

Research into the PR Strategies of the Industrial Course of NPO - A Case Study of the Development Projects of Diverse Emp

林、姚惠忠

E-mail: 9425388@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Non-profit organizations (NPO) used to rely heavily on the subsidies from the government and the donations from the general public. However, with greater and greater government financial difficulties, NPO obtain fewer and fewer financial resources from the government and the general public; therefore, there is an increasing tendency towards industrialization. In order to increase employment, the Council of Labor Affairs has continuously put forward many projects, one of which is the development project of diverse employment opportunities. The concept of "social enterprise" is introduced for the first time to guide NPO towards industrialization in the hope of making NPO able to raise funds by themselves and provide more job opportunities for the underprivileged. Also, it is hoped that these jobs will be filled by local people and the surplus be used to promote social welfare. The research is an effort to investigate six excellent cases of the innovative project. Four aspects of the project--the general public, the position, the message and the medium (2PM)--are examined for a quality study. Detailed interviews are conducted in order to have a better understanding of the development project of diverse employment opportunities. How the public relationships strategies are applied during the industrial course of NPO is being researched to discover the viewpoints on the application of the strategies. Furthermore, the analysis of the interviews helps to find out the problems caused during the course and offers advice for the amendment of the project. The purpose of the research is to integrate practical application with academic theories and to offer suggestions of the follow-up research.

Keywords : the development project of diverse employment opportunities ; non-profit organization ; 2PM ; public relationships strategies ; industrialization

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	
.....v 誌謝.....	vii	目錄.....	viii	圖目錄.....	
.....x 表目錄.....	xi	第一章 緒論 第一節 研究動機.....	1	第二節 研究目的與問題.....	2
.....2 第三節 研究流程.....	3	第二章 文獻探討 第一節 非營利組織.....	5	第二節 多元就業開發方案.....	17
.....17 第三節 公共關係的定義與內涵.....	21	第四節 非營利組織的公共關係.....	45	第三章 研究方法 第一節 研究設計.....	57
.....57 第二節 研究架構.....	58	第三節 研究限制.....	58	第四節 研究對象說明與介紹.....	59
.....59 第四章 結果與討論 第一節 個案A資料分析.....	63	第二節 個案B資料分析.....	69	第三節 個案C資料分析.....	75
.....75 第四節 個案D資料分析.....	86	第五節 個案E資料分析.....	92	第六節 個案F資料分析.....	102
.....102 第五章 結論與建議 第一節 研究結論.....	111	第二節 研究後建議.....	122	參考文獻 中文部份.....	128
.....128 英文部份.....	133				

REFERENCES

參考文獻 1. 王詩慧(2000)。非營利組織公共關係運作之研究--以醫療類基金會為例。國立政治大學碩士論文 2. 王洪鈞(1989)。公共關係台北華視教學部出版 3. 司徒達賢(1999)。非營利組織的經營管理。台北:天下遠見出版公司。 4. 江明修(1994)。非營利組織領導行為之研究。行政院國家科學委員會專題研究報告。計畫編號NSC82-0301-H004。 5. 沈介文(2002)。公關人員對專業核心能力認知之研究。新聞學研究。第72期。2002年7月 取自 <http://www.jour.nccu.edu.tw/Mcr/0072/06.html> 6. 吳淑媛(2003)。顧客關係管理應用於非營利組織之研究。國立台科技大學管理研究所碩士論文 7. 吳玖琪、蘇玉清譯(1997)。Harres, Thomas著。行銷公關。台視文化 8. 金玉琦(2003)。非營利組織資源開發新途徑 - 公益創投與社會企業之可行性研究。南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。 9. 余佩嫻譯(1996) Peter Drucker 著。《非營利組織的經營之道》。台北:遠流。 10. 李芳齡譯(2003)。A Ries and Laura Ries著。《啊哈!公關-談公關與廣告的新定位》。台北:遠流 11. 李艾佳(2003)。第三部門發展新趨勢。新世紀智庫論壇第22期 12. 李美慧(2001)。整合行銷傳播績效指標之建構與衡量。義守大學。管理科學研究所碩士論文 13. 林雅莉(1998)。非營利組織募款之研究。政治大學公共行政研究碩士論文 14. 林俊伊(2001)。非營利組織推動顧客關係管理對顧客造成信任和關係承諾之影響 - 以產業同業公會為例。國立政治大學資管系

碩士班論文 15. 林吉郎(2003)。非營利組織資源開發與整合 - 理論與實踐。嘉義市:中華非營利事業管理協會。 16. 周文炳(2003)。非營利組織善因行銷行為之研究 - 以中華兒童暨家庭扶助基金會為例。淡江大學國貿系碩士在職專班論文 17. 姚惠忠(2004)。公關基本教練。台北:威肯公關顧問 18. 孫秀蕙(1997)。公共關係:理論、策略與研究實例。台北:正中書局 19. 孫秀蕙(2000)。網路時代的企業公關 - 格魯尼模式的理論性重構。廣告學研究。第15期。p 1-24。 20. 洪久雅(2002)。我國非營利組織產業化之研究。國立政治大學公共行政學系碩士論文 21. 張志源(2002)。非營利組織基金會的政策性角色與功能 - 以臺灣地區為例。南華大學。非營利事業管理研究所 22. 張英陣(1999)。企業與非營利組織的夥伴關係。社區發展季刊。第85期。p 30-35。 23. 張茂芸 譯(2000)。Dees, J. Gregory著。哈佛商業評論。非營利組織。台北:天下遠見出版 24. 張培新(2004)。臺灣宗教性非營利組織運作的社會資本考察 - 以慈濟功德會為例。國立臺灣師範大學公民教育與活動領導學系博士論文 25. 張毅民(2000)。非營利組織運用議題管理協助公共關係之研究 - 以富邦文教基金會為例。銘傳大學傳播管理研究所碩士論文 26. 徐木蘭、楊君琦、劉仲矩(1998)。非營利組織公關策略之研究, 民意研究季刊。第204期。p 1-25。 27. 郭妍汝(2002)。單項運協會公共關係運作之個案研究。國立臺灣師範大學體育學系碩士論文 28. 陳毓婷(2003)。網站首頁對非營利組織行銷傳播影響之研究。元智大學資訊傳播學系碩士論文 29. 陳怡平(1999)。非營利組織與政府部門互動關係之研究:以社會福利慈善事業基金會為例。國立中正大學政治學研究所碩士論文。 30. 陳金貴(2002)。非營利組織社會企業化經營探討。社會企業化非營利組織發展之新趨向。研討會論文集。台北:財團法人青年服務事業文教基金會。 31. 陳逸潔(1991)。行銷取向之公共關係研究 - 非營利機構之個案分析。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。 32. 許竣傑;(2004), 「非營利組織產業化 - 社會企業機制綜合架構規劃之研究」, 南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。 33. 楊秀梅 (2003)。草根型非營利組織與政府關係之研究-以社寮文教基金會為例 34. 楊聖怡(1999)。公共關係人員訓練移轉態度之研究。政治大學公共行政學系碩士論文 35. 崔寶瑛(1986)。公共關係學概論。台北市新聞記者公會出版 36. 黃嘉斌(1993)。非營利事業行銷 - 以高雄市天主教為例初探。中山大學公共事務管理研究所碩士論文。 37. 黃榮輝(2004)。非營利機構老人養護中心之經營研究。東海大學管理碩士在職專班論文 38. 黃燭吉(2004)。高雄地區民俗技藝協會組織運作之研究。國立高雄師範大學成人教育研究所在職專班碩士論文 39. 曹詠婷(2003)。由非營利組織產業化指標建構看產業化程度與組織經營關係 - 以台灣農會為例。 40. 黃玫菁(2001)。整合行銷傳播在非營利組織之應用-以社會福利 慈善基金會為例。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文 41. 詹雪蘭(1996)。公益行銷對非營利機構的影響。交通大學管理 科學研究所碩士論文。 42. 廖鎮文(2003)。非營利組織策略聯盟形成過程及其運作之研究 - 以青少年福利服務學習聯盟為例。國立台北大學公共行政暨政策學系碩士論文 43. 鄭貞銘(1999)。公共關係總論。五南出版有限公司 44. 鄭讚源(2002)。既營利又非營利? --- 從公益創投與福利產業的文化考量談起。兩岸四地社會福利學術研討會。香港九龍中華基督教青年會國際賓館。 45. 鄭讚源(2003)。社區活化與產業振興:全球化衝擊中公益 創投與社會事業的可能貢獻。全國社區發展學術及實務研討會。雲林劍湖山王子飯店。 46. 鄭讚源(2004a)。「社會產業典範移轉與跨部門整合」。第五屆非營利事業管理研討會論文集。嘉義。南華大學非營利事業管理研究所。 47. 鄭讚源(2004b)。非營利組織資源分享。非營利組織 工作經驗交流研討會論文集。嘉義中華非營利事業管理協會。 48. 鄭淑芳 譯(1998)。White, Jon著。如何建立良好公關。台北:業強。 49. 潘文文(1995)。非營利組織公共關係策略之研究---我國宗教型 社會福利組織之個案分析 50. 憑 燕(2000)。導論:非營利組織之定義、功能與發展。蕭新 煌主編, 非營利部門組織與運作, 台北:巨流。 51. 蔡美慧譯(2001) Michael Allison & Jude Kaye著。非營利組織的 策略規劃:實務指南與工作手冊。台北:喜馬拉亞基金會。 52. 錢為家(2003)。非營利組織未來發展策略之個案研究。國立政治大學經營管理碩士論文 53. 魏大統(2003)。非營利組織與政府部門協力創造就業之初步分析 - 以勞委會「永續就業工程計劃」為例。國立政治大學 勞工研究所碩士 54. 劉建順(2005)。現代公共關係學 - 整合傳播與公共報導導向。智勝出版 55. 藍科正(2003)。在地型勞工的就業促進:公益創投的可行性分析。行政院經濟建設委員會委託研究計畫 《英文部份》 1.Duncan, T.(1993). To fathom integrated marketing, delve, Advertising Age, Vol.64, 11. 3. Dees, J. Gregory. (1998) " Enterprising Non-Profits: What Do You Do When Traditional Sources of Funding Fall Short? " Harvard Business Review, January-February, PP.5-55 4. Duncan, T., & Caywood, C. L.(1996). The concept, process, and evolution of integrated marketing communications. In Thorson, E., and Moore, J. (Eds.), Integrated communication: synergy of persuasive voices(chap. 1, pp.13-34). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. 5. Foster, James(1990), " Working Together: How companies are integrating their corporate communications " , Public Relation Journal. 6. Grunig, J. E. And Hunt, T. T. (1984), Managing public relations. New York: Holt 7. Heath, R. L.(1997), 《Strategic Issue Management: Organization and Public Policy Challenges》, California: SAGE Publication Inc. 8. Hallahan, Kirk (2001), Strategic Media Planning , In R.L. Heath(Ed), 《Handbook of Public Relations》(p461-470), California: SAGE Publication Inc. 9. Low, G. L.(2000). Correlates of integrated Marketing Communication, Journal of Advertising Research, January-February, 27-39 10. Nowak, G. J., and Phelps, J., (1994) Conceptualizing the integrated marketing communications ' phenomena: an examination of its implications for advertising research. Journal of Current Issues and Research in Advertising. 16(1), 49-66. 11. Oleck, H. L.(1980). Nonprofit Corporations Organizations, and Association. New Jersey: Prentice-Hall. 12. Rados, D.L.(1991). Marketing for Nonprofit Organizations. Boston: Auburn House Press. 13. Schultz, D.E.(1997). Check Out Your Level of Integration. Marketing News, 8(18), 10-16. 14. Wolf, T.(1990). Managing Nonprofit Organization. New York; Fireside. <http://www.evta.gov.tw/employee/mepp/mepp.htm> 多元就業開發方案網站 九十四年度多元就業開發方案作業手冊