業務運作順暢，除了要提升組織能力建構外，更要具有勸募能力與開拓新勸募版圖的能力，方得伸展大志。

社團法人中華民國保護動物協會八里保育場屬於「終養動物收容所」(no kill shelter)⁶，為了募集足夠經營終養動物收容所的經費，自2003年4月推出「您領我養」募款方案後，到2005年底止，每年總歲入，從10,818,626元（2002年），14,899,365元（2003年）躍升到26,203,565元（2004年；其中有7,600,000元為房屋貸款，實際歲入為18,403,565元），2005年總歲入19,393,129元，2006年總歲入21,051,039元，更是幾乎高達中央主管機關編列投入動物保護總預算的四分之一⁷。此外，從該協會內部資料顯示，贊同「您領我養」方案而捐款領養該協會八里保育場流浪狗貓的捐款人，初期有98%都是從未捐款過該協會的新捐款人。值得描述的是該協會在推出「您領我養」募款方案之時，適逢台灣各地遭受SARS侵襲，經濟活動大為降低，可是並未影響捐款領養成果。換言之，「您領我養」方案，不僅為該協會開拓了新的捐款人市場，也接受過SARS社會重大事件的考驗。可見「您領我養」募款方案不僅是成功的募款方案，也因為執行方案

⁵ 內政部統計資訊服務網，<http://www.moi.gov.tw/stat/index.asp> 2006/11/15

⁶ 註：終養動物收容所意指「所有進入此收容所之動物，除非被領養出去，否則將在此安度餘年」。

⁷ 資料來源：社團法人中華民國保護動物協會2002、2003、2004、2005年會員大會手冊。

的配套措施改變了該協會的整體形象，而吸引了更多的捐款人捐款支持。因此，本研究將以該協會之「您領我養」募款方案之捐款領養人作為調查分析對象，探討他們的捐款意願、行為與捐款後對該協會之期待。

第二節 研究動機

絕大多數的非營利組織都沒有自主財源，業務運作所需資源必須靠社會各界捐助，包括：政府、企業、其他團體、社會大眾。因此，非營利組織整合社會資源的能力，成了該組織業務運作是否順暢以及存續的最重要因素。

累積高責信（accountability）固然是非營利組織存續的命脈，但是如果沒有充裕的資源作為業務運作後盾，所有的理念與目標都將成為空談。所以，如何勸募資源成為組織達成目標的業務運作所需，是所有非營利組織一門相當重要的課題，國內動物保護組織自不例外。

勸募是一門技術，更是一門藝術。勸募方案必須能掌握捐款者的心理，方能產生有效的交換行為。在蒐集世界各國相關文獻後，了解多數非營利組織在沒有固定的收入下，不僅需要爭取接受政府委託執行公共政策的補助經費，更需要強化募款方案策略以吸引企業界、社會大眾的關注，才有機會獲得資源捐贈。製作募款企劃募案，不僅需要明確的定位方案與組織使命相關性、方案的創意、組織的執行能力等，更需要從：（1）分析捐款人行為認知、態度及配合意願、（2）互助行為、（3）利他行為、（4）社會責任及（5）捐款人資料庫管理等著手研究，才能擬訂出有利於組織執行的策略，吸引社會大眾捐獻支持。Kolter（1996）也主張，非營利組織應該了解捐款者的捐款行為，因為這是組織成敗關鍵；並進一步深入了解社會大眾為什麼會想要捐款？他們在捐款時所抱持的動機是什麼？以及可能影響到他們捐款行為相關因素有哪些？

然而，蒐整世界各國有關專家學者對捐款人的行為與動機分析後，發現不僅對動物保護工作捐款人的捐款行為調查分析報告竟然闕如。甚至連捐款給社會福

利工作之捐款者的行為分析報告，也不多見。因此，本研究試探從對社團法人中華民國保護動物協會「您領我養」募款方案已產生捐款行為的捐款領養人中，調查分析其捐款動機、行為及捐款後之期待等，以期找出捐款領養流浪動物者的捐款行為模式，提供該協會及相關團體爾後在製作募款方案時的參考，並期盼所有動物保護組織進行募款時，不只是爭食固有餅，而能藉由募款方案開拓新的捐款人市場，才能對我國動物保護工作做出更多貢獻。同時也對佔 27% 的 303 位⁸總累積終止領養人做問卷調查，以期找出退養的主因，提供該協會最進一步改善，減少終止領養人，以提高募款成果。是為本研究動機。

第三節 研究目的

本研究的研究目的可歸納成下列幾點：

- 一、 捐款領養的動機研究：探討影響參與「您領我養」募款方案，影響捐款領養人之領養意願到領養行為產生、造成終止領養之原因、繼續領養人主要因素為何、協會管理作業中哪些作為會影響捐款領養人之意願等，期能找出符合捐款領養人滿意之期待，聚集更多忠誠捐款領養人，以確保該組織穩定捐款收入，並可提供動物保護組織做為日後擬定募款方案時的參考。
- 二、 試圖從捐款領養人的人口學結構、心理影響因素、社會文化環境影響因素等建構捐款領養人行為模式：建構一個能夠描述參與「您領我養」募款方案之捐款領養人的行為之『信念』、『態度』、『主觀規範』、『行為知覺控制』與『行為意向』的關係，並以問卷所獲結果證明之。

第四節 研究問題

本研究的目的是以參與「您領我養」募款方案之捐款領養人可能受到的影響或關心的因素進行探討，希望從研究中得到影響捐款領養人參與領養的意向因素，包括什麼原因吸引他參與「您領我養」？什麼因素支持他加入「您領我養」？

⁸ 資料來源：社團法人中華民國保護動物協會內部整理資料。

又哪些因素會影響他繼續支持「您領我養」的意願？等影響變項，並試圖建立捐款領養人的行為意向模式。

此外，期望能更進一步透過上述動機調查與研究，以使得動物保護組織能夠在規劃募款業務運作過程中，同時審慎考量主觀與客觀層面，制定更臻完善的募款策略，並期能落實執行，以對社會做更大的貢獻。

所以，本研究將探討：

- 一、 捐款領養的主因為何？是因為該組織的形象良好？還是因為「您領我養」募款活動有明確的捐款使用標的，也就是捐款能明確的幫助某一隻狗，而實際參與捐款領養行動？
- 二、 從該協會在 2003 年 4 月初推出「您領我養」活動至 2006 年 12 月 31 日止，總領養人數累積達 1119 人次，而當天的實際領養人次則為 816 人次，累積總終止養人次達 303 人次，佔 27%。意味著有四分之一強的捐款領養人因為某些因素而終止領養，這些致使終止領養的主客觀因素為何？
- 三、 然而，在同樣的收容條件下，仍有約 73% 的人願意繼續捐款領養，其支撐繼續領養的原因又為何？
- 四、 若該協會在經營過程中將採取某些變革，有哪些主客觀因素可能會影響捐款領養意願？
- 五、 協會還可運用哪些作為刺激捐款領養人意願，而增加領養頭數或促進增加捐款金額？

第五節 研究方法

本研究先蒐集世界各國與勸募相關之出版品（包括：書籍、雜誌、報告）、專家學者演講資料、網際網路公佈之相關研究報告與其他相關資料，整理出文獻回顧。

本研究採用調查法中的問卷調查法探討捐款領養人之動機與行為，並利用郵寄問卷的方式，將問卷寄達經逢機抽樣的調查對象中。

問卷回收後，採量化研究方法，針對實際捐款領養參與社團法人中華民國保

護動物協會之「您領我養」方案的捐款人做問卷調查。

調查問卷的設計，是根據官友垣⁹引用美國社會學者 Schervish (1997) 等人所設計，將影響個人慈善行為之因素分為八個變項群組：(1) 社群參與、(2) 良知良能的架構、(3) 直接請求、(4) 可自由運用的資源、(5) 個人早期學習模範與經驗、(6) 需求的急迫性與捐贈效果、(7) 人口統計特質、(8) 內外在此的獎酬等。Schervish 的研究團隊，並將上述變相組群分成：(1)「個人的人口統計特質因素」、(2)「心理因素」與 (3)「社會文化及環境」等外在因素三大類。認為前七個變項是共同影響個人首次產生慈善性參與及承諾程度的因素，而第八個變項則是「增加已參與的個人參與程度」。歸納變項分別說明如下，並依此結構設計問卷。

問卷之編製係參考 (1) Schervish 等人研發之七大變項群組並擇取重點 (2) 過去相關研究者運用之捐贈問卷 (3) 研究者本身預定研究問題，三者彙整設計而成；設定研究變項為 1.人口統計特質、2.心理因素、3.社會文化因素；問卷共計 27 題，內容包含捐贈行為的心理因素 (第 1-1~1-7 題；共 9 題)，影響捐贈決策的社會文化與環境因素 (第 2-1~2-6 題；共 6 題)、人口學特質 (3-1~3-14 題；共 14 題)。

問卷是以實際發生參與社團法人中華民國保護動物協會「您領我養」方案的捐款領養八里保育場的領養人為調查對象。從 2003 年推出「您領我養」募款方案後到 2006 年 12 月 31 日止，所有參與「您領我養」方案的捐款領養人總計有人，至統計截止日期，在此期間，陸續有 303 人終止領養，領養人有 816 人。因此，從終止領養人與領養人兩組中，均各以 excel 亂碼隨機抽樣三分之一，作為問卷調查對象。

問卷是以半開放式問卷設計，回收問卷後，統計出各項影響參與「您領我養」捐款領養人的捐款意願與行動因素，再進行各項相互影響因素的交叉分析。資料分析方法則以 SPSS for Windows 套裝軟體做為分析工具，運用次數分配、卡方

⁹ 官友垣，NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc> 瀏覽日期：2005/5/24

考驗來分析捐款領養人的捐贈行為經驗模式。並找出共通性與差異性，建立模式，藉以得知不同的信念因素對於態度、主觀規範及知覺行為控制所具有的影響力，及對行為意向的解釋力。

如果回收問卷不足，則增加對領養五頭以上的八位捐款領養人進行深度訪談，深度訪談除了提供同樣問卷外，還採自由交談方式，蒐集捐款領養人的捐款領養動機、捐款後對協會期待、影響繼續捐款領養的各項因素等，最後將所有分析結果做成結論。如果回收問卷足夠做分析之用，且亂碼抽樣中出現三位以上的領養五頭以上捐款領養人，則不再進行深度訪談。

本研究希望藉由這樣的分析，能夠了解在影響領養行為的過程中，何者對於採取行為的意向具有最顯著的影響力，並據以提出建議，使得募款單位能夠真正發揮事半功倍之效。

第六節 研究流程

本論文的章節編排，在第一章緒論中將闡述研究的動機與目的，並簡介非營利組織的起源，初步探究非營利組織的問題以及趨勢，再點出本論文所要探討的主題。

第二章的文獻回顧則對本研究概念進行文獻資料的整理，首先介紹中外學者專家對非營利組織之探析與定義，及對非營利組織募款倫理、行銷、捐款者動機之研究並整理，文獻回顧中並將從行銷學、心理學、社會心理學等學說的角度來切入捐款者決定捐款行為的因素探討。

第三章的研究個案研究與分析中，針對研究個案的歷史與蒐集「您領我養」方案推出後募款成果，並對各項現有資料（如：性別、年齡、所在地區、訊息來源）加以分析。並找出需要加以深入調查研究之問題。

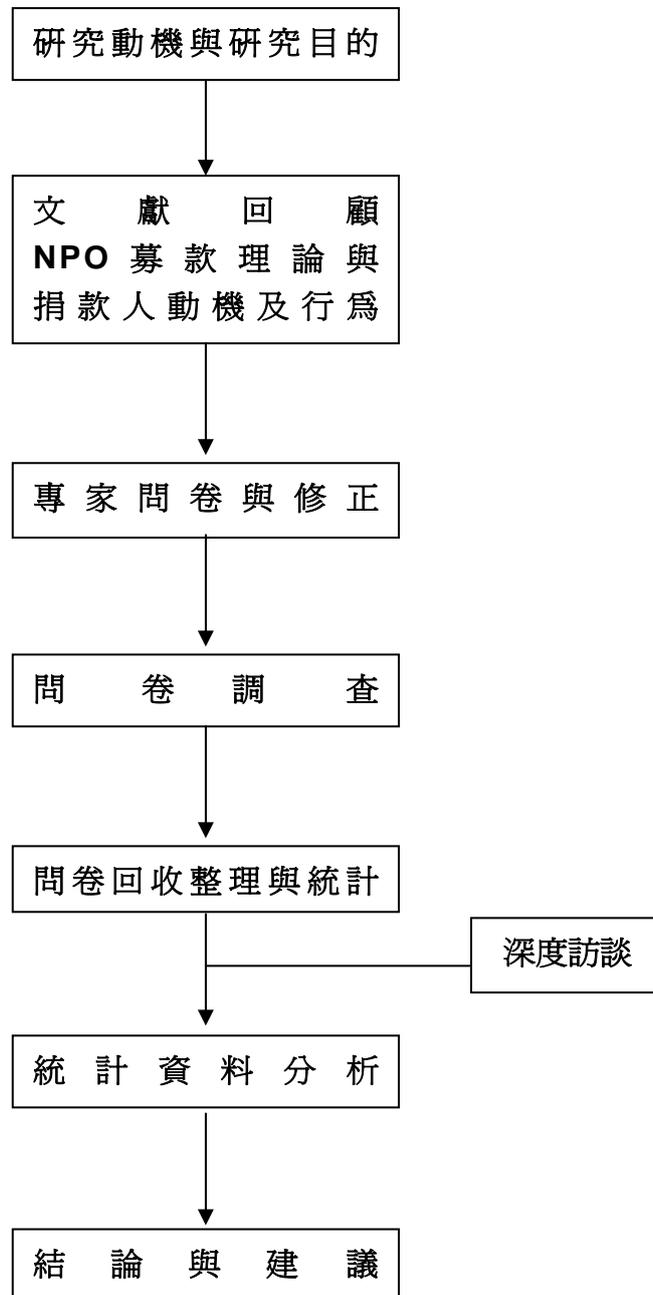
第四章是進行從第三章中找出之問題，做成問卷，再經過前測與修正後，從所有參與「您領我養」活動的總捐款領養人 1119 位中，以電腦 excel 程式亂碼抽樣三分之一的參與「您領我養」活動之捐款領養人 373 人（其中繼續領養人有 272 位，中止領養人有 101 位）。問卷回收後，以 SPSS for Windows 進行各項的

信度與效度分析統計。用運次數分配，探悉各變項出現所佔之比例。之後，以多變量分析做各變項之間的交叉分析，以取得其之間是否具相關性。另外同時捐款領養 5 頭以上的捐款領養人總計有 8 人，且從未發生終止領養之情形，因此全數進行自由訪談式的深度訪談，蒐集資料後匯入分析資料中。

第五章為結論與建議，針對第四章所蒐集的資料分析後，做成本研究結論，同時也針對動物保護團體日後在進行募款方案企劃的時候，提供本研究獲得之心得建議，以使非營利動物保護組織能獲得足夠業務運作的資源。

第六章為研究限制，針對本研究所受到的限制條件提出說明，並期盼在做後續研究的時候，能突破某些限制障礙，以使研究更臻完善。

第七節 研究架構



第二章 文獻回顧

前言

從生態學立場來看非營利組織出現在人類社會中，肯定是必然現象。因為，人類也是生物的一種，人類的社會發展，根本就逃不出生態學法則。凡是生物為了求生存，必定以各種方式，演化出各種不同模式的因應生存之道。

研究生物與生物之間以及生物與環境之間交互作用的科學我們稱他為「生態學」(ecology)。¹⁰簡言之，生物為了生存，所演化出來的各種適應環境的生存方式，都可稱之為「生態」。生態學家歸納生物求生存的生態學模式有：(1) 互生，(2) 寄生，(3) 拮抗，(4) 共生等。

早期的非營利組織，大部分是扶貧濟弱的公益型態，它們都希望能促進人類社會的祥和發展，以「共生」方式呈現。所謂「共生」行為乃是指兩種相同或不同的生物族群或個體，在同一個生存空間，運用互助互利的方式，使兩者都互蒙其利，因而壯大自己，有利於繁衍後代，進而擴展族群。後來，人類為了生存與繁衍後代，在「群聚效應」¹¹中，族群內及族群與族群之間，不斷的發生各種良性互助或惡性的鬥爭等關係，各種從事相互對抗性質的非營利團體於焉產生，例如：反核與擁核；墮胎與反墮胎；利用動物與反對利用動物等團體。也有某些組織所服務的對象僅限於某個小地區（如：愛鄉協進會）或某些特定族群（如：同業公會、宗親會、俱樂部）。因而，產生了豐富多元化的非營利組織。

雖然非營利組織的型態很多，但是若從生態學眼光劃分，也可觀察出它們的產生與發展和人類社會的各種變遷息息相關。

然而，人類早期社會，尤其是專制獨裁的君王時代，為了鞏固王位，不容民間社會有結社行為，以遏止結社行善後，可能挑戰帝王權威，撼動君權基礎。於焉，阻礙了非營利組織的發展。

¹⁰ 洪正中、杜政榮、吳天基（2003），環境生態學，台北，國立空中大學，p.5

¹¹ 「群聚效應」是指：同一種動物在一起生活所產生的有利作用。其意義為：(1) 有利於提高捕食效率。(2) 共同防禦敵害。(3) 有利於改變微環境。(4) 有利於某些動物種類提高學習效率。(5) 能夠促進繁殖。

英國的著名自由主義思想家洛克（JohnLocke，西元 1632～1704 年）¹²就開啟這個學說之端了。但是把天賦人權說發揮得較有系統而徹底的，不是十七世紀英國的洛克，而是十八世紀的法國民民主主義大思想家盧梭（J.J.Rousseau，西元 1712～1778 年）¹³。自法國大革命打破君權神授的思想後，法國大思想家查理·路易·孟德斯鳩（Charles de Secondat, Baron de Montesquieu，西元 1689～1755 年）¹⁴認為人民應享有宗教和政治自由，提倡「三權分立」。人生而平等的人權主義思潮逐漸在世界各國蔓延，宗教也藉由興辦公益事業，扶助弱勢族群，而擴張版圖。同時，世界各地的急公好義人士，也紛紛組織各式各樣的行善團體，以各種不同名稱，進行扶貧濟弱的工作。

第二次世界大戰後，民族主義興起，世界各種族在代表資本主義與共產主義的美、蘇兩大陣營扶持之下，紛紛獨立成為國家。然而，這些第三世界的國家，在先天不足後天失調的狀況下，雖有國家之名，卻缺乏國家所具備的各項配套措施，因而發生社會失序現象，造成更多的紛亂。在這種情況下，遭受荼毒最深的就是該國人民。於是，歐、美先進國家的仁人志士不忍睹此慘狀，於是組成各種公益團體，籌募資源對這些國家人民伸手援助。之後，富可敵國的大企業家，不論是為了擴展企業版圖的野心或者回饋社會的良心，於是支持或自組公益團體，在世界各地進行各種公益活動或社會救助的工作。期使人類生活更美好、社會更和平、物種維持多樣化、使地球破壞減少。

早期人類社會出現的這些組織，在國度不同有不同名稱，鄭讚源（2000）¹⁵、江明修（2002）¹⁶、Salamon 等（2003）¹⁷等學者，整理出有下列名稱，如：「志

¹² 資料來源：中華百科全書，自由主義：洛克認為人是一種理性的動物，所以人類在自然狀態中，就有所謂「自然法」，與每人都具有的「自然權利」（Natural Right），非他人所能加以侵犯和剝奪。為要保障此種自然權利起見，於是國家和政府，遂應運而產生。

<http://living.pccu.edu.tw/chinese/data.asp?id=253&htm=03-229-1465> 自由主義.htm&nowpage=1 瀏覽日期：2006/11/16

¹³ 資料來源：中華百科全書

<http://living.pccu.edu.tw/chinese/data.asp?id=377&htm=01-605-0605%E5%A4%A9%E8%B3%A6%E4%BA%BA%E6%AC%8A%E8%AA%AA.htm&nowpage=1> 瀏覽日期：2006/11/16

¹⁴ 資料來源：維基百科，孟德斯鳩，

<http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=%E5%AD%9F%E5%BE%B7%E6%96%AF%E9%B8%A0&variant=zh-tw> 瀏覽日期：2006/11/16

¹⁵ 鄭讚源主持（2000），統一捐募運動管理之研究，內政部 89 年度委託研究計畫，

<http://sowf.moi.gov.tw/25/2%B3%B9%A4%E5%C4m%B1%B4%B0Q.htm> 瀏覽日期：2006/9/8

¹⁶ 江明修主編（2002），非營利管理，台北，智勝文化事業有限公司， p. 321

願部門」(the “voluntary”)、「公民社會」(the “civil society”)、「第三部門」(the “third”)、「社會經濟部門」(the “social economy”)、「非政府組織」(the “NGO,”)、「慈善部門」(the “charitable” sector)、獨立部門 (independent sector)、非營利部門 (nonprofit sector) 免稅部門 (tax relief sector) 等不同稱呼。許多美國學者習慣使用「非營利部門」(Nonprofit Sector) 一詞來形容那些介於私人營利部門與公部門之間的組織集合體；歐洲學者則偏好用「非法定部門」(Non-statutory Sector) 或「志願性部門」(Voluntary Sector) 等名詞；另外也有人認為用「第三部門」(Third Sector) 一詞較為恰當 (Seibel and Anheier, 1990: 7-8)。然而不管用哪一種名詞來形容此類組織，除了政府與市場外，非營利部門是第三種對於社會具有影響力的制度建構，因此美國社會學家 Hall(1987)曾說，「第三部門是一個成熟的公民社會所不可或缺的重要成分。」而 Salamon (1994)¹⁸也認為，私有的、非營利、非政府組織將是二十世紀的代表。

國內學者多主張用「第三部門」、「非政府組織」或「非營利組織」來稱呼從事社會公共、非營利性質事業的民間團體。為了名詞統一，在本研究中，一律稱為「非營利組織」(non profit organizations, NPOs)。

向來人們對非營利組織的觀點是「不是以營利為目的，而是以做公益，幫助弱勢為使命」的團體。然而，舉世皆知，非營利組織並不像政府組織，有公權力可以強制徵稅；也不像企業組織，有產品可以販售謀取利潤。可是，從現實面來說，非營利組織既然要「做公益幫助弱勢」，則必須有金錢、物資或人力等資源投入，才有能力服務社會。這些資源要從哪裡來呢？從以往的經驗來看，都是靠向社會各界募捐而得。因此，一個非營利組織的勸募能力，往往是決定組織是否有足夠服務社會能力與存續的關鍵因素。

然而，在多元化社會，勸募是一門學問，也是一種藝術。從業務運作型非營利組織的觀點來看，成功的勸募，並非僅滿足某一個活動的資源，而是能使組織

¹⁷ Lester M. Salamon, S.Wojciech Sokolowski, and Regina List (2003, *Global Civil Society: An Overview*, Baltimore, USA, pp. 1--3。這個計畫是在 1991 年由約翰霍普金斯大學所支持的，名稱為「約翰霍普金斯比較非營利部門方案」，研究對象國家其中包含了 16 個已開發的工業國家（北美、西歐、亞洲），14 個開發中國家（拉丁美洲、非洲、中東、南亞），5 個待開發國家（中歐和東歐）。

¹⁸ Lester M. Salamon(1994), "The Rise of the Nonprofit Sector", *Foreign Affairs* July August: 109-122

的長期業務運作無財務憂慮。因此，非營利組織在進行勸募工作時，必須考慮組織的各種能力，諸如：議題倡導能力、企劃能力、財務規劃能力、行銷能力、公共關係能力、執行能力、...等所有能累積組織責信的能力。

第一節 非營利組織的興起

在研究提升募款能力之前，必先要探討非營利組織之興起的原因。自從非營利組織在世界各地紛紛成立之後，探討非營利組織之興起的學說很多，有從政治學角度探討、從經濟學角度探討、從社會學角度探討、從歷史學角度探討、從跨領域學科角度探討、.....等（詳參表 2.1），但是，迄今似乎沒有一種學說能夠滿足所有非營利組織興起的理論。因此，本研究者認為，應該宏觀的從人類求生存的生物本性開始，也就是從生態學變遷角度來觀察。

表 2.1 解釋非營利組織興起之相關理論

學科領域	歷史學	經濟學	社會學	跨學科
相關理論	民眾互助模式	市場失靈論	社區主義	民社理論
	慈善贊助	政府失靈論	社會文化發展	
	人民權力	制度選擇論	利他主義公共財	
相關理論	競爭與市場	消費者控制論	理論	
		供給面的解釋	社會交換理論	
		第三者政府	項鍊理論	

資料來源：研究者修正自王詩慧，2001¹⁹

研究生態學的範疇很廣，分枝也很多。如：生物生態學、環境生態學、政治生態學、社會生態學、經濟生態學、.....等包羅萬象。換言之，人類社會的任何變動（諸如：天災、人禍、政治、經濟、社會、交通、風俗習慣、文化、地域、.....等），都會造成謀生存的觀念與行為改變，這些改變都可能是促成非營利組織興

¹⁹ 張坤杉（2002），捐血者捐款行為之研究—以台南捐血中心為例，國立成功大學 企業管理學系 碩士論文

起的原因。因此，若從生態學觀點探討非營利組織興起，更能了解為何人類社會會出現非營利組織。

人類是群居的社交性動物，在環境或社交行為中，由於利害關係，人類個體或族群為了生存，對環境或社會會產生不同程度的回應行為（responsible behavior），其目的不外乎為了求生存（survival）。個體能生存，才能繁衍後代，壯大族群。

從生物爭取生存的生態行為中，可粗略的窺探共同模式如下：

第一步：爭取個體立足的生存空間。

第二步：創造適合生存的環境空間並繁衍後代。

第三步：擴大與改善生存的環境條件以壯大族群。

在這些過程中，人類為了生存，自然就會出現所謂的「性善」或「性惡」，也就是「利他」或「利己」的外在行為表現。例如：援助或戰爭。

從現代眼光來看，社會學家觀察非營利組織形成的原因，不論是「利己主義」（egoism）（性惡）或「利他主義」（altruism）（性善），無非是希望藉由自己的作為，影響決策者或協助社會弱勢族群，以改善社會條件，營造有利於自己或同類的生存環境。但是，這些人發現個人的力量太小，於是結合同好，組成團體，從事公共服務的工作，這就是非營利組織的起源。

由於社會民主自由化的演變，民眾的需求日益多元化，民主國家的政府知道無法再扮演大有為的萬能角色，於是提出追求小而美的政府再造目標；但是，卻因為政府的任何政策必須符合公平性與大眾化原則，因此，任何政策絕對無法滿足所有人民的需求。加之在公民自決意識抬頭的社會中，公民治理（citizen governance）的呼聲日益高漲，於是民主自由政府透過各種輔導、優惠、獎勵辦法，鼓勵非營利團體協助政府推展公共政策服務，更促進了非營利組織蓬勃發展的誘因。因此，今日的非營利組織將在人類社會中扮演日益吃重的角色。

壹、我國非營利組織形成的原因

我國在 1987 年解嚴之後，各種類型的非營利組織如雨後春筍般冒出，展現了民間既蓬勃又豐沛的力量。正軌的非營利組織成立緣起，大都是某一個人或某

些人覺得社會上某些地方需要加強服務，而卻因為種種理由被政府或企業界或社會各界所忽視，於是，捐款或結合同好，成立肩負以某種特定使命的組織，進行社會服務工作。

根據國內學者王振軒（2005）²⁰引用社會學家 Milofsky（1979）從「觀察社區的形成」探討非政府組織興起的原因乃是志願主義（voluntarism）與公民參與。而 Schram（1985）則從七個論點解釋人們參與志願組織的原因，同時也說明第三部門（非營利組織）的形成原因：

一、利他主義（altruism）

大陸學者郭景萍（2005）²¹對利他主義提出的論點如下：何謂利他主義？倫理學為它下的定義是：「（1）為他人的利益而犧牲自己的利益或者（2）以利己為目的而以利他人為手段的道德原則」。從上述定義中，可以看出有兩種性質不同的利他主義，一種是奉獻型利他主義，即利他建立在完全付出、不圖回報的基礎上，這種利他是無條件的，一般由情感使然，如母親對孩子就是如此。另一種可稱之為互惠型利他主義，這是建立於社會交換基礎之上的，其根本點在於強調助人利他的回報性，當然這種回報性必須以一定的付出為代價。因此，後者可視為有條件的利他主義，這是一種在經濟理性支配下的行為。上述兩種利他主義的共同點，都表現在主張行為上的利他，不過在動機上卻有利他和利己的區別。

晚近，世界各國的科學家希望能解開基因結構之謎，試圖從 DNA 的結構尋找出哪些行為或疾病是來自先天注定。以色列西伯萊大學心理學家艾柏斯坦領導的研究小組，長期從遺傳學的角度追蹤研究，該小組所獲得的是結論：發現了促使人類表現“利他主義”行為的基因，其基因變異發生在 11 號染色體上。研究成果發表在《分子神經學雜誌》電子板上。……經過實驗，研究人員認為大約有 2/3 的人攜帶“利他主義”基因。……動物的利他行為可以提高其他個體的生存機會²²。

²⁰ 王振軒（2005），非政府非政府組織議題與發展，台北，鼎茂圖書出版股份有限公司，p. 23

²¹ 郭景萍（2005），現代社會工作的基本特徵：制度化利他主義，社會科學研究，2005（4）。
<http://www.sss.net.cn/ReadNews.asp?NewsID=4664&BigClassid=12&SmallClassID=34&SpecialID=0&belong=sc> 瀏覽日期：2005/12/1

²² 奇云（2005），人類有利他主義基因 基因變異在 11 號染色體，北京科學報，

然而，不論是人類或者是其他的動物，從生物生存的觀點來看，必然深受環境、風俗習慣、文化、法律制約等條件的影響。換言之，即令在基因中帶有「利他基因」者，在惡質的文化薰陶之下，亦會逐漸受到影響而變質。

二、效用理論 (utility theory)

效用理論最先是被用在經濟學與金融財政學上，英國經濟學者 William Stanley Jevons(1871)在他的《*The Theory of Political Economy*》書中即提出此學說。蕭素月(2003)²³碩士論文中引用國內學者鍾譽偉(1999)對於效用理論(utility theory)的闡述：決策者對方案偏好與選擇上並非僅依據方案之產出、結果之金錢價值衡量，乃受多屬性或影響因素所決定，如金錢價值、喜好與期望、聲望地位、時間因素、社會接受性等等，此等因素可分為決策者特性因素與方案屬性因素兩大類，雖然其中部分影響因素可輕易且完善的以量化因素來衡量，如金錢價值，但大多數主樣影響因素均不容易以量化分析。

當方案選擇基於方案產出與結果必須考慮多項影響因素時，價值與偏好衡量將更形複雜，為此建立一通用量化尺度以衡量可行方案所有價值，乃產生「效用」概念，「效用」定義成決策者真正價值觀衡量，「效用函數」代表此衡量，函數考慮變數即上述影響因素，「效用理論」即提供一與決策者相關且一致隻價值衡量架構，所以若能獲得所有方案效用價值，則具有最大效用價值之可行方案將成為最優先方案。

三、人群資本理論 (human capital theory)

人群資本理論又可稱做人力資本理論，是由英國的經濟學家 Sir William Petty and Adam Smith 首先提出的名詞，之後由美國的經濟學者 Gary Becker and Theodore Schultz 發揚光大。²⁴

<http://tech.enorth.com.cn/system/2005/02/16/000964499.shtml> 瀏覽日期：2005/12/1

²³ 蕭素月(2003)，碩士論文，地震災害避難疏散最適路徑之研究－以南投都市計畫區範圍為例，<http://www.geog.ntu.edu.tw/research/paper2003/P89228005/>，瀏覽日期：2005/12/03

²⁴ 資料來源：<http://www.economyprofessor.com/economictheories/human-capital-theory.php> 瀏覽日期：2005/12/8

人力資源理論是假設把訓練和教育的經費當作成本，投資在增加個人收入的願景中。人力資源的步驟，通常用在解釋從業人員的薪水差異性。

英國哲學家 John Locke 和 John Stuart Mill，蘇格蘭經濟學家 Adam Smith 和德國社會學家 Karl Marx 都認為，人非生而知之，在領悟力的差異性上，訓練是相當重要的。

四、交換理論 (exchange theory)

交換理論指出社會互動其實就是一種交換行為。²⁵而個人在交換行為時，必定考慮過可能牽涉的利益和賞酬。換言之，在交換過程中，個人對與他人互動所可能產生的利益，必先加以估量。如果在交換過程中雙方不能得到滿足的結果或賞酬，則沒有交換的必要。交換理論雖然從利益和賞酬的觀點來剖析個人與個人之間互動關係的進行；但在現實社會裡，有許多的交換關係卻是社會規範所制定，而非個人所能自由選擇的。例如在家庭內父母與子女之間的交換，就是一種社會的道德規範。

五、期望理論 (expectancy theory)

1964 年由維克·伏隆(Victor Vroom)²⁶所提出，以個人期望為著眼點。期望理論認為，個人採取某種行為傾向，取決於以下兩點：

1. 對採取該行為所導致引誘結果的預期強度；
2. 此一結果對於個人的吸引力大小。

因此，理論中包括三項變數或關係：

1. 努力—績效關聯性：個體認為付出一定量的努之後，能達到績效的機率。
2. 績效—報酬關聯性：個體對於績效達到一定水準時會獲得預期結果的相信程度。
3. 吸引力：自工作中所獲得的潛在結果或報酬，在個體心目中所認為的重要性。必須同時考慮到個體的目標和需求。

²⁵ 資料來源：創新中學，http://www.mss-mlc.com/big5/material/form4/society/soc4_1_05.htm 瀏覽日期：2005/12/8

²⁶ 資料來源：<http://www.namliong.com.tw/cgi-bin/mana.cgi?028-0016> 瀏覽日期：2005/12/8

個體的努力=A→個體的績效=B→組織的報酬=C→個體的目標

A：努力—績效關聯性。B：績效—報酬關聯性。C：吸引力

六、需要滿足理論 (need fulfillment theory)

需要滿足理論是激勵理論的基礎支持理論之一。以 Maslow's Need Hierarchy、Alderfer's ERG Theory、和 McClelland's Manifest Needs 等作為闡述人各有志的理由。也因為常人受到各種不同條件的激勵，獲得自己所需要的滿足感，因而從事自己認為有意義的事情，人們從事志願服務獲得滿足，就是需要滿足理論的其中之一。²⁷

七、社會化理論 (socialization theory)

「社會化」(socialization) 是社會學中的一個重要概念，其用以解釋人類如何從自然人而成為一個社會人的歷程，由兒童以致成人或老人，人一生都在不斷的社會化當中，且隨人的際遇不同 (或說不同的社會)，接受社會化的機構與方式亦不盡相同，此一歷程的目的最重要的就是讓社會中的個別成員能有再有效率、效能的情形下，加入社會結構體系的正常運作之中，其最終的目的便是提供社會整體結構在一穩定的基礎中進行社會發展或進步。²⁸

從上面各種論點中，我們可以找出最重要的重點是，不論是基於何種理論，都在說明，人之所以願意付出，必有其重大意義。其中，和非營利組織興起有關，且最重要的意義為：(1) 志願主義及 (2) 公民參與。

貳、政治經濟學解釋非營利組織主流理論

「志願主義」與「公民參與」組成非營利組織投入社會公益事業的原因，主要是因為在社會上出現各種「不公義」(unjust) 的現象。最常被引用的政治經濟學理論有：一、「市場失靈」論 (the market failure theory)、二、「政府失靈」論

²⁷ 資料來源：<http://www.swlearning.com/management/aldag/OBM1e/powerpoint/ch06.ppt> 瀏覽日期：2005/12/8

²⁸ 陳俊升 (碩士論文)，接受宗教之社會化歷程分析--以創價學會的信仰過程為例，<http://www.nhu.edu.tw/~society/e-j/38/38-31.htm> 瀏覽日期：2005/12/8

(the government failure theory) 以及三、「契約失靈」論 (the contract failure theory)。

一、市場失靈論²⁹

自由經濟是當代經濟思潮的主流，自由經濟學者相信市場機能可以有效率地解決絕大多數的經濟問題。因此，他們主張政府應儘量避免干預經濟體系之運作。他們認為政府除了負責國防安全、司法行政及公共建設之外，只有在市場失靈時，才宜介入經濟活動。這種自由經濟思潮可追溯至經濟學鼻祖亞當·史密斯 (Adam Smith)。

史密斯 (1776) 發表的經濟學古典名著—國富論 (An Inquiry into the Nature and Causes of The Wealth of Nations) 中即已指出，在市場背後，有一隻看不見的手 (an invisible hand) 足以因應供需價格的變化。每個人在這隻「看不見的手」引導下追求自利的結果，將會自然地促進整個社會的福祉。因此，他主張自由放任 (laissez -faire) 是促進社會福祉的最佳策略。事實上，現實全世界的市場中，並不存在這種完全自由競爭的市場運作情境。主要是由於市場結構本身的缺陷，以致於造成諸如公共財、外部性與資訊不對稱等現象的發生，這種現象被稱做「市場失靈」(market failure)。

薩繆爾森 (Paul A. Samuelson) 在他撰述的《經濟學》中，堅信市場是會“失靈”的。所謂“失靈”，就是指經濟學者無法用供需原理來解釋的現象。為了挽救供需原理，經濟學者就統稱為市場“失靈”了。

市場失靈是指一種造成資源分配不當的現象。造成市場失靈的原因有：(1) 市場的不完全性，(2) 外部性的問題，(3) 公共財提供的無能，(4) 所得不均，(5) 不完全市場，(6) 訊息失靈，(7) 失業、通貨膨脹和失衡，(8) 殊價財。

非營利組織因為它不以營利為目的，且其成立的宗旨與所建立的責信度獲得社會肯定與信任，因而，在發生市場失靈的時候，在某種程度上可以產生彌補作用。

²⁹ edited by J. Steven Ott(2001), The Nature of the Nonprofit Sector, USA, UTAH, Westview press, pp.181--184

二、政府失靈論³⁰

所謂「政府失靈」(government failure)是指政府雖可採取各種措施，彌補市場機能之不足，但在實際執行上，由於公共政策之公共財性質、民主政治運作本身之缺陷、官員與民意代表之私心、以及利益團體之影響等因素作祟，政府試圖干預、根本不想或無法干預，因而未能帶來理想結果的現象。

在民主社會中，政府推行服務，須使符合必要條件的人皆能獲得，但是無可避免的，因為排除的成本過高，使得一些額外的人亦因而受惠（搭便車現象），反而使得應該受惠的人卻被排除在外。另外，政府服務講求普遍性，但是人民因收入、宗教、種族背景、教育等的差異性，產生異質的需求，所以服務勢必無法滿足每一個人，致使公共財的提供產生不公平現象，這種該獲得政府公共政策服務卻未能獲得的狀況，就被稱為政府失靈（Wesbrod, 1989: 26）。

亞當·史密斯同時也指出，只有在明確的制度規範條件下，自由競爭才能實現最佳的結果。因此，他認為政府有三項非常重要的職責：（1）提供國防安全保障、（2）提供司法行政管理、以及（3）建立與維護某些公共工程和某些公共機構。這些都是屬於政治層面的事務。因此，最早的經濟學被稱為政治經濟學（political economics）。只是，之後的古典學派及當代的新古典學派特別強調自由放任，而相對地忽略了上述政府應有的職責。在政府忽略上述職責下發生市場失靈的時候，卻又強行介入，企圖以政府的力量干預市場問題，然而若政府干預過度，有時非但無法解決問題，還會造成效率低落，經濟活動僵滯，導致更浪費資源的情形，發生失靈現象。

主張政府失靈的論點，主要是指出人民對於政府的績效，特別是公共財的供給，無法盡如人意，主因可能是與民主政府的制度設計瑕疵有關，例如政治學上常論及的投票，在某種程度上或許反映了民意趨向，但卻無法適切的表達出民意的強度，尤其是在有關特殊議題的抉擇上。在多數決的民主制度下，可能面臨「多數暴政」的威脅。也就是說，在某些民眾的需求與回饋之間，可能會因為制度設計或運作上的扭曲，以致於出現鬆動現象，而非營利組織的特殊屬性，恰好可以

³⁰ Dennis R. Young (2001), edited by J. Steven Ott, *The Nature of the Nonprofit Sector*, CHAPTER 15, *Government Failure Theory*, USA, UTAH, Westview press, pp.190--192

填補此一公共服務上的漏洞。

三、契約失靈論³¹

漢斯曼 (Hansmann, 1980) 認為，非營利部門在市場資訊不對稱的狀況下，扮演重要的角色。當消費者無法獲得充分資訊，不容易覺察供應者所提供的消費產品數量或質量是否對等時，就容易發生契約失靈的現象，當發生供應者和消費者之間的訊息不對稱的現象時，用來解釋非營利組織存在的原因就變得十分重要。人們預期企業可能會基於其利益，而以違約手段來提高利潤。但是因為非營利組織盈餘不分配，所以不必用違約的手段謀取利潤。因此，非營利組織可以對大眾提供更好品質的服務，進而促使市場競爭更有效率與更公平。

參、營利組織的特質：

研究非營利組織的學者歸納出非營利組織必須具有下列特質 (馮燕：2000³²；Thomas Wolf：1990)，並加以定義：

- 一、有服務大眾的宗旨。
- 二、不以營利為目的的組織結構。
- 三、有一個不致令任何個人利己營私的管理制度。
- 四、本身具有合法免稅地位。
- 五、具有可提供捐助人減(免)稅的合法地位。

Salamon (1997)³³、傅篤誠 (2002)³⁴、黃蒼進 (2003；碩士論文)³⁵ 提出構成非營利組織的要件為：

³¹ Dennis R. Young (2001), edited by J. Steven Ott, The Nature of the Nonprofit Sector, CHAPTER 16, Contract Failure Theory, USA, UTAH, Westview press, pp.193--196

³² 馮燕 (2000)，蕭新煌主編，非營利部門組織與運作，台北，巨流圖書有限公司，p.004

³³ Lester M. Salamon. & Anheuer H. K. (1997)，"Defining the Nonprofit Sector：A Cross-national Analysis. Manchester University Partners in Public Service：The Scope and Theory of Government Nonprofit Relations"，in W. W. Powell (el) The Non profit Sector：A Research Handbook New Haven, Connet：Cut：Yale University Press. Pp110--116

³⁴ 傅篤誠 (2002)，非營利事業管理—議題導向與管理策略，台北，新文京開發出版有限公司，p.9

³⁵ 黃蒼進 (2003) 台灣企業公益行為之研究—以金融業之銀行為例，南華大學非營利事業研究所碩士論文，p.9

- 一、為正式的組織：所謂正式組織：是指一個有正式的組織架構，且向政府主管機關申請核准立案的組織。
- 二、盈餘不分配：盈餘不分配（nondistribution constraint）：是指非營利組織不論以任何方式所獲得的經費在扣除當年的業務運作總支出後剩餘的資金不分配給該組織的成員，包括：會員、理監事、受薪員工，而是將盈餘再投入該組織使命中所標榜的公眾目的事業。
- 三、私人性質：由私人發起成立的組織，沒有政府組織插手其中。
- 四、志願參與：由志趣相投的人所組織的團體，一切行為都是出自於個人志願，也能隨時離開。
- 五、具有公益屬性：所從事的業務全屬輸送公共服務性質，填補政府與企業服務範圍所不及的縫隙。
- 六、具有自理能力：該組織具有完全治理的能力，不屬於政府的部分，也不受到來自政府力量的干預。

第二節 本研究基礎名詞定義

一、動物保護組織（Animal Protection Organization）

台灣物種豐富，動物的種類繁多，所以只要是從事動物保護工作的組織，都可以稱做是動物保護組織。例如：保護台灣黑熊、保護蝴蝶、保護黑面琵鷺、保護五色鳥、保護綠蠵龜、保護鯨豚、保護流浪動物、……等，範圍相當廣泛。

本研究受限於經費、人力、時間等條件，研究中所稱的「動物保護組織」僅以從事我國「動物保護法」所指的「國人所豢養的脊椎動物」³⁶中之「從事流浪狗貓保護、收容及從事尊重生命愛護動物教育宣導工作的非營利組織。」

在台灣，屬於此類型的全國性動物保護有 10 家，其中只有 2 家為財團法人，2 家為社團法人，其他均為人民團體；地方性動物保護組織則有 30 家，2 家為社團法人，其他均為人民團體。

³⁶ 中華民國動物保護法，http://www.apaofroc.org.tw/08LAW/law_g_04.htm，瀏覽日期：2005/11/30

二、 募款、勸募 (fundraising)

在所有外國討論非營利組織資金籌募的文章中，常常可以看到「fundraising」、「giving」、「donate」、「gift」等字在不同文章中出現。中文對應的譯字雖然各有不同，如 fundraising 譯為募捐、募款、勸募，giving 譯為佈施，donate 譯為捐獻，gift 譯為贈予，這些詞彙之所以會有不同，乃是「施」與「受」的角色不同而有不同的用詞，或者主動與被動之不同（例如某個非營利組織提出需求，主動尋找願意贊助者，稱為勸募或募款「fundraising」；某人發現某個非營利組織所提出的議題是自己想要實現的理念，而主動捐贈資源支持該組織，則稱為：「giving」、「donate」、「gift」），然其最終目標還是在描述非營利組織所能籌募資源的途徑。林雅莉（1998）³⁷張坤彬（2002）³⁸解釋「募款」：「募款」的原文為 Fundraising 或 Fund-Raising，在應用上則有稱為：「勸募」、「募捐」等。依據 The Random House Dictionary of English Language（1987）界定「募款」為：非營利組織或政治組織或個人為了政治因素，發動發動募集資金的行動或過程（The act or process of raising funds, as for nonprofit organization or for a political cause）。

在本研究中，將可能因為主客位置不同，而將可能出現「勸募」、「募款」、「捐贈」等不同名詞，但是最後之目的都是「將資源整合到非營利組織內，以做為推展業務所需」。

第三節 非營利組織財務來源

我國非營利組織，不論是法人（財團法人或社團法人）或人民團體的成立宗旨（purpose）或使命（mission），大部分都在於發現社會問題後，提出願景（vision），並倡導最適合解決當時社會問題的議題，並整合社會可用資源，進而以行動協助解決社會問題，非營利的動物保護組織自不例外。

³⁷ 林雅莉（1998），碩士論文，「非營利組織募款之研究」，該研究主要是以社會福利類團體為研究對象。

³⁸ 張坤彬（2002），碩士論文，「捐血者捐款行為之研究—以台南捐血中心為例」。

可是，非營利組織既沒有公權力可以徵稅，又沒有產品販售可以賺取利潤，所需資源大都是靠社會各界捐獻，因此，如何吸引社會大眾注意，並產生興趣，之後付諸行動捐資源，最後還要能成為一個終生不悔的忠誠捐獻者，且進而能帶動他人一起捐獻，是非營利組織形成募款策略中，相當重要的課題。

蘇美蓉、施文玲³⁹一般而言，非營利組織財務來源分別有：(1) 政府的補助款，(2) 民間慈善捐贈募款收入，(3) 組織本身的營利收入，(4) 其他收入。Gronbjerg (1993) 指出美國非營利組織財源 84% 仰賴民間捐贈收入。而台灣民間福利機構財務來源，39.9% 來自民間慈善捐款，28.7% 來自政府補助，11.7% 來自服務費收入，0.5% 來自聯合勸募補助，(鄭怡世，1999；施教裕，1997)，其中以民間慈善捐贈款為最重要的財源；目前台灣民間福利機構普遍面臨粥少僧多財源不穩定困境，迫不得已，部份民間慈善團體試圖自我生產某些產品謀取營業收入以維生存，但是努力增加民間捐贈款仍是首務之急。孫碧霞等 (2001)⁴⁰ 與陳希林等 (2002)⁴¹ 的譯作中顯示，從往昔的總捐助資源中，捐助環保和動保組織所佔的總比例相當少 (僅佔 3% --6% 左右)，因此，動物保護組織要能吸引社會資源投入動物保護工作，必然要隨時注意社會動態，抓住社會脈動與政府主管機關的政策方向，適時提出足以打動人心，且能協助社會解決問題的議題，方能吸引社會大眾捐助資源投入動物保護工作。因此，在整合社會資源的時候，相當重要的是不僅要提出能吸引社會大眾注意，且要能讓社會大眾肯定的募款策略。因此，本研究試圖從這個角度蒐集與整理專家學者所發表的文章，找出提升募款效率的可行途徑與方法。

³⁹ 資料來源：蘇美蓉、施文玲 (2004)，由社會學角度探討慈善捐贈行為，國立高雄師範大學國立高雄師範大學博工業教育系博士生

<http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc> 瀏覽日期：2006/10/7

⁴⁰ 孫碧霞、廖秋芬、增華源 (2001)，非營利組織策略管理，台北，洪葉文化事業有限公司，p. 148，該統計資料來源係來自：V. Hodgkinson, et al., *Nonprofit Almanac, 1992—1993*, San Francisco: Jossey—Bass, p. 64

⁴¹ 陳希林、方怡雯、陳麗如、曾于珍等譯 (2002)，Joan Flanagan，募款成功—義工與專家必讀，台北，五觀藝術管理有限公司，pp. 25--30

壹、政府、企業、非營利組織財務來源比較

表 2.2 政府、企業、非營利組織服務性質與財務來源比較

部 門	輸 出 產 品	財 務 來 源	管 理 目 標
政府部門	公共財	稅收、規費、公共造 產、販售或出租公有土 地、舉債	法律及公共政策管理
企業部門	私有財	產品行銷	產生利潤
非營利組織	公共財或信賴物	社會捐贈、政府補助或 委託計畫、公設民營、 公益創投	組織使命

資料來源：研究者修正自詹天賜、黃琦智 1993：75

不論是政府、企業或非營利組織所標榜的都是滿足客戶需求。然而，因為組織成立的宗旨不同、從事服務輸出產品的性質不同，達成目標的手段也不同，本研究引用詹天賜、黃琦智（1993：75）整理的比較表，並稍加修正做為對照。（參考表：2.2）

貳、非營利組織財務需求與來源

在非營利組織的業務運作中，通常將經費需求大致分為：（1）年度需求（annual needs）：是指該組織每年業務運作所需的總經費。（2）資金需求（capital needs）：是指該組織為了改善建築或提升其他服務品質等，所需的經費。（3）資產捐贈（endowment）：是指永久性的主要收入，能確保財務及幫助長期計畫的資源。⁴²

但是，非營利組織非政府組織亦非企業組織，無公權力徵稅，也無營利所得，且受到社會固有觀念影響，彭懷真（1994）⁴³源歸納其財務來有：（1）向政府

⁴² Kim Klein (2001), Fundraising for Social Change, CA, John Wiley & Sons, Inc., pp. 19—25

⁴³ 彭懷真（1994），為良好募款法規催生，《社會福利》第一一四期，頁 10-14

有關部門申請補助獎助，(2) 向聯合勸募等組織申請資助，(3) 向服務對象收費，(4) 向基金會等組織申請，(5) 設立個人捐獻制度，(6) 向企業或社團等申請贊助，(7) 推行特別募款計畫。

鄭怡世 (2003) 研究報告顯示，自 1998 年 5 月至民國 1999 年 4 月間，估計全台約有 593 萬人曾經捐款，捐款總額近 430 億元，平均每人捐款 7,238 元 (行政院主計處，2000:12)。而 1999 年 5 月至民國 2000 年 4 月的捐款總額約為 693 億元，而這近 693 億中，有 60.5% 約 395 億元是針對 1999 年的 921 震災的捐款，35.5% 約 298 億元才是 921 震災以外的捐款。另外，針對 921 震災，平均每人捐款約 2,459 元；921 震災以外的捐款，平均每人捐款約 5,330 元 (詳如表 2.3) (行政院主計處，2000a:12；2000b) (引用自鄭怡世；2003)

台灣在 2003 年⁴⁴，有紀錄的捐款總數為 472 億；捐款對象，以宗教團體居多、社福團體其次，再來則是醫院；有 42 % 的人捐款給公益團體約是 535 萬人，也就是說在台灣每 4 個人就有一個捐款人 (美國 58 %)；捐款人中以女性居多 (尤其是已婚有小孩者)，捐款人的年齡中，30 % 是 36~ 45 歲，23.9 % 成是 26~ 35 歲；捐款人中以服務業最多，其次是軍公教及商業；以平均收入來看，以 3~ 5 萬元收入者居捐款人之首，2~ 3 萬和 5~ 7 萬居次，高收入者只佔 3 %。林雯玲 (1994)⁴⁵ 指出，慈濟基金會的善款主要是來自家庭主婦。

表 2.3 1998 年 5 月至 1999 年 4 月捐款數額一覽表

	1998/5 ~ 1999/4	1999/5 ~ 2000/4		
			921 捐款	921 以外捐款
捐款人數比率	36.89%	68.1%	60.5%	34.7%
捐款總金額	430 億元	693 億元	395 億元	298 億元
平均每人捐款數額	7,238 元	6,329 元	2,459 元	5,330 元

資料來源：行政院主計處 (2000a:12)、行政院主計處 (2000b) 鄭怡世 繪圖整理⁴⁶

⁴⁴ 同上。

⁴⁵ 林雯玲 (1994)，慈濟基金會善款從何來—滴水不露的募款組織網，p. 28

⁴⁶ 鄭怡世 (2003)，個人募款市場及捐款行為的分析，募款策略研習班講稿，<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/92n-fundung1-1-2.doc>

事實上，除上述七種途徑外，還有：（1）該團體的會員會費或基金孳息，（2）「公益創投」（venture philanthropy；也就是類商業化）方式，從市場競爭上獲取不少的財源，例如：喜憨兒基金會投資設置的烘焙屋（麵包店和餐飲店），近年來美國某些非營利組織從產業化獲得的財源甚至高達該組織歲入的 54%⁴⁷、⁴⁸。總之，從上表我們可以知道，現代的非營利組織財務來源，歸納後大致來自六種途徑：

- 一、團體會員會費或基金捐贈：大部分非營利組織每年的會費收入或基金的孳息，都無法充分提供組織的業務運作費用所需。
- 二、政府：民主越深化的國家，政府組織越走向小而美的體制，很多過去政府經辦的業務或管理的機構，逐漸朝向委託辦理、公設民營、獎勵補助、外包契約等方式交由非營利組織去完成。主要是相信非營利組織不僅有能力完成，且能以更省的經費做得更好。是不少從事社會福利的非營利組織很重要的財務來源途徑。
- 三、企業：現代社會的企業家，相信企業除了追求利潤外，也應該提撥適當盈餘當作回饋社會的基金，贊助非營利事業從事公共服務，此舉不僅可以提升企業的公益形象，也能藉由良好的公共形象獲得社會利益，增加企業有形與無形利潤。
- 四、基金會：非營利組織提企劃案，經過補助型基金會審查通過後，給予經費補助。
- 五、社會大眾：這是所有業務運作型的非營利組織相當重要的財務來源之一。雖然捐款者每人的平均捐款額不高，但涓滴細流終成大洋，所以，非營利組織在做募款策略的時候，這是一個值得開發的天地。
- 六、公益創投：勸募相對上是守株待兔的消極工作，而產業化是主動出擊的積極獲得財源的途徑。有能力從事公益創投的非營利組織，不論是經營管理制度、財務能力，都具有某種程度的專業化競爭力，是近年來歐美先進國家的

⁴⁷ Lester M. Salamon(1999), America's Nonprofit Sector: The New Nonprofit Almanac in Brief 2001, Independent Sector, A Primer, 2nd Edition, 。

⁴⁸ Lester M. Salamon(2003), Global Civil Society An Overview, USA, The Johns Hopkins University, p. 29

非營利組織方興未艾的營運管理目標，值得國內所有非營利組織在今後提升經營管理與籌措財源應該思考的課題。

參、國外經驗

近 30 年來，美國個人的贈予在每年的慈善捐款總數中佔有 80% 至 90% 之多，而基金會及法人組織的捐款則比實際上少很多。很值得注意的是各國的模式也不同。舉例來說，在私人捐款上，從過去到現在，日本原本就比美國發展度低，公司捐款則扮演了相當重要的角色。在澳大利亞，公司的捐款佔了慈善捐款總數的 1/3。在加拿大與英國，政府代替了私人慈善捐款，許多機構，私人捐款的比例相當小。⁴⁹

根據美國非營利組織財源收入分析報告⁵⁰，在 1996 年的年收入中，平均有 54% 是來自服務費收入，36% 是來自政府各項補助金，10% 來自私人捐款⁵¹。在 1997 年的年歲收中，則平均 37.5% 是來自借貸、服務費等收入，31.3% 是來自政府各項補助金，11.4% 是來自其他歲收，19.9% 是來自私人捐贈。

<<美國施予>>在 1999 年所做的統計資料⁵²，所有捐款總數的 43.6% 是捐給宗教團體（在台灣也如此），14.1% 捐給教育機構，至於捐給環境保護和動物保護組織的只有 3%（到目前為止，台灣並沒有正確的統計捐給動物保護組織的總經費或所佔的比例有多少）。

再從<<美國施予>>在 1998 年所做的統計資料，可以知道在捐款人中，有 77.3% 是來自個人捐贈，9.8% 來自基金會捐贈，7.8% 來自遺產捐贈，5.1 才是企業贊助。且從 APA 歷年來的捐款者資料中，有 95% 以上都是個人捐款者，比<<Giving USA>>所公佈的「個人捐款」所佔比例還要高。所以在做募款策略的時候，非營利動物保護組織的主要勸募對象也應該是針對「個人」，政府和企業則可用專案勸募計畫提出。

⁴⁹ 孫碧霞等譯（2001），非營利組織策略管理，台北，洪葉文化事業有限公司，p145

⁵⁰ The New Nonprofit Almanac in Brief 2001, Independent Sector

⁵¹ America's Nonprofit Sector: A Primer, 2nd Edition, Lester Salamon, 1999

⁵² 陳希林、方怡雯、曾于珍、陳麗如等譯（2002），募款成功—義工與專家必讀，台北，五觀藝術管理有限公司，pp. 28--30

第四節 成功勸募的先決條件

非營利組織的勸募活動，吸引社會大眾中之認同者捐獻，所憑藉的是使命或理想，也就是道德性與正當性⁵³。

壹、以 CORPS 模式，確定案主與資源勸募來源

非營利組織的設立是社會有識之士鑑於社會存在弱勢族群或認為必須倡導某些議題，以改變社會現狀，於是登高呼籲成立組織，結合社會資源，藉由群策群力以達成目標。

在案討非營利組織勸募之前，須先了解非營利組織的共通運作模式。所有的非營利組織的名稱通常只是一個象徵，如果這個組織沒有達成使命的企圖心與行動方案的執行能力，則根本不具任何意義。

組織的使命是相當遠程的工作目標，而行動方案卻是在短時間內應該完成的工作目的。司徒達賢（2000）⁵⁴針對非營利組織的方案運作過程，提出 CORPS 模式，以詮釋非營利組織在業務運作過程中不可或缺的組成元素。

CORPS 模式是指非營利組織在業務運作中，必須藉由整合資源（Resources），募集參與者（Participants），組織將資源和參與者透過可行的業務運作（Operations）方案，用來服務（Services）案主（Client）。在國內被稱做為司徒達賢 CORPS 模式（參考圖 2.1）。

因此，非營利組織在籌畫募款之初，一定要清楚的分析出：組織應該從事什麼樣的服務？服務對象是誰？要勸募哪些資源？資源從哪裡來？有多少可被運用？怎麼運用？

司徒達賢教授的CORPS模式

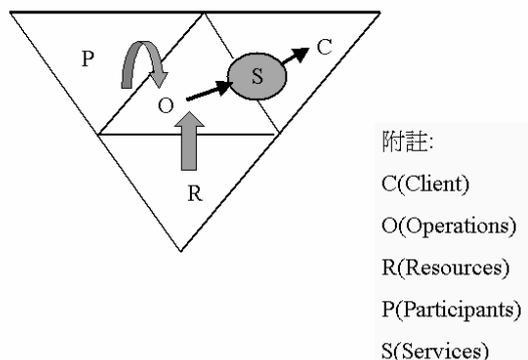


圖 2.1 司徒達賢教授的 CORPS 模式

⁵³ 許主峰（2000），非營利組織經營管理研修粹要—募款策略與規劃，台北，洪健全基金會，pp.149-165

⁵⁴ 司徒達賢（2000），非營利組織經營管理研修粹要，台北，洪健全教育文化基金會，pp. 1--17

貳、完善規劃

非營利組織的產品與本質是理想，因此，這方面文化塑造與訴求是必須的。怎麼去認知組織的意義性？或設法去發展組織在這個社會上的功能和意義？這樣捐錢才有實際的功能，你才能理直氣壯去跟人家募款，讓他願意提供可交換性的資源。更重要的是領導幹部至少要让你的內部幹部認同你的理想，從中可以學習、貢獻或付出，其次是與外圍的志工溝通。非營利單位除了社會形象外，還要有內而外作整合。了解組織使命與發展，知道自己所做的事情是對的，而且也可以提供很好的社會服務，才會願意盡心奉獻。自己受感動了，才能出去遊說別人出錢出力。這點是非常重要的！（許主峰 2000：pp.145-155）⁵⁵

任何一個非營利組織要完善規劃募款策略，必先要了解內部與外在的任何影響因素。Mixer（1993）指出，任何組織想要發展，一定要能掌握組織內部與社會脈動的所有狀況，也就是在孫子兵法中說的「知己知彼百戰百勝」。因此，在做策略研擬的時候，對內部一定要事先完全了解組織內部的現況，哪些是組織強有利的條件，哪些是組織的弱點，對外部則要分析哪些有利於組織的機會與又存在哪些威脅因素。

參、SWOT分析

了解組織，最常用的自我診斷分析方法是「SWOT分析」，所謂「SWOT分析」是將組織內部的S（Strength；優勢）、組織內部的W（Weakness；劣勢）、組織外在的O（Opportunity；機會）與組織外在的T（Threat；威脅）等一一條列出來，做為分析的方法稱做「SWOT分析」，是目前最常被使用來評估與分析的方法。SWOT分析意義：主要是分析組織內部的優勢與劣勢以及外部環境的機會與威脅。SWOT是一個很有效率的工具，它的結構雖然簡單，但是可以用來處理非常複雜的事務。⁵⁶

在做SWOT分析的時候，一定要先將組織的內部的優勢和劣勢，外部可能獲

⁵⁵ 許主峰（2000），非營利組織經營管理粹要，台北，洪健全教育文化基金會，pp154--155

⁵⁶ 江明修演講稿，非營利組織之非營利組織之SWOT策略規劃與運用

http://npo.nccu.edu.tw/content/section02/item06_doc/npo-SWOT.pdf#search=%E9%9D%9E%E7%87%9F%E5%88%A9%E7%B5%84%E7%B9%94%26SWOT%E5%88%86%E6%9E%90 瀏覽日期：2005/12/10

得的機會與遭受的威脅等一一列出，然後再將優勢、劣勢與機會、威脅相組合，形成SO、ST、WO、WT策略，之後對SO、ST、WO、WT策略進行甄別和選擇（參考圖2.2），確定組織目前應採取的具體戰略與方針。

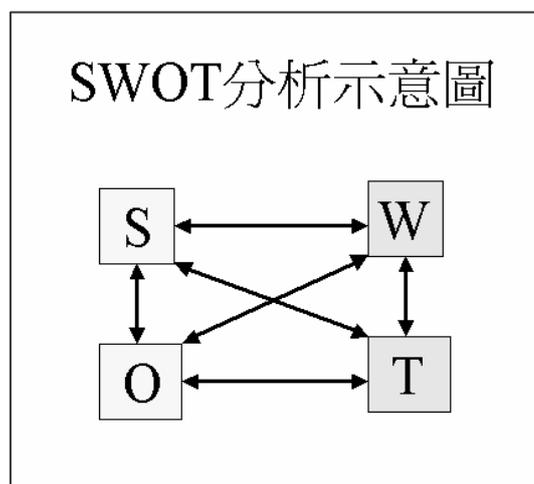


圖2.2 SWOT分析的架構

肆、高責信度 (accountability)

責信度是非營利組織賴以生存的最基本的要素，組織有高的責信度後，再發動募款活動，自然就容易獲得潛在捐款人或者捐款人的信任。

非營利組織要能獲得社會大眾的肯定才能具有存在的價值，也就是說非營利組織的業務運作要能真正的服務社會所需，滿足被服務者、資源捐助者、參與者，才能被社會肯定，也才能慢慢累積責信度，而受到社會正面肯定。

非營利組織靠輸入社會資源後加以整合，然後輸出公眾服務，社會資源為何願意輸入這個非營利組織呢？就是因為這個組織長期所累積的責信度獲得社會大眾肯定。然而，責信度要如何評估呢？Ware (1989) 認為包括下列七點：

- 一、要能確保持續提供服務。
- 二、要能保障滿足捐助者。
- 三、要能保障滿足服務對象。
- 四、要能保障內部職工的利益。
- 五、要能保證政府提供的資金獲得相對的價值。

六、要能維持公平競爭的環境，保障與其他非營利組織相互競爭的私營機構利益，絕對不能有惡意競爭或打擊競爭對手的行為。

七、保障政府部門不受非營利組織過度的政治影響。

第五節 募款計畫策略

Norton J. Kiritz (陳麗如譯, 2002)⁵⁷認為，如果提出一個新的企劃，或擴展現有的活動時，應該在募款期之前進行財務規劃。很少有贊助單位願意長期提供經費扶持一個機構的計劃。因此，所需經費將從何處募集呢？是相當重要的事情。

通常企劃書的評審認為一份精裝的計畫書並無法保證獲得贊助，但他們卻希望你在規劃時能對未來新計畫周詳考慮。且記：愈是能在企畫書中明確表述，愈能使贊助者對申請單位更具信心。

然而，不論是向政府、企業或社會大眾募款，任何募款計畫，都必須要先分析與掌握組織內部與外部的狀況，Terry & Doug Schaff (1999)⁵⁸認為，在募款技術上，要遵循下列計畫思考步驟：

- 一、 我們需要募多少錢？
- 二、 從哪裡才能募到這些錢？
- 三、 我們要找誰去募款？怎麼勸募？
- 四、 我們需要蒐集哪些資料？做哪些研究與分析？
- 五、 什麼時候是正確向捐款者開口的時機？
- 六、 當獲得第一次捐款後，要如何繼續保持住這位捐款者？
- 七、 要經過多久時間後，才能再次向捐款者開口募款？

壹、募款成功的十個重要步驟：

上軌道的非營利組織，在掌握所有經營管理的配套措施後，若要擬定募款策略，一定要遵循下列十個步驟去規劃：

⁵⁷ 陳麗如譯 (2002), Norton J. Kiritz, 找資源做益事, 台北, 五觀藝術管理有限公司, pp. 75--76

⁵⁸ Terry & Doug Schaff (1999), The Fundraising Planner---a working model for raising the dollars you need, CA, John Wiley & Sons, Inc.p.10

- 一、 評估你的組織；
- 二、 估算主要工作人員；
- 三、 吸收策略計畫團隊；
- 四、 學習有關五個策略（GIVES）⁵⁹；
- 五、 選擇策略；
- 六、 擬定遠大目的；
- 七、 清晰的達成目標；
- 八、 運用募款戰術；
- 九、 製作工作進度表；
- 十、 測量工作進度。

第六節 捐贈社會心理學

在本章第一節中已探討過人類成立非營利組織的心理層面問題，募款策略則是利用心理學的技巧，配合組織各種能力，加以整合後，提出的有效方法。

社會心理學家分析參與捐款活動者，有三種不同的心理狀態。第一種是：利他主義理論(altruism theory)，第二種是：利己主義理論(egoism theory)，第三種是：社會交換理論(social exchange theory)。但是，不論是利他主義獲利己主義，從社會交換理論來看，都有某種程度的交換意涵，例如，利他主義者在捐助後，雖然不求任何回報，但是在他的心中卻能獲得滿足感，這也就是從另外一個角度來看，他的捐助是要獲得內心的滿足。利己主義者當然就不用多說了。因此，「社會交換理論」是最常被用來設計募款方案的核心理論。

壹、社會交換理論

大陸學者徐曉軍認為⁶⁰：對於社會交換的了解，人類學和社會學一直存在兩條線：一是個體主義，它源於古典經濟學中「理性經濟人」(Rational economic

⁵⁹ 資料來源待查，募款（GIVES）五個策略（the five strategies）包括：G（Growth；成長）、I（Involvement；相關者）、V（Visibility；能見度）、E（Efficiency；效率）、S（Stability；永恆性）。

⁶⁰ 徐曉軍，轉形期中國鄉村社會交換的變遷，原載《浙江學刊》2001年第4期
http://www.usc.cuhk.edu.hk/wk_wzdetails.asp?id=4190 瀏覽日期：2005/12/1

man) 的假設，如：亞當·史密斯、大衛·李嘉圖、約翰·史特勞斯·密爾、班傑明·邊沁等人認為，社會交換是一種「理性人」的趨樂避苦、趨利避害的過程。做為結構主義交換大師的彼德·布勞極力反對個體主義交換論將社會還原為經濟交換和簡單的人際互動觀點，他認為，無論是微觀還是宏觀，都是發生著同樣的交換過程，所不同的是，在宏觀領域，交換主體從個人擴展到群體和組織，遊直接擴展到間接，交換從先於和創造社會制度及社會結構的過程變為受制度的結構制約的過程。勞則對交換發生前行動者所控制的資源給予特別的注意，而行動者對資源的控制受制於社會的結構。……布勞的交換理論根植於正式的社會組織和穩定的社會型態。

另一學者陳秉章（1985, p.351）提出⁶¹：布勞的（Blau, P. M., 1918）提出社會交換理論（Exchange Theory）之預設是：每件事物的有其代價，而所有的人類關係，更是一種給予和收還之均衡的模式。人們仔細衡量交換的代價和後果，而選擇最有利、最具吸引力的事物，在與他人互動的過程中，做理性的選擇（陳秉璋，民 74, p.351）在交換的「目的物」方面，經濟學以「金錢」為人們一切交易的價值判準，而社會交換理論則以生存、社會贊同、權力、地位等為目的物。這些價值可以在任何合理的交換情境中，以商品模式出現，達成交換的目的。

林雅莉（1999）⁶²引用 Blau. P.M 在社會交換理論學中認為：包括捐贈者或受贈者，在同一情境中，不論是個人或組織，他們的需要可以從捐贈中得到部分滿足。Blau. P.M 將這種存在於受贈者與捐贈者之間的交換關係稱為「社會交換理論」。

林雅莉更進一步引用 Kotler（1995）闡述的交換理論，科特勒認為交換行為發生必須滿足下列五種情況：

- 一、 至少應有雙方當事人。
- 二、 各方都擁有對方認為有價值的物品。

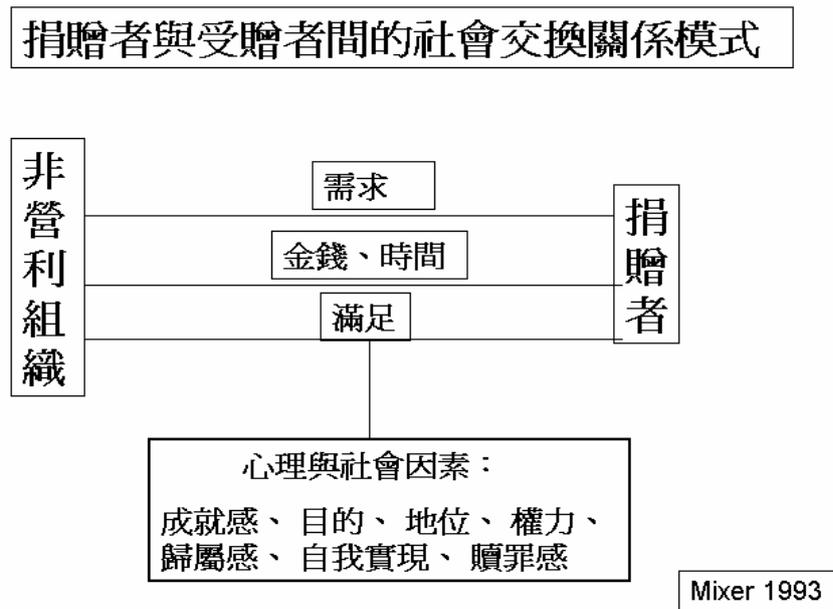
⁶¹ 資料來源：陳秉章（1985）

<http://www.nhltc.edu.tw/~chentic/%A1q%B1%D0%A8|%AA%C0%B7|%BE%C7%A1r/020%B1%D0%A8|%AA%C0%B7|%BE%C7%B2z%BD%D7/0240%B9L%B5{%BD%D7%A1%FE%A5%E6%B4%AB%B2z%BD%D7.htm> 瀏覽日期：2005/12/1

⁶² 林雅莉（1999），江明修主編，第三部門經營策略與社會參與，台北，智勝文化事業有限公司，p. 9

- 三、 各方都有溝通與輸送的能力。
- 四、 各方都有接受或拒絕對方所提供的物品之自由。
- 五、 各方都認為與對方交換是適當的且符合所需者。⁶³

圖 2.3 捐贈者與受贈者間的社會交換關係模式



研究者修正自：Mixer,1993；引自鄭怡世，2001：107

黃俊英（2005）認為，「交換」是行銷的核心理念，「交換」是一方自他方取得有價值的東西，同時也提供有價值的東西給他方做為回報的行為⁶⁴。

因此，針對參與者的心理與行為變化，我們可就要了解，到底捐款人要的是什麼東西？而組織又能提供哪些是參與者心中認為具有價值的東西？

Mixer（1993）所提出的「捐贈者與受贈者社會交換關係模型」（參考圖 2.3）中，受贈者（非營利組織）所需要的是「資源」（包括：金錢、物資、志工），但是受贈者要能提出足以打動捐贈者的策略，明白的將這個訊息傳到捐贈者腦中，讓捐贈者樂意產生捐款行動，以滿足受贈者的需求。捐贈者的需求有哪些呢？在心

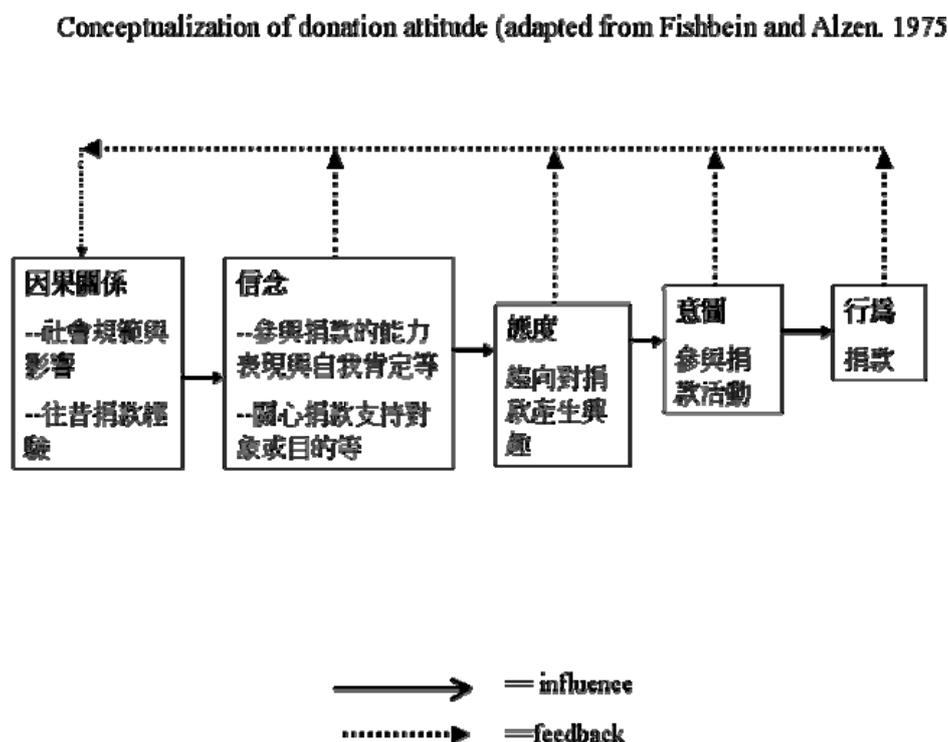
⁶³ 同上註解，p. 8

⁶⁴ 黃俊英（2005），行銷學的世界第三版，台北，天下遠見出版股份有限公司，pp.19--20

理與社會因素方面包括： 成就感、目的、地位、權力、歸屬感、自我實現、贖罪感等等。因此，非營利組織在做募款策略規劃的時候，一定要考慮滿足捐款人的訴求。

貳、捐贈者心理變化

圖 2.4 Conceptualization of donation attitude 捐獻者態度概念化的過程



研究者修正自：Fishbein & Alzen 1957

Seppo E.等（1980）⁶⁵從社會心理學的人類心理變化來看，非營利組織設計的任何活動要能吸引人來參與，在心理變化的層面會有幾個階段。首先是「他的背景」（Antecedents），也就是這個人所處的社會風俗習慣、社會制度、社會影響因素等等，另外還有他過去的捐款經驗。假設一切都是美好的，就會進入第二階段，也就是「信念」（Belief），信念包括了參與者認為捐助後可以獲得社會

⁶⁵ Seppo E. Iso-Ahola (1980, The social psychology of leisure and recreation, U.S.A., Wm. C. Brown Company Publishers, p.253)

尊敬、象徵有能力、自我實現、符合自己的理念等等，於是就會產生捐款的衝動。開始進入第三階段的「態度」(Attitude)的變化，趨向有參與捐款活動的意願，於是就會仔細的關注募款活動的相關細節，如果一切又獲得滿意的答案，就會進入第四階段，產生參與捐款活動的「意圖」(Intention)，在經過仔細參考相關資料後，還是獲得滿意的答案，就會有捐款「行為」(Behavior)了。在這些過程中的心理變化息息相關，如果一旦不滿意，就可能立即中斷以後的心理變化；如果一切都讓他滿意，就會持續進行，且不斷發生「反饋」(參考圖 2.4)。所以，如果非營利組織要能持續獲得社會大眾支持，所有業務運作都要戰戰兢兢，如臨深淵，如履薄冰。

叁、原子結構模式學說

雖然，所有的非營利組織都會標榜自己的「使命」(mission)，以此做為吸引人們參與的標的。從上面捐款者的心理變化中，我們可以知道一般捐款人往往是從支持非營利組織的某一個活動開始，而非注重該組織的使命。因此，Ott(1991)⁶⁶提出，事實上，非營利組織賴以維生的是「核心活動」((core of actives)。因此，他用原子結構模型(The Atom Analogy model)來解釋「核心活動」吸引擁護者(constituencies)的理論，他認為非營利組織所倡導的「核心活動」就像是原子(Atom)結構中的「原子核」(Nucleus)，而擁護者則好比是圍繞在原子核四周不斷移動的電子(Electron)。原子核帶的正電越強(也就是活動的訴求越能吸引社會大眾)，其週邊的電子數目越多，而且越能牢牢的吸引住電子。一旦原子核帶電能力衰退，圍繞在週邊的電子就會跑掉。他們可能變成冷漠的大眾或轉而成為支持別的組織活動的群眾。(參考圖 2.5)

第七節 募款的方法與途徑

林雅莉(1999)⁶⁷引述國外學者 Mixer(1993)、Dunlop(1993)等所歸納

⁶⁶ J. Steven Ott (2001), *The Nature of the Nonprofit Sector, U.S.A.*, Westview Press, p.290

⁶⁷ 林雅莉(1999)，江明修主編，第三部門經營策略與社會參與，台北，智勝文化事業有限公司，p. 23

的募款方法與途徑有：(1) 舉辦年度募款活動(annual campaigns)；(2) 私人懇請(personal solicitation)；(3) 俱樂部(gift clubs)；(4) 會員制度(membership drives)；(5) 電話勸募(phonathons)；(6) 直接郵件(mails)；(7) 特別事件(special events)；(8) 提供電話認捐的募款電視節目；(9) 沿街拜託 (neighborhood canvasses)；(10) 向小型企業勸募 (small business solicitation)；(11) 聯合勸募 (united way)；(12) 專案募款 (project funding)；(13) 資本募款 (capital campaigns)；(14) 巨額募款 (major gifts)；(15) 計劃性贈與 (planned giving) 等十五種。

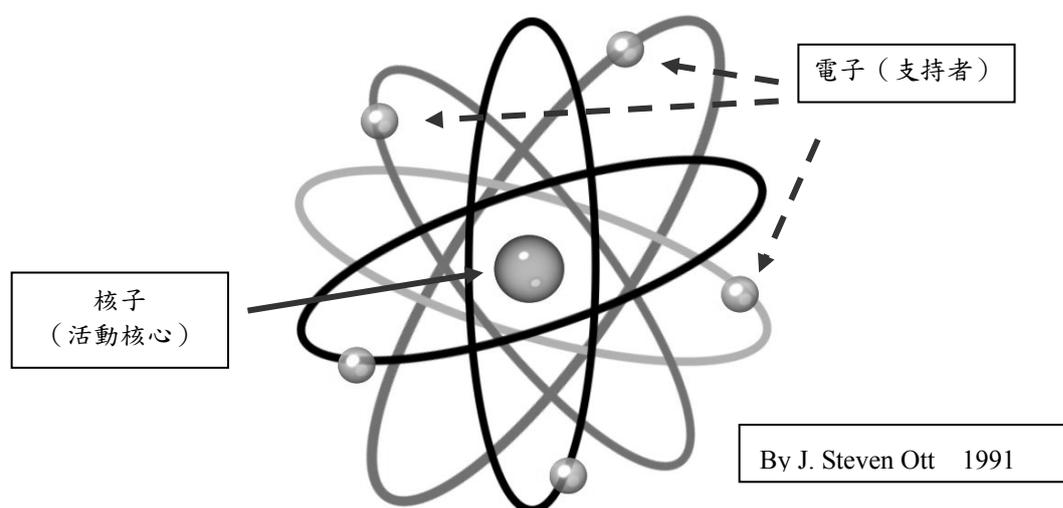


圖 2.5 原子結構模式

至於要用哪些募款方法？則有賴個別組織去思考，因為要考慮到募款成本，並非每次募款都要萬箭齊發，況且每個組織的可利用資源、公共關係與業務營運狀況並不一樣。

壹、募款擴張理論

Terry & Doug Schaff (1999)⁶⁸將捐款人分為：

- 一、衝動型捐款人 (impulse donator)：是指每當接收到有某個個人或團體，急需捐款救助的相關訊息後，不會做任何更進一步的思考，馬上對這個組織進行第一次捐款行動，但是以後也可能永遠不再捐款的人。
- 二、習慣型捐款人 (habitual donator)：對某一非營利組織持續定期捐款超過兩年者。
- 三、理性型捐款人 (thoughtful donator)：這種捐款人有長期捐款習慣，但是，當他獲知某一組織需要資金支援，且詳細了解該組織的募款訴求合理的時候，會立即解囊相助，且捐贈金額會大於捐給其他組織的金額。

通常，我們在做募款策略的時候，都希望能從潛在捐款人中先找出衝動型的捐款人，之後把衝動型捐款人培養成習慣性捐款人。進而能對組織產生忠誠度，還會因為組織提出資金需求的時候，捐出一大筆的經費支持組織。最後還能將遺產部分或全數捐贈給組織。(參考圖 2.6)在非營利組織提出一個募款策略之後，經由各種通路傳遞給社會大眾，剛接收這種訊息的人，除非是對這個組織非常了解，否則很少會貿然參與的。通常我們稱這種人為「觀望者」，有意願的人會繼續關注這件事情，就成為可能捐款的「潛在捐款人」，透過前面所介紹的概念化 (Conceptualization) 心理轉變，有些人就會實際採取「捐獻」行動變成「捐款人」。既然這個人已經被組織的活動策略吸引因而捐款支持，我們就要掌握住這位捐款人，不僅要抓住機會，還要繼續創造機會，從「偶而捐款人」變成「定期捐款人」，接著要提出更具吸引他的方案，鼓勵他「擴大捐款數額」，還要偶而倡導某些議題，讓他在除了「定期捐款」之外參與「特定活動的捐款」，甚至吸引他能捐出更大額度的捐款 (巨額捐款)，還能幫助組織影響他人一起捐款 (領導貢獻)，最後，在他往生之前還會立下遺囑，將遺產捐給組織 (遺產贈予)。

⁶⁸ Terry & Doug Schaff (1999), *The Fundraising Planner---a working model for raising the dollars you need*, CA, John Wiley & Sons, Inc.p.10。

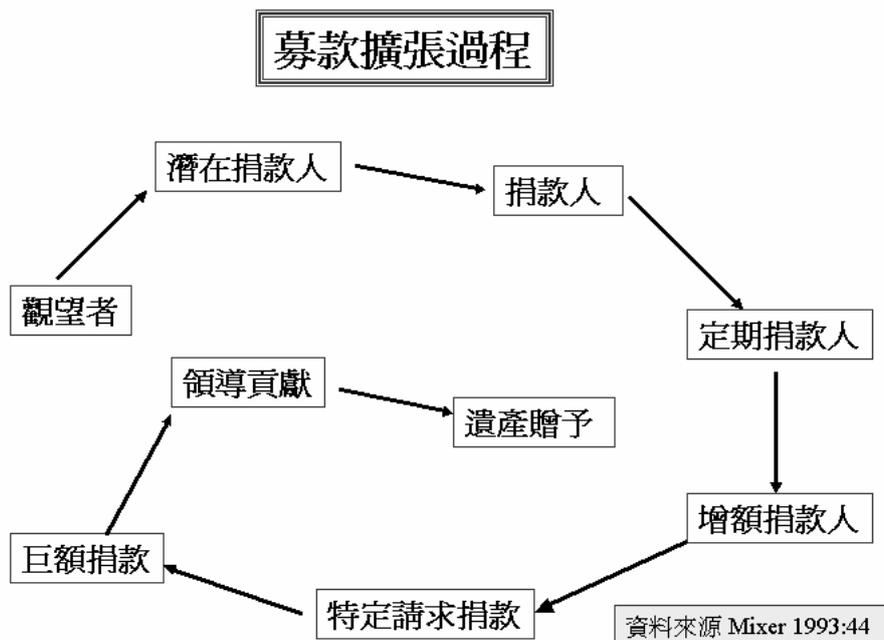


圖 2.6 捐款者涉入組織歷程

貳、募款需講求技巧的排行榜：

根據印第安那州立大學公益中心 2004 年調查報告顯示⁶⁹，需要講求募款技巧的前三名募款方法依序是：

- (1) 巨額捐款 (83%)、
- (2) 計劃贈與 (75%) 及
- (3) 基金會贊助 (73%)。

第八節 捐款目的分析⁷⁰

我國的捐款人對於捐款的目的不一而足，有 47% 的人的捐款動機只是單純的想做做善事；14.7% 的人是認為受贈組織的服務對象需要幫助而捐錢；更有 7.5% 的人捐款已經成為習慣。而有 39.2% 的捐款人希望受贈組織讓他們知道善款使

⁶⁹ 資料來源：Philanthropic Giving Index Summer 2004, the Center of Philanthropy at Indiana University

⁷⁰ 資料來源待查：

用用途；有 27.2% 的捐款人希望受贈組織提供捐款收據；另外有 25.4% 的捐款人則希望受贈組織妥善使用善款。

了解捐款人目的的原因主，要是可以依據捐款人的捐款目的設計募款方案，以吸引捐款人關注，進而採取款行動。

壹、個人對捐款行為的認知

Seppo E. 等 (1980)⁷¹ 從社會心理學的人類心理變化來看，非政府組織設計的任何活動要能吸引人來參與，在心理變化的層面會有幾個階段。首先是「背景」(Antecedents)，也就是這個人所處的社會風俗習慣、社會制度、社會影響因素等等，另外還有他過去的捐款經驗。假設一切都是美好的，就會進入第二階段，也就是「信念」(Belief)，信念包括了參與者認為捐助後可以獲得社會尊敬、象徵有能力、自我實現、符合自己的理念等等，於是就會產生捐款的衝動。開始進入第三階段的「態度」(Attitude) 的變化，趨向有參與捐款活動的意願，於是就會仔細的關注募款活動的相關細節，如果一切又獲得滿意的答案，就會進入第四階段，產生參與捐款活動的「意圖」(Intention)，在經過仔細參考相關資料後，還是獲得滿意的答案，就會有捐款「行為」(Behavior) 了。在這些過程中的心理變化息息相關，如果一旦不滿意，就可能立即中斷以後的心理變化；如果一切都讓他滿意，就會持續進行，且不斷發生「反饋」(詳見圖 2.4)。

在鄭怡世 (2001)⁷² 認為，潛在捐款人在收到勸募訊息後，到實際產生捐款行動的過程中，會有幾個階段的心理變化。首先會思考，勸募對象是否真的需要自己捐助？進而會問自己，勸募對象真的需要捐助嗎？在來會思考，勸募對象值得捐助嗎？如果這些問題都獲得肯定的答案，就會實際產生捐助行為。如果在任何一個階段獲得否定的答案，則不會捐助。(參考圖 2.7)

⁷¹ Seppo E. Iso-Ahola (1980), The social psychology of leisure and recreation, U.S.A., Wm. C. Brown Company Publishers, p.253

⁷² 鄭怡世 (2003), 個人募款市場及捐款行為的分析, 募款策略研習班講稿, <http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/92n-fundung1-1-2.doc> 瀏覽日期: 2006/4/8

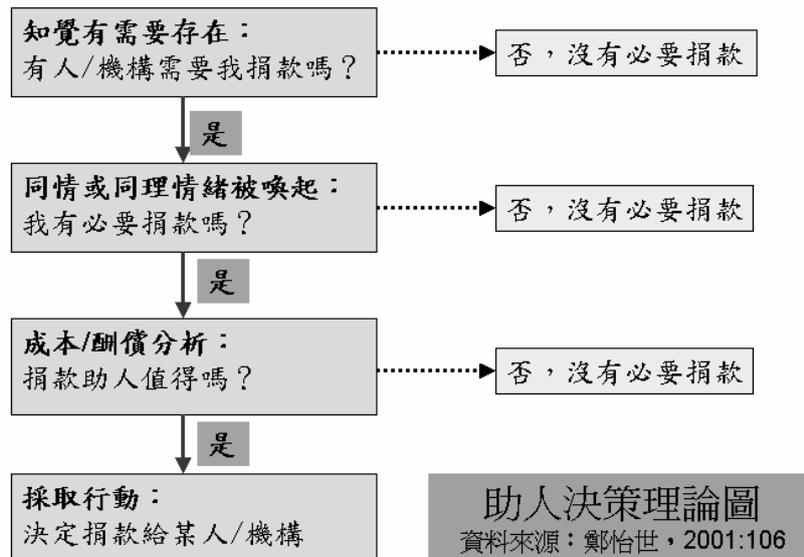


圖 2.7 助人決策理論模式圖 (引用鄭怡世, 2001: 106)

貳、影響個人公益捐款行為的因素

Mixer Joseph R (1993) 認為捐贈並非天生就會的，需要引導；官有垣引用美國學者中，Schervish 等人將影響個人慈善行為的因素分為八個變項群組：社群參與、良知良能的架構、直接請求、可自由運用的資源、個人早期學習模範與經驗、需求的急迫性與捐贈效果、人口統計特質、內外在此的獎酬等(詳見表 2.4)。Schervish 研究團隊認為前七個變項是共同影響個人首次產生慈善性參與及承諾程度的因素，而第八個變項則是增加已參與個人的參與程度。歸納來說，影響個人慈善行為的相關因素包括了「個人的人口統計特質因素」、「心理因素」、「社會文化及環境」等外在因素三大類。這些個別因素所包含的變項定義分別說明如下：(引用自官有垣)⁷³

表 2.4 影響個人慈善行為的相關因素

變項群組	定義
1. 社群參與	相互關連之個人間正式與非正式的關係網絡

⁷³ 資料引用自：官有垣，NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc> 瀏覽日期：2006/4/8

2.良知良能的架構	深植於個人意識中的想法與感覺的方式，可誘發其對政治意識、宗教信仰、社會關懷或其他價值之動機的承諾
3.直接請求	受到個人或組織的邀請參與慈善活動
4.可自由運用的資源	個人時間與金錢上可自由運用的資源
5.個人早期學習模範與經驗	個人早期經驗或受到他人良好模範的影響
6.需求的急迫性與捐贈效果	個人對組織急迫性需求的瞭解，及其認為自己的慈善回應所能帶給組織的成效如何
7.人口統計特質	影響個人慈善承諾之個人本身、家庭、與社群的地理、組織及個人環境

資料來源：根據 Schervish, 1997；Schervish and Havens, 1997 整理成表（引用自官有垣）

蘇美容、施文玲（2004）⁷⁴對高屏地區捐款人的調查報告中顯示，在「個人的人口統計特質因素」、「心理因素」、「社會文化及環境」等三大類中影響慈善捐贈的因素顯示如下表 2.5：

表 2.5 影響捐贈行為相關因素表

	含括內容	歷年學者研究結果
人口特質因素	1、性別 2、年齡 3、家庭結構 4、教育程度 5、宗教信仰 6、職業與社會地位 7、薪資待遇 8、城鄉差異	1、總的而言，女性捐贈人數高於男性。女性偏向捐贈社會福利事業與動保或環保團體者為多；男性則偏向捐贈社區與可提升社會地位之團體為多。 2、年齡 35-60 歲中高年齡層，子女數一人者，捐贈人數相對多。但是，21—35 歲者較重視動物保護即環境保護議題。 3、高學歷偏向捐贈社會服務慈善團體，低學歷偏向捐贈宗教團體。 4、佛教、基督教徒傾向捐贈自己宗教團體。 5、個人職業與捐贈行為無關；但待遇高者捐贈金額多於待遇低者。 6、居住於城市化越高地區者，越容易產生捐贈行為，反之則較少。
心理因素	1、動機	1、包括內在動機與外在影響因素。

⁷⁴ 資料來源：蘇美容、施文玲（2004），由社會學角度探討慈善捐贈行為，國立師範大學工業科技教育研究所，<http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc> 瀏覽日期：2006/10/7

	含括內容	歷年學者研究結果
素	2、認知 3、信念 4、態度	2、內在動機有：行善積德、降低不安心理、感恩、成就感、神聖使命、去除病痛---等。 3、外在影響因素：社會地位、社會期待、同儕壓力、家庭壓力、傳統文化因素、稅負考量、政府捐贈規定是否明確...等。
社會文化因素	1、個人歸屬的文化團體 2、個人歸屬的社會階層 3、個人的參考團體 本身家庭 4、個人所扮演角色 與社會地位 5、個人成長經驗	1、左列六項因素對捐贈行為都有正面影響力。 2、據調查台灣民眾捐款人中約有三分之二捐給宗教團體，此與台灣人宗教信仰有關。 3、父母親捐贈行為影響兒童日後成長後之捐贈行為。 4、親朋好友捐贈行為對捐贈人有無形建議力量。

資料來源：研究者修飾自蘇美容、施文玲（2004）

一、心理因素

Schram（1985）指出人類參與志願組織的原因有：（1）利他主義（altruism）；（2）效用理論（utility）；（3）人群資本理論（human capital theory）；（4）交換理論（exchange theory）；（5）期望理論（expectancy theory）；（6）需要滿足理論（need fulfillment）；（7）社會化理論（socialization）等⁷⁵（引用王振軒；2005；23-24）。而Schervish的研究則指出，捐贈者的心理因素歸納包括：（1）具良知良能的人性，（2）考慮需求的急迫性與捐贈效果，以及（3）計較個人內外在此的獎酬等三項。（引用自官有垣；NPO的捐款人之捐贈動機與行為）

陳振遠、湯惠雯（2000）⁷⁶調查資料更進一步顯示，捐款人捐款動機的認知重要性的排序為：（1）希望能得到心靈上的平靜與喜悅，（2）捐助行善本來就是捐助人的志業，（3）為了行善積德，（4）自己經濟寬裕，所以捐款幫助別人是應該的，（5）基於宗教慈悲濟世的精神而助人，（6）過去曾受幫助，如今出自感

⁷⁵ 引用自：王振軒（2005）《非政府組織議題與發展》，台北，鼎茂圖書出版股份有限公司，pp 23--24

⁷⁶ 陳振遠、湯惠雯（2000），台灣地區公益慈善機構募款策略之研究，淡江人文社會學刊，6期，p.71。

恩與回饋心來捐助，(7) 自己或親友曾遭逢類似苦難，故感同身受，(8) 捐款收據可以抵稅，(9) 現在幫助別人，是希望以後也會有人幫助我，(10) 捐款幫助別人，來證明自己小有成就，(11) 因為不好意思拒絕募款人的請求，(12) 捐款可以得到社會的讚賞，(13) 因為週遭朋友都捐，自己只好多少也捐一些。

財團法人陽光社會福利基金會提供的調查未公佈資料則顯示：捐款動機排序為：(1) 能體會他的苦難 (44.6%)、(2) 有能力捐款助人是我的光榮 (35.3%)、及 (3) 四海一家我們應互相幫助(10.1%)，(4) 受宗教的感召與已是成為一種習慣 (同為 3.5%) 等，在九個選項中，可以得到他人肯定敬陪末座 (詳見表 2.6)。

表 2.6 捐款助人的捐款重要性排序表

捐款動機	第一重要		第二重要		第三重要		總評	次序
	人數	比例	人數	比例	人數	比例		
有能力捐助是光榮	73	35.30%	33	15.90%	39	18.80%	324	2
可以得到他人肯定	-	-	1	0.50%	1	0.50%	3	9
今我助人他日人助我	3	1.40%	17	8.20%	23	11.10%	66	5
已是一種習慣	7	3.40%	17	8.20%	19	9.20%	74	4
抗拒不了募款人要求	-	-	1	0.50%	2	1%	4	8
能體會別人的苦難	92	44.40%	72	34.80%	20	9.70%	440	1
四海一家應互相幫助	21	10.10%	47	22.70%	50	24.20%	207	3
受宗教的感召	8	3.90%	14	1.90%	22	10.60%	74	4
回饋	3	1.40%	4	1.90%	4	1.90%	21	7
用來抵稅	-	-	1	0.50%	21	10.10%	23	6
未填答	-	-	-	-	6	2.90%	-	-
合計	207	100%	207	100%	207	100%	-	-

附註：財團法人陽光社會福利基金會陳執行長提供之未公佈資料

吳睿穎⁷⁷、⁷⁸表示，2005年1111人力銀行調查台灣上班族南亞大地震捐款行為顯示，捐款人的捐款原因：在可複選的情況下，分別為「捐款對象值得幫助」(68.85%)、「宗教信仰或祈求平安」(44.02%)、「對該公益團體的認同」(29.57%)、「只在重大災難才捐款」(17.83%)；而且有78.33%的人會「不定期捐款」、13.32%則養成「固定每月捐」的好習慣。

因此，陳振遠等(2000)對捐款人捐款認知的研究報告指出，在研擬募款策略時，募款方案誘發捐款人認知的訴求重點之效果排序為：(1)以感性方式報導求助個案，激起同情心，(2)以機構設立宗旨與其必要性為強調重點，(3)以配合特別節目之活動為重點，(4)以說理方式傳達社會亟需幫助的事實，(5)報導機構的經費窘況請求支援，(6)以實際數字展示機構服務成效，(7)以宗教精神感召，(8)以抨擊社會敗壞與冷漠，喚起社會關心，(9)以社會賢達或公眾人物為號召，(10)以表揚特殊捐助人方式，激發見賢思齊心，(11)提醒捐助人節稅的方式(詳見表2.7)⁷⁹。

表2.7 訴求重點誘發效果之認知比較

項 目	機構看法	捐助人看法
以感性方式報導求助個案，激起同情心	1	1
以機構設立宗旨與其必要性為強調重點	2	2
以實際數字展示機構服務成效	3	6
以配合特別節目之活動為重點	4	3
以社會賢達或公眾人物為號召	5	9
以說理方式傳達社會亟需幫助的事實	6	4
報導機構的經費窘況請求支援	7	5
提醒捐助人節稅的方式	8	11
以表揚特殊捐助人方式，激發見賢思齊心	9	10
以宗教精神感召	10	7
以抨擊社會敗壞與冷漠，喚起社會關心	11	8

資料來源：陳振遠等(2000)

⁷⁷ 1111人力銀行副總經理兼發言人。

⁷⁸ 資料來源：愛心捐助不在「錢」多 心誠最可貴-上班族捐款行為大調查 1111人力銀行新聞稿，<http://www.1111.com.tw/zone/pr/headline.asp?autono=945> 瀏覽日期：2006/4/8

⁷⁹ 陳振遠、湯惠雯(2000)，台灣地區公益慈善機構募款策略之研究，淡江人文社會學刊，6期，p.74

二、社會、文化及環境因素

官有垣⁸⁰指出，在 Schervish 等人研究中影響個人慈善行為的社會、文化及環境因素共有四項，包括：(1) 社群參與；(2) 他人的直接請求；(3) 可自由運用的資源；(4) 個人早期學習模範與經驗。除了上述四項之外，(5)「傳媒 / 資訊的刺激」對於個人的捐贈行為亦有其相當重要的影響。

陽光社會福利基金會對捐款人所做的的 11 項評估準則調查，重要性排序的前三名依次為：(1) 實際服務成果、(2) 活動受益對象及 (3) 成立宗旨。而一般人認為相當有效的利用名人行銷反而敬陪末座（詳見表 2.8）。

表 2.8 捐款人決定是否捐款的評估準則表

評估準則	贊同度均數	名次
實際的服務成果	11.37	1
受益對象	11.17	2
成立宗旨	10.85	3
口碑很好	9.88	4
層舉辦成功之活動	9.37	5
目前活動的主題	9.05	6
感人的活動廣告	8.07	7
曾獲公開表揚	8.07	8
目前活動的規範	7.58	9
歷史悠久	7.75	10
知名董事或義工	6.6	11

資料來源：社團法人陽光社會福利基金會提供未發布資料（陳執行長提供）。

根據 1111 人力銀行特別針對上班族進行一項調查⁸¹，最常捐款的團體對象：同樣在可複選的情況下，其捐款對象排序為：(1)「國際救援團體」(47.18%)、(2) 選擇「社會福利團體」(44.70%)、(3) 以「宗教團體」(33.63%)、(4)「弱勢團體」(33.18%)、(5)「殘障福利團體」(31.60%)。尤其這些愛心捐款對象，還及於「保護動物團體」(6.32%)、「環保團體」(2.71%) 等，顯露出愛心關懷的層面，不僅止於人，也包括我們生活周遭的自然生態環境與瀕臨絕種的動物。

⁸⁰ 資料引用自：官有垣，NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc>，瀏覽日期：2006/4/8

⁸¹ 資料來源：愛心捐助不在「錢」多 心誠最可貴-上班族捐款行為大調查 新聞稿，
<http://www.1111.com.tw/zone/pr/headline.asp?autono=945>。瀏覽日期：2006/4/8

蘇美容、施文玲（2004）⁸²的調查報告中，捐款人捐贈對象的多寡排序為：宗教團體（59.7%），弱勢者（27.1%），其它（10.2%），至於其他如捐給政黨、軍隊、學校、校友會、宗親會等團體者則佔少數。

捐款給這些公益團體的主要原因：其排序為（1）認同該團體理念與形象（57.11%）、（2）認同該團體所服務的對象（46.05）、（3）該團體具有良好公信心（44.02%）、（4）受到該團體募款訊息的感動與影響（27.09%）、（5）定時回報捐款用途（6.09%）。

行政院主計處在⁸³調查，從91年10月至92年9月曾對非營利團體捐款或購買義賣品者之捐款習慣，就其未來一年捐款計畫觀之，計畫繼續捐獻者占62.79%，不一定者占34.57%，未計畫繼續捐獻者僅占2.64%。另外觀察捐款者有定期捐獻給固定對象者占42.72%，定期捐獻給非固定對象者占10.75%，未定期捐獻者占46.53%，顯示國人有定期捐款者以有固定捐獻對象者居多。

陳振遠等（2000）⁸⁴研究報告指出，捐款人的捐款動機主要排序為：（1）希望能得到心靈上的平靜與喜悅，（2）捐助行善本來就是捐助人的志業，（3）為了行善積德，（4）自己經濟寬裕，所以捐款幫助別人是應該的，（4）基於宗教慈悲濟世的精神而助人，（6）過去曾受幫助，如今出自感恩與回饋心來捐助，（7）自己或親友曾遭逢類似苦難，故感同身受，（8）捐款收據可以抵稅，（9）現在幫助別人，是希望以後也會有人幫助我，（10）捐款幫助別人，來證明自己小有成就，（11）因為不好意思拒絕募款人的請求，（12）捐款可以得到社會的讚賞。（詳見表2.9）

表2.9 捐助動機之認知比較表

項目	機構看法	捐助人看法
過去曾受幫助，如今出自感恩與回饋心來捐助	1	6
捐助行善本來就是捐助人的志業	2	2

⁸² 資料來源：蘇美容、施文玲（2004），由社會學角度探討慈善捐贈行為，國立師範大學工業科技教育研究所，<http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc> 瀏覽日期：2006/10/7

⁸³ 資料來源：行政院主計處2004年7月5日新聞稿
<http://www129.tpg.gov.tw/society/word/news/92news.doc> 瀏覽日期：2006/4/8

⁸⁴ 陳振遠、湯惠雯（2000），台灣地區公益慈善機構募款策略之研究，淡江人文社會學刊，6期，p.74

項目	機構看法	捐助人看法
為了行善積德	3	3
基於宗教慈悲濟世的精神而助人	4	5
自己或親友曾遭逢類似苦難，故感同身受	5	7
自己經濟寬裕，所以捐款幫助別人是應該的	6	4
希望能得到心靈上的平靜與喜悅	7	1
捐款收據可以抵稅	8	8
捐款可以得到社會的讚賞	9	12
捐款幫助別人，來證明自己小有成就	10	10
現在幫助別人，是希望以後也會有人幫助我	11	9
因為週遭朋友都捐，自己只好多少也捐一些	12	13
因為不好意思拒絕募款人的請求	13	11

註：數字代表排名，1 表最重要，13 表最不重要，資料引用自陳振遠等（2000）

三、人口學特質統計資料

一般包括性別、年齡、教育程度、宗教信仰、家庭生命週期、職業與職位、經濟狀況/平均收入、種族、居住地區等。茲分別說明相關的人口學特質統計如下：

（一）性別

官有垣⁸⁵根據行政院主計處八十八年的調查報告顯示，女性（37.3%）略高於男性（36.5%），發現不同性別對於其捐助行為並沒有顯著的不同，官有垣認為這項調查結果和Tobin(1985)的論點：「男性與女性的金錢捐助行為類似」相同；而李小梅(1993)則認為男性與女性捐助人在金錢的捐助行為有差異存在。女性平均捐贈金額（5,562元）僅為男性平均捐贈金額（8,975元）的五分之三（引用官有垣）。萬育維（1995）的研究亦顯示男女兩性在捐助對象時主要的考慮因素不同，男性較在意機構的聲譽，女性則以「覺得他們有需要」為主要考量。在此我們可以看到男女兩性在部分的捐贈行為上確實有差異。

事實上，社團法人中華民國保護動物協會的領養流浪狗的捐款人中，女性佔

⁸⁵ 資料引用自：官有垣，NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc> 瀏覽日期：2006/4/8

了 85% 左右，男性只佔 14% 左右⁸⁶；中華社會福利聯合勸募協會的捐款人也以女性居多佔 55.3%⁸⁷；財團法人瑪利亞文教基金會⁸⁸：女性(63.45%)，男性(36.55%)，且女性比男性更容易有繼續捐款的行為。蘇美容、施文玲(2004)⁸⁹調查顯示，女性(68.6%)，男性(31.4%)。

「喜憨兒認同卡」活動自 87 年開始，總計創造了 11 萬卡友(七成為女性上班族性)，捐款超過新台幣 6 千萬。⁹⁰

以上資料都顯示，在台灣社會團體的捐款人中，女性人數遠超過男性人數。

(二) 年齡

根據官有垣⁹¹引用行政院主計處的資料分析顯示：33-45 歲、45-54 歲及 55-64 歲等中高年齡組捐贈的比例超過五成，而較年長者與年輕者則均呈下降的情形。在捐贈的對象方面，一般台灣民眾捐贈最踴躍的是「宗教團體」與「社會服務及慈善團體」。調查結果中顯示，越年輕者對「社會服務及慈善團體」之捐贈率越高，對「宗教團體」之捐贈則明顯呈現相反的趨勢。15-24 歲者捐給此兩類團體比例分別為 65.2%與 31.8%，而 65 歲以上捐給前者的比率僅 23.8%，捐給後者的比率則升至 84.2%。這些數據顯示年齡間的差異在捐贈行為的表現上確實有其測量的意義。

社團法人中華社會福利聯合勸募協會所公佈的資料中顯示，有近三成爲 36-45 歲、26-35 歲則佔 23.9%⁹²。陳愛椿(2004)⁹³對財團法人瑪利亞文教基金

⁸⁶ 資料來源：社團法人中華民國保護動物協會內部統計資料。

⁸⁷ 資料來源：社團法人中華社會福利聯合勸募協會提供。

⁸⁸ 陳愛椿(2004)，持續捐款行為研究—以財團法人瑪利亞文教基金會為例，國立中正大學社會福利研究所碩士論文，pp.96--100

⁸⁹ 資料來源：蘇美容、施文玲(2004)，由社會學角度探討慈善捐贈行為，國立師範大學工業科技教育研究所，<http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc> 瀏覽日期：2006/10/7

⁹⁰ 資料來源：蕭淑珍，非營利組織行銷通路研究和產品定價策略，財團法人喜憨兒社會福利基金會，<http://72.14.203.104/search?q=cache:bPqMEXjW9m8J:site4.nyc.gov.tw/part3/np0/np0-web/doc/92s-marketing1-6-1.ppt+%E5%8F%B0%E7%81%A3%E4%B8%8A%E7%8F%AD%E6%97%8F%E6%8D%90%E6%AC%BE%E8%A1%8C%E7%82%BA%E8%AA%BF%E6%9F%A5&hl=zh-TW&gl=tw&ct=clnk&cd=42> 瀏覽日期：2006/4/7

⁹¹ 資料引用自：官有垣，NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，<http://site4.nyc.gov.tw/part3/np0/np0-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc> 瀏覽日期：2006/4/8

⁹² 資料來源：中華社會福利聯合勸募協會提供。

會持續捐款人所做的調查報告則顯示，36-45 歲 (36.43%) > 46-55 歲 (31.34%) > 26-35 歲 (18.75%) > 56 歲以上 (10.49%) > 19-25 歲 (3.08%)。而社團法人中華民國保護動物協會「您領我養」捐款領養流浪犬的人，年齡層最多的是 26-30 歲者，其次是 21-25 歲，第三是 21-35 歲⁹⁴。

(三) 教育程度

官有垣⁹⁵指出在行政院主計處的同一份調查報告中顯示，台灣民眾之教育程度在高中(職)及以下程度者之財物捐贈比率均佔四成左右，且隨著學歷的增加而提升，大專程度者捐贈比例將近五成，而研究所及以上者更高達 63.5% (見表 4)。再者，教育程度較高者比較傾向於捐給「社會服務及慈善團體」，譬如大專及以上程度者捐款給此類團體之比率為 61.5%，而國小及以下程度者降為 28.4%；至於捐給「宗教團體」則呈現相反的現象，大專及以上程度者未及五成，國小及以下程度者卻高達八成以上。

陳愛椿(2004 碩士論文)⁹⁶調查顯示，大專 (62.37%) > 高中 (24.03%) > 國中 (6.07%) > 研究所 (5.58%) > 國小 (1.95%) > 不識字 (0%)。

(四) 宗教信仰

官有垣認為，目前國內以宗教因素來觀察其對捐贈行為之影響的研究並不多。李小梅與曾芳瑩(1995)的研究認為，宗教信仰不同時，個人的捐贈動機有顯著差異：信仰天主教與基督教之捐贈者相當肯定「能體會別人苦難的愛心動機」，道教信仰之捐贈者則較傾向「回饋與期望被回饋的動機」，至於無信仰及其他信仰者，則是以「四海一家應互助的無私動機」為主。但萬育維(1994)的研究中卻指出宗教信仰與個人一般的捐款行為(包括過去一年是否捐款、是否有定期捐款習慣、捐款對象、捐款機構的類型、捐款主要考量因素等)並沒有顯著的關連(引用自官有垣)。

⁹³ 陳愛椿(2004)，持續捐款行為之研究—以財團法人瑪利亞文教基金會為例，國立中正大學社會福利研究所碩士論文，pp.96--100

⁹⁴ 資料來源：社團法人中華民國保護動物協會內部統計資料。

⁹⁵ 資料引用自：官有垣，NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc> 瀏覽日期：2006/4/8

⁹⁶ 陳愛椿(2004)，持續捐款行為之研究—以財團法人瑪利亞文教基金會為例，國立中正大學社會福利研究所碩士論文，pp.96--100

但是，陳愛椿（2004 碩士論文）⁹⁷的研究中發現，捐款支持財團法人瑪利亞文教基金會者，依序為：佛教（42.66%）>無（25.46%）>道教（20.64%）>其他（4.35%）>天主教（4.13%）>基督教（2.76%）。在蘇美容、施文玲（2004）⁹⁸調查報告中也顯示：佛道教（57.7%）>無信仰（30.2%）>基督教（5.6%）>其它（4.7%）>天主教（1.8%）。和陳愛椿的調查結果相似。

（五）家庭生命週期

根據官有垣⁹⁹研究指出，部分學者以受訪者的婚姻狀況為觀察其捐贈行為或志願服務行為的自變項之一，如萬育維（1994）的研究指出已婚者會捐款的比例較未婚者高，且已婚者定期捐款的比例也較高。但李小梅與曾芳瑩（1995）認為，以「家庭生命週期」來觀察個人在捐贈行為上的表現有更深一層的意涵。所謂「家庭生命週期」主要是延伸婚姻狀況（如區分未婚、已婚、離婚、喪偶四類）的類別，而在已婚狀態中包含新婚尚無小孩、最小的子女在6歲以下、最小的子女在6-18歲間等細分出來的項目，根據李小梅的研究，以捐款金額來說，未婚者的捐款金額多在500元以下，家庭中最小的子女在6歲以下的捐款人其捐款金額集中在1,001~3,000元之間，而最小子女在6-18歲之間的捐款人其捐款金額則集中在3,001以上，因此個人所表現出來的捐款行為就家庭的生命週期而言確實有顯著差異。造成此現象的原因可能是因為隨著兒女逐漸成長，個人在累積工作年資後的所得餘額也較為充裕，因而在捐贈行為的表現上也較為慷慨有關。陳愛椿（2004 碩士論文）¹⁰⁰對持續捐款人的婚姻狀況調查顯示：已婚最小子女在6~18歲之間（42.93%）>已婚子女未上學（15.48%）>未婚（13.79%）>已婚最小子女滿18歲但未獨立（12.58%）>子女已獨立（9.67%）>已婚未有子女（4.59%）>其他（0.96%）。林雯玲（1994）¹⁰¹

⁹⁷ 陳愛椿（2004），持續捐款行為之研究—以財團法人瑪利亞文教基金會為例，國立中正大學社會福利研究所碩士論文，pp.96--100

⁹⁸ 資料來源：蘇美容、施文玲（2004），由社會學角度探討慈善捐贈行為，國立師範大學工業科技教育研究所，<http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc> 瀏覽日期：2006/10/7

⁹⁹ 資料引用自：官有垣，NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，

<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc> 瀏覽日期：2006/4/8

¹⁰⁰ 陳愛椿（2004），持續捐款行為之研究—以財團法人瑪利亞文教基金會為例，國立中正大學社會福利研究所碩士論文，pp.96--100

¹⁰¹ 林雯玲（1994），慈濟基金會善款從何來—滴水不露的募款組織網，p. 28

指出，慈濟基金會的善款主要是來自家庭主婦。

（六）職業與職位

根據張培士等人（1993）的研究顯示，專業人員、負責人或主管人員傾向於捐款給專門負責募款、分配的機構；而體力勞動者、買賣工作人員、服務工作人員、農林漁牧人員、家庭主婦、學生及無工作者則傾向於捐款給一般社會福利機構（引自鄭怡世，2001）。李小梅與曾芳瑩（1995）的研究則顯示，職業為公司中高層主管的捐贈者其捐贈金額多在 3,001 元以上，而一般職員的捐贈金額則多集中在 501～1,000 元之間。顯示個人的職業或職位可能與其捐贈行為有關。

社團法人中華社會福利聯合勸募協會調查¹⁰²顯示，職業分佈，前五名為服務業(13.7%)、軍公教(12.8%)、商業(11.2%)、製造業(6.6%)、自由業(5.9%)。就職務分佈上，主要以事務職居多(21%)、其次為專門技術性人員(20.3%)、第三為企業主與老闆(13.8%)。

陳愛椿（2004 碩士論文）¹⁰³調查顯示，財團法人瑪利亞文教基金會的持續捐款人中，一般職員 > 公教人員 > 家庭主婦 > 企業主管 > 技術人員 > 自由業。

蘇美容、施文玲（2004）¹⁰⁴對查報告顯示，公教業（28.3%），服務業（28.1%），其它（26.8%），商業（8.7%），營造業（4.7%），農林漁牧業（2.4%），礦業（1.1%）。

吳睿穎¹⁰⁵表示：根據 1111 人力銀行特別針對上班族進行一項調查，結果有高達近 8 成（77.89%）的上班族響應捐款南亞海嘯賑災活動。

（七）經濟狀況 / 平均收入

臺灣省主計處（1998）將家庭每月平均收入分為三萬元以下、三至五萬元、五

¹⁰² 資料來源：中華社會福利聯合勸募協會提供。

¹⁰³ 陳愛椿（2004），持續捐款行為之研究—以財團法人瑪利亞文教基金會為例，國立中正大學社會福利研究所碩士論文，pp.96--100

¹⁰⁴ 資料來源：蘇美容、施文玲（2004），由社會學角度探討慈善捐贈行為，國立師範大學工業科技教育研究所，<http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc> 瀏覽日期：2006/10/7

¹⁰⁵ 資料來源：愛心捐助不在「錢」多 心誠最可貴-上班族捐款行為大調查 新聞稿，<http://www.1111.com.tw/zone/pr/headline.asp?autono=945> 瀏覽日期：2006/4/8

至七萬、七至十萬、十萬元以上等五個部分，調查結果顯示，在民國八十七年一年間，隨著家庭每月平均收入提高，其可能捐贈的比例也逐漸增加：月收入在十萬元以上曾經捐贈的比例最高（69.16%），三萬元以下最低（41.12%）。且家庭月收入越低者傾向於小額捐款，家庭收入較多者年捐款額為一萬元以上的比例較其他收入者高。張培士、萬育維、陸婉蘋（1993）的研究顯示，家庭每月收入在三至五萬元者，較傾向於捐款給專門負責募款、分配的機構（如聯合勸募），而收入在兩萬元以下者則較傾向於捐款給一般性的社會福利機構（引自鄭怡世，2001）。行政院主計處民國八十八年調查報告中則以「有無工作」來觀察民眾的捐贈概況，其結果顯示：有就業者的捐款率（42.60%相較於 28.49%）與捐款額度（8,461 元相較於 4,546 元）均高於無就業者。（引用自官有垣）

社團法人中華社會福利聯合勸募協會的調查¹⁰⁶顯示，就個人收入來看（月收入），則是以 3~5 萬居多（18.9%）、其次為 2~3 萬（11.6%），收入 5~7 萬佔 9.5%，高收入者（月收入）9 萬以上則僅佔 3.0%。在捐款金額上，他們年度捐款總金額以 1~3 千元居多（23.7%），其次為 3~5 千元（11.8%），第三為捐款 1~3 萬元（11.6%）。

陳愛椿（2004 碩士論文）¹⁰⁷調查顯示，持續捐款支持財團法人瑪利亞文教基金會的捐款者：月收入：4~6 萬元（32.82%）>6~8 萬元（27.03%）>2~4 萬元（15.63%）>8~10 萬元（10.66%）>10 萬元以上（10.41%）>2 萬元以下（2.97%）>1 萬元以下（0.48%）。

蘇美容、施文玲（2004）¹⁰⁸調查報告也顯示：家庭平均收入 3~10 萬元之間的捐款人數最多（58.8%），其次是收入在 3 萬元以下的捐款人數（19.4%），再次為收入 10~15 萬元者，無工作的捐款人數（6.6%）竟然比收入高於 15 萬元以上捐款人數（3.3%）為多。

在蘇美容、施文玲（2004）¹⁰⁹同一調查報告中，高達 95% 的捐款人會考慮

¹⁰⁶ 資料來源：中華社會福利聯合勸募協會提供。

¹⁰⁷ 陳愛椿（2004），持續捐款行為之研究—以財團法人瑪利亞文教基金會為例，國立中正大學社會福利研究所碩士論文，pp.96--100

¹⁰⁸ 資料來源：蘇美容、施文玲（2004），由社會學角度探討慈善捐贈行為，國立師範大學工業科技教育研究所，<http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc> 瀏覽日期：2006/10/7

¹⁰⁹ 資料來源：蘇美容、施文玲（2004），由社會學角度探討慈善捐贈行為，國立師範大學工業科技教育研究所，<http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc> 瀏覽

家庭財務狀況而決定是否捐款，美國印第安那州立大學慈善中心¹¹⁰2004 年的調查報告也顯示，捐款人會注意經濟景氣趨勢，當景氣預測趨向衰退的時候，捐款行為趨向保守；反之則傾向比較踴躍。

（八）居住地區

臺灣省主計處（1998）以受訪者居住地的都市化程度將台灣地區區分為省轄市、縣轄市、城中與鄉村四類，觀察當年民眾在捐款及志願服務工作的情形，隨著居住地都市化程度的提高，個人每月最高可捐 500~1,000 元及 2,000 元以上者的比例也越高，兩者的比例分別佔居住在鄉村者的 11.9%及 8.7%，遞升至省轄市的 16.0%及 12.7%。而無意願捐款者，則是居住在鄉村者比例較高，且他們對出錢出力的志願服務較不感興趣。

社團法人中華民國保護動物協會「您領我養」領養流浪狗的捐款人以居住在台北市（46.1%）、台北縣（34.6%）兩地者佔絕大多數。其餘的地區才瓜分不到 20% 的捐款領養比例。大陸希望工程的捐款者中 73.4%居住在大中城市¹¹¹。

叁、人們決定捐款或不捐款的因素分析

孫碧霞譯（2001）¹¹²引用 Jencks 的調查發現，美國人捐給慈善機構的錢，隨著家庭收入增加時，則家庭收入與捐款是呈現 U 字型的相互關係。一般家庭收入增加時，捐款的百分比則下降。然而非常富有的個人，期慈善性的捐款是逐漸增加的。又，年老者不論收入多少，平均要比年輕者傾向更多捐款。Feldstein 和 Clotfelter 研究指出，家庭主要生計者年齡成長一歲，則其家庭捐款比例增加一個百分比。他們的後續研究更進一步證明年齡對於捐款有非常強的影響。即令是否有扶養孩子他們之間的收入多寡，有扶養還子的人捐助意願也是增加的。有些證

日期：2006/10/7

¹¹⁰ 資料來源：Philanthropic Giving Index Summer 2004, the Center of Philanthropy at Indiana University 瀏覽日期：2006/4/8

¹¹¹ 資料來源：青聯學聯兩會特刊，代表最廣大人民利益的一個成功實踐，上海是希望工程辦公室提供，http://www.cyol.net/gb/content/2000-07/13/content_41204.htm 瀏覽日期：2006/4/15

¹¹² 孫碧霞等譯（2001），非營利組織策略管理，台北，洪葉文化事業有限公司，pp153--154

據顯示：女性的捐款人較男性多。

Carson 的研究顯示：慈善捐助與收入、教育、年齡和所擁有的子女數成正比。
一般規模的城市居民與女性也有較高的捐助意願。

表 2.10 人們決定捐款的原因¹¹³ (引用自林雅莉，1999，p. 13)

內在動機	外在影響力
個人的或「我」因素 <ul style="list-style-type: none"> ● 自我承諾或自我尊重 ● 成就感 ● 認知上的興趣 ● 成長 ● 減少內疚 ● 生活意義及目標 ● 個人利益 ● 神聖使命 	報酬 <ul style="list-style-type: none"> ● 認知上的報酬 ● 個人的實質報酬 ● 社會的期待
社會的或「我們的」因素 <ul style="list-style-type: none"> ● 地位的需求 ● 聯盟力量的驅使 ● 團體力量的驅使 ● 相互依賴關係 ● 利他主義 ● 家庭及子孫的影響 ● 權力（政治、社會等） 	刺激 <ul style="list-style-type: none"> ● 人類基本需求的刺激 ● 個人需求的刺激 ● 願景 ● 企圖心 ● 避稅或稅制優惠刺激
負面的或「他們的」因素 <ul style="list-style-type: none"> ● 安撫挫折的期待 	特定情境 <ul style="list-style-type: none"> ● 個人本身參與組織

¹¹³ 林雅莉(1999)，江明修主編，第三部門經營策略與社會參與，第一章非營利組織之募款策略，台北，智勝文化事業有限公司，p. 13

內在動機	外在影響力
<ul style="list-style-type: none"> ● 減低不安全或危險 ● 僅低害怕及焦慮的心理 	<ul style="list-style-type: none"> ● 參與計畫及決策 ● 同儕壓力 ● 家庭參與壓力 ● 傳統文化 ● 傳統習慣 ● 個人角色定位的壓力 ● 富裕的收入

資料引用自林雅莉（1999）修正 Mixer, 1993：14

表 2.11 人們決定不捐款的原因¹¹⁴（引用自林雅莉，1999，pp. 14--15）

個人特質 與情境問題	溝通問題	勸募反應	組織形象問題
<ul style="list-style-type: none"> ● 個人的喜好問題 ● 優先順序的考量 ● 對募款主題沒興趣 ● 不關自己的事 ● 生性吝嗇 	<ul style="list-style-type: none"> ● 缺乏足夠的資訊 ● 不清楚組織的使命 ● 不認識組織 ● 其他人不支持 ● 不知組織需求為何 ● 服務紀錄不良 ● 個案不真實 ● 看不到服務結果 	<ul style="list-style-type: none"> ● 勸募太頻繁 ● 錯誤的勸募方式 ● 對愛心騙子的疑慮 ● 太多勸募郵件 	<ul style="list-style-type: none"> ● 對資金貧乏組織的刻板印象 ● 對勸募行動的質疑 ● 行政成本太高 ● 機構太有錢 ● 組織聲譽不佳 ● 服務收費太高 ● 服務重複 ● 政府涉入太深 ● 服務的稅賦
理念問題	溝通型式	勸募者	管理上的問題
<ul style="list-style-type: none"> ● 信仰相反 ● 不認同使命 	<ul style="list-style-type: none"> ● 不良的溝通 ● 太庸俗 	<ul style="list-style-type: none"> ● 不喜歡勸募者 ● 對勸募者沒有義 	<ul style="list-style-type: none"> ● 組織濫用捐款 ● 不良的政策

¹¹⁴ 林雅莉（1999），江明修主編，第三部門經營策略與社會參與，第一章非營利組織之募款策略，台北，智勝文化事業有限公司，pp. 14--15

<ul style="list-style-type: none"> ● 不認同政策 ● 不認同動機 ● 不認同方案 ● 不認同工作倫理 	<ul style="list-style-type: none"> ● 需求不明確 ● 成本太高 	務	<ul style="list-style-type: none"> ● 過高的募款成本 ● 管理不良
財務問題		服務對象	
<ul style="list-style-type: none"> ● 沒錢捐款 ● 經濟條件太差 ● 稅率上的考量 		<ul style="list-style-type: none"> ● 個人沒有接觸 ● 缺乏認知 ● 服務對象不知感激 ● 沒有捐款的習慣 	
情境		時機	
<ul style="list-style-type: none"> ● 生活複雜 ● 與其他組織發生競爭 ● 大環境變遷 ● 不在生活範圍 		<ul style="list-style-type: none"> ● 已經捐過 ● 太晚要求 ● 沒有人要求 ● 勸募時機不適當 	

資料引用自林雅莉（1999）修正 Mixer, 1993：14

第九節 行銷

過去，國內的非營利組織（尤其是慈善團體）對於「行銷」有某種錯誤的觀念，大都認為應該抱持「為善不欲人知」的默默行善態度。但是，我們若換一個角度來看，非營利組織所推展的理念或服務事項，如果在社會上沒有人知道，要如何跨出組織的大門呢？「行銷」不僅是要讓社會大眾知道有這麼一個「以什麼使命為矢志」的組織，且能吸引需要被服務者自動上門，又能讓社會有能力者投入組織的服務行列中，可謂一舉數得。

現在是資訊爆炸的時代，每個人每天都會接收到相當大量的訊息。一個組織在擬妥募款策略之後，要如何才能使美好的策略讓社會大眾知道？且又能吸引他們的注意？進而行動捐款呢？這個時候，行銷扮演了最重要的成敗角色。

彼得·杜拉克（1973）認為「行銷的目的就是要使銷售成為多餘，行銷的目的是要充分認識和了解客戶，俾使產品或服務能適合各，並自行銷售他自己。」（引自黃俊英《行銷學的世界》）¹¹⁵

黃俊英（2005）文中更借用美國行銷協會（American Marketing Association）對行銷所下的定義：

行銷是規劃和執行理念；貨品和服務之構想、定價、推廣和分配的過程，用以創造交換（exchange），滿足個人和組織的目標。¹¹⁶

Philip Kotler（1986）¹¹⁷則認為：

行銷乃指透過交換過程，以滿足人類需要和欲求的活動。

陸宛蘋（2001）¹¹⁸指出：

「非營利行銷」「非營利組織策略性行銷」已是美國各非營利組織所普遍運用的一種觀念與管理工具，在社會越民主越多元化之時，非營利組織勢必面對不同的競爭，策略性行銷將是在我們達成組織使命的利器之一。

壹、非營利組織行銷策略

一、定位

任何一個策略，在擬定階段一定要先清楚的「定位」目標，也就是說不僅要讓組織內所有成員徹底了解這次任務的目標到底要幹什麼？這個目標和組織的使命有何關聯性？怎麼去完成？讓自己組織成員能夠知道這次活動所創造的價值。也要讓社會大眾很清楚的知道組織要做什麼事情？和別的組織所做的事情有何不同？需要多少人力、物力去完成？有沒有能力完成？完成後對於案主和捐款人能帶來多少利益？又能為社會創造多少價值？

¹¹⁵ 黃俊英（2005），行銷學的世界第三版，台北，天下遠見出版股份有限公司，p.18

¹¹⁶ Peter Bennett（1995），Dictionary of Marketing Terms, 2nd ed, Lincolnwood, IL：NTC Publishing Group, p. 166

¹¹⁷ 李樹田譯（1986），Philip Kotler，行銷學，Marketing Essentials，第三版，台北，順達出版社，p. 3

¹¹⁸ 陸宛蘋（2001），東海大學社會工作管理研討會，

<http://www.asia-learning.com/lucia/article/99136247/> 瀏覽日期：2005/12/12

傅篤誠 (2002)¹¹⁹主張：目標的訂定要符合五原則：明確 (specific)、可測 (measurable)、可達成 (attainable)、相關 (relative)、可追蹤 (tracable)。同時也認為：非營利組織應該追求利基者的競爭定位，一旦找到利基點，緊守住利基方面的活動，一方面保住活動得以繼續推展；另一方面也可以使社會資源避免重複使用的浪費。

黃俊英 (2005)¹²⁰認為：定位策略的目的是要讓行銷的產品、商店或服務，能在目標顧客的心目中佔有一獨特的競爭性地位。良好的定位應具有獨特性，能與競爭者的定位有所差異，更要對目標市場有吸引力，而且要又競爭力。

非營利組織的定位包括的範圍很廣，有：案主 (服務對象) 定位 (也就是產品定位)、利基 (niche) 定位、價格定位、行銷通路定位。這也就是菲利浦·科特勒所提出的行銷要重視的4P (Product、Price、Place、Promotion)¹²¹，引用到非營利組織的時候，則應轉化成：「服務」、「預期募款金額」、「訊息傳遞通路」、「擴大效應」。

行銷大師菲利浦·科特勒近年來進一步提出 4C 主張，在市場導向的行銷學上，任何策略要先從客戶面思考，除了要注重行銷的 4P 之外，更要注意 4C (Customer value、Customer costs、Convenience、Communication)。非營利組織在做策略擬定的時候，也要重視這個問題，才能符合捐款人的需求與期待，而達到雙方的滿意度。(參考圖 2.8)

二、策略擬定：

雖然非營利組織的型態各異，但是在行銷上可以遵循許士軍(1980)、Kolter (1985)，Wilbur & Finn (1994)、黃俊英 (2005) 等人均認為行銷策略基本步驟應包括：

(1) 界定目標市場；(2) 設計及維持一行銷組合。對目標市場的區隔與訂定，以二個階段實行：第一階段「市場區隔」：找出市場區隔的基礎、剖析

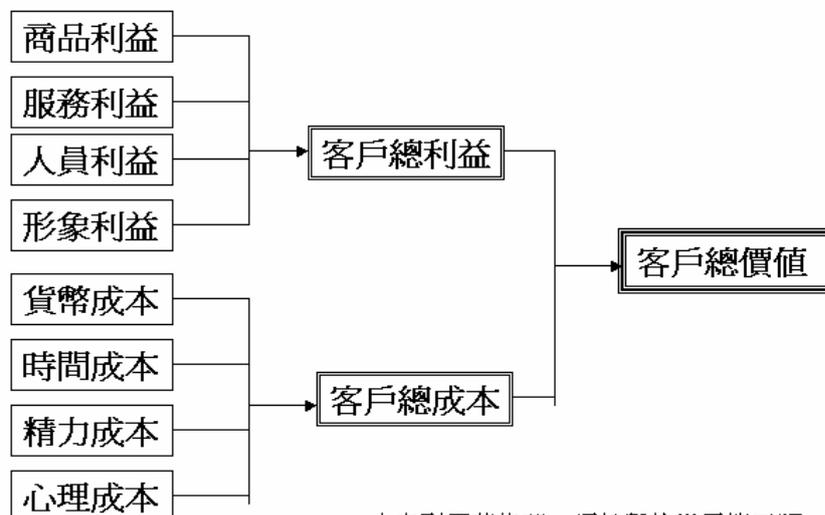
¹¹⁹ 傅篤誠 (2002)，非營利事業管理—議題導向與管理策略，台北，新文京開發出版有限公司，p. 115，p. 156

¹²⁰ 黃俊英 (2005)，行銷學的世界第三版，台北，天下遠見出版股份有限公司，p.176

¹²¹ 高登第譯 (2000)，Philip Kotler，科特勒談行銷：如何創造、贏取並主宰市場，台北，遠流出版事業有限公司，p. 47

各區市場、衡量各區隔市場的吸引力；第二階段「市場目標」:選擇目標市場、目標市場定位、針對目標市場擬定行銷組合。

圖2.8 顧客價值的決定因素



本表引用黃俊英—行銷學的世界第三版 p.23

在創造非營利機構行銷導向下，首先要確定機構的市場與需求(對準目標市場、瞭解為何人、評估其需求)、檢驗環境(外在環境、內在環境)、擬定行銷計劃(1.確定目標市場、描述其需求、2.分析問題與機會、3.表列出可評量之目標與策略、4.訂定預算、5.評估方法)、發展目標與其策略(行銷組合)、訂定預算、評估結果。(參考圖 2.9)

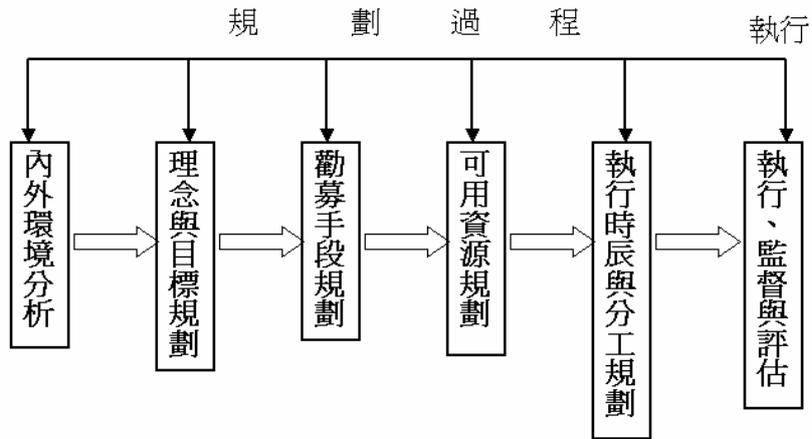
三、經營策略的分析要素與實踐目標

策略最重要的意義是使組織凝聚回應環境變遷的能力，達成組織目標。策略規劃的步驟流程可分為六¹²²，以圖 2.10 之步驟去規劃：

- (一) 內外環境的分析。
- (二) 目的規劃：目的含理念與目標。
- (三) 手段規劃：包括策略、政策以及服務與活動。
- (四) 資源規劃：包含人、錢、設施與設備。
- (五) 執行規劃：包含時間表、監督以及任務分工。
- (六) 執行：包含行動、監督與評估。

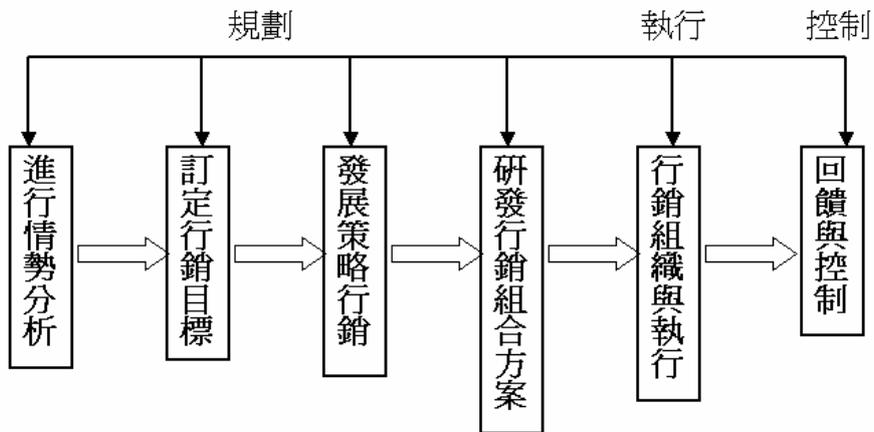
¹²² 司徒達賢等(2000)，非營利組織經營管理研修粹要，台北，洪健全教育文化基金會，p. 52--53

圖2.9 行銷策略的過程



作者自繪

圖 2.10 募款策略規劃流程圖



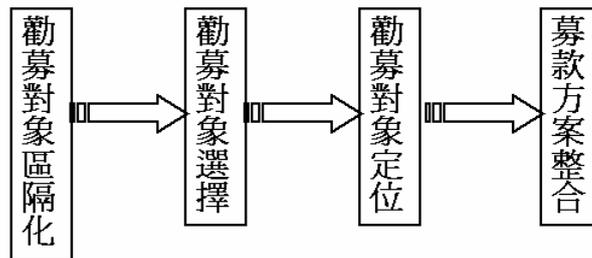
引用自黃俊英 行銷學的世界第三版 p.147

四、募款對象市場區隔

古諺：「弱水三千，吾取一瓢而飲」是市場區隔最佳寫照。通常每個組織在形成策略的過程中，都希望能一網打盡所有的目標，可是，在多元化社會中，這根本是不可能完成的事情。

因此，我們在設計募款策略的時候，就要先考量自己組織的能力，以及蒐集社會各種相關資料，定下我們設計的活動策略的對象——到底誰才可能是組織募款策略活動的主要目標？也就是尋找自己組織的利基（niche）。套一句行銷學的術語，就是做「市場區隔」，因為不同的「顧客」有不同的需求，滿足他們的方法也不一樣，絕對不可能有一種策略適合各種顧客的。當定下靶目標（Target）後，才能瞄準他，才能打中他。（參考圖 2.11）

圖 2.11 勸募對象市場區隔



研究者修正自黃俊英 行銷學的世界第三版 P.164

五、非營利組織行銷方式：

非營利組織擬定募款策略後，可視組織的社會資源、公共關係實力或機會等，以下列方式將所擬定的募款策略行銷出去。傅篤誠（2002）¹²³提出行銷方式有：（1）內部行銷，（2）關係行銷，（3）事件行銷，（4）善因行銷，（5）體驗行銷。黃俊英（2005）¹²⁴則認為，非營利行銷的類型有：（1）服務行銷，（2）人物行銷，（3）地方行銷，（4）理念行銷，（5）組織行銷等五類。

¹²³ 傅篤誠（2002），非營利事業管理—議題導向與管理策略，台北，新文京開發出版有限公司，pp. 142--150

¹²⁴ 黃俊英（2005），行銷學的世界第三版，台北，天下遠見出版股份有限公司，p. 29。（1）服務行銷：用來為無形產品創造交易的行銷。（2）人物行銷：用來爭取人們對某一個人或某些人做有

事實上，各種行銷方式都有其可行性，但是最重要的還是要靠組織的方案企劃、執行能力與時機而定。行銷能力強的組織甚至可以無中生有，創造出有利於募款的環境與長期每年定期募款芬圍。

六、募款策略行銷通路

這些訊息一定要透過各種通路傳遞出去，讓社會大眾知道並了解這個活動的意義及參與方式，才能吸引她們參與領養活動。所以，我們就要考慮傳遞訊息的通路，也就是在行銷管理學上所稱的「行銷通路」。

非營利組織的行銷通路有¹²⁵：

- (一) 展示場所（活動場地、服務作業場所）
- (二) 員工(雇員或志工)
- (三) 獨立中間人（專業募款人）
- (四) 電話
- (五) 廣告媒體
- (六) 直接郵寄
- (七) 網際網路

第十節 本章小結

長期以來，國內的非營利組織除非有雄厚實力的財團在背後給予財務支持，否則，大多數業務運作型的非營利組織，長期給人的印象是寅支卯糧，尤其是動物保護團體猶有為甚。因此，擬定成功的募款策略是組織永續化的保證。

募款策略應包括勸募：(1) 年度經費預算需求，(2) 支應突發事件或組織耗材更新需求，(3) 累積長程目標資金需求。

然而，國內大多數非營利組織並無專責募款部門，更無如歐美先進國家設置的專業募款人制度，台灣在 2006 年 5 月 17 日頒布實施「公益勸募條例」¹²⁶後，

利反映的行銷。(3) 地方行銷：用來爭取人們對某一特定底趨做有利反應的行銷。(4) 理念行銷：用來推廣和爭取人們支持某一理念或議題的行銷。(5) 組織行銷：用來為某一特定組織吸引會員、捐款者、參與者或義工的行銷。

¹²⁵ 何明龍，資料來自財團法人海棠基金會講習班講義，龍華技術學院。

¹²⁶ 資料來源：內政部社會司，公益勸募條例，<http://sowf.moi.gov.tw/15/new15.htm> 瀏覽日期：

非營利部門的勸募環境將遭受極大衝擊，國內非營利組織應即早提出因應的勸募活動方案設計與執行方式，以符合「公益勸募條例」之法律規範。

又，國人對於募捐的態度往往是同情弱者的衝動型捐款（如高雄三兄弟罹患羅倫佐症候群事件），對於所捐獻出去的金錢只有 27.5% 的人會注意其金錢流向，其餘都是採取捐出去就完成了愛心的態度，因而讓利用愛心斂財者有機可趁。在媒體揭發這種利用愛心斂財的消息之後，造成熱心捐款者的態度漸趨保守，因而打擊了真正需要社會捐輸的非營利事業募款的成果。

因此，現代化的非營利組織，在追求組織使命的歲月中，不僅要有符合社會需求的專業管理制度，更要建立契合組織業務運作的財務管理制度。因為有了明確清晰的財務管理制度，組織成員才能依此執行既定業務，也才能將成效展現在社會大眾面前，而取得公信力。

有了明確清晰的財務管理制度，組織自然就能了解近程、中程、長程的追求目標以及所需要的財務總額，更能依此利用各種募款策略勸募所需的財源，以達成組織的工作目標。

非營利組織擬定募款策略，不僅要讓所有成員徹底了解組織的優勝劣敗，也要充分警覺外部環境有哪些可以抓住的機會，以及有哪些是造成威脅組織成長的因素，因此，利用 SWOT 分析組織是必須的。

非營利組織與營利組織最大的不同，是在非營利組織的被服務對象（使用者）往往不是捐款者（購買者），甚至被服務對象與捐款者之間毫無關聯性。因此，依據社會交換理論，非營利組織的募款策略在擬定時，一定要非常細膩的切割市場，針對利基需求企劃募款策略，以滿足捐款人所需，才能勸募到所需資源。

非營利組織的募款策略既然擬定，就要將他落實且成功執行才能算是一個良好的募款策略。因此，如何吸引社會各界的目光成了一個相當重要的成敗關鍵，行銷在此時扮演了極重要的角色。

在多元化的社會中，行銷觀念講求以客為尊，也就是科特勒晚近提倡的 4C，這也正符合社會交換理論模式中的要能滿足捐獻者，才能讓有心人士慷慨解囊。

如何實踐 4C 理論呢？非營利組織的募款策略必須要有相當明確清晰的定位，讓有心參與者一目了然，沒有疑慮。

行銷的方法與通路非常多，最重要的是非營利組織要能掌握自己組織的優勢，更要注意募款成本的估計與控制，而且要組織所有成員都能完全了解募款策略的目的，及與組織使命結合的重要性。

第三章 研究方法

第一節：研究對象與範圍

本研究針對參與社團法人中華民國保護動物協會參與「您領我養」方案的捐款領養人做為研究對象，本研究所稱的「捐款領養人」是指「願意每個月捐出新台幣 600 元，領養一頭該協會八里保育場收容的流浪犬隻者」。從 2003 年 4 月份起至 2006 年 12 月 31 日止，參與捐款領養人總計有 1119 人，其中陸續終止捐款領養的人數共計有 303 位，均為問卷調查對象。一次領養領五頭以上之捐款人總計又 8 人，做為深度訪談對象。

- (一) 描述性的統計資料：探討從 2003 年 4 月初起至 2006 年 12 月 31 日止，
 - (1) 每年的捐款領養人數、終止領養人數、捐款領養總金額。
 - (2) 每個月的增加與終止捐款領養人數。
 - (3) 持續領養一年以上的捐款領養人數等，作統計分析。
- (二) 相關變相的統計分析：研究從 2003 年 4 月初起至 2006 年 12 月 31 日止，所有參與捐款領養人的：
 - (1) 捐款領養行為：動機、訊息來源、捐款方式、繼續捐款領養因素、終止領養因素、捐款後之期待。
 - (2) 影響捐款領養之因素分析：社會、文化、心理等影響因素。
 - (3) 捐款領養人的人口學結構：性別、年齡、教育程度、宗教信仰、職業、婚姻狀況、平均收入、家中是否飼養動物、家人與自己是否有照顧流浪狗貓的經驗。
- (三) 相關變相交叉分析：
 - (1) 捐款領養人之捐助行為：動機、訊息來源、捐款方式、繼續捐款領養因素、終止領養因素、捐款後之期待。
 - (2) 影響捐款領養之因素分析：社會、文化、心理等影響因素。
 - (3) 捐款領養人的人口學結構：性別、年齡、教育程度、宗教信仰、職業、婚姻狀況、平均收入、家中是否飼養動物、家人與自己是否有照顧流浪狗貓的經驗。

第二節 研究方法

本研究引用官友垣¹²⁷根據美國社會學研究者 Schervish 等人探討影響個人慈善行為因素所分成的八個變項群組進行結構式問卷製作：(1) 社群參與、(2) 良知良能的架構、(3) 直接請求、(4) 可自由運用的資源、(5) 個人早期學習模範與經驗、(6) 需求的急迫性與捐贈效果、(7) 人口統計特質、(8) 內外在此的獎酬等（參見表 1）。Schervish 研究團隊認為，前七個變項是共同影響個人首次產生慈善性參與及承諾程度的因素，而第八個變項則是增加已參與個人的參與程度。因此，影響個人慈善行為的相關因素可歸納為：(1)「個人的人口統計特質因素」、(2)「心理因素」、(3)「社會文化及環境」等外在因素三大類。

因此，本研究之研究方法採用兩種，一為實證性研究，以問卷調查方式為之，希望藉由量化數據來評估分析影響捐贈行為因素；另一方式為深度訪談，藉此補足量化研究不足之處。

- 一、 歷史文獻資料分析：蒐集國內外勸募相關文獻資料，如：著作、學術期刊、學術報告、網站資訊等；並以觀察法蒐集與分析從 2003 年 4 月初起至 2005 年 12 月 31 日止，所有參與社團法人中華民國保護動物協會「您領我養」的 1119 位捐款領養人初級資料，如：性別、年齡、居住地區、訊息來源、個人領養頭數、捐款途徑等，從其中提出研究擬探討的問題。
- 二、 問卷調查與量化研究分析：針對 2003 年 4 月初起至 2006 年 12 月 31 日止，捐款領養社團法人中華民國保護動物協會八里保育場收容犬隻的 1119 位領養人為問卷抽樣調查對象。問卷依照 Schervish (1997) 等人設計之七大變項群組作為設計主軸，並參考相關研究者的研究報告中所採用之問卷模式，以及本研究所欲探討之問題等，整合成本研究問卷調查設計格式。問卷調查內容所設定研究變項包括：1.人口統計特質、2.心理因素、3.社會文化因素；問卷共計 28 題，內容包含捐贈行為的心理因素（第 1-1~1-7 題）共 9 題；影響捐贈決策的社會文化與環境因素（第 2-1~2-6 題）共 6

¹²⁷ 官友垣，NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc> 瀏覽日期：2005/5/10

題；人口學特質(3-1~3-14)共14題。從1119位捐款領養人中以EXCEL逢機抽樣三分之一作為問卷調查對象，其中272位為繼續領養人、101位為終止領養人。回收問卷後將扣除漏填部份之無效問卷。資料分析方法以SPSS/PC套裝軟體進行，運用次數分配、卡方考驗來分析捐款領養人的捐贈行為經驗模式。

- 三、深度訪談：若回收問卷不足，本研究擬從捐款領養5頭以上的捐款領養人總計有8位，對其進行深度訪談，以彌補問卷調查之不足。訪談內容包括：捐款領養經驗、對協會之期待等。訪談採”面對面自然交談”或”電話訪談”兩種方式，由捐款領養者自行表達個人捐款領養經驗、對協會之期待等。
(研究者註：本研究問卷回收率達62.2%，故並未進行深度訪談。)

第三節 問題探討與資料分析

壹、資料分析方法

為達成本研究目的，分析本研究之研究問題，資料分析方法採用量化研究方法，在統計分析工具的應用上以SPSS10.0中文版作為分析工具，進行問卷資料之分析。使用敘述性統計、獨立樣本t檢定及單因子變異數分析等方法，分別說明如下：

一、敘述性統計

敘述性統計主要包含次數分配、平均值、變異數...等原始資料的直接描述。「次數分配」是將蒐集來的資料整理後，將資料依類別及數量的多寡分成若干組，以顯示資料分佈的狀況，常以次數分配之統計表或次數之統計圖的形式呈現。「平均數」以變項之各問項的平均值作統計分析，以便瞭解某變項之問項的個別表現分數或相對影響程度之大小。

二、獨立樣本t檢定

一般的研究中，比較關心的問題常是母群體的平均數是否相等，而獨立樣本t檢定常被用來進行二個獨立樣本平均數差異的顯著性考驗。而本研究分別針對

人口統計變項中的「性別」與「城鄉差異」，並以「獨立樣本 t 檢定」來驗證，分別考驗「安樂死的看法」、「捐款動機」、「捐款意念」以及「持續捐款的強度」之整體表現分數，在男與女以及城鄉與都市兩者之間是否存在有顯著性差異。

三、單因子變異數分析

此分析法關心的問題亦是不同類別母群體的平均數是否相等，但單因子變異數分析常被用來進行二個以上類別之獨立樣本平均數差異的顯著性考驗。而本研究分別針對人口統計變項中的「宗教信仰」、「年齡層」、「職業別」、「家庭結構」以及「經濟狀況」，並以「單因子變異數分析」來驗證，考驗「安樂死的看法」、「捐款動機」、「捐款意念」以及「持續捐款的強度」之整體表現分數，分別在不同人口統計變項中各類別之間是否存在有顯著性差異。觀察性的統計資料：研究對象是以該協會提供從 2003 年 4 月起推出「您領我養」方案至 2006 年 12 月 31 日止，所有參與「您領我養」方案的捐款領養人的資料中，觀察統計所有捐款領養人的：性別、居住地區、捐款方式、資訊來源。

第四節：研究架構

因為本研究是針對已經產生捐款領養者做為調查對象，除了彙整社團法人中華民國保護動物協會提供的捐款領養人資料外，並用問卷調查法與深度訪談法進行研究調查。

參與「您領我養」捐款領養該協會八里保育場的流浪狗貓的捐款領養者，在獲得「您領我養」方案訊息後，到產生捐款領養，以及持續捐款領養或終止捐款領養，其心理變化必定與捐款領養者的人口學結構、社會文化環境背景、該協會的形象、服務態度、經營管理模式、八里保育場環境品質、績效、行銷方式、捐款途徑的方便性等，均產生互為因果的微妙關係。

因此，本研究採問卷調查法¹²⁸，探討捐款領養人在相關的變項下，產生的自變項與依變項之間的因果關係。

(一) 自變項(independent variable)：研究者可操作的變數，也就是指研究者懷疑

¹²⁸ 李美華譯 (1998)，Earl Babbie 等著，社會科學研究方法，台北，時英出版社，P.27

可能影響的原因。

(二) 依變項(dependent variable)：也就是會隨著研究者懷疑的影響原因改變而改變的現象，這就是研究者想要探討的結果。

(三) 中介變項(intervening variables)：介於自變項與依變項之間的變項，它也是自變項的結果，但是卻能影響依變項的決定性。因此，中介變項在實驗法中會出現下列三種可能的身分：

1. 自變項與依變項間的原有關係；
2. 自變項與中介變項間的關係，換句話說，此時中介變項變成自變項的依變項。
3. 中介變項與依變項間的關係，也就是說，此時中介變項變成依變項的自變項。

一、本研究之概念性架構

從文獻探討所獲之結果，釐定本研究擬探討之問題：

- (一) 捐款領養人人口學統計變數、影響捐款領養動機與捐款領養行為因素、造成終止捐款領養或繼續捐款領養的影響因素。
- (二) 捐款領養者的心理因素、社會文化環境因素對捐款領養與終止領養間之關係。

表 3.1 研究概念性架構表

自變項	中介變項	依變項
基本資料	可能發生影響的因素	捐款領養行為、繼續捐款領養、終止捐款領養行為
- 性別	- 與協會互動的經驗	- 捐款領養
- 年齡	- 社會文化因素	- 繼續捐款領養
- 教育程度	- 領養動機	- 終止捐款領養
- 宗教信仰	- 飼養寵物經驗	

- 職業	- 訊息來源	
- 婚姻狀況	- 協會經營管理因素	
- 平均收入	- 捐款經驗	
- 居住地區	- 領養後期待	
	- 保育場犬隻死亡或送養	
	- 捐款方式	

表 3.2 問卷設計內容及變項定義

變項類別	變相名稱	問卷內容
自變項	性別	<input type="checkbox"/> 男性 <input type="checkbox"/> 女性
	年齡	<input type="checkbox"/> 15 歲以下 <input type="checkbox"/> 16—20 歲 <input type="checkbox"/> 21—25 歲 <input type="checkbox"/> 26—30 歲 <input type="checkbox"/> 31—35 歲 <input type="checkbox"/> 36—40 歲 <input type="checkbox"/> 41—45 歲 <input type="checkbox"/> 46—50 歲 <input type="checkbox"/> 51—55 歲 <input type="checkbox"/> 56—60 歲 <input type="checkbox"/> 61—65 歲 <input type="checkbox"/> 66—70 歲 <input type="checkbox"/> 71 歲以上
	教育程度	<input type="checkbox"/> 國小 <input type="checkbox"/> 國中 <input type="checkbox"/> 高中（職） <input type="checkbox"/> 大專 <input type="checkbox"/> 碩士 <input type="checkbox"/> 博士
	宗教信仰	<input type="checkbox"/> 佛教 <input type="checkbox"/> 道教 <input type="checkbox"/> 天主教 <input type="checkbox"/> 基督教 <input type="checkbox"/> 摩門教 <input type="checkbox"/> 回教 <input type="checkbox"/> 一貫道 <input type="checkbox"/> 民間傳統信仰 <input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 其他_____
	職業	<input type="checkbox"/> 公務員 <input type="checkbox"/> 軍人 <input type="checkbox"/> 商人 <input type="checkbox"/> 工人 <input type="checkbox"/> 農人 <input type="checkbox"/> 服務業 <input type="checkbox"/> 傳統製造業 <input type="checkbox"/> 電子業 <input type="checkbox"/> 家庭主婦 <input type="checkbox"/> 教職 <input type="checkbox"/> 金融業 <input type="checkbox"/> 待業中 <input type="checkbox"/> 退休 <input type="checkbox"/> 學生
	婚姻狀況	<input type="checkbox"/> 未婚。 <input type="checkbox"/> 已婚 未有子女。 <input type="checkbox"/> 已婚 最小子女未上學。 <input type="checkbox"/> 已婚 最小子女在 6—18 歲。 <input type="checkbox"/> 已婚 最小子女在 18 歲以上但未獨立。 <input type="checkbox"/> 已婚 子女已獨立。 <input type="checkbox"/> 離婚
	家庭人數	<input type="checkbox"/> 獨居 <input type="checkbox"/> 二人 <input type="checkbox"/> 三人 <input type="checkbox"/> 四人 <input type="checkbox"/> 五人

變項類別	變相名稱	問卷內容
		<input type="checkbox"/> 六人以上
	家庭平均收入	<input type="checkbox"/> 15000 元以下 <input type="checkbox"/> 15001 元—25000 元 <input type="checkbox"/> 25001 元—35000 元 <input type="checkbox"/> 35001 元—45000 元 <input type="checkbox"/> 45001 元—55000 元 <input type="checkbox"/> 55001 元—65000 元 <input type="checkbox"/> 65001 元—75000 元 <input type="checkbox"/> 75001 元—85000 元 <input type="checkbox"/> 85001 元—95000 元 <input type="checkbox"/> 95001 元以上
	是否曾經飼養寵物	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	曾經飼養過	<input type="checkbox"/> 狗 <input type="checkbox"/> 貓 <input type="checkbox"/> 鳥類 <input type="checkbox"/> 其他_____
	現在是否飼養寵物	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	現在飼養的寵物是	<input type="checkbox"/> 狗 <input type="checkbox"/> 貓 <input type="checkbox"/> 鳥類 <input type="checkbox"/> 其他_____
	是否曾捐款非動物保護團體	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	是否曾捐款動物保護團體	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	捐款紀錄是	<input type="checkbox"/> 視情況偶而捐款 <input type="checkbox"/> 每月定期捐款 <input type="checkbox"/> 每季定期捐款 <input type="checkbox"/> 每半年定期捐款 <input type="checkbox"/> 每年定期捐款
	每年平均捐款金額	<input type="checkbox"/> 1000 元以下 <input type="checkbox"/> 1001 元—5000 元 <input type="checkbox"/> 5001 元—10000 元 <input type="checkbox"/> 10001 元—50000 元 <input type="checkbox"/> 50001 元—100000 元 <input type="checkbox"/> 100001 元以上
	是否曾捐款中華民國保護動物協會（不包括「您領我養」）	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	捐款中華民國保護動物協會的紀錄是：（不包括「您領我養」）	<input type="checkbox"/> 視情況偶而捐款 <input type="checkbox"/> 每月定期捐款 <input type="checkbox"/> 每季定期捐款 <input type="checkbox"/> 每半年定期捐款 <input type="checkbox"/> 每年定期捐款
	每年平均捐款金	<input type="checkbox"/> 1000 元以下 <input type="checkbox"/> 1001 元~5000 元

變項類別	變相名稱	問卷內容
	額：(不包括「您領我養」)	<input type="checkbox"/> 5001元~10000元 <input type="checkbox"/> 10001元~50000元 <input type="checkbox"/> 50001元~100000元 <input type="checkbox"/> 100001元以上
	您或家人過去是否飼餵或領養過流浪狗貓	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	您現在是否還繼續領養本會八里保育場犬隻	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	從何處獲得「您領我養」訊息	<input type="checkbox"/> 電視 <input type="checkbox"/> 報紙 <input type="checkbox"/> 協會雜誌 <input type="checkbox"/> 網站 <input type="checkbox"/> DM <input type="checkbox"/> 親友 <input type="checkbox"/> E-MAIL <input type="checkbox"/> bbs站 <input type="checkbox"/> 其他_____
	您曾經最多一次領養幾隻協會八里保育場的狗	<input type="checkbox"/> 一隻 <input type="checkbox"/> 二隻 <input type="checkbox"/> 三~五隻 <input type="checkbox"/> 六隻以上
依變項	您的捐款方式是	<input type="checkbox"/> 用協會印製好的郵政劃撥單捐款 <input type="checkbox"/> 自己填寫郵政劃撥單捐款 <input type="checkbox"/> ATM自動轉帳 <input type="checkbox"/> 信用卡捐款 <input type="checkbox"/> 郵局存簿儲金 <input type="checkbox"/> 銀行定期扣款
	您是否參觀過其他民間動物收容所	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	您是否參觀過八里保育場	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	您是否定期收到《流浪動物之家雜誌》	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	您是否有使用網路的習慣	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	您是否有上網購物的習慣	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	您是否定期瀏覽協會網站習慣	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	您是否願意介紹親友參與「您領我養」	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否

變項類別	變相名稱	問卷內容
	活動	
依變項	您對於流浪動物收容所是否對收容之動物進行「安樂死」的看法？	<p>甲、收容一個月以上，無法送養之收容動物，為了增加收容所循環利用率，一律給予安樂死。</p> <p>乙、罹患嚴重疾患，經獸醫師診斷無法治癒之收容動物，為了減少該動物之痛苦，應該給予安樂死。</p> <p>丙、經過觀察測試後，行為乖張無法矯正之收容動物，為了增加收容所循環利用率，一律給予安樂死。</p> <p>丁、雖罹患嚴重疾患，也應盡全力搶救，即令病死，也不可以施以安樂死。</p> <p>戊、收容之動物，即令行為乖張無法矯正，也應收容到老死，不可以施以安樂死。</p> <p>己、對收容之動物進行服從訓練，提高回歸人類社會率（領養率），替代安樂死，提升動物收容所循環利用率。</p>
依變項	對於下列各種捐款動機，您是否也有相同看法？	<input type="checkbox"/> 能捐款幫助別人，證明自己小有成就 <input type="checkbox"/> 過去曾受幫助，如今出自感恩與回饋心來捐助 <input type="checkbox"/> 捐款助人能得到心靈上的平靜與喜悅 <input type="checkbox"/> 基於宗教慈悲濟世的精神而助人 <input type="checkbox"/> 自己或親友曾遭逢類似苦難，故感同身受 <input type="checkbox"/> 捐助行善本來就是自己的志業 <input type="checkbox"/> 因為自己經濟寬裕，故捐款幫助別人是應該的 <input type="checkbox"/> 捐款可以得到社會的讚賞 <input type="checkbox"/> 捐款收據可以抵稅 <input type="checkbox"/> 不好意思拒絕募款人的請求 <input type="checkbox"/> 週遭朋友都捐，自己只好多少也捐一些 <input type="checkbox"/> 為了行善積德 <input type="checkbox"/> 我現在幫助別人，是希望以後也會有人幫我 <input type="checkbox"/> 為了贖罪
依變項	對於一家從未捐助過的動物保護組織，您覺得下列哪些	<input type="checkbox"/> 該機構成立的宗旨 <input type="checkbox"/> 該機構的口碑 <input type="checkbox"/> 該機構的組成成員

變項類別	變相名稱	問卷內容
	是決定捐助與否的重要因素？	<input type="checkbox"/> 該機構以往的服務成果 <input type="checkbox"/> 該機構曾受公開表揚 <input type="checkbox"/> 該機構的規模 <input type="checkbox"/> 該機構服務的對象 <input type="checkbox"/> 該機構曾舉辦成功的公益活動 <input type="checkbox"/> 該機構的文宣資料使我感動 <input type="checkbox"/> 該機構與我有密切的地緣關係 <input type="checkbox"/> 該機構經費運用令人信任 <input type="checkbox"/> 該機構的領導人形象 <input type="checkbox"/> 該機構職員服務態度 <input type="checkbox"/> 該機構所從事的業務符合自己的理念 <input type="checkbox"/> 該機構募款用途明確符合自己的目標
依變項	在您決定是否繼續捐助「您領我養」時，您認為下列哪些是影響的重要因素？	<input type="checkbox"/> 很快來函感謝 <input type="checkbox"/> 很快收到捐款收據 <input type="checkbox"/> 提供簡便的捐款方式 <input type="checkbox"/> 持續舉辦公益活動 <input type="checkbox"/> 確實告知捐款用途 <input type="checkbox"/> 經費運用得當 <input type="checkbox"/> 經常收到通訊報導刊物 <input type="checkbox"/> 服務成果令人肯定 <input type="checkbox"/> 擁有高知名度令我與有榮焉 <input type="checkbox"/> 通訊刊物中持續報導令人感動的案例 <input type="checkbox"/> 告知經費短缺亟須捐助 <input type="checkbox"/> 從其他途徑獲知收容犬隻是否受到良好照顧 <input type="checkbox"/> 收容新進犬隻需要繼續支持 <input type="checkbox"/> 親自參觀保育場確知收容犬隻受到照顧狀況
依變項	對本會「您領我養」資訊傳遞的重要性，您的看法如何？	<input type="checkbox"/> 報紙 <input type="checkbox"/> 電視 <input type="checkbox"/> 廣播 <input type="checkbox"/> 街頭海報 <input type="checkbox"/> 信函或電話訪談 <input type="checkbox"/> 慈善團體的刊物 <input type="checkbox"/> 流浪動物之家雜誌公佈訊息 <input type="checkbox"/> 其他雜誌報導 <input type="checkbox"/> 舉辦慈善公益活動

變項類別	變相名稱	問卷內容
		<input type="checkbox"/> 文件背面印刷廣告(如統一發票,機場登機卡.) <input type="checkbox"/> 透過本會網頁公佈訊息 <input type="checkbox"/> 透過其他流浪動物相關網頁傳遞訊息 <input type="checkbox"/> 透過其他公益網站報導 <input type="checkbox"/> 親友口耳相傳 <input type="checkbox"/> 公共場所之文宣資料
依變項	下列捐款方式中，您認為它們的募款效果如何？	<input type="checkbox"/> 登門勸募 <input type="checkbox"/> 戶外勸募 <input type="checkbox"/> 對特定捐助對象的持續募款活動 <input type="checkbox"/> 公共場所的捐款箱 <input type="checkbox"/> 對特定專案建設發起的募款活動 <input type="checkbox"/> 捐款人自行填寫郵政劃撥單 <input type="checkbox"/> 已印製完整的郵政劃撥單 <input type="checkbox"/> 配合信用卡(認同卡)業務 <input type="checkbox"/> 銀行定期扣款自動轉帳 <input type="checkbox"/> 慈善義賣或義演募款活動 <input type="checkbox"/> 募款餐會 <input type="checkbox"/> 網際網路線上捐款 <input type="checkbox"/> 電話捐款
依變項	對於本協會的下列哪種訴求重點，在您內心的感覺如何？	<input type="checkbox"/> 以機構設立宗旨與其必要性做為強調重點 <input type="checkbox"/> 以感性方式報導求助個案，激起同情心 <input type="checkbox"/> 以實際數字展示機構服務成果 <input type="checkbox"/> 以宗教精神感召 <input type="checkbox"/> 以說理方式傳遞社會極需幫助的事實 <input type="checkbox"/> 以抨擊社會敗壞與冷漠的方式，喚起社會關心 <input type="checkbox"/> 以表揚特殊捐助人方式，激發見賢思齊心 <input type="checkbox"/> 以社會賢達或公眾人物為號召 <input type="checkbox"/> 提醒捐款可以節稅的方式 <input type="checkbox"/> 報導機構的經費窘況，請求支援 <input type="checkbox"/> 以特別活動(如歲末寒冬送溫情)為重點，請求支援

二、本研究擬探討的主題：

- (一) 有明確捐款用途的「您領我養」方案，是否為引起捐款領養人興趣的主因？
- (二) 探討捐款領養人的背景資料為何？
- (三) 基本資料對捐款領養行為有何影響？
- (四) 社會文化因素是否影響捐款領養行為？
- (五) 基本資料是否影響停止捐款領養行為？
- (六) 基本資料對捐款領養頭數是否影響？
- (七) 犬隻死亡是否影響捐款領養行為？
- (八) 保育場管理是否影響捐款領養行為？
- (九) 協會同仁服務態度是否影響捐款領養行為？
- (十) 不良耳語是否影響捐款領養行為？
- (十一) 協會成員結構改變是否影響捐款領養行為？

第五節：問卷設計

事件的發生與最後的結果，中間必然存在互為因果的關係。問卷的目的就是試圖從回收問卷中，以統計學方式計算出各項相關數值，進而解釋其相互間的因果關係。本研究依據美國社會學者 Schervish (1997) 等人所設計，將影響個人慈善行為之因素分為八個變項群組：(1) 社群參與、(2) 良知良能的架構、(3) 直接請求、(4) 可自由運用的資源、(5) 個人早期學習模範與經驗、(6) 需求的急迫性與捐贈效果、(7) 人口統計特質、(8) 內外在此的獎酬等。Schervish 的研究團隊，並將上述變相組群分成：(1)「個人的人口統計特質因素」、(2)「心理因素」與 (3)「社會文化及環境」等外在因素三大類。

故本研究將問卷設計主要採結構式問卷 (structured questionnaire) 設計，但是為了彌補結構式問卷之缺憾，以不影響問卷結構並能補強調查結果的範圍內，開放三題由接受調查者自由填寫。

本研究將問卷分成三大部分：第一部分是調查影響捐款領養人的捐款領養意心理因素；第二部分是調查調查影響捐款領養人的捐款領養社會文化環境因素；

第三部分則是調查捐款領養人的人口學結構。

事件的發生與最後的結果，中間必然存在互為因果的關係。問卷的目的就是試圖從回收問卷中，以統計學方式計算出各項相關數值，進而解釋其相互間的因果關係。然卷設計會隨研究目的與性質而有所不同，大體上分為：結構式問卷（structured questionnaire）設計與非結構式問卷（unstructured questionnaire）設計兩類。

結構式問卷是指：問卷題目的內容及答題方式都有嚴格的限制，在同一研究中，所有的測試者都使用同一種問卷。本研究即以這種問卷型式進行測驗。

- 一、 問卷實施：問卷調查的方式有很多種，例如：電話、郵寄、當場填寫、網路填寫、訪問員訪問調查等方式，本研究主要是以郵寄問卷的方式進行調查，而以深度訪談調查為輔。一般調查經驗，郵寄問卷調查雖然可以達到區域分散，及節省時間的成本，但是，卻因為無法控制問卷回收率，而影響到調查的信度。因此，再以深度訪談作為輔助。
- 二、 前測：在初步設計問卷後，為了確認問卷內容與語句是否容易造成受測者混淆，因此，問卷設計完成後，請協會同仁五人與選取捐款領養人十五人，共二十人接受前測，並聽取前測者及指導教授對於問卷的意見，修正不妥之處後，成為正式問卷。

為了達到研究目的----捐款領養人的捐款領養與終止捐款領養因素，本研究以從 2003 年 4 月初到 2006 年 12 月 31 日止，所有參與「您領我養」方案的捐款領養人與終止捐款領養人作為研究母體，共計 1119 人，其中一次領養 5 頭以上的捐款領養者有 8 位，且均為長期捐款領養人。

第一部分

為所有捐款領養 APA 八里保育場流浪狗者，共計八題，包括捐款領養動機、「您領我養」方案訊息來源、捐款方式、終止捐款領養因素、持續領養因素、捐款領養後期待。依據第二章文獻探討如：Mixer, Kolter, Richard, L. Edward,

李小梅，萬育維，台灣省政府主計處等研究整理歸納出此部分的問卷內容。

第二部分

為所有捐款領養 APA 八里保育場流浪狗者的社會文化、人口學變項等影響捐款領養型為之探討，共計 37 題。主要參考 Schervish & Havens 學者的論點整理出問卷內容。

第三部分

由文獻整理中發現人口學變向中包括：性別、年齡、教育程度、宗教信仰、職業、家庭生命週期、家庭平均收入等足以影響捐款者行為，故本研究將人口學變項納入問卷內容研究。

定義：

捐款領養人：凡曾經捐款領養和目前仍以「您領我養」方式捐款領養八里保育場犬隻者。

長期領養人：凡目前仍以「您領我養」方式捐款領養八里保育場犬隻，且一次捐款領養頭數在 6 頭以上，並持續捐款領養時間滿 6 個月以上者。

終止捐款領養人：凡曾經以「您領我養」方式領養過八里保育場犬隻，但目前已經終止捐款領養者。

第六節 問卷回收與整理

本研究從 1119 位總捐款領養人中，以 Microsoft office windows 2000 中的 excel 亂碼採樣，共寄出 373 份問卷，回收 232 份問卷（繼續捐款領養人部分回收 167 封；終止捐款領養人有 65 封），其中無效問卷有 2 封，寄出後因捐款人遷移地址被退回的有 8 封。但對於資料回答不完整或無回答者，採完全刪除(listwise deletion)，在進行統計時不納入。因此，實得有效問卷共計 230 份。

資料處理以 230 份有效問卷進行編碼，並將編碼資料輸入 SPSS for windows 中文 10.0 套裝軟體，進行統計分析。

第四章 研究個案描述與分析

第一節 個案成立的宗旨與任務

壹、宗旨：

社團法人中華民國保護動物協會的宗旨是：研究保護動物問題，並發動社會力量保護動物。

貳、任務：

所從事之任務如下：

- 一、關於保護動物之研究改進事項。
- 二、關於動物飼養管理之改進事項。
- 三、關於動物病害之防治事項。
- 四、關於保護動物之教育宣傳事項。
- 五、關於防止虐待動物之勸導事項。
- 六、關於保護動物之通訊與聯絡事項。
- 七、關於保護動物之著述翻譯出版事項。
- 八、關於保護動物比賽之策劃事項。
- 九、關於發動社會力量協助政府對棄養動物之服務保育事項。
- 十、其他有關保護動物事項。

第二節 歷史沿革

一、第一階段（1960--1973）

民國 49 年 6 月 10 日「中華民國保護牲畜協會」成立，是全國第一個保護動物團體。民國 49 年，先總統蔣介石鑑於當時國人保護動物觀念不足，虐待動物的情形時有所聞，遂指示主管機關籌組保護牲畜團體，加強宣導保護動物觀念，而於民國 49 年 6 月 10 日成立了「中華民國保護牲畜協會」，民國 62 年再擴組更名為「中華民國保護動物協會」。

二、第二階段（1973--1988）

民國 62 年 6 月 4 日更名為「中華民國保護動物協會」（以下簡稱協會）。(1) 民國 61 年政府全面禁獵，協會為順應潮流配合保護野生動物，隨即更名以擴大保護動物工作範圍。(2) 協會組織設秘書處、鳥類、昆蟲、教育宣導三委員會，縣市設支會。以研究保護動物問題與措施、宣導推動社會愛護動物、維持生態平衡、提昇國人道德。(3) 在鳥類委員會協助下成立「台北鳥會」、「台中鳥會」、「高雄鳥會」推動國人野外賞鳥活動，亦從事台灣各地鳥類、猛禽類調查及研究，供政府作保護野生動物施政參考。(4) 民國 71 年間與日本野鳥會、大韓民國野生動物保護協會倡組「東亞鳥類保護會議」，第一年在漢城舉辦，第二年由協會主辦，開創協會參與國際活動基礎。

三、第三階段（1988--2002）

民國 77 年 2 月 2 日增設「流浪動物之家」。(1) 匯集愛心人士，設立「流浪動物之家」，救助流浪貓、狗，宣導『愛牠、養牠、不要遺棄牠』的理念，並推動以人道方式結紮流浪狗貓替代捕殺，進而敦促政府訂定動物保護法，期盼能以法律、教育、絕育等途徑達到沒有流浪動物的目的。(2) 出版台大獸醫院葉力森醫師的著作：「台灣棄犬問題探討與對策」、「動物與法律」二書，以深入解決街頭流浪犬問題。(3) 流浪動物之家保育場首設於永和福和橋下，民國 80 年間保育場遷至淡水，命名為「淡水流浪動物之家」，89 年 10 月遷至八里鄉現址，更名為「中華民國保護動物協會所屬八里保育場」。90 年中保育場管理作業進入電腦化階段，陸續完成電子化管理系統，落實場內犬隻植入晶片並拍照建立犬籍口卡，登錄其特徵、性格、健康狀況、預防注射、醫療等紀錄，嚴格要求每位管理員除做場地清潔與犬隻飼餵外，同時隨時掌握自己管理區域隻犬隻數目、性格、行為等，並列入工作績效考評項目，此項措施，不僅使場內環境大幅改善，也讓收容動物生活品質大大提升，讓每一位捐款人的善心奉獻都能達到最有效率的運用。(4) 積極辦理宣導活動與電話居間之「動物收送養轉介服務」。

四、第四階段（2002--2004）

民國 92 年 3 月 1 日遷移新會址。中華民國保護動物協會目前在第六屆理事長蔡家福立法委員領導下銳意革新，除廣納各界優秀人才投入協會服務行列外，在企業化管理理念方面也投入相當多的心力，期使協會業務運作更臻制度化，進而擴大業務服務領域，善盡公益團體的社會責任。

協會為擴大服務內容，將秘書處搬遷至台北市大安區信義路四段 263 號 3 樓之 6，聯絡電話：886-2-27040809，並建置獨立網址 <http://www.apaofroc.org.tw>，以加強電子化服務。

五、第五階段（2004 迄今）

民國 93 年 8 月 27 日經台北地方法院核准登記為法人機構，全名為「社團法人中華民國保護動物協會」。我國民情風俗、經濟活動、教育觀念、宗教禮儀等，尚未將正確的「尊重生命保護動物」完全落實在日常生活中，對於保護動物的觀念與實踐仍存在很多有爭議的「灰色地帶」，因此協會藉由召開「2004 動物保護公共議題論壇」，透過公開討論及激烈辯論之方式，尋求共識，作為主管機關施政或民意代表問政之參考。

（以上資料引自社團法人中華民國保護動物協會網頁，網址：
http://www.apaofroc.org.tw/01apa-newsite/new_page_4-1.htm）

第三節 個案描述

該組織是在 1960 年由前總統蔣公手諭成立，因此，該組織雖屬民間非營利團體，但在 1987 年解嚴前，所有經費均由政府主管機關（農政單位）編列預算支應，且政府官員都以加入該協會為榮，資源非常豐富，並不存在經費不足問題。

解嚴後，由於民間非營利團體紛紛成立，主管機關基於平等對待原則，民間非營利組織除非代辦政府計畫，否則均不再補助民間非營利組織業務運作費用，需靠自籌經費才能維持。

然而，民間非營利組織要能獲得社會資源挹注，必須讓社會各界看得到有在

做事情，且有服務績效，才能逐漸建立高責信度。因此，組織領導人與執行者對於組織的使命與建立各種管理制度是相當重要的一環。

不幸的是，在戒嚴時期，政府支持成立的民間非營利團體往往只是做了對政府有利的一半，另外監督政府的功能無法彰顯，而人事安排更是由政府主導，組織並沒有多少自主權。解嚴後，紛紛成立的民間組織自主性極強，使命感與熱情也讓社會感動，過去依賴政府補助的民間團體若不知轉型，在政府逐漸降低經費補助，又無法獲得足夠社會資源挹注的情況下，則將注定被淘汰。

1990 年代起，台灣全國性與地方性從事流浪動物工作的組織，在短短的 10 多年之間增加到將近 40 個。換句話說，多了 30 多個團體分食從事流浪動物工作的社會捐款大餅，更值得令人注意的是，後來成立其他同類團體的發起人，絕大多數是不滿該協會作為而離開的人，也因而帶走了不少社會資源。

90 年代，亞洲金融風暴雖然台灣倖免於難，但是台灣的整體經濟也多少受到全球大環境的衝擊。1999 年，台灣發生九二一大地震，全台各地的民眾捐款雖然驟增為歷年來的五倍，但大部分是針對災區捐獻。在排擠效應下，不僅動物保護團體的募款金額大量降低，連其他的非營利社會福利團體的募款金額也大幅縮水，根據周文珍表示，九二一地震後的兩年，有三成的社會福利組織平均一年的募款額縮減五成。¹²⁹

社團法人中華民國保護動物協會早年並未從事流浪犬貓的收容工作，1988 年解嚴前，由於政府並不樂見民間組織成立，因此，很多從事動物保育活動的民間人士與從事流浪動物保護的汪麗玲女士等人只得依附在該組織下。由於汪麗玲女士等人加入，該協會設置了「流浪動物之家」，並專責從事流浪狗貓的教育宣導、流浪狗貓收容、政策建議等工作。

民間要正式合法申請建築流浪動物收容處所，不但要突破重重法律障礙，復加土地取得與籌集建築費用不易。因此，從 1988 年在台北福和橋下到淡水小坪頂以及目前的八里，該協會的流浪動物收容所雖經三次搬遷，但是地上建築至今仍屬違章。違章建築不僅無法好好規劃建築物的配置，且因為隨時都有被強制拆

¹²⁹ 資料來源：周文珍，中華社會福利聯合勸募協會秘書長，
http://www.fashionguide.com.tw/MsgL/3_TopicL_172493_86.html，2006/03/10

除的風險，而不敢用較高級耐久的建材，所以，建築物經過三、四年後就顯得破舊不堪，容易予人不良印象。

1991 年流浪動物收容所搬遷到淡水之後，在僅能收容 750 隻狗的有限空間內，不斷增加流浪狗的收容數目，在 1999 年最高曾達到 1800 頭左右。在過度擁擠的空間，不僅不容易清掃，也造成相互感染皮膚病，甚至致死性的傳染病如犬瘟熱和犬細小病毒腸炎等在之間蔓延。因此，給外界相當惡劣的印象，還招致國外動物保護團體的批評。

1996 年，民間企業界人士汪國恩先生當選中華民國保護動物協會理事長，他以企業家的精神經營協會，更拉下老臉到處募捐，才得以在 1999 年卸任的時候，留下 900 多萬元的現金資產。繼任者在第一年尚未碰到九二一大地震，還有 100 多萬的盈餘，也就是總累積現金高達 1000 多萬元。可是，之後因為並不嫌熟動物保護的業務，復加其他動保團體劇烈競爭，因而致使歲收急遽下降。

從 1997 年起，因為場區髒亂以及逃竄在外的犬隻騷擾戶近居民，受到當地居民的抗爭、淡水鎮公所的罰款，最後的結局是在 2001 年 12 月初，被淡水鎮公所以違章建築被強制拆除。被強制拆除前，幸得當時的蔡家福理事長四處奔走，找到現在的八里場址，始能於 2001 年 11 月底前，完成全部犬隻搬遷工作，並命名為「八里保育場」。

2002 年 1 月 1 日，秘書長易人。新任秘書長就任後，即提出專業化管理要求，首先把保育場所有犬隻植入晶片，逐頭拍照片，並製作犬籍口卡，詳細登載相關資料，諸如：品種、性別、毛色、體型、特徵、個性、年齡、預防注射日期、絕育狀況、健康醫療紀錄、所處犬舍等，完全掌握所有犬隻動態。

保育場管理首重數字，包括：可利用土地面積、合理容納犬隻數目等，即可推算出所需管理人力、每日飼料總消耗量、及其他相關財務數字。建立犬籍口卡工作足足進行了一年多，直到 2003 年 3 月初才完成，隨即在 4 月初推出「您領我養」募款方案。

第四節 「您領我養」募款方案

所謂「您領我養」是每月捐款新台幣 600 元領養一頭八里保育場收容的流浪狗。「您領我養」募款方案，雖然是仿效 CCF 的捐款認養兒童方式，但是用在募款收容流浪狗方面，卻是世界首創。¹³⁰

在歐美國家，雖然重視動物福利或權利，也有所謂「no-kill」的民間流浪動物收容所，但是對於大部分被捕捉的流浪狗或人民不想繼續飼養的家犬，一旦進入公立或民間收容所後，經過一段法定留置期間¹³¹，若沒有被其他民眾領養回家，則將被安樂死，並不存在長期收容的問題。

我國的動物保護法第二十一條第二、三項則明文規定「前項寵物有身分標識者，應儘速通知飼主認領；經通知逾七日未認領或無身分標識者，依第十二條及第十三條規定處理。第一項之寵物有傳染病或其他緊急狀況者，得逕以人道方式宰殺之。」、「飼主送交動物收容處所或直轄市、縣（市）主管機關指定場所之寵物，準用前二項規定辦理。」¹³²因此，我國公立動物收容所留置的流浪狗，若經過七天的法定留置期間沒有人認領養，則可依法將他們「人道毀滅」，也不用負擔長期飼養的費用。

一、民間流浪動物終養收容所（no-kill shelter）

台灣民間設置流浪動物收容所的目的，全部都是民間愛心人士不忍流浪動物受到殘害，因而興建收容所收容他們，所以，有幸進入收容所的流浪犬隻，除了少數被其他善心人士領養回家的犬隻之外，其餘均在該收容所內終老一生。社團法人中華民國保護動物協會的八里保育場即屬於終養流浪動物的場所，收容頭數越多資金需要越大。因此，需要長期大量資金挹注方能維持。

西方國家稱收容流浪動物的地方為 animal shelter，在我國動物保護法中稱做動物收容處所，一般民間設立的大都稱為流浪動物收容所或流浪動物之家。

Shelter 做為動詞有「庇護」的意思，「庇護」就是庇蔭保護。亦可引申為「庇

¹³⁰ 資料來源：社團法人中華民國保護動物協會，<http://www.apaofroc.org.tw/03FOSTER/Foster.htm>

¹³¹ 本研究註：世界各國所訂定的法定留置期間不盡相同，有 7 天、10 天、15 天、1 個月等。

¹³² 資料來源：中華民國動物保護法第二十一條，http://www.apaofroc.org.tw/08LAW/law_g_04.htm

護場所」，也稱做「庇護工廠」(Sheltered workshop)。西方的庇護場所，不僅會提供所收容的遊民膳宿、醫療，還會給予各項技藝訓練，期盼他們能有一技之長，重新回歸主流社會 (return mainstream)，而不會繼續成為被社會排除的邊緣人。

簡單的說，shelter 在社會福利機構是收容「逃家」或「無家可歸」遊民的地方，在 shelter 內提供「暫時住所」，並給予「技藝訓練」，然後「輔導」他們重返主流社會「就業」，以減少社會問題。

台灣的公立動物收容所雖借用了 animal shelter 的名稱，然而，綜觀往昔所做的事情，事實上，卻缺乏 shelter 的真正精神，對收容的 animal 並未進行 shelter (庇護) 之實。反而是因為民意代表或民眾反映要求，為了解決流浪動物造成人類的社會問題而設立。主要功能是執行「收容被捕捉流浪動物」，但是，由於認領養率極低，因此就依法執行「在法定期間，沒有人認領養者，得予人道處理」。在全國人民的認知上，台灣的公立動物收容所，幾乎等於是被捕捉流浪動物集體踏上黃泉路的轉運站。

同時也看到大部分的民間流浪動物收容所，因為受限於財務、場地、收容觀念等，只提供收容的動物最基礎的吃、住兩個生存的要件而已，並未給予收容動物「生命價值改造」的工作。又常因為主事者的愛心大於智慧，無條件收容流浪動物，造成收容動物同居感染疾病，且因過度收容，無法徹底清潔環境，予人「動物集中營」的惡劣印象。

在社團法人中華民國保護動物協會的理念中，流浪動物收容所應該是「庇護工廠」，給收容動物創造「希望工程」的地方，它設立的任務是「暫時收容流浪動物，並經由人類的智慧賦予他們新的生命價值，然後再轉介到人類家庭中，因為他們帶給人類家庭的服務價值，因而獲得新生」。所以，在動物收容所內，不僅要幫罹病的動物醫療，矯正乖張的行為，還要給予適當的訓練，在完成基礎訓練後，幫他們找到合適的新主人，重新進入人類家庭，扮演同伴動物或守衛動物的角色，提升他們在人類社會中的生命價值。

二、「您領我養」募款方案觀念

由於台灣社會型態改變，大台北都會區的家庭結構、居住空間也隨之改變，縱然有許多民眾想領養流浪狗，卻因為沒有足夠的空間與時間，只好作罷！因此，社團法人中華民國保護動物協會針對有此傾向的愛心人士設計出既可提供愛心捐款領養一頭屬於自己名下的流浪狗，又不用自己花時間照顧與騰出飼養空間，且能視自己的狀況將該頭領養犬隻外帶出場，共渡一、兩天愉快時光的「您領我養」募款方案。

在「您領我養」募款方案的激勵下，八里保育場的一切作業目標均以提升收容動物的福利為出發點，並將收容的流浪狗視作協會的「資產」而非「負債」。

人類在處理「資產」和「負債」的心態與方式是截然不同的。處理「資產」，會用珍惜保護的態度；面對「負債」，卻是想要急速脫手或剷除。在保育場收容的流浪狗即是該協會資產的觀念下，在訂定的各種內部管理辦法的時候，自然會從愛惜協會資產觀點做為追求績效與評估的目標。而經營保育場的績效目標有：環境綠化與品質、收容犬隻生活品質、犬隻營養與健康狀態、高送養率、低死亡率、參訪來賓滿意度、飼料消耗量合宜度、建築物維護等。

該協會的「您領我養」募款方案，完全合乎 Kotler (1995) 的交換原則¹³³，不但有實質的流浪狗供愛心人士領養，也對這些流浪狗輸出服務，且只要捐款領養人不願意再繼續領養，則可立即停止這項交換，或者一旦捐款領養人所領養的流浪犬因為被他人領回家飼養或死亡，協會亦會主動通知捐款領養人，並徵詢是否願意轉領養其他犬隻，如果不願意，也會立即主動將他從捐款領養人名單中移除。

¹³³ 林雅莉 (1999)，江明修主編，第三部門經營策略與社會參與，台北，智勝文化事業有限公司，p. 8

三、「您領我養」捐款領養流程

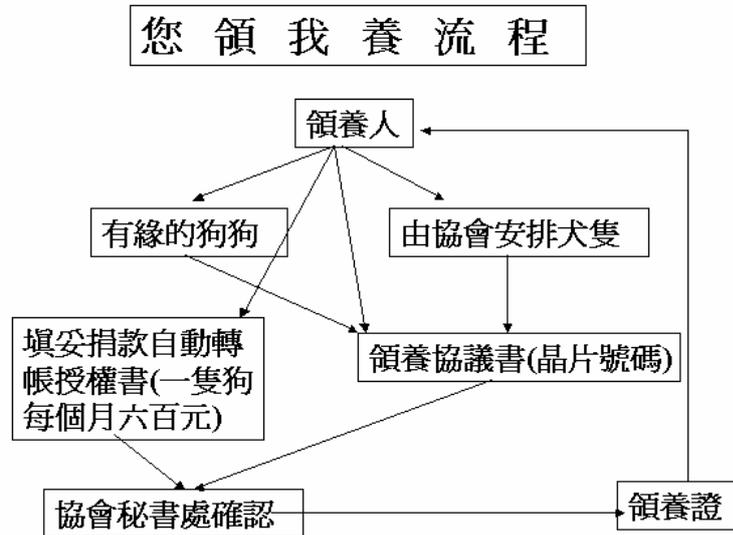


圖 4.1 「您領我養」流程圖（本研究者自行設計）

潛在捐款領養人可從協會網站所公佈的每頭犬隻外貌、特徵、晶片號碼等資料，選擇自己願意領養的特定犬隻後，下載「捐款授權書」及「認養協議書」，填妥後傳真或郵寄到協會，協會在確認擬被領養犬隻無誤，且完成扣款手續後，即製發領養卡（卡內登載領養人姓名、編號、犬隻晶片號碼、性別與照片）給捐款領養人。如果捐款領養人無法決定領養哪頭犬隻，亦可授權協會工作人員代為分派，然後製作領養卡寄給領養人，完成領養手續。（詳見圖 4.1）

如果該頭被領養犬隻發發生被其他愛心人是領養回家飼養、死亡等事件，保育場員工會於發生當天或一日陳報協會秘書處，負責主管「您領我養」業務同仁則會立即以電話告知該頭犬隻捐款領養人，並徵詢是否願意改領養其他犬隻或終止領養。且在一週內以書面通知該頭犬隻的捐款領養人。

即令犬隻沒有發生任何狀況，捐款領養人一旦不想繼續捐款領養，亦可以隨時以電話或書面通知協會，如前所述，協會也會立即停止次月的申請扣款手續，並將捐款領養人從領養該頭犬隻名單中移除。

四、「您領我養」募款方案成果

「您領我養」募款方案在 2003 年 4 月初推出後，即遭遇 SARS 侵襲台灣，但是從捐款領養紀錄看到，並未對次募款方案造成多大的衝擊。且從該協會內部資料得知捐款領養人有 98% 過去從未捐款過該協會，換言之，捐款領養人等於是該協會推出「您領我養」募款方案後開闢了一個新的捐款人市場，而且可以發現這些人是針對某隻特定的流浪犬而捐款。

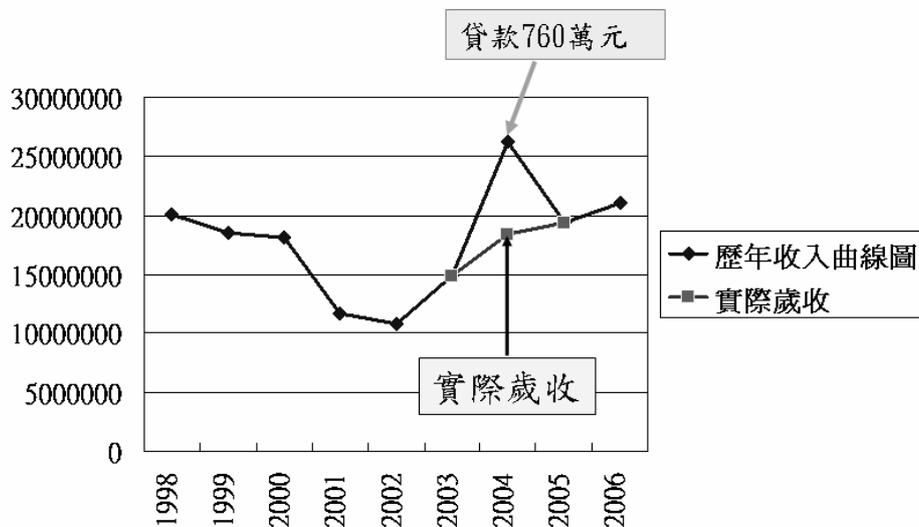


圖 4.2 1998 年至 2006 年收入對照曲線表圖 (研究者自繪)

不過，任何一個組織的任何一個募款方案必定要有配套措施，在完整的配套措施之下，才能取信於捐款人，進而獲得長期支持。這些配套措施包括：組織形象、專業化管理制度、有效的行銷管道、明確的經費運用標地、財務透明化、內部員工的認同感與縱向橫向的聯繫、令捐款人滿意的服務態度與績效等。

社團法人中華民國保護動物協會在正式推出「您領我養」方案之前，足足做了一年多的事前準備工作，包括：場地與房舍整建、犬籍登錄、網站建立、內部員工對「您領我養」方案的認知、行銷管道與工具的建置、相關表格製作等。

(一)「您領我養」募款方案成果與外溢效應

該協會雖是台灣歷史最悠久的保護動物組織，可是在 1999 年之後，領導人

不但無力創新領導，帶領組織開拓新的業務，連組織內部的管理也顯得鬆散，正如一座年久失修的老屋，一旦受到外部因素衝擊，立即出現「屋漏偏逢連夜雨」的窘況，從 1999 年到 2006 年的收支比較曲線圖（詳見圖 4.2）即可明顯的發現。自 2003 年 4 月初推出「您領我養」方案後，因為有明確的捐款使用標地，捐款領養人即迅速增加；同時因為捐款領養人有 98% 從未捐款過該協會，因此，等於為該協會另外開闢了一個新的捐款人版圖。又因為「您領我養」方案必須有完整的配套措施，不僅位在台北縣八里鄉的八里保育場，在精確掌控收容的流浪犬隻數目情況下，大大提升了保育場的環境與收容動物生活品質，也控制住了不必要的支出浪費與可能發生的弊端；且協會秘書處因為必須隨時更新網頁及通知捐款領養人最新犬隻動態，所以該協會八里保育場及秘書處人員的橫向聯繫也變得更密切。

在講求效率的專業化管理、財務透明化、明確捐款使用標地、保育場環境與收容犬隻生活品質提升、協會工作人員服務態度與品質提升等，不僅重新塑造了該組織的良好形象，也培養出一般捐款人的信心與忠誠度。因此，捐款收入急速增加（詳見表 4.1），在短短的七個月內將負債全數償清，且至 2006 年 12 月 31 日止，有新台幣 12,327,328 元的現金存款¹³⁴。並在 2004 年 4 月初以新台幣 920 萬元（其中現金 140 萬，貸款 780 萬）購買會館。

表 4.1 從 1998 年至 2005 年歷年歲收比較表 新台幣元

年度	1998	1999	2000	2001	2002
歲收	20,026,080	18,528,120	18,090,164	11,713,859	10,818,626
實收					
年度	2003	2004	2005	2006	
歲收	14,899,365	26,203,565	19,393,129	21,051,039	
實收		18403565			

*2004 年因購屋向銀行貸款 780 萬元。實際收入為 18,403,565。（本表為研究者自製）

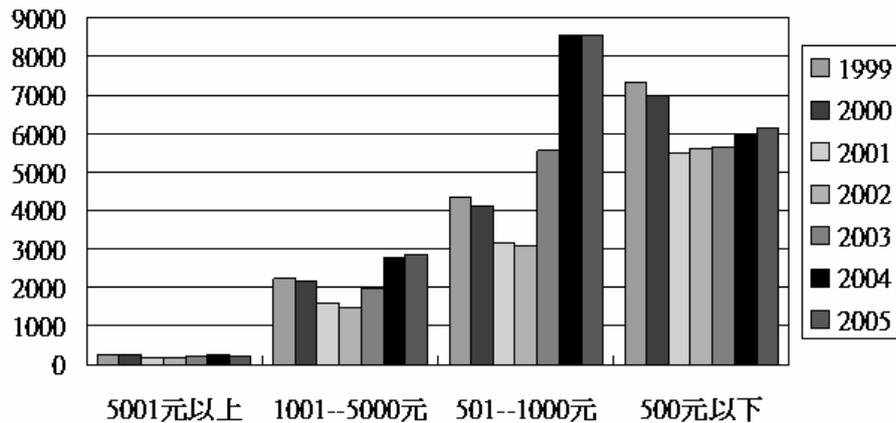
（二）1999 至 2006 年各層級捐款金額捐款人數比較表

在「您領我養」活動尚未推出前，該協會之捐款人以每次捐款新台幣 500 元

¹³⁴ 資料來源：社團法人中華民國保護動物協會第七屆第二次會員大會手冊，九十五年度經費支出結算報告與資產負債表。

以下者為最多，自從「您領我養」活動推出後，則因為領養一頭犬隻費用每月捐款新台幣 600 元，因而改變捐款人捐款金額結構，變成捐款 501 元至 1000 元者為最多。(詳見圖 4.3)

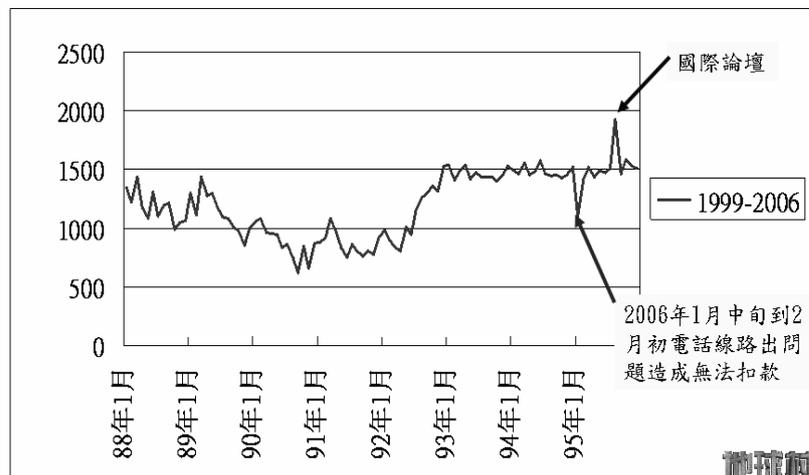
圖 4.3 1999 至 2006 年各層級金額捐款人數比較圖 (本研究者自繪)



(三)「您領我養」捐款領養人消長曲線

從 2003 年 4 月初起，捐款領養人即持續增加，但也有因為某些因素而終止領養者。

圖 4.4 1999—2006 所有捐款人數消長曲線圖 (本研究者自繪)



從圖 4.4，我們可以看到雖然終止領養人數佔了總領養人數的 27%。但是每

月仍繼續增加新的捐款領養人。到底是什麼因素造成這些人終止領養？又在同樣的條件下，為何又會有人願意加入捐款領養活動行列？且也有捐款領養人願意持續捐款領養？這些影響捐款領養人意願的因素是值得探討的工作。

(四) 終止捐款領養人與犬隻死亡狀況對照表

表 4.2 終止捐款領養人與犬隻死亡狀況對照表

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
92A*	25	29	28	28	21	21	27	12	10	28	23	27
92B*	0	0	0	0	0	0	2	1	4	6	4	12
93A*	19	7	10	10	12	10	18	17	37	22	12	22
93B*	8	7	4	10	9	2	5	9	9	13	4	5
94A*	13	20	7	2	6	8	13	7	5	7	3	7
94B*	24	11	13	5	6	6	3	8	39	3	4	3
95A*	9	11	7	5	6	1	3	10	6	8	4	11
95B*	1	4	22	9	4	6	3	8	6	2	4	1

附註：由社團法人中華民國保護動物協會提供資料，本表由研究者整理

A：犬隻死亡頭數

B：終止捐款領養人數

為了探討終止捐款領養人的終止領養行為是否和他領養的犬之發生死亡是否有關聯性，於是做了 2003、2004、2005、2006 年度每月份終止捐款領養人人數和犬隻死亡頭數對照表(詳見表 4.2)，以觀察是否有正相關或絕對相關性。

從表 4.2 中，可以覺察，可能有某些捐款領養人相當在意他所領養的犬隻發生死亡，例如：2004 年 2 月份，有 7 頭犬之發生死亡，同時也有 7 個人終止捐款領養，而在 2004 年 4 月份，2005 年 5 月份、6 月份、8 月份，2006 年 7 月份、10 月份、11 月份等都有犬隻死亡頭數和終止領養人數相同的情形。但是也有某部分捐款領養人在協會告知他所領養的犬之發生死亡後，轉認領其他犬隻，例如 2003 年 10、11 月份，各有 28 頭、23 頭犬之發生死亡，卻只有 6、4 個人終止捐款領養。而在 2005 年 9 月份只有 5 頭犬之發生死亡，卻有高達 39 人終止捐款領養，2006 年 3 月份有 7 頭犬隻死亡，也高達 22 個人終止領養。

從這裡可以推測，犬隻死亡會影響捐款領養人之領養意願，但是似乎並無絕對相關性，一定還有其他影響捐款領養人捐款領養意願之因素存在，例如：協會同仁的態度、捐款領養人的經濟狀況變差、捐款領養人搬遷造成失聯、認為協會

財務狀況已經改善可以不用再繼續捐款支持、協會財務處理不夠透明等。又，如果在犬隻發生死亡後，協會同仁的危機處理方法得當，是否可將危機化成轉機，不影響捐款領養人捐款領養意願？或者探討出其他協會能克服的影響捐款人意願的因素，培養捐款人對協會的忠誠度，而能長期持續捐款支持協會，這些都是非營利組織應該學習面對的技巧。

(五)「您領我養」捐款領養人性別比較

自 2003 年 4 月初起至 2006 年 12 月 31 日止，參與「您領我養」的捐款領養人總數有 1119 人，其中男性有 185 人，佔 16.5%；女性有 926 人，佔 82.8%；無法分辨性別的（如用公司行號或動物名稱）有 8 人，佔 0.7%。（詳見表 4.3）

表 4.3 捐款領養人性別比較表

	男性	女性	公司行號或其他
捐款領養人數	185	926	8
所佔比例	16.5%	82.8%	0.7%

本研究整理自社團法人中華民國保護動物協會內部資料

此項統計結果，幾乎和所有的非營利組織公佈的捐款人中女性絕對多於男性相同。中華社會福利聯合勸募協會（女性居多佔 55.3%）¹³⁵；財團法人瑪利亞文教基金會（女性 63.45%），男性（36.55%），且女性比男性更容易有繼續捐款的行為¹³⁶。「喜憨兒認同卡」活動自 87 年開始，捐款超過新台幣 6 千萬，總計創造了 11 萬卡友（七成為女性上班族性）。¹³⁷只有鄭怡世（1999）¹³⁸根據行政院主計處

¹³⁵ 資料來源：社團法人中華社會福利聯合勸募協會提供。

¹³⁶ 陳愛椿（2004），持續捐款行為研究—以財團法人瑪利亞文教基金會為例，國立中正大學社會福利研究所碩士論文，pp.96--100

¹³⁷ 資料來源：蕭淑珍，非營利組織行銷通路研究和產品定價策略，財團法人喜憨兒社會福利基金會，

<http://72.14.203.104/search?q=cache:bPqMEXjW9m8J:site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/92s-marketing1-6-1.ppt+%E5%8F%B0%E7%81%A3%E4%B8%8A%E7%8F%AD%E6%97%8F%E6%8D%90%E6%AC%BE%E8%A1%8C%E7%82%BA%E8%AA%BF%E6%9F%A5&hl=zh-TW&gl=tw&ct=clnk&cd=42> 2006/4/7

¹³⁸鄭怡世（1999），NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，

<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc>，2006/03/10

八十八年的調查報告顯示，曾捐贈的兩性人數相當，女性（37.3%）略高於男性（36.5%），但女性平均捐贈金額（5,562 元）僅為男性平均捐贈金額（8,975 元）的五分之三，顯示兩性之捐贈型態有差異。萬育維（1995）的研究亦顯示男女兩性在捐助對象時主要的考慮因素不同，男性較在意機構的聲譽，女性則以「覺得他們有需要」為主要考量。在此我們可以看到男女兩性在部分的捐贈行為上確實有差異。

從日常出席有關流浪動物活動的男、女性別人數觀察，女性人數也遠多於男性人數，而女性是基於什麼理由比男性熱衷於捐款領養流浪狗？也是本研究欲探討之原因。

（六）「您領我養」終止捐款領養人性別比較

2003 年 4 月起至 2006 年 12 月 31 日止，終止領養人總數共有 303 人。佔總領養人數 1119 人之 27%。

其中男性終止捐款領養人 56 人，佔總終止領養人 303 人之 18.5%，而男性終止捐款領養人佔男性總捐款領養人 185 人之 30.3%。

女性終止捐款領養人 243 人，佔總終止領養人 303 人之 80.2%，而女性終止捐款領養人佔女性總捐款領養人 926 人之 26.2%。

換言之，終止捐款領養人，並不因為性別而有所差異，這似乎意味著只要協會在服務輸出過程無法令他滿意或其他因素（如經濟因素），都可能造成男性或女性捐款領養人決定終止捐款領養行為。

表 4.4 終止捐款領養人性別比較表

	男性	女性	公司行號或其他
終止捐款領養人數	56	243	4
所佔比例	18.5%	80.2%	1.3%
佔同性別捐款領養人之比例	30.3%	26.2%	50%

本研究整理自社團法人中華民國保護動物協會內部資料

(七)「您領我養」捐款領養人年齡層分布比較

表 4.5 領養人年齡層分布表

年齡層	小計	所佔比例 (%)
15 歲以下	4	0.35%
16-20	13	1.2%
21-25	210	18.8%
26-30	393	35.1%
31-35	222	19.8%
36-40	115	10.3%
41-45	61	5.5%
46-50	42	4.2%
51-55	24	2.1%
56-60	17	1.5%
61-65	7	0.6%
66-70	7	0.6%
71-75	4	0.4%
總計	1119	100%

註：(1) 公司行號領養者以其負責人做為年齡層分布計算 (研究者自繪)
 (2) 資料由中華民國保護動物協會提供

從上表可見，捐款領養人年齡層最多的是 26—30 歲者 (35.1%)，31—35 歲者次多 (19.8%)，排行第三多的為 21—25 歲者 (18.8%)，然後隨著年齡層增加或減少而遞減。(詳見表 4.5 與圖 4.5)

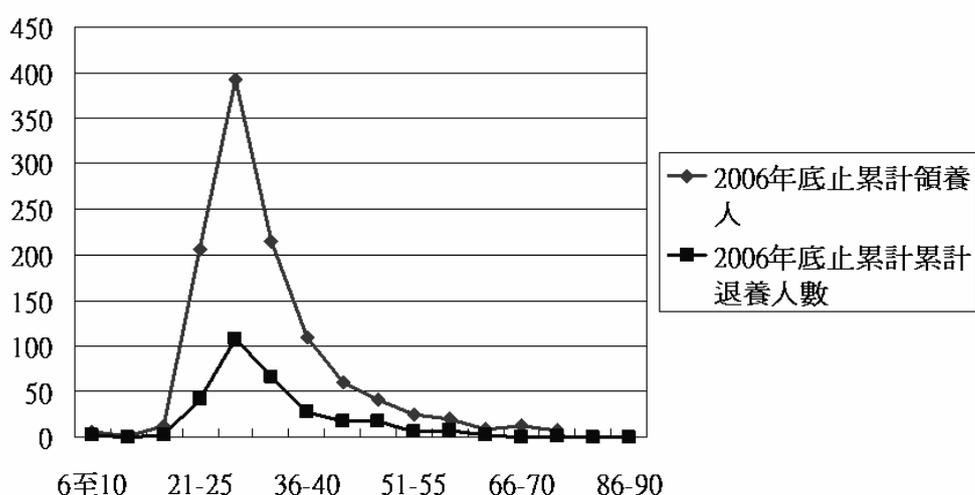


圖 4.5 捐款領養與終止領養人年齡層分布圖

根據社團法人中華社會福利聯合勸募協會所公佈的資料中顯示，有近三成為

36-45 歲、26-35 歲則佔 23.9%¹³⁹。陳愛椿 (2004)¹⁴⁰對財團法人瑪利亞文教基金會持續捐款人所做的調查報告則顯示，36-45 歲 (36.43%) > 46-55 歲 (31.34%) > 26-35 歲 (18.75%) > 56 歲以上 (10.49%) > 19-25 歲 (3.08%)。行政院主計處 2003 年 9 月公佈的「最近一年曾對非營利團體捐款之主要原因」¹⁴¹中，不論男性或女性捐款人，都以 35—44 歲者為做最多 (總計佔 30.2%)，45—54 歲次之 (總計佔 25.2%)，25—34 歲排第三 (總計佔 20.1%)。

然而，不論是中華社會福利聯合勸募協會、財團法人瑪利亞文教基金會或行政院主計處公佈的資料，都是捐給從事社會福利工作的非營利組織為調查對象，而中華民國保護動物協會的統計資料則是以捐款領養流浪狗者為調查對象，是否意味著近年來台灣動物保護意識提升，使重視動物保護工的捐款人年齡層比重視社會福利工作的捐款人為年輕。值得探討。

(八)「您領我養」終止捐款領養人年齡層分布比較

總終止捐款領養人有 303 人，佔總捐款領養人之 27%。在終止捐款領養人年齡層比較表中，最多者也是 26—30 歲的年齡層，有 108 人，佔終止捐款領養人總數之 35.6%；31—35 歲者次之，有 67 人，佔 22.1%；再三為 21—25 歲者，有 42 人，佔 13.9%；其餘也隨年齡增加或減少而降低。(詳見表 4.6 與圖 4.5)

表 4.6 終止領養人年齡層分布表與比例表

年齡層	小計 (人)	所佔比例 (%)
15 歲以下	3	1.0%
16-20 歲	2	0.7%
21-25 歲	42	13.9%
26-30 歲	108	35.6%
31-35 歲	67	22.1%
36-40 歲	28	9.2%
41-45 歲	18	5.9%

¹³⁹ 資料來源：中華社會福利聯合勸募協會提供。

¹⁴⁰ 陳愛椿 (2004)，持續捐款行為之研究—以財團法人瑪利亞文教基金會為例，國立中正大學社會福利研究所碩士論文，pp.96--100

¹⁴¹ 資料來源：行政院主計處 (2003)，最近一年曾對非營利團體捐款之主要原因，<http://eng.dgbas.gov.tw/public/Attachment/411291359171.xls>，2006/03/10

年齡層	小計(人)	所佔比例(%)
46-50 歲	17	5.6%
51-55 歲	6	2.0%
56-60 歲	8	2.6%
61-65 歲	3	1.0%
66-70 歲	0	0
71-75 歲	1	0.3%
總計	303	100%

附註：(1) 公司行號捐款領養者以其負責人之年齡做為統計資料

(2) 資料由中華民國保護動物提供，研究者製表

但是，若就各年齡層自行比較，則以 15 歲以下者終止捐款領養的百分比最高，佔 75%，意味著因為經濟仍須依賴家長，決定是否繼續捐款領養之自主權力來自於家長；56—60 歲者次之，佔 47.1%；61—65 歲者排行第三，佔 42.9%；46—50 歲者排行第四，佔 40.5%；是否意味著從 46 歲以上年齡層的捐款領養者，受到家庭經濟收入之影響？值得探討。至於年齡層在 21—25 歲者(20%)、26—30 歲者(27.5%)、31—35 歲者(30.1%)、36—40 歲者(24.3%)、41—45 歲者(29.5%) 則接近平均終止捐款領養人平均率(27.1%)。(詳見表 4.7)

表 4.7 各年齡層終止捐款領養人相互比較表

年齡層	領養人數小計	終止領養人數小計	所佔比例(%)
15 歲以下	4	3	75%
16-20	13	2	15.4%
21-25	210	42	20%
26-30	393	108	27.5%
31-35	222	67	30.1%
36-40	115	28	24.3%
41-45	61	18	29.5%
46-50	42	17	40.5%
51-55	24	6	25%
56-60	17	8	47.1%
61-65	7	3	42.9%
66-70	7	0	0
71-75	4	1	25%
總計	1119	303	27.1%

註：(1) 公司行號領養者以其負責人做為年齡層分布計算 (研究者自繪)

(2) 資料由中華民國保護動物協會提供

(九)「您領我養」捐款領養人與終止捐款領養人分布縣市比較

所有參與「您領我養」活動的 1119 位捐款領養人分部的縣市以台北市為最多，有 490 人，佔 43.8%；台北縣次之，有 365 人，佔 32.6%；第三是桃園縣，有 78 人，佔 7.0%；其他北部的縣市如：基隆市 (28 人，佔 2.5%)、新竹縣市 (31 人，佔 2.8%)；都會型的中南部縣市如：台中縣市 (30 人，佔 2.7%)、台南縣市 (28 人，佔 2.5%)、高雄縣市 (32 人，佔 2.9%)。

表 4.8 「您領我養」捐款領養人與終止捐款領養人分布縣市比較

	台北市	台北縣	基隆市	桃園縣市	新竹縣市	台中縣市	台南縣市	高雄縣市	其他地區
領養人 (924)	490	365	28	78	31	30	28	32	32
所佔比率	43.8%	32.6%	2.5%	7.0%	2.8%	2.7%	2.5%	2.9%	2.9%
終止領養人	129	103	6	21	4	9	6	13	12
所佔比率	42.6%	34.0%	2.0%	6.9%	1.3%	3.0%	2.0%	4.3%	4.0%

本研究整理自社團法人中華民國保護動物協會內部資料

從統計數字可以看出，北部的台北市、台北縣、桃園縣、基隆市就佔了總領養人數的 85.9%，其餘的地區才瓜分 14.1% 的捐款領養比例。(詳見表 4.8)

行政院主計處 2003 年 9 月公佈的「最近一年曾對非營利組織捐款的主要途徑」顯示，在 2,488,000 人中，北部地區為 1,073,000 人 (佔 43.1%)，中部地區為 635,000 人 (佔 25.5%)，南部地區為 733,000 人 (佔 29.5%)，東部地區為 47,000 人 (佔 1.9%)。鄭怡世 (1999)¹⁴²、大陸上海市對希望工程的調查¹⁴³等也都顯示，都市化程度越高的地區，民眾捐款的意願越高，反之則越低。

¹⁴² 鄭怡世 (1999)，NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，

<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc>，2006/03/10

¹⁴³ 資料來源：青聯學聯兩會特刊，代表最廣大人民利益的一個成功實踐，上海是希望工程辦公室提供，http://www.cyol.net/gb/content/2000-07/13/content_41204.htm 2006/4/15

然而，此項調查所顯示的結果，是否和都市化後的地區所居住的人民教育程度普遍比鄉村型地區高、收入也較高、獲得訊息的來源較多樣化且迅速、以及因為離鄉背井外出謀生容易產生同理心等因素，有待探討。

又從終止捐款領養人縣市分部統計結果發現，北部縣市的終止捐款領養人也佔了 85.5%（台北市 42.6%、台北縣 34.0%、基隆市 2.0%、桃園縣 6.9%）。此項結果是否意味著雖然北部地區民眾比較踴躍參與「您領我養」活動，但是捐款後的期待也相對多元化，協會服務不容易滿足他們的需求，因而終止捐款領養。至於到底什麼因素？有待探討！

（十）「您領我養」捐款領養人訊息來源比較表

該協會在推出「您領我養」方案的初期，僅以協會網站、印製 DM 放置在北部地區的 7—11 供人索取、協會「流浪動物之家」雜誌刊登等三種宣傳管道發布訊息，在 2003 年 7 月底捐款領養人達到 380 多人的時候，在立法院群賢樓一樓第一會議室舉辦了一場記者會，並邀請領養人現身說法，之後，就僅靠協會網站、雜誌、小型活動、捐款領養人推薦親友加入等途徑行銷「您領我養」活動。

至 2006 年 12 月 31 日止之 1119 位捐款領養人中，從協會《流浪動物之家》獲得資訊者有 186 人，佔 16.6%；從媒體獲得資訊者有 144 人，佔 12.9%；從協會網站獲得資訊者有 323 人，佔 28.9%；由親朋好友推薦而獲得資訊者有 222 人，佔 19.8%；其他途徑與未填資訊來源者有 244 人，佔 21.8%。（詳見表 4.9）

至 2006 年 12 月 31 日止之 303 位終止捐款領養人中，從協會《流浪動物之家》獲得資訊者有 54 人，佔 17.8%；從媒體獲得資訊者有 109 人，佔 36.0%；從協會網站獲得資訊者有 40 人，佔 13.2%；由親朋好友推薦而獲得資訊者有 60 人，佔 19.8%；其他途徑得知與未填資訊來源者有 40 人，佔 13.2%。（詳見表 4.10）

表 4.9 「您領我養」捐款領養人訊息來源比較表

	協會雜誌	協會網站	媒體	親友推薦	其他	未選擇	小計
總計（人）	186	144	323	222	6	238	1119

所佔比例%	16.6%	12.9%	28.9%	19.8%	0.5%	21.3%	100%
-------	-------	-------	-------	-------	------	-------	------

本研究整理自社團法人中華民國保護動物協會內部資料

表 4.10 各種訊息來源之「您領我養」終止捐款領養人比較表

	協會 雜誌	協會 網站	媒體	親友推薦	其 他	未選擇	小 計
總計(人)	54	40	109	60	2	38	303
所佔比例%	17.8%	13.2%	36.0%	19.8%	0.7%	12.5%	100%

本研究整理自社團法人中華民國保護動物協會內部資料

又從每月捐款領養人數統計表中發現，在 2003 年 8 月 8 日舉辦記者會後，當月增加的領養人數最多，有 120 人，在之前，可能因為協會在北部的 7—11 放置 DM 產生的效果，所以捐款領養人數也不少，之後僅靠網路、協會雜誌與捐款領養人親友介紹的宣傳效果而已，所以捐款領養人增加的速度很慢。(詳見表 4.11)

表 4.11 2003 年—2006 年每月新增捐款領養人數比較表

月份	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
2003		20 人	10 人	44 人	28 人	71 人	80 人	120 人	53 人	39 人	33 人	44 人
2004	33 人	35 人	34 人	16 人	16 人	28 人	22 人	7 人	5 人	24 人	11 人	8 人
2005	5 人	20 人	13 人	18 人	12 人	5 人	15 人	7 人	15 人	8 人	11 人	14 人
2006	0	36 人	26 人	23 人	12 人	11 人	13 人	21 人	22 人	8 人	16 人	7 人

本研究整理自社團法人中華民國保護動物協會內部資料

表 4.12 2003 年—2006 年每月新增捐款領養頭數比較表

月份	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
2003		34	12	71	37	89	98	155	79	46	37	42
2004	50	47	45	20	21	36	36	9	7	31	18	13
2005	8	24	14	24	16	6	16	10	24	8	16	29
2006	0	40	32	28	31	15	15	28	24	10	24	11

本研究整理自社團法人中華民國保護動物協會內部資料

(十一)「您領我養」捐款領養人各年齡層資訊來源比較

從表 4.13 可以發現從媒體報導獲得訊息而捐款領養者佔多數 (28.9%)，而透過協會網站產生捐款領養者佔 12.9%。這和其他的非營利團體的捐款人大多從媒體獲得訊息後產生捐款行為之調查結果相同。雖然主該協會只在 2003 年 8 月 8 日假立法院群賢樓針對「您領我養」主題召開過一次記者會而已，之後再也沒有針對這個主題召開過記者會，而只靠對這個議題有興趣的各媒體記者採訪報導，仍能有這種成果，可見媒體報導產生的威力不容忽視。所以，若該協會能重新包裝此議題，利用各種機會召開記者會，將會有更好的成果。換言之，該協會在行銷技術與媒體公關方面，仍猶待加強。

表 4.13 「您領我養」捐款領養人各年齡層資訊來源比較表

年齡層	協會雜誌	協會網站	媒體	親友推薦	其他	未選擇	小計
15 歲以下	2	1	1				4
16-20	2	0	0	4	0	7	13
21-25	32	28	77	52	0	21	210
26-30	47	48	105	86	1	106	393
31-35	46	34	64	36	2	40	222
36-40	25	16	36	16	1	21	115
41-45	13	10	15	7	0	16	61
46-50	9	3	9	9	0	12	42
51-55	3	4	5	3	1	8	24
56-60	3	0	7	2	1	4	17
61-65	2	0	2	1	0	2	7
66-70	1	0	2	3	0	1	7
71-75	1	0	0	3	0	0	4
總計	186	144	323	222	6	238	1119
比例%	16.6%	12.9%	28.9%	19.8%	0.5%	21.3%	100%

本研究整理自社團法人中華民國保護動物協會內部資料

然而從 4.13 統計表，捐款領養人不論是從協會雜誌(16.6%)、協會網站(12.9%)、媒體(28.9%)親朋好友介紹(19.8%)等獲得「您領我養」活動訊息而產生捐款領養行動，但不容否認還是以 21 歲到 40 歲年齡層居多，佔總領養人數的

84%，而這些年齡層的捐款領養人有 30% 是從媒體獲得「您領我養」活動訊息。至於從協會所發行的《流浪動物之家雜誌》獲知訊息而捐款領養者有 16.0%，瀏覽協會網站後而捐款領養者有 13.4%，經親朋好友介紹而捐款領養者有 20.2%。可見，非營利動保團體還是要懂得如何運用媒體作為行銷管道。

(十二)「您領我養」終止捐款領養人各年齡層資訊來源比較

至於從表 4.14 中發現終止捐款領養人中，也是以從媒體獲知訊息而捐款領養者為最多，對照因從媒體獲知訊息而捐款領養者為最多，是否意味著「您領我養」是一個吸引人的活動，因而吸引了好奇又衝動型的捐款人加入這個活動，但是在參加後發現不能滿足自己的期待，因而退出。通常衝動型捐款人容易受到媒體報導、親友慫恿等影響，但捐款意念也容易消退。

表 4.14 「您領我養」終止捐款領養人各年齡層資訊來源比較

年齡層	協會雜誌	協會網站	媒體	親友推薦	其他	未選擇	小計	比例%
15 歲以下			1			1	2	0.66%
16-20			2				2	0.66%
21-25	5	5	18	6		8	42	13.86%
26-30	18	13	45	17		14	107	35.31%
31-35	16	12	26	15		3	72	23.76%
36-40	2	5	7	9	1	3	27	8.91%
41-45	2	3	4	7		4	20	6.60%
46-50	5	1	1	3		4	14	4.62%
51-55			2	2			4	1.32%
56-60	3	3	2			1	9	2.97%
61-65	1		1	1			3	0.99%
66-70							0	0.00%
71-75				1			1	0.33%
小計	52	42	109	61	1	38	303	100.00%
所佔比例 (%)	17.16%	13.86%	35.97%	20.13%	0.33%	12.54%	100.00%	

註：終止捐款領養人累積總數為 303 人

第五節 本章小結

社團法人中華民國保護動物協會推出的「您領我養」募款方案，從捐款領養人數的提升和年度總收入增加的觀點來看，對該協會而言，可以說是一個成功的募款方案。

一個成功的募款方案，除了要有明確的捐款運用標地外，還要有吸引人而又名副其實能朗朗上口的口號，「您領我養」正好具備這個特性。

「您領我養」募款方案是針對沒有多餘的時間與空間收容流浪狗的愛心人士所設計，讓她們能貢獻愛心，領養一頭屬於自己名下的流浪犬，又不用負擔整理牠的時間與收容牠的空間，且還能是自己的情況，將牠帶回家共處短暫的快樂時光，享受飼養寵物的愉悅。

但是，如果缺乏有效管理的配套措施，縱然口號再響亮，經過一段時間後，必然會被捐款人認為那只是一場斂財的騙局，反而會使組織受到更大的傷害。因此，協會從業人員的服務態度、經營所呈現的效率、財務透明度，一定要讓捐款領養人獲得滿意，才能令他們持續捐款領養，甚至作為見證人，廣邀親友加入捐款領養行列。

Greenfield, j. M. & Dreves (1997: 118) 將馬斯洛的金字塔結構模型修正後，用來描繪捐款人層級結構，這是源自學術界主張的結構主義觀點 (structuralist view)。但是從該協會歷年來各捐款金額層級的捐款人數以及因為「您領我養」募款方案開創的新捐款人版圖統計結果來看，應驗熊彼得(Joseph Schumpeter)提出的重建主義學說 (reconstructionist view)，也就是說，市場可以因為需要而重建¹⁴⁴，擴大市場邊緣。過去該協會捐款金額在 500 元以下的佔最多數，但是自從推出「您領我養」募款方案後，捐款 501—1000 元的人數已超過捐款 500 元以下者。同時也可應證，只要有良好的方案，有足夠的理由，即可以合理提升每個人的捐款金額。

然而，從社團法人中華民國保護動物協會內部整理的捐款領養人消長曲線圖

¹⁴⁴ 黃秀媛譯 (2005)，W. Chan Kim & Renée Mauborgne 《藍海策略—開創無人競爭的全新市場》，台北，天下遠見出版股份有限公司，p.34

看到，在總捐款領養人中有約四分之一的人退養，這些人為何會終止捐款而退領養，必定有其原因。這就是本研究想要探討的題目之一。

從表 4.2 中，可以覺察，可能有某些捐款領養人相當在意他所領養的犬隻發生死亡，例如：2004 年 2 月份，有 7 頭犬之發生死亡，同時也有 7 個人終止捐款領養，而在 2004 年 4 月份、2005 年 5 月份、6 月份、8 月份，2006 年 7 月份、10 月份、11 月份等都有犬隻死亡頭數和終止領養人數相同的情形。但是，也有某部分捐款領養人在協會告知他所領養的犬隻發生死亡後，轉領養其他犬隻，並不受犬隻發生死亡之影響。例如 2003 年 10、11 月份，各有 28 頭、23 頭犬之發生死亡，卻只有 6、4 個人終止捐款領養。而在 2005 年 9 月份只有 5 頭犬之發生死亡，卻有高達 39 人終止捐款領養。意味著捐款領養人的領養行為除了受到犬隻死亡因素影響之外，還存在其他足以影響終止捐款領養因素。

又從該協會「您領我養」募款方案所定每頭狗接受 5 個人領養的目標，在理論上，被領養的頭次最少應該有 2000 頭次以上。然而，到 2006 年 12 月 31 日止，只有 1119 頭次被領養，也就是說平均每頭狗只有 2 位領養人，離預期目標相差太遠，這到底又是什麼原因？是因為該協會的行銷能力太弱？還是捐款領養人對於流浪犬隻的外型有所偏好？猶待探討。

2006 年 12 月 31 日止之 119 位捐款領養人中，從協會《流浪動物之家》獲得資訊者有 186 人，佔 16.6%；從協會網站獲得資訊者有 323 人，佔 28.9%；從媒體獲得資訊者有 144 人，佔 12.9%；由親朋好友推薦而獲得資訊者有 222 人，佔 19.8%；未填資訊來源者有 238 人，佔 21.3%。(詳見表 4.9)。這項統計結果和最多數的捐款領養人年齡層落於 21—30 歲的年齡層，是否意味著和這個年齡層使用網路的普及性高達 94%¹⁴⁵有正相關性？若該協會在網頁設計上能夠吸引更多瀏覽，是否會有更好的成果？值得觀察。然而，從其他非營利組織的調查報告中得知，發布募款訊息最有效的行銷途徑是媒體卻有所差異，主要是因為，該協會透過媒體行銷「您領我養」募款方案訊息的揭露次數也只不過在 2003 年

¹⁴⁵ 資料來源：沈聖書，非營利組織的網路行銷、網站管理、與資訊運用，<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/information1-3-%E9%9D%9E%E7%87%9F%E5%88%A9%E7%B5%84%E7%B9%94%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E8%A1%8C%E9%8A%B7.ppt>，2006/3/10

8月8日正式舉辦一次記者會而已，在當月份卻吸引了120位捐款領養人，也是到目前為止在一個月內捐款領養人成長最多的月份（見表4.11）；領養頭數也是在2003年8月份增加最多，有155頭（見表4.12）。其餘的媒體揭露都不是該協會主動發布訊息，而是記者主動採訪，可是卻有此成果，可見該協會媒體公關仍亟需加強，以利用媒體多多暴露「您領我養」募款方案，提升全台各地的捐款領養人數。

而學歷越高上網路越普及（大學90%，研究所以上94%）¹⁴⁶，這是否又意味著住在都會區的捐款領養人平均學歷較高？且從協會網路獲得訊息而捐款領養者的平均學歷要比從其他途徑獲得訊息而捐款領養者為高？

¹⁴⁶ 資料來源：同上。

第五章 回收基本資料分析

本研究問卷調查對象為從 2003 年 4 月起至 2006 年 12 月 31 日止，參與社團法人中華民國保護動物協會「您領我養」募款活動的所有捐款領養者，總計有 1119 人。在此期間有 303 人終止領養，有 816 人維持領養。

以 excel 亂碼抽樣，終止領養人與持續領養人中各抽出三分之一（101 人、272 人），總計發出 373 份問卷。終止領養人回收問卷為 67 份，持續領養人回收問卷 165 份，總計回收 232 份，回收率為 62.2%。其中無效問卷有 2 份，故實際統計分析份數為 230 份。

統計分析內容包括（1）人口學統計，也就是統計領養人的：性別、年齡、教育程度、宗教信仰、職業、家庭月收入、婚姻狀況等。（2）社會經濟文化等環境因素影響，內容包括：行銷途徑的效果性認知、勸募方法的有效性認知、勸募訴求重點的重要性認知、捐款頻率、每次捐款額度、可增加額度等。至於是否曾經擔任過義（志）工、是否曾捐助慈善機構、是否曾捐助其他動保團體、是否飼養過流浪動物、是否飼養過同伴動物等，則是觀察捐款人之過去經驗是否對其捐款意念產生影響。（3）心理層面的影響因素，包括對安樂死的看法、捐款動機、決定捐款因素、文宣資料處理方式、影響繼續捐款的因素等。

第一節 社經背景描述性統計分析表

一、性別

問卷調查回收有效問卷共 230 封，男性有 26 位(11.30%)，女性 200 位(86.96%)，遺漏值 4 份(1.74%)。(詳參表 5.1.1) 這種現象和所有非營利組織所做的分析相同，甚至支持「您領我養」活動的女性捐款領養人比其他非營利組織所佔比例還高出甚多。

表 5.1.1 性別分析表

人口統計項目	類別	人數	百分比(%)
性別	男	26	11.30

女	200	86.96
遺漏值	4	1.74

二、年齡層

19 歲以下 1 位 (0.43%)，20~29 歲 60 位 (26.09%)，30~39 歲 123 位 (53.48%)，40~49 歲 26 (11.30)，50~59 歲 13 位 (5.65%)，60 歲以上 3 位 (1.30%)，遺漏值 4 份 (1.74%)。(詳參表 5.1.2) 從調查顯示中，20~29 歲有 26.09% 與高達 53.48% 30~39 歲的參與「您領我養」活動捐款領養人，表示台灣社會的動物保護觀念已在社會中堅份子中逐漸抬頭。且對照 5.1.3 表所顯示的高中(職)、專科、大學(學院)、研究所等教育程度者為參與「您領我養」活動的主要支持者。

表 5.1.2 年齡層分析表

人口統計項目	類別	人數	百分比(%)
年齡	19 歲以下	1	0.43
	20~29 歲	60	26.09
	30~39 歲	123	53.48
	40~49 歲	26	11.30
	50~59 歲	13	5.65
	60 歲以上	3	1.30
	遺漏值	4	1.74

三、教育程度

國(初中)1 位 (0.43%)，高中(職)20 位 (8.70%)，專科 43 位 (18.70%)，大學(學院)118 位 (51.30%)，研究所以上 44 位 (19.13%)，遺漏值 4 份 (1.74%)。(詳參表 5.1.3) 調查顯示，參與「您領我養」活動的捐款領養人中以大學(學院)學歷者為最多，且佔了 51.30%，這和文獻中其他調查資料符合，意味著大學(學院)學歷的捐款者不僅經濟能力較強，且重視捐助對象所從事的業務是否符合

自己的志願與服務成果。如表 5.6.所示，認為該機構經費運用令人信任的重要性排序為第一，該機構募款用途明確符合自己的目標的重要性排序為第二，該機構所從事的業務符合自己的理念的重要性排序為第三，該機構以往的服務成果的重要性排序為第四，該機構職員服務態度的重要性排序為第五，該機構的口碑的重要性排序為第六。

表 5.1.3 教育程度別分析表

人口統計項目	類別	人數	百分比(%)
教育程度	國(初中)	1	0.43
	高中(職)	20	8.70
	專科	43	18.70
	大學(學院)	118	51.30
	研究所以上	44	19.13
	遺漏值	4	1.74

四、宗教信仰

佛教 64 位 (27.83%)，道教 4 位 (1.74%)，佛、道皆有 58 位 (25.22%)，回教 1 位 (0.43%)，基督教 12 (5.22%)，一貫道 1 位 (0.43%)，其他 1 位 (0.43%)，無 85 位 (36.96%)，遺漏值 4 份 (1.74%)。若將佛教與佛、道皆有視為同類宗教信仰，則以此類宗教信仰的捐款人為最多，有 122 位 (53.05%)，佔二分之一強。(詳參表 5.1.4) 由於教義不同，會造成不同宗教信仰者在從事慈善捐款與捐款使用目標之認知有所差異。對照表 5.1.4，顯示確實出現不同宗教信仰者對於捐款動機的認知在統計上「有顯著」的差異，因此宗教信仰的「不同會影響」(p 值 < 0.005) 捐款領養人的捐款動機。然而多重比較分析結果顯示，僅「佛教信仰」的捐款領養人其捐款動機的整體表現「顯著地高於無宗教信仰」(p 值 < 0.05) 的捐款領養人。

表 5.1.4 宗教信仰別分析表

人口統計項目	類別	人數	百分比(%)
宗教信仰	佛教	64	27.83
	道教	4	1.74
	佛、道皆有	58	25.22
	回教	1	0.43
	基督教	12	5.22
	一貫道	1	0.43
	其他	1	0.43
	無	85	36.96
	遺漏值	4	1.74

五、職業

公教人員 40 位 (17.39%)，一般職員 102 位 (44.35%)，企業主、老闆 2 位 (0.87%)，自由業 22 位 (9.57%)，技術人員、工程師 8 位 (3.48%)，家庭管理 12 位 (5.22%)，退休人員 4 位 (1.74%)，其他 35 位 (15.22%)，遺漏值 5 封 (2.17%)。(詳參表 5.1.5)

表 5.1.5 職業別分析表

人口統計項目	類別	人數	百分比(%)
職業	公教人員	40	17.39
	一般職員	102	44.35
	企業主、老闆	2	0.87
	自由業	22	9.57
	技術人員、工程師	8	3.48
	家庭管理	12	5.22
	退休人員	4	1.74
	遺漏值	5	2.17

人口統計項目	類別	人數	百分比(%)
	其他	35	15.22
	遺漏值	5	2.17

六、家庭月收入

家庭月收入 30000 元以下之捐款領養人有 34 位 (14.78%)，家庭月收入 30001~60000 元之捐款領養人有 97 位 (42.17%)，家庭月收入 60001~90000 元之捐款領養人有 41 位 (17.83%)，家庭月收入 90001~120000 元之捐款領養人有 29 位 (12.61%)，家庭月收入 120001~150000 元之捐款領養人有 8 位 (3.48%)，家庭月收入 150000 元以上之捐款領養人有 9 位 (3.91%)，遺漏值 12 封 (4.78%)。(詳參表 5.1.6) 顯示參與「您領我養」活動之捐款領養人中以家庭月收入 30001~60000 元之中產階級為最多，高收入之者反而比月收入低於 3 萬元者為少。

表 5.1.6 家庭月收入分析表

人口統計項目	類別	人數	百分比(%)
家庭月收入	30000 元以下	34	14.78
	30001~60000 元	97	42.17
	60001~90000 元	41	17.83
	90001~120000 元	29	12.61
	120001~150000 元	8	3.48
	150000 元以上	9	3.91
	遺漏值	12	4.78

七、婚姻狀況

(1) 未婚 127 位 (55.22%)，(2) 已婚無子女 42 位 (18.26%)，(3) 已婚，最小孩子不滿 6 歲 34 位 (14.78%)，(4) 已婚，最小孩子 6~18 歲 15 位 (6.25%)，(5) 已婚，最小孩子 18 以上 8 位 (1.74%)，(6) 遺漏值 4 封。

(詳參表 5.1.7)

表 5.1.7 婚姻狀況分析表

人口統計項目	類別	人數	百分比(%)
婚姻狀況	未婚	127	55.22
	已婚無子女	42	18.26
	已婚，最小子女不滿 6 歲	34	14.78
	已婚，最小子女 6~18 歲	15	6.52
	已婚，最小子女 18 以上	8	3.48
	遺漏值	4	1.74

八、是否曾經擔任過義(志)工

曾經擔任過義(志)工者有 42 位，未曾擔任過義(志)工者有 184 位，遺漏值 4 封。(詳參表 5.1.8) 捐助公益組織出錢與出力所獲得的體驗不盡相同，對於支持公益組織最寶貴的是能讓贊助者變成參與者，則更能藉由親身體驗獲得感同身受的心情，進而長期支持。

表 5.1.8 是否曾經擔任過義(志)工分析表

人口統計項目	類別	人數	百分比(%)
曾擔任義(志)工	是	42	18.26
	否	184	80.00
	遺漏值	4	1.74

九、是否曾捐助慈善機構

曾捐助慈善機構者有 197 位，不曾捐助慈善機構者有 29 位，遺漏值 4 封。(詳參表 5.1.9) 亦即表示高達 85.65% 參與「您領我養」活動的捐款人，以往有捐助公益事業的經驗。

表 5.1.9 是否曾捐助慈善機構分析表

人口統計項目	類別	人數	百分比(%)
曾捐助慈善機構	是	197	85.65
	否	29	12.61
	遺漏值	4	1.74

十、是否曾捐助其他動保團體

曾經捐助過者有 111 位，未曾經捐助過者有 116 位，遺漏值 3 封。意味著有一半捐款人是因為「您領我養」活動的主題而興起捐款動物保護團體的意念，也就是「您領我養」活動所開拓的新捐款人領域（詳參表 5.1.10）

表 5.1.10 是否曾捐助其他動保團體分析表

人口統計項目	類別	人數	百分比(%)
曾捐助動保團體	是	111	48.26
	否	116	50.43
	遺漏值	3	1.30

十一、是否飼養過流浪動物

飼養過者有 181 位（78.70%），未曾飼養過者為 46 位（20.0%），遺漏值 4 封（1.30%）。（詳參表 5.1.11）

表 5.1.11 是否飼養過流浪動物分析表

人口統計項目	類別	人數	百分比(%)
飼養過流浪動物	是	181	78.70
	否	46	20.00
	遺漏值	3	1.30

十二、是否飼養過同伴動物

正在飼養者有 152 位 (66.09%)，曾經飼養過者有 65 位 (28.26%)，從未飼養過者有 7 位 (3.04%)，遺漏值 6 封 (2.61)。(詳參表 5.1.12)

表 5.1.12 是否飼養過同伴動物分析表

人口統計項目	類別	人數	百分比(%)
飼養過同伴動物	正在飼養中	152	66.09
	曾經飼養過	65	28.26
	從未飼養過	7	3.04
	遺漏值	6	2.61

十三、同一時間領養頭數

在所有「您領我養」捐款領養人中，在同一時間以領養一隻狗者為最多，有 156 位；同時領養兩頭者次之，有 39 位；同時領養 3—5 頭者有 16 位；同時領養 6 頭以上者有 2 位；遺漏值為 17 封。事實上，在協會所提供的資料中，同時領養 6 頭以上者總數為 8 人。問卷抽樣中佔了 25%。(詳參表 5.1.13)

表 5.1.13 同一時間領養頭數表分析表

人口統計項目	類別	人數	百分比(%)
曾最多領養八里 保育場之狗(貓)數	一隻	156	67.83
	二隻	39	16.96
	三~五隻	16	6.96
	六隻以上	2	0.87
	遺漏值	17	7.39

第二節 安樂死看法與人口統計變項分析

一、不同宗教信仰對安樂死的看法

表 5.2.1 不同宗教信仰對安樂死的看法分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
宗教信仰					1.39
	佛教	61	3.01	0.34	
	佛、道皆有	58	3.09	0.35	
	基督教	10	3.20	0.28	
	無	80	3.09	0.28	

註：(1) *= p 值 < 0.05 、**= p 值 < 0.005

(2) 對安樂死的看法皆使用『非常不同意』到『非常同意』(1 至 5)

分析結果

不同宗教信仰的捐款領養人對安樂死的整體看法平均數在統計的表現上沒有顯著的差異，因此宗教信仰的不同不會影響該協會「您領我養」捐款領養人對安樂死的看法。亦即對於罹患重病無法醫治、行為乖張凶狠隻流浪犬隻，基於人道立場，同意施以人道處理。

二、不同年齡層對安樂死的看法

表 5.2.2 不同年齡層對安樂死的看法分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
年齡層					0.91
	29 歲以下	59	3.12	0.32	
	30-39 歲	117	3.06	0.33	

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值)
					(Scheffe 事後檢定)
	40-49 歲	26	3.01	0.31	
	50 歲以上	15	3.10	0.29	

註：(1) *= p 值 < 0.05 、**= p 值 < 0.005

(2) 對安樂死的看法皆使用『非常不同意』到『非常同意』(1 至 5)

分析結果

不同年齡層的捐款領養人對安樂死的整體看法平均數在統計的表現上沒有顯著的差異，因此年齡層的不同不會影響該協會「您領我養」捐款領養人對安樂死的看法。亦即對於罹患重病無法醫治、行為乖張凶狠的流浪犬隻，基於人道立場，同意施以人道處理。

三、教育程度不同對於安樂死的看法

表5.2.3 教育程度不同對於安樂死的看法分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值)
					(Scheffe 事後檢定)
教育程度					0.74
	高中(職)以下	20	3.11	0.36	
	專科	40	3.07	0.31	
	大學(學院)	113	3.09	0.29	
	研究所以以上	44	3.01	0.40	

註：(1) *= p 值 < 0.05 、**= p 值 < 0.005

(2) 對安樂死的看法皆使用『非常不同意』到『非常同意』(1 至 5)

分析結果

不同教育程度的捐款領養人對安樂死的整體看法平均數在統計的表現上沒有顯著的差異，因此教育程度的不同不會影響該協會「您領我養」捐款領養人對安樂死的看法。亦即對於罹患重病無法醫治、行為乖張凶狠的流浪犬隻，基於人道立場，同意施以人道處理。

四、不同職業類別對於安樂死的看法

表 5.2.4 不同職業類別對於安樂死的看法分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
職業別					1.04
	公教人員	40	3.05	0.24	
	一般職員	96	3.07	0.36	
	自由業	21	3.20	0.31	
	技術人員、工程師	12	3.11	0.15	
	其它	48	3.03	0.34	

註：(1) *= p 值 <0.05 、**= p 值 <0.005

(2) 對安樂死的看法皆使用『非常不同意』到『非常同意』(1至5)

分析結果

不同職業的捐款領養人對安樂死的整體看法平均數在統計的表現上沒有顯著的差異，因此職業的不同不會影響該協會「您領我養」捐款領養人對安樂死的看法。亦即對於罹患重病無法醫治、行為乖張凶狠的流浪犬隻，基於人道立場，同意施以人道處理。

五、不同性別對安樂死的看法

表5.2.5 不同性別對安樂死的看法分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
性別					-1.20
	男	26	2.96	0.53	
	女	191	3.09	0.29	

註：(1) *= p 值 <0.05 、**= p 值 <0.005

(2) 對安樂死的看法皆使用『非常不同意』到『非常同意』(1至5)

分析結果

不同性別的捐款領養人對安樂死的整體看法平均數在統計的表現上沒有顯著的差異，因此性別的不同不會影響該協會「您領我養」捐款領養人對安樂死的看法。亦即對於罹患重病無法醫治、行為乖張凶狠的流浪犬隻，基於人道立場，同意施以人道處理。

六、居住地區城鄉差異對安樂死的看法

表 5.2.6 居住地區城鄉差異對安樂死的看法分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值)
					(Scheffe 事後檢定)
城鄉差異					0.31
	都市地區	181	3.08	0.34	
	鄉村地區	26	3.06	0.27	

註：(1) *= p 值 < 0.05 、**= p 值 < 0.005

(2) 對安樂死的看法皆使用『非常不同意』到『非常同意』(1 至 5)

分析結果

城鄉差異不同的捐款領養人對安樂死的整體看法平均數在統計的表現上沒有顯著的差異，因此城鄉差異不會影響該協會「您領我養」捐款領養人對安樂死的看法。亦即對於罹患重病無法醫治、行為乖張凶狠的流浪犬隻，基於人道立場，同意施以人道處理。

對安樂死看法小結

受訪對象中，有 53.0% 的人「非常不同意」與 38.3% 的人「不同意」將「無法送養之收容動物，一律給予安樂死」的作法；但基於人道對待動物精神，受訪對象中有 53.0% 的人「同意」與 19.6% 的人「非常同意」對於「罹患無法醫治的重病動物」給予安樂死。因為「行為乖張無法矯正，會傷害其他動物的犬隻」，受訪對象有 46.5%「同意」與 20.0%「非常同意」給予安樂死。相對的，對於「雖

罹患嚴重疾患，也應盡全力搶救，即令病死，也不可以施以安樂死。」，受訪者中有 11.3%「非常不同意」與 43.0%「不同意」。至於「經過觀察測試後，行為乖張無法矯正之收容動物，為了增加收容所循環利用率，一律給予安樂死。」的作法，在受訪對象中有 44.8%的人「不同意」與 17.4%的人「非常不同意」，而他們中有 22.6 的人「同意」與 70%的人「非常同意」，「對收容之動物進行服從訓練，提高回歸人類社會率(領養率)，替代安樂死，提升動物收容所循環利用率」。所有受訪者，對「安樂死」的觀點並無顯著差異 (p 值<0.05)。

第三節 捐款動機與人口統計變項分析

一、不同宗教信仰之捐款動機分析

表 5.3.1 同宗教信仰之捐款動機分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
宗教信仰					6.67**
	佛教	61	3.19	0.45	(佛教、無)*
	佛、道皆有	58	2.97	0.48	
	基督教	10	2.99	0.54	
	無	80	2.81	0.54	

註：(1) *p 值<0.05、**=p 值<0.005

(2) 捐款動機皆使用『非常不同意』到『非常同意』(1 至 5)

分析結果

不同宗教信仰的捐款領養人其捐款動機的整體表現平均數在統計上「有顯著」的差異，因此宗教信仰的「不同會影響」(p 值<0.005)捐款領養人的捐款動機。然而多重比較分析結果顯示，僅「佛教信仰」的捐款領養人其捐款動機的整體表現「顯著地高於無宗教信仰」(p 值<0.05)的捐款領養人，其他信仰捐款領養人彼此間之捐款動機則無顯著的差異。

二、性別與捐款動機差異分析

表 5.3.2 性別與捐款動機差異分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
性別					-1.17
	男	26	2.85	0.58	
	女	191	2.98	0.51	

註：(1) *= p 值 <0.05 、**= p 值 <0.005

(2) 捐款動機皆使用『非常不同意』到『非常同意』(1 至 5)

分析結果

不同性別的捐款領養人其捐款動機的整體表現平均數在統計上沒有顯著的差異，因此性別的不同不會影響捐款領養人的捐款動機。

三、不同年齡層捐款動機差異分析

表 5.3.3 不同年齡層捐款動機差異分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
年齡層					0.88
	29 歲以下	59	2.89	0.55	
	30-39 歲	117	3.02	0.49	
	40-49 歲	26	2.93	0.53	
	50 歲以上	15	2.91	0.62	

註：(1) *= p 值 <0.05 、**= p 值 <0.005

(2) 捐款動機皆使用『非常不同意』到『非常同意』(1 至 5)

分析結果

不同年齡層的捐款領養人其捐款動機的整體表現平均數在統計上沒有顯著

的差異，因此年齡層的不同不會影響捐款領養人的捐款動機。

四、不同教育程度捐款動機差異分析

表 5.3.4 不同教育程度捐款動機差異分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值)
					(Scheffe 事後檢定)
教育程度					2.11
	高中(職)以下	20	3.15	0.44	
	專科	40	2.81	0.56	
	大學(學院)	113	2.99	0.53	
	研究所以上	44	2.97	0.47	

註：(1) *= p 值 <0.05 、**= p 值 <0.005

(2) 捐款動機皆使用『非常不同意』到『非常同意』(1至5)

分析結果

不同教育程度的捐款領養人其捐款動機的整體表現平均數在統計上沒有顯著的差異，因此教育程度的不同不會影響捐款領養人的捐款動機。

五、不同職業捐款動機差異分析

表 5.3.5 不同職業捐款動機差異分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值)
					(Scheffe 事後檢定)
職業別					0.27
	公教人員	40	3.04	0.24	
	一般職員	96	3.06	0.36	
	自由業	21	3.20	0.31	

技術人員、工程師	12	3.11	0.15
其它	48	3.05	0.33

註：(1) *= p 值 <0.05 、**= p 值 <0.005

(2) 捐款動機皆使用『非常不同意』到『非常同意』(1至5)

分析結果

不同職業的捐款領養人其捐款動機的整體表現平均數在統計上沒有顯著的差異，因此職業的不同不會影響捐款領養人的捐款動機。

六、城鄉差距對捐款動機影響差異分析

表 5.3.6 城鄉差距對捐款動機影響差異分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
城鄉差異					0.38
	都市地區	181	2.98	0.53	
	鄉村地區	26	2.94	0.42	

註：(1) *= p 值 <0.05 、**= p 值 <0.005

(2) 捐款動機皆使用『非常不同意』到『非常同意』(1至5)

分析結果

城鄉差異不同的捐款領養人其捐款動機的整體表現平均數在統計上沒有顯著的差異，因此城鄉差異的不同不會影響捐款領養人的捐款動機。

七、不同家庭結構捐款動機差異分析

表 5.3.7 不同家庭結構捐款動機差異分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
家庭結構					0.64
	未婚	120	2.98	0.53	

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
	已婚無子女	41	2.98	0.56	
	已婚最小子 女 6 歲以下	33	2.88	0.47	
	已婚最小子 女 6~18 歲	15	2.90	0.58	
	已婚最小子 女 18 歲以上	8	3.18	0.26	

註：(1) *= p 值 < 0.05 、**= p 值 < 0.005

(2) 捐款動機皆使用『非常不同意』到『非常同意』(1 至 5)

分析結果

不同家庭結構的捐款領養人其捐款動機的整體表現平均數在統計上沒有顯著的差異，因此家庭結構的不同不會影響捐款領養人的捐款動機。

八、家庭經濟狀況隊捐款動機影響差異分析

表 5.3.8 家庭經濟狀況隊捐款動機影響差異分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
經濟狀況					1.69
	30,000 元以下	36	2.98	0.51	
	30,001-60,000 元	95	2.97	0.55	
	60,001-90,000 元	40	2.78	0.48	
	90,001-120,000 元	26	3.05	0.47	
	120,001-150,000 元	8	3.07	0.45	
	150,001 元以上	9	3.23	0.52	

註：(1) *= p 值 < 0.05 、**= p 值 < 0.005

(2) 捐款動機皆使用『非常不同意』到『非常同意』(1 至 5)

分析結果

不同經濟狀況的捐款領養人其捐款動機的整體表現平均數在統計上沒有顯著的差異，因此經濟狀況的不同不會影響捐款領養人的捐款動機。

第四節 捐款意念與人口統計變項分析

一、不同性別之間捐款意念差異分析

表5.4.1 不同性別之間捐款意念差異分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
性別					-1.83
	男	26	3.76	0.56	
	女	191	3.92	0.41	

註：(1) * p 值 <0.05 、** p 值 <0.005

(2) 捐款意念皆使用『非常不重要』到『非常重要』(1至5)

分析結果

不同性別的捐款領養人其捐款意念的整體表現平均數在統計上沒有顯著的差異，因此性別的不同不會影響捐款領養人的捐款意念。

二、不同年齡層對捐款意願差異分析

表 5.4.2 不同年齡層對捐款意願差異分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
年齡層					0.25
	29 歲以下	59	3.72	0.36	
	30-39 歲	117	3.74	0.39	
	40-49 歲	26	3.69	0.41	

50 歲以上 15 3.79 0.40

註：(1) *= p 值 <0.05 、**= p 值 <0.005

(2) 捐款意念皆使用『非常不重要』到『非常重要』(1至5)

分析結果

不同年齡層的捐款領養人其捐款意念的整體表現平均數在統計上沒有顯著的差異，因此年齡層的不同不會影響捐款領養人的捐款意念。

三、不同教育程度的捐款意念差異分析

表5.4.3 不同教育程度的捐款意念差異分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
教育程度					2.97*
	高中(職)以下	20	4.03	0.45	(高中(職)以下、大學(學院))*
	專科	40	3.95	0.34	
	大學(學院)	113	3.82	0.44	
	研究所以上	44	4.00	0.42	

註：(1) *= p 值 <0.05 、**= p 值 <0.005

(2) 捐款意念皆使用『非常不重要』到『非常重要』(1至5)

分析結果

不同教育程度的捐款領養人其捐款意念的整體表現平均數在統計上有顯著的差異，因此教育程度的不同會影響捐款領養人的捐款意念。然而多重比較分析結果顯示，高中(職)以下以及研究所以上的捐款領養人其捐款意念的整體表現顯著地高於大學(學院)的捐款領養人，至於專科與其他教育程度的捐款領養人其捐款動機則無顯著的差異。

四、不同宗教信仰者之間捐款意念差異分析

表5.4.4 不同宗教信仰者之間捐款意念差異分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
宗教信仰					4.02*
	佛教	61	4.05	0.39	(佛、佛道皆有)*
	佛、道皆有	58	3.79	0.47	
	基督教	10	3.82	0.37	
	無	80	3.87	0.41	

註：(1) *= p 值 < 0.05 、**= p 值 < 0.005

(2) 捐款意念皆使用『非常不重要』到『非常重要』(1至5)

分析結果

不同宗教信仰的捐款領養人其捐款意念的整體表現平均數在統計上有顯著的差異 (p 值 < 0.05)，因此宗教信仰的不同會影響捐款領養人的捐款意念。然而多重比較分析結果顯示，僅佛教信仰的捐款領養人對捐款意念的整體表現顯著地高於佛、道教皆有信仰的捐款領養人，其他信仰的捐款領養人彼此間之捐款意念則無顯著的差異。

五、捐款人城鄉之間捐款意念差異分析

表5.4.5 捐款人城鄉之間捐款意念差異分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
城鄉差異					0.03
	都市地區	181	3.91	0.45	
	鄉村地區	26	3.90	0.27	

註：(1) *= p 值 < 0.05 、**= p 值 < 0.005

(2) 捐款意念皆使用『非常不重要』到『非常重要』(1至5)

分析結果

城鄉差異不同的捐款領養人其捐款意念的整體表現平均數在統計上沒有顯著的差異，因此城鄉差異的不同不會影響捐款領養人的捐款意念。

第五節 捐款領養人捐款動機與意念優先順序排序分析

一、捐款領養人捐款動機優先順序排序分析

表 5.5.1 捐款領養人捐款動機優先順序排序分析表

問項	平均數	標準差	排序
捐款助人能得到心靈上的平靜與喜悅	3.93	0.87	1
捐助行善本來就是自己的志業	3.90	0.84	2
因為自己經濟寬裕，故捐款幫助別人是應該的	3.86	1.01	3
過去曾受幫助，如今出自感恩與回饋心來捐助	3.51	1.00	4
為了行善積德	3.33	1.05	5
基於宗教慈悲濟世的精神而助人	3.32	1.04	6
自己或親友曾遭逢類似苦難，故感同身受	3.22	1.04	7
捐款收據可以抵稅	2.99	1.09	8
能捐款幫助別人，證明自己小有成就	2.63	1.08	9
我現在幫助別人，是希望以後也會有人幫我	2.57	1.06	10
捐款可以得到社會的讚賞	2.30	0.91	11
不好意思拒絕募款人的請求	2.13	0.82	12
週遭朋友都捐，自己只好多少也捐一些	1.89	0.77	14
為了贖罪	1.96	0.96	13

分析結果

在捐款領養人在捐款動機上，以「捐款助人能得到心靈上的平靜與喜悅」為優先考量，「捐助行善本來就是自己的志業」為第二順位，「因為自己經濟寬裕，故捐

款幫助別人是應該的」再次則是社會責任，以回饋的心情「過去曾受幫助，如今出自感恩與回饋心來捐助」是第四順位。至於「週遭朋友都捐，自己只好多少也捐一些」、「不好意思拒絕募款人的請求」、「捐款可以得到社會的讚賞」等受到人情壓力而捐款則非他們所重視，「為了贖罪」更是排在最後。

二、捐款領養人捐款動機優先順序排序分析

表 5.5.2 捐款領養人捐款意念優先順序排序分析表

問項	平均數	標準差	排序
該機構經費運用令人信任	4.62	0.63	1
該機構募款用途明確符合自己的目標	4.53	0.67	2
該機構所從事的業務符合自己的理念	4.47	0.71	3
該機構以往的服務成果	4.41	0.66	4
該機構職員服務態度	4.32	0.70	5
該機構的口碑	4.29	0.73	6
該機構服務的對象	4.24	0.76	7
該機構成立的宗旨	4.12	0.74	8
該機構的領導人形象	4.00	0.81	9
該機構的組成成員	3.78	0.81	10
該機構曾舉辦成功的公益活動	3.59	0.95	11
該機構的文宣資料使我感動	3.35	0.90	12
該機構曾受公開表揚	3.15	0.91	13
該機構的規模	3.06	0.97	14
該機構與我有密切的地緣關係	2.58	0.95	15

分析結果

領養捐款人最在意的排序為：(1) 該機構經費運用令人信任，(2) 該機構募款用途明確符合自己的目標，(3) 該機構所從事的業務符合自己的理念，(4)

該機構以往的服務成果，(5) 該機構職員服務態度，(6) 該機構的口碑，(7) 該機構服務的對象，(8) 該機構成立的宗旨，(9) 該機構的領導人形象，(10) 該機構的組成成員，(11) 該機構曾舉辦成功的公益活動，(12) 該機構的文宣資料使我感動，(13) 該機構曾受公開表揚，(14) 該機構的規模，(15) 該機構與我有密切的地緣關係。

上述捐款人意願排序表的前三名，意味著捐款人對於非營利組織的責信相當重視，且在捐款時會考慮該組織所從事的業務是否符合自己的理念與能否達成目標。至於該組織是否與捐款人有地緣關係、規模大小、捐款後是否能受到公開表揚等，並非捐款人所最重視的（排序後三名）。

第六節

捐款領養人對文宣品重視程度優先順序排序分析

一、對文宣管道重視優先順序

表 5.6.1 捐款領養人對文宣品重視程度優先順序排序分析表

問項	平均數	標準差	排序
流浪動物之家雜誌	3.38	0.78	1
活動邀請函	3.12	0.91	2
網站資訊	3.03	0.99	3
海報	3.03	0.89	4
感謝函	3.02	0.95	5
報紙雜誌廣告	2.98	0.90	6
電子報或電子郵件	2.94	0.98	7
捐款人徵信錄	2.35	0.96	8

註：對文宣品重視程為 1=根本不看 2=大略翻閱 3=部份閱讀 4=仔細閱讀 5=行動回應

分析結果

「流浪動物雜誌」會被捐款領養人認為是最重視的文宣品，推測是因為協會每

月定期發行一期《流浪動物雜誌》並免費寄達所有捐款人手中，且放置在全台某些動物醫院與大書局提供免費索閱。而「活動邀請函」則捐款領養人列入第二重視的文宣品，推測是因為捐款領養人多數是相當理性的捐款人，他們希望知道協會有哪些活動，活動內容為何？或許也有被協會尊重的意涵。雖然現在台灣上網人數已高達 64.78%，但是垃圾資訊充斥，必須耗費大量精神分辨，且還有人不上網，因此，「網站資訊」才會被列入第三。至於「捐款人徵信錄」被列入最後一項，可能和《流浪動物雜誌》內容中已經有「捐款人徵信」欄目，所以才被認為最不重要。

二、對文宣內容重視優先順序

表 5.6.2 捐款領養人對文宣品重視程度優先順序排序分析表

問項	平均數	標準差	排序
經費運用得當	4.64	0.54	1
從其他途徑獲知收容犬隻是否受到良好照顧	4.60	0.55	2
確實告知捐款用途	4.52	0.64	3
收容新進犬隻需要繼續支持	4.41	0.66	4
服務成果令人肯定	4.30	0.69	5
提供簡便的捐款方式	4.15	0.66	6
親自參觀保育場確知收容犬隻受到照顧狀況	3.91	0.97	7
持續舉辦公益活動	3.82	0.78	8
告知經費短缺亟須捐助	3.66	0.80	9
通訊刊物中持續報導令人感動的案例	3.51	0.87	10
經常收到通訊報導刊物	3.07	0.87	11
很快收到捐款收據	2.75	0.98	12
擁有高知名度令我與有榮焉	2.63	0.89	13
很快來函感謝	2.31	0.95	14

分析結果

從分析結果顯示，捐款人相當重視所捐經費（1）是否運用得當，（2）而是否用用得當除了從組織直接獲得的訊息外，也重視（2）從其他途徑獲知收容犬隻是否受到良好照顧，與（3）確實告知捐款用途。至於（12）很快收到捐款收據，（13）擁有高知名度令我與有榮焉，（14）很快來函感謝。

第七節 影響持續捐款的強度與人口統計變項分析

一、不同年齡層對持續捐款強度影響之差異分析

表 5.7.1 不同年齡層對持續捐款強度影響之差異分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值)
					(Scheffe 事後檢定)
年齡層					0.25
	29 歲以下	59	3.72	0.36	
	30-39 歲	117	3.74	0.39	
	40-49 歲	26	3.69	0.41	
	50 歲以上	15	3.79	0.40	

註：(1) *= p 值 < 0.05 、**= p 值 < 0.005

(2) 影響持續捐款的程度皆使用『非常不重要』到『非常重要』(1 至 5)

分析結果

不同年齡層的捐款領養人，影響其持續捐款的整體強度平均數在統計上沒有顯著的差異，因此年齡層的不同不會影響捐款領養人持續捐款的強度。

二、不同教育程度對持續捐款強度影響之差異分析

表5.7.2 不同教育程度對持續捐款強度影響之差異分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值)
					(Scheffe 事後檢定)
教育程度					1.76
	高中(職)以下	20	3.87	0.39	
	專科	40	3.68	0.31	
	大學(學院)	113	3.71	0.39	
	研究所以上	44	3.80	0.39	

註：(1) *= p 值 <0.05 、**= p 值 <0.005

(2) 影響持續捐款的程度皆使用『非常不重要』到『非常重要』(1至5)

分析結果

不同教育程度的捐款領養人，影響其持續捐款的整體強度平均數在統計上沒有顯著的差異，因此教育程度的不同不會影響捐款領養人持續捐款的強度。

三、不同經濟狀況對持續捐款強度影響之差異分析

表5.7.3 不同經濟狀況對持續捐款強度影響之差異分析表

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值)
					(Scheffe 事後檢定)
經濟狀況					0.34
	30,000 元以下	36	3.75	0.41	
	30,001-60,000 元	95	3.70	0.37	
	60,001-90,000 元	40	3.73	0.37	
	90,001-120,000 元	26	3.79	0.29	
	120,001-150,000 元	8	3.75	0.42	
	150,001 元以上	9	3.79	0.63	

註：(1) *= p 值 <0.05 、**= p 值 <0.005

(2) 影響持續捐款的程度皆使用『非常不重要』到『非常重要』(1至5)

分析結果

不同經濟狀況的捐款領養人，影響其持續捐款的整體強度平均數在統計上沒有顯著的差異，因此經濟狀況的不同不會影響捐款領養人持續捐款的強度。

四、城鄉差異對持續捐款強度影響之差異分析

表5.7.4 城鄉差異對持續捐款強度影響之差異分析

人口統計變項	類別	樣本數	平均數	標準差	F 值 (T 值) (Scheffe 事後檢定)
城鄉差異					0.22
	都市地區	181	3.74	0.39	
	鄉村地區	26	3.72	0.32	

註：(1) *p 值 < 0.05、**p 值 < 0.005

(2) 影響持續捐款的程度皆使用『非常不重要』到『非常重要』(1至5)

分析結果

城鄉差異不同的捐款領養人，影響其持續捐款的整體強度平均數在統計上沒有顯著的差異，因此城鄉差異的不同不會影響捐款領養人持續捐款的強度。

第八節 行銷管道

表 5.8.1. 資訊傳遞重要性優先順序排序分析表

問項	平均數	標準差	排序
透過其他公益網站報導	4.18	0.66	1
電視	4.13	0.81	2
透過其他流浪動物相關網頁傳遞訊息	4.13	0.68	3
流浪動物之家雜誌公佈訊息	4.01	0.72	4
舉辦慈善公益活動	4.00	0.77	5
透過本會網頁公佈訊息	4.00	0.72	6

問項	平均數	標準差	排序
其他雜誌報導	3.92	0.69	7
親友口耳相傳	3.83	0.86	8
報紙	3.82	0.88	9
公共場所之文宣資料	3.77	0.82	10
廣播	3.73	0.84	11
慈善團體的刊物	3.73	0.71	12
文件背面印刷廣告(如統一發票,機場登機卡.)	3.62	0.87	13
街頭海報	3.61	0.86	14
信函或電話訪談	3.09	0.81	15

註：資訊傳遞重要性皆使用『非常不重要』到『非常重要』(1至5)

分析結果

有關分析捐款領養人對「資訊傳遞重要性優先順序排序」，乃是希望能探討出捐款人重視哪些行銷途徑，以利日後組織從事行銷時，運用有效的行銷途徑。

在表 5.7.1 中顯示，透過其他公益網站報導是最重要的，推測其主要原因是在傳遞訊息之前，能藉由其他公益網站再做一次審核，提高公信力，降低被詐騙的可能。排序第二（電視）、第三（透過其他流浪動物相關網頁傳遞訊息）推測其理由也與排序第一（透過其他公益網站報導）有異曲同工之妙。

至於「信函或電話訪談」與「街頭海報」，會被捐款領養人認為最不重要與排序倒數第二位的訊息傳遞管道，推測與現今台灣社會充斥詐騙集團有某種程度的相關性。因為無法立即辨識其所傳遞的訊息是否真實。

第九節 捐款方便性

表 5.9.1 募款效果優先順序排序分析表

問項	平均數	標準差	排序
銀行定期扣款自動轉帳	4.16	0.64	1
配合信用卡(認同卡)業務	4.06	0.76	2

問項	平均數	標準差	排序
慈善義賣或義演募款活動	3.96	0.79	3
對特定捐助對象的持續募款活動	3.82	0.75	4
對特定專案建設發起的募款活動	3.82	0.78	5
已印製完整的郵政劃撥單	3.73	0.78	6
網際網路線上捐款	3.65	0.83	7
募款餐會	3.34	0.86	8
公共場所的捐款箱	3.27	0.89	9
戶外勸募	3.23	0.87	10
捐款人自行填寫郵政劃撥單	3.08	0.83	11
電話捐款	2.72	0.93	12
登門勸募	2.24	0.83	13

註：募款效果皆使用『非常沒效』到『非常有效』(1至5)

分析結果

菲力普·科特勒提出的行銷 4C 要件中，認為方便性 (Convenience) 是與顧客價值 (Customer value)、顧客成本 (Customer costs)、溝通 (Communication) 並列為行銷四大要件之一。

對捐款領養人而言，方便性是指便於探視保育場、便於知悉捐款是否使用恰當、便於捐款等，所以將捐款途徑作為問卷調查項目，以了解捐款人的意願。

不容否認，參與「您領我養」活動的大部分捐款領養人捐款途徑都選擇「銀行定期扣款自動轉帳」，所以在募款效果中排序第 1。而「配合信用卡(認同卡)業務」是目前很多慈善公益團體所採取的捐款途徑，所以排序第 2，遺憾的是該協會目前並無申辦此項捐款途徑。排序第三的「慈善義賣或義演募款活動」雖然在捐款領養人的募款效果認知上排序第 3，而且在其他慈善公益團體舉辦「慈善義賣或義演募款活動」也獲得良好的效果，但是，社團法人中華民國保護動物協會因受到人力、經驗、人脈等不足因素，而從未舉辦過此項募款活動。排序第 4、第 5 的募款效果認知，則將是符合該協會的「您領我養」募款活動以及購地興建

新的保育場的募款方向。至於排序第 6 的「已印製完整的郵政劃撥單」則是該協會長期所使用的募款途徑之一，該協會每月出刊 18000 本《流浪動物之家雜誌》，並在雜誌中夾有「已印製完整的郵政劃撥單」。

被捐款領養人認為最沒有募款效果的「公共場所的捐款箱」(排序第 9)、「戶外勸募」(排序第 10)、「捐款人自行填寫郵政劃撥單」(排序第 11)、「電話捐款」(排序第 12)、「登門勸募」(排序第 13) 等，該協會除了在活動時會在攤位旁邊擺設暫時「捐款箱」外，並沒有長期在「公共場所的捐款箱」，至於排序更後面的幾種募款途徑，也未利用過。

然而，在此值得提出討論的是排序第 12 的「電話捐款」。在歐美先進國家相當盛行「電話捐款」且效果極佳，尤其是每當媒體報導社會事件需要各界捐款援助時，閱聽人在感動之餘，拿起電話就能立即以行動捐款，這對於「衝動型的捐款人」是相當有效的募款途徑，也產生相當大的立即短期效益。然而，是否因為台灣近年來的電話詐騙集團犯案手段層出不窮，讓捐款人對「電話捐款」失去信心，因而認為「電話捐款」的效果不彰。

第十節 募款議題訴求

表 5.10.1 募款訴求認知優先順序排序分析表

問項	平均數	標準差	排序
以感性方式報導求助個案，激起同情心	4.24	0.76	1
以特別活動為重點，請求支援	4.05	0.75	2
以實際數字展示機構服務成果	3.98	0.82	3
以機構設立宗旨與其必要性做為強調重點	3.94	0.79	4
報導機構的經費窘況，請求支援	3.86	0.80	5
以說理方式傳遞社會極需幫助的事實	3.69	0.89	6
以社會賢達或公眾人物為號召	3.40	1.05	7
以抨擊社會敗壞與冷漠的方式，喚起社會關心	3.34	1.02	8

問項	平均數	標準差	排序
以表揚特殊捐助人方式，激發見賢思齊心	3.28	1.05	9
提醒捐款可以節稅的方式	3.03	1.00	10
以宗教精神感召	2.84	0.96	11

註：募款訴求認為 1=毫不關心 2=不太關心 3=無意見 4=稍受感動 5=深受感動

分析結果

從表 5.9.1 中可以獲知，台灣社會是充滿愛心的地方，捐款領養人認為在募款訴求中「以感性方式報導求助個案，激起同情心」最為重要，換言之，亦即在設計勸募方案時，要有「明確且足以感動」潛在捐款人的議題目標，就能激起社會大眾的同情心，進而採取捐款行為。捐款領養人認為募款訴求次重要的「以特別活動為重點，請求支援」也如排序第 1 的重點有相似之處，那就是「以特別活動為重點」，也是要有「相當明確的議題目標」，讓潛在捐款人認為值得支持。排序第 3 的「以實際數字展示機構服務成果」是所有非營利組織累積責信度必要遵循的不二法則，被捐款領養人認為排序第 3，是理所當然之事。

調查資料中顯示，被認為最不重要的一項「以宗教精神感召」，以及次不重要的「提醒捐款可以節稅的方式」，值得國內非營利組織在設計勸募方案時深思。雖然在回收的問卷中，無宗教信仰者只佔 36.96%，但是根據統計資料卻顯示「以宗教精神感召」卻被認為是最不重要的一項，也就是說，非營利組織在設計募款方案的時候，如果「以宗教精神感召」做為勸募方法，效果能有限。

「提醒捐款可以節稅的方式」是很多非營利組織拿來作為勸募的訴求之一，也是中華民國保護動物協會在推出「您領我養」活動時的口號「既能做善事，又可節稅」。但是從調查資料顯示，並非是捐款領養人所重視的募款訴求。推測此原因，一方面，可能是和我國捐款私立非營利組織最高只能獲得 20% 的免稅額度¹⁴⁷，另一方面，捐款領養人認為做善事比節稅還重要。

¹⁴⁷ 中華民國綜合所得稅法第六條之一 http://www.ntak.gov.tw/brief/service/012_law_1.htm#01
瀏覽日期：2007/06/01

第十一節 募款擴張可能性探討

在 Mixer (1993) 募款擴張理論中認為，非營利組織如果想要成功募款，必須建立資料庫。因此，趁此次問卷調查蒐集「您領我養」活動捐款領養人資料。

因為「您領我養」活動捐款領養人領養一頭八里保育場犬隻每個月要捐新台幣 600 元，所以，預期每月捐款一次者必定佔絕對多數，事實也呈現如此，佔了 75.1%，而不定期捐款者卻也有 20.3%。(詳參表 5.10.1)

又因為每領養一頭狗捐款 600 元/月，所以捐款 501—1000 元者也必定佔大多數，調查顯示為 57.1%，每月同時領養兩頭者捐款額為新台幣 1200 元，所以捐款金額介於 1001—3000 元者佔了 29%，為捐款次多族群。(詳參表 5.10.1) 以往中華民國保護動物協會捐款人以 500 元以下者為最多，但是因為此次問卷調查是以參與「您領我養」活動之捐款領養人為主要對象，卻仍出現有 6.5% 的捐款領養人是捐款 500 元以下者，推測可能是兩個人或兩個以上的人同時領養一頭犬隻，且被亂碼抽樣成為問卷調查對象。

在探討「您領我養」捐款領養人中，是否能用其他的方案擴張其捐款金額？從表 5.10.1 中發現，「在未來若動物保護團體向您要求捐助時，您最願意捐助的金額是多少？」所有捐款領養人都表示願意捐助，只是捐款金額有所差異而已。以願意捐助 501—1000 元者為最多，佔 39.2%；1001-3000 元者次之，佔 36.4%；500 元以下者再次，佔 10.1%；3001—5000 元者佔 7.8%；5001—10000 元者佔 3.2%；10001 元以上者佔 2.8%。

從上述資料顯示，中華民國保護動物協會除了「您領我養」活動外，還能設計其他議題的動物保護方案，若此方案能獲得參與「您領我養」活動的捐款領養人贊同，依然能獲得這些捐款領養人的捐助。

表 5.11.1 捐款狀況分析表

問項	類別	次數	百分比(%)
捐款給需要幫助的動物保護團體或個人			
	一週一次	2	0.9

問項	類別	次數	百分比(%)
	一個月一次	163	75.1
	一季一次	4	1.8
	半年一次	3	1.4
	一年一次	1	0.5
	不定期	44	20.3
過去曾經捐贈動物保護團體的金額			
	500 元以下	14	6.5
	501 元—1000 元	124	57.1
	1,001—3,000 元	63	29
	3,001—5,000 元	6	2.8
	5,001—10,000 元	5	2.3
	10,001 元以上	5	2.3
未來願意捐助動物保護團體的金額			
	500 元以下	22	10.1
	501 元—1000 元	85	39.2
	1,001—3,000 元	79	36.4
	3,001—5,000 元	17	7.8
	5,001—10,000 元	7	3.2
	10,001 元以上	6	2.8

第十二節 本章小結

壹、捐款領養人人口學結構

一、性別

在本研究顯示，參與「您領我養」活動的捐款領養人，以女性居多，且高達86.96%，為男性捐款領養人11.3%的7.7倍，但是卻以未婚者居多（55.22%），已婚無子女者居次（18.26%），已婚，最小子女不滿6歲者再次（14.78%），年紀

越大捐款領養人比例越低。(詳參表5.1.7)

這種現象是否意味著在資訊業時代，台灣社會不婚族增加，人類藉由同伴動物慰藉精神的需求益增，且對照表5.1.12發現，正在飼養與曾經飼養同半動物的捐款領養人總計高達94.35%。而可推測女性不婚族將可成為投入關心流浪動物的做重要族群。

二、年齡層

捐款領養人的年齡層則以30~39歲者為最多(53.48%)，高達半數以上。20~29歲者居次(26.09%)，40~49歲者再次(11.30%)。此三個年齡層的捐款領養人所占總領養人之比例即高達90.87%。

三、家庭月收入

捐款領養人之家庭月收入以3萬~6萬元者為最多(42.17%)，6萬~9萬元收入者居次(17.83%)，3萬元以下收入者再次(14.78%)，高收入者反而對捐贈此議題之興趣較低，此與鄭怡世的調查報告略有出入。

四、職業

至於捐款領養人之職業別中，以一般職員為最多(44.35%)，公教人員居次(17.39%)，自由業者再次(9.57%)，推測此與捐款人年齡、教育程度、家庭收入有相關性。可能因為大學畢業後，進入職場，雖為一般職員，卻有穩定介於3萬~6萬元之收入。

五、宗教信仰

在宗教信仰中出現佛教(28.3%)與佛、道皆有(25.2%)之捐款領養人高於其他宗教別，甚至兩者相加後佔了高達53.5%之捐款領養人之比例。此現象並不讓人訝異，推估和宏揚「護生」、「不殺生」的佛教教義有相關性。但是，參與「您領我養」活動的各種信仰捐款人在捐款認知上並無顯著差異。萬育維(1994)的研究中也指出宗教信仰與個人一般的捐款行為(包括過去一年是否捐款、是否

有定期捐款習慣、捐款對象、捐款機構的類型、捐款主要考量因素等)並沒有顯著的關連(引用自官有垣)。

六、家庭結構(婚姻狀況)

以未婚者佔最多且高達 55.22%，已婚無子女次之(18.26)，已婚，最小有子女不滿 6 歲者再次(14.78%)，已婚，最小有子女 6~18 歲(6.52%)，已婚，最小有子女 18 以上(3.48%)。

2006 年統計資料中，全台總計有 7,394,758 戶人家，其中一戶一人為最多，計有 1,952,987 戶(26.4%)，一戶兩人者為 1,309,669 戶(17.7%)，一戶三人者為 1,302,751 戶(17.6%)，一戶四人者為 1,327,650 戶(18.0%)，一戶五人者為 764,284 戶(10.3%)，一戶六人以上者為 736,703 戶(1.0%)。¹⁴⁸台灣地區在 2006 年底總人口數為 22,876,527 人¹⁴⁹，平均一戶為 3.09 人。又以台北市大安區為例，平均每戶人口為 2.78 人。顯示出台灣因社會變遷，造成家庭結構變朝小家庭化。因而同伴動物在人類社會中所扮演慰藉心靈的角色日益重要。這個觀點似乎可以從捐款領養人中，正在飼養同伴動物(66.09%)和曾經飼養過同伴動物(28.26%)(兩者總和佔 94.35%)或曾經飼養過流浪動物者(78.07%)獲得相互輝映的結果。又意味著捐款領養人的生活經驗中，和同伴動物或流浪動物有互動關係，因而產生同情流浪動物之心理，進而參與「您領我養」活動，捐款領養八里保育場之流浪動物。

本研究分析結果，與鄭怡世(2003)¹⁵⁰報告及Jencks(孫碧霞譯;2001¹⁵¹)的調查發現略有出入的部份，只在於捐款領養人以30-39歲者為最多(53.48%)，20-29歲者次之(26.09%)，40-49所者再次(11.30%)。在台灣捐贈社會慈善團體的則是以36-45歲者居多；而美國人捐給慈善機構的錢，隨著家庭收入增加時，則家庭收入與捐款是呈現U字型的相互關係。一般家庭收入增加時，捐款的百分

¹⁴⁸ 資料來源：各縣市戶數結構表，<http://www.ris.gov.tw/ch4/static/st10-7.xls> 瀏覽日期：2007/06/01

¹⁴⁹ 資料來源：台灣現住人口按性別、年齡、婚姻狀況分類表，<http://www.ris.gov.tw/ch4/static/st10-3.xls> 瀏覽日期：2007/06/01

¹⁵⁰ 鄭怡世(2003)，個人募款市場及捐款行為的分析，募款策略研習班講稿，<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/92n-fundung1-1-2.doc>。

¹⁵¹ 孫碧霞等譯(2001)，非營利組織策略管理，台北，洪葉文化事業有限公司，pp153--154

比則下降。然而非常富有的個人，其慈善性的捐款是逐漸增加的。

貳、捐款領養人心理因素

一、對於安樂死的認知

中國社會忌談死亡，尤其是「加工死亡」，安樂死就是加工死亡。不少動物保護界人士極力反對安樂死，然而自己卻無法做到讓動物享有福利，也就是人道待遇，只能淪為空談。

本研究調查顯示，受訪者中 66.09% 的人有飼養同伴動物，28.26% 的人曾經飼養同伴動物，更有 78.70% 的人有飼養流浪動物的經驗。受訪者中不忍無辜生命受到屠殺，有 53.0% 的人「非常不同意」與 38.3% 的人「不同意」，換言之有高達 91.3% 的人反對將「無法送養之收容動物，一律給予安樂死」的做法；且對於「經過觀察測試後，行為乖張無法矯正之收容動物，為了增加收容所循環利用率，一律給予安樂死。」的做法，也有 46.5% 的人「不同意」與 20.9% 的人「非常不同意」，等於有 67.4% 的人反對。且有 44.8% 的人「同意」與 17.4% 的人「非常同意」對於「收容之動物，即令行為乖張無法矯正，也應收容到老死，不可以施以安樂死」做法。此問題與 1-1 (5) 相互輝映。

但因受訪者不忍見到動物生命受到痛苦折磨，基於人道對待動物精神，有 53.0% 的人「同意」與 19.6% 的人「非常同意」對於「罹患無法醫治的重病動物」給予安樂死。相對的，在受訪者中有 11.3% 的人「非常不同意」與 43.0% 的人「不同意」對於「雖罹患嚴重疾患，也應盡全力搶救，即令病死，也不可以施以安樂死」的做法。在受訪者中有 22.6% 的人「同意」與 70% 的人「非常同意」對收容之動物進行服從訓練，提高回歸人類社會率（領養率），替代安樂死，提升動物收容所循環利用率」。根據多重比較分析後，發現所有受訪者，對「安樂死」的觀點並無顯著差異（ p 值 <0.05 ）。

而在本研究調查中顯示，並不因為性別、年齡、教育程度、職業、宗教信仰、居住地區城鄉差異等不同，對安樂死產生顯著差異。意味著所有的捐款領養人都是理性面對動物生命，期待動物活在有尊嚴的生活中，如果活在會讓動物感到痛

苦的環境，則不反對安樂死。

表 5.12.1.1 對安樂死看法統計分析結果

題序	1-1-		1-2		1-3		1-4		1-5		1-6	
	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%
1	122	53.0	5	2.2	48	20.9	26	11.3	7	3.0	7	3.0
2	88	38.3	24	10.4	107	46.5	99	43.0	30	13.4	2	0.9
3	8	3.5	32	13.9	40	17.4	48	20.9	47	20.4	6	2.6
4	8	3.5	122	53.0	30	13.4	36	15.7	103	44.8	52	22.6
5	1	0.4	45	19.6	3	1.3	19	8.3	40	17.4	161	70.0
遺漏值	3	1.3	2	0.9	2	0.9	2	0.9	3	1.3	2	0.9
母數(人)	230		230		230		230		230		230	

附註：1：非常不同意；2：不同意；3：無意見；4：同意；5：非常同意

二、捐款領養人類型與捐款動機認知

(一) 捐款領養人類型

根據Terry & Doug Schaff (1999)¹⁵²將捐款人的分為：(1)衝動型捐款人 (impulse donator)、(2)習慣型捐款人 (habitual donator) 與 (3) 理性型捐款人 (thoughtful donator)。

參與「您領我養」活動的捐款領養人三種類型都有，但是以屬於習慣型捐款人 (habitual donator) 和理性型捐款人 (thoughtful donator) 居多。他們不僅長期捐款領養八里保育廠的流浪動物，也相當理性的重視該機構經費運用令人信任、該機構募款用途明確符合自己的目標、該機構所從事的業務符合自己的理念、該機構以往的服務成果、該機構職員服務態度、該機構的口碑等，且在該組織從事其他活動需要捐款的時候，也會對特定活動增加捐款數額。

在人口學統計分析中顯示，不論是性別、年齡層、教育程度、職業別、宗教

¹⁵² Terry & Doug Schaff (1999), The Fundraising Planner----a working model for raising the dollars you need, CA, John Wiley & Sons, Inc.p.10。

信仰、城鄉差距等，除不同宗教信仰的捐款領養人其捐款動機的整體表現平均數在統計上「有顯著」的差異，因此「宗教信仰的不同會影響」（ p 值 <0.005 ）捐款領養人的捐款動機。然而多重比較分析結果顯示，僅「佛教信仰」的捐款領養人其捐款動機的整體表現「顯著地高於無宗教信仰」（ p 值 <0.05 ）的捐款領養人，其他信仰捐款領養人彼此間之捐款動機則無顯著的差異。其餘皆無顯著差異。

從社會心理學的角度探討「您領我養」活動捐款領養人「社會交換」動機的優先順序。

（二）捐款動機

捐款領養人認知上以「捐款助人能得到心靈上的平靜與喜悅」為最主要，依序是「捐助行善本來就是自己的志業」，「因為自己經濟寬裕，故捐款幫助別人是應該的」，「過去曾受幫助，如今出自感恩與回饋心來捐助」，「為了行善積德」，「基於宗教慈悲濟世的精神而助人」。至於最不重視的五項是「捐款可以得到社會的讚賞」，「不好意思拒絕募款人的請求」，「週遭朋友都捐，自己只好多少也捐一些」，「為了贖罪」。此項捐款動機認知的調查結果和陳振遠（2000）¹⁵³的研究報告類似。

從捐款人的捐款動機認知上，可以推測，多數捐款領養人乃是基於「社會交換」¹⁵⁴行為而產生捐獻。又從排序的第2名、第3名推測，捐款領養人對於捐助公益事業的觀念已大大提升，但是捐助行為也受到經濟景氣的影響，一旦經濟景氣變差，家庭收入降低時，可能就會降低捐助意願。且從分析資料中顯示，雖然佛教信仰與佛、道皆有的信仰者佔53.5%，但「基於宗教慈悲濟世的精神而助人」的考量並非是他們最重要的認知。

至於以人情壓力的方式勸募（捐款可以得到社會的讚賞、不好意思拒絕募款人的請求、週遭朋友都捐，自己只好多少也捐一些）則非「您領我養」捐款領養人所考慮。

¹⁵³ 陳振遠、湯惠雯（2000），台灣地區公益慈善機構募款策略之研究，淡江人文社會學刊，6期，p.74

¹⁵⁴ 施文玲，社會交換理論之評析，高雄師範工業科技教育所，<http://www.nhu.edu.tw/~society/e-j/52/52-15.htm> 瀏覽日期：2006/10/7

（三）捐款認知與期待

「您領我養」捐款領養人對於捐款組織的期待，認為以「該機構經費運用令人信任」最為重要，其次是「該機構募款用途明確符合自己的目標」，第三是「該機構所從事的業務符合自己的理念」，第四為「該機構以往的服務成果」，第五是「該機構職員服務態度」。而這幾項正是和非營利組織所強調的「責信」有極密切的關係。不論是經費運用令人信任、募款用途符合自己的目標、從事業務符合自己理念等，該組織都必須要對社會承諾自己組織的遠景、使命、工作目標，才能吸引社會大眾注意與投入，而達成階段性工作目標，又要有堅定的使命感與良好的服務態度與專業技能，才能有良好的服務成果，進而獲得「口碑」（重要性排序第六）。

至於較不重要的影響捐款意念認知為：該機構與我有密切的地緣關係（重要性排序 15），該機構的規模（重要性排序 14），該機構曾受公開表揚（重要性排序 13），該機構的文宣資料使我感動（重要性排序 12），該機構曾舉辦成功的公益活動（重要性排序 11），該機構的組成成員（重要性排序 10）。從上述資料顯示，意味著「您領我養」捐款領養人捐款後所期待的是能滿足他們的服務成果，而不是表面的現象，諸如：地緣性、規模、表揚、文宣、某次活動、組織成員等。

（四）捐款領養人捐款意念

從「捐款領養人捐款意念優先順序排序分析」中，意味著中華民國保護動物協會推出的「您領我養」活動符合幾項要件，第一、有明確的捐款使用對象（八里保育場收容的流浪狗，而且能夠讓捐款領養者確知是用在哪一隻動物身上，且若該頭動物發生被他人領出場外或死亡時，會立即通知捐款領養人，徵詢他是否選擇領養另外一頭動物，還是終止領養，因而獲得捐款領養人的信任），第二、設計「您領我養」活動的主要對象是「有愛心想要領養流浪狗，但卻沒有足夠時間與空間照顧流浪狗者」。因此，「您領我養」募款活動正好符合捐款領養者的目標。第三、社團法人中華民國保護動物協會給社會大眾的印象是長期從事的業務主要以收容流浪動物為主，宣導「尊重生命、愛護動物」為輔。因此，對於捐

款領養人而言，正好又符合排序重要性第三的「該機構所從事的業務符合自己的理念」。

以此三項捐款領養人最重視的捐款意念推測，可能就是「您領我養」活動吸引台灣眾多愛心人士參予的原因。但是，活動的配套措施，諸如：良好的服務態度、優質的流浪動物生活環境與品質、順暢的作業流程、上軌道的管理制度、專業人才投入、有效的行銷管道等，都必須要能支援，且要看到成效，才能長期支撐「您領我養」活動，產生更大與長遠的效果。

叁、行銷管道與議題訴求

一、行銷管道

本調查研究經過加權分析後，發現捐款領養人最重視的訊息傳遞管道為：「透過其他公益網站報導」，「電視」，「透過其他流浪動物相關網頁傳遞訊息」，「流浪動物之家雜誌公佈訊息」，「舉辦慈善公益活動」。推測其主要原因是捐款領養人希望能獲得公正、客觀性的訊息傳遞管道獲得想要知道的正確訊息，所以把「透過其他公益網站報導」，「電視」，「透過其他流浪動物相關網頁傳遞訊息」等列為前三名的優先順序。

二、行銷方式

非營利組織的行銷方式，從回收問卷分析的結果來看，中華民國保護動物協會出刊的《流浪動物之家雜誌》扮演了傳遞訊息相當重要的角色。此外，推測「您領我養」活動的捐款人也相當重視該協會是否舉辦活動與活動內容是否符合他們的需求，所以才會認為「活動邀請函」是排序第二的文宣品，一方面表示受到協會尊重，另一方面也可以了解協會活動內容是否符合自己捐款的目標。網際網路是E化時代提供資訊與溝通最快速且立即的工具，但是可能因為網站內容由協會自己提供，無法在第一時間辨別內容真偽，所以協會網站資訊才會被捐款領養人列為排序優先順序第三的行銷管道。

三、文宣內容訴求

捐款領養人對於文宣品內容的訴求中，認為很重要的包括：「經費運用得當」、「從其他途徑獲知收容犬隻是否受到良好照顧」、「確實告知捐款用途」、「收容新進犬隻需要繼續支持」、「服務成果令人肯定」。

捐款領養人認為重要排序的文宣內容和捐款其他非營利組織的認知並無多大差異，主要是捐款領養人不僅希望能看到其所捐助的資源能獲得妥善利用，且能得到良好績效。正因為他們關心該協會，所以也希望該協會能隨時傳遞組織需求的訊息，以便他們決定是否支持新的方案。

四、捐款管道方便性

所有的募款方案，一定要讓潛在捐款者在受到文宣資料感動決定要捐款時，能夠很方便的採取捐款行動。

然而，因為在設計「您領我養」活動的捐款途徑時，以「銀行定期扣款自動轉帳」與「配合信用卡(認同卡)業務」為主，所以回填問卷中當然也出現這兩項捐款途徑被捐款領養人認為是募款效果最佳的排序前二名。事實上，不論是「慈善義賣或義演募款活動」、「對特定捐助對象的持續募款活動」、「對特定專案建設發起的募款活動」都和 J. Steven Ott (2001)¹⁵⁵所提出的設計強有吸引力的募款核心目標有關。以此推測「您領我養」活動的捐款領養目標相當明確，領養對象是八里保育場收容的某一隻動物，因而獲得前在捐款人的認同，進而捐款支持。

五、募款議題訴求

從回收的問卷中，捐款領養人認為「以感性方式報導求助個案，激起同情心」最為重要，而事實上印證台灣所發生的社會事件中，經過媒體報導，因而激起社會大眾同情捐款者，往往在短期內獲得各界捐款資助，且超乎預期成果。參予「您領我養」活動的捐款領養人，某種程度的可以反應台灣捐款人的捐款心理。

至於「以特別活動為重點，請求支援」、「以實際數字展示機構服務成果」、「以機構設立宗旨與其必要性做為強調重點」、「報導機構的經費窘況，請求支援」等訴求議題，相信和該組織的「責信度」有正相關性。組織工作有效率，才能累積

¹⁵⁵ J. Steven Ott (2001), *The Nature of the Nonprofit Sector*, U.S.A., Westview Press, p.290

高貴信度，塑造良好形象，才能「以實際數字展示機構服務成果」，在從事「以特別活動為重點，請求支援」、「以機構設立宗旨與其必要性做為強調重點」作為訴求重點的時候，才能獲得社會各界肯定捐款支持，甚至在「報導機構的經費窘況，請求支援」的時候，激起社會各界驚覺「對社會有如此大貢獻的組織，千萬不能讓它倒閉」，因而捐款支持，財團法人消費者文教基金會在 2005 年發生財務窘困，經媒體披露後，立即獲得各方資助就是最佳範例。

六、擴張募款可能性

在探討「您領我養」捐款領養人中，是否能用其他的方案擴張其捐款金額？從表 5.10.1 中發現，「在未來若動物保護團體向您要求捐助時，您最願意捐助的金額是多少？」所有捐款領養人都表示願意捐助，只是捐款金額有所差異而已。以願意捐助 501—1000 元者為最多，佔 39.2%；1001-3000 元者次之，佔 36.4%；500 元以下者再次，佔 10.1%；3001—5000 元者佔 7.8%；5001—10000 元者佔 3.2%；10001 元以上者佔 2.8%。

從上述資料顯示，中華民國保護動物協會除了「您領我養」活動外，還能設計其他議題的動物保護方案，若此方案能獲得參與「您領我養」活動的捐款領養人贊同，依然能獲得這些捐款領養人的捐助。

第六章 研究結論與建議

第一節 研究結論

從捐款領養人回填問卷推測。參予社團法人中華民國保護動物協會「您領我養」活動的捐款領養人，多數居住在城市化地區，女性(86.96%)多於男性(11.30%)，又以介於30~39歲(53.48%)年齡層的人為多數，教育程度多數是大專畢業者(51.3%、18.7%)，每月收入介於3萬到6萬元之間(42.17%)的未婚(55.22%)一般職員(44.35%)居多。其中大多數是佛教(27.83%)或佛、道皆有(25.22%)的信仰者。

捐款領養人的生活中，多數有飼養(66.09%)或曾經飼養(28.26%)同伴動物，甚至多數有飼養流浪動物(78.70%)的經驗。因此能以同理心對待流浪動物，因而捐款領養八里保育場收容的流浪狗、貓。

本研究調查顯示，受訪者中66.09%的人有飼養同伴動物，28.26%的人曾經飼養同伴動物，更有78.70%的人有飼養流浪動物的經驗。受訪者中不忍無辜生命受到屠殺，有53.0%的人「非常不同意」與38.3%的人「不同意」，換言之有高達91.3%的人反對將「無法送養之收容動物，一律給予安樂死」的做法；且對於「經過觀察測試後，行為乖張無法矯正之收容動物，為了增加收容所循環利用率，一律給予安樂死。」的做法，也有46.5%的人「不同意」與20.9%的人「非常不同意」，等於有67.4%的人反對。且有46.5%的人「同意」與20.0%的人「非常同意」對於「收容之動物，即令行為乖張無法矯正，也應收容到老死，不可以施以安樂死」做法，此問題所得結果與1-1(5)相互輝映。

但因受訪者不忍見到動物生命受到痛苦折磨，基於人道對待動物精神，有53.0%的人「同意」與19.6%的人「非常同意」對於「罹患無法醫治的重病動物」給予安樂死。相對的，在受訪者中有11.3%的人「非常不同意」與43.0%的人「不同意」對於「雖罹患嚴重疾患，也應盡全力搶救，即令病死，也不可以施以安樂死」的做法。在受訪者中有22.6%「同意」與70%「非常同意」對收容之動物進行服從訓練，提高回歸人類社會率(領養率)，替代安樂死，提升動物收容所循環利用率」。根據多重比較分析後，發現所有受訪者，對「安樂死」的觀點並

無顯著差異 (p 值<0.05)。

受訪者中將近 80% 居住在城市化地區；女性為 86.96%，男性為 11.30%；其中又以介於 30~39 歲的年齡層最多，占 53.48%；教育程度以大學畢業，占 51.3% 為最多，其次為專科畢業，占 18.7%；婚姻狀態則以未婚者最多，占 55.22%；在職業別方面則以一般職員為主，占 44.35%；家庭收入部分，以每月平均收入介於 3 萬到 6 萬元之間者為最多，佔 42.17%；宗教信仰方面，以佛教徒最多，占 27.83%，其次是同時信仰佛道的人占 25.22%。在受訪中，雖然有 80% 過去並未曾擔任過義工 (志工)，但卻有 88.65% 曾捐款慈善團體的經驗。在他們之中有 50.43% 過去從未捐贈過其他的動物保護團體。

根據調查分析，受訪者在捐款時會優先考慮「該機構經費運用令人信任」、「該機構募款用途明確符合自己的目標」、「該機構所從事的業務符合自己的理念」、「該機構以往的服務成果」、「該機構職員服務態度」。且會考慮公正與客觀性，因此，對獲得訊息來源的優先順序是「透過其他公益網站報導」、「電視」、「透過其他流浪動物相關網頁」。而且他們一旦接觸到「以感性方式報導求助個案，激起同情心」、「以特別活動為重點，請求支援」、「以實際數字展示機構服務成果」等募款訴求時，都願意增加捐款資助，且有 75.6% 的人願意捐出 501—3000 元。

本研究調查資料經過多重比較分析後發現，在受訪者中，佛教信仰者對捐款動機的整體表現顯著地高於佛、道教皆有信仰者 (p<0.05)。且佛教信仰者的捐款意念，在整體表現顯著地高於無宗教信仰者 (p<0.05)，故不同宗教信仰會影響受訪者對於捐款動機與意念的認知。又受訪者的教育程度差異，也會影響其捐款意念。也發現學歷在高中(職)以下以及研究所以上者，其捐款意念的整體表現顯著地高於大學(學院)學歷者 (p<0.05)。

因為捐款領養人不願見「收容一個月以上，無法送養之收容動物，為了增加收容所循環利用率，一律給予安樂死」因而參予「您領我養」活動，捐款領養八里保育場的流浪動物。他們捐款的主要動機是「捐款助人能得到心靈上的平靜與喜悅」、「捐助行善本來就是自己的志業」、「因為自己經濟寬裕，故捐款幫助別人是應該的」、「過去曾受幫助，如今出自感恩與回饋心來捐助」、「為了行善積德」。

所以有高達 92.6%的受訪者「同意」或「非常同意」對收容之動物進行服從訓練，提高回歸人類社會率(領養率)，替代安樂死，提升動物收容所循環利用率」，以拯救這些無辜生命。

他們的捐款動機整體表現平均數在統計上「有顯著」的差異，因此「宗教信仰的不同會影響」捐款領養人的捐款動機。然而，多重比較分析結果顯示，「僅佛教信仰」的捐款領養人其捐款動機的整體表現「顯著地高於無宗教信仰」的捐款領養人，其他信仰捐款領養人彼此間之捐款動機則無顯著的差異。

在捐款意念上，教育程度的不同會影響捐款領養人的捐款意念。然而多重比較分析結果顯示，高中(職)以下以及研究所以上的捐款領養人其捐款意念的整體表現顯著地高於大學(學院)的捐款領養人，至於專科與其他教育程度的捐款領養人其捐款動機則無顯著的差異。

這些捐款領養人重視接受捐款組織的「該機構經費運用令人信任」、「該機構募款用途明確符合自己的目標」、「該機構所從事的業務符合自己的理念」、「該機構以往的服務成果」、「該機構職員服務態度」。所以，他們是一群有愛心且相當理性的捐款人。

捐款領養人雖然大多數過去並未曾擔任過義工(志工)(80%)，但是卻默默捐輸愛心(88.65%)。然而，在他們之中，有一半以上(50.43%)過去從未捐贈過台灣的動物保護團體，依此可推測「您領我養」活動為社團法人中華民國保護動物協會另外開闢了一個新的捐款人領域。

從研究中發現，流浪動物保護組織研擬募款策略時，主要勸募對象可集中在26—39歲之間，從事一般職員的女性。但是他們也非常理性，募款訴求議題必須以溫馨感人的事件，才能打動他們的心。最好是透過公益組織網估、電視等行銷募款訴求，不過他們也會注意所捐的善款是否被受贈組織好好運用，因此，非營利動物保護組織，若想從社會各界勸募業務運作所需經費，首先必須強化組織的功能建構。

第二節 研究建議

壹、政府政策面

一、落實「生命教育」

1. 流浪動物之產生，有80%以上是遭人丟棄，因此，落實「生命教育」讓國人了解生命的意義與負責任的態度，不要因為一時興起而飼養同伴動物。一旦飼養後，應該負起責任給予適當的教育、醫療、及其他人道對待，絕不棄養。
2. 對寵物繁殖業者、寵物販賣業者除加強管理外，對優良業者應訂定獎勵辦法，以淘汰不良業者，降低體質不良之寵物上市，
3. 重修動物保護法，並以專章規範同伴動物之飼養管理，以期使台灣動物受到符合動物福利及人道待遇。
4. 全面宣導「以領養代替購買」、「以絕育代替撲殺」、「養牠就要教育牠」等觀念，減少公立動物收容所的撲殺率。

二、強化台灣動物保護組織經營管理能力

台灣動物保護組織多數是以愛心人士組成，缺乏非營利組織的經營管理能力，從事動物保護工作感性多於理性。熱情與同情心固然是從是非營利動物保護組織應該具備的新天條件，但若缺乏經營管理專業技能，不僅呈現空有愛心確無法達成任務的結果，且常常陷入財務困頓與發生資源重複浪費的情事。為了提高台灣動物保護組織的工作效率，政府有責任撥款培育動物保護組織的經營人才，以使資源運用得當，提高工作效率，減少浪費。

三、重修「公益勸募條例」

台灣在2006年5月頒布實施「公益勸募條例」，但是該條例不僅未能遏阻不法之徒以愛心斂財，反而阻礙國內非營利組織的發展。

貳、非營利動物保護組織層面

- 一、台灣的非營利動物保護組織，大都空有愛心卻缺乏經營管理能力，不但治理能力不夠，且缺乏自律能力。收容動物最主要是使收容的動物能獲得人

道對待，可是卻常常呈現令人失望的結果，讓收容動物生活在臭、髒、亂、吵的地方。雖有同情的捐款者，但卻無法吸引長期穩固的支持者，故常常出現財務窘困現象。建議所有收容流浪動物的民間收容所，一定要給予收容動物符合人道待遇的精神，才能吸引長期捐款人，才不會常常發生財務窘困狀況。

- 二、 社團法人中華民國保護動物協會雖然是目前台灣最具規模的非營利動物保護組織，但是內部員工的專業技能猶待加強，且對於協會動物保護工作目標並無強烈的共識，建議加強內部行銷。
- 三、 要提升組織的經營能力，必須隨時做各項工作績效評估。但是評估一定要有足夠資料，然而，台灣的非營利動物保護組織在資料蒐集與整理、資料提供意願都很薄弱，因此難以診斷和提供中肯的建議。

參、社會大眾層面

- 一、 台灣民眾的熱情與愛心不容置疑，但是在捐贈之後，也要對被捐贈團體給予監督，希望被捐贈團體能將有限的社會資源做最有效的運用。
- 二、 台灣民眾捐贈動物保護團體的風氣仍有待提倡，資源足夠才能使動物保護工作的推廣更加順利。
- 三、 流浪動物保護只是動物保護工作的其中一項，生態保育更是吃重角色，希望重視流浪動物保護工作團體也同時要重視生態保育工作，唯有在平衡的生態體系中，所有動物才能過著快樂的生活。

第三節 研究限制

- 一、 本研究不僅是國內首次對捐款動物保護組織者所做的捐款人研究，也是世界僅見的對捐款領養人做調查研究。因此相關參考文獻難以蒐集，僅能參考一般捐款社會福利等團體之文獻，故疏漏之處仍待加強後續研究，以補本研究之不足。
- 二、 國內動物保護團體不僅甚少見立捐款人資料庫且不願提供資料，只得社

團法人中華民國保護動物協會「您領我養」捐款領養人為調查抽樣對象，侷限於樣本的代表性，研究顯示結果並無法代表全台灣捐款其他動物保護組織的捐款人。

- 三、受限於研究者的時間、經費、專業素養等因素，在文獻分析、資料蒐集與分析上仍嫌不足，是造成本研究的最主要限制，除應繼續對此題目繼續深入探討外，也期待其他對此研究題目有興趣之專家學者，投入此題目之研究。

第四節 後續研究

- 一、本研究之對象針對參與社團法人中華民國保護動物協會「您領我養」活動之捐款領養人，除此之外還有一般捐款人，在這次調查中並未列入研究對象。而一般捐款人與捐款領養人之捐款心理與行為是否有所不同？是值得探討的題目。
- 二、該協會勸募途徑雖然有利用台北市捷運站及北部7—11做為擺放DM場所、舉辦記者會、《流浪動物之家雜誌》、協會網業、領養人主動協助到其他網站發表自己的感想等，但並未充分運用媒體行銷的力量。若能聘請專業人員針對捐款人重視的訴求做設計，進行媒體行銷，

第五節 研究限制

在台灣，未曾有專家學者對贊助動物保護組織捐款者做過調查研究，本研究因受到時間與研究人力、經費等限制，僅能針對參與社團法人中華民國保護動物協會「您領我養」活動的捐款領養人做為研究調查對象。所獲得調查統計分析結果，並不能代表所有台灣捐款動物保護團體者。因此，對於研究捐款其他動物保護團體和全國民眾對動物保護團體捐款意願與行動之研究，猶待各方先進們填補本研究不足之處。

但是因為研究針對「您領我養」活動的捐款領養人做調查，所以研究分析的結果，應該能更具體的顯現出參與社團法人中華民國保護動物協會「您領我養」

活動捐款領養者的心理與行為，及影響捐款人的捐款領養意願和行動的各項因素，例如：保育場管理、犬隻狀況、文宣資料著訴求重點、募款策略。

參考文獻

壹、中文部份

1. 李樹田譯 (1986), Philip Kotler, 行銷學, Marketing Essentials, 第三版, 台北, 順達出版社。
2. 孟詳森、錢永祥譯 (1997), 原著: 彼得·辛格 Peter Singer (1975), 動物解放 (Animal Liberation), 台北, 社團法人中華民國關懷生命協會出版。
3. 李美華譯 (1998), Earl Babbie 等著, 社會科學研究方法, 台北, 時英出版社。
4. 林雅莉 (1999), 江明修主編, 第三部門經營策略與社會參與, 台北, 智勝文化事業有限公司。
5. 馮燕 (2000), 蕭新煌主編, 非營利部門組織與運作, 台北, 巨流圖書有限公司。
6. 許主峰 (2000), 非營利組織經營管理研修粹要—募款策略與規劃, 台北, 洪健全基金會。
7. 司徒達賢 (2000), 非營利組織經營管理研修粹要, 台北, 洪健全教育文化基金會。
8. 高登第譯 (2000), Philip Kotler, 科特勒談行銷: 如何創造、贏取並主宰市場, 台北, 遠流出版事業有限公司。
9. 陳麗如譯 (2002), Norton J. Kiritz, 找資源做益事, 台北, 五觀藝術管理有

限公司。

10. 孫碧霞、廖秋芬、增華源（2001），非營利組織策略管理，台北，洪葉文化事業有限公司。
11. 陳希林、方怡雯、陳麗如、曾于珍等譯（2002），Joan Flanagan，募款成功——義工與專家必讀，台北，五觀藝術管理有限公司。
12. 傅篤誠（2002），非營利事業管理——議題導向與管理策略，台北，新文京開發出版有限公司。
13. 江明修主編（2002），非營利管理，台北，智勝文化事業有限公司。
14. 洪正中、杜政榮、吳天基（2003），環境生態學，台北，國立空中大學。
15. 王振軒（2005），非政府非政府組織議題與發展，台北，鼎茂圖書出版股份有限公司。
16. 黃俊英（2005），行銷學的世界第三版，台北，天下遠見出版股份有限公司。
17. 黃秀媛譯（2005），W. Chan Kim & Renée Mauborgne 《藍海策略——開創無人競爭的全新市場》，台北，天下遠見出版股份有限公司。
18. 何明龍，資料來自財團法人海棠基金會講習班講義，龍華技術學院。
19. 資料來源：行政院農業委員會年度預算書。

20. 資料來源：社團法人中華社會福利聯合勸募協會提供。
21. 資料來源：社團法人中華民國保護動物協會 2002、2003、2004、2005 年會員大會手冊。
22. 資料來源：社團法人中華民國保護動物協會內部整理資料。
23. 資料來源：社團法人中華民國保護動物協會第七屆第二次會員大會手冊，九十五年度經費支出結算報告與資產負債表。

貳、碩士論文

1. 林雅莉 (1998)，碩士論文，「非營利組織募款之研究」，該研究主要是以社會福利類團體為研究對象。
2. 張坤杉 (2002)，碩士論文，捐血者捐款行為之研究—以台南捐血中心為例，國立成功大學企業管理學系。
3. 黃蒼進 (2003)，碩士論文，台灣企業公益行為之研究—以金融業之銀行為例，南華大學非營利事業研究所。
4. 陳愛椿 (2004)，碩士論文，持續捐款行為之研究—以財團法人瑪利亞文教基金會為例，國立中正大學社會福利研究所。

參、期刊部份

1. 彭懷真 (1994)，為良好募款法規催生，《社會福利》第一一四期。
2. 林雯玲 (1994)，慈濟基金會善款從何來—滴水不露的募款組織網。

3. 陳振遠、湯惠雯（2000），台灣地區公益慈善機構募款策略之研究，淡江人文社會學刊，6期。

肆、英文部分

1. America's Nonprofit Sector: A Primer, 2nd Edition, Lester Salamon, 1999.
2. Dennis R. Young (2001), edited by J. Steven Ott, The Nature of the Nonprofit Sector, CHAPTER 15, Government Failure Theory, USA, UTAH, Westview press.
3. Kim Klein (2001), Fundraising for Social Change, CA, John Wiley & Sons, Inc. .
4. Lester M. Salamon (1994), "The Rise of the Nonprofit Sector", Foreign Affairs July August.
5. Lester M. Salamon. & Anheuer H. K. (1997), "Defining the Nonprofit Sector : A Cross-national Analysis. Manchester University Partners in Public Service : The Scope and Theory of Government Nonprofit Relations", in W. W. Powell (ed) The Non profit Sector : A Research Handbook New Haven, Connet : Cut : Yale University Press.
6. Lester M. Salamon (1999), America's Nonprofit Sector: The New Nonprofit Almanac in Brief 2001, Independent Sector, A Primer, 2nd Edition,.
7. Lester M. Salamon (2003), Global Civil Society An Overview, USA, The Johns

Hopkins University.

8. Lester M. Salamon, S.Wojciech Sokolowski, and Regina List (2003) , Global Civil Society: An Overview, Baltimore, USA.
9. Philanthropic Giving Index Summer 2004, the Center of Philanthropy at Indiana University.
10. Peter Bennett (1995) , Dictionary of Marketing Terms, 2nd ed, Lincolnwood, IL : NTC Publishing Group.
11. Seppo E. Iso-Ahola (1980) , The social psychology of leisure and recreation, U.S.A., Wm. C. Brown Company Publishers.
12. The New Nonprofit Almanac in Brief 2001, Independent Sector.
13. Terry & Doug Schaff (1999) , The Fundraising Planner----a working model for raising the dollars you need, CA, John Wiley & Sons, Inc..
14. 該統計資料來源係來自 : V. Hodgkinson, et al., Nonprofit Almanac, 1992—1993, San Francisco : Jossey—Bass.

伍、網站部份

1. 資料來源：Giving USA 年鑑，Giving USA Foundation™ AAFRC Trust for Philanthropy，<http://www.aafrc.org/> 瀏覽日期：2006/2/10
2. 資料來源：行政院主計處，中華民國資訊統計網，
<http://www.stat.gov.tw/public/Attachment/610149361371.doc> 瀏覽日期：

2006/11/1

3. 內政部統計資訊服務網，<http://www.moi.gov.tw/stat/index.asp> 瀏覽日期：
2006/11/15
4. 官友垣，NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc> 瀏覽日期：2005/5/24
5. 資料來源：中華百科全書，自由主義：洛克認為人是一種理性的動物，所以人類在自然狀態中，就有所謂「自然法」，與每人都具有的「自然權利」(Natural Right)，非他人所能加以侵犯和剝奪。為要保障此種自然權利起見，於是國家和政府，遂應運而產生。
<http://living.pccu.edu.tw/chinese/data.asp?id=253&htm=03-229-1465自由主義.htm&nowpage=1> 瀏覽日期：2006/11/16
6. 資料來源：中華百科全書
<http://living.pccu.edu.tw/chinese/data.asp?id=377&htm=01-605-0605%E5%A4%A9%E8%B3%A6%E4%BA%BA%E6%AC%8A%E8%AA%AA.htm&nowpage=1> 瀏覽日期：2006/11/16
7. 資料來源：維基百科，孟德斯鳩，
<http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=%E5%AD%9F%E5%BE%B7%E6%96%AF%E9%B8%A0&variant=zh-tw> 瀏覽日期：2006/11/16
8. 鄭讚源主持(2000)，統一捐募運動管理之研究，內政部 89 年度委託研究計畫，<http://sowf.moi.gov.tw/25/2%B3%B9%A4%E5%C4m%B1%B4%B0Q.htm>
瀏覽日期：2006/9/8

9. 郭景萍 (2005), 現代社會工作的基本特徵：制度化利他主義, 社會科學研究, 2005 (4)。
<http://www.sss.net.cn/ReadNews.asp?NewsID=4664&BigClassid=12&SmallClassID=34&SpecialID=0&belong=sc> 瀏覽日期：2005/12/1
10. 奇云 (2005), 人類有利他主義基因 基因變異在 11 號染色體, 北京科學報, <http://tech.enorth.com.cn/system/2005/02/16/000964499.shtml> 瀏覽日期：2005/12/1
11. 蕭素月 (2003), 碩士論文, 地震災害避難疏散最適路徑之研究－以南投都市計畫區範圍為例, <http://www.geog.ntu.edu.tw/research/paper2003/P89228005/> 瀏覽日期：2005/12/03
12. 資料來源：
<http://www.economyprofessor.com/economictheories/human-capital-theory.php>
瀏覽日期：2005/12/8
13. 資料來源：創新中學，
http://www.mss-mlc.com/big5/material/form4/society/soc4_1_05.htm 瀏覽日期：2005/12/8
14. 資料來源：<http://www.namliong.com.tw/cgi-bin/mana.cgi?028-0016> 瀏覽日期：2005/12/8
15. 資料來源：
<http://www.swlearning.com/management/aldag/OBM1e/powerpoint/ch06.ppt>
瀏覽日期：2005/12/8

16. 陳俊升（碩士論文），接受宗教之社會化歷程分析--以創價學會的信仰過程為例，<http://www.nhu.edu.tw/~society/e-j/38/38-31.htm> 瀏覽日期：2005/12/8
17. 中華民國動物保護法，http://www.apaofroc.org.tw/08LAW/law_g_04.htm 瀏覽日期：2005/11/30
18. 資料來源：蘇美蓉、施文玲（2004），由社會學角度探討慈善捐贈行為，國立高雄師範大學國立高雄師範大學博工業教育系博士生
<http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc>
瀏覽日期：2006/10/7
19. 鄭怡世（2003），個人募款市場及捐款行為的分析，募款策略研習班講稿，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/92n-fundung1-1-2.doc> 瀏覽日期：2006/05/10
20. 江明修演講稿，非營利組織之非營利組織之 SWOT 策略規劃與運用
http://npo.nccu.edu.tw/content/section02/item06_doc/npo-SWOT.pdf#search='%E9%9D%9E%E7%87%9F%E5%88%A9%E7%B5%84%E7%B9%94%26SWOT%E5%88%86%E6%9E%90' 瀏覽日期：2005/12/10
21. 徐曉軍，轉形期中國鄉村社會交換的變遷，原載《浙江學刊》2001年第4期
http://www.usc.cuhk.edu.hk/wk_wzdetails.asp?id=4190 瀏覽日期：2005/12/1
22. 資料來源：陳秉章（1985）
<http://www.nhltc.edu.tw/~chentc/%A1q%B1%D0%A8|%AA%C0%B7%BE%C7%A1r/020%B1%D0%A8|%AA%C0%B7%BE%C7%B2z%BD%D7/0240%B9L%B5{%BD%D7%A1%FE%A5%E6%B4%AB%B2z%BD%D7.htm> 瀏覽日期：2005/12/1

23. 鄭怡世 (2003), 個人募款市場及捐款行為的分析, 募款策略研習班講稿, <http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/92n-fundung1-1-2.doc> 瀏覽日期: 2006/4/8
24. 資料引用自: 官有垣, NPO 的捐款人之捐贈動機與行為, <http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc> 瀏覽日期: 2006/4/8
25. 資料來源: 蘇美容、施文玲 (2004), 由社會學角度探討慈善捐贈行為, 國立師範大學工業科技教育研究所, <http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc> 瀏覽日期: 2006/10/7
26. 資料引用自: 官有垣, NPO 的捐款人之捐贈動機與行為, <http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc> 瀏覽日期: 2006/4/8
27. 資料來源: 愛心捐助不在「錢」多 心誠最可貴-上班族捐款行為大調查 新聞稿, <http://www.1111.com.tw/zone/pr/headline.asp?autono=945> 瀏覽日期: 2006/4/8
28. 資料來源: 蘇美容、施文玲 (2004), 由社會學角度探討慈善捐贈行為, 國立師範大學工業科技教育研究所, <http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc> 瀏覽日期: 2006/10/7

29. 資料來源：行政院主計處 2004 年 7 月 5 日新聞稿
<http://www129.tpg.gov.tw/society/word/news/92news.doc> 瀏覽日期：2006/4/8
30. 資料引用自：官有垣，NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc> 瀏覽日期：2006/4/8
31. 資料來源：蘇美容、施文玲（2004），由社會學角度探討慈善捐贈行為，國立師範大學工業科技教育研究所，
<http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc>
瀏覽日期：2006/10/7
32. 資料來源：蕭淑珍，非營利組織行銷通路研究和產品定價策略，財團法人喜憨兒社會福利基金會，
<http://72.14.203.104/search?q=cache:bPqMEXjW9m8J:site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/92s-marketing1-6-1.ppt+%E5%8F%B0%E7%81%A3%E4%B8%8A%E7%8F%AD%E6%97%8F%E6%8D%90%E6%AC%BE%E8%A1%8C%E7%82%BA%E8%AA%BF%E6%9F%A5&hl=zh-TW&gl=tw&ct=clnk&cd=42> 瀏覽日期：2006/4/7
33. 資料引用自：官有垣，NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc> 瀏覽日期：2006/4/8
34. 資料引用自：官有垣，NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc>

BA.doc 瀏覽日期：2006/4/8

35. 資料來源：蘇美容、施文玲（2004），由社會學角度探討慈善捐贈行為，國立師範大學工業科技教育研究所，
<http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc>
瀏覽日期：2006/10/7
36. 資料引用自：官有垣，NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc>
BA.doc 瀏覽日期：2006/4/8
37. 資料來源：蘇美容、施文玲（2004），由社會學角度探討慈善捐贈行為，國立師範大學工業科技教育研究所，
<http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc>
瀏覽日期：2006/10/7
38. 資料來源：愛心捐助不在「錢」多 心誠最可貴-上班族捐款行為大調查 新聞稿，
<http://www.1111.com.tw/zone/pr/headline.asp?autono=945> 瀏覽日期：2006/4/8
39. 資料來源：蘇美容、施文玲（2004），由社會學角度探討慈善捐贈行為，國立師範大學工業科技教育研究所，
<http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc>
瀏覽日期：2006/10/7
40. 資料來源：蘇美容、施文玲（2004），由社會學角度探討慈善捐贈行為，國立師範大學工業科技教育研究所，
<http://tea.smvhs.kh.edu.tw/dyna/data/user/wenling/files/200412151638171.doc>

瀏覽日期：2006/10/7

41. 資料來源：青聯學聯兩會特刊，代表最廣大人民利益的一個成功實踐，上海是希望工程辦公室提供，
http://www.cyol.net/gb/content/2000-07/13/content_41204.htm 瀏覽日期：
2006/4/15
42. 陸宛蘋（2001），東海大學社會工作管理研討會，
<http://www.asia-learning.com/lucia/article/99136247/> 瀏覽日期：2005/12/12
43. 資料來源：內政部社會司，公益勸募條例，<http://sowf.moi.gov.tw/15/new15.htm>
瀏覽日期：2006/8/28
44. 官友垣，NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc> 瀏覽日期：2005/5/10
45. 資料來源：周文珍，中華社會福利聯合勸募協會秘書長，
http://www.fashionguide.com.tw/MsgL/3_TopicL_172493_86.html 2006/03/10
46. 資料來源：社團法人中華民國保護動物協會，
<http://www.apaofroc.org.tw/03FOSTER/Foster.htm> 瀏覽日期：2005/5/10
47. 資料來源：中華民國動物保護法第二十一條，
http://www.apaofroc.org.tw/08LAW/law_g_04.htm 瀏覽日期：2005/5/10
48. 資料來源：蕭淑珍，非營利組織行銷通路研究和產品定價策略，財團法人喜憨兒社會福利基金會，

<http://72.14.203.104/search?q=cache:bPqMEXjW9m8J:site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/92s-marketing1-6-1.ppt+%E5%8F%B0%E7%81%A3%E4%B8%8A%E7%8F%AD%E6%97%8F%E6%8D%90%E6%AC%BE%E8%A1%8C%E7%82%BA%E8%AA%BF%E6%9F%A5&hl=zh-TW&gl=tw&ct=clnk&cd=42> 瀏覽日期：2006/4/7

49. 鄭怡世（1999），NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc> 瀏覽日期：2006/03/10
50. 資料來源：行政院主計處（2003），最近一年曾對非營利團體捐款之主要原因，
<http://eng.dgbas.gov.tw/public/Attachment/411291359171.xls> 瀏覽日期：2006/03/10
51. 鄭怡世（1999），NPO 的捐款人之捐贈動機與行為，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/financing-02-%E6%8D%90%E6%AC%BE%E5%8B%95%E6%A9%9F%E8%88%87%E8%A1%8C%E7%82%BA.doc> 瀏覽日期：2006/03/10
52. 資料來源：青聯學聯兩會特刊，代表最廣大人民利益的一個成功實踐，上海是希望工程辦公室提供，
http://www.cyol.net/gb/content/2000-07/13/content_41204.htm 瀏覽日期：2006/4/15
53. 資料來源：沈聖書，非營利組織的網路行銷、網站管理、與資訊運用，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/information1-3-%E9%9D%9E%E7%87%9F%E5%88%A9%E7%B5%84%E7%B9%94%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E8%A1%8C%E9%8A%B7.ppt> 瀏覽日期：2006/3/10

54. 中華民國綜合所得稅法第六條之一
http://www.ntak.gov.tw/brief/service/012_law_1.htm#01 瀏覽日期：2007/06/01
55. 資料來源：各縣市戶數結構表，<http://www.ris.gov.tw/ch4/static/st10-7.xls> 瀏覽日期：2007/06/01
56. 資料來源：台灣現住人口按性別、年齡、婚姻狀況分類表，
<http://www.ris.gov.tw/ch4/static/st10-3.xls> 瀏覽日期：2007/06/01
57. 鄭怡世（2003），個人募款市場及捐款行為的分析，募款策略研習班講稿，
<http://site4.nyc.gov.tw/part3/npo/npo-web/doc/92n-fundung1-1-2.doc> 瀏覽日期：2006/7/12
58. 施文玲，社會交換理論之評析，高雄師範工業科技教育所，
<http://www.nhu.edu.tw/~society/e-j/52/52-15.htm> 瀏覽日期：2006/10/7
59. 資料來源：愛心捐助不在「錢」多 心誠最可貴-上班族捐款行為大調查 1111
人力銀行新聞稿，<http://www.1111.com.tw/zone/pr/headline.asp?autono=945> 瀏覽日期：2006/4/8

問卷樣本

非營利事業經營管理研究

研究題目：

動物保護組織捐款人研究

-以社團法人中華民國保護動物協會「您領我養」為例

參與「您領我養」捐助領養人意見調查問卷

敬愛的「您領我養」捐款領養大德:您們好!

感謝您的愛心與奉獻，參與社團法人中華民國保護動物協會「您領我養」捐款領養流浪狗活動，造福流浪動物。在此謹向您表達最高敬意與謝忱。

本研究係社團法人中華民國保護動物協會秘書長黃慶榮研讀南華大學非營利組織管理研究所碩士論文題目，主要是想藉由您的寶貴意見，讓社團法人中華民國保護動物協會在業務運作管理工作上，發揮更有效的功能，並提供其他動物保護團體與政府主管機關制定動物福利政策的參考。您所填寫的答案，僅供整體統計分析做為個人論文研究用，絕不對外單獨發表，敬請放心填答。

為了深入瞭解「您領我養」捐助人的意見，本問卷可能要耽誤您些許時間，但由於問卷發出的份數不多，您的意見對本研究的結果影響很大。因此，懇請您一本熱心助人的胸懷，撥空填答，並期望早日收到您的答卷；感謝您的協助，功德無量！

並祝您
身體健康！
萬事如意!

研究單位：私立南華大學非營事業管理研究所

指導教授：王振軒 教授

研究生：黃慶榮

聯絡電話：02-27040809 0927-752881

第一部份：「心理因素」

1-2	對於下列各種捐款動機，您是否也有相同看法？	非常 不同 同意	不 同 意	無 意 見	同 意	非常 同 意
(1)	能捐款幫助別人，證明自己小有成就	<input type="checkbox"/>				
(2)	過去曾受幫助，如今出自感恩與回饋心來捐助	<input type="checkbox"/>				
(3)	捐款助人能得到心靈上的平靜與喜悅	<input type="checkbox"/>				
(4)	基於宗教慈悲濟世的精神而助人	<input type="checkbox"/>				
(5)	自己或親友曾遭逢類似苦難，故感同身受	<input type="checkbox"/>				
(6)	捐助行善本來就是自己的志業	<input type="checkbox"/>				
(7)	因為自己經濟寬裕，故捐款幫助別人是應該的	<input type="checkbox"/>				
(8)	捐款可以得到社會的讚賞	<input type="checkbox"/>				
(9)	捐款收據可以抵稅	<input type="checkbox"/>				
(10)	不好意思拒絕募款人的請求	<input type="checkbox"/>				
(11)	週遭朋友都捐，自己只好多少也捐一些	<input type="checkbox"/>				
(12)	為了行善積德	<input type="checkbox"/>				
(13)	我現在幫助別人，是希望以後也會有人幫我	<input type="checkbox"/>				
(14)	為了贖罪	<input type="checkbox"/>				

1-3	對於一家從未捐助過的動物保護組織，您覺得下列哪些是決定捐助與否的重要因素？	非常 不 重 要	不 重 要	無 意 見	重 要	非常 重 要
(1)	該機構成立的宗旨	<input type="checkbox"/>				
(2)	該機構的口碑	<input type="checkbox"/>				
(3)	該機構的組成成員	<input type="checkbox"/>				
(4)	該機構以往的服務成果	<input type="checkbox"/>				
(5)	該機構曾受公開表揚	<input type="checkbox"/>				
(6)	該機構的規模	<input type="checkbox"/>				
(7)	該機構服務的對象	<input type="checkbox"/>				
(8)	該機構曾舉辦成功的公益活動	<input type="checkbox"/>				
(9)	該機構的文宣資料使我感動	<input type="checkbox"/>				

(10)	該機構與我有密切的地緣關係	<input type="checkbox"/>				
(11)	該機構經費運用令人信任	<input type="checkbox"/>				
(12)	該機構的領導人形象	<input type="checkbox"/>				
(13)	該機構職員服務態度	<input type="checkbox"/>				
(14)	該機構所從事的業務符合自己的理念	<input type="checkbox"/>				
(15)	該機構募款用途明確符合自己的目標	<input type="checkbox"/>				

1-4	對於本協會下列文宣資料，您的處理方式為何？	根 本 不 看	大 略 翻 閱	部 份 閱 讀	仔 細 閱 讀	行 動 回 應
(1)	感謝函	<input type="checkbox"/>				
(2)	流浪動物之家雜誌	<input type="checkbox"/>				
(3)	活動邀請函	<input type="checkbox"/>				
(4)	海報	<input type="checkbox"/>				
(5)	報紙雜誌廣告	<input type="checkbox"/>				
(6)	網站資訊	<input type="checkbox"/>				
(7)	捐款人徵信錄	<input type="checkbox"/>				
(8)	電子報或電子郵件	<input type="checkbox"/>				

1-5a	在您決定是否繼續捐助「您領我養」時，您認為下列哪些是影響的重要因素？	非 常 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要
(1)	很快來函感謝	<input type="checkbox"/>				
(2)	很快收到捐款收據	<input type="checkbox"/>				
(3)	提供簡便的捐款方式	<input type="checkbox"/>				
(4)	持續舉辦公益活動	<input type="checkbox"/>				
(5)	確實告知捐款用途	<input type="checkbox"/>				
(6)	經費運用得當	<input type="checkbox"/>				
(7)	經常收到通訊報導刊物	<input type="checkbox"/>				
(8)	服務成果令人肯定	<input type="checkbox"/>				
(9)	擁有高知名度令我與有榮焉	<input type="checkbox"/>				
(10)	通訊刊物中持續報導令人感動的案例	<input type="checkbox"/>				

(11)	告知經費短缺亟須捐助	<input type="checkbox"/>				
(12)	從其他途徑獲知收容犬隻是否受到良好照顧	<input type="checkbox"/>				
(13)	收容新進犬隻需要繼續支持	<input type="checkbox"/>				
(14)	親自參觀保育場確知收容犬隻受到照顧狀況	<input type="checkbox"/>				

1-5b 在您決定是否繼續支持「您領我養」捐款領養八里保育場流浪犬貓的認知中，上述考慮因素中那三項因素較為重要？

最重要_____次重要_____重要_____

1-5c 您已經持續支持「您領我養」捐款領養八里保育場流浪犬隻多久了？

捐款領養犬隻_____個月，領養了_____頭。

1-6 也許您曾經領養過本會八里保育場的狗，後來終止領養。請您圈選其理由。

(可複選，若無此經驗，請直接到第1-7題)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 協會讓您有受騙的感覺 | <input type="checkbox"/> 失去聯絡 |
| <input type="checkbox"/> 捐款的管道不方便 | <input type="checkbox"/> 支持的特定計畫已結束 |
| <input type="checkbox"/> 本會的經費運用不夠透明 | <input type="checkbox"/> 本會工作同仁的服務態度不佳 |
| <input type="checkbox"/> 本會的服務成果不彰 | <input type="checkbox"/> 領養犬隻死亡 |
| <input type="checkbox"/> 上次是在不得已或不好意思的情況下捐款的 | <input type="checkbox"/> 個人經濟情況變差 |
| <input type="checkbox"/> 其它_____ | |

1-7 請寫下您對本會的建議，如：服務項目、募款策略、資金運用、對本會的期待等：

第二部分：「社會文化及環境因素」

		非常 不重 要	不 重 要	無 意 見	重 要	非常 重 要
2-1	對本會「您領我養」資訊傳遞的重要性，您的看法如何？					
(1)	報紙	<input type="checkbox"/>				
(2)	電視	<input type="checkbox"/>				
(3)	廣播	<input type="checkbox"/>				
(4)	街頭海報	<input type="checkbox"/>				
(5)	信函或電話訪談	<input type="checkbox"/>				
(6)	慈善團體的刊物	<input type="checkbox"/>				
(7)	流浪動物之家雜誌公佈訊息	<input type="checkbox"/>				
(8)	其他雜誌報導	<input type="checkbox"/>				
(9)	舉辦慈善公益活動	<input type="checkbox"/>				
(10)	文件背面印刷廣告(如統一發票,機場登機卡.)	<input type="checkbox"/>				
(11)	透過本會網頁公佈訊息	<input type="checkbox"/>				
(12)	透過其他流浪動物相關網頁傳遞訊息	<input type="checkbox"/>				
(13)	透過其他公益網站報導	<input type="checkbox"/>				
(14)	親友口耳相傳	<input type="checkbox"/>				
(15)	公共場所之文宣資料	<input type="checkbox"/>				

		非常 沒 效	沒 有 效	普 通	有 效	非常 有 效
2-2	下列捐款方式中，您認為它們的募款效果如何？					
(1)	登門勸募	<input type="checkbox"/>				
(2)	戶外勸募	<input type="checkbox"/>				
(3)	對特定捐助對象的持續募款活動	<input type="checkbox"/>				
(4)	公共場所的捐款箱	<input type="checkbox"/>				
(5)	對特定專案建設發起的募款活動	<input type="checkbox"/>				
(6)	捐款人自行填寫郵政劃撥單	<input type="checkbox"/>				
(7)	已印製完整的郵政劃撥單	<input type="checkbox"/>				
(8)	配合信用卡(認同卡)業務	<input type="checkbox"/>				
(9)	銀行定期扣款自動轉帳	<input type="checkbox"/>				

(10)	慈善義賣或義演募款活動	<input type="checkbox"/>				
(11)	募款餐會	<input type="checkbox"/>				
(12)	網際網路線上捐款	<input type="checkbox"/>				
(13)	電話捐款	<input type="checkbox"/>				

		毫 不 關 心	不 太 關 心	無 意 見	稍 受 感 動	深 受 感 動
2-3	對於本協會的下列哪種訴求重點，在您內心的感覺如何？					
(1)	以機構設立宗旨與其必要性做為強調重點	<input type="checkbox"/>				
(2)	以感性方式報導求助個案，激起同情心	<input type="checkbox"/>				
(3)	以實際數字展示機構服務成果	<input type="checkbox"/>				
(4)	以宗教精神感召	<input type="checkbox"/>				
(5)	以說理方式傳遞社會極需幫助的事實	<input type="checkbox"/>				
(6)	以抨擊社會敗壞與冷漠的方式，喚起社會關心	<input type="checkbox"/>				
(7)	以表揚特殊捐助人方式，激發見賢思齊心	<input type="checkbox"/>				
(8)	以社會賢達或公眾人物為號召	<input type="checkbox"/>				
(9)	提醒捐款可以節稅的方式	<input type="checkbox"/>				
(10)	報導機構的經費窘況，請求支援	<input type="checkbox"/>				
(11)	以特別活動(如歲末寒冬送溫情)為重點，請求支援	<input type="checkbox"/>				

2-4 您大約平均每隔多久會捐款給需要幫助的動物保護團體或個人？

- 一週一次 一個月一次
 一季一次 半年一次
 一年一次 不定期

2-5 在過去您每次捐贈的金額約為多少？

- 500 元以下 501 元—1000 元
 1,001—3,000 元 3,001—5,000 元
 5,001—10,000 元 10,001 元以上

2-6 在未來若動物保護團體向您要求捐助時，您最願意捐助的金額是多少？

- 500 元以下 501 元—1000 元
 1,001—3,000 元 3,001—5,000 元
 5,001—10,000 元 10,001 元以上

第三部分：「人口學特質」

下面資料您無需具名，僅供電腦統計分析使用，請放心填寫，謝謝您。

3-1 您的性別是：

男 女

3-2 您的年齡：

19 歲以下 20-29 歲 30-39 歲

40-49 歲 50-59 歲 60 歲以上

3-3 您的教育程度是：

小學 國（初中） 高中（職）

專科 大學（學院） 研究所以上

3-4 您的宗教信仰是：

佛教 道教 佛、道皆有 回教

基督教 天主教 一貫道 其它____ 無

3-5 您的職業是：

公教人員 一般職員 企業主、老闆

自由業 技術人員、工程師 家庭管理

農漁民 軍人 退休人員

其它：_____

3-6 家庭平均每月收入是：

30,000 元以下 30,001-60,000 元

60,001-90,000 元 90,001-120,000 元

120,001-150,000 元 150,001 元以上

3-7 家庭的婚姻狀況：（可複選）

單身% 已婚，未有子女 已婚，已有子女 單親家庭

最小的子女未上小學 最小的子女在6-18 歲之間

最小子女雖滿18 歲,但尚未獨立 子女已獨立

3-8 請問您是否曾擔任某公益慈善機構的義工(志工)？

是

否

3-9 請問您是否曾捐助過其他的公益慈善機構？

是

否

3-10 請問您是否曾捐助過其他的動物保護團體擔？

是

否

3-11 請問您或家人是否飼養過流浪動物？

- 是
 否

3-12 請問您是否飼養或曾經飼養同伴動物？

- 正在飼養中
 曾經飼養過
 從未飼養過

3-13 請問您正在飼養或曾經飼養過的同伴動物是？

- 狗 貓 鳥類 兔子 老鼠 爬蟲類 其他： ___

3-14 您曾經最多一次領養幾隻協會八里保育場的狗（貓）？

- 一隻 二隻 三~五隻 六隻以上

謝謝您細心的填寫這份問卷，由於您每項意見都會影響本研究的成敗，任何答題遺漏都將造成資料難以完善分析，故請您再次檢查是否有漏答；如核對無誤後，敬請投郵；希望能儘快就能收您的回音！協會的經營管理能否更上層樓？個人能否順利畢業，就全靠您們了！再次感謝您！