

# 社福慈善機構發展商業行為對其組織形象影響之研究

溫郁凌、羅雁紅

E-mail: 9500893@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

由於社福慈善機構的蓬勃發展，社會需求超越了社會資源的成長速度，加上經濟不景氣與政府政策的改變，使社福慈善機構陷入財務日漸緊縮的情況，也迫使社福慈善機構更主動、積極的開發各種管道尋找資源，甚至是創造資源，所以，在經營策略上已有漸仿效營利組織，採行商業行為以維繫機構的生存及實現機構的理念，然而，在發展商業行為過程，對於內部組織成員及外部接受度是否都能如社福慈善機構預期之效應，實為重要課題。因此，本研究希望藉由社福慈善機構發展商業行為的情況，來了解不同的商業行為是否會影響其組織形象。本研究將以台北地區的民眾作為研究母體，採行簡單隨機抽樣方式來選取受測者，共發出330份問卷，回收321份問卷，資料分析方法採描述性統計分析、因素分析、單因子變異數分析及事後檢定。根據研究結果發現，不同商業行為類型的社福慈善機構對於其組形象皆達顯著性差異，且社會大眾對於社福慈善機構設置庇護工廠對外營業型行為，在組織形象的看法都較趨於正面。因此，在商業化的過程中，雖可為機構帶來不少利益，但並非對機構完全沒有影響；所以，當機構在發展商業行為類型時，應多瞭解社會大眾對機構有哪些期待與需求，這將會對機構形象大幅提升。

關鍵詞：社福慈善機構；商業行為；組織形象

## 目錄

封面內頁	簽名頁	授權書	iii	中文摘要	iv	英文摘要	v	誌謝	vi	目錄	vii	圖目錄	x	表目錄	xi	第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	2	第二節 研究目的	5	第三節 研究範圍	6	第四節 研究流程	7	第二章 文獻探討	9	第一節 非營利組織之社福慈善機構	9	壹、社福慈善機構之定義	9	貳、社福慈善機構之財務來源	10	參、社福慈善機構之行銷策略與財務管理	12	第二節 社福慈善機構之商業化行為	17	壹、社福慈善機構之社會企業化	17	貳、社福慈善機構之社會企業類型	19	參、社會企業對社福慈善機構的影響	25	第三節 組織形象	30	壹、組織形象之定義	30	貳、組織形象之構面	32	參、組織形象之形成與消費者的關係	36	肆、組織形象的影響	40	第三章 研究方法	42	第一節 研究架構	42	第二節 研究假設	43	第三節 研究變項的操作性定義	44	壹、商業行為之類型	44	貳、組織形象之類型	45	第四節 問卷設計	46	第五節 抽樣設計	48	第六節 問卷工具	49	第七節 統計分析	52	第四章 資料分析與結果	54	第一節 問卷回收與樣本結構	54	第二節 信效度分析	56	第三節 商業行為類型對組織形象之影響	57	第五章 結論與建議	70	第一節 研究結論	70	第二節 研究建議	71	第三節 研究限制與建議	72	參考文獻	74	附錄	80	圖目錄		圖1-1 研究流程圖	8	圖2-1 企業形象構成流程圖	38	圖2-2 企業形象的形成與消費者之關係	39	圖3-1 研究架構	43	圖4-1 商業行為種類對機構形象之關係	61	圖4-2 商業行為種類對功能形象之關係	65	圖4-3 商業行為種類對商品形象之關係	69	表目錄		表3-1 社福慈善機構發展商業行為之操作性定義	46	表3-2 我國人口數分配表	48	表3-3 社福慈善類的機構設立地點	48	表3-4 機構形象量表因素分析之適合度檢定	50	表3-5 功能形象量表因素分析之適合度檢定	51	表3-6 商品形象量表因素分析之適合度檢定	51	表3-7 組織形象構面因素分析	52	表4-1 樣本結構分佈情形	55	表4-2 組織形象構面因素分析	57	表4-3 各商業行為類型描述性統計量—機構形象	58	表4-4 商業行為類型對機構形象之變異數分析	59	表4-5 各商業行為類型多重比較—依變數：機構形象	60	表4-6 各商業行為類型描述性統計量—功能形象	62	表4-7 商業行為類型對功能形象之變異數分析	62	表4-8 各商業行為類型多重比較—依變數：功能形象	64	表4-9 各商業行為類型描述性統計量—商品形象	66	表4-10 商業行為類型對商品形象之變異數分析	66	表4-11 各商業行為類型多重比較—依變數：商品形象	68
------	-----	-----	-----	------	----	------	---	----	----	----	-----	-----	---	-----	----	--------	---	-------------	---	----------	---	----------	---	----------	---	----------	---	------------------	---	-------------	---	---------------	----	--------------------	----	------------------	----	----------------	----	-----------------	----	------------------	----	----------	----	-----------	----	-----------	----	------------------	----	-----------	----	----------	----	----------	----	----------	----	----------------	----	-----------	----	-----------	----	----------	----	----------	----	----------	----	----------	----	-------------	----	---------------	----	-----------	----	--------------------	----	-----------	----	----------	----	----------	----	-------------	----	------	----	----	----	-----	--	------------	---	----------------	----	---------------------	----	-----------	----	---------------------	----	---------------------	----	---------------------	----	-----	--	-------------------------	----	---------------	----	-------------------	----	-----------------------	----	-----------------------	----	-----------------------	----	-----------------	----	---------------	----	-----------------	----	-------------------------	----	------------------------	----	---------------------------	----	-------------------------	----	------------------------	----	---------------------------	----	-------------------------	----	-------------------------	----	----------------------------	----

## 參考文獻

1. 八卷俊雄 (1988)。企業形象戰略。台北:藝風堂出版社。
2. 王學孔 (1986)。企業形象對消費決策影響之研究。國立政治大學企業管理研究所碩士論文。
3. 古永嘉 (譯) (2003)。企業研究方法。Donald R. Cooper & Pamela S. Schindler (著)。台北:華泰文化事業。
4. 加藤邦宏 (1986)。企業形象革命。台北:藝風堂出版社。
5. 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研究報告成果報告。
6. 江明修 (1999)。第三部門:經營策略與社會參與。台北:智勝文化公司。
7. 李美枝 (1983)。社會心理學。台北:大洋出版社。
8. 林芳玫 (2001)。台灣NPO的全球化參予策略會議實錄。主辦單位:行政院青輔會、海堂文教基金會、仰山文教基金會、鄉城文教基金會、花蓮青少年公益組織、亞太公共事務論壇。
9. 吳佩真 (1994)。企業形象管理—企業識別系統之應用。國立中興大學企業管理研究所碩士論文。
10. 林盤聳 (1991)。企業識別系統。台北:藝風堂出版社。
11. 官有垣 (1998)。非營利事業種類及其社會功能:公益型非營利事業。非營利事業管理研究所規劃研討會。嘉義縣:私立南華大學。
12. 徐木蘭、楊君琦 (2000)。企業的非營利事業規劃。收錄在蕭新煌主編。非營利部門:組織與運作。台北:巨流圖書公司。
13. 高希均 (1985)。企業形象—良性循環

的原動力。天下雜誌，頁93。14.座間平治（1990）日本企業形象大對決。台北:卓越。15.許士軍（1988）。華南商業銀行企業形象經營調查報告。16.許惠美、陳思倫（2001）。旅行業者對國際觀光旅館企業形象整體評價之研究。第一屆觀光休閒暨餐旅產業永續經營研討會。17.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。私立南華大學碩士論文。18.孫碧霞、廖秋芬、董國光（譯）（2001）。非營利組織策略管理。Sharon M. Oster（著）。台北:洪葉文化。19.張志源（2003）。非營利組織基金會的政策性角色與功能:以臺灣地區為例。私立南華大學碩士論文。20.張英陣（2002）。社會企業化對非營利機構的影響。社會企業化—非營利組織發展之新趨勢研討會。主辦單位:救國團。21.張培士、萬育維、陸宛蘋（1993）。台灣地區聯合勸募有效做法之探討。中華民國區發展研究訓練中心。22.黃世鑫、宋秀玲（1989）。我國非營利組織功能之界定與課稅問題之研究。台北:財政部賦稅改革委員會。23.黃俊英（1999）。行銷研究:管理與技術。台北:華泰文化事業。24.陳金貴（2001）。志工組織的社會事業化。2001志工台灣研討會。高雄:亞太公共事務論壇。25.陳金貴（2002）。非營利組織社會企業化經營之探討。社會企業化—非營利組織發展之新趨向研討會。台北:救國團總團部社會服務處，財團法人青年服務事業文教基金會。26.陳金貴（2002）。非營利組織的產業發展。非政府組織夏季論壇（NGOs Summer Forum）研討會大會手冊暨論文集。主辦單位:財團法人台灣新世紀文教基金會、中華民國社區營造學會。27.陳怡潔（2002）。非營利組織網站之社會行銷運用研究—以國內基金會為例。國立交通大學碩士論文。28.傅篤誠（2002）。非營利事業管理—議題導向與管理策略。台北:新文京開發。29.喜瑪拉雅研究發展基金會（2002）。台灣300家主要基金會。國家圖書館出版。30.劉宜芬（2002）。非營利組織宗教特性對醫院護理之家事業經營之影響。國立政治大學企業管理學系碩士論文。31.劉宜璇（2001）。非營利性運動組織其財源籌募策略個案研究。國立台灣師範大學體育學系碩士論文。32.劉國璋（2003）。2002非營利組織培育指南。行政院青年輔導委員會編印。33.劉寶娟（2003）。非營利組織企業化之研究—以社會福利組織為例。國立暨南國際大學社會政策與社會工程學系碩士論文。34.鄭讚源（2004）。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。35.鄭讚源（2004）。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。36.蕭盈潔（2002）。非營利組織之事業化:以社會福利機構為例。台北大學社會工作研究所碩士論文。37.蕭富峰（1994）。21世紀行銷情報。台北:商周文化。38.蕭新煌（2000）。非營利部門:組織與運作。台北:巨流圖書公司。39.蘇森榮（1990）。速食連鎖業市場區隔與企業形象定位之研究。國立交通大學管理科學研究所碩士論文。二、英文部分 1.Brinckerhoff, P. C.（2000）。Mission-based management: Leading your not-for-profit in the 21st century. New York:Wiley. 2.Johnson S.（2000）。Literature review on social entrepreneurship. <http://www.bus.ualberta.ca/ccse/publications/> 3.Ott, J. S.（2001）。The Nature of the Nonprofit Sector, Boulder, Colorado: Westview Press. 4.Salmon, L. M.（1993）。The marketization of welfare: Changing nonprofit and for-profit roles in American welfare state. Social Service Eeview, Washington: The Foundation Center. 5.Spector, A. J.（1961）。Basic Dimentsions of the Corporate Image. Journal of Marketing, 25（6），pp.47-51. 6.Weisbrod, B. A.（1998）。Modeling the nonprofit organization as a multiproduct firm: A framework for choice. In B.A. eisbrod（Eds）。To profit or not to profit: The commercial transformation of the nonprofit sector, pp.47-65, New York: Cambridge University Press. 7.Weisbrod, B. A.（2000）。Commercialism and Road Ahead, in J. Steven Ott（ed.）。Understanding Nonprofit Organizations, Colorado: Westivew Press. 8.Young, D. R.（1998）。Commercialism in Nonprofit Social Service Association: It's Character, significant and Rational. Journal of Public Analysis and Management. 三、網站部分 1.內政部統計通報，2004年。<http://www.moi.gov.tw/stat/index.asp> 2.林經莆（1998）。社區營造與市民參與—社區總體營造的現況與理想。<http://www.taiwanncf.org.tw/tforum/19/19-04.htm> 3.顧忠華（2003）。非營利組織之角色功能與經營實務。<http://www.parentschool.org.tw/kmportal/front/bin/ptdetail.phtml?Category=100014&Part=03121504> 4.Emerson, J.（2000）。Five Ghallenges in Social Purpose Enterprise Development, Social Purpose Enterprises and Venture Philanthropy In The New Millennium Volume 1—Practitioner Perspectives. [http://www.redf.org/download/boxset/REDF\\_Voll\\_9.pdf](http://www.redf.org/download/boxset/REDF_Voll_9.pdf) 5.Social Enterprise in London（2001）。What is social enterprise? <http://ww.sel.org.uk/socent/types.html>.