

南 華 大 學

傳播學系碩士班

碩士論文

慈善團體公關行銷之策略與實踐－

以「華山基金會」為例

The strategies and Practice of Public Relation of

Huashan Social Welfare Foundation

研 究 生：林奕儒 撰

指 導 教 授：蔡鴻濱 博士

中華民國 105 年 7 月 19 日

南 華 大 學

傳 播 學 系 碩 士 班

碩 士 學 位 論 文

慈善團體公關行銷之策略與實踐—以「華山基金會」為例

The strategies and Practice of Public Relation of Huashan Social Welfare Foundation

研究生：林奕儒

經考試合格特此證明

口試委員：_____

黃 登 濱
李 鴻 濱
王 雅 蘭

指導教授：李鴻濱

系主任(所長)：張治亮

口試日期：中華民國 105 年 6 月 24 日

中文摘要

本論文為一公關實務報告，企劃與執行之研究動機來自於 2012 年，當時研究者與「華山社會福利慈善事業基金會」的暑期志工活動結緣。在實際與社區服務員一同協助獨居老人的親身體驗過程中，發現許多感人故事且深深受到感動，研究者不僅體會了慈善公益團體永遠需要存在，更需要社會多方的協助，因此開啟本慈善團體公關行銷策略企畫與實踐的契機。

「華山社會福利慈善事業基金會」從事的是獨居老人服務，研究者經由實地訪談、文獻資料蒐集與分析後發現，隨著老人的照顧量持續地增加，與政府實行電子發票政策，導致其基金會產生募款及運作上之困境，亟需將它的服務搭配適合之公關活動行銷，進而解決募款運作等困境。

因此，本研究企劃與實踐主要圍繞的關鍵公關問題為「華山基金會如何藉由公關策略與活動，提升其募款來源，以及組織能見度？」

華山基金會募款的主要來源為各種方式的愛心發票捐贈，而學生族群最能產生募集發票之群聚效應。本活動企畫執行的時間點巧遇「臺灣電視台」開闢全新電視歌唱選秀節目「金牌麥克風」，藉由其到南華大學舉辦校園徵選會之機緣，乃予之結合舉辦。議定後，本活動開始進行企劃書擬定、行前籌備、活動進行及檢討分析，活動順利完成後，並可作為成功解決其所遭遇發票捐贈短少、組織能見度低落之困境。研究者建議，其基金會可參考本案，做為日後募款之良方之一。

關鍵字：慈善團體、華山基金會、公關策略、統一發票

Abstract

The thesis is a public-relations practice report, the research envisagement and implementation of which is initiated from the author's summer volunteer experience in Huashan Social Welfare Foundation in 2012. In the real practice in assisting the living-alone elders with the community service staff, the author found many heart-touching stories and has been moved from that time. The author realizes that the charities should exist forever; moreover, they need much more assistances from the society. Therefore, it is the beginning of the research envisagement and implementation in the public-relations marketing strategy of charity groups.

The major engagement of Huashan Foundation is the service of elders who live alone. From the actual interviews and the collection and analysis of literature reviews, the author recognized some operational difficulties of Huashan Foundation. Following the increased number of needy elders and the governmental policy of electronic receipts, Huashan Foundation has had significant difficulty in fund raising and organizational operations. The author believes that if Huashan Foundation could develop public-relations strategies and effectively implement related marketing strategies, then the difficulty of fund-raising sources would be solved.

Thus, the key issue of research envisagement and implementation in the thesis is related to "How can Huashan Foundation increase fund-raising sources and visibility via public-relations strategies and activities?"

The main source of Huashan Foundation's fund-raising plan is the receipt of donations, especially from the cluster effect among student groups. The implementation of the plan collaborates with a TV show called "Super M" issued by TTV Television. Therefore, through the campus-selection opportunity of "Super M" in Nanhua University, the plan was initiated in phases from proposal, preparation, execution, and then finally to review. The completion of the activity successfully solved the difficulty of fund-raising sources and low visibility in Huashan Foundation. Hence, the author suggests that Huashan Foundation apply the implementation methodology used in this activity as one of the possible fund-raising methods for the future.

Key words: Charity Groups, Huashan Social Welfare Foundation, Public Relation Strategies, Receipt

目次

第一章 緒論	
第一節 企劃動機	001
壹、華山基金會與我	001
一、華山故事感動我心	001
二、華山基金會介紹	002
第二節 華山公關問題	005
壹、華山公關問題：募款與運作困境	005
貳、公關問題確立	006
一、公關問題調查	006
二、公關問題確立	012
三、小結	015
第二章 華山基金會公關策略與企劃	
第一節 NPO 策略相關理論	016
一、STP 理論	016
二、SWOT 理論	019
三、企業競爭五力模式	022
第二節 華山基金會之分析	027
壹、外部分析	027
一、高齡化社會的來臨	027
二、台灣高齡化社會的快速抵達	030
三、相關社會福利結構的發展	036
四、當前台灣NPO面臨之環境	042
五、受傳統觀念影響對養老機構認識不足	047
貳、內部分析	048
一、服務對象	048
二、服務內容	048
參、SWOT分析	053
一、優勢 (Strengths)：潛在資源力量	054
二、劣勢 (Weaknesses)：潛在資源弱點	055
三、機會 (Opportunities)：團體潛在機會	057
四、威脅 (Threats)：外部潛在威脅	058
肆、定位點	060
一、S-Segmentation (市場區隔)	061
二、T-Targeting (目標市場選擇)	062
三、P-Positioning (市場定位)	062

第三章 活動企劃與執行	
第一節 活動企劃書擬訂	064
一、活動名稱	064
二、活動宗旨	064
三、活動目的	065
四、活動主旨	069
五、活動特色	070
六、指導單位（給予經費補助）	070
七、主辦單位	070
八、承辦單位	070
九、協辦單位	070
十、活動時間	070
十一、活動地點	071
十二、對象資格	071
十三、報名時間	071
十四、報名方式	071
十五、費用	071
十六、交通	071
十七、宣傳方式	071
十八、花費項目	072
十九、經費來源	073
二十、活動內容製表	073
二十一、人力資源規劃	077
二十二、工作進度表	079
二十三、活動執行甘特圖	080
二十四、器材配置表	082
二十五、危機處理	083
二十六、緊急連絡人	083
二十七、雨備	083
二十八、注意事項及善後工作	083
二十九、經費預算表	084
三十、預估效益	085
三十一、位置分配圖	085
三十二、補助經費審核簽章欄	086
第二節 行前籌備	087
一、籌備會議	087
二、場地勘查	089
三、器材準備跟製作	090

四、宣傳與媒體連繫	091
五、行前會議	095
第三節 活動	097
第四節 檢討	102
第四章 效益評估與未來	
壹、發票募集成功	104
貳、媒體露出	106
參、參與者回饋	108
一、滿意度調查	109
二、參與者心得	112
肆、經費與團隊人員效能	114
伍、未來努力方向	115
參考書目	118
第一章附件	
附件 1.1、2013 年 5 月 10 日 邱社服員訪談逐字稿	125
附件 1.2、2015 年 5 月 21 日 洪公關訪談逐字稿	132
附件 1.3、2015 年 5 月 27 日 許站長訪談逐字稿	135
第二章附件	
附件 2、華山基金會對外文宣、固定活動 DM	161
第三章附件	
附件 3.1、籌備會議開會通知單	169
附件 3.2、籌備會議簽到單	170
附件 3.3、籌備會議會議紀錄	171
附件 3.4、籌備會議照片	174
附件 3.5、活動場地借用申請	175
附件 3.6、新聞稿發布申請表	176
附件 3.7、行前會議開會通知單	177
附件 3.8、行前會議簽到單	178
附件 3.9、行前會議會議紀錄	179
附件 3.10、行前會議照片	181
附件 3.11、工作人員活動簽到單	182
附件 3.12、參賽者報名資料表	*
附件 3.13、參賽者、觀眾活動簽到單及發票勸募數量紀錄	*
附件 3.14、檢討會議開會通知單	218
附件 3.15、檢討會議簽到單	219
附件 3.16、檢討會議會議紀錄	220
附件 3.17、檢討會議照片	223
第四章附件	

附件 4.1、媒體報導截圖.....	224
附件 4.2、活動參與者滿意度調查表.....	*
附件 4.3、活動參與者參與心得.....	*

* 說明：以下關於活動辦理之文書資料部分附件，包括活動當天之參賽者報名資料表、參與者簽到單、發票捐贈數量紀錄；參與者滿意度調查表及參與心得單，由於牽涉個資問題，以上部分文書資料皆有掃描成圖檔可證明本活動皆有實際完整舉辦，若讀者對以上項目資料有興趣，可與研究者聯繫索取。



圖次

圖 1、華山基金會組織發展魚骨圖	003
圖 2-1、目標行銷之 STP 三步驟	017
圖 2-2、策略管理程式	019
圖 2-3、傳統 SWOT 分析資源基礎模式	020
圖 2-4、Porter 五力的產業結構	023
圖 2-5、Porter 五力分析架構圖及相關影響因素	026
圖 2-6、1975-2050 年各洲 65 歲以上老年人口占總人口比例變化	028
圖 2-7、我國之扶養比與倚賴比 (1974-2056)	033
圖 2-8、我國之父母贍養比 (1974-2056)	034
圖 2-9、各類生活面向之銀髮商機	036
圖 2-10、長期照護機構式服務預估未來占床數	041
圖 2-11、華山基金會轉介流程圖	049
圖 2-12、華山基金會服務輸送流程圖	050
圖 2-13、華山基金會志工管理流程圖	051
圖 3-1、台視「金牌麥克風」節目宣傳與形象 LOGO	066
圖 3-2、無盡藏 W102 演藝廳場內、場外空間	089
圖 3-3、器材準備與測試	091
圖 3-4、活動宣傳海報	092
圖 3-5、FB 團隊專屬臉書截圖	093
圖 3-6、動態擺攤宣傳情形	093
圖 3-7、活動宣傳公關稿	094
圖 3-8、場內參與者踴躍捐贈發票、場外之第二現場觀眾觀賞情形	097
圖 3-9、本活動形象 LOGO	098
圖 3-10、活動參與者錄製愛心關懷 VCR、研究者介紹華山服務情形	098
圖 3-11、參賽者演唱、主持人訪問及觀眾欣賞之熱烈情況	099
圖 3-12、華山發票捐贈儀式及團隊成員大合照	100
圖 3-13、華山致贈研究者之感謝狀	101
圖 4-1、將活動全數募得未對獎發票捐贈予華山基金會收據證明	105
圖 4-2、活動後發布之新聞稿	106

表次

表 1、受訪者資料	006
表 2-1、SWOT 因子分類	020
表 2-2、人口結構高齡化速度國際比較	027
表 2-3、世界各國人口國情統計	030
表 2-4、台灣未來人口三階段年齡結構、撫養比	032
表 2-5、居家服務相關法律與推動方案	037
表 2-6、當前 NPO 面臨種種經營困境	043
表 2-7、全國與嘉義縣獨居老人人數及服務概況	047
表 2-8、華山基金會組織之內部分析	048
表 2-9、華山基金會組織之 SWOT 分析	054
表 4-1、未對獎發票之募集數量統計表	104
表 4-2、本活動媒體效益列表	107
表 4-3、媒體露出統計	107
表 4-4、滿意度調查表題目	109
表 4-5、參賽者本人滿意度調查	110
表 4-6、親友觀眾滿意度調查	110
表 4-7、全體場內參與者滿意度調查	111
表 4-8、參賽者參與心得舉隅	112
表 4-9、親友觀眾參與心得舉隅	113
表 4-10、活動經費實際花費表	114

第一章 緒論

第一節 企劃動機

壹、華山基金會與我

研究者與華山社會福利慈善事業基金會（以下簡稱華山）結緣在於 2012 年暑期志工活動。經由親身體驗，發現許多感人故事，研究者體會了慈善公益團體需存在於社會上，並且也更加瞭解華山整體的組織架構及運作。

一、華山故事感動我心

研究者與服務老人的機緣在 2012 年暑假七月中時，參與由華山偏鄉天使站為期三週的暑期志工活動，協助次數達 11 次，地點位於在嘉義縣偏鄉，服務一位何姓獨居老人，他沒有結婚、親兒，致無任何親戚能夠協助他。協助服務何姓獨老的三週期間內，起初進入他家時，因僅幫忙何姓獨老打掃房間，其餘只能從他身上發現永遠呈現異味、濕的狀態，當時研判應是尿失禁症狀，不斷地勸他要去醫院做健康檢查。然而何姓獨老始終認為年紀已大，因此一再抗拒，華山方面也無法強制就醫。直到兩週後，他前往修剪頭髮時，髮廊理髮師認為他身體不具尋常地衣物異味及潮濕，才通報村長居家訪視，他才不好意思告知有尿失禁及便秘情形，於是村長通報醫院派救護車載何姓獨老前往就醫，緊急檢查後發現已屬大腸癌末期，腫瘤已達十公分，無法進行開刀手術，只能以化療挽救。像何姓獨老平時並無人可關心及協助，僅華山居中關懷，直到當年八月底，從華山方面得知他已被安排至安養機構休養及化療，並告知社服員應服務其他更需要的對象，華山將他安置已是最大誠意，經過這一路走來，讓他更為堅強。

接觸此案例心中盡是五味雜陳，即便僅有三週服務時間，卻讓研究者看到一位獨居老人，從原先對生命的絕望，認為年紀已老僅能等死，再次重新燃起希望。這說明了從原先無法深入瞭解何姓獨老的需求，到中途發現狀況將他帶到醫院做健康檢查，及最後知道他不為人知的一面…，老年人經歷長時間的生活，經驗必定不亞於我們這些身處在資訊快速流通下的年輕晚輩。照顧老人，首先必先去探討它的身心狀況。老年人身心狀況大致可區分三大類，其一類身心皆為尚佳；第二類為身心有一項已不理想；第三類為身心狀況均已不理想了。第一類老年人需要社服機構照護需要較少的介入，第二類必要處理為生理方面，須倚賴醫療體系的協助。最難處理是第三類，為心理因素造成的老人問題，其生理仍有自主

能力，但心理已退化，經常走失的老人家皆為此類。凡此種種皆是慈善公益團體應該存在的力量，發現需要幫助的弱勢對象，將之從絕望中給予希望，這就是華山需要存在的服務。

所以社會落實老人照護，是應該而且不可缺少的考量，社會福利機構就於此狀態下產生。

二、華山基金會介紹

1. 發展沿革

華山係與創世、人安兩個基金會，均由曹慶所創立。曹慶長年投身社會公益事業，先是於 1986 年創立了以植物人安養為職志的創世基金會；隨著社會公益事業的推展，復又於 1999 年創立以老人關懷為中心的華山；之後 2003 年又創立了以街友關懷為職志的人安基金會（創世、人安基金會詳情若有興趣請自行搜尋相關網站）。

八〇年代有鑑於隨著台灣高齡化演進的趨勢，人口老化的現象就會越趨明顯，老年人的相關需求與議題也會受到整體社會所重視。在社會變遷的過程中，失智、失能、失依的三失老年人口數也隨之增加，致衍生出許多照養上的問題，再加上經濟的議題，若未能及早因應及規劃，整個社會將為此付出更加龐大的資源，不僅因為依賴人口比例提高將對工作年齡人口所造成的負擔增加，更在於老人日常自我照顧功能衰退會帶來種種的照顧問題。鑑此，華山創辦人曹慶先生秉持「生靈安頓」的理念，深感老人照顧的重要性及需求性是相對急迫的，因為老人是動態、有情緒的，且人數也正逐年攀升中，在照顧上需要更多的投入，於是在 1999 年時，籌設成立「華山」提供老人服務（李秀娟，2011）。

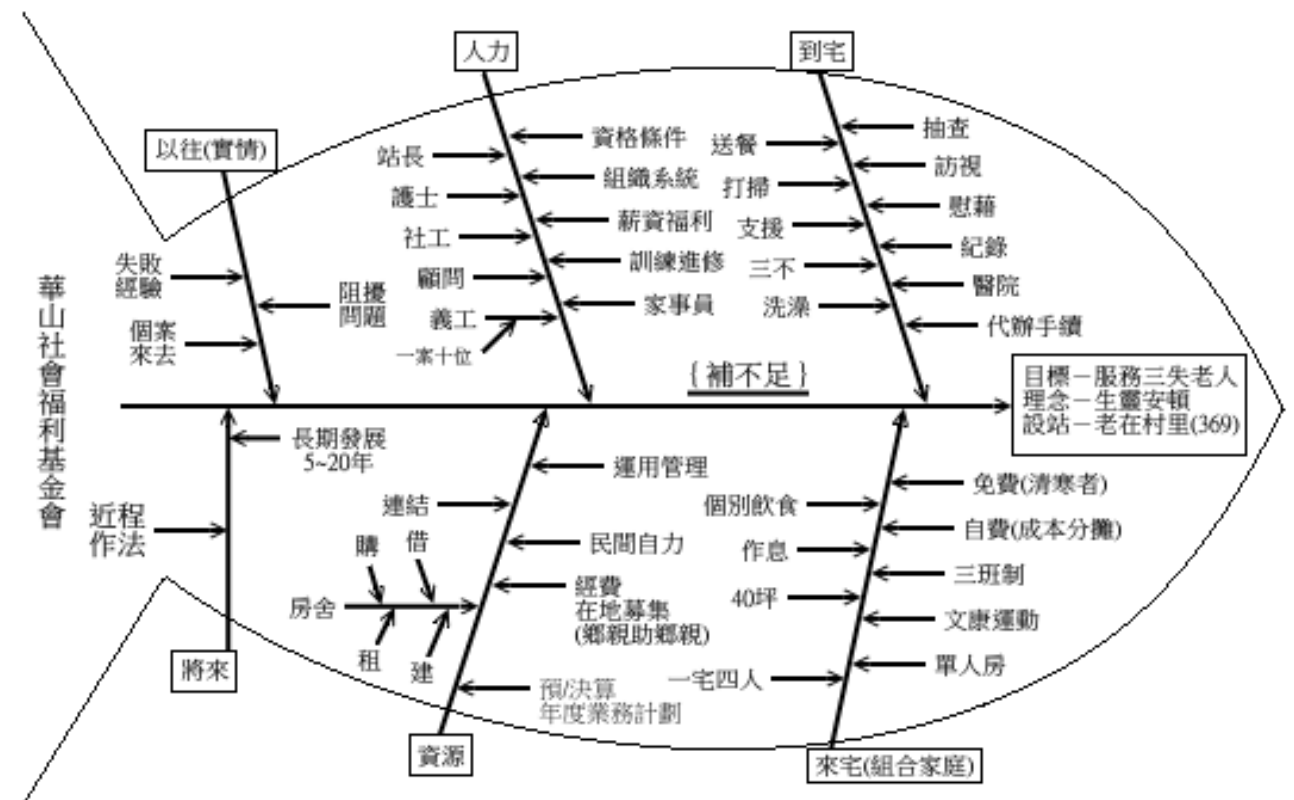
長期關懷弱勢團體之一的華山，其組織名稱取其名的「華」，取自「華髮」；「山」，乃地面高處；「華山」，即為白髮之人，機構秉持生靈安頓精神，以失能、失依、失智三失老人為服務對象。推動「老在村里」、「社區自助互助」、「補不足」等理念，為三失老人提供各項優質服務。其中生靈安頓係期待老人皆能「老有所養、老有所終、老有所用」；「老在村里」係指老人皆能在自己熟悉的環境終老；「社區自助互助」係指社區的需要由社區來提供，取之於社區、服務於社區；「補不足」係指政府及民間沒做或做不夠由華山來做，資源不重置浪費之理念。

2. 組織架構

華山自創立之初經不懈努力，於 2000 年華山改隸為全國性基金會。至 2006 年 8 月，全省共計建立了 43 個鄉鎮市社區愛心天使站。「社區愛心天使站」乃是強調工作人員秉持愛心、耐心、真心、誠心的態度，像天使一般，把服務帶入有需要的老人家中。設站之前由華山總會社工部以次級資料進行該鄉鎮市需求調查，評估該地社區人口、社會福利措施、當地文化特色，並評估老人需求人數及當地正式及非正式服務資源供給量，若該地服務供給資源小於服務需求資源，且老人人口占該鄉鎮 7% 以上、當地交通便捷便利老人、志工進出及總會管理方便之地，接著找到合適的愛心天使站之站長人選後，即設站服務當地老人(李秀娟，2011)。

該會並以 20 年內在全台 368 個鄉鎮市區設立社區愛心天使站為願景，讓老人服務網絡得以由點到線而面，並期待透過「社區愛心天使站」連結社區服務網絡，讓社區內資源得以活絡，流通或創新、創造社區中有形及無形的資源，建立社區互助機制，滿足社區老人的需要，讓老人可以得到更適切的服務(李秀娟，2011)，其組織發展魚骨圖，如圖 1 所示。

圖 1：華山基金會組織發展魚骨圖



資料來源：曹慶（2006）；研究者整理。

目前該基金會於全台設有 80 個鄉鎮社區愛心天使站，秉持「在地老化」(長

者能在自己熟悉的環境終老)、「在家老化」(長者能在家庭式之住所終老)、「社區互助」(取之於社區、服務於社區)的理念，在「補不足」服務原則下，為鄉鎮社區老人提供優質服務。期望於全台 368 個鄉鎮皆能設置愛心天使站，並規劃籌設老人養護中心，提供專業照顧，建立有尊嚴、尊重的照護模式。

3. 組織性質與資金來源

華山為非營利組織之一。關於非營利組織之相關名詞，依照其重視的焦點不同而有不同的稱呼，諸如第三部門、慈善部門、非政府組織、志願部門、公益團體、免稅部門、社會部門與獨立部門等(劉奕宏，2009)。華山歸類則屬於慈善部門此類型，原因最主要在於慈善部門，是強調組織主要接受私人或慈善捐款的特性(吳佳霖，2005：11)，意思是指華山這個組織的財源大多來自私人或是企業組織的慈善捐款。然而非營利組織的財源並非只是來自私人或慈善捐款，有許多非營利組織的財源是靠組織內部的營運，如私立大學的財源除捐款外，向學生收取學費才是學校最主要的財源。除此之外，非營利組織與政府互動頻繁，許多政府藉助非營利組織參與公共事務，而給予非營利組織補助作為其財源。華山主要的資金來源為民間捐款與政府補助。

華山募款的原則採用不主動勸募，其組織規章明言希望用服務去說服社會，讓社會大眾感同身受之心境一起幫助獨老。華山的募款主要來源為各種方式的愛心發票捐贈，發票勸募是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少，皆可參加，設置發票箱的地點常擺放於各級學校校園中擁有人群聚集的地方、抑或是各營業店家等，因此該基金會勸募而來的每一張發票都代表著眾人之一份愛心、一個希望，幼兒至老貧者均可順手捐出一點心意，幫助弱勢，期望有更多的人隨手展現愛心，來協助弱勢團體，讓弱勢者感受到社會的溫暖！這是一種能讓全體民眾皆可隨時隨地參與的行動力展現。

綜合上述，華山傾全力進行的慈善事業，不靠政府、宗教、財團等支持的經營方式，在現今照顧獨居老人的慈善機構中為之少見。華山放置發票箱勸募發票對發展慈善事業有所助益，不只自己的機構得到祝福，也願意和更多人分享，不分身份貴賤與宗教派別，希望凝聚社會大眾更多愛的力量。

第二節 華山公關問題

華山從事的是三失老人服務，隨著老人照顧量大增，導致募款與運作產生困境，亟需將它的服務搭配公關活動行銷，解決募款運作之困境。

壹、華山公關問題：募款與運作困境

Drucker（齊思賢譯，2005：98）指出非營利組織的天職在於「行善」，但光靠「善念」是無法取代組織和領導，更無法代替權責、績效和成果。執行理念過程必定艱難重重。華山目前遇到的問題有資金募集困難及人力不足。在資金募集困難方面，華山組織運作基金大約有 60% 以上是仰賴政府資助，但另一個重要的資金來源是社會大眾，而其中靠的是社會大眾的統一發票募集及捐款。華山現在遇到最大的困境，不外乎就是發票的減少。政府於 2004 年實行了電子發票以後，很多善心人士都會把自己的發票存在自己的電子帳戶裡面，導致發票量變少。學生志工到街上去募發票的量本來平均每月約會有四、五千張，但自從實行電子發票後，只剩下平均約一、兩千張，造成基金會的經費來源日趨困難。

另外，華山的知名度還沒有打開，社會大眾對於華山的理念並非完全瞭解，因此一般人比較不容易把手上的資金捐給華山，反而會捐給認為有需要的弱勢團體，且基本上是採取不上門勸募的原則。所以當華山出去推活動的時候，有的人甚至都不知道華山是在做什麼，於是就需要更努力去辦活動，讓社會大眾看到華山的服務。

華山目前主要運作策略並不在新增愛心天使站上，若持續新增天使站，將耗費大量的人力成本。且現在華山並沒有那麼多的資金可以雇用大量專職員工。因此，大部分的專職人員每個人手上的業務量很多，還需負責天使站務輔導及協助，部分的天使站並不是運行的那麼順利，還有的則是屬於假日志工，所以能夠持續進行服務也不容易，還有天使站有辦理照顧關懷據點，需要每年進行評鑑，會發覺人力其實是不太夠的，因為基金會整體都是需要大量的人力與資金去運作的。除了關懷據點有公開的集會場所，其餘卻沒有固定的據點可以進行事務匯集，都是以鄉鎮市區內的愛心天使站為集會場所（莊馥慈，2009）。因此社會大眾很難知道華山這個組織，知名度沒辦法擴展出去，所以對於志工招募其實並不是那麼的容易。

以上凸顯了華山的募款困境，需要將它的服務展現在大眾面前，因此搭配公關活動行銷意象是刻不容緩。

貳、公關問題確立

一、公關問題調查

研究者為了想要瞭解華山的公關問題，做了一個訪談與調查，而透過訪談結果，發現了一些情況。

表 1：受訪者資料

稱謂與職稱	訪談時間	訪談日期	地點	負責工作項目	年資
邱社服員	約 1 小時	2013 年 5 月 10 日	嘉義	活動企劃與執行、推展老人服務方案、社區外展服務、境內站務管理。	2010 年 8 月至今，約 6 年
洪公關	約 1 小時	2015 年 5 月 21 日	台北	建立組織良好形象、拓展知名度及誠懇接待服務。	2013 年 8 月至 2015 年 8 月
許站長	約 2 小時	2015 年 5 月 27 日	嘉義	辦理對外活動、勸募經費、招募志工、爭取社區資源、服務當地三失老人	2010 年 6 月至今，約 6 年

資料來源：研究者訪談對象（2015）。

訪談者挑選工作內容，有關係到華山公關執行面向，且各位於基金會中不同階層的三位職員，分別為邱社服員、洪公關、許站長。

邱社服員任職於嘉義華山，主要負責華山的公關活動企劃與執行、推展老人服務方案、社區外展服務、境內站務管理，服務年資至今已長達逾 6 年，在工作內容中瞭解其面臨到的問題，研究者於 2013 年 5 月 10 日向她訪談約 1 小時（如附件 1.1）。

洪公關任職於台北華山，主要負責為華山建立組織良好形象、拓展知名度及誠懇接待服務，服務年資 2 年，其位於組織高層，在工作內容中能以全盤面向瞭解其面臨到的問題，研究者於 2015 年 5 月 21 日向她訪談約 1 小時（如附件 1.2）。

許站長任職於嘉義華山，主要負責辦理對外活動、勸募經費、招募志工、爭取社區資源、服務當地三失老人，服務年資至今已長達逾 6 年，由於位於組織

基層，在工作執行常面臨到第一手問題，研究者於 2015 年 5 月 27 日向他訪談約 2 小時（如附件 1.3）。

（一）募款來源困難

華山組織運作的經費，主要來自社會大眾愛心捐贈之每期統一發票中獎獎金，許站長與洪公關皆異口同聲表示華山募款最大來源為發票收入，對華山主要的經費來源影響極大，而除了發票收入占大部分外，其次是義賣及現金捐款收入。

阿募集的話，有分發票收入、義賣收入、捐款收入，發票募集是佔最大收入來源。

（許站長-C-42）

……（捐贈發票數量減少）就造成本會對長輩的服務經費主要來源是極具困擾的。

（洪公關-B-3）

而當組織的主要收入來源受到影響時，會連帶造成運作上的困難，而現今造成此困難情形，原因在於向社會大眾募集到的愛心發票捐贈量有減少的情形。

本基金會遇到最大的困難，就在於向善心人士所勸募到的發票量減少。

（洪公關-B-1）

最大困境就是募到的發票量短少……

（邱社服員-A-16）

造成社會大眾的愛心發票捐贈量減少主因，來自政府於 2004 起實行電子無發票政策，由於電子發票政策中政府將獎金大幅提高，從政策執行前的最高 200 萬獎金，到政策執行後的最高獎金 1000 萬，及實施發票無紙化，造成隨身攜帶的發票不如以往之情形，皆逐步影響了社會大眾的捐贈意願。

因為政府在民國 93 年實行電子發票政策後，很多善心人士會將自己的發票存在自己本身的電子帳戶裡，進而造成隨身攜帶的發票量就不如以往、變少。

（洪公關-B-2）

……自從電子發票政策開始後就是這樣了……

(許站長-C-54)

發票困難點在電子發票、千萬獎金的影響下極大。

(洪公關-B-4)

那麼影響量有多大呢？洪公關表示，政策執行前後，學生志工上街募集發票量從平均每個月 4000~5000 張，降至 1000~2000 張；許站長於偏鄉竹崎街上兩小時募集發票量平均 100~200 張、嘉義市區平均 1000~2000 張，顯示政策執行前後之分水嶺，平均量少了一半以上，因此對華山主要經費來源影響極大。

……像現今收到捐贈量比電子發票政策之前，平均約少了一半以上的量。

(洪公關-B-4)

像我在竹崎街上募兩個小時頂多平均 100、200 張而已就算不錯，像如果去嘉義文化路的話，平均 1000~2000 才有可能達到……

(許站長-C-54)

像是本會所招募到的學生志工們，到了街上進行勸募發票行動後對比，在政策實行前，平均每個月能募集約 4000 至 5000 張發票，至政策實行後，平均每個月就只剩約 1000 至 2000 張發票，捐贈發票的民眾減少許多。

(洪公關-B-3)

華山分配發票中獎善款的方式，是將該期全國募集的中獎獎金總和，按照各站所募到的張數，依各站占全國張數比例，將中獎金額依照比例分款予各站使用，而中獎獎金金額是不確定的。

像我收的募發票來說的話，我們的計算方式是，例如以 150 萬的方式，我們不是看你各站今天募到的發票中多少那個站就有多少收入，而是以全台灣比如說，全台灣全部的站募得 1 億張發票好了，上一期全部中了 1 億 4 千萬好了，那等於一張發票平均是中 1.4 塊，我們是以這種方式來計算，阿比如說我這個站募到 1000 張發票，可能募進來分配到我這個站的就是 1400 元，是換算的方式啦。

(許站長-C-43)

例如像一個愛心天使站平均一個月約收到 1000 張發票，一年共約 12000 張，本會是依全台總數比例方式計算，再平均予以分配。……如平均

12000 張中獎金額為 12000 元計算，那就依照這 12000 元依照各天使站募集張數比例去做金額分配，然而這 12000 張還不一定都會中獎。

(洪公關-B-5)

綜合上述，電子發票政策的實行對華山募款之主要收入來源是極具困難度，加上每期發票的中獎獎金具有高度不確定性，因此要解決此困境，必然需增加發票募集量。

(二) 組織能見度不足、信用度遭疑

一個公益組織要社會大眾主動拿出愛心捐獻，必然要讓捐贈者瞭解組織推廣的內容，邱社服員表示華山雖然與創世是姐妹會關係，創世創立在前，且具有知名度，理應可帶起華山能見度，但華山是較晚才成立，關注度必然差了一大截；許站長表示，華山服務區域大多為偏鄉，在社會角落自然關注度是被冷落的，因此以上凸顯了華山組織能見度不足的問題，社會大眾不知道華山組織為何，抑或是幫了這個社會做哪些服務。

另外嘉義縣市來講，這邊嘉義縣屬農業社會，然後企業的也有工業區，但是捐助華山的(服務員嘆氣著)…因為華山的知名度還沒有打的像創世那麼好啦，所以我們出去推活動的時候，有的人甚至都不知道我們華山基金會是在做什麼。

(邱社服員-A-11)

然後直接呈現我們服務的方式，比較容易增加人家的認同，因為畢竟我們在服務老人的、獨居老人在偏鄉社會角落，根本不會有人注意他們，所以我們做這些服務通常不會有人看到，所以人家就不會知道我們到底有沒有在做服務

(許站長-C-53)

加上外在環境的手機簡訊謠言、抹黑頻傳，使社會大眾對華山其組織的信用度產生存疑，由於民眾對華山組織的信任度受到影響而低落，進而產生民眾有捐贈發票的惡作劇行為出現，不只無法養成社會大眾主動關懷弱勢的捐贈愛心，也同時造成人力上的困擾及浪費。

這則每年至少發作 1 次的簡訊謠言，僅只針對本會，從 3 年前就開始用手機簡訊流傳該此謠言，當時就有澄清，但不知為何每年就會捲土重來一次，有很多民眾打電話探問此訊息是否真的。……(有點無奈感)很

多民眾相信這個謠言，送來一堆沒有中獎的發票，讓志工變得忙碌不堪。……還是希望大家嚟攞傳了！（無奈地）讓工作人員和志工群能夠省下時間，為獨居老人和弱勢族群多做一點事。

（洪公關-B-12）

喔。另外曾有不實謠言指華山涉及拿未中發票去財政部換補助款，在此澄清絕對沒有這種事，即便發票沒中，像我也頂多拿來當做園遊會中活動範例道具使用。

（許站長-C-59）

……有時例如單月發票開獎日，隔幾天收到的發票就比平常日增加許多。……原因在於有些發票已經對完了，但本會對於捐來的任何發票，還是要請志工人力去全部對過，畢竟也無法得知哪些是有對過，這種情形實在是造成志工人力上的資源浪費。

（洪公關-B-11）

當一個社福團體原本能見度就不足，社會大眾不知道這個組織替社會服務弱勢族群哪些事的情況下，再加上外在的謠言流傳，就會造成民眾對其組織好感度低落，甚至不信任心理狀況，對於倚靠民眾愛心捐贈資源的華山來說，無疑是極大挑戰。

（三）其組織的公關活動制式僵化

華山常年對外募款的公關活動，服務中的年節關懷，會在農曆春節、端午、中秋這三個華人傳統節日，對外向民眾、各財團法人進行募款活動，如農曆春節向社會大眾募集一份 600 元，煮年菜於除夕送給獨老享用、端午及中秋向社會大眾募集一份 350 元，送給老人應景的粽子和月餅，及募集生活實用性用品等關懷禮。

……我們有做年節的關懷。每三節，中秋、端午跟過年的春節，我們都會送所謂的關懷禮到長輩家去，讓他感受到說社會也有對他一些些不同的關心啦，不會讓他感受到說，ㄟㄚ～別人在吃中秋月餅、別人在吃端午粽子的時候，只有我一個人是孤單在家裡的，那有我們的這些關懷力，他能感受到（模仿長輩接受完服務回應示意）…其實他是感受到有一個關心他的這樣子。

（邱社服員-A-6）

年節關懷我們是一年三次的年節關懷，端午關懷、中秋關懷跟送年菜，這是年節關懷，端午關懷禮就是送老人家粽子，中秋跟端午比較接近拉，我們就是募社會資源然後買東西送給老人家，阿年菜算是我們最有名的東西……希望他過年也有熱食可以吃，所以我們送年菜……，年菜也是募款，年菜是募一份 600 塊，阿端午跟中秋，募一份是 350，阿端午中秋通常就是，像包一串手工香包阿，包含吃的粽子，包含那個麥片米粉，可能有時候有社工接濟，有時候去求人，就是一些有點像禮物，就是一些比較實用性的東西，阿中秋關懷就是主體差不多，但是不是粽子是月餅。

(許站長-C-35)

雖然華山在每年重要節日皆固定舉辦此公關募款活動，但舉辦模式皆相同，宣傳也只採用到各機關團體貼靜態海報、發送勸募 DM 的老套方式，可看出其組織的公關能力略顯僵化且制式的問題存在。

……然後就是我們現在要更努力辦活動，讓大眾看到我們的服務的点，所以會造成說我們有時候（服務員苦笑著）…我們剛才有講到說，我們三節，中秋、端午跟年節，要送給長輩的關懷禮其實都是我們從辦活動、或是說到企業家去跟公司做接洽，然後看有沒有什麼所謂的公益經費，可以提供給我們這樣子。

(邱社服員-A-12)

華山對外募資的公關活動除了上述的年節關懷外，還有舉辦在地園遊會，而其園遊會分成兩種義賣方式，一種方式為認攤贊助，捐贈者事前直接捐予善款，到了活動當天，該攤位由站長自行準備義賣品進行義賣；另一方式則是由捐贈者事前捐贈物品，待園遊會當天義賣後的收入進行善款捐贈。

……另外一種義賣就是園遊會，園遊會就是，你可能第一個你要找認攤贊助，認攤贊助就是說我掛你的名子在這裡，你贊助這一攤，然後我們自己去找東西做賣掉，然後賣掉就義賣款這樣子，然後這就認攤贊助這部分……

(許站長-C-45)

另外一種就是它捐物品，不管它有來沒來，就是當天把它捐的東西賣掉，當作義賣收入

(許站長-C-46)

而園遊會當天活動中，除了上述兩種義賣方式外，也會在活動進行中將發票

勸募桶放在活動攤位上，洪公關表示，此種勸募方式由於是隨機性質，發票勸募效果是不彰的。

像一般的常年服務園遊會，活動進行時會將發票桶放在攤位上，然而因為這是隨機性，所以會主動捐贈的人並不多。

(洪公關-B-9)

所以顯示華山常年在舉辦對外公關募資活動時，活動的內容形式長年未變更調整，雖然這些是其組織的經典公關活動，但經典不等於熱門，而洪公關也表示有募集效果不彰情形，凸顯華山在舉辦公關活動的制式僵化問題存在。

綜合上述，研究者進行訪談到有關係到華山組織公關執行面向，且位於該基金會不同階層的職員後，得到問題情況有募款來源的困難、組織能見度及信用度不足，與其舉辦對外公關活動形式的制式僵化，由於這些問題的產生，進而影響到組織的運作。

二、公關問題確立

因發現了華山所遇到的募款困境，在解決問題前，需先強化其組織的公關能力，進而解決其募款困境。

(一) 強化組織與公關能力

老年人口全球化的趨勢，加上持續的低生育率及少子化影響，台灣最快在 2014 年後將進入高齡社會，於是亟需幫助老年人重新去體認生命之意義價值，包括老年人口照顧及安養需求，皆已成為目前最需要去關注的重要議題，因此以老年族群為服務對象的社會福利機構，將因其而有所必要存在。華山近年來在老人福利這個區塊上默默努力耕耘，不論是在企業、學校、非營利組織和政府都希望能夠帶給他們影響，讓社會上越來越多人去關心長者（莊馥慈，2009）。

在愛心天使站方面，希望藉由照顧關懷據點能夠服務更多老人，以及幫助老人進行居家照顧、環境維護、送餐服務和陪同就醫等。透過承接政府的案子，可以關懷更多需要幫助的長者，以及與企業合作募集資金，服務老人並達成老人的願望，深入校園讓年輕的學生們可以體驗老人的不便，並且多關心老人家。華山規劃未來在全台 368 鄉鎮市皆能夠成立愛心天使站去服務更多老人，期望透過這些合作和活動能夠達到潛移默化的效果，讓更多人能夠關心長者。

因此長期目標期望帶出應主動關心身邊的老人，這不僅是關心華山的獨老，即使是自己的長輩、自己的父母、自己的阿公阿嬤，也要隨時一句話、一個小小的動作，都能隨時隨地去關心他們。研究者因曾參與服務獨老的志工活動，與華山結緣，服務過程遇到案例皆是慈善公益團體應該存在的必要，發現需要幫助的弱勢對象，將之從絕望中給予希望，這是華山需要存在的服務。

華山從事三失老人的服務，隨著老人照顧量大增，導致募款與運作產生困境，亟需將它的服務搭配公關活動行銷，解決募款運作之困境。Drucker 指（齊思賢譯，2005：98）一般企業是藉由銷售產品而獲得報酬，同樣顯而易見，但常常被遺忘的道理就是產品必須要有市場才能獲利。同時，企業也需要一個配銷通路，才能把產品從生產者的手上運送到市場。像華山這類非營利組織也可以套用這個概念，將之視為一個產品，然而它必須要有良好的通路才能將它提供給社會大眾，進而募集到更龐大的資金。亦即若能夠把其理念傳達給社會大眾，方有機會募集到更龐大的經費。

如果要將其理念傳達給社會大眾及企業，使得願意捐款的人數增加，擁有優秀的公關能力，和媒體建立良好關係非常重要，其方法有透過電視媒體、廣播傳達訊息，以及不定期舉辦活動，讓更多人知道他們所做的事情以及努力的事情（莊馥慈，2009）。藉由慈善相關的公關活動，讓參加活動的社會大眾之週遭朋友也是一種非常好的行銷管道，對於其經營及運作上有相當大的幫助。

另外，研究者亦思考到發票之募集捐贈，始於創世基金會，事實上迄今也是全台募集發票最多的社福團體。創世基金會的服務經費來源除了由政府補助外，90%以上來自社會大眾的愛心捐款與發票收入（陳正哲等，2013）。

然而發票對大學生而言，卻某種程度呈現「雞肋」現象，例如陳奇銘等人（2006）對台南地區之大學生之索取統一發票之意願進行研究，結果發現有五成消費者對於主動舉發不確實開立統一發票之商家，並沒有意願檢舉。由其意願可知對發票之索取亦意願缺缺。既然大學生之索取發票意願並不熱烈，但此「雞肋」若轉為其公益性質呢？以社會學角度，人們願意捐贈發票可分為兩大行為，首先係基於其利己行為：只抱持著增進個人利益心態所做的行為，捐贈者與受贈者之間形成給與取的關係（林雅莉，1997）。其次則基於利他行為：此類型捐款人，內在心裡樂於助人當面臨需協助之情形，能同理受助者，故對他人福祉具強烈責任感，而捐款行為本身就是一種酬賞，不需從受助者身上得到回報（林佩璇、戴怡欣，2011）。

換句話說，捐發票行動對大學生而言，經過適度的鼓勵與理念傳達，是可以

把如「雞肋」之發票，轉換成為助人行為所帶來的滿足與喜悅。何況學界相關研究，如林怡萱（2011）所針對 40 位大學生所進行的消費者購買意向調查，發現當受訪者意識到企業的環保或公益表現時，他們會比較願意向善盡社會責任的企業購買產品。此研究成果顯示大學生對公益責任的要求與在乎；且如游巧瑜等（2011）針對大學師生之研究，亦發現「捐贈」發票之行為，能使多數消費者心理層面感到富足及認同感。在數據顯示上，大部分消費者是符合社會學角度，並符合「消費者會因為想捐贈發票給弱勢團體，而提高統一發票索取率」。這些學界研究都在在提供了研究者在本公關企劃上，以大學生為對象的捐贈發票行動之學理依據。

一方面研究者也期望藉由本活動的舉辦，開始逐步培養學生順手捐發票的習慣，雖然一個小型活動的舉辦影響力無法讓學生心態全面改觀，但經由同儕間的人際傳播與口語傳播，最終仍逐步帶起主動捐贈發票的行為效果，進而幫助華山募集發票短少的困境。透過活動的宣導，冀望能帶起培養更多華山的學生志工，並一同去關懷這些獨老。一旦有時間或有空時，能到華山做一個協助，跟著志工一起去關懷這些長輩，讓學生能撥少許的時間去做一些更有愛心、更有意義的志工服務。

（二）解決募款困境

華山目前遇到的問題有資金募集困難及人力不足。在資金募集困難方面，主要靠的是社會大眾的統一發票募集及捐款，但因為政府實行電子發票政策後，募得之發票數量減少，造成基金的經費來源是越趨困難，而捐贈予華山發票以學生族群為其一大宗。面對華山的募款困境，需要將它的服務展現在大眾面前，增加其能見度，因此搭配公關活動行銷意象是刻不容緩的。華山的公關問題有二，一是舉辦相關活動與之結合辦理，以提升學生對於捐贈愛心發票的意願；二為舉辦活動時藉由網路、新聞宣傳，以提升該組織在學生族群中的能見度。

因此，本研究試圖解決華山之公關問題，由學生同儕間的人際傳播與口語傳播，逐步帶起主動捐贈發票的行為效果，幫助華山募集發票短少的困境。長期目標期望帶出學生應主動關心身邊的老人，並培養更多一同去關懷獨老的志工。讓學生能撥少許的時間去做一些更有愛心、更有意義的志工服務。著重提升能見度與募款經費解決方式兩種問題方法。

三、小結

總和上述，希望藉由本活動舉辦之過程及結果，讓華山組織在日後能有更多舉辦與異業結合之類似本活動辦理，進而增加發票募集數量與知名度。



第二章 華山基金會公關策略與企劃

社會服務性之機構應評估外在環境的要素，只有在瞭解外在環境中的機會與威脅，瞭解大環境發展趨勢及組織內在環境，瞭解組織的優勢與弱點，才能針對社會服務機構本身的人力、財力、技術與競爭力等資源狀況最佳使用，在行銷及營運上提升它的服務品質與組織績效。本章第一節梳理 NPO 公關之相關理論，第二節就華山基金會之現況加以分析。

第一節 NPO 策略相關理論

關於 NPO 之公關策略相關理論，研究者整理出 SWOT、STP 以及企業競爭的五力理論。

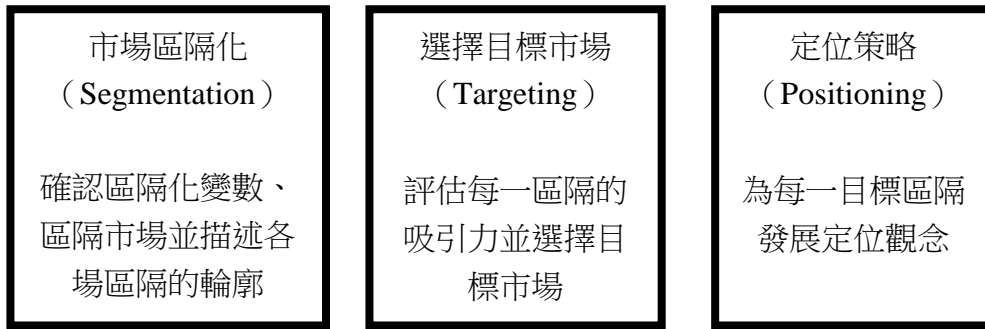
一、STP 理論

明白了企業以及機構組織的競爭力以優劣勢之後，訂定行銷管理策略將更能發揮作用，本小節整理 STP 相關理論，並加以分述之：

(一) STP 理論與定位策略

STP 理論的根本要義，在於選擇確定目標消費者或客戶，或稱市場定位理論。三個基本元素為：市場區隔 (Segmentation)、目標市場 (Targeting) 和定位策略 (Positioning)，是以縮寫為 STP，也可說是行銷管理策略的核心。本理論強調企業在一定的市場區隔的基礎上，確定自己的目標市場，最後把產品或服務定位在目標市場中，如圖 2-1 所示。

圖 2 - 1：目標行銷之 STP 三步驟



資料來源：研究者整理（2016）。

（二）市場區隔化 (Segmentation)

是指根據顧客需求上的差異，把某個產品或服務的市場，逐一區隔的過程。這逐一區隔市場，主要是透過行銷系統的精確市場調查，並因市場調查而瞭解消費者的需要和欲望、購買行為和購買習慣等方面的差異，進而將某一產品的市場，整體劃分出之消費者群之差異的市場分類過程。

每一個市場區隔，都具有類似需求傾向的消費者構成的群體。同時這區隔主要是由消費者為思考點並加以區分，而不是根據產品品種、產品系列來進行的。以 NPO 而言，到底哪些民眾會捐款給獨居老人？又底到那些民眾會捐款給偏鄉學童？當市場進行區隔後，企業便更加瞭解消費者的需求，進而可以根據自己經營思想、方針及生產技術和行銷力量，並確定目標市場，制定行銷策略，而且也因著消費者被區隔，因而容易瞭解資訊容易和回饋。且同時亦因著了解消費者屬性，亦可透過行銷擴大市場及消費者。換句話說，市場區隔的另一功能，是發掘新市場，新市場得以開拓加上原先目標市場的深化，開拓新客源又留住老客戶，自然有利於企業之經濟效益的提升。市場區隔之進行基本上可按下列步驟：

1. 選定產品市場範圍：確知自己在所屬行業中的產品市場範圍，並以此作為制定市場開拓策略的依據。
2. 列舉潛在顧客的需求：析論出影響產品市場需求和顧客購買行為的各項變數。
3. 分析潛在顧客的不同需求：針對所列出的需求變數進行評價，瞭解顧客的共同需求。
4. 制定相應的行銷策略：確定可進入的市場區隔，並制定相應的行銷策略。

(三) 選擇目標市場 (Market Targeting)

進行市場區隔後，要確定的是目標市場。就企業經營而言，目標市場也是既有產品之行銷中，獲利可能最高的一塊。但不同的商品、依據企業本身的目標，有不同的行銷方式，基本上有三種目標市場策略可供選擇。

1. 無差異市場行銷：只推出單一一種產品，屬於一種大量市場行銷策略，主訴求為所有大眾，亦即是和每個人都有關的，以社會公益而言，這類無差異市場行銷大抵為零。
2. 密集性市場行銷策略：密集性市場行銷策略，就是在進行市場區隔後，選擇二個或少數幾個市場區隔的目標市場，進行專業化銷售。如燒燙傷基金會，以容貌受損或軀體受損之民眾為服務對象。
3. 差異性市場行銷策略：差異性策略又稱別具一格策略，包括品質、可靠度、創新、特性等。指使公司所提供的產品或服務，與競爭者形成差異，創造出獨一無二的特色。能令消費者感到特殊，是一種利用價格以外的因素，讓消費者感到有所不同。也因此企業可以產品或服務的差異化而取得競爭優勢，獲得溢價報酬。¹實現差異化策略，可以有許多方式：設計或品牌形象、技術特點、外觀特點、客戶服務、經銷網路及其他方面的獨特性。簡而言之是指企業本身，就一產品推出不同的客制化產品，以因應不同的品味需求，並加以密集性行銷的。如燒燙傷基金會以燒燙傷民眾為服務對象，但細分之下，又可分為八仙樂園之燒燙者，或工安意外之民眾。

針對每個子市場的特點，制定不同的市場行銷組合策略。這種策略的優點是能滿足不同消費者的不同要求，有利於擴大銷售、佔領市場、提高企業聲譽。其缺點是由於產品差異化、促銷方式差異化，增加了管理難度，當然提高了生產和銷售費用。

(四) 定位策略 (Positioning)

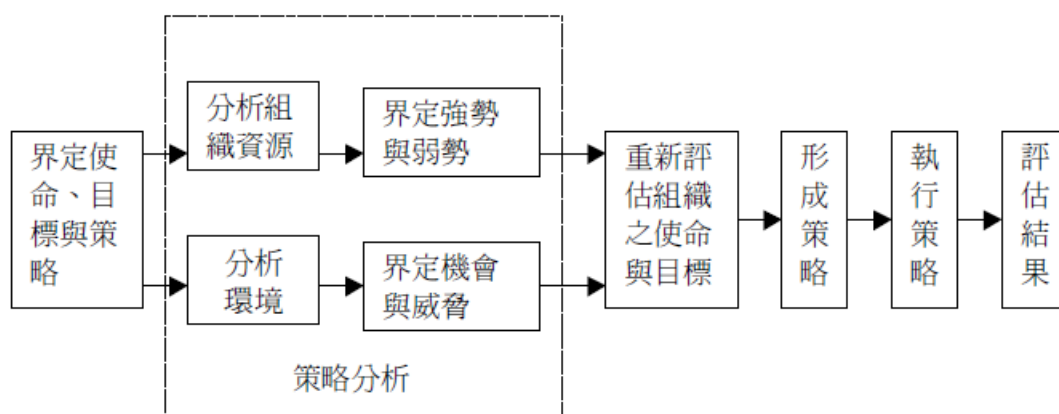
定位策略就是在行銷過程中，把產品或服務確定在目標市場中的一些位置上，即確定自己產品或服務，在目標市場上的競爭地位。汽車，高價位或超高價位？或國民車系？手機是中高階或平價？在在和定位策略有關。

¹ 謝錦堂、劉祥熹 (2005)。〈Porter 基本策略之績效涵義：台灣電子類上櫃公司之實證研究〉，《東吳經濟商學學報》，第 51 期。

(五) 策略分析

策略分析是策略管理程式的一部分。對組織而言，要能夠發展一套可行且有效的策略之前，必須經過一連串嚴謹的分析和管理的過程，整個管理的程式，包括了策略的分析、形成、執行與評估，²這一連串的程式可以從圖 2 - 2 來瞭解。

圖 2 - 2：策略管理程式³



資料來源：研究者整理（2016）。

要制定嚴謹的策略分析架構，基本上整合了外部的環境分析，與內部的組織資源分析，藉由外部環境的分析，可以找出公司外部的機會與威脅點；透過內部組織資源分析，可以找出公司內部的優勢與弱勢點。將外部與內部分析後之資訊加以配對分析，即可建構完整的策略分析以就是 SWOT（Strength, Weakness, Opportunity and Treat, SWOT）分析。

二、SWOT 理論

(一) 理論起源

SWOT 理論一開始主要是以 SWOT 的環境—策略，來做為邏輯觀點，⁴就一個企業或組織機構來從事「策略規劃」的競爭優勢分析；迄至「資源基礎學派」

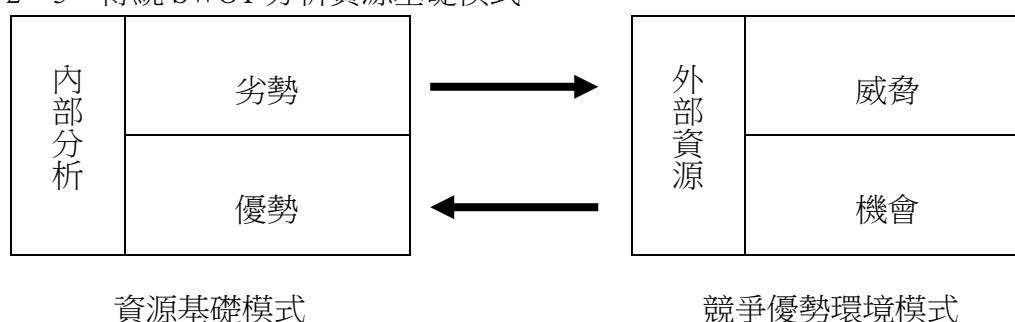
² Robbins, S. P(2000). Essentials of Organizational Behavior. New Jersey: Prentice Hall.

³ Robbins, S. P(2000). Essentials of Organizational Behavior. New Jersey: Prentice Hall.

⁴ Learned, Edmund P., C. Roland Christensen, Kenneth R. Andrews, and William D. Guth,(1965) Business Policy: Text and Cases, Richard D. Irwin, Homewood, IL..

(resource-based view)，⁵複製發展以內部分析出發，加入組織資源作為分析基礎的主要思維邏輯，稱做傳統 SWOT 分析模型。⁶

圖 2-3：傳統 SWOT 分析資源基礎模式



資料來源：研究者整理（2016）。

迄至目前，SWOT 理論主要用以在制定發展策略前，先行對企業或經營單位進行深入且全面的分析以及定位的理論，將有關組織內、外部環境調查比較，並經調配後，用以鑑別組織在市場的優勢（Strengths）、劣勢（Weaknesses）、機會（Opportunities）和威脅（Threats）（Sheila Corral, 2000）。⁷Valentin 在 2001 年更提出了 SWOT 概念來做說明。⁸此結構以內在與外在環境、有利的與不利的兩個夠面分割出四個象限，分別為內在環境因子/有利的因子：優勢、內在環境因子/不利的因子：劣勢、外在環境因子/有利的因子：機會，以及外在環境因子/不利的因子：威脅，如表 2-1 所示。

表 2-1：SWOT 因子分類⁹

	內在環境因子	外在環境因子
有利的因子	優勢	機會
不利的因子	劣勢	威脅

資料來源：研究者整理（2016）。

（二）理論與應用

⁵ Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-180..

⁶ Barney, J. (1991), Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, *Journal of Management*, Vol.12, pp49-68..

⁷ Corral, Sheila. (2000) .Strategic Management of Information Services: A Planning Handbook ,Lonton: Aslib/IMI.

⁸ Valentin, E. K.(20010) , SWOT Analysis from a Resorce-Based View. , *Journal of Marketing theory and Practice* , Spring , 9(2) , 54-69 .

⁹ Valentin, E. K.(20010) , SWOT Analysis from a Resorce-Based View. , *Journal of Marketing theory and Practice* , Spring , 9(2) , 54-69 .

Griffin 則認為組織的優勢是指那些使組織能夠構想或執行策略的技巧或能力，不同的策略需要有不同的技能與能力，僅為少數競爭公司所擁有的優勢，便可能夠成為獨特的能力。能夠善用此獨特能力的組織，將可獲得競爭優勢，並為組織帶來超過一般水準以上的經濟績效；而組織的劣勢是指那些無法讓組織選擇或執行達成使命的策略技能與能力。¹⁰

Allison & Kaye 認為 SWOT 分析是用來蒐集有關目前和未來趨勢資訊的一個實用、有條理的架構，SWOT 分析適用於分析整個組織或是各個方案，在評估作業中時，使用 SWOT 分析架構協助蒐集及彙整資訊的工作。¹¹

Turner 定義 SWOT 分析是用以鑑定足以影響公司作業的組織內部優勢與劣勢，並辨識外在環境的機會與威脅。進行 SWOT 分析中重要的步驟就是管理者選取重要的員工參與分析的過程，成員先個別條列公司的優勢、劣勢、機會與威脅，在透過團體討論彙整大家的意見，提供員工參與機會，其主要目的在於可以獲得不同的觀點。SWOT 分析是一個簡單的過程，最後的結果有助於管理者瞭解如何善用組織的優勢，並糾正組織的劣勢，而訂定有助於組織未來成功的計畫。¹²

Collett 定義 SWOT 分析是用以分析公司或部門在市場上相對於競爭者地位的一種方法，主要目的在於訂定公司策略前，辨識出所有影響組織競爭力的主要因素。¹³林建煌認為 SWOT 分析是一個公司界定其內在資源的強勢與弱勢，以及外在環境的機會與威脅。從事內部分析時，管理人員必須專注於檢討組織的資源，像是生產技術、行銷能力、財務資源以及品牌形象等；而在從事外部分析時，管理人員必須進行環境掃描，蒐集和解釋外在環境中會影響組織未來與策略計畫執行的力量、事件與關係的相關資訊。¹⁴

(三) SWOT 分析的使用

有關 SWOT 分析的內容，Sharplin (1985) 認為，¹⁵所謂的優勢，是指組織相較於競爭者的內部能力，優勢可能表現在組織員工的才能、聯繫或是動機方面；優勢也可能起因於組織結構的特性或是會計資源，如果組織在這些方面皆勝過競爭者，表示這些即為組織的優勢，反之即為組織的劣勢。

¹⁰ Griffin, R. W. 著，方世榮譯 (1999)，基礎管理學，台北：東華。

¹¹ Allison, M. & Kaye, J. 著，蔡美慧譯 (2001)，非營利組織的策略規劃實務指南與工作手冊，台北：喜瑪拉雅研究發展基金會。

¹² Turner, M. (2001), How Does Your Company Measure Up, Black Enterprise 132 (4), 52-53.

¹³ Collett, Stacy (1999). SWOT Analysis, Computerworld 133: 58-61.

¹⁴ 林建煌 (2008)，管理學，臺北：新陸。

¹⁵ Sharplin, Arthur (1985), Strategic Management, New York: McGraw-Hill.

組織評估不但用於揭示組織的優劣勢，更致力於判斷組織所面臨環境的機會與威脅，所謂的威脅是具有相當的證據得以顯示其發生的可能性，並將對組織造成的重大傷害，反之所謂的機會即不論發生的情境、時間與地點，此行動將會為組織帶來某些利益。威脅的判斷通常以競爭者為依據，而機會的判斷則通常以新技術的發明與新市場的出現為依據，當組織利用機會時，競爭者將會收到威脅，¹⁶糾正組織的劣勢，而訂定有助於組織未來成功的策略。換句話說，企業本身必須明白自己的處境、大環境乃至自己的優勢劣勢，以期讓自己可以擺脫威脅，進而創造最大的機會。

根據蕭富峰（2006）的分析：S、W、O、T 各有不同的意涵。¹⁷

1. 優勢（S）：與競爭者相較之下，想有顯著競爭利益的要素。
2. 劣勢（W）：與競爭者相較之下，某些仍有待改進或補強的能力或條件。
3. 機會（O）：對組織的行銷運作具有利影響的外部情境。
4. 威脅（T）：對組織的行銷運作具有不利影響的外部情境。

三、企業競爭五力模式

一旦策略選擇恰當，可在競爭環境中為企業建立不同的防禦體系，帶來巨大收益。Porter 強調，策略選擇不能腳踏兩隻船。至於該如何選定策略。五力分析來進行決策是一項可行的辦法。本節茲整理 M.E. Porter 之五力理論。

（一）何謂五力模式

五種競爭力模式（Five Forces Model），是 M.E. Porter 針對於產業的結構分析模式而使用的（Porter, 1985）。他認為一個企業的競爭環境，可由現有競爭者者、潛在進入者、替用品、客戶、供應商，這五種競爭作用力共同決定。這「五力分析」的建構，塑造出一個標準化的策略分析框架，提供企業分析所處環境，進一步選擇正確的策略。這五種競爭動力除了決定產業的競爭態勢，也決定著該產業可能的獲利程度，透過五力分析，除了可瞭解目前產業之結構，也可比較企業本身在目標產業，所處的地位與優劣勢，以擬訂更適當的競爭策略，也有助於多項產業的分析。

這五種的競爭力來源以圖 2 - 4 所示：

¹⁶ Sharplin, Arthur(1985),Strategic Management, New York : McGraw-Hill.

¹⁷ 蕭富峰（2006），行銷策略。台北市：華泰文化事業股份有限公司。

圖 2 - 4：Porter 五力的產業結構¹⁸



資料來源：研究者整理（2016）。

從五力分析中，可以看出，企業的競爭是由五股力量共同作用的一個系統。這種由產業結構決定的競爭，波特稱之為「延伸的對立態勢」(extended rivalry)，他並針對這五種力量，進行了產業經濟學的重點分析。

1. 潛在進入者的威脅 (Threat of Entry)：

任何一個產業，只要有可觀利潤，勢必會招來其他人，對這一產業的投資。而投資又必然會造成產業的產量增加、價格回落、利潤率下降，並衝擊原有在位企業的市場占有率，統稱為「進入威脅」。進入威脅的大小取決於兩個因素：一是進入障礙的高低，二是現有在位企業的報復手段。如果產業的進入障礙強大，或是新進入者預期在位者會採取激烈的報復，那麼潛在進入所構成的威脅，就會相對較小。

新進者審視潛在競爭者，能否克服進入障礙而真正進入成為同業競爭者，也就是說造成現有公司的威脅大小，主要歸納為六種關鍵因素：

- (1) 規模經濟 (economies of scale)；
- (2) 產品差異化 (product differentiation)；
- (3) 資本需求 (capital requirement)；
- (4) 移轉成本 (switching cost)；
- (5) 取得配銷通路 (access to distribution channels)；
- (6) 與規模無關的成本劣勢；
- (7) 政府政策 (government policy)。

2. 來自消費者的議價能力 (Bargaining Power of Buyers)：

¹⁸ <http://www.mantraco.com.tw/tao/2006/D260410.htm>

對企業來說，選擇客戶的基本策略，是判別客戶議價能力，找出對公司最有利的客戶，設法對它促銷。消費者的議價能力，會受到以下因素的影響：顧客集中程度、占顧客採購比重、目標產品差異性、顧客的經營利潤、顧客向後整合的力量等等。當買方集合在一起向賣方購入相當數量的商品時，或是商品沒有差異性，其他競爭的公司都能製造時，這些買方就能共同擺出高的姿態，向賣方提出降價的條件。賣方為求能繼續生產，達到公司長期的營運目標，只好接受客戶的訂單，以維持正常的生產，但無形中卻增加公司的成本負擔。

值得注意的是影響客戶議價能力的因素並不會靜止不變，隨著客戶所屬產業和企業自身的發展，客戶和供貨企業的關係，亦將處在一個不斷變動的過程中。基本上，議價能力較高的顧客，其具有下列幾種特性：

- (1) 相對於賣方銷售額而言，買方群體很集中，採購量很大。
- (2) 買方在此產業內採購的產品佔成本或採購量相當大的比例。
- (3) 買方向此產業購買的產品，是標準化，或不具差異性的商品。
- (4) 移轉成本低。
- (5) 獲利不高。
- (6) 買方擺出要「向後整合 (backward integration)」的姿態威脅。
- (7) 不影響買方的產品或服務品質。
- (8) 買方資訊充足。

3. 來自供應商的議價能力 (Bargaining Power of Suppliers)：

一般而言，供應商的價格談判能力，與下列幾個因素有關：供應商所屬行業的集中度、供應商產品的替代性、供應商產品在本企業成本組成中的重要性、供應商向前進行整合的能力等等。

至於供應商的議價能力的強弱，取決於同業的市場狀況以及供應的重要性，其威脅手段是提高供應價格、降低相應產品或服務的質量，從而使下遊行業利潤下降、面臨供應商競爭力，也面臨同業採購力之議價能力的威脅，影響採購策略，以及成本高而利潤低的障礙。

具以下幾種特徵的供應商，往往有較高的議價能力：

- (1) 該團體由幾家公司支配，與銷售對象相比，力量更形集中。
- (2) 它不需要與銷往同一產業的替代品競爭。
- (3) 該產業並非重要顧客。
- (4) 供應商的產品是買方的重要投入。
- (5) 供應商團體間產品互異，或已形成移轉成本。
- (6) 供應商群擺出一付打算要「向前整合」(forward intergration) 的姿態威脅。

4. 來自替代者的威脅（Pressure from Substitute Product）：

替代品指的是和現有產品具有相同功能的產品。

Porter 分析，替代品產業在發展初期，對於現有產品的替代率往往十分緩慢，但是眼前尚未有大規模的替代，並不意味著替代品，與現有產品相較之下競爭力較低。顧客很可能只是因為心中，尚在進行「移轉成本（switching cost）」高低的盤算，或是另有其他「非經濟因素」的考量，因而暫時處於觀望狀態。一旦替代品被確證比現有產品有優勢，就會形成對現有產品的迅速替代。

替代性的威脅，於行業間處於競爭的狀況原因，是產品具有相互替代性，替代品價格較低，會壓低價格上限，而限制了同業的收益。同業與生產替代產品的其他行業進行的競爭，常需同業採取共同措施和集體行動。替代品威脅的決定因素在於：

- （1）替代品的相對價格。
- （2）移轉成本。

5. 來自現有競爭者的競爭力（Intensity of Rivalry among Existing Competitors）：

現有的同業競爭者，常運用 價格、質量、造型、服務、擔保、廣告、創新以及銷售網路等方式，爭奪市場佔有率和客戶。這些影響現有競爭強度的因素，彼此間也存在著相互抵消的關係，因此要判斷現有競爭者的競爭強度，就必須針對各種影響的面向，進行詳細而具體的全陔分析，而不是僅僅比較市場佔有率、利潤率和成長速率這幾個簡單的數據。一個產業的競爭強度決定在下列的產業結構因素：

- （1）競爭者為數眾多或勢均力敵。
- （2）產業成長緩慢。
- （3）固定或倉儲成本很高。
- （4）缺乏差異性或移轉成本。
- （5）產能大幅增加。
- （6）競爭者背景差異。
- （7）策略風險高。
- （8）退出障礙高。

圖 2 - 5：Porter 五力分析架構圖及相關影響因素¹⁹



資料來源：研究者整理（2016）。

19

<http://blog.xuite.net/joey1230/twblog/119656281-%E4%BA%94%E5%8A%9B%E5%88%86%E6%9E%90%E7%9C%9A%E5%89%96%E6%9E%90%E7%94%A2%E6%A5%AD%E7%92%B0%E5%A2%83%E7%8C%E6%8E%8C%E6%8F%A1%E4%BC%81%E6%A5%AD%E5%84%AA%E5%8B%A2>。

第二節 華山基金會之分析

壹、外部分析

一、高齡化社會的來臨

人口老化是屬於全球化的一種趨勢，世界各國對於老年人口的年齡定義劃分標準尚未一致，以英美已開發國家地區之相關法令為例，一般都以 65 歲當作是界定點，但有時候也包括 60~65 歲的高齡者。聯合國對老齡化社會衡量標準為：如果 65 歲以上人口比率達 7% 即「高齡化社會」²⁰，若提高到 14% 是「高齡社會」；再從 14% 再提高到 20% 以上，則稱為「超高齡社會」（劉慧俐，2007）。²¹從高齡化速度來看（表 2 - 2），所需年數最快的皆為亞洲國家，而歐美國家皆較為緩慢。老年人口老化比率 7% 到 14% 所需年數最快國家為日本的 24 年，其次是台灣的 25 年，歐美國家方面，依序為德國的 40 年、加拿大的 60 年、美國的 71 年，瑞典的 85 年則是時間成長最緩慢的一個國家。

表 2 - 2：人口結構高齡化速度國際比較

國名	65 歲以上人口比重到達年次（年）		所需年數（年）
	7%	14%	
日本	1970	1994	24
德國	1932	1972	40
瑞典	1890	1975	85
美國	1942	* 2013	71
加拿大	1950	* 2010	60
中華民國（台閩地區）	1993	* 2018	25

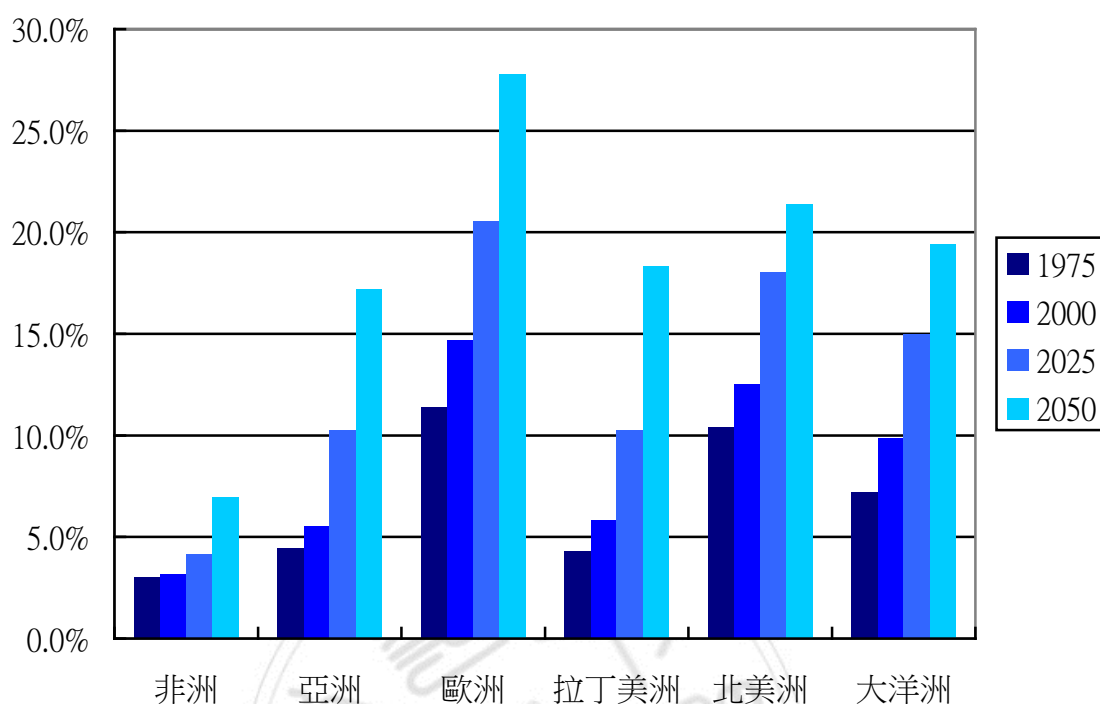
資料來源：行政院經濟建設委員會（2006）等²²、說明。

²⁰ 高齡化社會指 65 歲以上高齡人口占總人口 7% 以上。

²¹ 劉慧俐（2007）。〈人口老化的趨勢與對策〉，《高醫醫訊月刊》，第 26 卷第 11 期，5。上網日期：2014 年 4 月 13 日。網址：<http://goo.gl/kmnPIP>。

²² 資料來源：行政院經濟建設委員會（2006），中華民國台灣 2006 年至 2051 年人口推計；日本厚生省（2001），日本老人福祉手冊 2001 年版-中位推計。說明：* 表中推計預估年。

圖 2 - 6：1975-2050 年各洲 65 歲以上老年人口占總人口比例變化



資料來源：資策會 MIC 整理；研究者整理（2015）。²³

根據聯合國所作的世界人口自 1975 年至 2050 年發展趨勢推估分析結果（圖 2 - 6），未來至 2050 年的人口發展趨勢主要有以下四點，1.人口增長主要在開發中國家；2.開發中國家人口仍然年輕；3.未來人口增長取決於今後生育率的趨勢；4.全球 60 歲以上人口增長最快：

- 1.人口增長主要在開發中國家，聯合國推估開發中國家的人口於 2009 年到 2050 年會從 56 億增加到 79 億，新增人口 23 億中，其年齡分佈在 15 到 59 歲之間的人口為 12 億，60 歲以上則為 11 億。已開發國家於 2009 年到 2050 年的人口將從 12.3 億增加到 12.8 億，僅增加 0.5 億。
- 2.開發中國家人口仍然年輕，聯合國推估開發中國家 25 歲到 59 歲的工作人口於 2009 年到 2050 年會從 24 億增加到 36 億，已開發國家 25 歲到 59 歲的工作人口於 2009 年到 2050 年會從 6.03 億降為 5.28 億，可見開發中國家的工作人口有人口紅利的優勢，未來有極大可能需要支援開發中國家創造就業的機會以解決世界的經濟危機。

²³ 資料來源：United Nations, “World Population Prospects: The 2012 Revision”（2013），資策會 MIC 整理，2014 年 8 月；研究者整理。

3.未來人口增長取決於今後生育率的趨勢，全球的婦女生育率於 2010 年為平均每名婦女生育 2.56 個，至 2050 年將下降為 2.02 個，為解決人口問題，各國政府均努力推出提升婦女生育率之政策。

4.全球 60 歲以上人口增長最快。由於生育率降低導致人口增長速度緩慢，使得老年人口的比例上升。在已開發國家中的老年人口，將由 2009 年的 21%（計 2.64 億）增加為 2050 年的 33%（4.16 億）。2000 年時，老年人口數已超越 15 歲以下的人口數。到了 2050 年，已開發國家的老年人口數將是 15 歲以下的人口數的二倍以上。在開發中國家的老年人口，也從 2009 年的 8%（計 4.37 億）增加為 2050 年的 20%（計 16 億），可見人口高齡化的問題在已開發國家跟開發中國家都是一致的趨勢（黃富順、楊國德，2011）。

根據中國時報報導美國人口資料局（PRB）的估計，如表 2-3 所示，2012 年全球在年中時人口約 70.6 億人，65 歲以上的人口約占 8%，其中約 35% 生活在已開發國家之地區。例如日本、摩納哥、德國、義大利每 4 到 5 人就有 1 人 65 歲以上，是全球老化程度最高的國家。顯見亞洲國家人口老化的程度有急遽增加的危機。以台灣來說，2013 年 6 月底 65 歲以上人口為 255.5 萬人，占總人口 11%。和其他國家相比，台灣的老年人口比率雖低於瑞典、瑞士、德國、美國等先進國家，但老化速度卻遠高於這些國家（時間上比這些已開發國家至少快一倍以上）。

2025 年我國人口即開始轉為負成長，屆時 65 歲以上人口比率將達 20%，老化指數突破 160（洪凱音，2012）²⁴。預估在 2060 年，台灣將超越日本成為亞洲人口老化程度最嚴重的國家，老年人口比例為 39.27%，世界排名第 2 名；韓國為第 5 名，37.04%；日本為第 6 名，36.89%；香港為第 7 名，36.84%；新加坡為第 14 名，32.37%。2060 亞洲主要國家不僅暫老年人口比例的多數，且老年人口比例均為 30% 以上，表示於 2060 年時，亞洲主要國家中每 3 個人將會有一位老人，這樣的情景雖尚未發生，但光用想像已讓人對這些國家的未來擔憂了起來（行政院經濟建設委員會人力規劃處，2015）²⁵。面對如此急速的高齡化，台灣的老化現象已經成為不得不正視的議題。

²⁴ 洪凱音（2012）。〈我 65 歲以上人口 攀升至 11%〉，《中國時報》。上網日期：2013 年 4 月 18 日。網址：<http://goo.gl/LwxgZQ>。

²⁵ 行政院經濟建設委員會人力規劃處（2015）。〈2010 年至 2060 年臺灣人口推估〉，《人口老化專輯》。上網日期：2015 年 7 月 27 日。網址：<http://goo.gl/BmjPy>。

表 2-3：世界各國人口國情統計

項目	時間	統計數	說明
全球人口	2012 年年中	70.6 億人	已開發地區占 17.6%
65 歲以上人口比率①	2012 年年中	8%	老化指數 31③
已開發地區②	2012 年年中	16%	老化指數 100
日本	2012 年年中	24%	老化指數 185
摩納哥	2012 年年中	24%	老化指數 185
德國	2012 年年中	21%	老化指數 162
義大利	2012 年年中	21%	老化指數 150
芬蘭	2012 年年中	18%	老化指數 113
英國	2012 年年中	17%	老化指數 94
加拿大	2012 年年中	14%	老化指數 88
澳洲	2012 年年中	14%	老化指數 74
紐西蘭	2012 年年中	14%	老化指數 70
美國	2012 年年中	13%	老化指數 65
開發中地區②	2012 年年中	6%	老化指數 21
中華民國	2012 年 6 月底	255.5 萬人	較上年同月底增 6.1 萬人
		11%	老化指數 74
南韓	2012 年年中	11%	老化指數 69
中國大陸	2012 年年中	9%	老化指數 56
新加坡	2012 年年中	9%	老化指數 53
拉丁美洲及加勒比海	2012 年年中	7%	老化指數 25
印度	2012 年年中	5%	老化指數 16
非洲	2012 年年中	3%	老化指數 7

資料來源：內政部統計處等²⁶、附註²⁷。

二、台灣高齡化社會的快速抵達

人口老化，是台灣人民必須學習的課題。「嬰兒潮世代」第一年出生的人，已經在 2006 年屆滿 60 歲。十年後，台灣將有五分之一人口是六十五歲以上老人；銀髮潮將如大浪般席捲而來，生育率卻滑至歷史新低，在兩股力量交互衝擊之

²⁶ 資料來源：內政部統計處、經建會、美國人口資料局「2012 World Population Data Sheet」。

²⁷ 附註：①依聯合國定義，一個地區 65 歲以上人口超過 7%，即稱為「高齡化社會」。②已開發地區採聯合國定義，包括歐洲、北美洲所有國家，再加上澳洲、紐西蘭及日本，其餘歸為開發中地區。③老化指數 = (65 歲以上人口) / (0~14 歲人口) × 100，為衡量一地區人口老化程度之指標。

下，我們應該認真思索的是父母以及自己的晚年。

面對老化潮，聯合國提出「聯合國關懷老人原則」的理想，希望由在地人照顧在地人，讓老人家在自己熟悉的環境中快樂終老，外出工作的子女放心；也讓這些老長輩們盡量延長健康年齡，進而延遲機構介入協助的時間。

將來我們的子女會不會照顧我們，任誰也沒有把握。「三明治世代」(sandwich generation)，同時得面對上、下兩代壓力的「夾殺」。上班族一旦遭遇家中長輩發生意外，失去照護下一代的支援，後續生活往往會陷入不同程度的混亂。

活在恐懼裡的老人，悲慘宿命時有所聞，夢想老來無憂絕非易事，像住在安養中心的老人，最大的恐懼，其實不在自己的健康，反而每天擔心著，兒女有沒有寄錢來？下個月來能不能住？還有沒有一口飯吃？

因此以下對於台灣高齡化帶來的現象，以及它的衝擊與機會進行說明。

(一) 台灣高齡化現況

我國以 65 歲當作是老人的開始（教育部教育社會司，1991）。根據內政部統計，在 1978 年底時，台灣地區的老年人口僅為 3.99%，台灣在 1993 年的老年人口比率已達 7%，屬於「高齡化社會」；至 2012 年 6 月底為止，台灣 65 歲以上的人口占總人口比率 11%；經建會預估，以目前人口老化趨勢做推估，至 2018 年，台灣 65 歲以上老年人口比率將達到 14%，我國也將從「高齡化社會」，正式邁入國際慣稱的「高齡社會」；2026 年，它的比率將快速上升至 20%。2016 年臺灣 65 歲以上老年人口將首度超過 0 至 14 歲人口。至 2025 年，臺灣 65 歲以上老人比率將超過 20%，再晉級為聯合國定義的「超高齡社會」。

持續的低生育率、少子化，加上國人平均壽命的延長等現象，是我國人口高齡化的重要推手。

自從 1964 年推行家庭計畫，改變民眾對生育觀念態度、提供避孕服務、推動「二個孩子恰恰好」之後，台灣地區人口在 1965 年至 1994 年間的出生率從千分之 22.3 降至千分之 10.5，另一則數據來看，台灣的有偶婦女的避孕實行率，從 1965 年的 24% 到 1991 年升至 80%，再加上適婚婦女普遍晚婚、少子，嚴重造成現今出生率年年下降。1960 年代，台灣一名婦女平均生育 4~5.75 個小孩，此刻，生育率僅為 1% 左右（黃漢華，2014：338 期，P.40~45）。

生命的延長是人類 20 世紀最偉大的成就之一。從平均壽命方面而言，從行政院經建會人口推估資料中可以瞭解未來台灣地區人口平均壽命還會在增加中，2011 年男性平均壽命為 75.3 歲，女性平均壽命為 81.7 歲，預估到 2021 年男性平均壽命為 77.2 歲，女性平均壽命為 84.6 歲。生命週期的延長進步催生高齡社會的到來。

表 2-4：台灣未來人口三階段年齡結構、撫養比

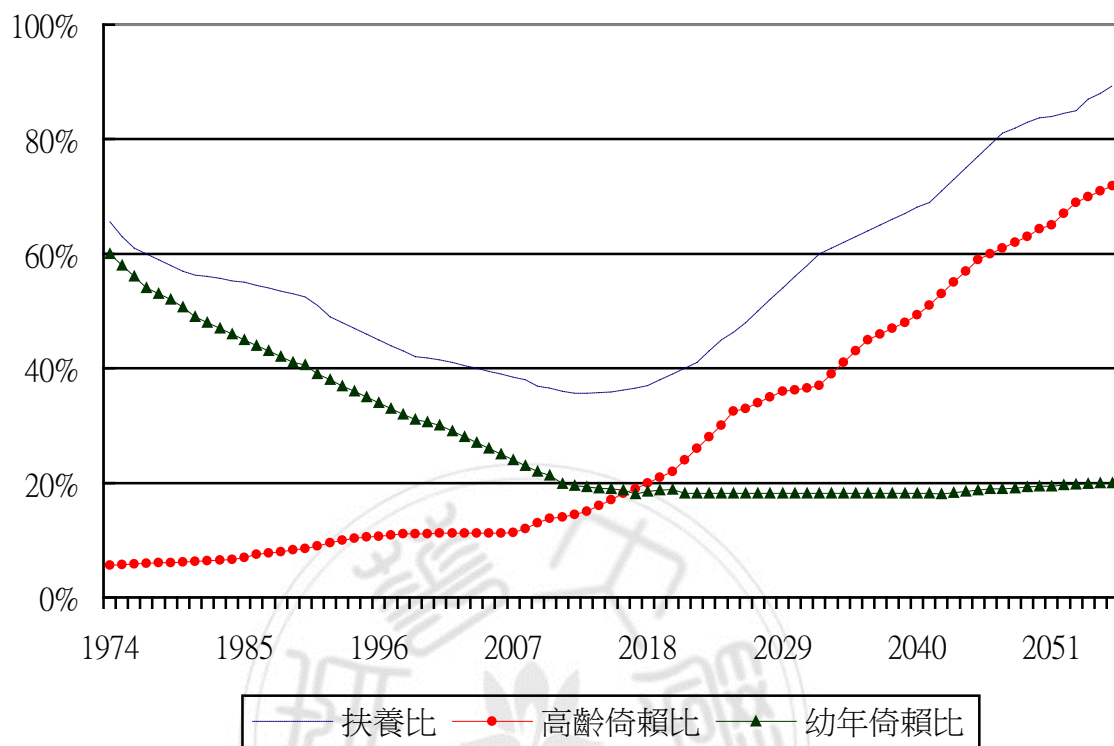
年別		年底人口數（千人）			年底人口結構（%）		
西元	民國	0-14 歲	15-64 歲	65 歲以上	0-14 歲	15-64 歲	65 歲以上
2012	101	3,412	17,305	2,602	14.6	74.2	11.2
2013	102	3,349	17,336	2,696	14.3	74.1	11.5
2014	103	3,263	17,352	2,814	13.9	74.1	12.0
2015	104	3,149	17,376	2,945	13.4	74.0	12.5
2016	105	3,084	17,305	3,118	13.1	73.6	13.3
2017	106	3,030	17,228	3,282	12.9	73.2	13.9
2018	107	2,993	17,127	3,449	12.7	72.7	14.6
2019	108	2,965	17,006	3,622	12.6	72.1	15.4
2020	109	2,947	16,859	3,808	12.5	71.4	16.1
2021	110	2,930	16,704	3,996	12.4	70.7	16.9
2022	111	2,915	16,559	4,170	12.3	70.0	17.6
2023	112	2,905	16,392	4,355	12.3	69.3	18.4
2024	113	2,899	16,210	4,547	12.3	68.5	19.2
2025	114	2,918	16,001	4,736	12.3	67.6	20.0
2026	115	2,910	15,817	4,923	12.3	66.9	20.8
...							
2049	138	2,046	11,507	7,649	9.7	54.3	36.1
2050	139	2,014	11,334	7,659	9.6	54.0	36.5

資料來源：彭玲株（2013）；研究者整理（2015）。

從扶養比來看，扶養比是指倚賴人口對有工作能力人口的比率，即幼年人口（0-14 歲人口）及高齡人口（65 歲以上人口）之和對青壯年人口（15-64 歲人口）之比率；扶養比用指數來表示即每 100 個有工作能力人口應扶養多少個倚賴人口。另幼年人口倚賴比（young age population dependency ratio）係指工作年齡人口對幼齡人口的負擔指數，而高齡人口倚賴比（old age population dependency ratio）則係指工作年齡人口對高齡人口的負擔指數。據經建會的推計，2050 年老年人口將由目前的 246 萬增加到 769 萬；但勞動力的主要來源（也是稅源）的青壯人口卻由 168 萬減為 116 萬，青壯人口和老年人口之比，將由 7：1 變為 1.5：1 即由目前 7 位青壯人口養 1 位老年人，變為 1.5 位青壯人口養 1 位老年人（孫得雄，

2010)。

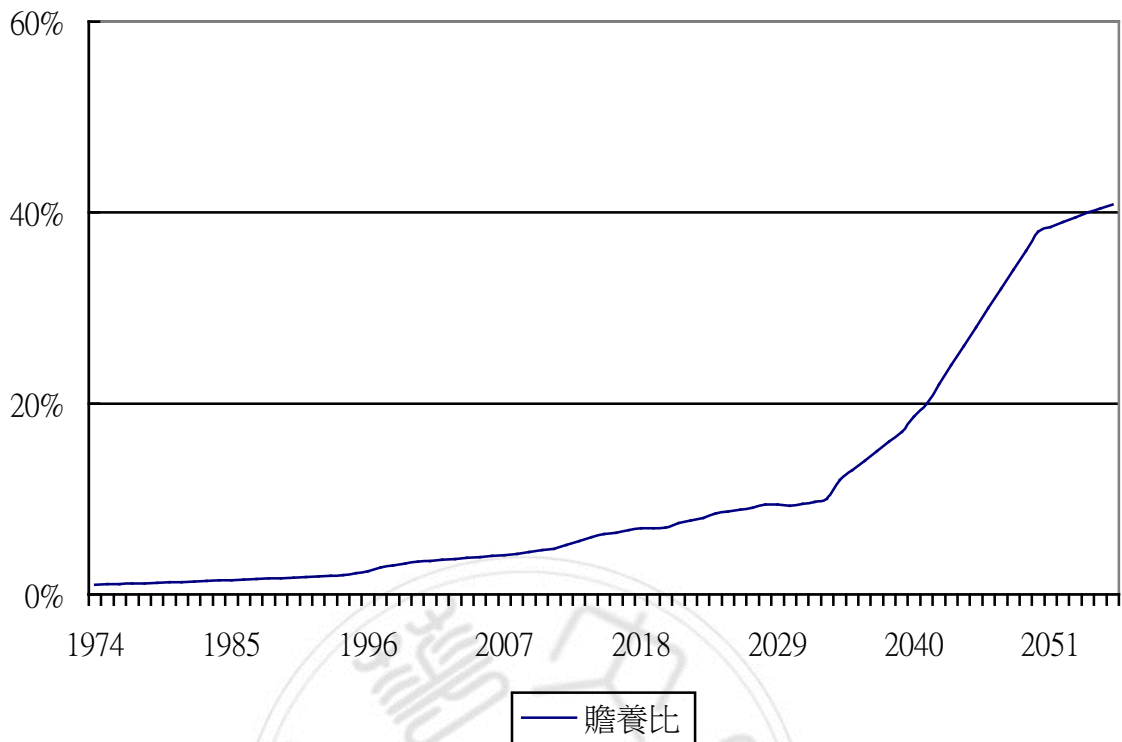
圖 2 - 7：我國之扶養比與倚賴比（1974-2056）



資料來源：範光中、許永河（2010）；研究者整理（2015）。

就父母贍養比而言，父母贍養比係 85 歲以上之高齡老人對 50~64 歲準老人的比率，此一比率通常用來衡量一個家庭需要照顧家庭中高齡成員之程度，但也備用來衡量一個社會平均需要多少準老人來照顧一位父母那一代的老人。台灣平均每百名準高齡者於 1974 年需贍養一位 85 歲以上的高齡者；在我國社會進入高齡化的 1993 年，平均每百名準老人需負擔贍養 3 名高齡者；2017 年父母贍養比增高為 10%，2031 年後這個比值急遽增加，預估到了 2056 年每百名準老人將負擔 40 位 85 歲以上高齡人口的贍養責任遠遠高過全球的平均水準（全球預計達到 11%的水準）。

圖 2 - 8：我國之父母瞻養比（1974-2056）



資料來源：範光中、許永河（2010）；研究者整理（2015）。

（二）高齡化社會的衝擊與機會

老年人將成為台灣社會人口的重要群體。快速人口老化所帶來的勞動市場、消費型態、金融市場、政府財政、經濟成長、健康照護以及社會支持體系所產生的衝擊是多面向的，無疑不是一項嚴峻的挑戰，同時又是一次機遇。

老年人隨著年齡的增加，因身心老化而帶來生理、心理、社會等等層面的變化，會使得老年者逐漸喪失健康、心智、社會地位權力及經濟上的優勢，連帶使老年成為社會中的弱勢族群。

就經濟面而言，人口老化將對經濟成長、儲蓄、投資、消費、動力市場、退休金、稅金與代間移轉產生影響。據統計，台灣的老人，89%有一種以上的慢性病，72%有兩種，且老年人口中有 8.2%（約 17 萬人）需要不同程度的長期照護，高齡人的養老金、健康照護及社會照顧等支出將是國家財政的重要負擔。經濟合作發展組織（OECD）即估計，當一個國家開始進入高齡化社會後，實質國民生產淨額（GDP）將減少 0.35%到 0.75%左右，因而使得經濟成長率下降（李淑如，2014）。

在社會領域，家庭組成、生活安排、住宅需求、遷徙趨勢、流行病與保健服務需求等皆發生改變。如家庭結構窄化、代間增長及家庭的崩解。天下雜誌調查報導，伴隨台灣走向老化的是獨居多、無子女或少子女的一代。這等於宣示傳統中國家庭體系，正逐漸解體，未來老人心理與安養問題，將比現在嚴重許多，台灣的「孤家寡人」，是愈來愈多了。伴隨台灣走向老化的是獨居多、離婚多、未婚多、無子女或少子女的一代，同時亦宣示傳統中國家庭支援體系的解體（天下雜誌，2002：249期，P.10~14）。根據主計處人口調查，過去十年來台灣地區家庭結構，「單身家戶」所佔比例，已從13.4%，提升到21.6%。「兩人家戶」也從佔12.7%，提升到17.4%。而「父母與未婚子女」同居的核心家庭，比重則下降，從63.6%，降為55%（楊瑪利，2002）。²⁸

就消費結構而言，高齡人口由於生理機能衰退，行動日趨不便，其對交通支出的需求減少，但醫療健康產品及生活輔助設施的需求日增，此種消費型態改變，對產業結構產生衝擊。此外，受限於退休制度與社會結構，高齡人口的就業可能性下降、所得減少，連帶地使其消費能力下降。對勞動市場影響主要表現為勞動力供給減少、勞動力素質下降、勞動需求結構改變，高齡化社會的總消費亦將隨高齡化的步調提昇而逐漸衰退。國家將承擔巨大的醫療負擔、社會福利與生產力減弱等諸多壓力。而在政治方面，伴隨著高齡人口的增加，高齡者也成了選族群的一種新區隔，左右選舉情勢；新世代的高齡者，不僅健康狀態較上一輩好，教育水準與財富的累積也頗具影響力，因此針對公共政策與跨世代資源分配的議題，亦有更深入的理解與關注。

由此，老年人在醫療、經濟扶持、心理關懷上更需要社會的廣泛的關注與持續的有形或無形資源的投入。1991年底聯合國大會通過十八條「聯合國關懷老人原則」(the United Nations Principles for Older Persons)，將相關老人議題劃分為獨立(Independence)、參與(Participation)、照顧(Care)、自我實現(Self-Fulfillment)、尊嚴(Dignity)等五項要點，呼籲世界各國共同致力於老人的關懷。為了能讓老年人不斷地發展自我、擴展視野，持續瞭解社會並具有適應變遷、與時俱進之能力，幫助老年人重新去體認個體生命對自己的意義與價值，延續老年人的生涯發展，進而減輕社會醫療負擔和經濟壓力，所以，老年人口福利、醫療照顧及安養需求等，已成為政府目前最需要去關注的重要議題。也帶來諸多的銀髮商機。康健雜誌採訪團隊曾走訪日本、韓國，與台灣同為亞洲高齡化嚴重的國家，但日、韓已經把銀髮變成人力資源，以及當作為另一個產業的榮景發展著（黃惠如，2013）；經建會亦認為，台灣人口老化雖然比歐美國家來得快，但未必須一直往負面的角度思考解決方式，相反地，老年人口的相關產品與服務需求將逐漸湧

²⁸ 楊瑪利（2002）。〈更加養不起的未來？〉，《天下雜誌》。第249期。上網日期：2014年4月13日。網址：<http://goo.gl/uZYhwm>。

現（李樹人，2011）。²⁹

圖 2-9：各類生活面向之銀髮商機

住屋生活	飲食生活	醫療保健生活	交通通訊生活	教育學習生活	娛樂療癒生活	衣飾美顏生活	工作服務生活	金融財務生活
住宅改建與修繕	營養保健食品	醫療與照護器材	交通工具通用設計	成人教育	寵物與陪伴玩具	醫學美容	工作媒合	投資理財規劃
智慧型住宅	用餐環境改造	輔具福祉用品	交通設施無障礙化	中高齡教育	社交與社團	老人專屬服飾	彈性工時	退休金規劃
養身村	懷舊古早味飲食	機器人照護陪伴	老人專屬通訊產品	補教才藝課程	精緻旅遊	老人專屬美言商品	經驗傳承	保險規劃
老人公寓、退休社區	老人食品	照護與安養服務	安全智慧車	照顧服務人才培訓	宗教活動	二手商品	工作機具通用化	遺產配置規劃
租屋養老	用藥輔助食品	臨終與殯葬服務	定位與迷路指引	家事生活教育	心靈成長課程	衣飾用品租賃	勞動法務服務	金融法務服務

資料來源：資策會 MIC，2013 年 9 月、高雅玲（2013）；研究者整理（2015）。

目前我國約 6.7 位青壯年人口撫養 1 位老人，但隨著老人人數的驟增，至 2060 年將成為每 1.3 位青壯年人口撫養 1 位老人。且依內政部統計出 2009 年老人狀況調查結果，65 歲以上老人自理日常起居活動有困難者 16.8%，台灣「衛生福利部」最新統計，台灣 65 歲以上民眾，失智症盛行率為 4.97%，平均 20 個老年人就有一個罹患失智症，預計台灣 65 歲以上失智症狀患者進 13 萬人。另外，內政部戶政司發佈 2012 年重要人口指標，平均每戶設籍人口僅 2.85 人，顯示家庭結構變更使家庭中可擔任執行照護失能者之人力嚴重短缺不足。老年人口的快速增加，將帶來慢性疾病與功能障礙的盛行，繼而耗用大量的醫療與長期照護資源。加之民眾對政府要求不斷提升與政府財政惡化的雙重壓力下，政府將原先獨立承擔的責任與任務部分轉嫁至社會，其中尤以秉持公益、服務大眾為宗旨的非營利組織，漸而承擔愈來愈多的責任。

三、相關社會福利結構的發展

（一）老人福利政策的修訂

社會福利是旨在確保社會成員基本生活，減少社會問題的發生。高齡化社會老人福利佔據社會福利中重要比例。世界各國面對人口老化問題之經驗，提出「在

²⁹ 李樹人（2011）。台灣老化地圖 雲、嘉、澎入列。聯合晚報。上網日期：2013 年 4 月 18 日。
網址：<http://goo.gl/wBKf1P>。

地老化」(aging in place)之概念，認為老人應在其生活的社區中自然老化、以維持老人自主、自尊、隱私的生活品質，已成為面臨高齡化社會的共同指導策略。

表 2 - 5：居家服務相關法律與推動方案

年代	相關法律與推動方案
1980 年	公布實施「老人福利法」
1987	台灣省推行「居家老人服務實施要點」
1995	「全民健康保險法」施行，開始提供「居家照顧服務給付」。
1997	修正通過「老人福利法」，正式確立居家服務之法律基礎。
1998	內政部通過「加強推展居家服務實施方案暨教育訓練課程內容。」
1999	以鄉鎮市區為單位，設置居家服務支援中心，並提供各階段專業訓練。
2002	內政部公布「非中低收入失能老人及身心障礙者補助使用居家服務計畫」
2004	內政部修正為「失能者補助使用居家服務試辦計畫」、行政院成立「長期照顧制度規劃小組」。
2005	內政部再修正為「失能老人及身障者補助使用居家服務計畫」、內政部公布「居家服務提供單位管理營運規範」。
2006	行政院通過「大溫暖社會福利套案之旗艦計畫……建構長期照顧體系 10 年計畫」
2008 ~2014	多次增修「社會救助法條文」、 「身心障礙者權益保障法條文」、「老人福利法條文」。

資料來源：黃秀青（2014）；研究者整理（2015）。

台灣最初的居家服務發展於 1971 年左右，並於彰化基督教醫院成立社區健康部提供民眾居家照護（蔡啟源，2000）。高雄市於 1983 年辦理居家老人服務，為地方政府中最早實施居家服務者。而台灣省政府社會處為推動老人居家服務，於 1987 年頒佈「台灣省推行居家老人服務實施要點」（蔡啟源，2000），意謂著政府開始重視居家服務之推展。台灣地區早在 1980 年就頒佈了「老人福利法」，但到 1993 年我國正式進入「高齡化社會」之林，政府才真正重視這項議題，之後相繼推出相關法令與規範。1997 年首次再做修正著重在老人年齡及福利措施之界定，老人津貼、年金、住宅、保護等需求之規劃以及專責人力等，對於老人的各種服務與保護更具完整性與前瞻性。至 2007 年 1 月 31 日止，共修訂四次，依據第 34 條規定，暨民國 2007 年 7 月 31 日衛生署字第 0962801277 號

令，老人福利機構設立標準第 2 條規定（李光玉，2008），修正後的老人福利機構改為五類，分別為 1.長期照護機構、2.養護機構、3.安養機構、4.文康機構及 5.服務機構：

- 1.長期照護機構：以照顧罹患長期慢性疾病且需要醫護服務的老人為目的。
- 2.養護機構：以照顧生活自理能力缺損且無技術性護理服務需求的老人為目的。
- 3.安養機構：以安養自費老人或留養無扶養義務人親屬或扶養義務之親屬無扶養能力的老人為目的。
- 4.文康機構：以舉辦老人休閒、康樂、文藝、技藝、進修及聯誼活動為目的。
- 5.服務機構：以提供老人日間照顧、臨時照顧、就業資訊、志願服務、在宅服務、餐飲服務、短期保護裝置、法律諮詢服務等綜合性服務為目的。雖然老人福利法詳盡的規定各種老人福利機構的目的與內容，但實際上，台灣目前的老人照顧機構，多半以安養中心為主，或混和少許療養中心。

1993 年內政部社會司在「社會福利輯要」一書，提到老人福利重點為：充實老人日常生活照顧，補助辦理老人住宅、日間托育、營養午餐及改善老人在宅設施等服務，提供老人社區化的照顧，促進三代同堂的發展（王增勇，1998）。行政院於 1998 年通過由內政部負責為期 3 年的「加強老人安養服務方案」，採取更多元的服務途徑因應老人問題，結合社會資源共同推動居家服務，協助因身心受損致日常生活功能需他人協助之居家老人及身心障礙者得到所需之持續性照顧，以提昇其自我照顧能力，紓緩家庭照顧者壓力，並提供受照顧者家屬習得專業服務技巧，以改善生活品質。其服務對象為：65 歲以上因身心受損致日常生活功能需他人協助之居家老人（含獨居老人），或領有身心障礙手冊且日常生活功能需他人協助之居家身心障礙者。服務項目則分為 1.家務及日常生活照顧服務方面及 2.身體照顧服務方面：

- 1.家務及日常生活照顧服務方面：(1)換洗衣物之洗濯、修補；(2)居家環境改善(以案主基本生活範圍為主)；(3)家務服務(助理)；(4)文書服務；(5)友善訪視；(6)電話問安；(7)餐飲服務；(8)陪同或代購生活必須用品；(9)陪同就醫或聯絡醫療機關(構)；(10)法律諮詢服務；(11)其他相關之居家服務。
- 2.身體照顧服務方面：(1)協助沐浴；(2)協助穿換衣服；(3)協助進食；(4)協助服藥；(5)協助翻身、拍背、肢體關節活動、上下床，陪同散步、運動；(6)協助使用日常生活輔助器具；(7)其他服務。

2000 年行政院「建構長期照護體系先導計劃」，提及優先提供居家支援服務，延長被照顧者留住家庭的時間，增進其獨立自主的能力（陳伶珠，2003）。2002 年 1 月行政院經建會訂頒「照顧服務產業發展方案」。2002 年 6 月 26 日行政院再次核定「加強老人安養服務方案」，為加強老人生活照顧、維護老人身心健康、保障老人經濟安全、促進老人社會參與居家服務與家庭支持、老人保護網絡體系、無障礙生活環境與住宅、保健與醫療照護服務、機構式服務、津貼與保險社區、照顧及社會參與、專業人力及訓練、教育及宣導 9 大實施要項。

2004 年 2 月 13 日行政院所修正核定的社會福利政策綱領，即明訂推動社會福利政策訂定原則即包含「落實在地服務」，並且強調「兒童、少年、身心障礙者、老人均以在家庭中受到照顧與保護為優先原則，機構式的照顧乃是在考量上述人口群的最佳利益之下的補救措施；各項服務之提供應以在地化、社區化、人性化、切合被服務者之個別需求為原則。」

行政院 2005 年提出「建立社區照顧關懷據點實施計畫」：

- 1.由在地人提供在地服務，建立社區自主運作模式，以貼近居民生活需求，營造永續成長、健康的社區環境。
- 2.以長期照顧、社區營造之基本精神，提供老人社區化之預防照護。
- 3.結合照顧管理中心等相關福利資源，提供關懷訪視、電話問安、諮詢及轉介服務、餐飲服務、健康促進等多元服務建立連續性之照顧體系。

此外，更在 2005~2007 年三年內規劃設置 2000 個關懷據點，期能建立一個普及化的照顧服務網絡及社區居民關懷互助的健康社區。行政院 2008 年 3 月 10 日核定的人口政策白皮書，針對高齡化人口問題的八大對策包含，支持家庭照顧老人、完善老人健康與社會照顧體系、提升老年經濟安全保障、促進中高齡就業與人力資源運用、推動高齡者社會住宅、完善高齡者休閒參與、交通運輸環境、建構完善高齡教育系統。老年人的健康照護將是社會福利的重要內容（孫得雄，2011）。

行政院於 2007 年 4 月 3 日核定「我國長期照顧十年計畫」，以日常生活需他人協助之下列四類失能者為主要服務對象：(1) 65 歲以上老人；(2) 55 歲以上山地原住民；(3) 50 歲以上身心障礙者；(4) 僅工具性日常生活活動功能(IADL2)失能且獨居之老人。我國長期照顧服務需求人數 2015 年為 32 萬 7 千餘人，2020 年為近 40 萬人。另依據鄭文輝等（2005）報告顯示，具有 ADL 及 IADL 失能者

人數預估 2016 年將達 72 萬餘人。台灣社會一定會帶來了極為龐大巨量的長期照顧需求。目前主要照護模式是機構式照護方式，屬於社會福利產業，主要經營目的以非營利為主（衛生福利部老人福利法，2013）。

目前機構式照護方式分為以下三種，政府機關掌管、衛生福利部、社會局與退輔會。衛生福利部主要掌管國內護理之家，社會局掌管安養及養護型機構。其中，養護型機構結合護老類型與養護類型，為護老機構，以罹患長期慢性並，生活自理能力缺損，需他人照顧之老人，或需鼻胃管、導尿管護理服務需求之老年人，服務內容主要以日常生活照顧協助為主。安養機構主要的照護以生活自主的老年人為照護對象，撫養無撫養能力之老人為目的。退輔會，主要管轄榮民之家機構。

（二）服務機構模式

台灣長期照護專業協會將國內現有對老人不同照顧之服務模式分為機構式、社區式及特殊性之三種服務。

1.機構式的服務，指的是 24 小時皆有照顧人員照顧老人家的生活起居，又可分為：

（1）護理之家

收住對象為日常生活上須協助、或是插有管路(尿管、氣切管、胃管)的老人家，通常是由護理人員負責，24 小時均有人員照顧，必須向所在地的衛生局申請，屬於護理機構。

（2）長期照護機構

收住的對象與護理之家相似，亦是 24 小時提供照顧服務，不同之處是設立之負責人非護理人員；必須向所在地之社會局申請，屬於老人福利機構。

（3）養護機構

收住生活自理不便，但不帶有管路的老人家，同樣屬於老人福利機構，不過現有的養護機構有些老人家插有鼻胃管或尿管。

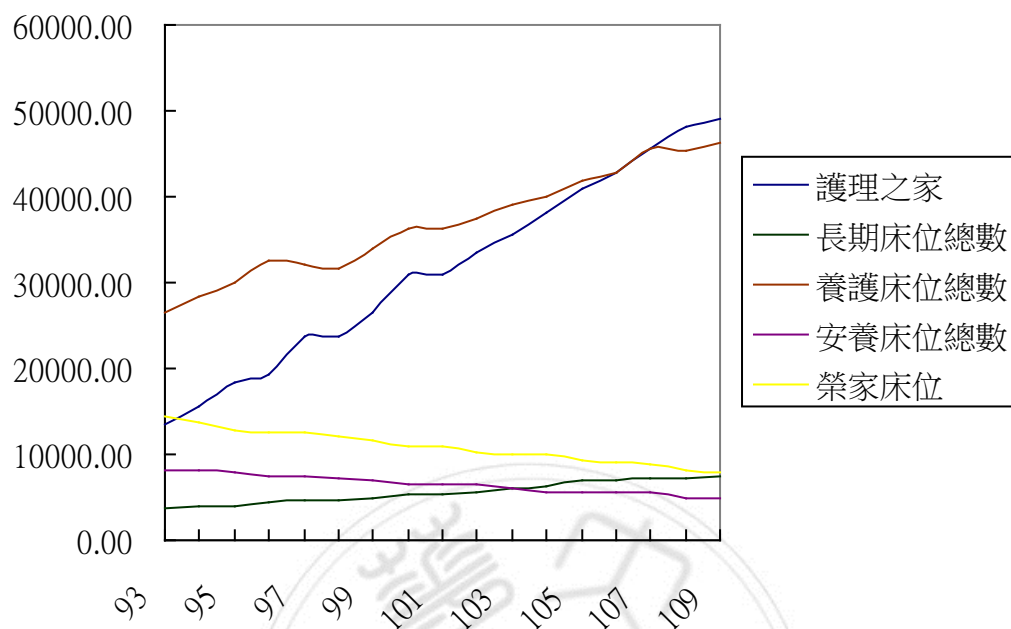
（4）安養機構

收住日常生活能力尚可的老人家，亦屬老人福利機構。

（5）榮民之家

收住對象為榮民，大部份屬於日常生活能力尚佳的榮民，為退輔會所屬機構。

圖 2 - 10：長期照護機構式服務預估未來占床數



資料來源：郭銀漢、黃松林（2012）；研究者整理（2015）。

2.社區式長期照護服務模式，指的是老人家留在自己熟悉的生活環境中，接受不同專業的服務。包括 1.居家照護：指老人家於出院後，仍繼續留在家中，接受所需的照顧，仍可與家人維持良好之互動。專業人員提供居家護理、社區物理治療、居家職能治療、居家營養。2.居家照顧：由非專業人員所提供之服務，主要提供之服務偏重於日常生活之所需。如居家服務、送餐服務、電話問安、日間照護。

3.特殊性長期照護服務模式，包括 1.失智症的照護：針對失智老人提供的照護服務，依其性質亦可分為社區式、機構式及居家式三種。2.另類療法：非服務模式，目前應用較為人熟悉的有懷舊療法、芳香療法、音樂療法、寵物療法等，上述之各種治療方式均須接受各相關專業的訓練後，方可對須治療者提供服務（戴媛坪等，2008）。

鄭讚源（2000）認為老人福利機構有下列四種特性：第一種特性，是老人福利機構的材料是「人」，經過機構的服務之後是一個更健康（或是至少維持健康）、更快樂，或是更好的人。但是「更快樂，或是更好」是很難加以衡量的。第二種特性，是老人進入機構以前，具有極高的異質性(Heterogeneity)，不管是經驗、教育程度、健康狀況等，同樣的服務水準，對於不同的老人，無法產生相同或相類似的結果。第三種特性，是服務的生產與消費同時進行，也同時結束，所

以「服務過程」，要比服務結果重要。第四種特性，是顧客(customer)與案主(client)常不是同一個人，換句話說，出錢的顧客（如捐款者）常常不是接受服務的人（即案主），所以機構到底要對顧客負責還是對案主負責，這是要釐清的問題。

我國老人各類福利機構從 1996 年的 64 家發展至 2006 年我國老人長期照護、養護及安養機構有 978 所，可進駐人數為 60,438 人，使用率 74.38%，2012 年底我國老人長期照顧及安養機構（不含榮民之家及護理之家）計有 1045 所，進駐數 4 萬 2947 人，占老年人口之 1.65%。

四、當前台灣 NPO 面臨之環境

非營利組織一詞，乃源於美國國內稅法係為規範合於免稅規定的公益團體而做出的定義：本質上是一種組織，該組織限制其將盈餘分配給任何監督與營運該組織的人，如組織的成員、董事與理事等。依字面解釋，即不以營利為目的的組織，如「鄰裏組織」、「社區組織」、「私人志願組織」、「慈善組織」、「獨立部門」、「第三部門」、「基金會」、「非政府組織」、「非商業組織」等等（江明修，2000）。非營利組織存在的正當性在於，彌補民眾與政府間公共信任的缺口（weisbrod,1998:48）。

隨社會的日趨多元化，不同的需求藉由不同的團體來滿足，非營利組織數量呈不斷增加趨勢。於 1987 年社會團體總數 12825 家，至 2007 年底已增至 31818 個（內政部資訊服務網，2008）。據行政院主計處 2014 年 10 月統計，社會團體近十年成長迅速，平均年增約 2 千個，103 年 6 月底計 43351 個，占 79%，其中逾 3 成為社會服務及公益慈善團體（13288 個），學術文化團體達 7536 個居次，與 102 年底比較，以經濟業務、學術文化、體育及宗教等團體，含增 545 個，較為顯著；職業團體 10947 個，較 102 年底僅增 52 個，其中近半為工會，其次為自由職業團體及工商業團體；政治團體均須由中央政府核准立業，以政黨為大宗，103 年 6 月底達 249 個政黨，較 102 年底增 2 個。

官有垣、杜承嶸、王仕圖（2010）研究台灣的 NPO 部門中，絕大多數並不以捐贈財務作為其組織的主要活動。台灣 NPO 即便是有地方隸屬機構，其數目亦不會太多，除了大型的組織外，許多組織的附屬或分支機構數的數目均在 10 個以下；社會福利和教育是臺灣 NPO 組織中最優先的前兩項。

因非營利組織的「非營利」、「政府依存性」，近年來受到經濟不景氣，個人捐贈與政府補助日益減少，社團數量驟增、政府管理體制不夠完善等眾多因素。（洪儒瑤、陳明璋，2005）針對台灣 300 家主要基金會進行研究，結果顯示環境

變遷問題上，政府社服政策、經濟景氣榮枯及社會大眾支持度，是社會服務機構所最關切的；而經營管理上，募款困難、研發創新不易及人力資源管理困難是社會服務機構最關切的。

表2 - 6：當前NPO面臨種種經營困境

當前 NPO 經營的困境	
1. 政府財政惡化補助款短縮	6. 組織使命未能持久，常有掛羊頭賣狗肉事件
2. 經濟不景氣慈善捐款金額改變（對未來風險知覺提高）	7. 多數組織呈現休克狀況
3. 被服務對象增加捐助者卻變少	8. 政府法規嚴厲，但督導鬆散，良莠不齊
4. 自我收入比例少，過度依賴政府補助與民眾捐助	9. 組織運作與財務資訊不公開普遍缺乏公信力
5. 薪資偏低無法吸引優秀人力投入	10. 管理技能與創新不足難永續經營

資料來源：研究者整理（2015）。

（一）財務資源面向

由於非營利組織未受市場機制檢驗，卻面臨市場上的挑戰，捐款來源不穩定，組織運作衍生經濟自利行為與公益使命衝突的疑慮，導致弱勢的主理可能成為傀儡，認知及認同的衝突因而衍生，導致資源逐漸減少。但非營利組織的受服者因社會變遷卻有增無減，以一當百，資源明顯不足，造成經濟價值與社會公益互相角力。欲瞭解台灣非營利組織財源狀況首要清晰台灣的募款之環境。

眾多台灣的非營利部門，其財政來源多為社會大眾的捐贈與企業捐款，只有少數來自政府補貼（蕭新煌，2000）。大眾捐款的不穩定性與不足，使得除了少數贊助型的基金會以外，基本上，現行臺灣社會大多數的非營利組織均面臨到財源經費匱乏與穩定性不足的現象。因此，以募款方式籌措經費，向社會大眾募捐就成為非營利組織生存的關鍵。然而，在各自設法募款的過程中，會出現資源分配不均的現象：成立較早、名聲較大、或動作頻頻的組織，比較容易獲得社會大眾及媒體的注意，自然能有較多的社會捐款；相對而言，較弱的組織則募款不易，容易出現營運危機（馮燕，2000）這是由於在台灣，公共捐款並未制度化，非營利組織無法只接受單一的財政來源，西方式的經費捐助方式－團體名義或制度性的作法支持非營利組織或慈善活動－台灣並非有效的方式。目前，台灣的大眾傾向於宗教性的捐款，尤其是一些由聞名和擁有群眾魅力之宗教家所領域的組織。此外，天然災害的發生（如九二一地震）或不幸的遇難者，也可以很快地募集到一筆錢。換言之，公眾比較願意直接捐助急需的人，或一些資助特定對象的非營

利組織（蕭新煌，2000）。因此，現存的非營利組織間，會出現財力大小不一的階層化現象；新設計的台灣聯合勸募（The Taiwan United Way）就無法成功地取得足夠的公共財政來源。在這種背景下，勸募活動的管理，關係著社會公司資源的開發與流向，影響到較弱勢之非營利組織的權益，更會影響捐款人的捐款意願或動向。

Kelley(1991)說明募款演變過程的四個模式：1.攻佔模式，即充分利用媒體造勢以提高機構在社會大眾眼中的能見度，尤其是塑造機構本身或領導者的傳奇事跡，以加深社會大眾的印象。此種模式依然受到福利機構的採用，且頗具成效。2.說服模式，即一再反復灌輸大眾有關機構的訊息，藉以說服社會大眾對機構本身或服務措施的肯定和支持。3.協商模式，以具體事實或科學證明，藉以辯護機構的專業形象和服務績效，贏得社會大眾的認同和信心。如中華社會福利聯合勸募基金會對捐款分配的說明，並強調其專業形象，以贏得社會大眾的認同，進而捐款。4.合作模式，即機構與其所處社區之間必須建立一個長期可以互相接納和彼此善待合作的調適關係。

募款危機又促使許多非營利組織為求自給自足，產業化活動興盛。就此而言，採借市場的運作邏輯就成為未來非營利組織生存策略的不二法門。連帶地，援引企業經營的計劃與管理的各種理念（諸如組織績效、募款策略、勞務管理、服務管理、財務管理以及行銷管理）勢必是未來非營利組織生存契機的所在。準此，福利與營利就不僅僅只是一字之差或一線之隔而已，其本身隱涵著更為深邃的互動關係。

擴大來看，有關非營利產業抑或介面更為廣泛的 NGOs 公民產業，亦成為一項新興的課題（亞太公共事務論等，2001）。自籌財源已是必然趨勢。再者由於非營利組織所擁有資源與日益增加的社會需求差距增加，使得非營利組織面臨重大的財務壓力，如何在競爭愈演愈烈的環境下，使得募款效益及效率最大化，成為其面臨的最大挑戰。在進行募款活動時，必須有妥善的規劃與執行力，才能發揮最大的功效。

一個完整的募款動循環，必須考慮募款個案內容、勸募市場概況、確認目標、志工參與、選擇募款方式、找出潛在捐款來源、進行勸募活動以及管理及維繫捐款者。其次是選擇合適的募款方式與策略，募款策略與方式主要包括：（1）年度募款；（2）郵寄募款；（3）資產募款；（4）特殊事件募款；（5）大型捐贈以及（6）遺產捐贈（涂瑞德，2009：136 - 137）。

林依瑩、朱盈勳與陳莉莉（2007）分析弘道老人福利基金會的成功募款策略包括：（1）發展貼近社會需求的服務；（2）募款活動應該盡量擴大參與，吸引

大量的贊助者；(3) 應該與最佳贊助人建立長期與穩定關係(參見如下表 2-2) 以及(4) 提升組織的社會責任；(5) 提供捐款者多樣化的參與方式，捐款人可以用不同的方式來參與或贊助。

另外，重視跟捐款者建立良好的互動關係。施教裕(1996)認為勸募不再是局部的募款事宜，也不再是單方面向社會大眾頻頻造勢或強迫灌輸的公關秀而已，而是試圖在社區之中與各種多元團體和其他志願機構之間，達成一種互相調適和合作的和諧關係。

(二) 管理面向

目前非營利組織運作面臨最大的挑戰為管理面向，包括內部管理功能分配、重整、調整為主要，組織架構，任務，人員，資金調配及運作經營模式。雖然組織會適時瞭解外在環境而有更動，但常在錯誤嘗試中篩選適合的策略，讓運作的機會成本不低。針對管理面向，如員工流動率高，與目前薪資水準落差及政府未能補助組織背景專業的職薪有關，造成人才排擠效用。

(三) 社會面向

非營利組織於社會面向受到質疑，緣起弱勢團體代理理論，因主理無法親力親為營利行為下的組織的工作，需要專業的代理者代為規劃及執行，而非營利組織代理者的誠信及公信力源自社會大眾，卻無市場檢驗機制，導致非營利組織應以市場回饋機制協助公信力建立卻無執行，故衍生社會面之挑戰(許淮之、高明瑞、趙平宜，2011)。

(1) 嘉義縣市 NPO 組織的概況

行政院於 2000 年核定「建構長期照護體系先導計畫」(以下簡稱先導計畫)，並於臺北縣三鶯地區及嘉義市分別設立鄉村型及都市型實驗社區進行實地研究，是我國規劃長期照顧體系之實務先趨。

(2) 嘉義縣市老人機構的情況

嘉義縣人口老化問題嚴重，根據(行政院主計處報告，2006)指出，嘉義縣居家服務接受服務人次與時數，由 2003 年 40,243 人次、65,994 小時至 2006 年 192,710 人次、87,756 小時，3 年間服務增長了 152,467 人次，21,762 小時。又

根據（內政部統計處，2009）「現住人口按五歲年齡組分」推算：台灣地區總人口數為 23,037,031 人，65 歲以上人口數為 2,402,220 人，約佔總人口的 10%，老化指數約 61%；而嘉義縣總人口數為 548,731 人，65 歲以上人口數為 84,243 人，約佔總人口的 15%，老化指數約 99%，即幼年人口與高齡者之比約為 1：1。針對台灣本島而言，嘉義縣老年人口比例與老化指數皆居全國之冠，顯示出嘉義縣老人除了本身需要被照顧者外，其潛在的被照顧者也日益增加。

邱黎明（1999）研究發現，高齡者對長期照護的需求，以日間照顧、居家護理的需求較高。嘉義縣老年人口比例較高，老人照顧需求也相對的提高，為因應老年人口之長期照護需求，正式的服務體系設立各種照顧安養機構，來舒緩非正式照顧體系不足時的壓力，依據 2007 年嘉義縣私立老人安、養護及長期照護機構評鑑報告指出，目前嘉義縣各機構預定收容與實際收容之間的比率，除一家機構以外其餘所有的機構收容率都超過 50%以上，其中一家機構收容率更超 100%。

2003 年 10 月 1 日嘉義市政府成立「嘉義市長期照顧服務管理中心」以「全人照顧、在地老化」為願景，其任務主要有 1.整合社政和衛政及其他資源，提供民眾整體連續性的長期照護服務。2.對轄區內有長期照護需求者，以個案為中心，進行個案身心狀況評估，擬定照顧計劃，並引領服務，監測服務品質。優先提供居家支援服務，延長受照顧者留住家庭時間，增進獨立自主的生活品質。4. 建立轄區內長期照護相關措施、設備、人力及民間團體資料庫，並建立各單位間轉介機制。長期服務項目有居家照顧服務、居家照護服務、居家復健服務、緊急救援系統服務、居家喘息、機構喘息、改善住宅設施與設備補助、家庭照顧者照顧技巧訓練等 8 項。

台灣老人日間照顧中心是由內政部社會司推動，主要採用醫療及社會模式，提供餐飲、醫療照顧及活動安排為主。日間照顧服務內容包含提供老人一個安全舒適的活動環境，並有個人照顧、餐飲、醫療保健、護理照顧、文康休閒、復健運動教育、用藥安全、交通服務、社交活動、個案管理等（王增勇，1998）。嘉義縣老人日照中心並未像其他縣市以身、心失能為篩選條件，是由財團法人天主教聖馬爾定醫院和財團法人雙福社會福利慈善事業基金會所承辦。嘉義縣將全縣依山區、海區、平原等特性，採用分區辦理。根據嘉義縣政府社會局委託契約民間團體辦理老人日間照顧中心在服務內容方面，目前所規劃的主要有：1.充實設備，補助開辦費改善或充實設施設備；2.健康服務：提供老人健康護理服務、保健服務教學、身心機能活化運動；3.講座教學：聘請講師授課，提供終身學習機會；4.社區服務：回饋社區，提供清潔、資源回收、關懷來人等服務；5.生活照顧服務；培訓在地服務或志工提供老人各項生活照顧服務；6.文康休閒服務：提供歌唱、才藝、觀摩等動態活動，增進生活樂趣。

目前台灣老年人口最多的縣市政府分別為臺北市、新北市與高雄市，不過護老機構以新北市、臺北市與高雄市為最多。台灣老年人口最少的分別為新竹市、嘉義市與台東縣，不過護老機構以台東縣、花蓮縣、嘉義市與新竹市為最少。（陳百岳，2014），可見台灣養護機構面臨佈局不合理的境遇。

2008 年底，嘉義縣接受居家服務使用人次共有 160,249 人次，到了 2012 年底已達 265,736 人次（表 2-7）。

表 2-7：全國與嘉義縣獨居老人人數及服務概況

年別	區域別	列冊需關懷之獨居老人人數	全年服務成果（人次）
2008 年	全國	47,943	3,546,390
	嘉義縣	3,099	160,249
2009 年	全國	49,399	3,629,286
	嘉義縣	2,985	139,170
2010 年	全國	47,256	4,033,953
	嘉義縣	2,954	132,257
2011 年	全國	47,255	5,174,249
	嘉義縣	2,840	185,263
2012 年	全國	48,053	5,948,932
	嘉義縣	3,095	265,736

資料來源：黃秀青（2014）；研究者整理（2015）。

五、受傳統觀念影響對養老機構認識不足

《遠見雜誌》調查 53.7% 的人對住養老機構願意承擔最高金額表示不知道或拒絕回答，有意願者，每月願意負擔金額以 1 至 2 萬元者最多（16.6%），其次為 2 至 3 萬元（14.7%），此結果表示民眾對養老機構的認知普遍不足，或因受傳統價值觀影響，避談此話題。多數長者希望自宅安老，當詢問需要照顧式，主要照顧者是誰？子女與配偶各佔比例超過三成，居家照護員只有 5.2% 的普及率。當前全台約 270 萬名老人，約有 50 萬失能者需要照顧，其中約 20 萬人由社福外勞照料。當詢問對政府提供的養老保障與社會福利滿意程度時，以不滿意者居多，占進 4 成，表示政府目前提供養老政策，尚不能滿足老年民族之實際需求。

以上說明當社會中的家庭體系逐漸解體時，整個國家的社會、經濟、福利制度的設計，卻遲遲仍未老人化社會做準備。台灣的老人安養問題，今天或許並不是嚴重的時刻，但 20 多年以後，後果卻相當嚴重，不得不防患未然。再者，政府所實施的像是老人年金等措施，不僅未替未來老人著想，卻把重點放在照顧目

前的老人，而是把負擔加在未來的老人身上。政府在應付高齡化社會問題上的無助與無力，使得社會力量的注入則為彌補政府之缺陷，緩和與高齡人口壓力的重要生力軍。而華山即是眾多服務于老年人安養與樂活組織的關鍵「一份子」。

貳、內部分析

表 2-8：華山基金會組織之內部分析

Strengths (優勢)	Weaknesses (劣勢)
1. 主要幫助三失的老人提供到宅服務	1. 人力資源吃緊
2. 提供專業照顧	2. 陪伴時間耗時費力
3. 組織服務力龐大	3. 經費不足

資料來源：研究者整理（2015）。

華山主要在幫助三失（即失依、失能、失智）的老人提供到宅服務，將秉持「在地老化」（指長者能在家庭式之住所終其老）、「社區互助」（指取之於社區，亦服務於社區）的理念，在「補不足」之服務原則下，為在地社區老人提供親人般的優質服務（如附件 2）；並提供專業照顧，對於服務的長輩們，建立有尊嚴、尊重的照護模式；在全台 369 個鄉鎮市中，已於 302 個鄉鎮市設有愛心天使站，使其組織服務力龐大，並長年定期舉辦固定活動。

一、服務對象

華山主要服務的是六十五歲以上三失長輩的服務。所謂三失的長輩就是失能、失憶及失智的長輩；華山服務的對象是政府沒有幫助到的邊緣戶的長輩，例如：他可能身邊有一大片的田地，最後沒有辦法變賣掉，又因為擁有這片田地而無法申請中低收入戶與低收入戶政府的補助等。

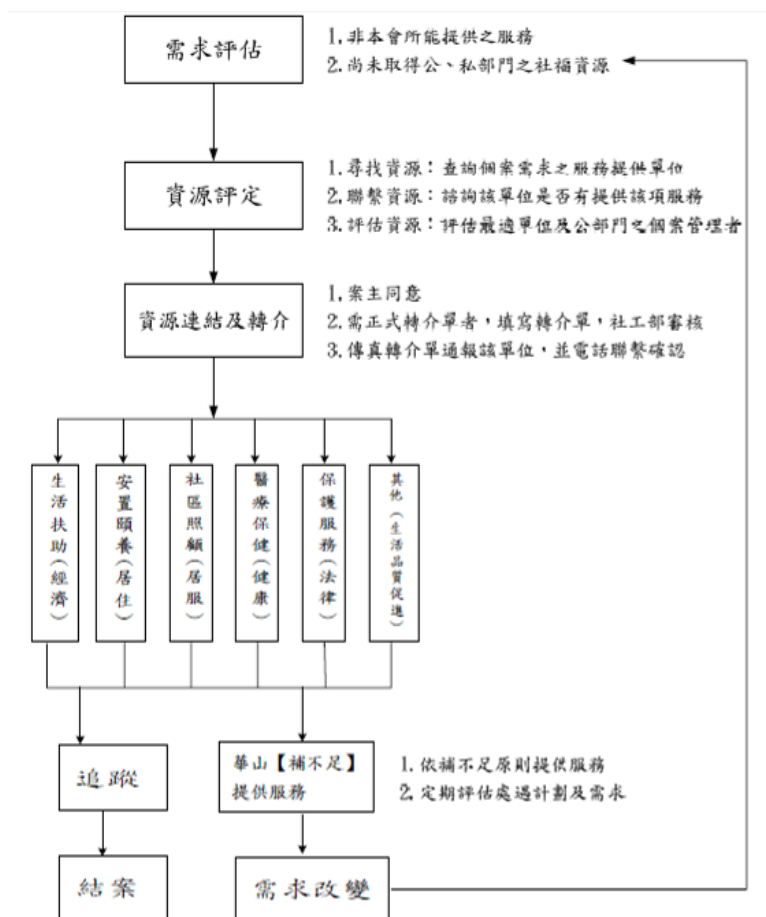
二、服務內容

華山服務的內容有六大類，分別為：1.三失老人專業諮詢及轉介，實踐「補不足」理念；2.老人到宅服務，實踐失能、失依、失智老人生靈安頓理念；3.社區老人外展服務；4.春秋兩季郊遊、年度尾牙及節慶關懷活動；5.社區志工招募訓練管理；6.老人組合家庭實驗方案以上六大類（李秀娟，2011）。

1.提供三失老人專業諮詢及轉介，實踐「補不足」理念。

2.各地社區愛心天使站長，因應三失長者身心靈之變化，提供專業諮詢及需求評估，適時連結公、私部門正式服務資源（如社政單位、衛政單位、非營利組織、慈善團體等）或非正式服務資源（如親人、朋友、鄰居等）。

圖 2 - 11：華山基金會轉介流程圖



資料來源：華山基金會愛心天使站營運手冊（曹慶，2006）。

3.提供老人服務，協助老人連結及建構社區支持網絡。各地社區愛心天使站老人轉介服務流程，如圖 2 - 11 所示。

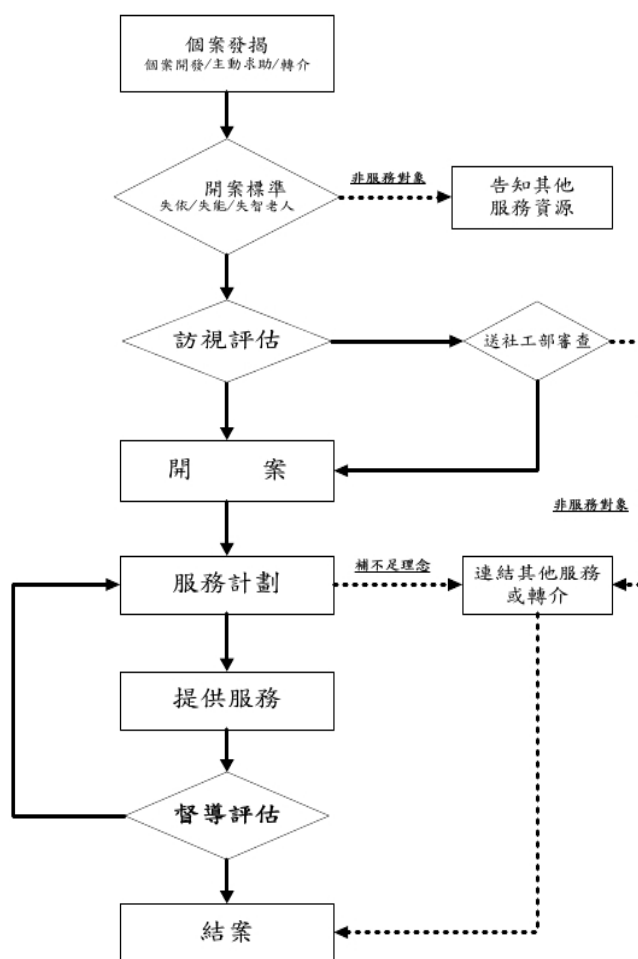
4.老人到宅服務，實踐失能、失依、失智老人生靈安頓理念：

各地社區愛心天使站老人到宅服務輸送流程(如圖 2 - 12)，到宅服務內容如下：

- (1) 家務及日常生活照顧服務：關懷訪視、家務服務、居家環境改善、陪同購買物品、代購物品、送餐、協助烹飪、代辦庶務。
- (2) 身體照顧服務：協助沐浴、陪同散步、協助運動、陪同就醫、協助取藥、護理服務。
- (3) 資源連結服務：轉介及資源連結、福利諮詢、福利代辦。

(4) 生活品質促進服務：年節關懷、促進社會參與、物資協助。

圖 2 - 12：華山基金會服務輸送流程圖



資料來源：華山基金會愛心天使站營運手冊（曹慶，2006）。

5. 社區老人外展服務。

6. 主動出擊發掘社區中被遺忘的老人，增加老人與社區互動機會，促進老人身心靈健康並進一步協助老人建構社區支持網絡，及推展校園說故事敬老活動。

7. 春秋兩季郊遊、年度尾牙及節慶關懷活動。

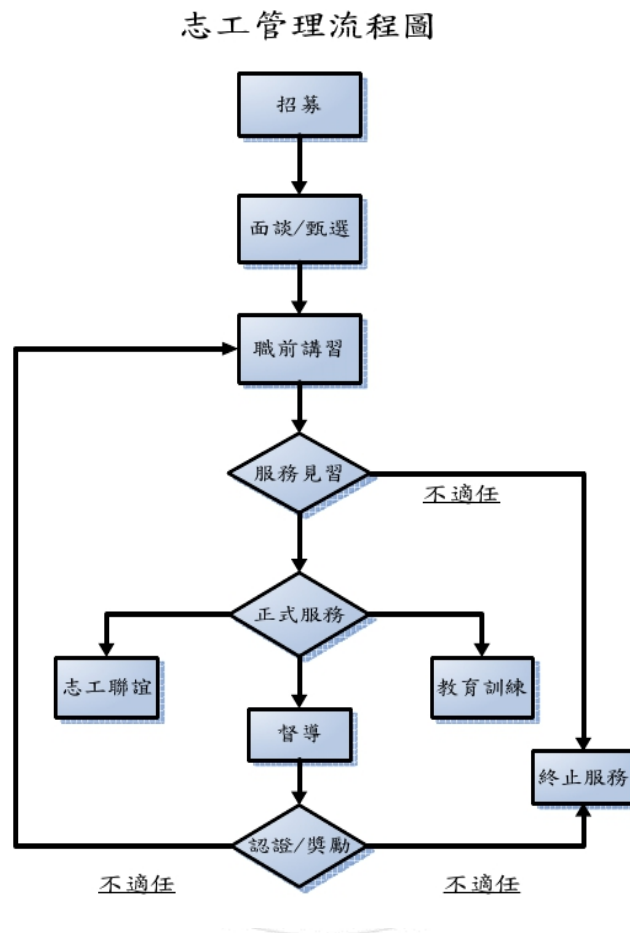
8. 每逢春秋兩季辦理郊遊活動，免費讓長者出外踏青，擴大老人生活範圍及交友與聯誼機會，增加其身心靈健康；節慶並發動志工送年菜到家，讓長者過個暖年。

9. 社區志工招募訓練管理：

為提供社區三失老人到宅服務，社區愛心天使站長必須定期招募志工、並

加以訓練及管理，志工在服務過程中必須遵守基金會志工相關服務規範及服務倫理守則，並於每次提供服務後填寫服務紀錄回報老人服務情形，志工亦會因社區長輩需要協助聯結社區財力及物力資源。志工的管理流程，如圖 2 - 13。

圖 2 - 13：華山基金會志工管理流程圖



資料來源：華山基金會愛心天使站營運手冊（曹慶，2006）。

10.老人組合家庭實驗方案：

台灣的老年人不但數量快速地增加，同時老人彼此之間狀況與個人選擇的差異性，也越來越受到重視。不但健康老人如此，生活和自我照顧能力下降，甚至必須依賴他人照顧的老人，對居住與生活照顧的安排，也一樣有各種不同的偏好。

對於已經無法安全地住在原本的家中、需要 24 小時看顧卻又不想進住機構的老人而言，並沒有其他的好選擇。該會有了「社區老人組合家庭」的構想和實驗計畫，期望在原本的家和進住機構之外，創造另一種居住安排的可能與選擇。該方案希望能發展出「24 小時有人照料、不孤單」、「與原本的家相距不遠」、「與熟識的人際與資源網絡保持往來」、「房舍狀況與居住人數和

一般社區家戶類似」、「出入與活動無障礙」、「無拘束、有隱私」的家庭式照顧，讓需要他人照顧的老人家能享有最大程度的安全、自主與尊嚴。

並依照共同生活需求，藉由華山各愛心天使站的協助，而組成「社區老人組合家庭」，以家庭照顧方式、提供居住環境，降低獨居發生意外之風險，並使其發揮互助合作之精神，相互扶持照顧，以維護人性尊嚴，增進老人福祉，同時，「社區老人組合家庭」還希望能激發社區居民共同參與照顧老人的行動與活力，以及老人自我照顧和相互照顧的潛能，讓老人安全、家人安心、社會安定，是此方案的目標。

總的來說，華山服務的項目有陪醫、物資協助、關懷訪視、代購物品及協助取藥、原床泡澡等。(邱淑敏，2013年5月)

陪醫服務指涉，華山的獨老發現自己的身體有所不適，通常會自行選擇到診所打個止痛針或吃了止痛藥，但這是治標不治本，當華山發現這樣獨老有此情形，便會與這些長輩做引導，將之帶到大型醫院做較仔細的身體檢查，其華山陪醫的另一重點則會幫忙聘請相關醫師替獨老們醫治，如不能吃什麼、要注意什麼、或藥要怎麼吃、幫獨老做分藥動作，或叮嚀的動作，以上皆是華山的陪醫服務。(邱淑敏，2013年5月)

華山每個月會進行固定的關懷訪視，頻率為一個月兩至三次不等，到獨老家探視需求，通常進行關心長輩的身體狀況，詢問是否有無特殊狀況；進而詢問長輩在幾天的時間內，有無遇到較奇怪、特殊的情形，例如說詐騙集團等；皆著再關心獨老的物資是否足夠，有無穿暖、吃飽，給長輩們基本的社會關心，讓其能感受到身邊是有人所關心，進而不會對生活產生絕望心態。在為期三週的暑期志工服務，在初步接觸獨老們，皆會感受到他們會用自己已覺得年歲以大、沒辦法做事情，就只能等死等，而華山的關懷訪視，便是關懷這些長輩的必要重點目的。關懷訪視有中秋、端午及春節三節的年節關懷，華山都會送關懷禮到獨老家，使其受到社會之關心，不會讓其感受到當眾人在吃中秋月餅、吃端午節粽時，他卻一人孤獨孤在寓所。(邱淑敏，2013年5月)

華山與其他社福機構不同點，則是發明原床泡澡服務，此項措施幫助失能長輩，不用如昔日需將身體搬至浴室，或先搬至輪椅上再坐到浴室，就能很容易地在床上搭個簡單的架子、棚子，直接就做 SPA。獨老們經過原床泡澡的服務後，便能促進血液循環。華山便曾有一案例為一位服務三年皆沒洗過澡的獨老，在泡過了一次之後，再進行數次後，竟會開口講話，並用眼睛來示意，感謝華山的幫忙。(邱淑敏，2013年5月)

以上華山所給予的服務，皆表示當台灣地區快速邁入高齡化社會時，伴隨而

來就是老人的照顧需求逐漸大增，現今老人對於應如何被服務或照顧，及政府各部門間的分工職責並不明確，民間機構亦因其設立宗旨與目的事業不同，導致互動交流的機會甚少，各做各的以致老人服務的提供缺乏完整性、連續性，更造成人力、社會資源的浪費。華山的服務模式便是希望透過鄉鎮市區設立社區愛心天使站的方式，提供老人在地化、社區化服務，該模式將社區中現有的老人服務資源以個案管理的概念，運用轉介或連結的方式整合社區中已有的資源齊力服務老人，在這樣的過程中，社區愛心天使站可以說是老人個案管理者，也可以說社區資源的引渡者或連結者，扮演將社區中現有資源加以連結合力服務老人，並將潛在尚未派上用場的人力、物力資源以發掘及充權，或社區根本沒有的資源由無變有加以創造，讓社區老人的需要由社區的力量來提供，在服務提供上能夠更即時、更快速且切合老人的照顧實際需要。

而組織內部劣勢，在於每個愛心天使站的常態編制人員只各設立 1 位站長，每位站長皆需執行所在之該鄉鎮市各類事務，人力資源非常吃緊；而獨老到宅陪伴的時間平均一天只能採訪 1 位獨老，耗時費力；並礙於募款所募得之經費不足，以致目前平均一個鄉鎮市之愛心天使站最多只能服務 100 位獨老，無法服務更多需要幫助的老人。

參、SWOT 分析

非營利組織不能自外於整體社會環境而獨自運行，特別是相應於政府補助經費的削減、績效評估標準的提高以及營利部門不斷翻新的競爭方式，關於市場行銷、社會行銷、非營利組織何以也需要社會行銷以及企業與公益團體合作建構的夥伴關係等等概念的釐清，皆是解讀公益團體組織運作時所不可迴避的基本課題（俞玫姮譯，2005；陳琇玲譯，2004）。

近年來 NPO 團體為達成策略規劃之預設的目的，亦採用組織管理思考，以多面向評估標準來做公關策略規劃，除內部潛在資源，亦兼採及外在環境條件來補充組織內規劃者可能的疏忽或盲點。尤其在社會福利部門之中，外在利害關係人的觀點往往決定了組織的前途。因此，同時從內外部的眼光來評估策略規劃的執行過程，才能客觀地提供策略規劃影響的正確評估。

SWOT 分析指的是對優勢、劣勢、機會點、威脅點進行分析，優劣勢分析主要是著眼於組織自身的實力及其與競爭對手的比較，而機會和威脅分析將注意力放在外部環境的變化及對組織的可能影響上。在分析時，應把所有的內部因素（即優劣勢）集中在一起，以外部的力量來對這些因素進行評估。

表 2-9：華山基金會組織之 SWOT 分析

Strengths (優勢)	Weaknesses (劣勢)
1. 為公益慈善團體 2. 大多數鄉鎮市設有愛心天使站 3. 老年人口逐漸增加	1. 未建立主動捐贈發票的心態 2. 發票電子化的政策 3. 團體之公益形象模糊
Opportunities (機會點)	Threats (威脅點)
1. 與相關團體策略聯盟 2. 設置更多的發票勸募箱 3. 設置地點於消費處	1. 捐贈發票意願低落 2. 捐贈數量分散 3. 未執行幫助他人之心態

資料來源：研究者整理（2015）。

以華山之組織運作 SWOT 分析，其優劣勢、組織潛在機會及威脅分述如下：

一、優勢 (Strengths)：潛在資源力量

(一) 社會福利制度的公民認知與共識漸高

非營利組織從事政策倡導行動的出發點，即是為社會上的弱勢者爭取更為平等、安全的生存環境；故非營利組織發展公共議題的終極目的，乃是為保障長久為社會所漠視的集體利益。社會福利團體本質上是一種志願行動的結合。換言之，從組織宗旨、組織目標到組織運作均展現出一定程度的自主性與自覺意識。

近年來台灣公民社會運作成熟，無論公部門或市民社會對於社會福利的認知皆有一定的共識，如前述，行政院及相關部門於 2002 年核定「加強老人安養服務方案」、2004 年核定的社會福利政策綱領、2005 年提出「建立社區照顧關懷據點實施計畫」、2007 年 4 月 3 日核定「我國長期照顧十年計畫」等，皆是為加強老人生活照顧、推動老人保護網絡體系、堅實社會福利網絡等行政計劃。

華山作為老字號的社會福利組織，有當程度的社會認知度，其組織正當性及必要性並能獲公私部門認同及正視，為其優勢之一。

(二) 愛心天使站鄉鎮據點的設置普及度

華山目前於全台 369 鄉鎮市中，已於其中的 307 個鄉鎮市設立愛心天使站，華山在各鄉鎮市區的天使站，一站最多服務當地 100 位長輩，該會並以 20 年內

在全台 368 個鄉鎮市區設立社區愛心天使站為願景，讓老人服務網絡得以由點到線而面，並期待透過「社區愛心天使站」連結社區服務網絡，讓社區內資源得以活絡，流通或創新、創造社區中有形及無形的資源，建立社區互助機制，滿足社區老人的需要，讓老人可以得到更適切的服務（李秀娟，2011）。

此愛心天使站的設置，除了廣度上已於個鄉鎮有相當程度的普及外，在深度上，與社區亦有強韌的聯結度，秉持「在地老化」（長者能在自己熟悉的環境終老）、「在家老化」（長者能在家庭式之住所終老）、「社區互助」（取之於社區、服務於社區）的理念，在「補不足」服務原則下，為鄉鎮社區老人提供優質服務。

（三）高齡社會的議題焦點

世界各國尤其亞洲台灣，近年來對於高齡社會的來臨有許多的聚焦與討論。1993 年我國正式進入「高齡化社會」之林，政府重視這項議題，推出相關法令與規範。老年人口的快速增加，將帶來慢性疾病與功能障礙的盛行，繼而耗用大量的醫療與長期照護資源。加之民眾對政府要求不斷提升與政府財政惡化的雙重壓力下，政府將原先獨立承擔的責任與任務部分轉嫁至社會，其中尤以秉持公益、服務大眾為宗旨的非營利組織，漸而承擔愈來愈多的責任。

這些年來，老人津貼、年金、住宅、保護等需求之規劃以及專責人力等法規不斷修正，青壯人口與需要照護者的社會結構失衡，引起台灣社會重視甚至恐慌，此家庭結構變更使家庭中可擔任執行照護失能者之人力嚴重短缺不足的社會議題，在媒體、政府、公民社會的關切中，在各面向各制度有愈益深層的討論，對華山等組織的運作及長遠穩定發展有一定的正向影響。

二、劣勢（Weaknesses）：潛在資源弱點

劣勢則為社會大眾原本就對於捐贈發票的態度普遍低落，而近年來受限於政府的發票電子化政策，加上華山其團體公益形象模糊，其發展之起步勢必受影響。

（一）捐款來源單一且主動捐贈發票系統尚未建立

華山組織運作的經費，主要來自社會大眾愛心捐贈之每期統一發票中獎獎金，華山募款最大來源為發票收入，其次才是義賣及現金捐款收入，因此發票捐

贈對華山主要的經費來源影響極大。而華山分配發票中獎善款的方式，是將該期全國募集的中獎獎金總和，按照各站所募到的張數，依比例將金額分款予各站使用，而金額是浮動的。

由於華山募款的原則採用不主動勸募，希望用服務去說服社會，然而「順手捐出」一點心意幫助弱勢，「隨手展現愛心」來協助弱勢團體這種捐贈方式較為被動，若沒有行動力的民眾較難參與。近年來受到經濟不景氣，個人捐贈與政府補助日益減少，社團數量驟增、政府管理體制不夠完善等眾多因素，向社會大眾募集到的愛心發票捐贈量有減少的情形。

占少數比例的其他募款來源，則由於經濟不景氣慈善捐款金額改變，募款困難加上捐款來源不穩定，沒有適時地與潛在的捐款者建立長期信賴的溝通機制，與捐助者發展個人化的關係，實施關係募款的概念。沒有建立多元的勸募機會，充分利用電視、媒體、網絡等大眾媒體宣傳及朋友、家人、散發簡章等小眾行銷管道進行行銷，以增加相關訊息傳遞與社會大眾的閱聽率；此外，要合理選擇方便的捐款方式，如網絡紅包、轉賬、信用卡刷卡等，方便大眾劃撥等。

未建立多元的捐贈管道及機會，並且發票捐贈尚未能系統化建制化，為華山經費來源的一劣勢。

（二）發票電子化的政策

造成社會大眾的愛心發票捐贈量減少主因，來自政府於 2004 起實行電子無發票政策，由於電子發票政策中政府將獎金大幅提高，從政策執行前的最高 200 萬獎金，到政策執行後最高獎金 1000 萬，及實施發票無紙化，造成隨身攜帶的發票不如以往之情形，皆逐步影響了社會大眾的捐贈意願。

華山的志工上街募集發票量從平均每個月 4000 至 5000 張，降至 1000 至 2000 張；顯示政策執行前後之分水嶺，平均量少了一半以上，因此對華山主要經費來源影響極大。

（三）團體之公益形象尚模糊

社會行銷（social marketing）指的是將市場行銷（commercial marketing）的原則與技巧應用在社會單位，藉以提昇社會目標、理念和改變行為模式（Kotler & Andreasen, 1991），社會行銷往往也被視為是一種改變社會的管理技術或是有力

的社會變遷途徑（powerful approach to social change）（Andreasen，1995；駱淑女，1997），非營利事業除了要兼顧組織管理運用的專業導向以外，同時還必須重視以服務對象需求為主的顧客導向，非營利組織的確需要採借社會行銷的觀念，藉以有效推廣相關的業務工作；連帶地，直接攸關到資源的吸納、資源的配置、一般大眾的說服、公共關係的經營、社會宣導以及非營利機構本身責信的正當性等等生存課題，更點明出來採借商業市場（business-like approach）的經營、管理與行銷方法，已經成為非營利組織永續發展的重要課題。

然而華山在面臨社會行銷課題時，面臨到團體形象認知度上的模糊：華山雖然與創世是姐妹會關係，創世創立在前，且具有知名度，理應可帶起華山能見度，但華山是較晚才成立，關注度必然差了一大截。

華山服務區域大多為偏鄉，在社會角落自然關注度是被冷落的，因此以上凸顯了華山組織能見度不足的問題，社會大眾不知道華山組織為何，抑或是幫了這個社會做哪些服務。華山的知名度還沒有打開，社會大眾對於華山的理念並非完全瞭解，因此一般人比較不容易把手上的資金捐給華山，反而會捐給認為有需要的弱勢團體，知名度沒辦法擴展出去，所以對於志工招募其實並不是那麼的容易。

加上外在環境的手機簡訊謠言、抹黑頻傳，使社會大眾對華山其組織的信用度產生存疑，由於民眾對華山組織的信任度受到影響而低落，進而產生民眾有捐贈發票的惡作劇行為出現，不只無法養成社會大眾主動關懷弱勢的捐贈愛心，也同時造成人力上的困擾及浪費。

團體形象問題直接攸關到資源的吸納、資源的配置、一般大眾的說服、公共關係的經營、社會宣導以及非營利機構本身責信的正當性等等生存課題，也是華山永續發展的重要課題。

三、機會（Opportunities）：團體潛在機會

華山的機會點，在於可於相關慈善團體、結盟之姐妹會，如創世、人安基金會，採用策略聯盟經營，目前於各大連鎖超商、人潮聚集地點皆設置發票勸募箱，並將其設置地點於消費可達處，只要消費者於消費後，皆能取得發票而後投入，募得發票之數量將可增加。

（一）與相關團體策略聯盟

華山與創世、人安為姐妹會，對善款採專款專用，雖然會在發票勸募箱上共同宣傳，但會在發票箱上註明勸募會別，財物部分獨立管理。

其策略聯盟除了在形象行銷上有連結強度外，亦能吸收長久經營創世基金會的社會資源，據點擴散，能見度提高，分攤成本共享資源，在「符號」上亦能強化「文化資本」，對志功招募亦有間接助益，華山志工招募對象為學生族群，以大學生能力最強，可協助站長做行政工作、彙整發票、探訪長輩，增加長輩們的服務次數，學生志工最主要以大學高中為主，協助上街勸募發票及活動人力協助。

（二）於消費處設置發票勸募箱

消費地點的發票勸募箱設置，能在消費熱點增加許多募款來源，募款過程雖較被動但唾手可得，比起其他募款來源，此募款過程成本較低。

此外華山的組織規章明言希望用服務去說服社會，讓社會大眾感同身受之心境一起幫助獨老，這種一個全民愛心的行動，對象沒有性別年齡收入等限制，範圍更廣，當社會有相關弱勢照顧議題的討論時，捐贈情狀更踴躍，有更多的人隨手展現愛心。

（三）機構特色及區辨度

華山有其與社福團體的區辨特色：華山服務採補不足構想，依照個案所需不同給予協助。此外其服務特色還有原床泡澡，在已失能的長輩床上直接架帆布，讓長輩不需下床就可享受泡澡。而華山對站長的品性道德要求亦十分注重，有完整的關懷訪視系統，能有效瞭解身心障礙家庭的需求。這些團體特色將可於未來提高機構的宣傳曝光，以及媒體報導的新聞價值等等。

四、威脅（Threats）：外部潛在威脅

其運作之威脅來自於，因現今經濟不景氣，社會大眾對於主動去捐贈發票這件事，是普遍意願低落的，而發票勸募箱的設置地點常有多個不同慈善團體之勸募箱存在，造成捐贈數量分散，且大眾心中雖存有主動幫助他人的憐憫心，但卻未實際執行，以上皆會對華山的組織運作受到挑戰。

（一）捐贈發票意願低落且捐贈分散

華山尚未建構一套完整的捐款管理系統，如提供收據服務、名單查詢與管理、資金去向等等，保持與既有捐款人的聯繫交流，開發方便捐款管道。目前捐贈發票成為最大的收入來源。

然華山在募款過程中，由於經濟大環境的不景氣，大部份的社會大眾不願捐款，發票捐贈意願也相對低落。

尤其政府實行電子發票政策，使紙本發票捐款來源劇減，而電子發票獎金提高，影響社會大眾捐贈意願。

而與創世基金會等姐妹會的聯合勸募活動，雖有聯合宣傳效果但也使得發票捐贈分散，形成僧多粥少的情況。

（二）志工人力不足

由於組織能見度上不高，社會大眾不知華山幫這個社會做了哪些服務，因此志工的招募也有困難。

華山志工招募對象為學生族群，以大學生能力最強，可協助站長做行政工作、彙整發票、探訪長輩，增加長輩們的服務次數。然而華山在招募學生志工方面也有困境，而學生通常來自在地學校，如果碰上像是在大林的南華，很少學生志工協助服務，對站長而言是種困難，因為長輩們希望能看到更多不同的面孔服務他們。目前在校園舉辦活動的同時，除了向學生勸募發票，也能進行招募志工協助華山服務。

（三）未執行幫助他人之心態

華山募款的原則採用不主動勸募，其組織規章明言希望用服務去說服社會，讓社會大眾感同身受之心境一起幫助獨老。華山的募款主要來源為各種方式的愛心發票捐贈，然而全民愛心的呼籲，在社會不景氣時，體現出的是現實與殘酷的，全民參與也可能因為一時忽視、一念之間、或缺乏行動力而無疾而終。

綜言之，沒有適時地與潛在的捐款者建立長期信賴的溝通機制，應與捐助者發展個人化的關係，實施“關係募款”的概念（Burnett, 1992）非營利組織如何募款才有效？

陸宛蘋（2000）將 Kotler And Andreasen(1991)區分的募款三階段進一步延伸為四階段：產品導向階段、銷售導向階段、策略性行銷階段及顧客滿意導向。由這四個行銷導向來看，前三個導向都是由募款組織的角色與立場出發，第四個導向則是從捐助者的立場出發；由此可見，若要建立認同組織的忠誠捐助者，組織必須確實地服務捐助者、經營捐助者、拓展對組織認同的捐助者（即顧客忠誠度的概念）。

Kolter(1996)認為瞭解捐助動機是募款成敗的基礎，將其捐款動機分為建立自尊和自我肯定的需要（成就需要）、得到別人的肯定的需要（社會讚賞）、對困難恐懼的捐助動機（希望以後有困難也能有人幫助）、捐款以成習慣（捐助行善已成志業）、不耐煩的捐贈（不好意思拒絕勸募）、被迫捐助、肝膽相照的捐助（對別人苦難感同身受）、幫助別人的捐助動機（行善積德）、重視人文的捐助動機（希望得到心靈的平靜與喜悅）。「開發新捐款人的成本是留住既有捐款人成本的十倍」（謝儒賢，1998）因此，如何進步誘發大眾進行再捐款行為就成為勸募成功的關鍵問題，（李小梅，1993）針對捐助人的捐款後行為研究，顯示影響捐助人再捐款的因素依序為：基金經費運用得當、基金會服務成果很好、通告捐款用途、經常提供捐助相關訊息、持續舉辦公益活動、基金會目前欠缺經費、寄發捐款收據、媒體知名提升等。

總結，基金會募款須在充分研究捐助者捐助動機的基礎上，抓住募款時機：如特定節日、經常性舉辦活動；與本會相關的社會議題被討論時、媒體特別報道、社會發生重大事件等，制定妥善的募款策略，不斷創造勸募機會。充分利用電視、媒體、網絡等大眾媒體宣傳及朋友、家人、散發簡章等小眾行銷管道進行行銷，以增加相關訊息傳遞與社會大眾的閱聽率；此外，要合理選擇方便的捐款方式，如網絡紅包、轉賬、信用卡刷卡等，方便大眾劃撥。

基金會自身要重視服務理念、服務提供和經費運用情形。不斷通過反思檢視服務理念與宗旨是否符合社會需求，服務方向是否偏離；在服務提供上，以品質與效率來自我要求，並將成果不斷呈現捐款者。對經費運用要「好鋼用在刀刃上」，杜絕私吞、揮霍、浪費，謹慎記錄經費使用情形，最大程度發揮捐款效用。還需，建構一套完整的捐款管理系統，如提供收據服務、名單查詢與管理、資金去向等等，保持與既有捐款人的聯繫交流，開發方便捐款管道。

肆、定位點

在台灣社會這樣複雜多變的場域，任何一個非營利組織，不管它的規模多

大、資金實力多雄厚，都不可能滿足全部顧客的所有需求。在這種情況下，華山更只能根據自身的優勢，從事某方面的經營行銷活動，選擇力所能及的、適合自己經營的目標市場，開展目標市場營銷。

STP 即目標市場營銷，是指企業根據一定的標準對整體市場進行區分後，從中選擇一個或者多個細分市場作為自身的目標市場，並針對目標市場進行市場定位。

一、S—Segmentation（市場區隔）

市場區隔是指通過市場調查，依據民眾的捐款行為和購買習慣等方面的差異，把某一產品的市場整體劃分為若干族群的分類過程。每一個消費者群就是一個區隔市場，每一個細分市場都是具有類似行為傾向的消費者構成的群體。

市場區隔以某些特征或變量為依據，同類產品市場上，目標族群具有較多的共同性，而不同細分市場之間的需求具有較多的差異性，有利於選擇目標市場和制定市場營銷策略。信息容易了解和反饋，制定相應的對策，以適應市場需求的變化，提高組織的應變能力和競爭力，並有利於發掘市場機會，開拓新市場。

就公益團體的市場區隔因素而言，以捐贈便利性與品牌形象做區隔變數：

（一）捐贈便利性

社會福利團體經費來源有許多不同：例如企業捐贈、認同卡、小額捐款、義賣等等，而華山的主要經費來源為發票捐贈，此捐贈便利性的市場區隔為華山的市場屬性，華山可對捐贈便利性方面的產品/服務/關係有特定規劃，可以根據其特殊性提供服務。

（二）品牌形象區隔

多年來台灣的社會福利團體經營出不同的品牌形象：例如瑪利亞基金會與名人慈善活動做連結，而世界展望會則是全民饑餓體驗做號召，而亦有與校園，尤其是大學愛心社團作串連的社福組織品牌。

華山由於捐贈便利性的市場區隔，發票勸募過程中較無所謂金錢財務紛爭，

勸募志工以及勸募對象也多以學生族群為大宗，華山志工招募對象為學生族群，以大學生能力最強，可協助站長做行政工作、彙整發票、探訪長輩，增加長輩們的服務次數。而透過舉辦校園活動，能募集到學生族群的大量捐贈發票。在校園舉辦活動的同時，除了向學生勸募發票，也能進行招募志工協助華山服務。

因此無論在發票募集或志工招攬方面，華山與「校園」的聯結極深，使得華山的品牌屬性、渠道與其他社福組織有區別度，建立特有之市場區隔。通過市場區隔，對華山所面臨市場的捐贈潛力、對象、競爭情況等進行分析對比，探索出有利於市場機會，使有利於集中人力、物力投入目標市場。

二、T-Targeting (目標市場選擇)

通過市場區隔後，準備以相應的產品和服務滿足其需要的一個或幾個子市場。選擇目標市場，明確組織應為哪一類用戶服務，滿足他們的哪一種需求，是在營銷活動中的一項重要策略，只有揚長避短，找到有利於發揮現有的人、財、物優勢的目標市場，才不至於在龐大的市場上瞎撞亂碰。

在確認以「捐贈便利性」以及「品牌形象」作為區別變數後，華山的目標市場選擇相對的清晰許多：

(一) 大眾媒體的宣傳管道

相對對校園的行銷、或學生的經營、個別一對一行銷而言，由於發票捐贈是隨手可展現，「捐贈便利性」的宣傳是可說是以大眾媒體宣傳途徑為最佳。當前社會各種傳播管道，電視媒體還是為最主流的大眾傳播通道。

(二) 與校園連結

在發票募集或志工招攬方面，華山與「校園」的聯結極深，社會也樂見學生投入社會公益活動，協助弱勢團體的發展，而近年大學校方也為培養全人品格教育，鼓勵學生多方參與社會服務，因此華山在人力、財力的考量下，串聯校園宣傳資源是其明確的目標市場選擇。

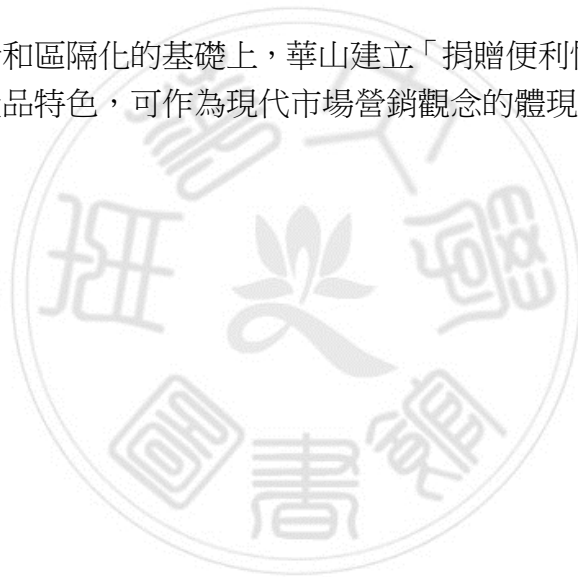
三、P-Positioning (市場定位)

市場定位是指優於其他競爭者我們在社會所能竄出的條件，例如有優於別人的條件環境及服務品質，市場定位是通過為自己的產品創立鮮明的個性，從而塑造出獨特的市場形象來實現的。市場定位就是要強化或放大某些產品因素，從而形成與眾不同的獨特形象。

需要指出的是，市場定位中所指的產品差異化與傳統的產品差異化概念有本質區別，它不是從生產者角度出發單純追求產品變異，而是在對市場分析和細分化的基礎上，尋求建立某種產品特色，因而它是現代市場營銷觀念的體現。

本文分析華山所採取的定位方式為品牌形象定位加上產品利益定位（便利性），基金會需向市場傳播和送達市場定位信息，市場定位不僅強調產品差異，而且要通過產品差異建立獨特的市場形象，贏得社會大眾的認同。

在對市場分析和區隔化的基礎上，華山建立「捐贈便利性的大眾宣傳」以及「校園串聯」等產品特色，可作為現代市場營銷觀念的體現。



第三章 活動企劃與執行

研究者依據前面兩章所提及，包含企劃動機、華山所面臨到的公關問題，所擬定出的研究動機跟公關目的前提下，進而於本章節擬定如何實際操作實務報告裡的活動企劃部分，分為活動企劃書擬定、行前籌備、活動、檢討四個部分。

第一節 活動企劃書擬訂

研究者擬定實際操作的活動企劃書，希望解決華山所面臨到的公關問題，活動企劃書共有三十二個項目，分別為活動名稱、活動宗旨、活動目的、活動主旨、活動特色、指導單位（給予經費補助）、主辦單位、承辦單位、協辦單位、活動時間、活動地點、對象資格、報名時間、報名方式、費用、交通、宣傳方式、花費項目、經費來源、活動內容製表、人力資源規劃、工作進度表、活動執行甘特圖、器材配置表、危機處理、緊急連絡人、兩備、注意事項及善後工作、經費預算表、預估效益、位置分配圖、補助經費審核簽章欄，於下逐一詳細說明。

一、活動名稱：「台視 金牌麥克風暨華山基金會－南華大學慈善公益徵選會」

二、活動宗旨：

「一眼瞬間的煙火，能呈現當下的閃亮美麗；但愛心，是需要永續不斷地傳承，將綿延的幸福持續暖入人間！」

有鑒於地球無情的反撲，導致現今全球天災人禍不斷地接踵而至，例如台灣從十幾年前的 921 大地震、六年前的 88 水災、抑或是鄰近中國的汶川大地震、311 震災……等。不勝枚舉的災害不斷重創全球各地，尤其當每次的大災難後，來自全球各界瞬間湧現的慈善熱潮紛紛湧至，此時各類團體，不論是否為自發性的活動不知凡幾，甚至電視台也空出黃金時段主辦囊括台、港、中、日藝人聯合演出的賑災募款活動。當各界捐款、救助不斷湧入、掌聲響起時，人心激昂，直到落幕時刻，仍然令人久久不能自己。

但這一切就像令研究者印象深刻的 88 水災，不過數日，天氣仍沒放晴，千頭萬緒、百廢待舉，甚至還有很多災區，仍然陷於這百年罕見的惡水中掙扎，反觀淹水線以外的世界，卻已經歌舞昇平、喧鬧依舊，非到大災難週年，不會再有

人想起，而終於想起時，卻只剩無止盡的批評與謾罵。研究者不禁要想，重建的漫漫長路，災民和工作人員要如何勇敢的走下去；亡羊補牢抑或是未雨綢繆，更要如何在這冷漠的世道中，得到應有的幫助？！

主流媒體放眼望去，除了這些災民之外，那其他原本就需要社會關懷的弱勢團體呢？

長期關懷弱勢團體之一的華山基金會，取其名的「華」，取自「華髮」；「山」，乃地面高處；「華山」，即為白髮之人，而華山這個機構是以服務年長者為主要使命。

隨著台灣人口結構的高齡化，擁有許多老人的問題與需求備受社會關切，該會秉持「生靈安頓」理念，深感老人是動態的、有情緒的，且人數逐年攀升，在照顧上需要更多的投入，於 1999 年正式成立華山，投入三失（失能、失依、失智）老人免費到宅服務。

目前該基金會於全台設有 80 個鄉鎮社區愛心天使站，秉持「在地老化」（長者能在自己熟悉的環境終老）、「在家老化」（長者能在家庭式之住所終老）、「社區互助」（取之於社區、服務於社區）的理念，在「補不足」服務原則下，為鄉鎮社區老人提供優質服務。期望於全台 368 個鄉鎮皆能設置愛心天使站，並規劃籌設老人養護中心，提供專業照顧，建立有尊嚴、尊重的照護模式。

華山的募款主要來源為各種方式的愛心發票捐贈，發票勸募是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少，皆可參加，設置發票箱的地點常擺放於各校園中擁有人群聚集的地方、抑或是各營業店家等，該基金會的每一張發票都代表著一份愛心、一個希望，幼兒至老貧者均可順手捐出一點心意，幫助弱勢，期望有更多的人隨手展現愛心，來協助弱勢團體，讓弱勢者感受到社會的溫暖！是種全民皆可隨時隨地參與展現的行動力。

自從 2004 年政府實行電子發票政策後，造成華山募集到的愛心發票急遽減少，使得該基金會對長輩的服務經費來源產生極具困擾；此外，該基金會也存在著組織能見度不高之情形。

綜合上述，研究者秉持最初社會服務的動機及精神，透過本活動之舉辦，提供該基金會於日後籌備類似活動方向可供參考之意義。

三、活動目的：

希望本活動舉辦後，能替華山解決發票勸募、組織知名度等困境，達成具有幫助的顯著成果。

經過前項的幾番醒思，時間點碰巧遇上台灣電視台於每週五晚間八點至十點時段，開闢了一個全新藝能電視選秀節目「金牌麥克風」(如圖 3-1 所示)，並到南華大學舉辦校園徵選會的機緣，能將華山遭遇發票捐贈短少及知名度不高之困境，透過受到學生歡迎之 ON 檔電視節目予以結合舉辦，而有了這次與其節目製作單位「友松娛樂」的第一次合作－「台視 金牌麥克風暨華山基金會－南華大學慈善公益徵選會」。

圖 3-1：台視「金牌麥克風」節目宣傳與形象 LOGO



資料來源：研究者整理（2016）。

有鑑於素人選秀節目的成功，在於替全台灣有夢想的人一圓歌唱夢想，並開啟專屬心中存有夢想之人的演藝事業，並提供素人歌手一個最專業、最頂尖的舞台。

於 2007 年迄今成功打造「超級偶像 Super Idol」節目的原班人馬製作團隊「友松娛樂」，即將於台視頻道每週五晚間八點至十點時段，推出全新企劃－「金牌麥克風」，將再次走入全台灣各大名校，主動挖掘好聲音、與敢秀愛表演的明日之星。

友松傳播事業有限公司（簡稱友松娛樂）於 1996 年開始成立，主事業體為無線、有線電視台節目及大型晚會頒獎活動（台視金曲獎、金鐘獎）之企劃、製作，與偶像戲劇。友松娛樂是全台灣擁有最多益智及 GAMESHOW 節目經驗與資源的綜藝、戲劇王國之電視節目製作公司，堅持製作品質與口碑兼具的電視節目。

友松娛樂於近年創製出許多膾炙人口的經典綜合類節目，如爸媽冏很大、超級偶像 Super Idol、百萬小學堂、百萬大歌星、王子的約會、Super Star 我要當歌手、沈春華 Woman Show、歡樂智多星、鑽石夜總會、麻辣天后宮、女王的密室等，戲劇類包括廣受好評的我可能不會愛你、必娶女人等。

友松娛樂認為，由於各大專院校於培育國家未來人才不遺餘力，在全才教育的理念下，給予學生們多元化學習空間，並與華山公益結合，培養學生擁有關懷弱勢之愛心。此次與南華大學、華山基金會「台視 金牌麥克風暨華山基金會－南華大學慈善公益徵選會」的合作案中，期許在三方期待下能獲得幾點之效益：

1. 協助華山透過學生們的愛心行動，解決其組織困境。
2. 專屬校園介紹 VCR：針對每次合作的學校單位，拍攝專屬 VCR，介紹各校地理環境、校園特色、特色科系與社團表演，透過電視傳媒的強力播送，以達
 - (a) 各校正面的形象提升，如南華本次的關懷弱勢行動；
 - (b) 有助於各校招生宣傳、招生效益，成為莘莘學子畢業後就讀的第一首選。
 - (c) 配合節目的首播與重播，增加華山、南華之媒體曝光量，以達宣傳效力的最大化，提高華山、南華校園知名度。
3. 如該校同學於前期之海選徵選會中表現優秀，並達一定的基本晉級人數，即把攝影棚搬至該校進行節目錄影：「金牌麥克風」把攝影棚搬進校園，並提供價值 200 萬的錄影設備與硬體，高規格的節目錄影設備，讓師生與教職員將

可同台切磋，可以促進情誼。

4. 情繫校園功能：藉由活動的合作，提供了全校師生一個校園規模最大，最難能可貴的完美活動，就是可以讓師生們的心走出教室解放，把最珍貴的回憶留在校園裡。

製作單位與校方的合作方式，首先會與校方做初步的評估（海選初選會－報名人數最少 20 組以上），與參加人數的多寡、同學們的熱情與期待度，包括校方即有活動做結合的可能性，評估是否合作。並於合作決定後，由校方負責指定承辦單位進行校內宣傳的相關事宜（包括：校內宣傳、發放與回收報名表、統計報名人數…等），比賽賽程將分成初選及節目錄影兩部份。初選結果由製作單位計算，入選名單會另外給校方，轉由校方做校內公佈，接著再擇日進行校園節目錄影。初選部份，Audition 影片內容會給專業評審團審核，決定是否入選。校園節目錄影部份，如果入選人數夠多，就會到學校舉辦校園錄影，如果入選人數過少，不足以錄製成一集內容量播出，則會請本校入選同學到別校錄影，而不在本校錄影，並事先告知參賽同學。如在本校錄製之內容亦將在電視節目上播出。錄影當日，由校方提供學校場地（體育館、禮堂或活動中心），製作單位會進駐硬體設備（燈光、音響、攝影機、OB 車），並與校方承辦單位一同規劃現場錄影的流程與執行。

關於海選徵選會之賽制，進行分成兩大組【歌星組】與【笑星組】，如參賽同學可晉級棚內總冠軍賽，歌星組將可獲得國際唱片 SONY 打造白金專輯；笑星組將可獲得友松娛樂提供旗下綜藝節目之主持機會。評選方面由校方承辦單位規劃。評選標準包括音色、音準、服裝造型、舞台魅力、台風、加分才藝。初選：歌星組由每位同學演唱整首歌曲 3~4 分鐘；笑星組由每位同學準備有趣搞笑的一段表演 3~4 分鐘。由校方承辦單位組成小組團隊，進行海選初選拍攝，會後讓評審選擇通過初選名單，再由校方公佈名單，等待進入複選。

而如果有機會讓複選至南華校園錄影，進入複選同學之歌星組，將使用 CD 伴唱帶，每個人唱一遍歌曲（主歌+副歌一遍）；笑星組則自備音樂，每個人表演一段主表演（1~2 分鐘）。演唱過程，評審老師桌上會有⊗燈，亮 3 顆以上燈數，即進入加分題。加分題形式為清唱，以跟歌唱有關的表演加分題。最後如老師把⊗燈按熄後，即過關，代表學校參加金牌麥克風 & Super Star 我要當歌手－台北攝影棚棚內的比賽。

台灣是亞洲綜藝王國之一，在華人世界節目中占有一定的播出比重，而此節目也會行銷至華文地區，與網路平台推播至海外，對華山、校方在華文地區的宣傳與推廣是一大助力；透過節目中會介紹華山、本校，並在學校錄製節目，透過

錄影置入，更可加強華山組織、南華校園形象行銷；透過電視節目平台，提供有夢想的同學一個良好的演藝平台，並在短時間內可聚集大量人氣進行網路討論，創造華山組織、本校同學、節目三贏。

重點在於，使自己能成為萬眾矚目的超級偶像，是處於大學階段的青年學生們，人格發展的關鍵過程；音樂與歌聲是人類感情與生俱來的本能；參加真人實境的當紅電視選秀節目，是目前在大學校園中最受學生熱情擁戴的活動！

研究者將以「慈善公益」為訴求，用「愛如熱火」的態度，呼籲同學將愛心親自實踐出來的時尚，作為此活動計畫的主軸，加上音樂歌唱和魅力，串聯未來成為偶像必備的社會責任，和青年大學生的生活態度；並用活動和熱情活力，期許能建立常態性的公益窗口，持續拓展關懷弱勢團體的力量，同時也為無法預知的未來，儲備更堅定的生活態度和公益文化！

做為多年來社團人的一分子，我熟知如何運用青年學生的語言、在青年學生認同的場合、透過青年學生欲成為偶像的夢想，去喚起普遍而長期的支持，去擁有使命感敦促我去拋磚引玉，也深知在這一段長遠的努力過程中，更需要關懷社會、關心弱勢族群的夥伴們去支持與協助！

希望藉由這次的活動把愛心推廣到南華的校園中，用誠摯的歌聲傳遞愛心，提倡正當休閒活動促進社會祥和，讓同學們能養成對公益關懷的習慣，捐贈發票幫助獨居老人，日後不論是華山等弱勢團體，抑或是災民皆能得到眾人的關心與關懷。

四、活動主旨：

1. 聲動娛樂慈善公關團隊與華山、友松娛樂合作辦理「台視 金牌麥克風暨華山基金會－南華大學慈善公益徵選會」，期望與大家一起做愛心，重視弱勢團體。
2. 學生事務處協同學生，一起做愛心，共同參與此次「台視 金牌麥克風暨華山基金會－南華大學慈善公益徵選會」活動，呼籲學生關懷弱勢團體。
3. 為弱勢團體串連，讓南華同學，投入公益。
4. 本場南華大學慈善公益徵選會，由南華同學自身全包辦製作海選節目流程(含錄影)，增加學生對公益的關懷以及對南華形象的提升。

5. 南華大學學生事務處列為指導單位，指導並監督此次活動的正當性。
6. 參加海選之學生（參賽者、應援團），提供發票當做捐贈。
7. 本場南華大學慈善公益徵選會現場之發票捐贈全數捐予財團法人華山社會福利慈善事業基金會。

五、活動特色：

1. 本次為其具代表性，將電視選秀節目校園徵選會與弱勢團體做慈善公益性結合，吸引學生投入社會公益活動，協助弱勢團體的發展。
2. 由於學校地處偏僻，讓想大膽嘗試、才華洋溢卻苦無舞台機會的學生，與專業電視選秀節目製作團隊接軌，實現舞台夢想。
3. 由學生事務處指導，用音樂歌唱與華山基金會作互動，結合電視選秀節目交流平台，以將來欲成為一位偶像的影響力，引導青年族群，養成一顆關懷社會、重視公益的心。

六、指導單位（給予經費補助）：教育部、南華大學學生事務處課外活動指導組

七、主辦單位：南華大學傳播學系（所）

八、承辦單位：聲動娛樂慈善公關團隊

九、協辦單位：

財團法人華山社會福利慈善事業基金會、友松傳播事業有限公司、臺灣電視事業股份有限公司。

十、活動時間：2013年5月13日（星期一），18時30分至22時30分。

十一、活動地點：南華大學圖書館 W102 演藝廳

十二、對象資格：不限，喜愛歌唱者且願意發揮愛心捐贈發票者皆可參與（南華大學全校師生為主）

十三、報名時間：2013 年 4 月 29 日至 5 月 5 日止（不限時間，全天皆接受報名）

十四、報名方式：

至南華大學學海堂 S116（聲動娛樂慈善公關團隊）辦公室門外紙袋領取報名表，待表格內容填妥後，再投回門上繳交紙袋，即表報名成功，後續詳情由工作人員連絡通知。

十五、費用：

免費參與，有捐贈發票之參與者才可入場觀賞（參賽者本人需捐贈 10 張以上，其餘需捐贈 5 張以上）

十六、交通：自行前往

十七、宣傳方式：

1. 活動海報—

- (1) 目標對象：南華大學全校師生
- (2) 宣傳時間：2013 年 4 月 13 日至 5 月 13 日
- (3) 宣傳地點：南華大學校園各大公告欄、道路兩旁及附近商家
- (4) 效益說明：活動海報張貼在南華大學生活圈範圍內之顯眼處，對南華幾千位師生而言，此種廣告效果非常生活化，上下課經過就會多看一眼，是瀏覽率最高的方式，也是曝光率很高的方式。

2. 宣傳 DM—

- (1) 目標對象：南華大學全校師生
- (2) 宣傳時間：2013 年 4 月 13 日至 5 月 13 日
- (3) 宣傳地點：南華大學校園各角落（例如：7-11 等）
- (4) 效益說明：宣傳 DM 的手法是最直接、最頻繁也是最接近同學的一個宣傳方式，上千張的宣傳 DM 流動在校園的各角落，可建立本公關團隊在校園中的正面形象，進而影響活動主動參與之意願。

3. 宣傳旗幟—

- (1) 目標對象：南華大學全校師生
- (2) 宣傳時間：2013 年 4 月 13 日至 5 月 13 日
- (3) 宣傳地點：南華大學校園道路兩旁及活動現場
- (4) 效益說明：在道路兩旁及活動現場懸掛旗幟，是一種非平面式的宣傳工具，飄揚的旗幟和布條，更能吸引同學的注意，因其大而顯著，為最易收效的宣傳手法。

4. 網路宣傳—

- (1) 目標對象：南華大學全校師生、網路使用者
- (2) 宣傳時間：2013 年 4 月 13 日至 5 月 13 日
- (3) 宣傳地點：FB 臉書、無名部落格、BBS 電子佈告欄
- (4) 效益說明：我們將於宣傳期間利用時下最有人氣的 FB 臉書、無名部落格及大學生常用的 BBS 電子佈告欄宣傳本次活動，為活動也為相關單位做最有利的宣傳並建立本公關團隊在校園中的正面形象。

5. 活動節目單—

- (1) 目標對象：當天活動參與者
- (2) 宣傳時間：2013 年 5 月 13 日
- (3) 宣傳地點：活動現場
- (4) 效益說明：我們將發放節目單給現場觀眾，讓所有與會嘉賓及師生皆得知活動詳細流程，一目瞭然其活動目的及主辦相關單位，而華山在活動過程中進行介紹與宣導，此為最有效的宣傳並建立華山在校園中的正面形象。

十八、花費項目：

1. 活動海報製作

2. 宣傳 DM 印製
3. 宣傳旗幟、布條製作
4. 行政類資料影印
5. 活動文書資料影印
6. 活動使用到的文具耗材
7. 參賽者編號貼紙製作
8. 主持人提示板製作
9. 工作人員識別牌製作
10. 工作人員誤餐費
11. 業界專業教唱老師指導費（教學暨評賞）
12. 通訊聯絡費
13. 邀請卡、感謝狀製作
14. 燈光音響器材租借費
15. 錄影器材系統租借費
16. 場地佈置費

十九、經費來源：

南華大學學生事務處課外活動指導組（本活動預算以 101 學年度「辦理校園藝文活動系列」實施計畫相關經費項下支應，不足部分由本團隊及各協辦單位支應。）

二十、活動內容製表：

1. 對外流程表一

活動時間	活動內容	地點	備註
18：30～ 18：55	開放入場 （參與者捐贈發票暨簽到）	圖書館 W102	未捐贈發票者無法入場
18：55～ 19：05	開場 （比賽規則及流程說明）		主持人開場暨示範演唱
19：05～ 19：20	華山基金會愛心宣導 （錄製愛心關懷 VCR）		
19：20～ 22：00	1～20 號參賽者， 比賽演唱時間		如參賽者超過 20 位， 每人平均演唱時間則遞減

22:00~ 22:05	中場休息		
22:05~ 22:15	華山貴賓致詞		華山嘉義縣站社區服務員 邱淑敏代表
22:15~ 22:20	發票捐贈儀式暨致贈感謝狀		
22:20~ 22:30	Ending、歸賦 (大合照及賽後說明)		

2. 對內流程表一

活動時間	活動內容	負責人	地點	工作內容
18:30~ 18:55	開放入場 (參與者捐贈發票暨簽到)	總製作人： 林奕儒	圖書館 W102	<p>公關組：負責招待貴賓、接待引導參賽者入場就座、拍攝參賽者個人照、錄製參賽者賽前感言、拍照紀錄活動過程</p> <p>財務組：收集捐贈者發票及紀錄</p> <p>文案經紀組：報到處簽到工作準備、入場者簽到、發放回饋單及心得單</p> <p>宣傳組：STAND BY 主持活動流程、與器材組及總製作人 RE 節目流程</p> <p>器材組：檢查並最後確認攝影棚各項器材(含燈光、音響、攝影機、導播系統、現場直播電視牆、電腦伴唱帶)、與宣傳組及總製作人 RE 節目流程</p> <p>節目製作組：與宣傳組及器材組進行節目流程總綵排</p>
18:55~ 19:05	開場 (比賽規則及流程說明)	總製作人： 林奕儒	圖書館 W102	<p>公關組：負責 2 台攝影機錄影、錄製開場過程</p> <p>財務組：拍照紀錄活動過程</p> <p>文案經紀組：活動場紀紀錄、注意活動中人員進出控管</p> <p>宣傳組：主持人開場暨示範演唱</p> <p>器材組：負責 2 台攝影機錄影、錄製比賽</p>

				<p>過程、燈光控制、音響控制</p> <p>節目製作組：全場控制、現場電視直播畫面導播機切換</p>
19:05~ 19:20	華山基金會愛心宣導(錄製愛心關懷VCR)	總製作人： 林奕儒	圖書館 W102	<p>公關組：負責2台攝影機錄影、錄製VCR過程</p> <p>財務組：拍照紀錄活動過程</p> <p>文案經紀組：活動場紀紀錄、注意活動中人員進出控管</p> <p>宣傳組：主持人拿宣傳布條帶動呼喊口號</p> <p>器材組：負責2台攝影機錄影、錄製VCR過程、燈光控制、音響控制</p> <p>節目製作組：全場控制、現場電視直播畫面導播機切換</p>
19:20~ 22:00	1~20號參賽者比賽演唱時間	總製作人： 林奕儒	圖書館 W102	<p>公關組：負責2台攝影機錄影、錄製比賽過程</p> <p>財務組：拍照紀錄活動過程、參賽者帶位、錄製參賽者賽後感言</p> <p>文案經紀組：活動場紀紀錄、注意活動中人員進出控管</p> <p>宣傳組：主持人主持活動</p> <p>器材組：負責2台攝影機錄影、錄製比賽過程、燈光控制、音響控制</p> <p>節目製作組：全場控制、現場電視直播畫面導播機切換</p>
22:00~ 22:05	中場休息	總製作人： 林奕儒	圖書館 W102	<p>公關組：負責招待貴賓接待引導入場就座、拍照紀錄活動過程</p> <p>財務組：最後確認捐贈者發票及紀錄</p> <p>文案經紀組：注意活動中人員進出控管</p> <p>宣傳組：STAND BY 主持活動流程、與器材組及總製作人及華山代表 RE 捐贈儀式流程</p> <p>器材組：檢查並最後確認攝影棚各項器材(含燈光、音響、攝影機、導播系統、現場直播電視牆、電腦伴唱帶)、與宣傳組及總製作人及華山代表 RE 捐贈儀式流程</p> <p>節目製作組：與宣傳組及器材組及華山代表進行捐贈儀式流程總綜</p>

				排
22:05~ 22:15	華山 貴賓 致詞	總製 作人 : 林奕儒	圖書 館 W102	<p>公關組：負責 2 台攝影機錄影、錄製捐贈儀式過程</p> <p>財務組：拍照紀錄活動過程、STAND BY 發票捐贈箱</p> <p>文案經紀組：活動場紀紀錄、注意活動中人員進出控管</p> <p>宣傳組：主持人主持活動</p> <p>器材組：負責 2 台攝影機錄影、錄製捐贈儀式過程、燈光控制、音響控制</p> <p>節目製作組：全場控制、現場電視直播畫面導播機切換、贈予華山代表發票捐贈箱及收贈感謝狀</p>
22:15~ 22:20	發票 捐贈 儀式 暨致 贈感 謝狀 、 Ending	總製 作人 : 林奕儒	圖書 館 W102	<p>公關組：負責 2 台攝影機錄影、錄製捐贈儀式過程</p> <p>財務組：拍照紀錄活動過程、STAND BY 發票捐贈箱</p> <p>文案經紀組：活動場紀紀錄、注意活動中人員進出控管</p> <p>宣傳組：主持人主持活動</p> <p>器材組：負責 2 台攝影機錄影、錄製捐贈儀式過程、燈光控制、音響控制</p> <p>節目製作組：全場控制、現場電視直播畫面導播機切換、贈予華山代表發票捐贈箱及收贈感謝狀</p>
22:20~ 22:30	歸賦 (大 合照 及賽 後說 明)	總製 作人 : 林奕儒	圖書 館 W102	<p>公關組：協助參與者散場、拍照紀錄活動過程</p> <p>財務組：協助發票箱搬運</p> <p>文案經紀組：回收參與者回饋單、心得單</p> <p>宣傳組：向參賽者詳細說明後續事項</p> <p>器材組：收拾攝影棚各項器材(含燈光、音響、攝影機、導播系統、現場直播電視牆、電腦伴唱帶)及清理場地</p> <p>節目製作組：接送華山代表、分配全部工作人員協助收拾場復</p>

二十一、人力資源規劃：

工作組別	職稱	姓名	職責內容	活動當天／活動後
公關組	執行公關	蔡忠豪	1. 活動各項宣傳事項處理	活動當天 1. 招待相關貴賓 2. 引導參與者入場、散場動線 3. 協助節目錄影前拍照 4. 協助節目錄影中拍照 活動後 1. 活動拍攝照片整理
	公關協力	葉千寧	1. 網路宣傳、海報張貼、動態宣傳	活動當天 1. 協助節目錄影前錄影（幕後機） 2. 協助節目錄影中錄影（側拍機） 活動後 1. 各項動、靜態宣傳回收處理
財務組	執行會計	黃思婷	1. 發票捐贈與紀錄 2. 活動花費收支紀錄	活動當天 1. 收集捐贈者發票及紀錄 2. 協助節目錄影中拍照 3. 協助節目錄影中帶位 4. 協助節目錄影中錄影（幕後機） 活動後 1. 協助發票箱搬運 2. 各項活動收支單據核報
文案經紀組	執行經紀	黃韻瑜	1. 參賽者報名事項處理	活動當天 1. 入場報到處簽到工作 2. 活動中人員進出控管 活動後 1. 協助整理活動文書資料
	行政文案	林郁婷	1. 活動各項文書事項處理	活動當天 1. 發放、回收心得單及回饋單 2. 活動場記紀錄 活動後 1. 各項活動文書資料整理及核報
宣傳組	企宣統籌	蔡維軒	1. 掌握活動流程	活動當天 1. 當天活動主持人

			<ol style="list-style-type: none"> 2. 主持活動進行 3. 統整參賽者伴唱帶及音效 	<ol style="list-style-type: none"> 2. 活動時掌握流程 3. 活動時訪問所有參賽者、示範規則演唱、拿宣傳布條帶動呼喊口號、向參賽者詳細說明後續事項 活動後 <ol style="list-style-type: none"> 1. 提出主持活動時的各項問題
器材組	器材統籌	李鎮旭	<ol style="list-style-type: none"> 1. 租借活動所需器材 2. 器材架設與收拾歸還 3. 攝影機錄影 	活動當天 <ol style="list-style-type: none"> 1. 節目錄影中錄影（全景機） 活動後 <ol style="list-style-type: none"> 1. 歸還租借器材 2. 活動拍攝影片整理
	器材協力	郭雅凡	<ol style="list-style-type: none"> 1. 協助租借活動器材 2. 協助器材架設與收拾歸還 3. 攝影機錄影 	活動當天 <ol style="list-style-type: none"> 1. 節目錄影中錄影（特寫機） 活動後 <ol style="list-style-type: none"> 1. 協助歸還租借器材 2. 協助活動拍攝影片整理
	執行事務	董佳雯	<ol style="list-style-type: none"> 1. 場地租借接洽 2. 活動所需耗材、文具購買 3. 場地布景佈置 4. 音響主機、燈光控制 5. 協助器材架設與收拾歸還 	活動當天 <ol style="list-style-type: none"> 1. 節目錄影中音響主機、燈光控制 活動後 <ol style="list-style-type: none"> 1. 分配工作人員場復工作
節目製作組	總製作人	林奕儒	<ol style="list-style-type: none"> 1. 撰寫活動企劃書 2. 分配並監督各組工作進度 	活動當天 <ol style="list-style-type: none"> 1. 監督各組活動狀況 2. 各項事務危機處理 3. 活動全場操控 活動後

			3. 活動事務 雜項處理 4. 定期召開 活動會議 5. 節目活動 全場操控	1. 召開活動會議 2. 監督各組繳交結案之相關資料
--	--	--	---	-------------------------------

二十二、工作進度表：

日期	事項完成進度	負責人	備註
2013. 4.8	活動籌備會議： 1. 討論活動流程 2. 凝聚工作共識 3. 分配各組工作 事宜	總製作人：林奕儒	1. 完成企劃討論流程 2. 活動前分配之各工作開始 進行
2013. 4.13 ~ 2013. 5.13	活動宣傳： 1. 海報製作與印 製 2. 請於公佈欄張 貼活動海報宣 傳 3. 於校園人潮聚 集處動態宣傳 ，發放 DM 4. FB 臉書宣傳， 網路宣傳	總製作人：林奕儒 公關協力：葉千寧 行政文案：林郁婷	1. 公關協力請注意海報張貼 日期，每七天需向課指組申 請宣傳日期延展，並於 5.13 當日活動舉辦完畢後，就撤 下所有宣傳物，以免活動補 助款被刪減 2. 全體活動工作人員須一同 協助各項宣傳
2013. 4.15	活動場地、 器材租借接洽 與借用	總製作人：林奕儒 器材統籌：李鎮旭 器材協力：郭雅凡 執行事務：董佳雯	如有異動時， 各類宣傳亦需同步更新
2013. 4.26	活動各項文書 資料印刷	總製作人：林奕儒 行政文案：林郁婷 執行經紀：黃韻瑜	報名期間如報名表索取完畢， 需馬上加印補上
2013. 5.6	參賽者報名資料 建檔與聯繫	總製作人：林奕儒 執行經紀：黃韻瑜 行政文案：林郁婷	需逐一打電話， 向參賽者 確認報名資訊及通知訊息
2013.	收錄參賽者	總製作人：林奕儒	伴唱帶音檔製作完畢後，

5.7	演唱曲目伴唱帶、 活動所需音效	企宣統籌：蔡維軒	需 mail 給各參賽者
2013.5.9	活動所需耗材、 文具購買	總製作人：林奕儒 執行事務：董佳雯	購買數量金額需經執行會計， 討論並同意方能購買
2013.5.10	發布活動公關稿	指導老師：蔡鴻濱 總製作人：林奕儒	活動宣傳稿、 採訪通知（邀請記者採訪）
2013.5.10 ~ 2013.5.11	所有租借器材 進駐活動場地： 活動節目 攝影棚搭建	總製作人：林奕儒	全體活動工作人員， 須一同協助場地佈置
2013.5.12	活動行前會議： 確認準備情形、 工作人員總綵排	總製作人：林奕儒	活動流程最後確認
2013.5.13	正式比賽、 場地復原	總製作人：林奕儒	活動當天進行
2013.5.14	發布活動新聞稿	指導老師：蔡鴻濱 總製作人：林奕儒	事後新聞稿
2013.5.14	歸還所有 租借器材、 活動拍攝 照片影片建檔	總製作人：林奕儒 器材統籌：李鎮旭 器材協力：郭雅凡 執行事務：董佳雯	貴重器材需詳細清點， 如有損壞需照價賠償
2013.5.15	活動檢討會議： 活動檢討	總製作人：林奕儒	活動反思及檢討
2013.5.17	各項活動文書 資料整理及核報	總製作人：林奕儒 行政文案：林郁婷 執行經紀：黃韻瑜	報帳工作需由 行政文案、執行經紀、 執行會計
2013.5.20	各項活動 收支單據核報	總製作人：林奕儒 執行會計：黃思婷	一同合作完成

二十三、活動執行甘特圖：

項目 \ 時間	2013.4							2013.5										
	8	9	13	15	26	29	30	6	7	9	10	11	12	13	14	15	17	20
活動籌備會議																		
活動宣傳																		

活動場地、 器材租借 接洽與借用	
活動各項文 書資料印刷	
參賽者報名、 資料建檔 與聯繫	
收錄參賽者 演唱曲目伴 唱帶、活動所 需音效	
活動所需耗 材、文具購買	
發布活動 公關稿	
所有租借器 材進駐活動 場地	
活動 行前會議	
正式比賽、 場地復原	
發布 活動新聞稿	
歸還所有租 借器材、活動 拍攝照片 影片建檔	
活動 檢討會議	
各項活動文 書資料整理 及核報	
各項活動收 支單據核報	

二十四、器材配置表：

項目	數量	出借處	指定規格、備註
HDV 攝影機 (含線材)	4 (組)	傳播學系	SONY HVR-Z1
攝影機腳架	4 (組)	傳播學系	TH-650
筆記型電腦	2 (台)	傳播學系	
導播機 (含螢幕、線材)	1 (組)	總務處保管組	SONY BVS-3200C
珠光布幕	2 (組)	總務處保管組	
單槍投影機	1 (組)	總務處保管組	EPSON
推車	1 (台)	學生事務處服務學習組	
單眼數位相機	2 (台)	學生事務處課外活動指導組	
無線麥克風	4 (組)	學生事務處課外活動指導組	
麥克風架	4 (支)	學生事務處課外活動指導組	
音響主機 (含麥克風)	1 (台)	學生事務處課外活動指導組	
音箱	4 (個)	學生事務處課外活動指導組	
音箱線	4 (捲)	學生事務處課外活動指導組	雙圓孔
音箱架	4 (支)	學生事務處課外活動指導組	
大燈	8 (盞)	學生事務處課外活動指導組	110V, 1000W, PAR-64 (公接頭)
燈光角架+橫桿	2 (組)	學生事務處課外活動指導組	
散光燈 (地燈)	12 (盞)	學生事務處課外活動指導組	110V, 500W (黃燈管)
色片	12 (片)	學生事務處課外活動指導組	紅、黃、綠、藍、紫色
調燈盤	1 (箱)	學生事務處課外活動指導組	
調燈器	4 (台)	學生事務處課外活動指導組	
電纜線	1 (捆)	學生事務處課外活動指導組	110V
燈光延長線	20 (捲)	學生事務處課外活動指導組	110V (公母接頭)
滾筒延長線	6 (捲)	學生事務處課外活動指導組	110V
單槍投影機	1 (組)	學生事務處課外活動指導組	EPSON
長條折疊桌	5 (張)	學生事務處課外活動指導組	

二十五、危機處理：

1. 南華大學學生事務處衛生保健組 護理師 孫淑君
電話：(05) 272-1001 轉 1231
2. 佛教大林慈濟醫院
院址：嘉義縣大林鎮民生路二號
電話：(05) 264-8001
3. 嘉義基督教醫院
院址：嘉義市忠孝路五三九號
電話：(05) 276-5041
4. 嘉義縣民雄分局大林分駐所
電話：(05) 265-2850

二十六、緊急連絡人：

1. 南華大學學生事務處課外活動指導組 組長 林奇憲
電話：(05) 272-1001 轉 1210
2. 聲動娛樂慈善公關團隊 總製作人 林奕儒
手機：0963-252-983

二十七、兩備：

1. 因本活動舉辦地點為室內場地，不因受天氣影響，故無需設立雨天備案。
2. 視天氣情況而定是否延期，若有延期活動，將隨時公布於「聲動娛樂慈善公關團隊」FB 臉書社團 <https://www.facebook.com/groups/nhustar7/>。

二十八、注意事項及善後工作：

1. 活動宣傳物品（如海報等）活動當天舉辦完後就需撕除完畢。

2. 活動結束後即需清理會場及歸還相關借用器材。

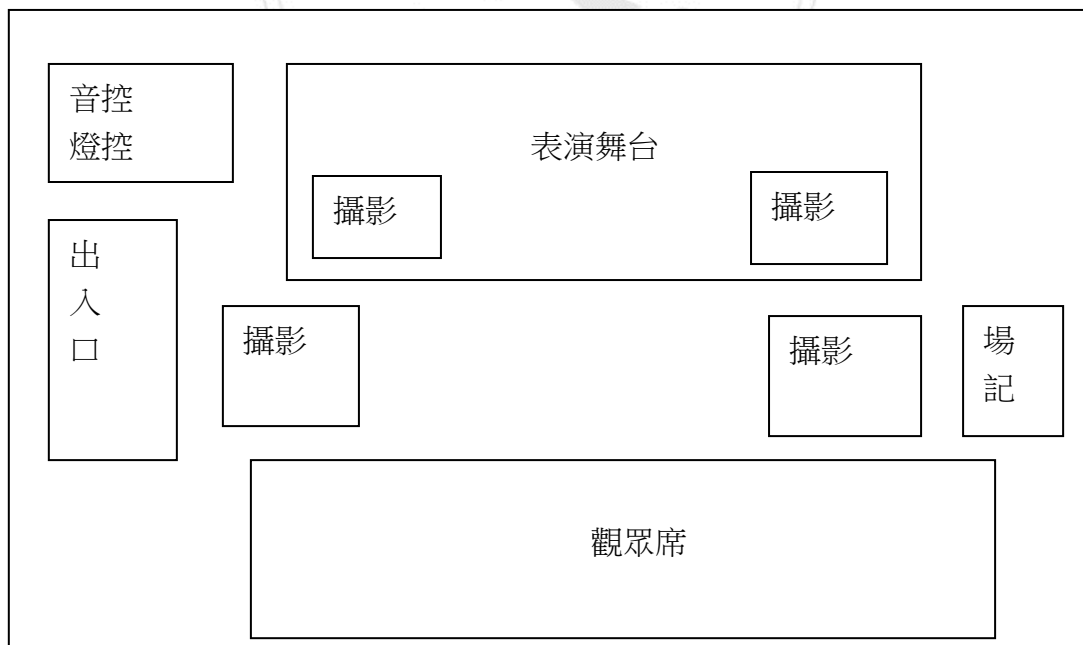
二十九、經費預算表：

項目	項目內容	預算金額 (單位:元整)
餐飲	便當(12人份*6天)	7,200
器材	租借或購買相關器材(HDV攝影機*4、攝影機腳架*4、筆記型電腦*2、導播機、珠光布幕*2、單槍投影機*2、推車、單眼數位相機*2、無線麥克風*4、麥克風架*4、音響主機、音箱*4、音箱線*4、音箱架*4、大燈*8、燈光角架+橫桿*2、地燈*12、色片*12、調燈盤、調燈器*4、電纜線、燈光延長線*20、滾筒延長線*6、長條折疊桌*5、燈光系統變壓器、充電電池、充電電池充電器、麥克風頭套、麥克風表皮貼片、鹵素燈管、20米RCA連接線、電源延長線、照相機腳架*2、歌曲點播系統硬碟)	35,000
宣傳	活動海報印刷(大圖輸出)、宣傳DM印製、宣傳布條製作、活動行政文書資料影印(黑白、彩色)、活動手冊	13,000
文具	簽字筆、麥克筆、水性筆、影印紙、活頁、4孔資料夾、資料夾透明頁、3M雙面膠帶、魔鬼氈、3M無痕掛鉤、強力膠帶、透明膠帶(寬、細)、珍珠版、剪刀、膠水、訂書機、筆記本、標籤貼紙、補充墨水	9,000
雜支	DV帶、黑色垃圾袋(捲)、識別證、塑膠繩、尼龍繩、透明壓克力箱	12,000
人事	講師鐘點費—蘇育加(威林音樂教唱老師,教學時數共2小時)	3,200
總計		79,400
戶名	林奕儒	
彰銀帳號	6204-51-34392-5-00	
聯絡方式	0963-252-983	

三十、預估效益：

1. 解決華山基金會發票捐贈數量短少問題，並提供此方案予日後實行參考。
2. 吸引青年大學生能逐漸養成投入社會公益活動的習慣，協助弱勢團體發展。
3. 引導青年族群，養成關懷社會、重視公益之心之人文精神。
4. 鼓勵青年學生從事正當休閒娛樂，培養成為公益、互助的新公民。
5. 集結學生自身力量，資助公益活動。
6. 校方的公關新聞稿發布與網路媒體曝光，有效延伸活動效益與宣導目標。
7. 整體主題設計，在舞台投影布幕、票券、海報、臉書專頁等活動宣傳／製作物上充分呈現視覺印象，深植宣導概念，擴大宣傳效益。

三十一、位置分配圖：



三十二、補助經費審核簽章欄：

企劃書審核簽章欄				
執行公關	公關協力	執行會計	執行經紀	行政文案
蘇忠豪	李鎮旭	黃雅凡	黃詠瑜	林郁婷
企宣統籌	器材統籌	器材協力	執行事務	總製作人
符維剛	李鎮旭	黃雅凡	董佳雯	林奕儒(協)



第二節 行前籌備

研究者的公關團隊，在活動前，依照前面企劃書的時間規劃下，進行活動之行前籌備執行，包含進行了活動的籌備會議、場地勘查、活動場地借用、器材租借等相關接洽與借用、發布活動公關稿、活動的行前會議部分，以下逐一說明如下。

一、籌備會議：

活動籌備會議於 2013 年 4 月 8 日（星期一），當日 19 時起在學海堂 S101 教室舉行，本會議於六天前由研究者發送開會通知單（如附件 3.1），通知研究者的公關團隊所有成員，包含開會事由、開會時間、開會地點、指導老師、會議主持人、出席者、議程項目。

本次會議開會事由，為「台視 金牌麥克風暨華山基金會－南華大學慈善公益徵選會」籌備會議，研究者的指導老師於會議前，給予研究者活動籌備方向指導，再由研究者擔任會議主持人，帶領其他九位公關團隊成員進行討論，由於本活動具專業性，需熟稔業界電視歌唱選秀節目製作流程，對燈光音響，乃至於攝影皆須有所操作經驗，因此研究者向南華校內，曾舉辦多次電視歌唱選秀節目校園海選，而有此經驗之學生社團－聲色合鳴流行音樂歌唱研習社幹部群尋求合作，使活動整體效率，不論是人力、物力等方面有所提升，當研究者尋求其社團幹部同意合作協助後，即以聲動娛樂慈善公關團隊名義進行活動的實際執行操作。

聲動娛樂慈善公關團隊成員組成，除了傳播所 3 年級的林奕儒（研究者本人）擔任節目製作組之總製作人外，帶領九位成員分別為，公關組執行公關之國大系 3A 蔡忠豪、公關協力之旅遊系 2B 葉千寧；財務組執行會計之旅遊系 2A 黃思婷；文案經紀組執行經紀之旅遊系 2B 黃韻瑜、行政文案之生死系 2B 林郁婷；宣傳組企宣統籌之國大系 3A 蔡維軒；器材組器材統籌之國大系 1A 李鎮旭、器材協力之生技系 1A 郭雅凡、執行事務之生技系 1A 董佳雯。

本會議議程目的在於取得團隊成員，於活動工作過程中有所共識，另由於研究者於會議前，就必須向學生事務處課外活動指導組，申請經費補助，因此活動企劃書於會議前就已很完整地擬定完成，並事先透過南華校方經費申請審核手續核可，所以團隊成員在本活動的操作過程中，按照原先活動企劃書所擬定之架構進行實際操作，而會議主要目的在於凝聚共識。

本會議當天十位成員皆出席討論，並於到場時於籌備會議簽到單上簽名（如附件 3.2），研究者為會議主席，並請行政文案就討論內容進行籌備會議紀錄（如附件 3.3），與執行經紀進行籌備會議拍照紀錄（如附件 3.4）。

研究者於本會議開場即向團隊成員開宗明義表示，要舉辦一個慈善公關活動幫助弱勢團體，而活動類型是截至目前業界其具代表性之舉辦形式，因研究者於日前發現華山有發票募款、組織能見度不足的問題存在，於是要幫華山舉辦慈善公關活動解決問題，舉辦經驗於日後可供華山組織運作參考，而剛好此時台視即將推出新歌唱選秀節目，該節目每周都到各大專院校進行校園海選，而大學生族群在捐贈發票最具群聚效果，因此研究者即透過該節目來南華舉辦海選初賽的機會，發動參與者捐贈愛心發票予以結合後，結果能提供華山解決募款困境。

籌備會議主要共識討論，活動舉辦時間、地點、日期、報名方式、報名日期、宣傳方式、主持人選及臨時動議，其餘按照企劃書內容進行操作。

活動舉辦時間、地點、日期，由於該節目製作單位仍在籌備中，距離約一個月後才開始播出，因此最後討論結果為活動日期訂在 5 月 13 日星期一晚間，讓團隊成員有充分時間準備與宣傳，但對於活動場地碰到困難，當天南華校內大場地皆被學術單位所借用，校方表示場地借用順序為，學術單位活動具優先權，因此討論後決定借用無盡藏 W102 演藝廳，該場地有舞台空間，並約可容納百人以上，在校內無更適合場地情形下，無盡藏 W102 演藝廳只能勉強適合借用，並於會後與台視節目製作單位溝通。

報名方式、報名日期、宣傳方式方面，成員中的社團學生原先希望，以校內普遍於活動前一週才開始進行宣傳，但研究者認為這屬於中大型校際活動，且辦理公關活動首重效益，如勸募發票是到活動當天才結束，宣傳不足將嚴重影響效益成果，因此定調宣傳期將長達一個月的時間，從 4 月 13 日至 5 月 13 日活動當天結束皆屬宣傳期，而會議後就需進行海報設計與製作，4 月 13 日起進行靜態宣傳，如張貼活動海報於校內人潮聚集處、FB 社團臉書張貼宣傳訊息、各教室版書等；動態宣傳，如活動 DM 於校內進行發放宣傳、午餐時間於校內 7-11 外擺攤宣傳等，成員也相信只要喜歡音樂唱歌的人，看到參加本活動同時能奉獻愛心，宣傳效益應成功達到。

主持人選方面，由於歌唱選秀節日本質為綜藝節目，但公益活動不適合全然綜藝感，主持人風格需亦莊亦諧、莊重兼顧，因此在討論過程無明確人選下，最後以成員投票推薦主持人，由團隊之企宣統籌擔任。

會議後臨時動議部分，為研究者把企劃書之詳細內容規劃，講解予團隊成員

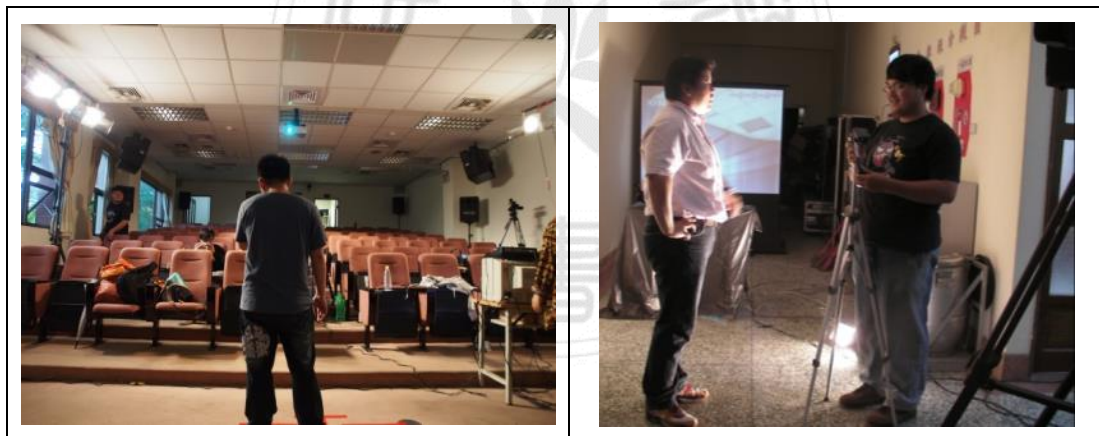
瞭解，並於會後將紀錄送交補助單位審核。

二、場地勘查：

針對 4 月 8 日籌備會議團隊成員所做決定，活動場地選擇有所困難，由於活動當天校內可容納約 350 人之最大場地－學慧樓地下演藝廳，及可容納約 150 人之次大場地－雲水居國際會議廳，兩場地當日皆被學術單位所借用，校方表示場地借用順序以學術單位活動具優先權，因此討論後決定只能借用的無盡藏 W102 演藝廳，該場地具有舞台空間，並約可容納百人以上，在校內無更適合場地情形下，無盡藏 W102 演藝廳只能勉強適合借用舉辦。

無盡藏 W102 演藝廳位於圖書館側面矮樓一樓空間，對外出入口需從郵政代辦所出入，而空間形狀為長方形階梯式演藝廳，觀眾席最前方為平面式舞台展演台，出入口即位於展演台側邊，觀眾席後方有一間主控室及休息室，而 W102 出入口僅只一處，可容納約上百位觀眾。

圖 3 - 2：無盡藏 W102 演藝廳場內、場外空間



資料來源：研究者整理（2016）。

研究者與其團隊場勘後發現有所問題存在，包括場地窄小，只可容納約百人觀眾，出入口僅只一處，並且出入動線必經展演舞台，另外當超過預期人數的觀眾即必須站立，或席地而坐觀賞，為了顧及節目錄影品質與流程進行，解決方式為只開放參賽者本人，及所屬親友加油團最多 2 位入場，並於入場就座後，除了中場休息時間外，其餘時間即不能進行任何走動，而其餘欲參與者皆現場進行排隊候補進場，座位坐滿為止，如未能入場者，將於室外走廊架設電視牆，觀賞與場內同步之現場 LIVE 直播畫面（如圖 3 - 2 所示），另外為了顧及未能入場觀眾之待遇，未能入場者不強制一定要捐贈發票，以期許在校方場地先天不足情況下，能獲得未能入場之觀眾諒解，上述進行為場地勘查後，發現現場情況為何，發現

場地缺失問題，並如何在活動前應變解決說明。

三、器材準備跟製作：

本活動舉辦需用到之錄影、燈光音響相關器材，皆屬高單價且具專業性質，為了使得來不易的補助經費能更妥善運用，活動器材如果能以租借方式處理，並用周遭人脈網羅校方各單位既有財產進行借用，將能使器材租借費用大為降低，避免經費濫用造成浪費。

依本團隊統整後，發現活動所需相關器材於校方，皆能免任何租借費用就能借到，而這些器材分別分散於傳播學系、總務處保管組、學生事務處服務學習組及課外活動指導組，四個處室所屬保管之財產。

傳播學系部分，借用 4 組 SONY HVR-Z1 HDV 攝影機（含線材）、4 組 TH-650 攝影機腳架及 2 台筆記型電腦；總務處保管組部分，借用 1 組 SONY BVS-3200C 導播機（含螢幕、線材）、2 組珠光布幕及 1 組 EPSON 單槍投影機；學生事務處服務學習組部分則借用 1 台推車。

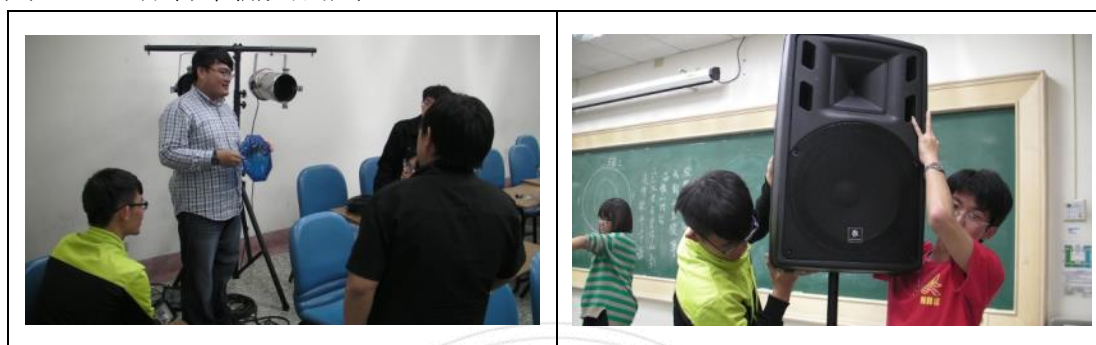
燈光音響器材皆位於學生事務處課外活動指導組，含 2 台單眼數位相機、4 組無線麥克風、4 支麥克風架、1 台音響主機（含麥克風）、4 個音箱、4 捲雙圓孔音箱線、4 支音箱架、8 盞 110V 1000W PAR-64（公接頭）大燈、2 組燈光角架加橫桿、12 盞 110V 500W（黃燈管）之散光燈（地燈）、12 片紅黃綠藍紫色之燈光色片、1 箱條燈盤、4 台條燈器、1 捆 110V（公母接頭）燈光延長線、6 捲 110V 滾筒延長線、1 組 EPSON 單槍投影機及 5 張長條折疊桌。

另有小部分器材為聲色合鳴社團財產，由於研究者與之合作本活動緣故，同樣可無償借用，含燈光系統變壓器、充電電池、充電電池充電器、麥克風頭套、麥克風表皮貼片、鹵素燈管、20 米 RCA 連接線、電源延長線、2 支照相機腳架、歌曲點播系統硬碟、透明壓克力箱。

而活動所需相關耗材、文具用品，同樣秉持該花則花、改省則省觀念，如校方原本即有之文具用品，且可合法使用，或團隊成員願意借用及貢獻，則不另行購買，含宣傳紅底布條、簽字筆、麥克筆、水性筆、影印紙、活頁袋、4 孔資料夾、資料夾透明頁、3M 雙面膠帶、魔鬼氈、3M 無痕掛鉤、寬與細規格之強力膠帶、珍珠板、剪刀、膠水、釘書機、筆記本、標籤貼紙、補充墨水、黑色垃圾袋、識別證、塑膠繩、尼龍繩、DV 帶等文具耗材物品；活動各類宣傳及文書印刷品，如為 A4 規格，則借用研究者自己噴墨印表機供印刷。

如上述文具耗材物品，如網羅各方仍無之項目，則須進行多方通路比價，並經團隊執行會計於購買數量金額上，討論並同意方能進行購買，當遇到臨時狀況急需購買時，需研究者同意，同樣避免造成活動補助經費資源上的浪費，並於5月9日前購買完畢。

圖 3-3：器材準備與測試



資料來源：研究者整理（2016）。

以上器材連同場地租借（如附件 3.5），皆於 4 月 15 日即向所屬各單位預借完成，並進行使用測試（如圖 3-3 所示），確保活動當天不因其他團體借用走，而使用不到導致活動開天窗之情形發生，進而準備下一步的活動宣傳。

四、宣傳與媒體連繫：

本活動宣傳期依據籌備會所共識長達一個月，自 4 月 13 日至 5 月 13 日活動當天辦完止，依序為海報設計製作與印刷、於公佈欄張貼活動宣傳海報、於校園人潮聚集處動態宣傳、發放 DM、FB 臉書網路宣傳、發布活動公關稿等宣傳事項。

海報設計製作與印刷部分，使用友松娛樂給予研究者之節目統一宣傳底圖進行製作，設計完成後（如圖 3-4 所示），送交影印店進行大圖輸出，再將海報張貼於校內人潮聚集顯眼處，並於 4 月 13 日起進行靜態宣傳，此部分為團隊之公關協力負責，由於校方規定海報張貼期限，為張貼日始算起 7 天內，因此每 7 天期限一到就需向課指組申請宣傳日期延展，最遲於 5 月 13 日當日活動結束後全數撤下。

宣傳海報當中也載明比賽日期、形式、報名日期、方式、賽程聯絡資訊等訊息，使人一目了然，達到宣傳效果。

圖 3-4：活動宣傳海報

金牌麥克風 SUPER

TTV 台視 全新藝能選秀節目

你一開口總讓人驚艷不已嗎
你一個move就讓人笑到不行嗎
價值上億攝影棚搬進校園錄影
不限任何表演型式
尋找最好的聲音 >>> 成為歌手
只要你敢秀敢表演 >>> 節目主持

校園海選徵選會 就在
南華大學

**拿起麥克風
下一個巨星就是你**

比賽日期、形式：102 / 5 / 13 晚上7點，圖書館W102演藝廳
不限，任何才藝皆可，分 歌星組、笑星組

報名日期、方式：102 / 4 / 29 ~ 5 / 5
至 學海堂 S116 (S101對面)
領取門上紙本報名表，填寫完投回門上紙袋

賽程方式、資訊：請搜尋 聲動娛樂 Artist · Singer · Performer

指導單位：南華大學 學生事務處 課外活動指導組 傳播學系(所)

主辦、承辦、協辦單位：

財團法人 華山 社會福利 慈善事業基金會

聲動娛樂

TTV 友松娛樂 Jason's Entertainment Co., Ltd.

本次活動與 華山基金會 共同承辦

只要捐贈 "發票"，即可 免費 參與！

參賽者 每人10張；觀眾 每人5張 以上
本次活動募得發票，將全數捐給公益

讓同學用實際行動，幫助弱勢團體！

資料來源：研究者整理（2016）。

除了海報宣傳外之靜態宣傳部分，也同時在網路宣傳力道大之 FB 活動社團專屬臉書，張貼宣傳與活動詳細訊息（如圖 3-5 所示）、及各教室黑板書寫活動資訊等；靜態宣傳部分，於午餐時間進行擺攤宣傳，並發放活動 DM，讓校內師生瞭解本活動辦理緣由與理念，吸引想奉獻愛心、喜歡音樂唱歌的人，一同共襄盛舉（如圖 3-6 所示）。

圖 3-5：FB 團隊專屬臉書截圖



資料來源：研究者整理（2016）。

圖 3-6：動態擺攤宣傳情形



資料來源：研究者整理（2016）。

媒體連繫部分，則由研究者擬定文字稿，透過南華校方秘書室公關組（如圖 3-7 所示），於 5 月 10 日申請發布公關稿方式（如附件 3.6），除了對外向社會大眾宣傳本活動，也邀請記者於活動當天進行採訪之通知。

圖 3-7：活動宣傳公關稿

新聞資料，敬請發佈，謝謝！


新聞聯絡人：秘書室劉家均
電話：05-2721001 分機 1031
手機：0939-812675

台視 金牌麥克風 南華大學慈善公益徵選會 5/13 關懷登場

【公關稿】由南華大學傳播學系(所)、聲色合鳴-流行音樂歌唱研習社及華山基金會聯合舉辦的「台視 金牌麥克風 南華大學慈善公益徵選會」，將於 5 月 13 日晚間 7 點熱鬧登場，本次為首次將電視選秀節目南華徵選會與弱勢團體做公益性結合，活動所募得之所有發票將全數捐贈給華山基金會，當做公益用來協助弱勢團體，讓弱勢者感受到社會的溫暖！希望同學能學習隨時隨地參與關懷展現的行動力。

就讀傳播系碩士班並負責承辦此次活動的製作人林磊(林奕儒)表示，本次活動與南華大學聲動娛樂 Artist·Singer·Performer 公關團隊攜手舉辦，日前特別向全新電視藝能選秀節目「金牌麥克風」製作單位友松娛樂，極力爭取舉辦校園海選徵選會的活動機會，並與華山基金會合作，當天參賽者只要捐 10 張發票、觀眾加油團捐 5 張發票，即可參與本次活動。節目由聲動娛樂公關團隊製作，進行海選初選拍攝，會後讓專業評審選擇通過初選名單，再由校方公佈，等待進入複選的節目錄影。初賽當天預估吸引上百位同學熱情參與。

海選徵選會之賽制，進行分成兩大組【歌手組】與【笑星組】，評選標準包括音色、音準、服裝造型、舞台魅力、台風、加分才藝。歌星組由每位同學演唱副歌一段 1~2 分鐘；笑星組由每位同學準備有趣搞笑的一段表演 1~2 分鐘。期許每位參賽者能使出渾身解數，演唱拿手才藝而獲得評審青睞。

發票勸募是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少，皆可參加，每一張發票都代表著一份愛心、一個希望，幼兒至老貧者均可順手捐出一點心意，幫助弱勢，期望有更多的人隨手展現愛心。

海選初賽：
時間：102 年 5 月 13 日(星期一)，19:00~22:00
地點：南華大學圖書館 W102 演藝廳
地址：嘉義縣大林鎮中坑里南華路 1 段 55 號(郵政代辦所入口)

資料來源：研究者整理（2016）。

五、行前會議：

活動行前會議於 2013 年 5 月 12 日（星期日），當日 18 時起在學慧樓 H502 教室舉行，本會議於兩天前同樣由研究者發送開會通知單（如附件 3.7），通知研究者的公關團隊所有成員，包含開會事由、開會時間、開會地點、指導老師、會議主持人、出席者、議程項目。

本次會議開會事由，為「台視 金牌麥克風暨華山基金會－南華大學慈善公益徵選會」行前會議，研究者的指導老師同樣於會議前，針對活動前籌備情形、節目流程，給予研究者活動舉辦方向再次確認指導，再由研究者擔任會議主持人，帶領其他九位公關團隊成員進行討論。

本會議議程目的在於，確認隔日活動各組工作人員之工作內容，是否因籌備期間有碰到問題，需要在會議中進行調整，或與團隊成員討論，及會後前往活動現場 W102 進行節目總綵排。

本會議當天十位成員皆出席討論，並於到場時於行前會議簽到單上簽名（如附件 3.8），研究者為會議主席，並請行政文案就討論內容進行行前會議紀錄（如附件 3.9），與執行經紀進行行前會議拍照紀錄（如附件 3.10）。

研究者於會議開場致詞敘述，因應公關活動即將於隔日舉辦，經由前一次的籌備會議，團隊成員對於活動流程已非常熟稔，不過長達一個月的籌備期間，可能碰到活動舉辦上之問題，如需進行更動，則於本次會議進行活動的行前最後確認。

行前會議主要討論，於隔日活動舉辦時，各組工作人員之工作內容確認，最後詢問團隊成員並無有所更動，皆如期按照企劃書內容進行操作，致研究者進行工作內容提醒。

節目製作組於隔日活動進行最為重要，由研究者負責監督活動中之各組狀況、危機處理、現場直播電視牆的導播機操控，在活動後召開檢討會議、監督各組後續繳交經費結案之相關資料狀況。

其餘各組工作內容，含公關組之執行公關負責招待貴賓、引導參與者入場及散場動線、協助節目錄影前，及錄影中拍照，活動後將照片整理建檔，如有貴賓前來需告知研究者前去招待；公關協力負責協助，節目錄影前幕後機錄影，及錄影中側拍機錄影，活動後各項動靜態宣傳物需馬上回收處理，尤其是張貼於各公

佈欄的海報。

財務組之執行會計，負責收集捐贈者發票與紀錄、協助節目錄影中拍照與帶位，及幕後機錄影，活動後協助發票箱搬運、各項活動收支單據核報。

文案經紀組之執行經紀負責，入場報到處簽到工作、活動進行中的人員進出控管，因本活動已於宣傳時，告知進入場內即需捐贈一定數量發票，參賽者每人10張以上、親友觀眾每人5張以上，所以出入需嚴格控管，沒有捐贈發票就無法入場，只能於場外走廊觀看電視牆直播畫面，而有捐發票的參與者會在手背上蓋章以茲證明，活動後協助整理活動文書資料；行政文案負責，發放、回收心得單及回饋單、活動場記紀錄，活動後，各項活動文書資料整理及核報。

宣傳組之企宣統籌負責，隔日的活動主持人，需詳記掌握活動時的流程、訪問所有參賽者的時間拿捏、示範規則演唱、帶領觀眾拿宣傳布條帶動呼喊口號、並向參賽者詳細說明後續事項，如有特殊情況，研究者則會於台下舉牌進行即時提示，活動後於檢討會議中，提出主持活動時遇到的各項問題。

器材組之器材統籌負責，節目錄影中全景機錄影，活動後歸還租借器材、活動拍攝影片整理；器材協力負責，節目錄影中特寫機錄影，活動後也協助歸還租借器材、協助活動拍攝影片整理；執行事務負責，節目錄影中的音響主機、燈光控制，活動後，分配所有工作人員場復工作，器材組同樣如碰到問題，隨即告知一旁的研究者，所遇到的狀況。

會議後臨時動議部分，研究者叮嚀團隊所有成員，隔日多邀請一些自己的親朋好友，前來參加觀賞活動捐贈發票，希望活動最後成果效益能更好，而後團隊成員前往隔日活動場地 W102 進行節目總綵排，會議記錄部分，同樣於會後將紀錄送交補助單位審核。

第三節 活動

本公關活動「台視 金牌麥克風暨華山基金會－南華大學慈善公益徵選會」，如期於 2013 年 5 月 13 日(星期一)舉行，地點於南華大學無盡藏 W102 演藝廳，活動時間自 18 時 30 分至 22 時 30 分，活動重點流程主要分為，參與者捐贈發票暨簽到入場、華山基金會愛心宣導暨節目錄影開場、金牌麥克風海選初賽參賽者演唱、華山貴賓暨發票捐贈儀式四大部分。

圖 3-8：場內參與者踴躍捐贈發票、場外之第二現場觀眾觀賞情形



資料來源：研究者整理（2016）。

由於本活動為校際競賽型活動，校方給予團隊所有成員公假核可，因此成員於當天 11 點 30 分，即陸續到場進行最後演練與準備（如附件 3.11），傍晚約 18 時起，參賽者與其親友團即陸續入場，響應捐贈發票行動，及回饋、心得單，而捐贈發票行動十分踴躍，另由於 W102 演藝廳場內最多容納約 100 人緣故，無法進入場內之觀眾，則於場外走廊觀賞，與場內同步 LIVE 現場直播之電視牆畫面，一同共襄盛舉，場面非常熱鬧（如圖 3.8 所示）。

舞台布景以本活動形象 LOGO 呈現，除了活動名稱外，上頭也載明指導、主辦、承辦、協辦各單位，讓參與者看到即一目了然（如圖 3-9 所示）。

圖 3-9：本活動形象 LOGO



資料來源：研究者整理（2016）。

節目主持人於 18 時 55 分至 19 時 05 分，進行節目錄影開場流程，示範比賽規則及流程說明；19 時 05 分至 19 時 20 分，則進行華山之愛心宣導，此階段透過影片播放及研究者講解介紹，讓參與者能即可重點瞭解華山服務內容，除宣導組織功能外，也同時進行志工招募宣傳，讓華山的組織能見度迅速提升，在場同學聽完介紹後，錄製了愛心關懷 VCR，希望影片播出後呼籲更多社會大眾一同發揮愛心（如圖 3-10 所示）。

圖 3-10：活動參與者錄製愛心關懷 VCR、研究者介紹華山服務情形



資料來源：研究者整理（2016）。

接著於 19 時 20 分至 22 時點整時間內，進行參賽者歌曲演唱，共計有 26 位同學報名海選初賽（如附件 3.12），分為歌星組與笑星組，演唱先後依照報名期間，報名表繳回順序排定，分別為李鑫（傳播 4A）、陳勝洧（民音 3A）、黃子彥（國大 1A）、張哲郡（民音 2A）、宋祖儀（創產 3A）、蔡忠豪（國大 3A）、傅曜澤（生死 2A）、朱佑凱（企管 1B）、蔡丹珍（生死 1A）、溫從瑜（視媒 1A）、顏子杰（視媒 1A）、林宛柔（民音 1A）、翁鈺鈞（民音所）、吳書萍（生死 1A）、谷韻婷（民音 3A）、張嘉軒（哲生 1A）、楊育婷（創產 3A）、柯欣瑩（幼教 1A）、張琬婷（外文 3A）、陳奕霖（企管 2A）、葉程顯（電商 4A）、曾得源（傳播 3A）、張宇瀚（旅遊 1B）、黃思婷（旅遊 2A）、蔡哲琛（國大 3A）及何家宜（創產 3A）。

圖 3 - 11：參賽者演唱、主持人訪問及觀眾欣賞之熱烈情況



資料來源：研究者整理（2016）。

每人訪問、歌曲演唱及加分題時間限定 6 分鐘，26 位參賽者皆拿出自己的絕活主打歌進行展藝，演唱歌曲分別為李鑫演唱曲婉婷－我的歌聲裡、林宛柔演唱楊丞琳－匿名的好友、張嘉軒演唱蕭敬騰－我不會愛、蔡丹珍演唱曾靜玟－不快樂、陳勝洧演唱蔡琴－風箏、翁鈺鈞演唱朱海君－愛你之前、顏子杰演唱吳克群－為你寫詩、傅曜澤演唱庾澄慶－關不掉的月光、張哲郡演唱梁靜茹－偶陣雨、朱佑凱演唱曹格－背叛、谷韻婷演唱 Alin－愛請問怎麼走、黃子彥演唱王力宏－

你不在、溫從瑜演唱自由發揮－3D 舞力全失、蔡忠豪演唱曹格－世界唯一的你、吳書萍同樣演唱曲婉婷－我的歌聲裡、宋祖儀演唱藍又時－倫敦的愛情、楊育婷演唱蔡健雅－無底洞、柯欣瑩演唱梁靜茹－愛久見人心、張琬婷演唱 Adele－Rolling in the deep、葉程顥演唱蕭煌奇－他的風箏、陳奕霖演唱韋禮安－慢慢等、曾得源演唱林俊傑－愛笑的眼睛、張宇瀚演唱孫燕姿－雨天、黃思婷演唱葉佳得－Aline、蔡哲琛同樣演唱王力宏－你不在及何家宜演唱熊天平－夜夜夜夜，每位同學皆賣力演唱感動全場，令現場觀眾聽得如癡如醉（如圖 3 - 11 所示）。

圖 3 - 12：華山發票捐贈儀式及團隊成員大合照



資料來源：研究者整理（2016）。

所有參賽者演唱完畢後，即為本活動壓軸重頭戲－發票捐贈儀式，華山貴賓代表出席為嘉義區社區服務員邱淑敏，於 22 時 05 分至 15 分進行致詞，感謝所有參與熱情奉獻愛心，並於 22 時 15 分，連同校方代表－學生事務處課外活動指導組組員邱鈴雅，進行發票捐贈儀式，並於 22 時 20 分進行大合照及賽後說明(如圖 3 - 12 所示)，而華山於活動結案後，致贈研究者及其團隊感謝狀(如圖 3 - 13 所示)。

圖 3 - 13：華山致贈研究者之感謝狀



資料來源：研究者整理（2016）。

本次活動無盡藏 W102 場內入場者共 101 人，除團隊成員 10 人外，參賽者共 23 人及其親友團共 58 人（如附件 3.13），終場統計於活動舉辦 4 小時一場次之內，勸募發票行動募集達 1137 張，活動最終圓滿成功。

第四節 檢討

活動檢討會議於 2013 年 5 月 15 日（星期三），當日 21 時起在學海堂 S101 教室舉行，本會議於活動當天結束後，即由研究者發送開會通知單（如附件 3.14），同樣通知研究者的公關團隊所有成員，包含開會事由、開會時間、開會地點、指導老師、會議主持人、出席者、議程項目。

本次會議開會事由，為「台視 金牌麥克風暨華山基金會－南華大學慈善公益徵選會」檢討會議，主要針對活動舉辦後，進行參與者滿意度調查回饋表統計，與活動過程提出檢討改進，同樣由研究者擔任會議主持人，帶領其他九位公關團隊成員進行檢討。

本會議議程目的在於，舉辦任何活動必定有所缺失，經由提出檢討後，期許未來如再碰到相同問題時，因為有了前車之鑑，可避免再做出缺失的情形。

本會議當天十位成員皆出席檢討，並於到場時於檢討會議簽到單上簽名（如附件 3.15），研究者為會議主席，並請行政文案就討論內容進行檢討會議紀錄（如附件 3.16），與執行經紀進行檢討會議拍照紀錄（如附件 3.17）。

研究者於會議開場致詞敘述，本公關團隊經由這次長達一個多月的合作，成功圓滿完成本次活動，成果方面也頗具收穫，其中短短 4 個小時之內，即幫助華山募到 1137 張發票，數量約等同於華山天使站一個月才能募集到的量，可證明本次活動效益是有所達成，而活動內容也是其具代表性，將勸募發票行動與電視歌唱選秀節目海選結合舉辦。

檢討會議首先進行，參與者滿意度調查回饋表統計，詢問參與者對於，整體活動的滿意度、節目內容的滿意程度、參賽選手的滿意程度、活動場地的滿意程度、燈光音響的滿意程度、工作人員的滿意程度、活動參與前，對於華山這個組織，是否有所理解、是否同意之後舉辦與本次同類型之活動，同樣能請參與者，用捐贈發票的方式，進行慈善公益行善、參與完本活動後，讓參與者學習到慈善是要實際行動，且順手即能幫助弱勢，及參與完本活動後，對於華山組織是否有更深刻理解，以上十題問題。

統計顯示整體來說，是相當程度的成功，只有活動內容面向，對於活動場地滿意程度只有 6 成，並有 1 成 2 認為不滿意，由此可見這部分是需要檢討的地方。

關於場地問題，團隊成員敘述，問題分為 3 部分，包含參與者反應場地過小、

只有一個出入門，以及認為場地沒開空調。

對於上述部分，研究者表示，受限於校方場地限制，問題幾乎無法解決，校方長年以來，僅有學慧樓地下演藝廳最多可容納約 350 人之室內場地，對於業界標準，僅能舉辦像本次活動之校園海選初賽錄影，而如果又遇上校方最大場地，被教學單位使用優先權借用時，即剩中小型會議、演藝廳，加上節目錄影時，攝影棚高瓦度燈光全亮所造成的高溫，會使參與者難適應其場地環境，因此只能期盼校方未來能增建大型場地，或日後於學期初，即先借用適當場地，避免再發生相同問題。

會議後臨時動議部分，研究者叮嚀團隊文書、會計組成員，需於校方補助單位規定日期前，完成帳務核銷及資料歸檔，本公關企劃之活動執行部分，到本次會議結束即告一個段落，下一章節為最終的效益評估及討論。



第四章 效益評估與未來

本活動實際執行操作完成後，於本章節進行效益評估，用來檢視是否解決華山的公關問題，分為四個部分進行討論，含發票募集成效、媒體露出、參與者回饋成效，及經費效益。

壹、發票募集成功

本活動在宣傳時，即於宣傳品上頭告知所有參與者，活動當日如能進入無盡藏 W102 場內觀賞，必須捐贈一定以上數量之發票，規定參賽者至少每人 10 張以上，及觀眾親友團每人 5 張以上之數量，即可免費入場參加本次活動，用來替代平時業界觀賞公開藝能演出活動的入場票卷費，而整場活動募集之所有發票，將全數捐贈予華山當作公益用途使用（如圖 4-1 所示）。

活動當日自 18 時 30 分始至 22 時 30 分止，一共進行四小時的時間內，即從參與者方共募集到 1137 張未對獎發票(如附件 3.13)，因場內座位空間有限緣故，扣除工作人員後，只開放 81 位參與者進入場內現場，而參賽者部分募集到 448 張，占全體張數約 3 成 9，雖然最低要求為每人 10 張，但經由統計發現平均每人捐贈約 20 張，達原先預期之約 2 倍數量，其中，捐最低 10 張者僅 1 人，最高者甚至捐到 44 張，可見已將他身上所有當期末對獎發票皆捐出之情形；觀眾親友團部分募集到 689 張，占全體張數約 6 成 1，雖然最低要求為每人 5 張，但經由統計發現平均每人捐贈約 12 張，也同樣達原先預期之約 2 倍多數量，其中，捐最低 5 張者僅 2 人，最高者為捐到 26 張（如表 4-1 所示）。

表 4-1：未對獎發票之募集數量統計表

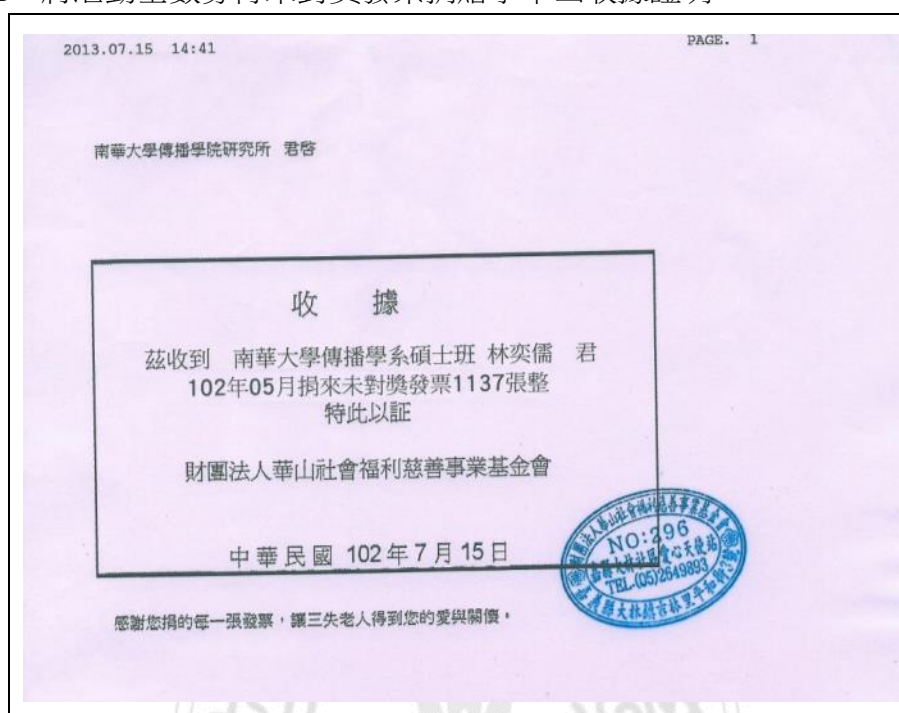
場內參與身分別	活動前原先預估場內人數及張數	活動實際場內參與人數及張數	捐贈數量比重
參賽者本人	20 人，200 張	23 人，448 張	39.4%
觀眾親友團	60 人，300 張	58 人，689 張	60.6%
全體參與者	80 人，500 張	81 人，1137 張	100.0%

資料來源：研究者整理（2016）。

台北華山基金會洪公關於訪談時指出，現今透過學生志工上街募集發票之數量，平均每個月僅約 1000 至 2000 張，而每個月透過民眾捐至每個愛心天使站，發票數量也僅有約 1000 張（如附件 1.1）；嘉義許站長也表示，他親自到街上募集發票兩個小時，平均只能募得 100 至 200 張，而到市中心鬧區，同樣時間內也

僅能募得平均約 1000 張(如附件 1.3)，本活動僅靠舉辦之短時間內即超越目標，效益相對成功。

圖 4 - 1：將活動全數募得未對獎發票捐贈予華山收據證明



資料來源：研究者整理（2016）。

綜合上述可證明，發票募集此項目，於本研究原先預估之效益，是成功達到目標且超越預期數量，因學生族群發票捐贈具群聚效果，代表著如研究者透過當紅電視歌唱選秀節目，與其進入各校園海選比賽，並向活動參與者勸募發票進行結合，是可以替因華山解決發票勸募短少，造成其組織運作經費困難之解決方式。


如果再依照本研究的成功效益模式去延伸預估，直到現今台灣的選秀節目熱潮仍屬熱門，現存仍有 6 個電視歌唱選秀節目（台視－金牌麥克風 & Super Star 我要當歌手、華視－星光大道、三立都會－超級偶像 Super Idol、三立台灣－超級紅人榜、民視－台灣那麼旺 Taiwan NO.1），光一個節目每週皆會至少進入一所學校進行海選初賽、複賽，一年平均有 52 週，共計約 104 場次，每場次如本研究可募得約 1000 張進行計算，即可募得達 10 萬 4000 張，而 6 個節目加總共可募得 62 萬 4000 張發票，效益相當驚人。

總而言之，舉辦如本研究之活動短時間內，即能募得愛心天使站平時整個月的發票數量，實為可提供華山解決發票募集困境之解決方案，不只達成原定目標且超越雙倍。

貳、媒體露出

圖 4-2：活動後發布之新聞稿

新聞資料，敬請發佈，謝謝！


新聞聯絡人：秘書室劉家均
電話：05-2721001 分機 1031
手機：0939-312675

南華大學結合選秀節目 發動捐發票做公益

【嘉義訊】台視金牌麥克風選秀節目 13 日晚間七點至嘉義南華大學進行歌手海選活動，這次首度結合公益團體，一同鼓勵大家捐發票做愛心，該活動由南華大學傳播研究所聲動娛樂公關團隊發起、結合學生社團「聲色合鳴流行音樂歌唱研習社」、並邀請華山基金會共同聯合舉辦，將電視台的選秀節目化身公益，鼓勵學子攜手關懷社會，並於 5 月 13 日將募得的發票全數捐贈給華山基金會。

本次活動於南華大學圖書館演藝廳舉行，吸引上百位同學熱情參與，同學們皆以行動力展現愛心，短短兩個多小時之內即募得 1137 張發票；南華大學傳播研究所負責承辦此次活動的總製作人林奕儒表示，本次海選活動是由傳播所聲動娛樂公關團隊於日前向全新電視藝能選秀節目「金牌麥克風」製作單位友松娛樂極力爭取，並特別與華山基金會合作，發動捐發票做愛心，鼓勵每位參賽者、觀眾與加油團踴躍捐贈發票一起做公益。

本次比賽吸引了南華大學歌唱好手參與，歌唱比賽常勝軍的民音系谷韻婷同學表示，能夠利用發票捐贈來代替報名費是她第一次看到的舉辦方式，感到非常不錯，在享受音樂的同時也能間接幫助別人。

參與活動的同學林琬鈺說：「用捐發票的這個方式參加很不錯，平常捐發票結合歌唱比賽的活動只在電視上看得到，這是第一次在學校親身體驗。除了可以讓想唱歌的人有發揮的舞台，也可以一起做公益，是一種兩全其美的方法。」

發票勸募是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少皆可參加，每一張發票都代表著一份愛心、一個希望，南華大學希望藉由此活動鼓勵每位參與者以行動力響應愛心活動，一同關懷社會。南華大學傳播研究所也於 5 月 13 日將募得的發票全數捐贈給華山社會福利慈善事業基金會。

資料來源：研究者整理（2013）。

本研究承辦單位為南華所屬學生團體舉辦，因此按照校方規定由公關組統一對外向記者發稿，活動當天由校方秘書室公關組劉家均，在活動中現場進行新聞

採訪，其中訪問了總製作人、參賽者及其親友觀眾，並於隔日將新聞稿發送予各新聞媒體，讓記者進行撰寫後，予以向社會大眾公開發布，達到媒體露出後所帶來的媒體擴散效應（如圖 4-2 所示）。

活動舉辦後之媒體新聞一共露出 13 篇（如表 4-2 所示），公關效益之計算方式，來源為各新聞媒體刊登價目表，計算網路評測露出價格計算，其各媒體價格會隨著市場而波動，並實際新聞活動重點報導為主，本活動總計媒體效益為 382,915 元整。

表 4-2：本活動媒體效益列表

露出媒體	篇數	PR Value	備註
中央日報	1	44,100	出自中央日報網路報
人間福報	1	30,000	出自人間福報電子報
sina 新浪新聞	2	54,000	出自新浪新聞網
華視新聞	1	64,000	出自華視新聞網
聯合報	2	91,000	出自聯合新聞網
台灣立報	1	27,500	出自台灣立報電子報
PChome 新聞	2	25,200	出自 PChome 新聞網
yamNews	1	10,500	出自蕃薯藤新聞網
人間通訊社	1	30,000	出自人間通訊新聞網
佛光山新聞	1	6,615	出自佛光山新聞網
總計媒體價值	13	382,915	單位：NTD

資料來源：研究者整理（2016）。

而這 13 篇媒體露出統計（如表 4-3 所示），含新聞標題、發稿時間、露出平台連結，而分布於中央日報、人間福報電子報、Sina 新浪新聞、華視新聞網、聯合新聞網、台灣立報電子報、PChome 新聞、YamNews、人間通訊社、佛光山新聞等 10 個媒體，（截圖如附件 4.1，由於網路新聞具有時效性，如遇該媒體已將新聞移除之情形，請直接參考附件 4.1 截圖）。

表 4-3：媒體露出統計

露出日期	媒體名稱／版面	網址
2013	中央日報／教育藝文	http://www.cdnews.com.tw/cdnews_site/docDetail.jsp?coluid=121&docid=102311066
5.14	人間福報／教育	http://m.foyuan.net/a/857979
	sina 新浪新聞／	http://news.sina.com.tw/article/20130514/9599351.html

生活	
sina 新浪新聞／ 文教	http://news.sina.com.tw/article/20120618/70847405.html
華視新聞／ 社會	http://news.cts.com.tw/nownews/society/201103/2011031706945534.html
聯合報／ 地方新聞	http://udn.com/NEWS/BREAKINGNEWS/BREAKINGNEWS3/7165724.shtml
聯合報／ 校園博覽會	http://mag.udn.com/mag/campus/storypage.jsp?f_ART_ID=396585
台灣立報／ 教育	http://www.lihpao.com/?action-viewnews-itemid-1191142
PChome 新聞／ 即時新聞	http://news.pchome.com.tw/living/lihpao/20120619/print-13400572648131104009.html
PChome 新聞／ 生活	http://news.pchome.com.tw/living/lihpao/20120619/index-13400572648131104009.html
yamNews／ 社會	http://n.yam.com/lihpao/society/2012061812/20120618554176.html?select=http://n.yam.com/ebcnews/society/20120623/2012062357086020.html
人間通訊社／ 僧信教育	http://life.fgs.org.tw/content/culture_art_news.php?ArticleNo=75424&news_class=SS022
佛光山新聞／ 南華校園	http://www2.nhu.edu.tw/zh_tw/news/%E5%8D%97%E8%8F%AF%E5%A4%A7%E5%AD%B8%E7%B5%90%E5%90%88%E9%81%B8%E7%A7%80%E7%AF%80%E7%9B%AE-%E7%99%BC%E5%8B%95%E6%8D%90%E7%99%BC%E7%A5%A8%E5%81%9A%E5%85%AC%E7%9B%8A-66591742

資料來源：研究者整理（2013）。

以上藉由發布舉辦活動後新聞【南華大學結合選秀節目 發動捐發票做公益】，能提升華山的媒體曝光度，並針對華山組織運作訊息傳遞精準度，達到組織能見度效益目標。

參、參與者回饋

研究者於活動舉辦時，向參與者發送滿意度調查表及參與心得單，並於活動結束後請參與者繳回統計，透過此兩項調查，能評估華山之組織能見度，是否藉由透過本研究舉辦之活動類型，而有所助益。

一、滿意度調查

滿意度調查表全體共 81 人填寫（如附件 4.2），分為參賽者本人及親友觀眾兩部分對照，題目共分為 11 題（如表 4-4 所示）。

表 4-4：滿意度調查表題目

題號	題目
1	整體活動的滿意程度
2	節目內容的滿意程度
3	參賽選手的滿意程度
4	活動場地的滿意程度
5	燈光音響的滿意程度
6	工作人員的滿意程度
7	活動參與前，對於 華山基金會 這個組織，是否瞭解
8	是否同意之後舉辦同類型之活動，可以請大家用 捐發票 方式做慈善公益行善
9	參與完本次活動後，讓我學習到慈善是要實際行動，順手就能幫助人
10	參與完今天的活動後，對於華山基金會，是否有更深地瞭解
11	其他的建議

資料來源：研究者整理（2016）。

題目 1 至 6 題主要針對活動本質，已於第三章第四節檢討完，在此主要針對 7 至 10 題參與者於活動前，是否從不瞭解其組織服務，到參與完本活動後，對華山組織服務有深刻理解，並且認同華山日後可舉辦同類型活動，及體悟到做慈善，是隨手就可實際行動去幫助他人。

參賽者方面共 23 人填寫（如表 4-5 所示），對於活動參與前是否瞭解華山，達 9 成 1 比例不知道及不清楚，僅有 9% 知道，可見大部分的人在活動前是不知道的；是否認同研究者企劃之本活動舉辦方式類型，讓參與者用捐發票的方式做慈善公益，同意者達 9 成 6 比例幾近全部認同。

參與完本活動後，是否讓參賽者學習到，做善事是要實際去行動，且順手就能去幫助弱勢，同樣達 9 成 6 比例幾近全部認同；而參與完活動後，對於華山所做服務，是否有更深刻瞭解，達 7 成 8 比例瞭解，顯示於活動流程中結合愛心宣導介紹，其效益對參賽者本人來說是達成的。

表 4-5：參賽者本人滿意度調查

滿意程度 題號	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常 不滿意
1	9 (39%)	10 (44%)	4 (17%)	—	—
2	9 (39%)	10 (44%)	4 (17%)	—	—
3	11 (48%)	10 (44%)	2 (8%)	—	—
4	8 (35%)	8 (35%)	7 (30%)	—	—
5	8 (35%)	12 (52%)	2 (9%)	1 (4%)	—
6	11 (48%)	10 (44%)	2 (8%)	—	—
滿意程度 題號	是	否	不清楚		
7	2 (9%)	12 (52%)	9 (39%)		
8	22 (96%)	1 (4%)	—		
9	22 (96%)	1 (4%)	—		
10	18 (78%)	2 (9%)	3 (13%)		

資料來源：研究者整理（2016）。

親友觀眾方面共 58 人填寫（如表 4-6 所示），對於活動參與前是否瞭解華山，達 8 成 5 比例不知道及不清楚，僅有 15% 知道，可見大部分的人在活動前是不知道的；是否認同研究者企劃之本活動舉辦方式類型，讓參與者用捐發票的方式做慈善公益，同意者達 9 成 8 比例幾近全部認同；參與完本活動後，是否讓參賽者學習到，做善事是要實際去行動，且順手就能去幫助弱勢，高達百分之百比例全部認同；而參與完活動後，對於華山所做服務，是否有更深刻瞭解，達 7 成 6 比例瞭解，顯示於活動流程中結合愛心宣導介紹，其效益對親友觀眾來說也是達成的。

表 4-6：親友觀眾滿意度調查

滿意程度 題號	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常 不滿意
1	19 (39%)	25 (44%)	14 (17%)	—	—
2	13 (39%)	30 (44%)	14 (17%)	1 (2%)	—
3	10 (48%)	35 (44%)	13 (8%)	—	—
4	7 (35%)	25 (35%)	16 (30%)	9 (16%)	1 (1%)
5	10 (35%)	36 (52%)	10 (9%)	2 (4%)	—
6	27 (48%)	25 (44%)	6 (8%)	—	—
滿意程度 題號	是	否	不清楚		

7	9 (15%)	27 (47%)	22 (38%)
8	57 (98%)	1 (2%)	—
9	58 (100%)	—	—
10	44 (76%)	5 (9%)	9 (15%)

資料來源：研究者整理（2016）。

將全體場內參與者（參賽者本人與親友觀眾加總）共 81 人填寫（如表 4-7 所示），對於活動參與前是否瞭解華山，達 8 成 6 比例不知道及不清楚，僅有 14 % 知道，可見大部分的人在活動前是不知道的；是否認同研究者企劃之本活動舉辦方式類型，讓參與者用捐發票的方式做慈善公益，同意者達 9 成 8 比例幾近全部認同；參與完本活動後，是否讓參賽者學習到，做善事是要實際去行動，且順手就能去幫助弱勢，答是者達 9 成 9 比例幾近全部認同；而參與完活動後，對於華山所做服務，是否有更深刻瞭解，達 7 成 7 比例瞭解，顯示於活動流程中結合愛心宣導介紹，其效益對全體觀眾來說同樣是達成的。

表 4-7：全體場內參與者滿意度調查

滿意程度 題號	滿意程度				
	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1	28 (35%)	35 (43%)	18 (22%)	—	—
2	22 (27%)	40 (50%)	18 (22%)	1 (1%)	—
3	21 (26%)	45 (56%)	15 (18%)	—	—
4	15 (19%)	33 (41%)	23 (28%)	9 (11%)	1 (1%)
5	18 (22%)	48 (59%)	12 (15%)	3 (4%)	—
6	38 (47%)	35 (43%)	8 (10%)	—	—
滿意程度 題號	滿意程度		不清楚		
	是	否			
7	11 (14%)	39 (48%)	31 (38%)		
8	79 (98%)	2 (2%)	—		
9	80 (99%)	1 (1%)	—		
10	62 (77%)	7 (9%)	12 (14%)		

資料來源：研究者整理（2016）。

以上調查得知，透過本研究所舉辦之活動前後，華山的組織能見度及服務，其效益明確，改變顯著，從原本不清楚透過活動宣導後，轉而瞭解，並且也認同華山。透過本研究之活動結合舉辦，可讓參與者用捐發票形式幫助弱勢，也使參與者透過順手捐發票行動，實際學習並潛移默化其愛心，養成幫助弱勢只要順手即能達成，以及華山組織能見度提升之效益也達成目標。

二、參與者心得

參與者活動參與心得部分，參賽者本人及親友觀眾共 67 人有主動填寫（如附件 4.3），主要詢問對於本研究所舉辦之活動，與慈善公益結合舉辦之感想，幾近全部皆表示認同，且希望以後能有機會再度舉辦並參與。

其中有部分參賽者分享其內容表示(如表 4-8 所示)，如民音 3A 谷韻婷：「能夠利用捐贈「發票」，來代替歌唱選秀節目報名費，這是其第一次看到」，對研究者作法感到十分認同，並覺得將發票捐給華山可一兼二顧，參加夢想甄選同時還可以做公益；民音 1A 林宛柔：「選秀節目與公益慈善結合確實是好作法，特別是在流行音樂這一區塊並無人做過，雖然發票的中獎率微乎其微，但養成愛心幫助弱勢比什麼都重要」；創產 3A 宋祖儀：「很感謝華山與金牌麥克風，帶給南華同學們一個圓夢及表演機會」，參賽者普遍希望將來還能繼續參與同樣的公益活動。

表 4-8：參賽者參與心得舉隅

姓名	心得內容
宋祖儀	很感謝華山基金會和金牌麥克風給南華的同學們一個圓夢及表演的機會，希望將來還能有這樣的活動辦在南華；給本次活動的各位，你們辛苦了，還是那麼的棒！
黃子彥	個人認為是一個非常好的做法，而且也是現在世代所需要的，不只是表演也能做愛心幫助，希望能夠多舉辦！這次身為參賽者心情難免緊張，但不管環境音響都非常好，個人很滿意！
谷韻婷	能夠利用「發票」來代替報名費等，這是我第一次看到，是非常不錯的！把這些發票捐給慈善機構，來參加甄選還可以做公益。
林宛柔	總製作人不說客套話！與公益慈善結合確實是個好作法，特別是在流行音樂這一塊，發票的中獎率微乎其微，但有心比什麼都重要！工作人員態度親切努力主持，很棒！參與者都有基本的風度在，無論表現如何，每個人都應得到掌聲！
張哲郡	實際能幫助到慈善活動，也讓參賽者和加油者更加珍惜這次機會；非常謝謝現場工作人員十分友善，讓參與者十分滿意。
朱佑凱	很棒，能夠以捐發票來當作報名資格，不但能夠讓更多人參加還能夠幫助別人，所以以後有類似的活動，我會再參加。
吳書萍	能以捐發票的方式我覺得很好，通常參加比賽需報名費，對有些想表現的人是種負擔，所以我覺得捐發票替代這方式很好。
張琬婷	我覺得此活動很有意義，因為不只可以捐發票救人，也可以參加海選、追夢，很值得！很榮幸可以參加此活動，希望有好成績。

顏子杰	我覺得跟慈善結合是一件很棒的事，可以做功德，又可以救助有需要的弱勢族群。
葉程顯	配合大家時間舉辦在晚上，辛苦各位囉！多舉辦這種公益活動很棒。

資料來源：研究者整理（2016）。

有部分親友觀眾分享其內容表示(如表4-9所示)，也與參賽者持相同感受，如企管 4A 戴韶賢：「藉由捐發票行動與歌唱選秀比賽做結合，可把平時不會去兌獎的發票，在活動中捐贈出來，對其來說是功德展現」，其認為感到很有意義；民音 3A 林婉鈺：「使用捐發票的方式參加本活動，不只單純讓喜愛歌唱者有發揮的舞台，重要的是同時也做了公益，是種兩全其美的方式」，並普遍表示，希望這樣的舉辦方式可繼續延續舉辦，去幫助更多的社會弱勢者。

表 4-9：親友觀眾參與心得舉隅

姓名	心得內容
林婉鈺	用捐發票的方式參加很不錯，可以讓想唱歌的人有發揮的舞台，也可以做公益是一種兩全其美的方式，希望這樣的參加方式可以繼續延續使用，可以幫助更多的人。
劉瑞祥	這次活動結合了公益活動的結合，讓比賽有多意義，順便行銷公益的意義。
李佳盈	結合了發票就可免費參加比賽及觀看比賽的創意我覺得很棒，因為不但可以做公益還可以讓對唱歌有熱情的人不用花錢就可參賽。
莫茹蓓	這次的活動結合了慈善公益真的很棒，不但可以做公益可以表現自己，也很榮幸這次活動辦在南華大學，是個很棒的經驗。
陳姿穎	很好，一方面可以發掘出自己唱歌的才能；另一方面又可以做公益。希望以後還有更多這種可以結合公益又可以展現才藝的活動。
許燕如	與公益結合辦活動是個很好的方式，不但可以聆聽音樂又可以做公益，做愛心可以多多用這樣的方式舉辦。
戴韶賢	藉著捐發票結合歌唱比賽的活動，這次有機會在學校參加這個活動，把平常我用不到也不會去對的發票用在這活動也算是功德。
田欣穎	利用捐贈發票來取代報名費，且又能幫助人，很有意義。
李佳柔	想到用發票入場還滿棒的，還能有下次肯定很棒！
楊坤樺	整個活動非常的不錯，有種把愛傳出去的感受，感到很舒服。

資料來源：研究者整理（2016）。

由此可見，參與者不論是滿意度調查，抑或是參與心得，皆幾近認同研究者替華山解決困境，企劃公關活動之舉辦方式，替華山顯著增加了組織能見度，對

華山組織服務有深刻理解，體認到做慈善，是隨手就可以實際行動去幫助弱勢，因此其效益同樣達成，而參與者無不希望華山，於日後能舉辦與研究者所企劃，同類型之慈善公益活動。

肆、經費與團隊人員效能

華山因發票勸募短少造成運作經費困難，因此要替其舉辦公關活動解決困境，必然在活動籌備時即會遇到經費問題，然而研究者發現各大專院校，其實都有燈光、音響及攝影機等專業器材，南華大學也不例外，於是充分運用校方既有資源，同時向學生事務處課外活動指導組，申請辦理學生藝文活動之補助款，讓華山與研究者完全不需負擔任何費用，即能解決舉辦公關活動之經費問題，待活動舉辦後，也能解決其公關問題，達成預期效益。

研究者雖然向課指組申請補助經費，也受其核定為數不少之補助金額達 79,400 元整，但籌備過程與華山組織持相同概念，秉持該花則花、該省則省理念進行運作花費，採用實報實銷規則，並透過人脈網絡連結校內各級單位現有資源，以致大部分項目皆能無償租借使用，替活動經費運用效率提升，實際花費金額極少支出（如表 4 - 10 所示），本活動實際只花費宣傳、文具及雜支項目內容，實際支出 7,920 元整，比原先預算金額支出節省約達 9 成，即能完成整場公關活動。

表 4 - 10：活動經費實際花費表

項目	實際花費項目內容	預算金額 (單位：元整)	活動後 結算花費金額 (單位：元整)
餐飲	—	7,200	0
器材	—	35,000	0
宣傳	活動海報印刷（大圖輸出）	13,000	2,500
文具	影印紙、魔鬼氈、3M 無痕掛鉤、強力膠帶、珍珠版、標籤貼紙、HP 印表機補充墨水	9,000	2,220
雜支	Sony HDV 帶	12,000	3,200
人事	—	3,200	0
金額加總		79,400	7,920

資料來源：研究者整理（2016）。

華山經費運用方式與公家單位不同，公部門為上級單位，其補助不論多寡，無論如何最終就需使用各類名目核銷完畢，如無核銷完畢，下次再受補助時即會

對預算給予刪減，實為存在於華人傳統中，為人詬病的陽奉陰違、虛偽造假、欺上瞞下、招搖撞騙，四大文化所導致，也導致弊案頻傳。但是，公益團體需於社會資源有限情況下，秉持蹲節開支原則善用，有效利用社會資源善款，因此華山同樣可參考，本活動之經費資源利用方式，替其舉辦公關活動解決其募款困境。

活動團隊之人員數量部分，研究者秉持於不增加每人工作壓力量下，去除不必要冗員原則組成工作團隊，本工作團隊含研究者在內僅有十人，即需承擔起對學生界來說之校際型大活動，往往其類型活動時常動員全系學會，甚至全班人員協助才能辦成，但研究者依據過往九年辦理活動或競賽之經驗，僅需活動舉辦之所需基本核心項目數搭配與之負責的工作人員即可辦理。

每一個辦活動的團隊或召集人，都會希望活動辦得成功和順利，但大多數的團隊，都沒有仔細想過工作人員這部分。但本團隊不同之人力安排法，如簽到處的發揮作用僅於參與者入場及離場時間，其餘節目錄影時間則兼任負責一台攝影機拍攝工作，如此一來，既不增加該人員之原本工作事項壓力，又可節省活動人力運用效率，同時也遏止人多嘴雜處境，反道增加彼此的向心力，讓團隊成員更加團結，使活動效益辦得更好。大部分之公關活動團隊，以為幫忙的人越多越好，能對外顯示其團隊狀大團結之虛假表象，孰不知在結束後，冗員批評、鬥心鬥角接踵而來致彼此失和，一不小心就變成為了辦活動而辦活動，導致團隊成員對於活動本質的熱情流逝，最後辦了活動反而變成一種心力損耗。

對照華山整體組織人員數量短少處境，應可參考本公關團隊於舉辦活動時之人力配置原則，於不增加人員原本工作量狀況下，卻能辦出 CP 值極高的活動，實為其可參考之價值。

綜合上述，研究者皆達成原先企劃之預估效益，透過鼓勵青年學生從事正當休閒娛樂，培養成為公益互助之新公民背景下，幫助解決華山發票捐贈數量短少問題，也吸引青年大學生逐漸養成投入社會公益之習慣、引導青年族群關懷社會且重視公益之人文精神，並集結學生自身力量資助公益活動，最終透過媒體曝光，有效延伸活動效益及宣導目標。

伍、未來努力方向

由於本研究之公關活動企劃，為一次性之活動，雖初試啼聲便成功完成任務，達成預估效益，也獲得活動參與者極高評價，甚至希望研究者於日後能再度舉辦，將慈善公益與歌唱節目類型整合之公關活動。

但畢竟為單次活動，也僅能解決華山短期募款問題，該會應該再思索如何增加誘因，讓其產生之效益高峰能夠綿延不絕產生，而非曇花一現。研究者建議可從網路媒體、自媒體、並與固定單位維持合作繼續辦類似活動方向作努力。

就自媒體的行銷工具言，研究者大力推薦。此係因自媒體是私人化、平民化、普泛化、自主化，成本尚低的傳播者，以現代化、電子化的手段，向不特定的大多數或者特定的單個人，傳遞規範性及非規範性信息的新媒體的總稱，也稱為個人媒體，在家即能各自擁有，包括 BBS（電子佈告欄系統）、Blog（部落格）、FB（臉書）、Line（手機通訊軟體）等，為網路時代之產物。

自媒體的特點如平民化、個性化，這便道出了自媒體最根本的平民化特點，從旁觀者轉變成為當事人，每個大眾都可以擁有一份自己的網路報紙(部落格)、網路文章或網路直播（FB），讓媒體仿佛一夜之間飛入尋常百姓家般，變成了個人的東西。如近期竄起之臉書直播功能，除了用手機直接視訊，並同步讓大眾七嘴八舌各抒己見，甚至最後把討論做得比視訊本身更精彩，重點在於直播的魅力能促使感染大眾，讓更多人體驗臉書直播獨一無二的參與感和即時互動性。

每個人可自主地在自己的部落格上想寫就寫、想說就說，也可以利用臉書來表達自己想要表達的觀點，傳遞他們生活的陰晴圓缺，構建自己的社交網路，總而言之，就是 DIY 自己動手製作，沒有專業的限制、想做就做的概念，每個人都可以利用 DIY 做出一份表達自我的產品來，所以建議華山應善用自媒體，展現組織服務的內涵，維持並持續其組織於社會大眾心中的能見度。

門檻低、運作簡單也是自媒體另一優點，相對電視、報紙等這樣的傳統媒體而言，媒體的運作無疑是一件複雜的事情，它需要花費大量的人力和財力去維繫，且一個媒介的成立，需要經過國家有關部門的層層核實和檢驗，其測評嚴格、門檻極高，讓人望而生畏，幾乎是不可能的任務，所以在這個網路文化高度發展的時代，華山同樣更應該將服務內容持續張貼上網路，讓大眾瞭解。

最後，自媒體也有交互性強、傳播迅速特點，原因在於沒有了空間和時間的限制，得益於網路科技的發展，任何時間、地點，都可以經營自己的媒體，使訊息能夠迅速地傳播，時效性也大大地增強，其高效率是傳統的電視、報紙媒介所無法所及的，而自媒體也能夠迅速地將訊息傳播到大眾中，大眾也可以迅速地對訊息傳播的效果進行反饋，所以說，自媒體與受眾的距離是為零的

很遺憾地，華山於 2016 年 6 月 6 日當天，爆出嘉義民雄愛心天使站之前站長，冒用往生者資料捏造訪視紀錄領取績效獎金事件，事發至今總會對此仍向社會大眾解釋事由，僅於其網站上表示已處理，危機處理能力實為有待加強。

此事件已傷害華山組織形象，社會心中也對其信任度有所影響，此時華山即可透過自媒體，與社會大眾進行雙向溝通解釋，除了將內部資料公開，也可同時如將平時服務影片，透過網路放送給社會大眾理解，讓組織能見度反彈為升。

另外，華山應透過本公關活動之成功經驗，與各電視台歌唱選秀節目之製作單位持續固定合作，如捐贈發票為學生族群最具效果，而流行音樂區塊在學生族群生活中已不可或缺，在此誘因下與固定單位繼續辦活動，能讓華山之發票募集、組織知名度來源持續穩定，知名度還有可能持續上揚。

本次研究者在南華辦理之活動，場地問題為本次活動唯一缺失，因此校方場地問題亟需解決，時至今日終於盼望出一絲曙光，校方已於半山腰開始大興土木，興建全室內型可同時容納 2000 人的國際會議廳，如本研究效益預估，81 位參與者即募到 1137 張發票情況下，2000 位參與者便可募集到約 2 萬 8 千張發票，募資效益更為驚人。

雖然研究者之研究生涯即將告一段落，但未來希望加入電視節目製作行列，因此有朝一日，期望能繼續將慈善公益與電視節目做結合，秉持在校所學之傳播、社會學專業，轉換角色繼續與華山持續合作，使其募款來源與組織知名度，能持續維持高度穩定，使其本研究試圖解決的困境，不復存在。

以結合研究者從大學時代社會學背景所學，及本公關活動之企劃，研究者在尋找相關資料過程，深刻發現華山在與大學生互動這一區塊的缺乏。事實上今日奠定大學生對華山獨居老人關懷事業的認同，等同於培養一群未來有財力的支持者。可惜華山即或與創世、人安兩基金會展開全台性的策略聯盟，參與該基金會的孤老關懷，亦促使研究者有了進行本研究之發想，唯不管在與社會互動或危機處理上，華山於公關層面來看，都顯現出相對的捉襟見肘。是以建議強化透過自媒體、臉書等互動平台，或貼上孤老之需要；或有專人解釋社會各界的誤解，讓包括大學生在內的廣大的鄉民，不只誤會消除，同時更可以撒下對華山社會公益的認同種籽，且更實際的看，這群鄉民都會成為慈善團體的捍衛及解釋者，此亦為研究者所提供與華山抑或是相關慈善團體，基於公關策略之推行模式之建議。

參考書目

壹、中文書目

Allison, M. & Kaye, J.著，蔡美慧譯（2001）。《非營利組織的策略規劃實務指南與工作手冊》。台北：喜瑪拉雅研究發展基金會。

Griffin, R. W.著，方世榮譯（1999）。《基礎管理學》。台北：東華。

王增勇（1998）。西方日間照顧的歷史與重要議題。《社區發展季刊》，第 83 期：頁 168—190。

江明修（2000）。《我國基金會之問題與健全之道》。台北：智勝文化。

李小梅（1993）。〈台灣地區社會福利基金會贊助人之行為及其行銷策略之研究〉。行政院國家科學委員會專題研究計畫論文。

李光玉、曾明朗（2008）。〈嘉義地區老人安養機構服務品質評鑑準則之因果決策研究〉。嘉義大學通識學報第六期：180。

李秀娟（2011）。〈「在地老化」老人服務模式發展元素初探—以財團法人華山社會福利慈善事業基金會服務經驗為例〉。台北：政治大學經營管理碩士學程（EMBA）。

沙依仁（1996）。《高齡學》，台北：五南。

吳佳霖（2005）。〈非營利組織募款策略之比較研究〉。佛光人文社會學院公共事務研究所碩士論文。

李奕昕（2006）。高齡化社會高齡者教育育的策略與規劃。《網路社會學通訊期刊》，第 58 期。

李淑如（2014）。〈高齡化的國際實踐與台、日的長期照護政策〉。國立中正大學戰略暨國際事務研究所碩士論文。

邱黎明（2000）。〈長期照護老人對照護服務需求與滿意度之探討〉。國防醫學院

- 公櫃衛生研究所碩士論文。
- 官有垣、杜承嶸、王仕圖（2010）。〈勾勒台灣非營利部門的組織特色：一項全國調查研究的部分資料分析〉。《公共行政學報》，第 37 期：頁 111—152。
- 林怡萱（2011）。〈企業社會責任表現對消費者知覺及購買意向之影響〉。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
- 林依瑩、朱盈勳、陳莉莉（2007）。〈弘道老人福利基金會募款實務之探討〉。《社區發展季刊》，第 118 期：頁 112—120。
- 林建煌（2008）。《管理學》。臺北：新陸。
- 林佩璇、戴怡欣、游巧瑜、劉倫吟、來沛潔、陳紫音（2011）。〈個人消費者取具統一發票意願之研究—以朝陽科技大學師生為例〉。朝陽科技大學會計系 99 學年度畢業實務專題報告。
- 林雅莉（1997）。〈非營利組織募款之研究〉。國立政治大學公共行政學系碩士論文。
- 俞玫姣譯（2005）。《社會行銷》。台北：五南。
- 施教裕（1996）。〈老人安養機構的運作模式和原則〉。《社會福利》，126：頁 24—29。
- 洪儒瑤、陳明璋（2005）。〈台灣社會服務機構面臨環境與問題研究〉。《中華技術學院學報》，第 32 期：頁 273—302。
- 陳正哲、賴春美、郭連鈞、楊孟勳（2013）。〈實施電子發票對民眾捐贈發票意願影響之探討〉，《遠東學報》，2013：8 月：30 卷：2 期，頁 105—116。
- 陳百岳（2014）。〈非營利組織之績效研究—以台灣護老機構為例〉。大仁科技大學碩士論文。
- 陳伶珠等（2003）。居家服務操作手冊。台北：中華民國老人福利推動聯盟。
- 陳奇銘、吳宏明、鄭偉志、劉家維（2006）。〈大學生索取統一發票意願之研究—以台南地區為例〉，《真理知識經濟學報》，第 1 卷：1 期，頁 27—45。
- 陳琇玲譯（2004）。《社會行銷時代—贏得顧客芳心的新武器》。台北：早安財

經文化。

高宜凡（2014）。〈退休年齡比法定早 7.5 年，軍公教最滿意退休生活〉，《遠見雜誌》，2014：8 月：338 期，頁 46—52。台北：遠見。

孫得雄（2010）。〈台灣人口的少子化與高齡化的衝擊與因應措施〉，《健康世界》，2012：8 月：291 期，頁 77—78。台北：啟新健康世界。

高雅玲（2013）。〈借鏡國際，善用銀髮族的經驗與智慧〉，《思潮》，2013：12 月：11 期，頁 16—19。台北：經濟部技術處。

涂瑞德、陸宛蘋（2009）。《非營利部門：組織與運作第二版》。台北：巨流圖書。

許淮之、高明瑞、趙平宜（2011）。〈非營利組織企業化之困難與挑戰〉，《創業管理研究》，6 卷：1 期：頁 55—80。

曹慶（2006）。《社區愛心天使站工作手冊（I）》，2011：12 月：最新第八版。台北：財團法人華山·創世社會福利慈善事業基金會。

曹慶（2006）。《社區愛心天使站工作手冊（II）》，2011：12 月：最新第八版。台北：財團法人華山·創世社會福利慈善事業基金會。

莊馥慈（2009）。〈客家地區志工人力資源發展之研究—以老人服務為例〉。國立中央大學客家政治經濟研究所碩士論文。

黃秀青（2014）。〈社會福利政策執行與評估—以嘉義縣「居家服務照顧」為例〉。國立中正大學政治學研究所碩士論文。

黃松林、郭銀漢等（2012）。〈社區復原韌性與社會工作災害重建的關係〉，《台灣社區工作與社區研究學刊》，2(1)：頁 2—28。

彭玲株（2013）。〈台日高齡化福利制度之比較研究—以老人安養設施之完備性為焦點〉。國立高雄第一科技大學應用日語系碩士論文。

黃惠如（2013）。〈照顧年老父母，我們所愛的人〉，《康健雜誌》，2013：8 月：177 期，頁 144—156。台北：康健。

黃富順、楊國德（2011）。《高齡學》，台北：五南。

黃漢華（2014）。〈面對老年生活，你開始準備了嗎？〉，《遠見雜誌》，2014：

- 8 月：338 期，頁 38—45。台北：遠見。
- 詹火生等（2006）。《主要國家因應人口老化社會福利政策之研究》，台北：行政院經濟建設委員會。
- 楊瑪利（2002）。〈養不起的未來Ⅱ－儲蓄未來〉，《天下雜誌》，2002：2 月：249 期，頁 122—164。台北：天下。
- 齊思賢譯（2005）。《社會的趨勢》，台北：商周出版。
- 齊思賢譯（2005）。《經營的哲學》，台北：商周出版。
- 鄭讚源（2000）。〈社會福利機構與政府之間關係的省思－以我國老人安養護機構為例〉，《新台灣社會發展學術叢書》，長期照護篇，頁 269—300。
- 範光中、許永河（2010）。〈台灣人口高齡化的社經衝擊〉。《台灣老誌》，第 5 卷第 3 期：頁 149—168。
- 劉奕宏（2009）。〈台灣信仰型非營利組織治理活動與模式之研究－以五個信仰型非營利組織為例〉。國立中央大學法律與政治研究所碩士論文。
- 蔡培村（1996）。《成人教育與生涯發展》，高雄：麗文文化。
- 蔡啟源（2000）。〈建構「老人長期照顧制度」之我見－日本「公共介護制度」經驗之參酌〉。《社區發展季刊》，第 121 期，頁 428—457。
- 駱淑女（1997）。〈社會行銷模式之研究－以公益彩券行銷為例〉。東海大學管理研究所碩士論文。
- 蕭新煌、馮燕（2000）。《非營利部門：組織與運作》。台北：巨流圖書。
- 蕭富峰（2006）。《行銷策略》。台北市：華泰文化事業股份有限公司。
- 戴媛坪等（2008）。〈非營利機構關鍵成功因素之研究－以 A 老人養護中心為例〉。東亞論壇：459：頁 75—86。
- 謝儒賢譯（1998）。《工業社會工作》。台北：洪葉。
- 蘇佩勳、洪于婷、林宜慧、姚琇恩、楊珮君、王馨如、黃毓雯（2016）。〈探討日式日間照顧服務模式－以新北市的日間照顧中心為例〉。致理科技大學應用日語系 104 學年度畢業實務專題報告。

貳、網路部分與其他

<http://www.mantraco.com.tw/tao/2006/D260410.htm>

<http://blog.xuite.net/joey1230/twblog/119656281-%E4%BA%94%E5%8A%9B%E5%88%86%E6%9E%90%E7%94%A2%E6%A5%AD%E7%92%B0%E5%A2%83%E6%8E%8C%E6%8F%A1%E4%BC%81%E6%A5%AD%E5%84%AA%E5%8B%A2>

行政院主計總處綜合統計處（2012）。〈人口國情統計通報〉，第 199 號。上網日期：2014 年 3 月 25 日，取自：

<http://www.dgbas.gov.tw/public/Data/2101616281771.pdf>。

行政院經濟建設委員會人力規劃處（2015）。〈2010 年至 2060 年臺灣人口推估〉，《人口老化專輯》。上網日期：2015 年 7 月 27 日，取自：

<http://csyue.nccu.edu.tw/ch/2010-2060%20Taiwan%20Population%20Projection.pdf>

李樹人（2011）。〈台灣老化地圖 雲、嘉、澎入列〉，《聯合晚報》。上網日期：2013 年 4 月 18 日，取自：<http://udn.com/NEWS/NATIONAL/NAT5/6451242.shtml>

洪凱音（2012）。〈我 65 歲以上人口 攀升至 11%〉，《中國時報》。上網日期：2013 年 4 月 18 日，取自：

<http://tw.news.yahoo.com/%E6%88%9165%E6%AD%B2%E4%BB%A5%E4%B8%8A%E4%BA%BA%E5%8F%A3-%E6%94%80%E5%8D%87%E8%87%B311-213021300.html>。

陳子鈺（1999）。〈二十年內，台灣爆發老化症〉，《遠見雜誌》，第 154 期。上網日期：2016 年 5 月 8 日，取自：

http://www.gvm.com.tw/Boardcontent_5941.html。

楊瑪利 (2002)。〈更加養不起的未來？〉，《天下雜誌》，第 249 期。上網日期：2014 年 4 月 13 日，取自：

<http://www.cw.com.tw/article/articleLogin.action?id=27919&login=false&page=1>。

劉慧俐 (2007)。〈人口老化的趨勢與對策〉，《高醫醫訊月刊》，第二十六卷第十一期，5。上網日期：2014 年 4 月 13 日，取自：

<http://www.kmu.edu.tw/~kmcj/data/9604/5.htm>。

顏真真 (2009)。〈史上最高單筆捐贈！中 9.37 億大樂透 40 歲男捐 2.1 億做公益〉，《NOWnews》。上網日期：2013 年 3 月 25 日，取自：

<http://www.nownews.com/n/2009/06/23/851202>。

捐贈電子發票愛心網。上網日期：2016 年 7 月 4 日。取自：

<http://www.netnews.tw/genesis/index.html>。

參、英文書目

Andreasen, Alan R. (1995) . *Marketing Social Change: Changing Behavior to Promote Health, Social Development and Environment*. SF: Jossey-Bass.

Barney, J. (1991), *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*, *Journal of Management*, Vol.12, pp49-68.

Burnett, K. (1992) . *Relationship Fundraisin*, London: White Lion Press.

Collett, Stacy (1999) .*SWOT Analysis*, Computerworld 133 : 58-61.

Corrall, Sheila. (2000) .*Strategic Management of Information Services : A Planning Handbook* ,Lonton: Aslib/IMI.

Drucker, P. F. (1990) . *Managing the Non-Profit Organization, Principles and Practices*. New York: Harper Collins.

- Kelly, K. S. (1991) . *Systems Theory: Charitable Organizations and Their Environments*. Fund Raising and Public Relations.
- Kotler, Philip and A. R. Andreasen (1991) .*Strategies Marketing for Nonprofit Organization*. New Jersey: Prentice Hall ,Inc.
- Kotler, P. (1996) .*Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, 9th ed.*,NJ: Prentice-Hall.
- Learned, Edmund P., C. Roland Christensen, Kenneth R. Andrews, and William D. Guth,(1965) *Business Policy: Text and Cases*, Richard D. Irwin, Homewood, IL.
- M.E. Porter (1985) .*Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance*, Free Press, 1st edition.
- Robbins, S. P(2000). *Essentials of Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sharplin, Arthur(1985),*Strategic Management*, New York : McGraw-Hill.
- Turner, M.(2001),*How Does Your Company Measure Up*, Black Enterprise 132 (4) ,52-53.
- Valentin, E. K.(20010) , *SWOT Analysis from a Resorce-Based View*. , Journal of Marketing theory and Practice , Spring , 9(2) , 54-69 .
- Weisbrod, B. A.(1998) . *To Profit or Not to Profit: The Commercial Transformation of the Nonprofit Sector*, Boston, MA: Harvard University Press.
- Wernerfelt, B. (1984). *A resource-based view of the firm*. Strategic Management Journal, 5, 171-180.

附件 1.1：2013 年 5 月 10 日 邱社服員訪談逐字稿

訪問對象：邱社服員

訪問時間：2013.05.10

訪談地點：嘉義華山

內容	編碼	詮釋
<p>問：可以請問一下你們基金會服務有哪些？</p> <p>答：<u>華山基金會呢，是在做三失長輩的服務。</u></p> <p>問：甚麼的對象是三失長輩？</p> <p>答：<u>所謂三失的長輩就是失能、失憶跟失智的長輩。</u></p> <p>問：那服務對象的限制？</p> <p>答：<u>那我們服務的年齡是從六十五歲以上，才是我們所服務的長輩，那我們服務的對象是政府沒有幫助到的邊緣戶的長輩。</u></p> <p>問：比如說像是？</p> <p>答：<u>比如說，他可能身邊會有一大片的田地，然後沒有辦法變賣掉，然後他有了這片田地以後呢，就沒有辦法申請到所謂的中低收入戶跟低收入戶政府的補助。</u></p>	<p>A-1</p> <p>A-2</p>	<p>華山服務的是三失長輩，三失指的是失能、失憶、失智。</p> <p>華山服務的對象是六十五歲以上且政府沒有辦法用補助照顧到長輩們。</p>
<p>問：那麼你們服務的細項有哪些？</p> <p>答：<u>那我們服務的項目有陪醫、然後物資協助、關懷訪視、然後代購物品跟協助取藥等等，以及原床泡澡。</u></p> <p>問：甚麼是陪醫服務？</p> <p>答：那所謂的陪醫服務就是說，我們的長輩可能自己的身體不適了，他會選擇到診所去打個止痛針跟吃了止痛藥，那如果我們有發現了這樣的長輩的話，<u>我們會就是跟這些長輩做一個引導，然後到帶他們到大醫院做一個仔細的檢查。</u></p> <p>問：等於就是說陪同就醫的意思？</p> <p>答：對！那我們陪醫的重點還有一個就是會幫忙聘醫生給這些長輩醫治，<u>比如說他不能吃什麼、要注意什麼、或是藥要怎麼吃，我們回去幫長輩做一個分藥，或是再做一個叮嚀的動作，這就是我們的陪醫服務。</u></p> <p>問：甚麼是關懷訪視？</p>	<p>A-3</p> <p>A-4</p>	<p>華山服務的內容有陪醫、物資協助、關懷訪視、代購、協助取藥、原床泡澡等。</p> <p>陪醫服務指的就是陪同就醫，帶長輩到大醫院進行治療，且叮嚀用藥方式予以協助。</p>

<p>答：然後再來是<u>關懷訪視</u>，我們每個月會有<u>固定的時間</u>，一個月兩次至三次的<u>不等</u>，到長輩家去看看他有什麼需求，<u>第一個關心他的身體</u>，有沒有特殊的狀況；<u>第二個他在附近這幾天的時間裡面</u>，有沒有遇到比較奇怪、特殊的事情。</p> <p>問：比如說最近很猖獗的詐騙集團？</p> <p>答：對！</p> <p>問：那還有其它面向的關懷嗎？</p> <p>答：然後再來就是<u>關心他物資夠不夠</u>。</p> <p>問：就是像是噓寒問暖？</p> <p>答：對！<u>有沒有穿暖、有沒有吃飽</u>。</p> <p>問：嗯，讓長輩感到溫暖？</p> <p>答：對！<u>給他一個最基本的社會的一個關心</u>，讓長輩能感受到其實他身邊是有人在關心他的，<u>不會對生活產生一個絕望</u>，比如說，我老了，沒用了。對！可能就是等死而已，</p> <p>問：就是指給長輩有希望？</p> <p>答：對！這就是我們關懷他的目的。</p> <p>問：那還有其它對長輩的關懷嗎？</p> <p>答：那再來是<u>我們有做年節的關懷</u>。每三節，<u>中秋、端午跟過年的春節</u>，我們都會送所謂的<u>關懷禮到長輩家去</u>，讓他感受到說社會也有對他一些些不同的關心啦，不會讓他感受到說，ㄟ／～別人在吃中秋月餅、別人在吃端午粽子的時候，只有我一個人是孤單在家裡的，那有我們的這些關懷力，他能感受到（模仿長輩接受完服務回應示意）…其實他是感受到有一個關心他的這樣子。</p>	<p>A-5</p> <p>A-6</p>	<p>關懷訪視指的是每月2~3次頻率，主動到長輩家關心、關懷長輩，在生活中遇到的狀況，讓長輩感受到社會所給予的溫暖。</p> <p>華山的常年服務中的年節關懷，會在春節、端午、中秋這三節，送長輩們關懷禮。</p>
<p>問：那你們基金會的服務中最與眾不同的是？</p> <p>答：再來是，<u>基金會最大的不同點是</u>，有別於以往是<u>我們發明了一個原床泡澡</u>，幫我們失能的長輩，在那個床上，不用把他搬到浴室上，不用把他搬到輪椅上再坐到浴室，就<u>很容易在床上搭一個簡單的架子</u>，<u>跟棚子</u>，他就可以做一個SPA的一個的泡澡的服務，然後長輩這樣子經過原床泡澡</p>	<p>A-7</p>	<p>華山與其它機構最大的特色服務為原床泡澡，在已失能的長輩床上直接架棚子，讓長輩不需下床就可享受泡澡。</p>

<p>的服務以後，會促進他的血液循環，能更好，然後幫助他身體的病源，不能說他可以恢復的很好啦，至少他是從一個…</p> <p>問：那可不可以分享一下這類的案例？</p> <p>答：我們服務的案例是說，<u>我們幫一個三年沒有洗過澡的阿伯，泡過了一次了以後，阿伯再泡兩次、三次以後，他會開口講話，他會用眼睛來示意，跟他講說謝謝我們這樣子，就是我們感动的地方。</u></p> <p>問：難忘的回憶就是了？</p> <p>答：對！那你看到這樣子，<u>其實心裡是很高興的。</u></p> <p>問：讓妳服務到感動想哭？</p> <p>答：對！<u>因為服務阿伯那麼久，應該是說三年了啦！把他從絕望中拉回來，這就是華山的服務，其實每次跟人家講這個就會哭，這已經不能再哭了（社區服務員苦盡甘來般笑著），因為還有其他更多的長輩需要我去幫忙他們，所以其實這類似的都很多，覺得在這樣子的貧聚的社會差距下，我們更鄉下、更偏鄉的地方，有更多這樣子的獨居長輩，其實是我們還沒有去發現他而已。</u></p> <p>問：就是說平常人聽妳這麼說都不相信？</p> <p>答：<u>對！</u>我們看到的可能是說，怎麼可能？！我們出去跟人家募款，跟人家做活動的，就是接洽的時候，人家說怎麼可能？！怎麼可能現在還會有這樣的長輩在，他們的兒女呢？！</p> <p>問：就妳跟大家分享完案例也還是不相信？</p> <p>答：<u>對！</u>他們都會這樣子的回答，我說沒關係，改天你跟我們去看這樣的長輩，你就會相信了，對。</p>	<p>A-8</p> <p>A-9</p>	<p>讓服務員感動的案例是，在協助失能的長輩泡澡後，長輩會示意感謝，讓服務員感覺服務是值得的。</p> <p>現今 M 型社會發展下，社會大眾未知在窮鄉僻壤的地方，仍有需要協助的長輩。</p>
<p>問：你們基金會在服務過程遇到哪些瓶頸？</p> <p>答：<u>嘉義縣市這裡已經成立了十九個站別了，然後現在遇到的困境，就是嘉義縣的偏鄉，四大偏鄉，東石、布袋、然後義竹跟大埔，現在是沒有長輩的服務到宅車。</u></p>	<p>A-10</p>	<p>華山第三大困境為嘉義偏鄉無服務長輩的公務車，解決方式為透過在地公司的募款</p>

<p>問：車子是用來服務長輩？</p> <p>答：對！<u>可以來服務長輩，這是第三大困境，所以現在基金會在端午節的這個活動裡面呢，接洽到了一個叫做大王千金的一個公司，然後他現在捐出了一萬組的一九九捐款送的餅乾，那就是捐了一九九以上的捐款，然後又可以送一組一九九幸福九九的餅乾，然後又可以做公益，又可以吃這個手工餅乾，然後來幫助基金會做這個愛心到宅車的購置</u>這樣子。</p> <p>問：那缺到宅車是第三大困境，那第二大困境是甚麼？</p> <p>答：另外嘉義縣市來講，這邊<u>嘉義縣屬農業社會，然後企業的也有工業區，但是捐助華山的（服務員嘆氣著）…因為華山的知名度還沒有打的像創世那麼好啦，所以我們出去推活動的時候，有的人甚至都不知道我們華山基金會是在做什麼。</u></p> <p>問：就感覺出去宣傳沒人知道？</p> <p>答：對！然後就是<u>我們現在要更努力辦活動，讓大眾看到我們的服務的點，所以會造成說我們有時候（服務員苦笑著）…我們剛才才講到說，我們三節，中秋、端午跟年節，要送給長輩的關懷禮其實都是我們從辦活動、或是說到企業家去跟公司做接洽，然後看有沒有什麼所謂的公益經費，可以提供給我們這樣子。</u></p> <p>問：那這結果歸咎原因是？</p> <p>答：像是<u>我們現在在跑端午節的這樣的一個過程中，有發現到其實經濟不景氣，也造成慈善團體的一個非常大的一個點啦，人家會覺得說，我自己都三餐吃不飽了，怎麼會有多餘的錢來幫助你們呢？！</u></p> <p>問：就常吃閉門羹？</p> <p>答：對！但是還是有一大部分的善心人士願意贊助我們的。</p> <p>問：那你們有想要解決？</p> <p>答：對！所以華山這邊要努力的是說，我們要</p>	<p>A-11</p> <p>A-12</p> <p>A-13</p>	<p>活動，募集所需資金。</p> <p>華山第二大困境為組織能見度不足，社會大眾不知華山幫這個社會做了哪些服務。</p> <p>解決組織能見度方式為多舉辦募款活動，除了常年的年節關懷募資活動外，也像各企業勸募，讓社會大眾看到華山的服務。</p> <p>華山在募款過程中，由於經濟大環境的不景氣，大部份的社會大眾不願捐款。</p>
--	-------------------------------------	---

<p>把更多我們要做的服務，把它展現在大家的面前，讓大家看得到華山在做什麼這樣子。</p>		
<p>問：那再問一下，我看到放在便利商店外的發票勸募箱上，除了你們華山外，還有看到創世及人安，這個組織間關係是如何？</p> <p>答：<u>我們華山基金會上面有一個創世基金會，下面有一個人安基金會，我們是策略聯盟，但是我們是專款專用</u>，幫助創世的是植物人，那就是專款專用到植物人身上去，不會人家捐到創世又幫助到華山的長輩，那如果<u>捐到華山的長輩身上，就是在華山的長輩身上。</u></p> <p>問：嗯，就是不會像紅十字會那樣有經費運用的負面情形？</p> <p>答：對！那<u>我們一個長輩一個月的服務經費是一千兩百塊，包括他的人事的費用，是跟一些交通的費用</u>是一千兩百塊是最初估（服務員正計算）…初估一個長輩是一千兩百塊，那我們十九個站，<u>一個站最多目標是服務一百個長輩，所以我們一個口號是，幫助一個站，守護一百個長輩，這樣子的一個口號出來，就是希望大家都能，在地人幫助在地人</u>，然後像大林阿，就能幫助服務大林這一百個長輩這樣子，支持一百個長輩的服務經費，對（服務員點頭著）。</p>	<p>A-14</p> <p>A-15</p>	<p>華山與創世、人安為姐妹會，對善款採專款專用，雖然會在發票勸募箱上共同宣傳，但會在發票箱上註明勸募會別。</p> <p>華山在各鄉鎮市區的天使站，一站最多服務當地 100 位長輩，而每個月服務一位長輩的經費是 1200 元。</p>
<p>問：再冒昧詢問一下，剛才妳前面有提到說在嘉義這區域除了向在地企業勸募外，除了你剛才所提到兩個困境，最大困境為何？那還有其它解決運作困境的作法嗎？</p> <p>答：<u>最大困境就是募到的發票量少</u>，通常都是舉辦活動，就希望藉由這樣的活動呢，就是<u>培養像你們同學能順手捐發票，我當縣服務員的已經那麼多年了，最有大家群聚效果，然後能大量捐發票的族群就是學生了</u>，另外還能讓學生關心身邊的、厝邊的老大人。</p>	<p>A-16</p>	<p>華山最大困境為愛心發票募集量的減少，解決方式為透過舉辦校園活動，能募集到學生族群的大量捐贈發票。</p>

<p>問：所以<u>勸募發票能解決妳們最大的困難？</u></p> <p>答：<u>對！</u>不只是關心華山基金會的長輩以外，自己的長輩、自己的爸媽、自己的阿公阿嬤，自己也要隨時一句話、一個小小的動作，能隨時去關心他，<u>然後也希望同學能培養說，有時間或是有空的時候，到基金會來做一個幫忙，跟著各站長一起去看看這些長輩，長輩非常希望能看到一些不同的面孔，不是每次去都只是站長一個人而已，能希望同學能撥一些小小的時間來做一些更有愛心的事情、更有意義的事情的志工服務</u>，再來是希望能藉由像這樣類似的活動，能幫同學、讓同學捐發票來幫助華山基金會的這個募發票的這個困境這樣子，幫助發票短少的一個困境。</p>	A-17	在校園舉辦活動的同時，除了向學生勸募發票，也能進行招募志工協助華山服務。
<p>問：那以南華在大林在地，你們認為服務過程有沒有其它面向分享？</p> <p>答：另外比如說，<u>我們站長每天都要去看長輩，那如果今天是陪長輩去就醫的話，就要花掉一天的時間</u>，從早上如果以大林來講，到慈濟去可能會半天就OK，可是在溪口，長輩都要去到嘉基，然後往返的車程就要一個小時多，然後在那邊等檢查、排號碼，就要大概兩、三個小時，所以要花掉站長半天的時間，那<u>如果說有志工可以來幫忙的話，站長可以去做其他更多就是看長輩的事情。</u></p>	A-18	陪長輩就醫的服務會花上站長一天的時間，如有志工協助，可服務更多長輩。
<p>問：所以<u>志工方面也是缺少的？</u></p> <p>答：<u>對！</u>或是說站長去陪醫，其他的同學幫站長去訪視長輩，其實長輩他現在因為陸續都有什麼大林國中阿、中正阿來看我們的長輩，其實我們這樣子去看長輩的時候，長輩都會說，ㄟㄟ阿敏，你今天只有一個人來喔，阿那些孩子都沒有來喔，<u>其實長輩是希望看到更多不同的人、生面孔去關心他</u>，聊的話題阿，都不會只是說，阿嬤你今天藥有吃嗎？對阿，那最近有什麼不一樣的事情嗎？有什麼事情要跟站長</p>	A-19	華山在招募學生志工方面也有困境，而學生通常來自在地學校，如果碰上像是在大林的南華，很少學生志工協助服務，對站長而言是種困難，因為長輩們希望能看到更多不同的面孔服務他們。

<p>分享的嗎？只是分享的就是那些，看到年輕的志工妹妹來，他說，哎喲，阿你幾歲？阿你現在讀哪？阿就會問一些不一樣的話題，這是我們的希望，所以才會一直那麼想說，ㄟ／～<u>其實有不同的人來這邊做志工是對長輩是一個福利，但是現在學生做志工還是少，尤其是像大林在地的南華，南華大學的同學更是少之又少（服務員此時苦長笑般），這區（指大林民雄）都是你們隔壁的中正在幫我們做，所以要加油！</u></p>		
--	--	--



附件 1.2：2015 年 5 月 21 日 洪公關訪談逐字稿

訪問對象：洪公關

訪問時間：2015.05.21

訪談地點：台北華山

內容	編碼	詮釋
<p>問：請問貴基金會在組織運作上遇到的困難為何？</p> <p>答：<u>本基金會遇到最大的困難，就在於向善心人士所勸募到的發票量減少。</u></p> <p>問：那是甚麼樣的原因造成這樣的情形呢？</p> <p>答：<u>因為政府在民國 93 年實行電子發票政策後，很多善心人士會將自己的發票存在自己本身的電子帳戶裡，進而造成隨身攜帶的發票量就不如以往、變少。</u></p> <p>問：那政策實行前後的異動量為何？</p> <p>答：像是<u>本會所招募到的學生志工們，到了街上進行勸募發票行動後對比，在政策實行前，平均每個月能募集約 4000 至 5000 張發票，至政策實行後，平均每個月就只剩約 1000 至 2000 張發票，捐贈發票的民眾減少許多。</u></p> <p>問：所以造成貴會困境？</p> <p>答：是的。就<u>造成本會對長輩的服務經費主要來源是極具困擾的。</u></p>	<p>B-1</p> <p>B-2</p> <p>B-3</p>	<p>華山最大的困境為發票募集量減少。</p> <p>發票募集量減少原因，來自政府實行電子發票政策。</p> <p>政策執行前後，學生志工上街募集發票量從平均每個月 4~5 千張降至 1~2 千張，對華山主要的經費來源影響極大。</p>
<p>問：您剛才所提到最大困難在於發票募集到的量導致貴會組織運作有所困難，那麼困難點在於？</p> <p>答：<u>發票困難點在電子發票、千萬獎金的影响下極大。</u></p> <p>問：影響面有多大呢？</p> <p>答：<u>像現今收到捐贈量比電子發票政策之前，平均約少了一半以上的量。</u></p> <p>問：那募集到發票兌獎後，貴會是如何分配善款資源？</p> <p>答：例如<u>像一個愛心天使站平均一個月約收到 1000 張發票，一年共約 12000 張，本會是依全台總數比例方式計算，再平均予以分</u></p>	<p>B-4</p> <p>B-5</p>	<p>由於電子發票獎金提高，影響社會大眾捐贈意願。</p> <p>華山分配發票中獎善款的方式，是將該期全國募集的中獎獎金</p>

<p><u>配。</u></p> <p>問：像是說？</p> <p>答：<u>如平均 12000 張中獎金額為 12000 元計算，那就依照這 12000 元依照各天使站募集張數比例去做金額分配，然而這 12000 張還不一定都會中獎。</u></p> <p>問：那麼兌獎方式為何？</p> <p>答：<u>本會發票都會統一交到較多志工的地方，以公開方式去對獎。</u></p> <p>問：嗯，採用公開透明方式？</p> <p>答：是的。<u>因為公開的去對獎而且大家都看得到，就不會發生愛心發票中獎自己拿走的情形。</u></p> <p>問：那這方面志工來源為何？</p> <p>答：<u>本會對於協助發票的志工，都會找服務已久、主管認可品行許可才會讓他協助。</u>所以本會規定天使站不能自己對發票，除非是公開方式，因為如果中獎沒人會知道，總而言之來說，管理還是以控管品德為首要優先。</p>	<p>B-6</p> <p>B-7</p>	<p>總和，按照各站所募到的張數，依比例將金額分款予各站使用，而金額是浮動的。</p> <p>華山進行發票對獎皆由志工採公開方式避免弊端產生。</p> <p>發票兌獎志工需資深，且品行道德經華山主管認可才能擔任。</p>
<p>問：貴基金會主要是靠哪方面的人力進行勸募發票？</p> <p>答：<u>發票方面，本會是靠學生透過服務學習的過程進行勸募發票的行動，尤其是大學生族群是本會最有能力執行此工作之學生族群。</u></p> <p>問：喔，那我常在學校看到貴會常年服務活動的宣傳海報，這些活動有在進行發票勸募嗎？</p> <p>答：是的。<u>像一般的常年服務園遊會，活動進行時會將發票桶放在攤位上，然而因為這是隨機性，所以會主動捐贈的人並不多。</u></p> <p>問：既然勸募的量少，貴會有解決方式嗎？</p> <p>答：例如<u>像是本會在園遊會敬老宣導時會用一種方式準備義賣品，告知活動參與者捐幾張發票就可免費兌換義賣品。</u></p> <p>問：藉此增加主動捐發票的誘因？</p> <p>答：是的。<u>用這種方式是因為發票越趨式微，</u></p>	<p>B-8</p> <p>B-9</p> <p>B-10</p>	<p>發票勸募的志工來源為學生的服務學習，且大學生最有執行能力。</p> <p>華山舉辦園遊會也有發票勸募行動，但效果不彰。</p> <p>解決園遊會發票募集短少之困境，採增加誘因如捐贈一定張數，能免費兌換義賣品。</p>

<p>加上有時例如單月發票開獎日，隔幾天收到的發票就比平常日增加許多。</p> <p>問：為何會在特定日期募集到的量會波動呢？</p> <p>答：<u>原因在於有些發票已經對完了，但本會對於捐來的任何發票，還是要請志工人力去全部對過，畢竟也無法得知哪些是有對過，這種情形實在是造成志工人力上的資源浪費。</u></p> <p>問：再冒昧詢問一下，我每年二月份時都會收到「未中獎發票捐華山，財政部會每張會補助2元」的手機簡訊，這個情形為何？</p> <p>答：<u>這則每年至少發作1次的簡訊謠言，僅只針對本會，從3年前就開始用手機簡訊流傳該此謠言，當時就有澄清，但不知為何每年就會捲土重來一次，有很多民眾打電話探問此訊息是否真的。</u></p> <p>問：就那種感覺捐發票給貴會結果好像受騙？</p> <p>答：是啊！（有點無奈感）<u>很多民眾相信這個謠言，送來一堆沒有中獎的發票，讓志工變得忙碌不堪。</u></p> <p>問：那解決方式為何？</p> <p>答：還是希望大家嘍囉傳了！（無奈地）讓工作人員和志工群能夠省下時間，為獨居老人和弱勢族群多做一點事。</p>	<p>B-11</p> <p>B-12</p>	<p>發票開獎日後募集量會增加，原因是社會大眾會將已對發票進行捐贈，但此舉不但無法協助華山反而造成人力的浪費。</p> <p>華山受到手機簡訊謠言影響，使社會大眾對其組織信用度存疑，同樣造成人力的浪費。</p>
---	-------------------------	---

附件 1.3：2015 年 5 月 27 日 許站長訪談逐字稿

訪問對象：許站長

訪問時間：2015.05.27

訪談地點：嘉義華山

內容	編碼	詮釋
<p>問：請問一下竹崎站是哪時候成立的？</p> <p>答：這個就是比如說像每一個（此時站長拿文宣品給我時）…<u>88 年是整個華山成立嘛！然後各站就是分別一個階段一個階段成立起來，阿像我竹崎是全台灣第 121 個，99 年 6 月成立，就是我報到的時候啦。</u></p>	C-1	華山於 1999 年成立，竹崎站於 2010 年 6 月成立，許站長為該站創始站長。
<p>問：那麼你們站的現況發展？</p> <p>答：（此時站長拿文宣品跟我一一說著）然後我們的項目跟差異的地方、然後對象的來源、從哪裡得來的、現階段服務的頻率、像那個經費來源募款的部分、這個是簡介的部分、這個是辦理活動的部分…，這個我大概講到去年而已，活動的部分辦了甚麼東西，然後像那個我這次募款的一樣給你，<u>然後目標就是希望全台灣各鄉鎮都有一個服務據點，因為像經費募款流失和志工人員的不足都是一個很大的問題。</u></p>	C-2	位於偏鄉的竹崎站有經費募款及志工人員的不足。
<p>問：那你平常在做的服務是？</p> <p>答：（站長此時指著文宣）最小張的 DM、服務計劃表…服務的話就是項目就是以這幾個幾類為主，它這個寫的是概括啦大的大項，小項的話，比如說我們每一次去服務長輩，比如說今天是 5 月 27 號，那個就是每一季回收的，就是一個老人一張表放在他家，阿有時候我去的時候寫這個服務內容的就是這些東西其中的某幾項，進去的时间跟走的时间，我簽名，然後我回來我必須全部把它 key 到電腦裡面去，這個是鎖固定 IP 的，因為<u>我們基於個人資料保護，不能回家做個案相關的工作，所以像那個我們就要寫服務紀錄。</u></p>	C-3	華山對服務對象採嚴謹的個案紀錄。
<p>問：嗯，就是做服務都要紀錄的意思？</p>		

<p>答：阿然後我們查核方式就是說，服務的日期跟服務的時間，都必須跟放在老人家的紙本是一樣的，服務項目都一樣，還有服務的人員，阿這個東西是一季收回來一次(這個你參考一下)…像這個我們必須寫訪問紀錄，看到長輩的時候甚麼狀況，然後去做甚麼處置甚麼的，然後包含它的身心狀況有的沒的都要去做註記，就是一般訪視的情況啦。</p>		
<p>問：我在 DM 看到有陪同就醫的服務一樣要記錄？</p>		
<p>答：然後<u>像陪同就醫的話</u>，就可能帶這個阿嬤去看甚麼科甚麼科，然後醫生有沒有講甚麼事，這個等於說<u>我們資料必須做全套的紀錄，然後以方便掌握長輩的狀況，然後比方說特殊狀況要去加強追蹤，然後去協助</u>，但是<u>服務的話</u>跟居家照顧不同的是，<u>我們客製化的性質比較重</u>，就比如說這個阿公特別需要甚麼狀況，我們需要去做怎麼樣的協助，<u>我們都會特別針對他的需求去調整我們的服務</u>，那麼我們的服務就是，<u>我們的自主性很高</u>，我們在不傷害長輩…基本上不能傷害長輩，做服務的情況下我們可以自己決定說，我們<u>對這長輩可以提供怎麼樣的協助</u>，所以說制度也不是完全制度。</p>	<p>C-4</p> <p>C-5</p>	<p>站長進行陪同就醫服務時需詳細紀錄，方便追蹤個案予以協助。</p> <p>華山的服務面向偏客製化，依照不同個案不足的地方給予協助。</p>
<p>問：所以說記錄下來後要做統整？</p>		
<p>答：因為我們的失能長輩，<u>比如說我們接了一個新的長輩的時候，我們就要做初步的評估</u>，那評估說，<u>他的身心狀況、住址、子女、政府補助</u>有的沒的，<u>然後寫他的情況專述</u>，我們在第一次訪視的時候，我們把他這個整體的資料去做紀錄起來，再來就是去評估他的失能程度，然後評估他的需求評量表，去評量他有甚麼樣的需求，我們會在第一次去訪視的時候去做這些評估，那後續的服務當然就是在這個需求評量裡面、需求項目裡面去做服務，阿但是</p>	<p>C-6</p>	<p>華山進行服務前，會先對長輩做初步評估後經總會許可，才列入服務對象，後續並定期評估追蹤。</p>

<p><u>如果服務過程產生特別變化的話，我們就是改他的評估，就是所謂的定期評估，如果沒有特殊狀況的時候就一年更新一次，阿如果有特殊狀況就是馬上要</u>，比如說她兒子過世了，就是家庭人口變化，這個就是特殊變化就是馬上要去更新，阿所有的<u>初步評估、定期評估、或者是服務完的結案，這個全部都要送到總會的社工那邊去審核，它可能過的時候才可以執行</u>，就是服務的面向。</p>		
<p>問：那你們服務最大的特色是？</p> <p>答：然後特色，<u>最大的特點就是原床泡澡</u>，所謂的特色就是別人不能做的，原床泡澡你可以參考公民新聞，因為我們會幫他泡澡是因為包含居家服務都只能幫他擦身體，<u>他不能動那個床，所以他沒辦法搬到浴室去做清潔</u>，所以一般來說正常的服務就是幫他擦身體，用濕毛巾去擦拭這樣子，所以那個<u>我們原床泡澡特別就是，放在那個床上直接整個人浸著…原本是擦澡，這個是用帆布尺寸加大，這個是在他床上，正在幫他蓋毛巾讓他不會浸到水，浸水一方面清潔度比較高，另外一方面就是舒緩經絡，去拉伸他的手腳做肢體關節運動</u>，泡澡大概這個樣子…(站長指著公民新聞網)新聞稿也寫在上面。</p> <p>問：那麼在服務上的構想是？</p> <p>答：另外像那個應該是說長輩需要子女在身邊協助，但身邊缺乏這個資源的時候，我們就去協助這個區塊，<u>我們創辦人最初的服務的構想就是說，補不足的情況，等於說我們不做錦上添花，我們做雪中送炭</u>，等於說這個阿嬤如果她吃的都很不錯，我們就不會物資上的協助，那<u>如果她缺物資我們就給物資，我們會針對所謂的客製化，依照她的實際狀況去做服務</u>，這是服務的部分啦。</p> <p>問：那甚麼情況的長輩是你們的服務對象？</p>	<p>C-7</p> <p>C-8</p>	<p>華山與其它機構最大的特色服務為原床泡澡，在已失能的長輩床上直接架帆布，讓長輩不需下床就可享受泡澡。</p> <p>華山服務採補不足構想，依照個案所需不同給予協助。</p>

<p>答：然後最特別就是<u>我們跟老人完全不會有金錢上的往來，我們都不會跟他收任何費用，因為他政府的部分會視那個他的身分別</u>，比如說中低收入戶的身分別，去評估說居家服務是不是要收費，比如說這個長輩是領老人年金的，那就屬於一般戶，一般戶的話居家服務介入老人必須自己負擔一個小時 60 塊的費用，<u>我們是不收錢這是差異</u>，低收入戶跟領中低收入戶 2.5 倍的這兩者居家服務是不用收錢的，但是居家服務針對一般戶的長輩或者中低收入戶 1.5 倍它會有部分負擔，像 1.5 倍的收一小時 20 元，阿一般戶是收 60 元，阿然後居家服務是政府去補貼，比如說一次是 200 塊政府要補貼費用進去這樣，然後部分負擔，然後我們完全沒有跟長輩收錢，我們甚至像那個我們有規定，不吃一口不喝一口，完全不能跟服務的對象或者義工，我們不能從他那邊拿到甚麼東西，不管是喝一口水都不行，因為我們就是要做到說今天…一方面是<u>關心服務的對象可能就是弱勢了</u>，你再去吃他的東西他可能更少，所以完全不能吃他東西，然後更直接就是<u>包含錢不能跟他拿，我們很注重站長對這個人格品質的部分，就是人的特別。</u></p>	C-9	華山服務的對象是政府沒有辦法用補助照顧到長輩們。
<p>問：問一下你們的組織方面的架構？</p>	C-10	華山對站長的品性道德十分注重。
<p>答：人事的話，應該要畫這個編制，我們總會，比如說社工部，主要是兩個，其他像人事、秘書，這四個室是跟那個我們三個姊妹會共用的，比如說就是<u>創世、華山、人安</u>，這些室全設在總會，共同協助基金會部分，<u>像社工部分公關室財務室部分獨立開來</u>，創世有創世的社工部公關部，華山有華山的社工部公關部，人安有人安的這樣子，我寫這樣你大概看得懂吧（指他畫的大概架構圖），然後接下來他這個都是管轄的範圍，像區督導，下面下來我們有那個，區可能就是雲嘉南，就是北中南東類似概</p>	C-11	華山與創世、人安為姊妹會，財物部分獨立管理。

<p>念，下來就是那個比如嘉義縣市一個，就是縣站長他會搭配行政秘書，這個行政秘書他負責嘉義，其他嘉義縣是嘉義縣站長，雲林是雲林縣站長，縣站長下來就是那個各鄉鎮天使站，我們總業務權責在縣站長，再來是區督導，社工業務包含初步評估表，縣站長審過給社工審，審過以後社工部核定以後我們再服務，區督導是針對社會資源的部分(指募款)，募款像辦理活動，社會資源性質的活動，一樣縣站長會做第一關審，然後區督導，公關還是歸社工部，然後地方督導就是督促地方業務，包然新增義工啊、到宅義工，都是督導在督促，但是他們這層也會直接下來督導。這裡面算是我們工作上的問題，基本的社工的概念教育、管理辦法經營方式，比較偏向員工教育的部分，我剛才給你看的就是社工的部分，社工只占我們一部分。</p> <p>問：那你們如何做敬老宣導服務？</p> <p>答：像<u>敬老宣導就是說，學校會邀約我們去跟學生做上課，就類似服務學習那種</u>，我們這個涵跨到幼兒園、國小國中高中大學都有，就是宣導的項目，<u>敬老宣導我們的目的就是讓學生懂得去尊重長輩，然後進而到反思對自己父母的孝道</u>，因為通常他們因為工作會離開故鄉，像我的作法可能就是會讓他看那些服務的小故事，然後讓他們知道老了以後身體會變成甚麼狀況，今天你在外面工作後不要想說父母在家鄉很好然後不回來，讓他們知道還是要多回來看父母，<u>我們宣導的意味說讓他們尊重老人，讓社會不要說獨居老人狀況越來越惡化，從小做起</u>，另外像長輩臉也做馬賽克，特別狀況會給學生看比較強烈的那種，像我就會跟學生說為什麼老人會變這樣，是甚麼原因，他們並不想變這樣，他們心態是怎麼樣，然後像是瓦斯外洩被發現，就是讓學生反思說，你回到家希不希望有</p>	<p>C-12</p>	<p>站長會進校園對學生敬老宣導，目的在於讓學生從小培養起關心自己父母，進而潛移默化尊重長輩，減緩獨老對社會的負擔。</p>
---	-------------	--

<p>人跟你說話，還是你希望每天看電視看到睡著，有的甚至是聽收音機連電視都沒有，就是<u>讓學生反思說老人的生活很空虛，以後你的父母可能產生同樣的情況，是不是應該對父母做些甚麼事</u>，給他看一些老人家的環境，像透天厝，老人家透天厝還蠻頻繁常見，環境比較不好髒舊的狀況，讓他們知道老人的環境在怎麼樣的空間怎麼樣的世界在過生活，關心長輩辦一些活動帶小朋友去關懷幹麻的，或幼兒園的志工，然後活動設計比較偏向各站的站長創意，像今天我要做不一定別的做一樣的，別的做甚麼不見得會這樣做，像我就是找高中學生做康乃馨送阿嬤，這個我有發公民新聞你可以看看，就是一些作法就是給他們看說我們會做甚麼你們會做甚麼這樣子，然後音樂會等等，像那個才藝表演就是活動內容表。</p>		
<p>問：那你的站的特色是？ 答：我的特色竹崎站的特色就是，像我之前就是走山路送東西給老人，就是敬老宣導的工作，然後文康保健中心設在台北市，那邊就是一個總會的頂樓有一個麻將館，禁止賭博但是讓老人家去打麻將，促進腦部運動。 問：那甚麼是春秋郊遊與年度尾牙？ 答：春秋郊遊跟年度尾牙就是，整個縣站管轄範圍的所有鄉鎮一起動員的活動，像我做音樂會是竹崎的，像<u>春天郊遊跟秋天郊遊是全嘉義縣市的全部的站一起</u>，像遊覽車也不能跑太遠，像老人家有時候坐車坐久了就累了，所以<u>我們會找合適的點帶他們去走走，辦這個春天郊遊其實我們第一個考慮的環境適不適合點，就是看它的廁所，一定要有無障礙空間，然後廁所要夠多</u>，因為如果你全部都是蹲坐馬桶廁所的話，有些長輩蹲不下來他就沒辦法上，所以那個場地再怎麼好我們都不能辦在那裡，所</p>	<p>C-13</p>	<p>春秋郊遊是華山長年服務的一環，嘉義縣市共同舉辦，並找尋適合地點帶長輩出門活動。</p>

<p>以會以生理需求、安全度，比如說這邊爬階梯幹麻的，就不適合帶老人家去，就是都要先去場地探勘，然後評估的點是從安全跟那個長輩方面先去做，這個我有拍影片放在公民新聞你可以看看。</p> <p>問：那郊遊的過程有碰到哪些情形？</p> <p>答：像兩三年前有阿公阿嬤他們夫妻，因為他們同時摔倒，所以對子女來講，那時候那個阿嬤每天吵著要回家，阿公都不說話，進去以後都不吃飯就坐在安養院的房間，那時候因為對這個長輩來講，住在安養機構對他們的生命安全方面都比較好，但是我是希望說在他們進到這個機構之前，因為阿嬤中風，所以上遊覽車幹麻就是要用背的上去，行走平地的時候就是用輪椅，<u>因為我們的概念就是說，今天越不健康的長輩有意願我就就是要帶他出來，因為我們不帶他出來他就沒有機會出來了，你健康的人自己坐公車出去玩有可能，但不健康或者不能走的我們就要帶他出來</u>，那相對我們背的責任壓力就很大，因為長輩出來我們一定要有一大群的志工隨時顧著，大概三比一的比例，三個老人一個志工的比，這個就是我們隨時要看著老人家，因為帶他們出來的話安全，讓他們平平安安出來平平安安回家是最重要的，所以一定要有志工隨時盯著這樣，就不要讓他們趴趴走走來走去，因為總不能有意外吧，所以就是要用志工人力去維護他們的安全，然後像坐著活動都要設計比較小的動作，能舒緩筋骨但不讓讓他們大到受傷幹麻的，這個春秋郊遊。</p> <p>問：那如果你站的服務對象是已經被子女送去安養院了，長輩如果有需要還是要去跟他做服務？</p> <p>答：然後再來是我說那兩個長輩是要送去安養院可能申請都很沉重，因為他對很多老人來說，比如說我服務的長輩他進了機構，</p>	<p>C-14</p>	<p>舉辦春秋郊遊的目的為，幫助無法自己行動的長輩出門活動。</p>
---	-------------	------------------------------------

<p>我大概會三個月的追蹤期，追蹤到他確實心情都平復住了都習慣後才做結案，因為<u>安養院本身是營利機構，因為他們有跟家屬收錢，他們老人也會有他們老人的課程照顧，所以也不會說完全沒有對象可以聊天，所以他們是身體照顧資源，而且都是衝突的，所以我們不會去做安養院服務</u>，然後比較特別的是榮民我們也不介入服務，因為榮民我剛才前面有說我們補不足的立場，<u>榮民他本身有榮服處在做相關的照顧，他們也都有那個關懷訪視出來做關懷，所以榮民我們不做關懷訪視服務這些等等的服務，除非他碰到像長年臥床，原床泡澡我們會做，一樣不收費。</u></p> <p>問：喔，意思就是說並不是長輩說有需要就一定要介入服務？</p> <p>答：那像原床泡澡、其他服務我們介入的話，我們<u>必須先徵求他的同意，他同意我們才會幫他做</u>，像泡澡跟子女住在一起需要泡澡，我們也要徵詢案主的意願、徵詢子女照顧者的意願，然後才會介入，阿我們服務的話我們也不是說介入服務就全都是我們做，我們會希望說家屬也有他們的責任在，<u>找家屬一起做</u>，因為今天你不能說我們大家都很辛苦，然後家屬坐在那邊看電視，<u>我們希望的是說我們協助家屬在減少照顧的困擾，但是讓他們知道說不能把父母丟給社會照顧</u>，我們還是要建立他的關心責任，所以我們都會用電話打聯絡家屬，當然如果他沒有家屬我們會全部協助，但是如果有家屬的情況下我們會希望家屬一起，所以比如泡澡會徵求家屬同意嘛，我們就跟他提說我們可能需要兩三個人手，然後一起做協助，就是說我配合你們時間，我們一起服務這樣子，像那個完全都沒有家屬的，我們就是自己做要不然找志工一起做，還是會去做服務。</p> <p>問：那你做服務的過程有遇到哪些與家屬配合</p>	<p>C-15</p> <p>C-16</p>	<p>華山的服務對象不會對已進安養院的老人及榮民進行服務，除非特殊情況，同樣以補不足立場介入服務。</p> <p>華山進行服務前會徵求長輩的子女同意，且介入服務與其子女共同協助，減緩獨老對社會的負擔。</p>
---	-------------------------	--

的情形？

答：像那個我曾經有一次就是灣橋那邊有一個長輩，他中風就是第二次中風他發作，然後就躺在家裡，他兒子也住附近，沒帶他去看醫生，阿你中風臥床就不會動就要趕快去就醫，至少對應藥物要先吃，他兒子就都沒有帶他去，阿我知道的時候就趕快開那台車去他家把他爸載出來，阿因為他遇到我，我早上八點多去的，遇到我的第一件事因為他知道我是志工，就說快一點快一點把他推起來，因為他很急著要上廁所，他兒子是前一天晚上扶他上兩次廁所，然後讓他躺著就走了，等於說他沒辦法自己起來去上廁所，他沒有辦法忍住的情況下就一直忍一直忍，忍到天亮剛好我們去的時候，叫我們帶他去廁所，就擦起來衣服一起來不及就尿下去了，然後就幫他換褲子，我就換褲子完然後帶他去看醫生，然後讓他上車，上車以後就看他兒子，我就跟他說走你跟我來，我帶你爸去看醫生，你要跟我一起來，阿他兒子跟我說，他們家門口在修路幹麻他沒辦法去，怎麼可能把他爸帶出來，你爸在我車上你看，我口氣就不太和善，因為我覺得說你不應該對你的長輩這樣子，今天我可以協助你把他帶出來，可是你要跟我一起來，當然抓不到家屬的就沒辦法，後來那個兒子就是乖乖地跟著我們一起去就醫，然後他爸爸就醫完了後後續住院就讓他兒子自己去安排，就是不能讓家屬認為自己沒有責任，全部丟給社會，因為我們服務本身的概念，我們自主性高就是這個好處，我們服務不是讓社會覺得說今天父母老邁了沒辦法了就丟給社會照顧，這是不對的行為，我們是可以協助，但是我們不能讓他們養成把父母丟給社會，因為這變成這樣反而去做服務變成反效果。

問：除了這個案例之外還有沒有其他可分享

C-17

華山服務準則仍是補不足立場下給予協助，並在協助過程機會教育長輩的子女照顧之責任。

的？

答：但是像還有一次有個阿嬤，她家火燒燒到隔壁，燒到隔壁兩家，阿變成要賠償了嘛要調解，阿她兒子在台中，她兒子做老師，阿然後那個阿嬤一直說她兒子沒有空沒辦法回來陪她調解幹麻的，阿我那時候說不行你一定要回來，老師再怎麼忙說真的也不會比我忙啦，因為我們好歹生活教育我們都知道，有辛苦但不會辛苦到說，你家火燒燒到隔壁兩家，你都沒有時間回來幫你媽、陪你媽處理嘛，因為調解一定要賠錢，一定有牽涉到賠錢的部份，我們不能幫他決定那個甚麼你要給多少錢，因為這已經牽涉到錢，我就算陪她去的情況下，我也頂多就是盡量還是老人家抉擇，那天我就是說調解妳一定要找妳兒子回來，我不能陪妳去，所以我那天我就是跟她說我不去，但是我還是躲在調解委員會外面，我要看她說如果她兒子沒有回來，我還是會陪她進去，阿後來她兒子確實有回來陪她去調解，調解完出來我就跟她們打招呼，她兒子跟我說她媽就拜託我，我就說我可以在你不在家的時候我幫你看你媽，但是你媽是你的責任，你不能丟給社會，所以我就說這個觀念性的話我們還是很希望說這個子女要維持好他的責任。

問：嗯，在竹崎偏鄉常發生類似案例？

答：阿像那個之前有一個阿伯他瓦斯外洩，他煮飯瓦斯外洩，他手都這樣抖抖抖自己煮飯，切瓦斯火就點起來，不知道就整間都瓦斯味道，阿那天我聞到臭才去發現到，然後把他救出來然後處理好，後來我打給他兒子，他兒子住台北，就跟他說他爸爸狀況，每天要煮飯可是我一個長輩一個月頂多去兩次到三次而已，你天天要煮飯如果再出事，我不見得剛剛好會遇到，阿後來他兒子就把他爸爸接去照顧，這算一個家屬接回照顧我們也會做結案，但是也是

C-18

許站長服務的案例，可看出在協助過程中，仍機會教育長輩的子女須負照顧之責任。

<p>一樣要追蹤兩三個月。</p> <p>問：那麼你做居家服務的情形為何？</p> <p>答：然後之前轉介的部份就是說，比如說這個<u>長輩他要居家服務</u>，因為我們服務不要每天排班去，固定時間固定點做固定服務，<u>我們較自由性，所以他們如果需要居家服務的話，我們會評估他的需求，比如說像帶他去申請，幫他弄那些報表幫他協助他寫，告訴他怎麼去申請，然後申請這樣子</u>，諮詢的話比如說像他可能一個阿伯住在灣橋，那時候他說只有一個媳婦跟一個女兒兒子掛掉了，所以那時候我第一次去的時候他就說他那時候可以領 3000 塊，所謂健保年金，那時候 3000 現在 3500，然後他就是說怎麼申請都請不過，就很羨慕為什麼別人子女還在的都比他還多，可能卻能領到 7200，那時候 6000，一個月 6000 的中低收入戶，阿我就問阿伯我就看一下他人口數，我們第一次去要評估嘛，然後看他人口數，「阿伯你如果沒有存款照理說，你應該可以領 6000 的阿，為什麼會沒有呢？因為我會評估跟他分析說計算方式嘛，阿我就說不然我們再去辦一次，那阿伯就說他辦好多次辦不過，後來我去了解一下，阿伯他領 6000 塊這個補助標準，就變中低收入戶老人生活津貼，阿伯不知道他就跑去辦低收入戶，低收入戶是雖然是最高階的社會救助標準，但是低收入戶跟中低收入戶他的負擔有不同的計算標準，不同計算方式跟不同的福利，中低收入戶他的 6000 跟 3000 是中低收入戶的部份，低收入戶可能就是健保免費那種，還是一些社會資源的、公部門社會資源的介入的部份，但是低收入戶對老人的通常不會加乘，所以我就跟阿伯說你不是辦低收入戶，因為他低收入戶你只要有一個兒子或者一個女兒，有工作能力人口的話，你怎麼算你都過不了，他有那個標準，所以我</p>	<p>C-19</p>	<p>居家服務為協助長輩在遇到狀況時協助諮詢，解決問題改善其生活。</p>
--	-------------	---------------------------------------

<p>就跟阿伯說你要辦的是中低收入戶，結果一辦就過了，他就變成領 6000 的，阿因為我去找他 73~74 歲吧，等於說他 70 歲中間每個月都少領了一半，<u>發現了他的狀況我們就是諮詢，像我知道我就不會問公所，如果我不知道我就會去問相對應的部門，然後解釋給這阿伯聽然後他瞭解，後續再幫他去做處理，可以改善他的生活</u>，阿他後來現在都領 6000 調整到 7200，每個月都領到 7200 生活費。</p> <p>問：像竹崎範圍那麼大，協助你的志工對象為何？</p> <p>答：然後社區互助，就像剛你看到的，我是有薪水的，但是<u>整個竹崎只有我一個人，我勢必要找到志工去擴展我的服務，但這個志工不會自己來，我必須動腦筋去想法子，去找到那個志工願意過來去協助。像學生最好，因為以學生來說好了，大學生是學生階段裡能力最強的學生嘛</u>，但另外的問題是四年要畢業了，不可能大三還在服務學習或大四幹麻，第一個他會留下來服務學習完結束繼續留著的已經很少了，阿就算會留下來，畢業了以後他就走了，所以一般來說志工，像那個甚麼家庭主婦、退休人員，這部分也很好，因為他如果有駕駛能力的話，他也可以開我們的服務車出去，他有駕駛能力更好，阿他如果沒有駕駛能力的話，就<u>可能做一些行政工作，整理發票，或者是說跟著我們去訪視跟老人聊天，就必須跟著我們一起去了，如果他有他獨力訪視的話會增加老人的訪視次數，我們也希望找到這樣的志工。</u></p>	<p>C-20</p>	<p>華山志工招募對象為學生族群，以大學生能力最強，可協助站長做行政工作、彙整發票、探訪長輩，增加長輩們的服務次數。</p>
<p>問：那學生協助你哪些服務？</p> <p>答：<u>像那個學生的話就是比較定位在發票勸募及活動協助，像比如說我們 6 月 7 日辦老人運動會，我們需要全嘉義動起來的，那需要大量的志工，那個我們就會連結高中學校，或者是大學學校請他出整批的學</u></p>	<p>C-21</p>	<p>學生志工最主要以大學高中為主，協助上街勸募發票及活動人力協助。</p>

<p><u>生志工，然後全程活動的協助</u>，但是我們還是必須說義工的行前說明、義工的倫理說明那些，然後各個分組各個義工下去的教育，給予他們明確的目標，跟你今天工作是甚麼，就是要很明確的知道，國中甚至大學高中可以做活動的部份，<u>阿另外像街頭募發票，幾乎都是大學高中學生，因為那個可能是走兩個小時的時間，然後可能訂一個地點，然後大家抱著發票箱，然後出去募集發票</u>，阿當然去之前要做行前教育，像比如說街募發票，我們不能跑到人家店裡面去，因為會造成人家困擾，這個都要跟他們做說明，然後奇怪的人幹麻，安全第一優先，不是發票第一優先，阿然後不能造成人家困擾，不能說你就是沒有發票你就是黏著我，就是跟學生說好觀念溝通，高中完了再來是國中，<u>國中跟國小能做的就是更少</u>，第一個<u>他們活動是移動的交通問題是很大的問題</u>，像那個竹中6月10號要帶那個一整個班級20個學生出來，像我這台車我最多就只能載8人，就是變成說怎麼讓這些學生去移動，就是必須去考量的部份，6月10號那場我們就是<u>要遷就學生的移動性，就是要考慮帶他們去比較近的長輩，然後他們騎腳踏車，去做的是就團體去服務嘛，去做的是就跟國小一樣，幫長輩搥搥背啊，幫他家做一次性的環境整理打掃，或者是牽著他去散步這樣子，就是一次性的服務這樣</u>，<u>幼兒園的話大部份都在活動表演</u>，就小朋友，像竹崎我是第一個帶著幼兒園整台娃娃車去老人家去繞，這是我第一個做的，<u>因為就是對長輩來說他們很高興，好像一些乾子孫整個圍繞他們唱唱跳跳，會帶動他們的心情，他們很高興</u>，幼兒園的話就會去變成一方面就是活動表演，另一方面就是學校樂意的話就是一台娃娃車跟著出去關些阿公阿嬤，那幼兒園的部份我們還</p>	<p>C-22</p> <p>C-23</p>	<p>國中、小年齡層志工，考量到團體移動安全性，協助長輩為一次性服務。</p> <p>幼兒園年齡層志工服務方式為唱跳表演，讓長輩心情愉悅。</p>
--	-------------------------	---

<p>是會結合、還是必須做繼往宣導，因為它變成志工的行前教育他可能聽不太懂，<u>我們在敬老宣導跟回來的反思，就是要問你覺得你跟阿公阿嬤做甚麼，然後你可以幫你阿公阿嬤捶捶背類似這樣子的，做後面的反思。</u></p>	C-24	即使是幼兒園志工，在服務完後站長仍會進行反思，目的同樣在於讓學生從小培養起關心自己父母。
<p>問：那你在招募志工遇到情形為何？</p> <p>答：像那個志工的方面通常是，比較都市區的比較方便，比較有志工概念，像以我本身竹崎來講我志工非常的少，我們這邊大部分的人都務農，包含老人都一樣，只要拿得動鋤頭，就會在田裡，很少人願意到社福團體去做志工，而且包含醫院志工也一樣，就是在都市型的醫院志工比較多人去，或者有宗教號召的，像慈濟比較多有志工的加入，<u>像我竹崎或者是我們鄰近偏鄉站來說，比較挑戰大的問題就是志工不足，志工不足的情況下就是自己要花更多的情況下去跑去做服務這樣。</u></p>	C-25	凸顯華山志工招募困境，偏鄉站點通常是站長一人承擔全部工作。
<p>問：那甚麼是長者服務？</p> <p>答：<u>長者服務的部份就是可能像剛才我說的超級管家就是，定在辦公室裡的志工，他可以就是針對我的個人資料去關心這些長輩，增加陪他們聊天的次數</u>，阿不然像那個我們總會那邊有一個電話問安中心，就是從台北打電話去關心全台灣的阿公阿嬤。</p>	C-26	長者服務為透過電話聊天關心長輩們。
<p>問：到宅服務指的是？</p> <p>答：<u>到宅服務就是</u>剛才的那張紙，所以社工的部份，<u>家務服務跟居家環境改善，一次性比較大的改變，比如說家裡面亂七八糟，就幫他整個都清乾淨，可能有時候幫他洗碗阿，或者是垃圾幫他拿去倒掉，這就是家務服務，就是一次性跟平常性的區隔啦。</u></p>	C-27	到宅服務為一次性的居家環境改善。
<p>問：那陪同購物呢？</p> <p>答：<u>阿陪同購買物品的話，就是我們比如說長輩他今天他需要買香幹麻，我們可以幫他</u></p>	C-28	陪同購物服務為，不影響長輩原有的想法

<p><u>買，但是像這種非日常生活必需品，而且又剛好沒有人捐助的情況下，這個就會跟他收錢自己負擔，像那個買菜幹麻那個東西，也是帶他們去買我們陪他們購物這樣，陪購或代購這樣子，基本上就是這種情況比較少遇到，但是我們像陪購代購的話，我們不會去改變老人家原本要去買甚麼</u>，比如說他要買 Panasonic 不會建議買大同，這個就是我們不去影響他的想法、概念，因為這個有時候我們還是要適度避嫌，不能有介紹阿圖利阿，<u>就是我們可以協助他，但是照他原本的想法</u>，包含陪同就醫也一樣，他就是要去長庚看，沒辦法就是要帶他去長庚看，竹崎到朴子長庚很遠，我這邊有個阿嬪看眼科她就是要去長庚，所以我不能跟她說阿妳在竹崎看就好拉，我不能跟她講這樣子，我們還是要尊重她的，她可能就習慣這家用藥。</p> <p>問：那你在做送餐服務的情形是？</p> <p>答：<u>像那個送餐的話，我們比較偏向支援連結，因為如果說真的遇到這個長輩沒東西吃、沒有餐食可以吃，而且確實也沒有政府送他們的話，我要親自送</u>，但這情況是很少的，像我曾經就是請學校它可能就是提供個兩三份營養午餐，國小兩三個便當，那時候我實在找不到志工，所以我中午就開著車去那邊拿便當，然後送給那三個老人，這邊是天天的，因為我只有一個人，所以除非找到送餐志工，老人需要送餐我才會送餐，像我最近也看到一個阿公，就是看他年紀大需要騎摩托車出去，可是他本來要騎摩托車出去買便當，可是他一定會跑到民雄跟嘉義市的交界那邊買一家滷肉飯，就像要連結政府資源的話，他不要吃那家便當，或者我幫他找竹崎的滷肉飯，他不要吃，所以他堅持他一定要跑那麼遠去的話，我就沒辦法改變他了，那可能就是先放著他自由的行為，等到他想要</p>	<p>下，陪伴長輩購買生活用品。</p> <p>C-29 送餐服務為在飲食層面上，替有迫切需要的長輩送食物。</p>
--	--

<p>改變的時候我們再去做協助，因為你不能說你想吃台北的便當，我就配合你去買，我還是可以選擇服務做到甚麼樣的程度，我雖然不去改變他但是我也不能不需要完全照著他的去走，所以一般來說，有時候也是困擾，因為大部分的人對我們慈善團體，他就會直接想法就是幫忙送便當，有，<u>但是我們是針對他真的有需要我才會去做，就是送餐不是我主要的工作，因為以我竹崎的老人家來說的話，我不太可能天天都對同一個人做同一件事，因為太多了啦，所以也是我說補不足的立場，就是他真的迫切需要，就沒有我再幫他想辦法，所以我必須處理臨時狀況、應變能力我們要比較好一點。</u></p> <p>問：那你有服務過協助烹飪的部分嗎？</p> <p>答：<u>協助烹飪像居家服務都有，所以原則上就是他需要的第一情況下我們會幫他服務</u>，協助烹飪比較少遇到，像有個阿公，後來我就去幫他把魚煮一煮，我們也不可能每天去幫阿公煮飯，所以這個也是<u>比較臨時性的</u>，像前陣子有個阿公他精神有狀況，整天都把自己關在廁所裡面，阿那天好不容易把他拐出來以後，他就說肚子餓我就幫他煮個稀飯給他吃，所以這種狀況比較少。<u>包含繳水電部分就是協助瑣事處理，代替他辦理這樣子。</u></p> <p>問：協助沐浴與原床泡澡其實是類似的？</p> <p>答：那<u>協助沐浴跟原床泡澡，這就是洗澡的部份，協助沐浴原則上還是居家服務會做</u>，然後前幾天灣橋有個阿公，過去我協助沐浴，因為那個阿公來說，包含居家服務去幫他洗也是很麻煩的一件事啦，所以我會跟那個居家服務的人一起幫他洗，阿原床泡澡就是我剛才提到的。</p> <p>問：那陪同散步的服務指得是？</p> <p>答：阿<u>陪同散步</u>，基本上這阿公需要散步，但是他洗澡後可能會摔倒，或者都不出門關</p>	<p>C-30</p> <p>C-31</p>	<p>居家服務為臨時性質，如協助烹飪、瑣事代辦、協助沐浴、原床泡澡。</p> <p>陪同散步及協助運動服務為幫助長輩進行</p>
---	-------------------------	--

<p>在家裡，那種就陪他去走走這樣。</p> <p>問：那麼協助運動與陪同散步其實也是類似？</p> <p>答：<u>協助運動的話，跟陪同散步比較接近</u>，像那個泡澡情況下，<u>我們幫他做肢體關節復健，那叫協助運動，他不能動幫他做些運動，復健也是種協助運動。</u></p> <p>問：那陪同就醫和協助取藥呢？</p> <p>答：<u>陪同就醫和協助取藥，陪同就醫就是帶他去看醫生，然後回來幫他把藥分好，協助取藥是因為藥，看醫生有那個處方籤，三個月看一次每個月處方籤，他需要拿藥他沒辦法去的話，幫他去拿藥協助取藥，取完藥再把它分藥這樣子，分成早中晚，讓他看得懂知道怎麼吃。</u></p> <p>問：那甚麼是物理服務？</p> <p>答：<u>物理服務的話</u>，我們會做比較少，因為物理服務有大部分是侵入性的治療，那個我們不做，因為我們本身不是專業的護理人員，比如說傷口清創幹麻那個東西，我們不能幫他做，但是<u>簡單的換藥、或者量血壓，或者是破皮簡單擦藥那些東西，那個就是我們會去做物理部分。</u></p> <p>問：那護甲指的是甚麼？</p> <p>答：護甲，<u>護甲的意思就是修剪指甲，我們會做這項服務是因為很多老人容易拿剪刀，亂剪或者是用咬的、用磨的</u>，第一個，他們可能老花眼看不清楚，第二個，他們手腳無力他們抓這個指甲剪會抖阿，<u>所以我們會幫他修剪手腳指甲</u>，第一點他指甲藏汗納垢然後滋生細菌影響健康阿。</p> <p>問：那麼福利代辦呢？</p> <p>答：福利代辦我剛有提到（指陪同購物）。</p> <p>問：OK，那我在學校常看到三節關懷的宣傳海報，你服務的情形為何？</p> <p>答：<u>年節關懷我們是一年三次的年節關懷，端午關懷、中秋關懷跟送年菜</u>，這是年節關懷，<u>端午關懷禮就是送老人家粽子，中秋跟端午比較接近拉，我們就是募社會資源</u></p>	<p>C-32</p> <p>C-33</p> <p>C-34</p> <p>C-35</p>	<p>復健。</p> <p>陪醫、協助取藥服務指的就是陪同就醫，帶長輩到大醫院進行治療，且叮嚀用藥方式予以協助。</p> <p>物理服務為協助長輩擦換藥及量血壓。</p> <p>護甲服務為協助視力老花、手腳無力的長輩修剪指甲。</p> <p>華山的常年服務中的年節關懷，會在春節、端午、中秋這三節，送長輩們關懷</p>
---	---	---

<p><u>然後買東西送給老人家，阿年菜算是我們最有名的東西</u>，就是因為包含過年居民休假我們也休假，然後街上餐廳那些有的沒的也休假，所以居家服務的處理是給他罐頭，讓他過年可以吃，但我們還<u>希望他過年也有熱食可以吃，所以我們送年菜</u>，阿那個年菜是全省下去做評估，阿然後找到那個煮的軟飯、適合老人吃的，阿然後熟的，讓他吃的時候不用再用熱水去煮熟就可以吃了，阿這裡剛好有菜，今年的菜，就剛過這個年，我們送給他的年菜就長這個樣子，加熱就長這個樣子（指年菜募款DM），<u>年菜也是募款，年菜是募一份 600 塊，阿端午跟中秋，募一份是 350，阿端午中秋通常就是，像包一串手工香包阿，包含吃的粽子，包含那個麥片米粉，可能有時候有社工接濟，有時候去求人，就是一些有點像禮物，就是一些比較實用性的東西，阿中秋關懷</u>就是主體差不多，但是不是粽子是月餅。</p>		<p>禮。如春節向社會大眾募集一份 600 元，煮年菜送給獨老、端午及中秋向社會大眾募集一份 350 元，送給老人應景的粽子和月餅。</p>
<p>問：那甚麼是社會參與？</p> <p>答：阿然後促進<u>社會參與，包含春天秋天郊遊，包含園遊會，或帶老人去拜訪跟其他老人聊天阿，彼此舒緩身心，這叫做社會參與，只要是舒緩獨居，就是讓他有跟其他人互動的機會拉。</u></p>	C-36	<p>社會參與包含春秋郊遊、園遊會，讓長輩出門與他人互動藉此舒緩身心。</p>
<p>問：那物資協助跟前面的項目類似？</p> <p>答：阿<u>物資協助最簡單，就是有找麥片阿、找米阿有的沒的，就送給那些阿公阿嬤</u>，阿其他就是在這些類裡面其他衍伸出來的東西，服務面向就這樣，差不多啦。</p>	C-37	<p>物資協助為募集長輩生活必需品。</p>
<p>問：那竹崎站募款情形為何？</p> <p>答：阿再來社會資源面向，<u>我們一年要募 150 萬，一個站喔，因為我們最多來說就是總會希望我們一個站服務 100 個老人嘛，阿 1 個老人一年服務經費平均大概是 14400 元（一個月平均 1200 元），所以 100 個老人就是乘以 100 個就是 144 萬嘛，阿包含</u></p>	C-38	<p>華山在各鄉鎮市區的天使站，一站最多服務當地 100 位長輩，而每個月服務一位長輩的經費是 1200 元，一年一人服務經費約</p>

<p><u>年菜的部分加起來，所以一個站一年的目標是募到 150 萬</u>，阿然後因為我竹崎實際來說，因為我這邊省了冷氣有的沒的，就看到很清寒樣這樣子而已，所以我一個<u>一年度包含我的薪水服務費、包含公務車油資、保險公務車、保養那些</u>有的沒的，<u>加起來一年我的支出大概 100 萬</u>，阿基金會<u>希望的自給自足</u>就是說，縱使今天沒有華山總會有的話，縱使它倒的話，各站還是可以把握在地的資源去把整個服務持續走下去，所以我們必須自己編列預算，我們可能每年包含薪資、救助金、文具費、水電費，然後雜支，所有的費用都必須自己編列，阿編列完後總會再評估，你這個東西能不能買，再綜刪這樣子，所以年底編隔年的預算書，阿然後到隔年三月，編前一年的決算書，就是編你實際的花費阿，然後去核對經費花費的結算。</p>		<p>14400 元，因此一站一年服務經費目標約 150 萬。</p>
<p>問：那麼經費花費情形跟公家單位有何不同？</p>	C-39	<p>以竹崎站服務經費實際情形，在站長能省則省原則下，一年支出仍需約 100 萬，並且總會希望各站能有自給自足的能力。</p>
<p>答：<u>阿我們不像公部門，比如說油錢編 5 萬好了，我們不是說就一定要把 5 萬花完，就是我們能節省社會資源的情況下就要盡量節省，這個是我們在用錢的不一樣</u>，但是我們一定要對自己占的所有支出必須最瞭解的，然後蹲節開支，<u>像那個善款募集不易請勿公器私用，像那個公務車是公用的，我下班不能開那台車，我這台就是工作的時候去服務性用的</u>，我自己的車就停外面，所以經費我們就是要自己編自己控制，阿然後自己募，<u>當然在比如說竹崎站，我缺 100 萬而我只募到約 80 萬而已來說，比如市區那些北部比較都市型的它募得比較多的話，總會統一會去做調配，阿我照理說是自己募自給自足，但是我所有的費用，所有支出必須拿收據，然後去申請，</u>每個月寫零用金申請，就是一定的模式去報給上面，1 個月後才會下來，往往都要先墊錢，我們就是總會的財務室那邊會去</p>	C-40	<p>華山經費運用與公家單位不同，因善款募集不易，採蹲節開支原則，且不能公器私用。</p>
	C-41	<p>偏鄉站點如竹崎站募得善款未達目標時，就由總會進行善款調配，花費帳務也須向總會報帳申請核發。</p>

<p>做審核，阿比如發票號碼錯了，電腦 key 錯了，就必須重新送，阿這張收據比如說 5 月的收據，到了 7 月忘記了超過兩個月，這張就必須作廢，自己捐出來啦，像去年我捐了 5000 塊的高鐵票忘記報，因為有些時候有些比較急迫性的會議，必須坐高鐵，那個比較少，就是那 5000 塊，那個月去了兩次，那時候忘了就自己出啦，過期就算了，也沒辦法怎麼樣啦，就是經費這個部分。</p> <p>問：那你的站募款來源為何？</p> <p>答：阿募集的話，有分發票收入、義賣收入、捐款收入，發票募集是佔最大收入來源。</p> <p>問：那發票中獎的獎金是分配到你的站進行運用？</p> <p>答：<u>像我收的募發票來說的話，我們的計算方式是，例如以 150 萬的方式，我們不是看你各站今天募到的發票中多少那個站就有多少收入，而是以全台灣比如說，全台灣全部的站募得 1 億張發票好了，上一期全部中了 1 億 4 千萬好了，那等於一張發票平均是中 1.4 塊，我們是以這種方式來計算，阿比如說我這個站募到 1000 張發票，可能募進來分配到我這個站的就是 1400 元，是換算的方式啦。</u></p> <p>問：那義賣指的是？</p> <p>答：阿<u>義賣的就是，義賣有分那個公關義賣，這個東西我們就是有成本的東西，這個必須去找廠商，然後我們是希望說看能不能談到，當然是免成本是最好的，可是如果有成本的情況下的話，大概就是盡量看怎麼樣互撐一下，然後以它的市售價格作義賣，因為我們真的慈善團體做義賣，我們是照它是售價在賣，我們不能像是市售 300 我們賣 1000，不是這樣子，我們就是它賣多少就賣多少，從成本看能不能把它壓低，阿當然如果說這個東西成本 8 成的話，比如說 300 塊，我賣一盒只賺 60 塊，</u></p>	<p>C-42</p> <p>C-43</p> <p>C-44</p>	<p>華山募款最大來源為發票收入，其次為義賣及捐款收入。</p> <p>華山分配發票中獎善款的方式，是將該期全國募集的中獎獎金總和，按照各站所募到的張數，依比例將金額分款予各站使用，而金額是浮動的。</p> <p>義賣分為公關義賣，指的是事先與廠商協調成本分配，用市售價格販售，並將所得作為善款捐贈。</p>
--	-------------------------------------	--

<p>這個就變成淪為幫公司做廣告嘛，這個事我們不去做啦。</p> <p>問：那你們常年服務活動有舉辦園遊會，舉辦情形為何？</p> <p>答：阿<u>另外一種義賣就是園遊會，園遊會就是，你可能第一個你要找認攤贊助，認攤贊助就是說我掛你的名子在這裡，你贊助這一攤，然後我們自己去找東西做賣掉，然後賣掉就義賣款這樣子，然後這就認攤贊助這部分，阿另外一種就是它捐物品，不管它有來沒來，就是當天把它捐的東西賣掉，當作義賣收入</u>，或者是像那個比如說你賣一個東西，你捐攤捐了 5000 塊，但最後我要把我今天賣的東西全拿回去，這種情況下我們會盡量避免，因為比如說會保證有收入的話，<u>一場園遊會如果確定它有收入，客源如果一定都會來的話，一定要賣園遊卷，因為今天買的園遊卷的話，你才有可能那時候來，就算你準備了東西再豐盛再怎麼樣，人家沒有買園遊卷的話，今天就是散賓散客來的話，他沒有事先買園遊卷的話，他可能走馬看花，並不會買東西</u>，園遊會有些時候像一些，募來的飲料募來的食物來說，沒賣掉它可能就壞掉嘛，所以園遊會這個東西抓就要抓得很嚴謹。</p>	<p>C-45</p> <p>C-46</p> <p>C-47</p>	<p>園遊會認攤贊助也是義賣的一種。</p> <p>捐贈物品在園遊會中賣掉的收入也是義賣的一種。</p> <p>舉辦園遊會時先透過園遊卷販售確保義賣有收入。</p>
<p>問：那你舉辦園遊會時，義賣品如何拿捏？</p> <p>答：像那個我之前在親水公園辦園遊會，我就是跟御可香募了 400 杯飲料，它就是全部捐嘛，現場賣掉全部捐出來這樣子，阿我剛才說園遊卷對不對，<u>今天如果說遊園卷賣出去的話，等於是收入已經進來了嘛，所以我們這些義賣品我們就是要對善心人士交代，我們不能說你買了園遊卷，結果準備一堆垃圾給你買，不可以，我們還是要盡量充實它的質嘛，要不然下次怎麼會再相信我們</u>，所以剛才我說你捐了 5000 塊，但是我賣這攤的東西全部都要帶走的</p>	<p>C-48</p>	<p>園遊會的義賣品須兼顧品質。</p>

<p>話，是不是他賣的可能超過1萬超過2萬，等於把這些資源帶回去，所以我們會避免這樣子的認攤，因為我們在台南就曾經遇到一次，他捐了5000塊那個人賣20000多，等於說你還賺了，5000塊變成他的成本，他是來這裡做生意的不是來做公益的，所以我們也不太喜歡說變成這種情況，所以今天當然捐不捐、贊不贊助，這個都是要非常尊重人家的意願，我們不能造成人家壓力、勉強嘛，但是我們也不希望說對商人打個名號讓他有營利的方式，所以這個就是要去抓。<u>阿辦園遊會的話，你還是要找到表演人，像以我這邊的模式，我請幼兒園來表演，幼兒園來表演的話，父母就會跟著來嘛，就會增加客源，</u>所以園遊會收入就是義賣收入。</p>	C-49	園遊會請幼兒園活動表演，陪同的家長也能增加義賣收入。
<p>問：我在門口看到有擺很多布娃娃，這些也是你要拿來義賣，增加你站的運作經費？</p> <p>答：<u>然後賣這些東西也是義賣收入，然後我們會擺一些物資，比如像竹崎有出產布娃娃，我們就賣布娃娃在站內，有時候一些客人來也會做義賣，那像我們站各自做各自的方式嘛，我看過最特別最好的站就是它整間像精品店，但是那個一定要有所謂管家志工在這裡，因為我們站我一定要出去服務，我不可能一整天坐在這裡，所以你如果要像精品店的話，你一定志工要很充足，一方面整理貨品，一方面你要隨時有人在這個店，阿我以前我比較著重在義賣的時候，那時候我在街上那裡，阿我就是桌子東西擺著、零錢筒放著、價錢都寫著，就是走良心店的方式，你要的話你自己投錢，投了東西自己拿走，沒有人顧，</u><u>所以義賣如果要當店鋪來經營的話，就是必須有完善的志工，志工是非常重要的。</u></p>	C-50	物資義賣也是義賣收入一部分，如竹崎出產布娃娃，義賣物品由各站自行經營，如有志工協助可當店鋪經營。
<p>問：嗯，那捐款收入的部分呢？</p> <p>答：阿<u>募款的捐款收入，募款就是像這個支持每個月幫助1個老人服務的經費，</u>需要信</p>	C-51	竹崎站的捐款收入來源為一般人、財團法

<p>用卡授權書，或者他願意每個月捐 100 塊、200 塊，<u>就是針對一般人、獅子會、辦公室台塑那種，我們就是會結合媒體造勢活動，我們要做一場活動出來，有一個受贈儀式，可能帶這些獅子會的去做關懷動作，阿他們報紙版面也寫上去，他們要的會是一部分會希望說，看到他們有在做服務嘛，一部分是我們找到需要的資源，然後互相協助</u>，因為像那個比較大公司大企業那個，就比較類似公關行銷費用，他們捐了這筆錢，它可能就是公關行銷，包含主要單位、協辦單位，這個就是類似公關行銷的費用，就是我 PO 說你們在這邊辦了場活動，增加你們曝光，然後你捐助多少錢這樣，這裡面包含像他的實體店面放文宣，文宣上我們也會幫他掛協辦單位不一定，這個是捐款部分，建站計畫 150 萬呢，當然隨喜啦，那下面寫項目就是說，比如說你捐了 150 萬，你捐了我這站一年的服務經費，我會幫你在門口掛說，比如某某公司贊助全年度服務經費，阿然後可能我的車上也會貼某某公司贊助全年度服務經費，我的背心出去，後面也會寫某某公司贊助全年度服務經費，就是呈現今年服務經費都是你捐的，然後我們用更多的行銷方式，讓大家看到你這家公司的服務心。包含關懷禮，包含我們端午節帶老人去運動會，可能像遊覽車資、保險，幫忙一個老人的服務經費，費用就是 600 元。</p> <p>問：我看到 DM 上有一項建站計畫，這個應該你還沒遇過這類捐款者吧？要捐 1000 萬耶～</p> <p>答：建站計畫，新增據點 1000 萬就是說買整棟，你可能要幫助在地買整棟房子，提供一個房子捐助給基金會，去永續讓這個在地服務，當然他可能捐地產，1000 萬我沒遇過，就是類似購屋捐贈，它也是有隨喜</p>	<p>人團體，如企業透過活動媒體露出，向社會大眾展現其愛心行動，對華山來說是募集到所需資金，達到個其所需。</p>
---	---

<p>的部分，就是用途啦，阿等於說<u>像這個東西我們三節募款，就是要找到 150 萬，那我目前還沒辦法，平均就約 7、80 萬。</u></p> <p>問：那捐款部分因為你們各鄉鎮幾乎都有站點，募款是只能限制所在鄉鎮，還是可以跨區，例如說你在南華可以跑去南華勸募？</p> <p>答：另外因為有善心人士，像南華是大林站，今天如果說他跑去募我又跑去募，比如說一樣找系主任好了，他可能就覺得說，你們同一個單位怎麼不同人跑來找我，溪口站的也跑來找我，會造成社會觀感不佳，所以<u>我們原則上募款就是以竹崎在地在募、大林站找大林在地</u>，這個工具除了文宣 DM、寄信以外，另外說明會，像我們要找，比如說保險公司早會、房仲業或者是汽車業他們在開會、或者是老師晨會，那種開會時間很多人的時候，我們去做說明會，阿然後跟他們說我們服務做甚麼呈現部分，然後就是請他們當下贊助，像包含獅子會、扶輪社那些都是爭取做說明會的機會，有進去有機會啦，阿然後那個學校的部分就是拜訪學校，請它幫我們，或學生帶回家，如果家長願意捐的話，甚麼時間把錢給班代收齊捐來，其他公司企業拜訪，我跟老闆談的機會，或者是我們印說明書，比如說大公司企業可能跟到老闆，我們就是必須有機會多多拜訪，然後電話邀約，大概 100 間平均成功 3、4 間就算不錯，一般都是不願意或是幹嘛的居多，見面的話我們就會跟他談我們服務的狀況，然後看他是否願意捐助，那其他民眾小額捐款就是隨機性的。</p>	C-52	凸顯竹崎站募款困境，只能在竹崎範圍內募款，無法募到預定目標金額。
<p>問：前面你所提到招募志工是困難的，凸顯某種程度組織能見度有問題，那你的站有在進行對外宣傳嗎？</p> <p>答：<u>媒體露出，我們基本上規定我們一年一個站要媒體露出至少 45 個</u>，然後同一個新聞</p>	C-53	凸顯華山組織能見度不足的問題，社會大

<p>可能報紙、平面幹麻的、網路的可能就好幾則了，這個就是我們必須寫新聞稿，新聞稿寫完後要送審去督導那邊，然後完了以後要同意才能發稿，就是出去的東西就代表基金會，我不能亂寫，所以說發新聞就是聯絡記者，然後活動當天採訪，然後採訪完後再寫事後稿，一方面媒體露出算是長輩願意同意，<u>然後直接呈現我們服務的方式，比較容易增加人家的認同，因為畢竟我們在服務老人的、獨居老人在偏鄉社會角落，根本不會有人注意他們，所以我們做這些服務通常不會有人看到，所以人家就不會知道我們到底有沒有在做服務，所以媒體露出是呈現服務的一種方式</u>，或者是像獅子會它們呈現愛心的方式，差不多這幾類，全部加起來就是我們工作目標，然後我們就是每年考核這樣子。</p>		<p>眾不知華山幫這個社會做了哪些服務。透過舉辦活動的方式增加媒體露出機會，讓社會大眾看到華山的服務。</p>
<p>問：募集發票畢竟是你們組織運作資金最大的來源，那你在募集發票遇到哪些情形呢？</p> <p>答：<u>像我在竹崎街上募兩個小時頂多平均100、200張而已就算不錯，像如果去嘉義文化路的話，平均1000~2000才有可能達到，自從電子發票政策開始後就是這樣了，然後勸募發票以學生他們學校的服務學習為主</u>，但是另外像姊妹會創世那邊是有規定說，你如果要開服務學習時數給學生時，他必須募200~300張以上，在街頭募發票的時候，所以學生前期一定會先在家裡面蒐集幹嘛。</p> <p>問：所以你們也有像創世那樣的情形？</p> <p>答：沒有阿！我們華山基金會還是希望是發自內心的，實際去做服務，當然學生在勸募的時候我們還是會在現場看一看，例如有沒有學生聚集在便利商店，我們還是會柔性規勸，就是我們不會一定要你募到兩百張才會給你服務學習時數，而且這個情況下就是發自內心的情況下在募。</p> <p>問：那你在辦園遊會的同時，也有勸募發票的</p>	<p>C-54</p>	<p>發票募集量減少原因，來自政府實行電子發票政策。許站長於竹崎街上兩小時募集發票量平均1~2百張，嘉義市區平均1~2千張。而發票勸募的志工來源為學生的服務學習。</p>

<p>流程？</p> <p>答：<u>活動的話除非是我們說發票可以換好禮物幹嘛的，那種情況下才可以召到更多發票，不然隨機性的就是，我身上有發票我就捐幾張，所以就是早期會辦捐贈發票園遊會，現在雖然不見得要辦，但發票收入還是我們的主力阿，所以很兩難</u>，因為一場園遊會的收入，在嘉義大概平均 3 萬多，但是我們必須要花更大的人力物力，像我個人辦的在親水公園辦那場(指 DM)，那次就是捐款收入約 3 萬 3，義賣收入約 1 萬 4，支出約 1 萬 2，就是辦了一場活動大概收入約 3 萬 5，就 20 幾攤，<u>因為就是現在我們園遊會設攤也少，民眾普遍的購買意願偏低了，然後願意捐的會來，不願意捐的就不會來，所以說目前這段時間對社福團體的衝擊蠻大的</u>，因為就像我說一個老人一個月服務經費要 1200，但沒有募到<u>那些錢我們的服務還是要持續進行，那不夠經費只好自己另外想辦法或靠其他像是募到較多款項的天使站尋求協助資源</u>，另外像是辦園遊會這種活動也需要更多的媒體露出機會，所以這些都是我們華山社福團體十分辛苦的部分。</p> <p>問：再冒昧問一下，我每年都會收到「未中獎發票捐華山，財政部會每張會補助 2 元」的手機簡訊，這個是？</p> <p>答：喔。另外曾有<u>不實謠言指華山涉及拿未中發票去財政部換補助款，在此澄清絕對沒有這種事，即便發票沒中，像我也頂多拿來當做園遊會中活動範例道具使用。</u></p>	<p>C-55</p> <p>C-56</p> <p>C-57</p> <p>C-58</p> <p>C-59</p>	<p>解決園遊會發票募集短少之困境，採增加誘因如捐贈一定張數，能免費兌換義賣品。</p> <p>舉辦園遊會的發票勸募行動，效果是不彰的。</p> <p>由於經濟大環境的不景氣，大部份的社會大眾捐款意願減少。</p> <p>如未達成募款預定金額目標，將尋求其他站點調配善款，讓服務得以持續進行。</p> <p>華山受到手機簡訊謠言影響，使社會大眾對其組織信用度存疑。</p>
---	---	--

附件 2：華山基金會對外文宣、固定活動 DM

徵求義工服務項目			
類別	服務項目	服務時間/地點	服務內容
綜合服務	到宅服務	週一至週日 8:00-17:30	● 居家巡迴 ● 居家訪問 ● 到戶服務 ● 安全服務 ● 代辦物品 ● 陪同散步/運動
	發票整理	週一至週六 9:00-17:00	● 每月戶籍管理 ● 戶籍資料整理
	行政事務	週一至週六 9:00-17:00	● 電腦打字 ● 郵寄信件 ● 公文書管理
活動	踏青旅遊	每年春、秋兩季	● 郊遊
	三節服務	端午、中秋、元宵	● 節慶活動
	跳蚤市場 園遊會	不定期舉行 (辦公地點於義工區區)	● 舉辦跳蚤市場/園遊會、義工訓練
新	各項專才人士	不定期	● 協助服務 ● 參與各項社會公益活動 ● 翻譯、法律專業人員協助法律諮詢

或願意加入守護天使義工行列：
(資料填寫區、請撥打(02)2834-7255或各社區愛心天使站)

愛心回覆單	
單位名稱	姓名
電話	傳真
地址	
E-MAIL	

華山基金會暨附設社區愛心天使網部

華山基金會總會 台北市華山愛心天使網部

新竹苗栗愛心天使網部 台北縣愛心天使網部

中彰投愛心天使網部 花蓮愛心天使網部

雲嘉南愛心天使網部

高屏屏愛心天使網部


華山基金會，您在地的好鄰居！
如有長者需服務，請洽各地天使站。

財團法人華山社會福利慈善專業基金會
 地址：台北市士林區中正路420號10樓
 電話：(02) 2836-3919
 傳真：(02) 2834-7255

財團法人

華山社會福利慈善專業基金會

Huashan Social Welfare Foundation



111台北市士林區中正路420號10樓
 電話：(02) 2836-3919 (代表號)
 傳真：(02) 2834-7255
 副線號碼：19419426
 戶名：華山基金會
 網址：www.elder.org.tw

宗旨

本會秉扶揚惻隱之理念，維護人道，尊重生命，結合社會善心人士，以堅沙成塔方式，辦理社會救助、兒童、青少年、老人、婦女、身心障礙等福利慈善事業為宗旨。

◎ 設立日期暨創辦人

1999年10月28日 曹聚忠先生

◎ 服務對象

照顧失依、失能、失智老人

◎ 服務項目

訪視 家事 陪醫
 送餐 諮詢 沐浴
 轉介 文康 其他

華山基金會簡介

Introduction of Huashan Social Welfare Foundation

台灣已步入高齡化社會，依據內政部人口統計資料發現，在1993年，台灣地區65歲以上的老年人佔總人口之7%，超過聯合國世界衛生組織所訂之高齡化標準。至2007年時將增加至10%，增加的速度在世界更名列前茅，老年人的問題因而漸已成為政府及社會必須面對和關心的課題。有鑑於此，1999年，創辦人曹聚忠先生成立了「華山基金會」以因應、先發、先為長者為服務對象。

Taiwan has become an aging society. According to the Ministry of Interior, 7% of the population in Taiwan were 65 years old and above in 1993, just over the standard set by WHO for an aging society. This percentage has increased at an amazing speed to 10% in 2007. Senior welfare has become a pressing issue for the government and the society as a whole. Acknowledging this problem, Mr. Cao Ching founded Huashan Social Welfare Foundation in 1999 for those elderly people who are disabled or demented, and those who live alone with income below the poverty line.

華山基金會自1999年開始，在各地設立「社區愛心天使站」深入各社區落實老人到宅服務，照顧長輩日常生活需要，同時在30年內在全台369個鄉鎮市區設立愛心天使站，照顧當地的老人，並舉辦團體訪視、家庭服務、陪同就醫、協助沐浴、文康、物資協助、安養轉介等服務。

Since 2006 Huashan Social Welfare Foundation has set up "homecare hot-line station" in different areas to provide geriatric day care. It is expected that a total of 388 stations shall be set up in twenty years to provide care for the local communities. Services include home visits by volunteers, accompany to health clinics, bathing, and supplies etc.

您可以親自來對帳發票，在貴公司設置發票箱，加入義工行列等愛心方式參與，讓華山對您持續以持續，讓長輩感受來自社會的溫暖與關懷。

You can contribute in these benevolent efforts by donating unbalanced receipt slips, placing receipt slip box in your business or office or home, or joining the volunteer group. By doing so, you can let the elderly people feel the care, warmth and love from the society, you may become part of our team to care for the elderly people in Taiwan.

地址：111台北市士林區中正路420號10樓 網址：www.elder.org.tw
 電話：(02)2836-3919 傳真：(02)2834-7255
 副線號碼：19419426 戶名：華山基金會
 Address: 101, No.420, Jhongshing Rd., Shilin District, Taipei City 111, Taiwan R.O.C.
 Tel: +886 2 2836-3919 Fax: +886 2 2834-7255
 Postal Money Order Account Number: 19419426
 Account Name: Huashan Social Welfare Foundation



● 居家生活照顧服務
- 居家環境改善



● 關懷訪視



● 居家生活照顧服務
- 居家環境改善



● 身體照顧服務-陪床巡迴



● 身體照顧服務-護甲



● 失智品質巡迴-年節關懷



● 辦理舉辦春、秋季學老人遊園

守護他們的現在
就是守護我們的未來

財團法人華山社會福利慈善事業基金會
會址：台北市士林區中正路420號12樓
電話：(02)2836-3919
傳真：(02)2834-1709

華山基金會社工部編製
2008年4月



送愛到家

到宅服務
志工手冊

志工姓名：

華山基金會 到宅服務志工手冊

壹、華山源起、使命、願景

一、源起

華山基金會於民國八十八年正式成立，創辦人曾慶先生秉承「生靈安頓」理念在為核物人奔走多年後深感老人照顧比核物人更重要，因為老人是動態的、有情緒的，且人數逐年攀升在照顧上需要更多的投入。於是在創社成立十五年(民國88年)的基礎下，毅然再投注更多心力於老人服務，促成華山基金會的成立。

二、使命

隨著台灣人口結構高齡化，老年人的問題與需求倍受社會關切，華山基金會敏於社會變遷中弱勢長者之需求，以「三失」（失智、失能、失依）長者為服務對象，秉持「老在村里」（長者能在自己熟悉的環境終老）、「在家老化」（長者能在家庭式之住所終老）、「社區互助」（取之於社區、服務於社區）的理念下，以補不足方式推動社區照顧。

三、願景

落實老在村里的願景，在全台369個鄉鎮市區推動愛心天使站，設立服務網絡提供多元化的老人服務，以在地人服務在地人的理念推動老人福利服務。

貳、到宅服務內容

一、服務對象：失智、失能、失依老人

失智-漸進式功能退化症狀（俗稱老人痴呆症）

失能-生活不能自理

失依-獨居老人

二、服務內容

(一) 家務及日常生活照顧服務：

1. 關懷訪視
2. 家務服務
3. 陪同就醫或協助取藥
4. 居家環境清潔改善（基本生活範圍）
5. 陪同或代購生活必需品



1

華山基金會 到宅服務志工手冊

6. 書信服務
7. 飲食服務（送餐、協助烹飪）

(二) 身體照顧服務：

1. 協助沐浴、復健
2. 陪同散步、運動

(三) 資源連結服務

1. 協助轉介
2. 個別諮詢、代辦
3. 聯絡醫療機構

(四) 其他：

1. 年節關懷（端午、中秋、過年）
2. 促進社會參與（郊遊、尾牙等）
3. 物資協助

三、訪視技巧及服務注意事項

(一) 訪視技巧

1. 耐心傾聽，聲音柔和、口齒清楚，語調慢而平穩，儘可能以長單的發語溝通。
2. 態度應友善和悅的。
3. 體諒長輩的處境心情，善用同理，而不濫用同情。
4. 善用引導技巧了解個案狀況，不用盤問、命令的方式。
5. 尊重長輩自我選擇，不強迫。

(二) 服務注意事項

1. 家務及日常生活照顧

(1) 關懷訪視

- ① 訪視前：站長應讓志工了解長輩的基本情況及前次訪視狀況。
- ② 訪視時：首先介紹自己及機構

--- 提醒 ---

☆ 對帶去的稱呼：

男性：姓+阿公、阿伯、爺爺、伯伯

女性：姓+阿婆、阿媽、奶奶、伯母

☆ 自我介紹：

我是華山基金會志工○先生/小姐，今天是我關心您的

2



- ③ 訪視內容：依長輩情形關懷之，並透過訪談過程了解長輩近況。
- ④ 訪視議題：除延續前次訪視情形或既定服務項目外，可針對下列議題於訪談中透過言語或個人觀察了解。
 - A. 身體疾病狀況與就醫行為：疾病、就醫狀況、行走能力。
 - B. 心理狀態：個性、情緒、對現狀的看法。
 - C. 生活狀況：作息安適、食水衛生、康樂狀況、興趣嗜好。
 - D. 支持系統：鄰居、或朋友的互動狀況關係如何、親屬互動。
 - E. 社會狀況：職業、經濟、宗教信仰。
 - F. 居住環境：案家房舍狀況及屋內擺設是否有變動或毀損。
 - G. 老人自訴的問題或需求。

2. 家務服務

整理時若移動或丟棄案主的物品請先取得案主同意。

3. 陪同就醫

選擇安全的交通工具並留意案主安全。於就診時協助案主與醫師溝通。

4. 環境改善

環境修繕需先取得案主同意，若需移動或丟棄案家的物品時亦同。

5. 陪同代購物品

代購物品先與案主確認物品(廠牌)及可接受價格，並盡可能向商家索取收據給案主。

6. 文書、書信服務

使用案主常說之語言協助閱讀，並確認案主了解意思。

7. 飲食服務

留意食材新鮮度並考量案主疾病狀況是否適宜食用。

2. 身體照顧服務

(1) 協助沐浴、履健儘可能請案主坐在洗澡椅或椅子上以防滑跌。

(2) 陪同散步、運動留意案主安全，尤其上下樓梯更需小心。

3. 資源連結服務

若個案有其他服務需求請告知站長處理。

3



4. 其他

(1) 年節關懷、物資協助

若為食物需留意保存期限/方式及運送途中之保鮮方式，並告知案主食用/保存方式；若為器具/用品則需確定無損壞。

(2) 促進社會參與

陪同案主外出參與活動需選擇安全的交通工具，並留意案主安全。

(3) 福利諮詢、代辦

案主有此需求建議先與站長討論，盡量避免獨自拿案主證件辦理。

參、志工服務倫理

一、與案主建立專業關係。

二、尊重案主隱私，不將案主資料隨意透露給他人。

三、尊重並同理案主的背景(生活方式)、價值(生命經驗)。

四、以案主的利益為最大考量，尊重案主的意見和想法。

五、不輕易許諾，不對案主有任何服務範圍以外的承諾或保證。

六、避免涉入案主與其家人、朋友、鄰居間的各種紛爭與緊張關係中，應多以同理心支持。

七、多鼓勵、支持案主改善自己的狀況，尋求滿意的生活。

八、不談論志工個人私人問題，以免困擾案主。

九、為保障志工自身權益，不留下電話給案主，均透過機構聯繫之。

十、不圖謀私人利益或以私事請託。

十一、不宜接受案家款項(如禮品金錢等)，尤其不應與案家有任何借貸關係。

十二、應信守服務機構的規定，維持機構信譽。

肆、志工的角色

一、助人者：提供三失長者免費到宅服務。

二、關懷者：對於所服務的案主應該給予尊重而非施捨可憐。

三、問題發現者：到宅志工為服務的第一線人員，於發現長輩需求與問題時，應立即回報教天使站處理。

四、資源連結者：協助長輩連結鄰里資源，建立良好之社區關係。

4



伍、服務叮嚀

一、服務前客觀自己健康狀況，若遇有身體不適(感冒、發燒、有傷口)，請先暫緩服務。

二、注意自己的服裝儀容，並請佩戴志工證及穿著志工背心，以茲識別。

三、請依訪視時間到案家服務，勿讓長輩等待。

四、請自行攜帶茶水，並長輩家東持「不吃一口、不喝一口、不拿一物」原則。

五、訪視時請以兩人為一組，確保志工安全。

六、訪視結束時請記得洗手。

陸、緊急狀況處理

一、危及生命危險需緊急送醫：

緊急情況立即以電話聯絡119(手機無訊號可撥112)，陪同案主至醫院，並立即通知站長。

二、身體不適需就診：

攜帶案主健保卡陪同就醫，並立即通知站長。

三、身體傷害：

遇他人對案主施暴應立即制止(請維護自身安全)，撥打110求救，並通知站長，若案主受傷應陪同就醫。

四、案家失竊、受騙：

請打110報警，並通知站長。

*防詐騙專線手機/市話直撥165。

柒、教育訓練與服務管理方式

一、新進志工職前訓練：包含職前講習(1小時)、服務見習(為期三個月，至少服務6次以上)。

二、在職訓練：透過個別討論(個督)、團體討論(團督)及課程等方式提供。

三、聯誼：不定時舉辦聚餐、戶外活動、單位參觀等。

5



捌、行政須知

一、志工團體意外保險：

(一) 保險資格：

1. 94年度凡有參與服務者(不限時數及次數)，即享有保險資格。自94年12月份起，凡新加入本會之志工，皆享有投保資格。

2. 投保後未參與服務者，中途不退保，但隔年即不續保。服務中斷達一年以上者，隔年不續保。

(二) 保險內容：

1. 被保險人於執行職務期間與交通往返時間遭逢意外事故，致其身體蒙受傷害而致死亡或殘廢者。

2. 每一被保險人之保險金額為新台幣100萬元整。

3. 因前1項意外事故所致身體傷害請求醫療給付(實支實付型)，每人每次「傷害醫療保險金額最高新台幣1萬元」，「意外傷害住院日額給付每日500元，最多90日」。

(三) 投保方式：

1. 志工填寫報名表時即發給加保單，請志工自行填寫加保單，交由站長彙整後傳真至保險公司投保，請務必去電確認是否加保成功(保險公司自收到加保單當日起即生效)。

2. 投保公司(蘇聯世產險)聯絡方式：

聯絡人：周秀惠 0910-300-595

電話：(02)2311-5677#1131或1150

傳真：(02)2311-7798

二、請假：

(一) 志工應照所排時間固定前來服務，若因故無法前來時，應先與各區編制調整服務時間，並將最後結果告知工作人員，確保服務之提供。

三、訪視紀錄：

(一) 離開案家時應填「服務簽到表」，確實簽到並寫明服務時間與內容(代號)。

(二) 訪視後應依實際訪視情形填寫「個案服務紀錄表」，若個案有任何問題或身體及生活狀況變化時，應儘速告知站長，並做摘要紀錄。

6



曹慶先生於1999年10月28日成立『華山基金會』，主要服務對象為65歲以上三失老人(失依、失能、失智)，服務理念老在村里、在家老化、社區自助互助、補不足，預計於全台369鄉鎮成立社區愛心天使站服務在地老寶貝。

服務名稱	服務時間	服務內容
十十敬老-老人到宅服務	週一至週六 (任選) 08:00~17:30	關懷訪視、陪同就醫、家事清潔、原床泡澡、護甲、年節關懷送禮..等服務 ◎十位義工助一老，累積福報時時好
超級管家-二手交換中心		服務鄉里量血壓、行政業務、站內環境打掃、代接電話、電話問安..等服務 ◎愛心不打烊
發票整理		按月份整理、陪同收發票
活動協助	不定期	1. 協助園遊會設攤 2. 春、秋長輩郊遊 3. 老人尾牙、社福性活動..等

華山基金會為落實在地化服務，積極招募願投入老人服務的在地義工，只要有服務的熱忱，誠摯歡迎各界加入。

總會專線：(02)2836-3919

網址：www.elder.org.tw

義工報名專線，請洽下列愛心天使站



財團法人華山社會福利慈善事業基金會
 會址：台北市士林區中正路420號10樓
 電話：(02) 2836-3919
 傳真：(02) 2834-7255

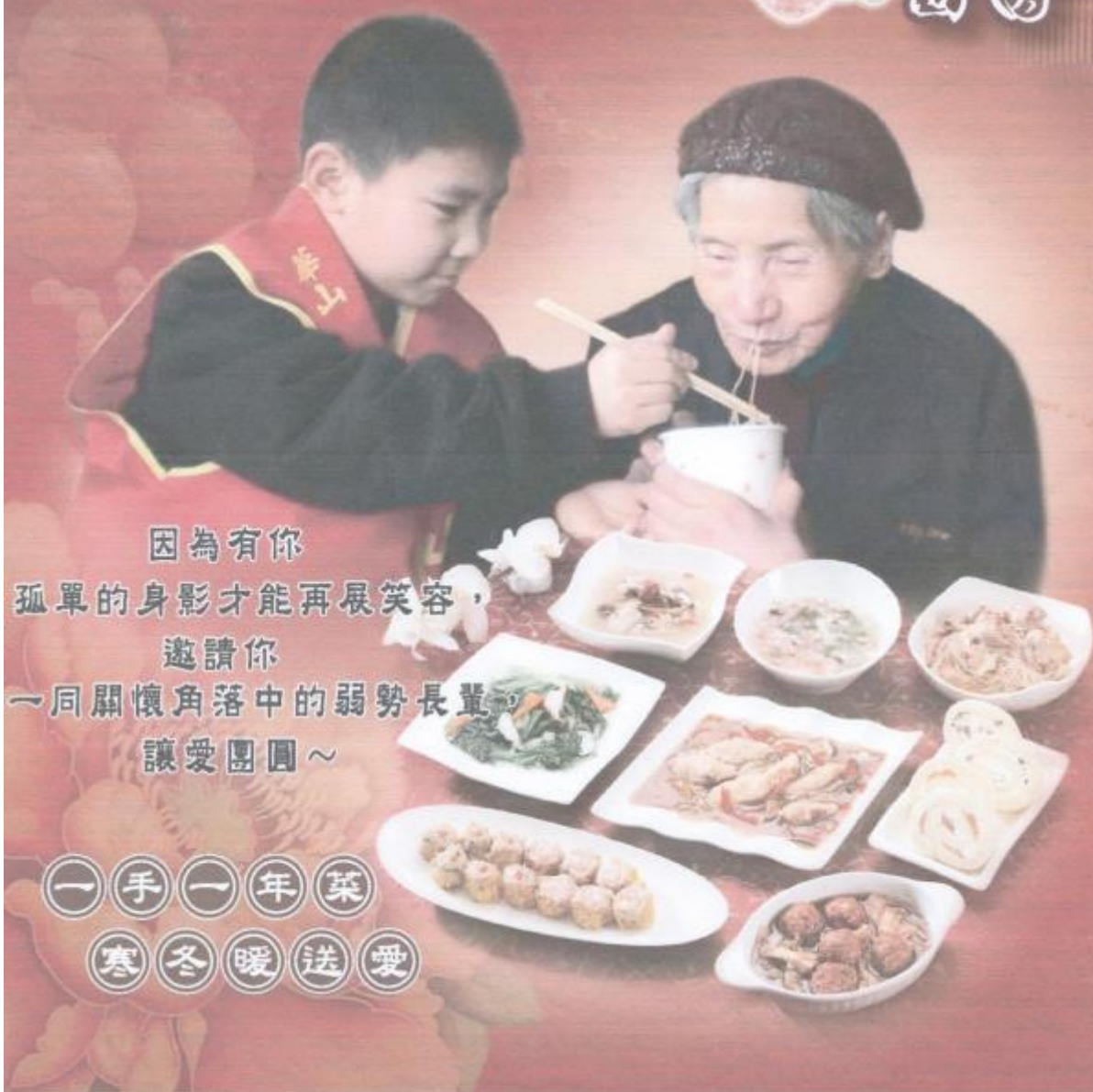
S 義工報名表 (填寫完成請傳真至下列各天使網部,謝謝)

姓名		年齡		性別	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女
聯絡電話		行動電話			
居住區域	縣市		鄉鎮市區		
E-Mail	※是否願意不定期收到華山相關訊息 <input type="checkbox"/> 願意 <input type="checkbox"/> 不願意				

華山基金會全台愛心天使網部



2015 常年服務
 暨 第12屆 **愛老人年菜** 團圓



因為有你
 孤單的身影才能再展笑容，
 邀請你
 一同關懷角落中的弱勢長輩，
 讓愛團圓～

一手一年菜
 寒冬暖送愛

- 主辦單位 華山基金會
- 主要贊助 金龍冠食品股份有限公司 · 百那企業有限公司 · 三洋電器 (台灣) 有限公司 · 新光人壽
- 贊助單位 台灣中油股份有限公司 · 正聲股份有限公司 (大林廠) · 嘉義中區扶輪社 · 嘉義市監理站
 有限責任法務部矯正署嘉義監獄員工消費合作社 · 御可香手作茶
- 協辦單位 台灣糖業股份有限公司油品事業部 · 三菱物產株式會社 · 台灣銀行 · 澳盛銀行 · 三洋電器
 三菱物產株式會社 · 東隆五金工業股份有限公司 · 台灣史丹利安防系統股份有限公司
 嘉義市新鮮事協會

第3屆 2015 常年服務暨 愛老人·端午動起來



親愛的家長 您好：

端午佳節闔家團圓，卻有許多長輩無法享受天倫之樂。

華山基金會特發起「愛老人·端午動起來」，邀您一同發揮愛與關懷，幫助全台約 20,000 位三失長輩歡度溫馨佳節。

同時期望「敬老」觀念從小紮根，闡揚「老吾老以及人之老」理念，落實公益生活化。透過小朋友滿滿的心意，讓到宅服務造福更多弱勢長輩；也讓您的小寶貝，成為守護阿公阿嬤的愛心天使！◎主辦單位：華山基金會，相關訊息可至 www.elder.org.tw 查詢。

家長回覆函

親愛的家長，謝謝您的認同，請填妥下表於____月____日，由小朋友繳回學校。
轉交給華山基金會後，將統一開立正式收據(可抵稅)。

小朋友姓名：		收據抬頭：	
家長簽名：		收據地址：	
愛心方式	單位	份數	說明 <small>※以下皆開立正式收據(可抵稅)</small>
愛老人計畫	送愛到家 <input type="checkbox"/> 1200 元/每月 <input type="checkbox"/> 隨喜____元/月	x ____月	支持常年到宅服務：訪視、陪醫、泡澡、護甲、家務服務及物資(米、糧食、油、罐頭...等)服務，可分期、隨喜。
	建站計畫 <input type="checkbox"/> 150 萬/站 <input type="checkbox"/> 隨喜_____	x _____	協助設站基礎設備與常年服務經費，支持善士或團體留名於當地天使站門口芳名錄。
	端午關懷禮 350 元/份	x ____份	贈送全台 20,000 位長輩端午年禮(內含粽子、麥片、禮品)，結餘作常年服務經費。
	愛老人套票 600 元/份	x ____份	端午關懷禮+認助獨居長輩參加愛老人運動會(含交通、設備、餐飲、保險等)
	滾印鮮奶餅乾 300 元/每組	x ____盒	獨特獨角仙造型大人小孩都愛，入口充滿奶香味，營養又好吃，最佳送禮自用伴手禮....

(勸募字號:衛部救字 第 1041360229 號函)

主辦單位：華山基金會
愛心洽詢：

第3屆 幫助常年服務暨 愛老人·中秋亮起來



親愛的家長 您好：

華山基金會為讓「敬老」觀念從小紮根，推廣「愛老人·中秋亮起來」，鼓勵年輕世代更樂於接近長者，分享生命經驗及人生智慧，以發揮「老吾老以及人之老」的理想社會。邀您一同發揮愛與關懷，協助全台約20,000位三失長輩(失能、失智、失依)，過個有福、有愛的佳節！

主辦單位：華山基金會，相關訊息至www.elder.org.tw查詢。

活動詳情請上：<http://www.elder.org.tw/loveformoon103/LOVE-1.html>

家長回覆函

親愛的家長，謝謝您的認同，請填妥下表於9月____日，由小朋友繳回學校。轉交給華山基金會後，將統一開立正式收據(可抵稅)。

小朋友姓名：	收據抬頭：
家長簽名：	收據地址：
E-MAIL：	

愛心方式		單位	小計	備註 ※以下皆開立正式收據(可抵稅)
愛 心 項 目	送愛到家	<input type="checkbox"/> 1,200元/每月 <input type="checkbox"/> _____隨喜/月	X____月	支持常年到宅服務：訪視、陪醫、泡澡、護甲、家務服務及物資(米、糧食、油、罐頭...)服務，可分期、隨喜。
	中秋關懷禮	350元/每份	X____份	贈送長輩中秋禮(內含月餅、麥片等)，結餘作為常年服務經費。
	繪本推廣	<input type="checkbox"/> 100元/本 <input type="checkbox"/> 100張發票兌換	X____本	「爺爺猴厲害」兒童繪本(真實故事改編)
	鳳梨酥	399元/盒	X____盒	皮酥餡美,入口即化,滿滿果肉及酸甜口感挑逗您的味蕾! 每盒12顆適合送禮,保存期限40天
	凍蒜餅	100元/包	X____包	來自宜蘭的三星蔥做成的凍蒜餅(非油炸)

愛心洽詢：

附件 3.1：籌備會議開會通知單

南華大學 聲動娛樂慈善公關團隊 開會通知單

會議聯絡人：林奕儒（總製作人）

受文者：本公關團隊全體成員

密等級解密條件：非密件

發文日期：2013 年 4 月 2 日

發文字號：(101) 南華聲動字第 10101 號

附件：本公關活動企劃書

開會事由：台視 金牌麥克風暨華山基金會
（南華大學慈善公益徵選會） 籌備會議

開會時間：2013 年 4 月 8 日（星期一）19 時

開會地點：學海堂 S101 教室

指導老師：蔡鴻濱 老師

主持人：林奕儒

出席者：蔡忠豪、葉千寧、黃思婷、黃韻瑜、林郁婷、
蔡維軒、李鎮旭、郭雅凡、董佳雯

議程：

1. 活動時間、地點、日期 討論
2. 報名方式、報名日期 討論
3. 宣傳方式 討論
4. 主持人選 討論
5. 會後由總製作人詳細講解本公關活動內容

備註：

1. 請務必準時參加。
2. 如不克參加請事先告知，並於事後詢問開會內容。

附件 3.2：籌備會議簽到單



南華大學 聲動娛樂 Artist · Singer · Performer 慈善公習團隊

聲動娛樂

101 學年度 第 2 學期 工作人員會議簽到單

會議主題：台視 金牌麥克風 暨 華山基金會 (南華大學 慈善公益 徵選會) 籌備會議			
日期：2013.4.8	時間：19:00	地點：學海堂 S101	主席：林奕儒
應到人數：10	實到人數：10	缺席人數：0	記錄：林郁婷

組別	職稱	姓名	簽名	時間(24hr)	備註
公關組	執行公關	蔡忠豪	蔡忠豪	19:00	
	公關協力	葉千寧	葉千寧	19:00	
財務組	執行會計	黃思婷	黃思婷	19:05	
文案經紀組	執行經紀	黃韻瑜	黃韻瑜	19:03	
	行政文案	林郁婷	林郁婷	19:00	
宣傳組	企宣統籌	蔡維軒	蔡維軒	19:00	
器材組	器材統籌	李鎮旭	李鎮旭	19:13	
	器材協力	郭雅凡	郭雅凡	19:10	
	執行事務	董佳雯	董佳雯	19:08	
節目製作組	總製作人	林奕儒	林奕儒	19:21	
其他					

附件 3.3：籌備會議會議紀錄



南華大學 聲動娛樂 Artist · Singer · Performer 慈善公關團隊

聲動娛樂

101 學年度 第 2 學期 工作人員會議紀錄表

會議主題：台視 金牌麥克風暨華山基金會（南華大學慈善公益徵選會） 籌備會議

日期：2013 年 4 月 8 日 時間：19 時 00 分 地點：S101 主席：林奕儒

應到人數：10 實到人數：10 缺席人數：0 記錄：林郁婷

出席人員：蔡忠豪、葉千寧、黃思婷、黃韻瑜、林郁婷、
蔡維軒、李鎮旭、郭雅凡、董佳雯、林奕儒。

缺席人員：無

缺席原因：無

一、 主席致詞：

各位！我們將要舉辦一個別人沒有辦過的慈善公關活動，幫助華山基金會解決發票募款困境，以及增加華山的組織能見度，目前我的想法是透過選秀節目來南華舉辦海選初賽的機會，與參加者捐贈發票做結合，希望幫華山解決募款困境。另外，南華從上次的選秀節目進校內舉辦海選已經是一年多前了，現在台視即將有一個新選秀節目，而製作單位也是我們之前常合作的友松娛樂，它們跟之前一樣，參賽者只要通過校園海選後，就能直接進入台北攝影棚比賽。所以我們今天要討論海選初賽，當天工作內容，除了各位當天按照我所撰寫的企劃書進行外，仍有一些活動上的問題需要各位一起來討論，以便凝聚共識，所以請各位多發表意見。

二、 會議大綱：

- (一) 時間、地點、日期 討論
- (二) 報名方式、報名日期 討論
- (三) 宣傳方式 討論
- (四) 主持人選 討論

三、 會議討論事項：

- (一) 時間、地點、日期

* 提案一

1. 總製作人（林奕儒）：就我最近跟台視的製作單位聯絡，新節目叫金牌麥克風，可以跟華山勸募發票行動結合，他問我們是否要在我們學校辦金牌麥克風海選初賽，我覺得活動時間可以，是看要不要近期我們開始準備這個活動，差不多一個月的準備時間，時間蠻充沛的，可以讓我們有時間討論及準備。

2. 企宣統籌 (蔡維軒): 好阿! 辦大型活動就是要有時間好好準備準備, 地點的話是要在哪裡比較好呢? 我們一定是要用學校大場地, 不然如果人數太多的話會不方便。
3. 器材統籌 (李鎮旭): 那麼我們是要星期幾呢? 還是還要等消息呢?
4. 執行事務 (董佳雯): 還有地點是要等他們幫我們決定, 還是我們可以依照我們的時間來定奪呢?
5. 總製作人 (林奕儒): 就這些而言我必須等到台視的製作單位聯絡才能決定我們之後確定的行程, 還有我們之後的後續問題。

◎ 決案一

總製作人 (林奕儒): OK! 目前我已先訂 5 月 13 日星期一, 借圖書館 W102 演藝廳, 因為我已經去查過所有大型場地, 當天都被其他教學單位借走了, 所以只剩這個場地勉強適合, 另外把大家的意見統整, 我只有跟台視的製作單位連絡, 之後的消息才有辦法確定我們的時間地點日期是如何。

(二) 報名方式、報名日期

* 提案一

1. 執行事務 (董佳雯): 報名方式就如舊吧! 我們不都是張貼海報以及放在人常去的地方場所。
2. 執行會計 (黃思婷): 這樣說得話, 那是要安排前一個禮拜貼好海報及報名表的出爐, 這樣才能有完整的一個禮拜的宣傳跟給人時間考慮參加與否。
3. 總製作人 (林奕儒): 這是大型活動, 而且要让效益提高, 宣傳期就要非常長, 我宣傳期是規劃從 4 月 13 日到 5 月 13 日, 而 4 月 13 日像是活動海報、DM、FB 臉書就要貼出去了, 另外當天我們時間的話看是月底開始報名, 那就先定 4 月 29 號, 接近大家期中考考完的日期, 你們覺得這樣會有人來嗎?
4. 器材協力 (郭雅凡): 會吧! 如果有人想要成名或是一心就是想要唱歌, 加上看到捐發票就能展現愛心的話, 時間定在這裡絕對不是問題吧!

◎ 決案一

總製作人 (林奕儒): 那麼我們就決定開始接受報名在 4 月 29 日嗎? 如果沒有問題的話, 我們的宣傳海報今天要開始動工了。

(三) 宣傳方式

* 提案一

1. 行政文案 (林郁婷): 我們這次除了跟台視, 也和華山基金會合作, 尤其幫華山宣傳, 所以我們一定要把宣傳講好說我們是跟台視、華山合作, 這樣就可以吸引更多人來, 選手才不會認為我們每次都是跟自己人比也沒機會上電視, 加上捐發票發揮愛心。
2. 執行公關 (蔡忠豪): 說得好~ 那麼大家都要清楚我們的流程是什麼, 以及工作內容! 這樣的話才不會有人問的時候也不知怎麼跟他們講。
3. 公關協力 (葉千寧): 真的耶! 這樣好喔! 所以就是要等規則出來了。

◎ 決案一

總製作人 (林奕儒): OK! 各位要做的事情我都已經詳細寫在企劃書裡, 等下籌備會後有問題再問, 另外統整大家的意見, 我們要在海報加註我們有跟台視、華山合作, 好讓有人覺得這是有希望上電視的, 並且參與捐發票就能發揮愛心!

(四) 主持人選

* 提案一

1. 執行會計 (黃思婷): 我覺得呢~應該換男生當當看主持人!
2. 執行經紀 (黃韻瑜): 男生那是指誰阿?! 我看還是女生, 讓小蠻上去好了! 哈~因為她夠可愛!
3. 行政文案 (林郁婷): 什麼? 不要啦! 讓佳雯上去當啦~她需要訓練訓練台風!
4. 執行事務 (董佳雯): 哈? 我當主持人?! 可以不要嗎?
5. 總製作人 (林奕儒): 我是覺得思婷意見不錯, 以前都是派女生主持, 這次換男生好了, 而且這次跟慈善公益團體結合, 男生主持比較穩重, 如果太綜藝化就很可能會失焦!

◎ 決案一

總製作人 (林奕儒): OK! 由於主持人選看來大家無法達成共識, 那我們現在來表決看是要阿蔡、小蠻、佳雯哪位當主持人? 結論是阿蔡七票、小蠻三票。那麼就是決定阿蔡擔任這次公關活動的主持人, 責任十分重大, 哈~我會教你怎麼主持方式別擔心!

四、臨時動議

- (一) 總製作人 (林奕儒): 那籌備會後接下來, 我把我規畫的企劃書, 整個活動詳細內容講解一次, 有問題隨時發問。

籌備會議紀錄審核簽章欄

執行公關	公關協力	執行會計	執行經紀	行政文案
蘇志豪	蔡子	黃思婷	黃韻瑜	林郁婷
企宣統籌	器材統籌	器材協力	執行事務	總製作人
符維新	李鎮旭	蔡雅凡	董佳雯	林奕儒

附件 3.4：籌備會議照片

南華大學 學生活動照片紀錄

會議名稱：台視 金牌麥克風暨華山基金會
（南華大學慈善公益徵選會） 籌備會議
會議時間：2013 年 4 月 8 日，19 時 00 分
會議地點：學海堂 S101 教室



照片說明：籌備會議中，公關團隊成員正在討論活動內容



照片說明：總製作人林奕儒主持籌備會議情形




附件 3.5：活動場地借用申請

第二節	社團名稱	聲動娛樂-慈善公關團隊	(本聯由申請單位收存)
	活動名稱	台視 金牌麥克風 南華大學海選徵選會 慈善公益公關節目錄影(第一現場) - 搭棚、綵排、正式錄影、場復	
	活動時間	102年05月10日12時起-102年05月10日22時止 102年05月11日8時起-102年05月11日22時止 102年05月12日8時起-102年05月12日22時止 102年05月13日8時起-102年05月13日22時止	
	活動地點	<input checked="" type="checkbox"/> 各館教室(教室號碼 W102) <input type="checkbox"/> 其他()	
第三節	社團名稱	聲動娛樂-慈善公關團隊	(本聯請交付警衛室以備查核)
	活動名稱	台視 金牌麥克風 南華大學海選徵選會 慈善公益公關節目錄影(第一現場) - 搭棚、綵排、正式錄影、場復	
	活動時間	102年05月10日12時起-102年05月10日22時止 102年05月11日8時起-102年05月11日22時止 102年05月12日8時起-102年05月12日22時止 102年05月13日8時起-102年05月13日22時止	
	活動地點	<input checked="" type="checkbox"/> 各館教室(教室號碼 W102) <input type="checkbox"/> 其他()	

第二節	社團名稱	聲動娛樂-慈善公關團隊	(本聯由申請單位收存)
	活動名稱	台視 金牌麥克風 南華大學海選徵選會 慈善公益公關節目錄影(第二現場) - 觀眾 節目 Live 直播電視牆觀賞區	
	活動時間	102年05月13日12時起-102年05月13日22時止 年 月 日 時起- 年 月 日 時止 年 月 日 時起- 年 月 日 時止 年 月 日 時起- 年 月 日 時止	
	活動地點	<input type="checkbox"/> 各館教室(教室號碼) <input checked="" type="checkbox"/> 其他(W102 外的 1 樓走廊)	
第三節	社團名稱	聲動娛樂-慈善公關團隊	(本聯請交付警衛室以備查核)
	活動名稱	台視 金牌麥克風 南華大學海選徵選會 慈善公益公關節目錄影(第二現場) - 觀眾 節目 Live 直播電視牆觀賞區	
	活動時間	102年05月13日12時起-102年05月13日22時止 年 月 日 時起- 年 月 日 時止 年 月 日 時起- 年 月 日 時止 年 月 日 時起- 年 月 日 時止	
	活動地點	<input type="checkbox"/> 各館教室(教室號碼) <input checked="" type="checkbox"/> 其他(W102 外的 1 樓走廊)	

附件 3.6：新聞稿發布申請表

南華大學發布新聞稿申請表

申請單位	傳播學系(所)	申請日期	102 年 05 月 10 日
新聞稿主題	台視 金牌麥克風 南華大學慈善公益徵選會 5/13 關懷登場		
新聞稿類型	<input checked="" type="checkbox"/> 活動宣傳稿 <input type="checkbox"/> 事後新聞稿 <input checked="" type="checkbox"/> 採訪通知(邀請記者採訪)	新聞活動日期	102 年 05 月 13 日
申請人姓名	蔡鴻濱	分機/手機	
電子郵件		預定發布日期	102 年 05 月 10 日
附件名稱	(1)金牌麥克風南華大學海選 活動前新聞稿；(2)活動宣傳海報		
申請單位核章	申請人	單位主管	一級主管
			

注意事項：

一、請申請單位自行填寫框表格內容。

二、新聞稿及附件：

1.新聞稿必須連同本申請表於預定發布日期一週前，將紙本送秘書室提出申請，該電子檔則郵寄至
(具新聞時效者，逾期恕不受理)

2.新聞稿內容須詳細說明該活動或事件，新聞稿摘要重點請於第一段導言呈現。最後請註明活動相關聯絡人之姓名、電話及電子信箱，以供後續採訪聯繫之用。

3.請提供 3 至 5 張照片(jpg 檔，每張 800K-1M)，並自行將檔案予以編號及提供圖片內容的文字概述、說明(照片中人名、照片拍攝主題等)。

4.事後新聞稿申請為預擬稿，請於活動結束後依活動實際狀況，提供該活動重要的新聞點。

5.如引用他人著作或照片均應標明版權及出處，以免觸法。

三、學生社團由學務處課指組提出申請、體育競賽由體育中心提出申請；教師與學生或各系所及行政單位活動，由該單位承辦人員提出申請。

四、新聞稿內文請用 Word 文書處理，字型為標楷體，字體大小標題 16 級、內文 14 級，固定行高 20；

撰寫時，請以記者的角度擬稿，以利媒體刊登。

五、負責新聞發布單位基於作業與新聞特性等需要，得修改或刪除內容之文字、圖形或標誌等。

六、本申請書及相關文件審核通過後，留秘書室存查，不予退還原申請單位。

附件 3.7：行前會議開會通知單

南華大學 聲動娛樂慈善公關團隊 開會通知單

會議聯絡人：林奕儒（總製作人）

受文者：本公關團隊全體成員

密等級解密條件：非密件

發文日期：2013 年 5 月 10 日

發文字號：(101) 南華聲動字第 10102 號

附件：本公關活動企劃書

開會事由：台視 金牌麥克風暨華山基金會

（南華大學慈善公益徵選會） 行前會議

開會時間：2013 年 5 月 12 日（星期一）18 時

開會地點：學海堂 S101 教室

指導老師：蔡鴻濱 老師

主持人：林奕儒

出席者：蔡忠豪、葉千寧、黃思婷、黃韻瑜、林郁婷、
蔡維軒、李鎮旭、郭雅凡、董佳雯

議程：

1. 各組工作人員內容 確認
2. 會後前往 W102 進行總綵排

備註：

1. 請務必準時參加。
2. 如不克參加請事先告知，並於事後詢問開會內容。

附件 3.8：行前會議簽到單



南華大學 聲動娛樂 Artist · Singer · Performer 慈善公關團隊

聲動娛樂

101 學年度. 第 2 學期 工作人員會議簽到單

會議主題：台視 金牌麥克風暨華山基金會(南華大學慈善公益徵選會) 行前會議			
日期：2013.5.12	時間：18:00	地點：學慧樓 H502	主席：林奕儒
應到人數：10	實到人數：10	缺席人數：0	記錄：林郁婷

組別	職稱	姓名	簽名	時間(24hr)	備註
公關組	執行公關	蔡忠豪	蔡忠豪	18:00	
	公關協力	葉千寧	葉千寧	18:10	
財務組	執行會計	黃思婷	黃思婷	18:20	
文案經紀組	執行經紀	黃韻瑜	黃韻瑜	18:07	
	行政文案	林郁婷	林郁婷	18:20	
宣傳組	企宣統籌	蔡維軒	蔡維軒	18:00	
器材組	器材統籌	李鎮旭	李鎮旭	18:20	
	器材協力	郭雅凡	郭雅凡	18:15	
	執行事務	董佳雯	董佳雯	18:15	
節目製作組	總製作人	林奕儒	林奕儒	18:17	
其他					

附件 3.9：行前會議會議紀錄



南華大學 聲動娛樂 Artist · Singer · Performer 慈善公益團隊

101 學年度 第 2 學期 工作人員會議紀錄表

會議主題：台視 金牌麥克風暨華山基金會（南華大學慈善公益徵選會） 行前會議

日期：2013 年 5 月 12 日	時間：18 時 00 分	地點：H502	主席：林奕儒
應到人數：10	實到人數：10	缺席人數：0	記錄：林郁婷
出席人員：蔡忠豪、葉千寧、黃思婷、黃韻瑜、林郁婷、 蔡維軒、李鎮旭、郭雅凡、董佳雯、林奕儒。			
缺席人員：無			
缺席原因：無			

一、主席致詞：

由於明天就是公關活動了，經由上次已經的籌備會議，活動流程相信大家已經非常熟了，今天就是要做活動前最後的確認，如果還有其他要更動的內容，請大家務必要在現在說出來，因為等行前會開完之後，我們就要去 W102 總採排了。

二、會議大綱：

(一) 各組工作人員內容 確認

三、會議討論事項：

(一) 各組工作人員內容

* 敘述—總製作人（林奕儒）：

1. 公關組—執行公關忠豪負責招待貴賓、引導參與者入場及散場動線、協助節目錄影前，及錄影中拍照，活動後將照片整理建檔，如有貴賓來我會告知你去招待；公關協力千寧負責協助，節目錄影前幕後機錄影，及錄影中側拍機錄影，活動後各項動態宣傳馬上回收處理，尤其是張貼在各個公佈欄的海報。
2. 財務組—執行會計思婷，負責收集捐贈者發票及紀錄、協助節目錄影中拍照與帶位，及幕後機錄影，活動後協助發票箱搬運、各項活動收支單據核。
3. 文案經紀組—執行經紀阿默負責，入場報到處簽到工作、活動中人員進出控管，務必嚴格控管，沒有捐贈發票就無法入場，有捐發票的人要在手背上蓋章，活動後協助整理活動文書資料；行政文案小蠻負責，發放、回收心得單及回饋單、活動場記錄，活動後，各項活動文書資料整理及核報。
4. 宣傳組—企宣統籌阿蔡負責，明天的活動主持人，記得活動掌握時的流程、活動時訪問所

有參賽者的時間掌控、示範規則演唱、拿宣傳布條帶動呼喊口號、向參賽者詳細說明後續事項，如有特殊情況我會在台下舉牌提示你，活動後記得主持活動時遇到的各項問題。

5. 器材組－器材統籌鎮旭負責，節目錄影中全景機錄影，活動後歸還租借器材、活動拍攝影片整理；器材協力雅凡負責，節目錄影中特寫機錄影，活動後也協助歸還租借器材、協助活動拍攝影片整理；執行事務佳雯負責，節目錄影中的音響主機、燈光控制，活動後，分配所有工作人員場復工作，器材組如有問題我就在旁邊，請輕聲細語跟我說遇到的狀況。
6. 節目製作組－我的部分會在活動中監督各組狀況、活動中的危機處理、現場直播電視牆導播機操控，一樣地，有任何問題馬上詢問我，活動後開檢討會、監督各組繳交結案之相關資料狀況。

* 確認－總製作人（林奕儒）：以上明天各位的工作內容有問題嗎？
全體成員：沒有問題。

四、臨時動議

（一）總製作人（林奕儒）：OK！再叮嚀各位明天多叫一些親朋好友，來參加觀賞活動並帶多一點發票，發票越多越好，怕太少我們辦這場就掉漆了，那大家到 W102 去綵排吧！

行前會議紀錄審核簽章欄

執行公關	公關協力	執行會計	執行經紀	行政文案
蘇忠豪	蔡千予	黃思彤	黃詠瑜	林郁婷
企宣統籌	器材統籌	器材協力	執行事務	總製作人
蔡維新	李鎮旭	郭雅凡	董佳雯	林奕儒

附件 3.10：行前會議照片

南華大學 學生活動照片紀錄

會議名稱：台視 金牌麥克風暨華山基金會
（南華大學慈善公益徵選會） 行前會議
會議時間：2013 年 5 月 12 日，18 時 00 分
會議地點：學慧樓 H502 教室



照片說明：總製作人林奕儒主持行前會議時與全體成員討論情形



照片說明：行前會議中，公關團隊成員正在確認活動內容

附件 3.11：工作人員活動簽到單



南華大學 聲動娛樂 Artist · Singer · Performer 慈善公益團隊

聲動娛樂 台視 金牌麥克風暨華山基金會(南華大學慈善公益徵選會) 工作人員活動簽到單

日期：2013.5.13	時間：11:30 ~ 24:00	地點：無盡藏 W102
應到人數：10	實到人數：10	缺席人數：0

組別	職稱	姓名	簽名	時間(24hr)	備註
公關組	執行公關	蔡忠豪	蔡忠豪	11:35	
	公關協力	葉千寧	葉千寧	11:40	
財務組	執行會計	黃思婷	黃思婷	11:35	
文案經紀組	執行經紀	黃韻瑜	黃韻瑜	11:30	
	行政文案	林郁婷	林郁婷	11:26	
宣傳組	企宣統籌	蔡哲琛	蔡哲琛	11:30	
器材組	器材統籌	李鎮旭	李鎮旭	11:30	
	器材協力	郭雅凡	郭雅凡	11:20	
	執行事務	董佳雯	董佳雯	11:40	
節目製作組	總製作人	林奕儒	林奕儒	11:35	
其他					

附件 3.14：檢討會議開會通知單

南華大學 聲動娛樂慈善公關團隊 開會通知單

會議聯絡人：林奕儒（總製作人）

受文者：本公關團隊全體成員
密等級解密條件：非密件
發文日期：2013 年 5 月 13 日
發文字號：(101) 南華聲動字第 10103 號
附件：參與者滿意度回饋調查表

開會事由：台視 金牌麥克風暨華山基金會
（南華大學慈善公益徵選會） 檢討會議

開會時間：2013 年 5 月 15 日（星期三）21 時

開會地點：學海堂 S101 教室

指導老師：蔡鴻濱 老師

主持人：林奕儒

出席者：蔡忠豪、葉千寧、黃思婷、黃韻瑜、林郁婷、
蔡維軒、李鎮旭、郭雅凡、董佳雯

議程：

1. 參與者滿意度調查回饋表 統計
2. 活動過程 檢討

備註：

1. 請務必準時參加。
2. 如不克參加請事先告知，並於事後詢問開會內容。

附件 3.15：檢討會議簽到單



南華大學 聲動娛樂 Artist · Singer · Performer 慈善公益團體

聲動娛樂

101 學年度. 第 2 學期 工作人員會議簽到單

會議主題：台視 金牌麥克風暨華山基金會(南華大學慈善公益徵選會) 檢討會議			
日期：2013.5.15	時間：21:00	地點：學海堂 5101	主席：林奕儒
應到人數：10	實到人數：10	缺席人數：0	記錄：林郁婷

組別	職稱	姓名	簽名	時間(24hr)	備註
公關組	執行公關	蔡忠豪		20:30	
	公關協力	葉千寧		20:20	
財務組	執行會計	黃思婷		20:20	
文案經紀組	執行經紀	黃韻瑜		20:30	
	行政文案	林郁婷		20:30	
宣傳組	企宣統籌	蔡維軒		20:30	
器材組	器材統籌	李鎮旭		20:48	
	器材協力	郭雅凡		20:36	
	執行事務	董佳雯		20:35	
節目製作組	總製作人	林奕儒		20:58	
其他					

附件 3.16：檢討會議會議紀錄



南華大學 聲動娛樂 Artist · Singer · Performer 慈善公益團隊

101 學年度. 第 2 學期 工作人員會議紀錄表

會議主題：台視 金牌麥克風暨華山基金會（南華大學慈善公益徵選會） **檢討會議**

日期：2013 年 5 月 15 日	時間：21 時 00 分	地點：S101	主席：林奕儒
--------------------	--------------	---------	--------

應到人數：10	實到人數：10	缺席人數：0	記錄：林郁婷
---------	---------	--------	--------

出席人員：蔡忠豪、葉千寧、黃思婷、黃韻瑜、林郁婷、
蔡維軒、李鎮旭、郭雅凡、董佳雯、林奕儒。

缺席人員：無

缺席原因：無

一、 主席致詞：

這次活動大家辛苦了，我們公關團隊，經過這一個多月的合作，成功圓滿的辦完這次活動，成果也頗為有所收穫，當天 4 個小時的活動，就幫華山募集到 1137 張發票，此數量是華山一個天使站一個月平均才能募集到的數量，以此可證我們辦這場活動的效益是達成的，而且將勸募發票行動與電視選秀節目海選做結合，是史上第一次，所以該給我們自己掌聲！

但是，辦任何活動一定還是有所缺失，這次也不意外，我們現在就開始進行，統計當天有進入 W102 場內的參加者，所填寫的滿意度調查回饋表，再透過呈現數據或建議，進行檢討改進，雖然這次公關團隊為實驗的一次性團隊，不過我相信大家透過這次活動，都有多少學到一些東西，也許以後也用得到，就可避免掉辦不好的地方，所以來開始檢討吧！

二、 會議大綱：

- (一) 參與者滿意度調查回饋表 統計
- (二) 活動過程 檢討

三、會議討論事項：

- (一) 參與者滿意度調查回饋表 統計

* 敘述一

1. 總製作人（林奕儒）：滿意度調查題目分別為，1. 整體活動的滿意程度、2. 節目內容的滿意程度、3. 參賽選手的滿意程度、4. 活動場地的滿意程度、5. 燈光音響的滿意程度、6. 工作人員的滿意程度、7. 活動參與前，對於華山基金會這個組織，是否瞭解、8. 是否同意之後舉辦同類型之活動，可以請大家用捐發票方式做慈善公益行善、9. 參與完本次活動，讓我學習到慈善是要實

際行動，順手就能幫助人、10. 參與完今天的活動，對於華山基金會，是否有更深地瞭解，OK，現在請阿默妳上來將統計完成的數據寫在黑板上讓大家看。

2. 執行經紀（黃韻瑜）：

題號	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1	35%	43%	22%	—	—
2	27%	50%	22%	1%	—
3	26%	56%	18%	—	—
4	19%	41%	28%	11%	1%
5	22%	59%	15%	4%	—
6	47%	43%	10%	—	—
	是			否、不清楚	
7	14%			86%	
8	98%			2%	
9	99%			1%	
10	77%			23%	

3. 總製作人（林奕儒）：OK，其實看得出來辦得很成功，活動內容面向滿意、非常滿意皆達 7 成 5 以上，除了活動場地這部分只有 6 成，有 1 成 2 顯示不滿意，以此可見這次活動問題點出在這；而就華山基金會對於參與者，活動前後瞭解差異部分，在活動前有 8 成 6 不知道華山在做甚麼服務，但經過宣導講解後，皆高達 9 成 8 以上參加者，學習到要存有愛心幫助弱勢，並有 7 成 7 瞭解華山的服務，代表辦理本類型活動，能提升華山的組織能見度，這部分效益也是達到。

（二）活動過程 檢討

* 提案—

1. 執行事務（董佳雯）：有人反應說場地太小，希望下次能夠換大一點的場地，才能讓更多人進入現場參加。
2. 企宣統籌（蔡維軒）：對啊！有人跟我說 W102 沒後門，出入很不方便。
3. 器材統籌（李鎮旭）：有人說幾乎沒冷氣耶，坐在裡面一直冒汗。

◎ 決案—

總製作人（林奕儒）：這個問題其實也不用再討論，真的是南華這個學校場地限制太大，你們知道嗎？電視業界看到我們學校的場地幾乎都是搖頭！南華根本沒有一個像樣的集會大場所，所以這就是為什麼電視選秀節目，有些學校都已經重複去好幾次了，但南華始終進不來的原因，到現在頂多只能辦海選的初賽，複賽要至少 1000 人以上的全室內場地，下面那個風雨操場對業界的標準也是不合格，而長久以來，最大的室內場地，只有學慧樓地下演藝廳而已，而且座位只有約 350 人，無奈這次又被教學單位強行占走，只能期盼學校未來能改善，像我們辦這次這種電視節目的，一播出去就是替學校迅速增加人氣與形象，但看起來學校仍是不重視這塊，這個問題我們學生沒辦法解決，搞不好以後像這次辦在期末的活動，一開學就要去搶場地，才有辦法解決。

四、臨時動議

- ◎ 總製作人（林奕儒）：文書組跟會計組，記得報帳和繳交文書資料，要不然原本補助款就不給我們了，小蠻、阿默，你們兩個記得 5 月 17 日前要把文書資料都整理好；思婷記得 5 月 20 日前要把所有花費單據核銷完畢。

檢討會議紀錄審核簽章欄

執行公關	公關協力	執行會計	執行經紀	行政文案
蘇忠豪	蔡仁仁	黃思哲	黃詠瑜	林郁婷
企宣統籌	器材統籌	器材協力	執行事務	總製作人
蔡維新	李鎮旭	翁雅凡	董佳雯	林奕儒(副)



附件 3.17：檢討會議照片

南華大學 學生活動照片紀錄

會議名稱：台視 金牌麥克風暨華山基金會
（南華大學慈善公益徵選會） 檢討會議
會議時間：2013 年 5 月 15 日，21 時 00 分
會議地點：學海堂 S101 教室



照片說明：總製作人林奕儒正在主持檢討會議



照片說明：檢討會議中，公關團隊成員正在進行活動過程檢討、討論

附件 4.1：媒體報導截圖

The screenshot shows the homepage of the Central Daily News website (www.CDNEWS.com.tw). The main headline is "台灣/南華大學結合選秀節目 發動捐發票做公益" (Taiwan/Nanhua University combines talent show program to launch charity donation of receipts for public good). The article text describes a charity event where students from Nanhua University participated in a talent show and donated their receipts to the Hua Shan Foundation. The website layout includes a navigation bar, a sidebar with various news categories, and a main content area with images and text.

中央日報 網路報
www.CDNEWS.com.tw

熱門話題 | 台灣聚焦 | 大陸國際 | 鏡頭焦點 | 海峽視點 | 兩岸交流 | 台灣財經 | 大陸經濟 | 股匯理財 | 統計要覽 | 影視天地 | 會員專區

即時新聞：(航線) 美方鼓勵兩岸溝通 (12:39) · 汽油降1元 柴油跌20元 (12:31) · 國民黨/台媒：朱立倫辜國民黨 抑3政策

您的位置：首頁 -> 教育藝文 【大 中 小】【友喜列印】

台灣/南華大學結合選秀節目 發動捐發票做公益

http://www.cdnews.com.tw 2013-05-14 18:38:45

南華大學傳播研究所結合選秀活動發動捐發票做公益。

南華大學傳播研究所將募得的發票全數捐贈給華山社會福利慈善事業基金會。
宋其佳/報導

台視金牌麥克風選秀節目13日晚間七點至嘉義南華大學進行歌手海選活動，這次首度結合公益團體，一同鼓勵大家捐發票做愛心，該活動由南華大學傳播研究所暨動樂公關團隊發起、結合學生社團「聲色合鳴流行音樂歌唱研習社」、並邀請華山基金會共同聯合舉辦，將電視台的選秀節目化身公益，鼓勵學子攜手 關懷社會，並於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山基金會。

本次活動於南華大學圖書館演藝廳舉行，吸引上百位同學熱情參與，同學們皆以行動力展現愛心，短短兩個多小時之內即募得1137張發票；南華大學傳播研究所負責承辦此次活動的製作人林奕倫表示，本次海選活動是由傳播所暨動樂公關團隊於日前向全新電視藝能選秀節目「金牌麥克風」製作單位友松娛樂極力爭取，並特別與華山基金會合作，發動捐發票做愛心，鼓勵每位參賽者、觀眾與加油團踴躍捐贈發票一起做公益。

本次比賽吸引了南華大學歌唱好手參與，歌唱比賽常勝軍的民音系谷毓婷同學表示，能夠利用發票捐贈來代替報名費是她第一次看到的舉辦方式，感到非常不錯，在享受音樂的同時也能間接幫助別人。

參與活動的同學林婉鈺說：「用捐發票的這個方式參加很不錯，平常捐發票結合歌唱比賽的活動只在電視上看到，這是第一次在學校親身體驗。除了可以讓想唱歌的人有發揮的舞台，也可以一起做公益，是一種兩全其美的方法。」

發票勸募是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少皆可參加，每一張發票都代表著一份愛心、一個希望，南華大學希望藉由此次活動鼓勵每位參與者以行動力響應愛心活動，一同關懷社會。南華大學傳播研究所也於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山社會福利慈善事業基金會。

【中央日報】

會員登錄

帳號
密碼
保留 請選擇



訂閱電子報

請輸入Email

訂閱 取消



日報 週六 週日

新聞分類

- ▶ 星雲說偈 GO
- ▶ 奇人妙事 GO
- ▶ 菜根譚 GO
- ▶ 焦點 GO
- ▶ 綜合/社區 GO
- ▶ 國際/兩岸 GO
- ▶ 藝文 GO
- ▶ 教育 GO
- ▶ 宗教 GO
- ▶ 覺世 GO

首頁 →

教育

南華大學結合選秀節目 發動捐發票做公益

2013/5/14 | 作者：

| 點閱次數：84

| 推薦朋友

| 新聞評分

| 環保列印



[本報嘉義訊]

台視金牌麥克風選秀節目13日晚間七點至嘉義南華大學進行歌手海選活動，這次首度結合公益團體，一同鼓勵大家捐發票做愛心，該活動由南華大學傳播研究所聲動娛樂公關團隊發起、結合學生社團「聲色合鳴流行音樂歌唱研習社」、並邀請華山基金會共同聯合舉辦，將電視台的選秀節目化身公益，鼓勵學子攜手關懷社會，並於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山基金會。

本次活動於南華大學圖書館演藝廳舉行，吸引上百位同學熱情參與，同學們皆以行動力展現愛心，短短兩個多小時之內即募得1137張發票；南華大學傳播研究所負責承辦此次活動的製作人林奕儒表示，本次海選活動是由傳播所聲動娛樂公關團隊於日前向全新電視藝能選秀節目「金牌麥克風」製作單位友松娛樂極力爭取，並特別與華山基金會合作，發動捐發票做愛心，鼓勵每位參賽者、觀眾與加油團踴躍捐贈發票一起做公益。

本次比賽吸引了南華大學歌唱好手參與，歌唱比賽常勝軍的民音系谷韻婷同學表示，能夠利用發票捐贈來代替報名費是她第一次看到的舉辦方式，感到非常不錯，在享受音樂的同時也能間接幫助別人。

參與活動的同學林琬鈺說：「用捐發票的這個方式參加很不錯，平常捐發票結合歌唱比賽的活動只在電視上看得到，這是第一次在學校親身體驗。除了可以讓想唱歌的人有發揮的舞台，也可以一起做公益，是一種兩全其美的方法。」

發票勸募是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少皆可參加，每一張發票都代表著一份愛心、一個希望，南華大學希望藉由此次活動鼓勵每位參與者以行動力響應愛心活動，一同關懷社會。南華大學傳播研究所也於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山社會福利慈善事業基金會。

台灣/南華大學結合選秀節目 發動捐發票做公益

中央日報 (2013-05-14 15:54)

分享      

Ads by Google

茫茫網海如何找尋資料? www.google.com.tw/insidesearch/

立即點選快速掌握最夯蒐尋秘訣讓 Google 大神助你輕鬆準確找到資訊!

江浪/報導

台視金牌麥克風選秀節目13日晚間七點至嘉義南華大學進行歌手海選活動，這次首度結合公益團體，一同鼓勵大家捐發票做愛心，該活動由南華大學傳播研究所聲動娛樂公關團隊發起、結合學生社團「聲色合鳴流行音樂歌唱研習社」、並邀請華山基金會共同聯合舉辦，將電視台的海選節目化身公益，鼓勵學子攜手關懷社會，並於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山基金會。

本次活動於南華大學圖書館演藝廳舉行，吸引上百位同學熱情參與，同學們皆以行動力展現愛心，短短兩個多小時之內即募得1137張發票；南華大學傳播研究所負責承辦此次活動的製作人林奕儒表示，本次海選活動是由傳播所聲動娛樂公關團隊於日前向全新電視藝能選秀節目「金牌麥克風」製作單位友松娛樂極力爭取，並特別與華山基金會合作，發動捐發票做愛心，鼓勵每位參賽者、觀眾與加油團踴躍捐贈發票一起做公益。

本次比賽吸引了南華大學歌唱好手參與，歌唱比賽常勝軍的民音系谷韻婷同學表示，能夠利用發票捐贈來代替報名費是她第一次看到的舉辦方式，感到非常不錯，在享受音樂的同時也能間接幫助別人。

參與活動的同學林琬鈺說：「用捐發票的這個方式參加很不錯，平常捐發票結合歌唱比賽的活動只在電視上看得到，這是第一次在學校親身體驗。除了可以讓想唱歌的人有發揮的舞台，也可以一起做公益，是一種兩全其美的方法。」

發票勸募是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少皆可參加，每一張發票都代表著一份愛心、一個希望，南華大學希望藉由此活動鼓勵每位參與者以行動力響應愛心活動，一同關懷社會。南華大學傳播研究所也於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山社會福利慈善事業基金會。

關鍵字



Ads



除了

生活
金



金曲
送新

捷運亞洲街舞！獎金44萬

eLadies六月份會員獎賞好禮

SUM賞車網 安心三大保障

新聞中心 | 影音 | 即時 | 專題 | 圖片 | 政治 | 社會 | 娛樂 | 兩岸 | 國際 | 生活 | 旅遊 | 體育 | 財經 | 文教

優質 雜誌 閱讀

即時 救經濟 央行幾乎黔驢

文教新聞 > 台灣立報

南華大學結合選秀節目 發動捐發票做公益

台灣立報(2013-05-14 15:54)

分享      

Ads by Google

茫茫網海如何找尋資料? www.google.com.tw/insidesearch/

立即點選快速掌握最夯蒐尋秘訣讓 Google 大神助你輕鬆準確找到資訊!

記者唐澄暉/綜合報導

台視金牌麥克風選秀節目13日晚間七點至嘉義南華大學進行歌手海選活動，這次首度結合公益團體，一同鼓勵大家捐發票做愛心，該活動由南華大學傳播研究所聲動娛樂公關團隊發起、結合學生社團「聲色合鳴流行音樂歌唱研習社」、並邀請華山基金會共同聯合舉辦，將電視台的海選節目化身公益，鼓勵學子攜手關懷社會，並於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山基金會。

本次活動於南華大學圖書館演藝廳舉行，吸引上百位同學熱情參與，同學們皆以行動力展現愛心，短短兩個多小時之內即募得1137張發票；南華大學傳播研究所負責承辦此次活動的製作人林奕儀表示，本次海選活動是由傳播所聲動娛樂公關團隊於日前向全新電視藝能選秀節目「金牌麥克風」製作單位友松娛樂極力爭取，並特別與華山基金會合作，發動捐發票做愛心，鼓勵每位參賽者、觀眾與加油團踴躍捐贈發票一起做公益。

本次比賽吸引了南華大學歌唱好手參與，歌唱比賽常勝軍的民音系谷韻婷同學表示，能夠利用發票捐贈來代替報名費是她第一次看到的舉辦方式，感到非常不錯，在享受音樂的同時也能間接幫助別人。

參與活動的同學林琬鈺說：「用捐發票的這個方式參加很不錯，平常捐發票結合歌唱比賽的活動只在電視上看得到，這是第一次在學校親身體驗。除了可以讓想唱歌的人有發揮的舞台，也可以一起做公益，是一種兩全其美的方法。」

發票勸募是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少皆可參加，每一張發票都代表著一份愛心、一個希望，南華大學希望藉由此次活動鼓勵每位參與者以行動力響應愛心活動，一同關懷社會。南華大學傳播研究所也於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山社會福利慈善事業基金會。

關鍵字
戴子怡 郭台銘 林書豪
美白牙齒 中級英語

H&H Health & Hair 080
美髮生髮中心
掉髮新選擇 P

Ads by Google
ICE AGE
冰原歷
板塊
7.13(五)
闖關好禮
免費送
我是拿好禮的!
Ice Age 4 TM & © 2012 FOX

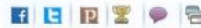
生活情報
金曲獎
周湯豪
直擊蘇打綠、五月天得獎瞬間
送獨家!

南華大學同學結合台視當紅選秀節目 發動捐發票做公益

2013-05-14 11:07 記者孫慶璋、郭政隆／嘉義縣報導

查看次數:53947

[推薦](#) 成為你朋友中第一個推薦這的人。



台視金牌麥克風選秀節目13日晚間七點至嘉義南華大學進行歌手海選活動，這次首度結合公益團體，一同鼓勵大家捐發票做愛心，該活動由南華大學傳播研究所聲動娛樂公關團隊發起、結合學生社團「聲色合鳴流行音樂歌唱研習社」、並邀請華山基金會共同聯合舉辦，將電視台的選秀節目化身公益，鼓勵學子攜手關懷社會，並於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山基金會。

本次活動於南華大學圖書館演藝廳舉行，吸引上百位同學熱情參與，同學們皆以行動力展現愛心，短短兩個小時之內即募得1137張發票；南華大學傳播研究所負責承辦此次活動的製作人林奕儒表示，本次海選活動是由傳播所聲動娛樂公關團隊於日前向全新電視藝能選秀節目「金牌麥克風」製作單位友松娛樂極力爭取，並特別與華山基金會合作，發動捐發票做愛心，鼓勵每位參賽者、觀眾與加油團踴躍捐贈發票一起做公益。

本次比賽吸引了南華大學歌壇好手參與，歌壇比賽常勝軍的民音系谷韻婷同學表示，能夠利用發票捐贈來代替報名費是她第一次看到的舉辦方式，感到非常不錯，在享受音樂的同時也能間接幫助別人。

參與活動的同學林珣廷說：「用捐發票的這個方式參加很不錯，平常捐發票結合歌壇比賽的活動只在電視上看到，這是第一次在學校親身體驗。除了可以讓想唱歌的人有發揮的舞台，也可以一起做公益，是一種兩全其美的方法。」

發票捐贈是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少皆可參加，每一張發票都代表著一份愛心、一個希望，南華大學希望藉由此次活動鼓勵每位參與者以行動力響應愛心活動，一同關懷社會。南華大學傳播研究所也於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山社會福利慈善事業基金會。

2013/05/14



2013/5/14 星期二

NOKIA **Nokia Lumia 610** 2G 升 3G 舊機換新機
 台灣大哥大 獨家開賣
 Windows Phone
 手機 都折 **1000** 元
 還有 **0** 元方案
 加碼再抽 Xbox

udn / 即時新聞 / 地方

熱門關鍵字：年中慶 | 機能內衣 | 口袋新聞 | 節能家電

- 即時新聞 >
- 影音多媒體 >
- 國內要聞 >
- 社會新聞 >
- 地方新聞 >
- 兩岸台商 >
- 全球觀察 >
- 意見評論 >
- 財經產業 >
- 股市投資 >
- 基金理財 >
- 運動大聯盟 >
- 數位資訊 >
- 娛樂追星 >
- 消費流行 >
- 時尚名人 >
- 生活天氣 >
- 健康醫藥 >
- 旅遊休閒 >
- 校園博覽會 >
- 閱讀藝文 >
- 聯合書報攤 >
- udn 買東西 >
- 數位閱讀 >
- 職場行家 >

最新 | 發燒 | 哇新聞 | 字級: A A A A 請選擇--<地方>相關新聞

即時新聞 》南華大學結合選秀節目 發動捐發票做公益

Breaking news

【聯合報/記者曹馥年/即時報導】

2013.05.14 10:25 pm

台視金牌麥克風選秀節目13日晚間七點至嘉義南華大學進行歌手海選活動，這次首度結合公益團體，一同鼓勵大家捐發票做愛心，該活動由南華大學傳播研究所聲動娛樂公關團隊發起，結合學生社團「聲色合鳴流行音樂歌唱研習社」、並邀請華山基金會共同聯合舉辦，將電視台的選秀節目化身公益，鼓勵學子攜手 關懷社會，並於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山基金會。

本次活動於南華大學圖書館演藝廳舉行，吸引上百位同學熱情參與，同學們皆以行動力展現愛心，短短兩個多小時之內即募得1137張發票；南華大學 傳播研究所負責承辦此次活動的製作人林奕儒表示，本次海選活動是由傳播所聲動娛樂公關團隊於日前向全新電視選秀節目「金牌麥克風」製作單位友松娛樂極力爭取，並特別與華山基金會合作，發動捐發票做愛心，鼓勵每位參賽者、觀眾與加油團踴躍捐贈發票一起做公益。

本次比賽吸引了南華大學歌唱好手參與，歌唱比賽常勝軍的民音系谷錦輝同學表示，能夠利用發票捐贈來代替報名費是他第一次看到的舉辦方式，感到非常不錯，在享受音樂的同時也能間接幫助別人。

參與活動的同學林琬鈺說：「用捐發票的這個方式參加很不錯，平常捐發票結合歌唱比賽的活動只在電視上看得到，這是第一次在學校親身體驗。除了可以讓想唱歌的人有發揮的舞台，也可以一起做公益，是一種兩全其美的方法。」

發票勸募是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少皆可參加，每一張發票都代表著一份愛心、一個希望，南華大學希望藉由此活動鼓勵每位參與者以行動力響應愛心活動，一同關懷社會。南華大學傳播研究所也於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山社會福利慈善事業基金會。

【2013/05/14 聯合報】 @ <http://udn.com/>









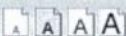
 4
  0

有效抗痘 pH5.5 最重要 tell me why 現在就測你的破相指數



施巴 CLEAR FACE 施巴5.5淨淨系列

- 即時新聞
- 影音多媒體
- 國內要聞
- 社會新聞
- 地方新聞
- 兩岸台商
- 全球觀察
- 意見評論
- 財經產業
- 股市投資
- 基金理財
- 運動大聯盟
- 數位資訊
- 娛樂追星
- 消費流行

瀏覽人數40 | 字級: 

請選擇--<文化走廊>相關新聞

南華大學結合選秀節目 發動捐發票做公益

2013/05/14

【聯合報／記者陳永順／大林報導】

台視金牌麥克風選秀節目13日晚間七點至嘉義南華大學進行歌手海選活動，這次首度結合公益團體，一同鼓勵大家捐發票做愛心，該活動由南華大學傳播研究所聲動娛樂公關團隊發起、結合學生社團「聲色合鳴流行音樂歌唱研習社」、並邀請華山基金會共同聯合舉辦，將電視台的選秀節目化身公益，鼓勵學子攜手關懷社會，並於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山基金會。

本次活動於南華大學圖書館演藝廳舉行，吸引上百位同學熱情參與，同學們皆以行動力展現愛心，短短兩個多小時之內即募得1137張發票；南華大學傳播研究所負責承辦此次活動的製作人林奕儒表示，本次海選活動是由傳播所聲動娛樂公關團隊於日前向全新電視藝能選秀節目「金牌麥克風」製作單位友松娛樂極力爭取，並特別與華山基金會合作，發動捐發票做愛心，鼓勵每位參賽者、觀眾與加油團踴躍捐贈發票一起做公益。

本次比賽吸引了南華大學歌唱好手參與，歌唱比賽常勝軍的民音系谷韻婷同學表示，能夠利用發票捐贈來代替報名費是她第一次看到的舉辦方式，感到非常不錯，在享受音樂的同時也能間接幫助別人。

參與活動的同學林琬鈺說：「用捐發票的這個方式參加很不錯，平常捐發票結合歌唱比賽的活動只在電視上看得到，這是第一次在學校親身體驗。除了可以讓想唱歌的人有發揮的舞台，也可以一起做公益，是一種兩全其美的方法。」

發票勸募是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少皆可參加，每一張發票都代表著一份愛心、一個希望，南華大學希望藉由此次活動鼓勵每位參與者以行動力響應愛心活動，一同關懷社會。南華大學傳播研究所也於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山社會福利慈善事業基金會。



台灣 立報

[首頁](#) | [總覽](#) | [教育](#) | [言論](#) | [環保](#) | [國際](#) | [性別](#) | [族群](#) | [新移民](#) | [社運](#) | [勞工](#) | [藝文](#) | [活動](#) | [科學](#) | [綜](#)

台灣立報 > 教育 > 正文

南華大學結合選秀節目 發動捐發票做公益

2013-5-14 22:07 作者: 唐澄暉



Sign Up to see what your friends like.

加入書籤: [f](#) [t](#) [Plurk](#)

台視金牌麥克風選秀節目13日晚間七點至嘉義南華大學進行歌手海選活動，這次首度結合公益團體，一同鼓勵大家捐發票做愛心，該活動由南華大學傳播研究所聲動娛樂公關團隊發起、結合學生社團「聲色合鳴流行音樂歌唱研習社」、並邀請華山基金會共同聯合舉辦，將電視台的選秀節目化身公益，鼓勵學子攜手關懷社會，並於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山基金會。

本次活動於南華大學圖書館演藝廳舉行，吸引上百位同學熱情參與，同學們皆以行動力展現愛心，短短兩個多小時之內即募得1137張發票；南華大學傳播研究所負責承辦此次活動的製作人林奕儒表示，本次海選活動是由傳播所聲動娛樂公關團隊於日前向全新電視藝能選秀節目「金牌麥克風」製作單位友松娛樂極力爭取，並特別與華山基金會合作，發動捐發票做愛心，鼓勵每位參賽者、觀眾與加油團踴躍捐贈發票一起做公益。

本次比賽吸引了南華大學歌唱好手參與，歌唱比賽常勝軍的民音系谷韻婷同學表示，能夠利用發票捐贈來代替報名費是她第一次看到的舉辦方式，感到非常不錯，在享受音樂的同時也能間接幫助別人。

參與活動的同學林琬鈺說：「用捐發票的這個方式參加很不錯，平常捐發票結合歌唱比賽的活動只在電視上看到，這是第一次在學校親身體驗。除了可以讓想唱歌的人有發揮的舞台，也可以一起做公益，是一種兩全其美的方法。」

發票勸募是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少皆可參加，每一張發票都代表著一份愛心、一個希望，南華大學希望藉由此活動鼓勵每位參與者以行動力響應愛心活動，一同關懷社會。南華大學傳播研究所也於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山社會福利慈善事業基金會。



精彩Top

- 1 校長
- 2 菜
- 3 我
- 4 校
- 5 面

南華大學結合選秀節目 發動捐發票做公益

台視金牌麥克風選秀節目13日晚間七點至嘉義南華大學進行歌手海選活動，這次首度結合公益團體，一同鼓勵大家捐發票做愛心，該活動由南華大學傳播研究所聲動娛樂公關團隊發起、結合學生社團「聲色合鳴流行音樂歌唱研習社」、並邀請華山基金會共同聯合舉辦，將電視台的選秀節目化身公益，鼓勵學子攜手關懷社會，並於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山基金會。

本次活動於南華大學圖書館演藝廳舉行，吸引上百位同學熱情參與，同學們皆以行動力展現愛心，短短兩個多小時之內即募得1137張發票；南華大學傳播研究所負責承辦此次活動的製作人林奕儒表示，本次海選活動是由傳播所聲動娛樂公關團隊於日前向全新電視藝能選秀節目「金牌麥克風」製作單位友松娛樂極力爭取，並特別與華山基金會合作，發動捐發票做愛心，鼓勵每位參賽者、觀眾與加油團踴躍捐贈發票一起做公益。

本次比賽吸引了南華大學歌唱好手參與，歌唱比賽常勝軍的民音系谷韻婷同學表示，能夠利用發票捐贈來代替報名費是她第一次看到的舉辦方式，感到非常不錯，在享受音樂的同時也能間接幫助別人。

參與活動的同學林琬鈺說：「用捐發票的這個方式參加很不錯，平常捐發票結合歌唱比賽的活動只在電視上看得見，這是第一次在學校親身體驗。除了可以讓想唱歌的人有發揮的舞台，也可以一起做公益，是一種兩全其美的方法。」

發票勸募是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少皆可參加，每一張發票都代表著一份愛心、一個希望，南華大學希望藉由此次活動鼓勵每位參與者以行動力響應愛心活動，一同關懷社會。南華大學傳播研究所也於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山社會福利慈善事業基金會。

關於本網頁內所有新聞內容，均係由各該合作夥伴所提供，除不代表『PChome Online 網路家庭』之立場外，並由各該合作夥伴自行對使用者擔保其合法性。



列印 | 推薦 | 字 小 中 大

南華大學結合選秀節目 發動捐發票做公益

2013-05-14 23:07:44 台灣立報 記者唐澄暉綜合報導

回應

台視金牌麥克風選秀節目13日晚間七點至嘉義南華大學進行歌手海選活動，這次首度結合公益團體，一同鼓勵大家捐發票做愛心，該活動由南華大學傳播研究所聲動娛樂公關團隊發起，結合學生社團「聲色合鳴流行音樂歌唱研習社」，並邀請華山基金會共同聯合舉辦，將電視台的選秀節目化身公益，鼓勵學子攜手關懷社會，並於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山基金會。

本次活動於南華大學圖書館演藝廳舉行，吸引上百位同學熱情參與，同學們皆以行動力展現愛心，短短兩個多小時之內即募得1137張發票；南華大學傳播研究所負責承辦此次活動的製作人林奕儒表示，本次海選活動是由傳播所聲動娛樂公關團隊於日前向全新電視藝能選秀節目「金牌麥克風」製作單位友松娛樂極力爭取，並特別與華山基金會合作，發動捐發票做愛心，鼓勵每位參賽者、觀眾與加油團踴躍捐贈發票一起做公益。

本次比賽吸引了南華大學歌唱好手參與，歌唱比賽常勝軍的民音系谷諳婷同學表示，能夠利用發票捐贈來代替報名費是他第一次看到的舉辦方式，感到非常不錯，在享受音樂的同時也能間接幫助別人。

參與活動的同學林婉鈺說：「用捐發票的這個方式參加很不錯，平常捐發票結合歌唱比賽的活動只在電視上看得到，這是第一次在學校親身體驗。除了可以讓想唱歌的人有發揮的舞台，也可以一起做公益，是一種兩全其美的方法。」

發票勸募是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少皆可參加，每一張發票都代表著一份愛心、一個希望，南華大學希望藉由此次活動鼓勵每位參與者以行動力響應愛心活動，一同關懷社會。南華大學傳播研究所也於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山社會福利慈善事業基金會。

大買家網路
誰最火玉井愛文
(芒果乾)

瘋狂

神奇魔眼

2013年5月14日 星期二

新聞查詢

SEARCH

新聞類別

關鍵字

作者

查詢

服務專區

SERVICE

撰寫新聞

友善連結

公告欄

活動看板

聯絡我們

首頁 > 僧信教育 > 新聞內容

南華大學結合選秀節目 發動捐發票做公益

【人間社記者劉家均 嘉義大林報導】

台視金牌麥克風選秀節目13日晚間七點至嘉義南華大學進行歌手海選活動，這次首度結合公益團體，一同鼓勵大家捐發票做愛心，該活動由南華大學傳播研究所聲動娛樂公關團隊發起、結合學生社團「聲色合鳴流行音樂歌唱研習社」、並邀請華山基金會共同聯合舉辦，將電視台的選秀節目化身公益，鼓勵學子攜手關懷社會，並於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山基金會。

本次活動於南華大學圖書館演藝廳舉行，吸引上百位同學熱情參與，同學們皆以行動力展現愛心，短短兩個多小時之內即募得1137張發票；南華大學傳播研究所負責承辦此次活動的製作人林奕儒表示，本次海選活動是由傳播所聲動娛樂公關團隊於日前向全新電視藝能選秀節目「金牌麥克風」製作單位友松娛樂極力爭取，並特別與華山基金會合作，發動捐發票做愛心，鼓勵每位參賽者、觀眾與加油團踴躍捐贈發票一起做公益。

本次比賽吸引了南華大學歌唱好手參與，歌唱比賽常勝軍的民音系谷韻婷同學表示，能夠利用發票捐贈來代替報名費是她第一次看到的舉辦方式，感到非常不錯，在享受音樂的同時也能間接幫助別人。

參與活動的同學林琬鈺說：「用捐發票的這個方式參加很不錯，平常捐發票結合歌唱比賽的活動只在電視上看得到的，這是第一次在學校親身體驗。除了可以讓想唱歌的人有發揮的舞台，也可以一起做公益，是一種兩全其美的方法。」

發票勸募是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少皆可參加，每一張發票都代表著一份愛心、一個希望，南華大學希望藉由此活動鼓勵每位參與者以行動力響應愛心活動，一同關懷社會。南華大學傳播研究所也於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山社會福利慈善事業基金會。



佛光新聞

- 佛光全球新聞
- 活動訊息
- 出版動態

進階查詢

查詢關鍵字(限10字內):

日期區間:

至

送出

目前位置: 首頁 > 佛光新聞 > 新聞內容

內文字體尺寸:

南華大學結合選秀節目 發動捐發票做公益

2013-05-14 11:07

南華大學結合選秀節目 發動捐發票做公益



【嘉義訊】臺台視金牌麥克風選秀節目13日晚間七點至嘉義南華大學進行歌手海選活動，這次首度結合公益團體，一同鼓勵大家捐發票做愛心，該活動由南華大學傳播研究所發動娛樂公關團隊發起、結合學生社團「聲色合鳴流行音樂歌唱研習社」、並邀請華山基金會共同聯合舉辦，將電視台的選秀節目化身公益，鼓勵學子攜手關懷社會，並於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山基金會。

本次活動於南華大學圖書館演藝廳舉行，吸引上百位同學熱情參與，同學們皆以行動力展現愛心，短短兩個多小時之內即募得1137張發票；南華大學傳播研究所負責承辦此次活動的製作人林奕儒表示，本次海選活動是由傳播所發動娛樂公關團隊於日前向全新電視藝能選秀節目「金牌麥克風」製作單位友松娛樂極力爭取，並特別與華山基金會合作，發動捐發票做愛心，鼓勵每位參賽者、觀眾與加油團踴躍捐贈發票一起做公益。

本次比賽吸引了南華大學歌唱好手參與，歌唱比賽常勝軍的民音系谷鎮婷同學表示，能夠利用發票捐贈來代替報名費是她第一次看到的舉辦方式，感到非常不錯，在享受音樂的同時也能間接幫助別人。

參與活動的同學林珮鈺說：「用捐發票的這個方式參加很不錯，平常捐發票結合歌唱比賽的活動只在電視上看得到，這是第一次在學校親身體驗。除了可以讓想唱歌的人有發揮的舞台，也可以一起做公益，是一種兩全其美的方法。」

發票勸募是屬於一個全民愛心的行動，對象不分男女老少皆可參加，每一張發票都代表著一份愛心、一個希望，南華大學希望藉由此次活動鼓勵每位參與者以行動力響應愛心活動，一同關懷社會。南華大學傳播研究所也於5月14日將募得的發票全數捐贈給華山社會福利慈善事業基金會。

2013/05/14

