

記錄 編號	6440
狀態	NC094FJU00201005
助教 查核	
索書 號	
學校 名稱	輔仁大學
系所 名稱	社會工作學系
舊系 所名 稱	
學號	490646125
研究 生 (中)	黃世偉
研究 生 (英)	HUANG SHIH WEI
論文 名稱 (中)	非營利組織捐款者忠誠度之分析研究--以某社會福利基金會兒童服務方案 為例
論文 名稱 (英)	Analysis of Donors' loyalty to Non-profit Organizations -A Case Study of the Children Service in a Social Welfare Foundation
其他 題名	
指導 教授 (中)	羅秀華
指導 教授 (英)	
校內 全文 開放 日期	不公開

校外全文開放日期	不公開
全文不開放理由	
電子全文送交國圖.	同意
國圖全文開放日期.	2007.08.16
檔案說明	電子全文
電子全文	01
學位類別	碩士
畢業學年度	94
出版年	
語文別	中文
關鍵字(中)	非營利組織 捐款者忠誠度 服務品質 品牌形象
關鍵字(英)	
摘要(中)	「募款行為」是非營利組織的特性，亦為非營利組織賴以維持的主要來源之一，對受捐組織而言具有自主運用之優點。故近來在實務界及學術界對此一民間資源日漸重視。而歷來相關研究，亦多針對捐款人進行動機、行

為、或影響捐款人捐款因素進行研究，但對於捐款者的維繫，卻甚少關注。然捐款者之維繫，實為降低募款成本，創造募款最大獲益之因素。故在此情形下，研究者與某社會福利基金會合作，援引商管界「忠誠度?」的理念，針對該組織對於捐款者的「服務品質?」，及捐款者對該組織的「品牌形象?」，來探討捐款者忠誠度的影響，並藉此了解捐款者對該組織之忠誠度狀況。本研究為量化研究，以結構式問卷針對某社會福利基金會兒童服務方案定期捐款人郵寄問卷，於民國 95 年 2 至 4 月間執行，共回收 259 份有效問卷，有效回收率為 13%。經 SPSS10.0 電腦軟體處理，以描述性統計、卡方考驗、平均數分析、單因子變異數分析、皮爾森積差相關、及迴歸分析進行分析，其研究結果如下：1.基本人口變項與捐款忠誠度間的關係：「再捐意願」會隨「定期捐款時間」的不同而有差異，而定期捐款時間在 3-6 年之間的捐款者，其意願較高；「增加捐款意願」則因捐款人「教育程度」、「個人月收入」之不同而產生差異；整體「捐款忠誠度」，則是受到「個人月收入」的不同，而有差異性存在。2.受捐組織「品牌形象」，以及對捐款者之「服務品質」，皆與捐款者忠誠度呈現正相關。3.服務品質、品牌形象、教育程度、個人月收入、定期捐款時間等，可預測捐款者忠誠度。

摘要 (英)

論文目次

目次 第一章 緒論 第一節 研究動機..... 1 第二節 研究目的..... 5 第三節 重要名詞解釋..... 6 第四節 研究流程..... 6 第二章 文獻探討 第一節 非營利組織財務來源與捐款行為.... 8 第二節 捐款者忠誠度.....17 第三節 服務品質.....24 第四節 品牌形象.....32 第五節 某社會福利基金會概述.....38 第三章 研究設計與方法 第一節 研究架構.....42 第二節 研究變項及操作性定義.....43 第三節 研究問題與假設.....47 第四節 抽樣設計.....49 第五節 研究工具與資料分析方法.....50 第四章 研究分析與結果 第一節 定期捐款人基本人口資料、服務品質、品牌形象、捐款忠誠度之次數分配分析53 第二節 基本人口資料間之關係分析.....63 第三節 基本人口資料、服務品質、品牌形象與 捐款者忠誠度之差異分析.....65 第四節 捐款者忠誠度之預測分析.....69 第五節 研究假設驗證.....73 第五章 結論與建議 第一節 研究結論與發現.....75 第二節 研究討論與建議.....77 第三節 研究限制與未來研究方向建議.....83 參考文獻 中文文獻.....85 英文文獻.....90 附件 附件一 專家效度委員、專家效度問卷評分 項目分析結果表.....92 附件二 研究問卷.....99 附件三 統計分析未達顯著差異變項結果摘要103 表次表 1-1 持續捐款者平均捐款金額及持續捐款比率表... 3 表 2-1 持續捐款人行為特性分析.....17 表 2-2 顧客忠誠度定義.....18 表 2-3 顧客忠誠度衡量指標.....21 表 2-4 服務品質定義歸納.....25 表 2-5 「SERVQUAL」量表因素精簡過程.....30 表 2-6 國內探討非營利組織品牌形象論文整理.....38 表 3-1 服務品質研究構面、意義及面項.....43 表 3-2 服務品質量表之信度係數.....44 表 3-3 品牌形象研究構面、意義及

	<p>面項.....45 表 3-4 品牌形象量表之信度係數.....45 表 3-5 捐款忠誠度評量面項.....46 表 3-6 捐款忠誠度量表之信度係數.....46 表 3-7 各區問卷發放數量及比率統整表.....50 表 4-1-1 定期捐款人基本人口資料之次數分配表.....53 表 4-1-2 服務品質反應性次數分配表.....58 表 4-1-3 服務品質回饋性次數分配表.....59 表 4-1-4 服務品質有效性次數分配表.....60 表 4-1-5 品牌服務形象次數分配表.....61 表 4-1-6 品牌組織形象次數分配表.....62 表 4-1-7 捐款忠誠度次數分配表.....63 表 4-2-1 年齡、宗教與定期持續捐款時間之卡方分配檢定差異摘要表.....64 表 4-2-2 年齡、教育程度、家庭狀況、個人月收入與捐款其它單位之卡方分配檢定差異摘要表...64 表 4-2-3 年齡、居住地區、家庭狀況、捐款其它單位與是否擔任志工之卡方分配檢定差異摘要表...64 表 4-3-1 定期捐款時間與再捐意願變異數分析.....66 表 4-3-2 定期捐款時間與再捐意願 Scheffe 法分析....66 表 4-3-3 教育程度與增加捐款意願變異數分析.....66 表 4-3-4 個人月收入與增加捐款意願變異數分析.....66 表 4-3-5 個人月收入與捐款忠誠度變異數分析.....67 表 4-3-7 服務品質與捐款忠誠度之相關分析.....67 表 4-3-8 品牌形象與捐款忠誠度之相關分析.....68 表 4-4-1 影響再捐、增加捐款意願之多元迴歸分析表..70 表 4-4-2 影響推薦、捐款忠誠度之多元迴歸分析表....72 表 4-5-1 自變項與依變項關係統整表.....73 表 4-5-2 研究假設結果統整表.....74 圖 次 圖 1-1 研究流程圖..... 7 圖 2-1 捐款行為之概念架構.....12 圖 2-2 社會交換理論.....14 圖 2-3 募款金字塔.....20 圖 2-4 顧客價值包裹.....22 圖 2-5 服務品質模式.....27 圖 2-6 服務品質決定要素模式.....29 圖 2-7 服務品質三大衡量模式假設圖.....31 圖 2-8 品牌形象影響構面.....34 圖 3-1 研究架構.....42</p>
<p>參考文獻</p>	<p>王順民（2002）政黨行銷之初探—以 2000 年總統大選扁陣營選舉行銷策略為例。社會福利策劃與管理。251-281，台北，揚智。王育敏（2001）捐款行為之影響因素探討---以兒童福利聯盟基金會為例。私立東海大學社會工作研究所碩士論文。司徒達賢（1999）非營利組織的經營管理。台北，天下。任新?（2004）資訊管理顧問公司協助導入企業資源規劃系統的專業服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度之研究。國立台北科技大學/商業自動化與管理研究所碩士論文。朱金龍（2004）非營利組織服務品質與顧客忠誠度之研究—以軍人之友社國軍英雄館為例。中華大學科技管理研究所碩士論文。江宗仁（2004）地方政府·非營利組織與身心障礙者在參與社會福利業務 互動關係之探討 —以高雄縣庇護工場之「一家工場」為例。國立中山大學政治學研究所碩士論文。何俊達（2003）網路銀行服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究。真理大學財經研究所碩士論文。余家斌（2000）慈善機構捐款人之行為意向研究。中山大學公共事務管理研究所碩士論文。宋欣雅（2004），新北投地區溫泉旅館服務品質與遊客購後行為之研究。國立臺灣師範大學/運動休閒與管理研究所碩士論文。李小梅（1993）台灣地區社會慈善基金會贊助人之行為及其行銷策略之研究。國科會專題研究計畫。李小梅、曾芳瑩（1995）台灣地區社會福利基金會贊助人之行為及其行銷策略之研究。管理科學學報 12：1，1-21。李如婷（2003）個人捐贈行為及期影響</p>

因素之探討—以嘉義地區為例。中正大學社會福利研究所碩士論文。李佩憶（2004）非營利組織捐贈收入之影響因素研究。元智大學會計學研究所碩士論文。李金桐，鄭文輝（1994）社會保險財源籌措方式之探討。保險專刊 38，38-48。李麗日（2001）「行銷」在非營利人群服務組織中的應用。當代社會工作學刊 4，142-164。李美華等譯（1998）社會科學研究方法。台北，時英。吳明隆、涂金堂（2005）SPSS 與統計應用分析。台北，五南。林妙雀、葉佳瑜（2001）影響消費者選擇非營利組織提供勞務因素之研究--以陽光洗車中心為例。輔仁學誌-法、管理學院之部 32，97-126。林英治（2003）非營利組織服務品質構面之研究--以青年志工中心為例。南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。林淑馨（2002）日本非營利組織的研究--現況與課題。中國行政 72，1-22。林陽助（2003）服務行銷。台北，精湛行銷企畫工作室。林雅莉（1997）非營利組織募款之研究。政治大學公共行政學研究所碩士論文。邱昌宜（2004）服務品質與顧客滿意度、顧客忠誠度關係之研究--以文教業為例。台北大學企業管理研究所碩士論文。施教裕（1997）民間福利機構團體因應民營化之現況、問題及策略。社區發展季刊 80，37-55。柯宜君（2000）消費者認知之產品品質、服務品質及價格對滿意度及忠誠度之影響-於三種有形性比重不同服務業之比較。國立政治大學企業管理學研究所碩士論文。紀蕙文（2002）非營利組織行銷活動與捐款人捐款行為之研究。台北大學合作經濟研究所碩士論文。馬秀娟（2003）壽險理賠服務品質顧客滿意度與顧客忠誠度之相關性研究-以某人壽保險公司為例。國立高雄第一科技大學風險管理與保險研究所碩士論文。高永興（2003）募款倫理與責任~ 國外個案研究。台灣非營利部門資源籌募與運用研討會。
<http://www.npo.org.tw/StudyOnline/ShowSOL.asp?SOLID=35> 高翠璣（2001）民間身心障礙福利服務機構團體募款方式之初探」。暨南大學社會政策與社會工作研究所碩士論文。張坤杉（2002）捐血者捐款行為之研究—以台南捐血中心為例。成功大學企業管理學研究所碩士論文。張俊郎、彭俊穎（2001）從顧客滿意的觀點探討圖書館之服務品質--以虎技圖書館為個案研究。國立虎尾技術學院學報 4，187-197。張英陣（1998）「兒童福利組織的財務來源分析」，社區發展季刊 81 期，102~114。張淑玲（2002）社會福利基金會捐款人關係行銷應用之研究。南華大學非營利管理研究所碩士論文。張懿華（2004）影響顧客忠誠度的因素研究—以銀行業信用貸款產品為例。東吳大學企業管理學研究所碩士論文。莊仲仁（2001）企業形象與服務品質對被服務者再購行為之影響：被服務者關係的中介效果。國立台灣大學心理研究所碩士論文。莊馥瑄（2003）圖書館品牌經營策略之研究-以臺北市立圖書館為例。國立台灣大學圖書資訊學研究所碩士論文。畢宣銘（1998）非營利組織關係行銷作為、關係品質知覺與成員捐助意圖間關係之研究。國立中山大學企業管理學研究所碩士論文。郭登聰（2002）非營利組織與營利組織之對話。社會福利策劃與管理。369-391，台北，揚智。陳志銘（2003）中、外銀行服務品質與經營績效之實證研究。淡江大學管理科學研究所碩士論文。陳依伶（2002）民間社會福利機構捐款人捐款行為探討—以某社會福利基金會為例。暨南大學社會政策與社會工作研究所碩士論文。陳林（2004）非營利組織法人治理。台北，洪葉。陳金貴（2002）非營利組織社會企業化

經營探討。新世紀智庫論壇 19, 39-51。陳建翰（2003）產品涉入程度、品牌形象、品牌權益與顧客回應間之關係探討。東華大學企業管理研究所碩士論文。陳振遠、湯惠雯（2000）台灣地區公益慈善機構募款策略之研究。淡江人文社會學刊第六期，61-82。陳培倫（2003）非營利組織收益管理對募款績效之影響-以訊息傳遞觀點。台北大學合作經濟學研究所碩士論文。陳淑瑤（2003）非營利組織的顧客滿意關鍵成功因素研究-以青年志工中心為例。南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。陳淞慶（2000）捐款人對非營利組織行銷傳播活動的態度與捐款人市場區隔之研究。交通大學經營管理研究所碩士論文。陳智德（2002）管理顧問業服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度研究。成功大學企業管理學系（EMBA）專班碩士論文。陳愛椿（2004）持續捐款行為之研究--以財團法人瑪利亞文教基金會為例。中正大學社會福利研究所碩士論文。陸宛蘋（1999）非營利組織之定義與角色。社區發展季刊 85, 30-35。游達榮（2003）品質機能展開技術在餐飲服務業的應用—以高雄市布拉格西餐廳為例。東華大學觀光暨遊憩管理研究所碩士論文。萬育維（1994）影響捐款行為之相關因素探究--實證資料的發現與回應。思與言 32：4, 197-217。黃如萍（1993）產業類別、企業文化與公關活動之關聯性研究。文化大學新聞學研究所碩士論文。黃怡音（2003）客服中心服務品質對顧客滿意度及忠誠度之研究—以信用卡為例。政治大學企業管理研究所碩士論文。黃明政（2004）銀行業服務品質、企業形象與顧客忠誠度之研究。南華大學管理科學研究所碩士論文。黃俊英 林義屏 董玉娟（1999）非營利組織顧客滿意模式之研究--以臺南捐血中心為例。亞太管理評論 4：3, 323-339。黃俊英 傅懷慧（2003）PZB 服務品質模式在評量申報所得稅服務系統之應用。台灣銀行季刊 54：1, 207-219。黃勇富（2003）非營利組織顧客滿意度之實證研究--以國立臺中自然科學博物館為例。品質月刊 40：8, 82-89。黃逸甫（2004）服務品質、價格、品牌形象與品牌個性對被服務者滿意度之影響-以銀行業為例。廣告學研究 21, 53-80。黃雅鳳（2004）拍賣網站服務品質與信任認知對顧客忠誠度關係之研究。淡江大學資訊管理研究所碩士論文。黃毓珍（2003）影響捐款者信任與價值對行為意圖之研究--以慈濟基金會為例。台北科技大學商業自動化與管理研究所碩士論文。黃銘永（2002）台灣烘焙業品牌形象建構之研究。中原大學企管研究所碩士論文。馮燕（1997）公益性非營利組織資源的運作與管理。理論與政策 11：3, 99-112。（1999）非營利組織之定義、功能與發展。非營利部門-組織與運作, 1-42。台北，巨流。楊啟鈿 錢慶文（2004）以分類迴歸樹法研究某教會醫院捐款人之捐款行為。醫務管理期刊 5：3, 271-287。廖森貴、蔡妙幸（2003）服務環境下服務品質、服務價值、顧客滿意及顧客忠誠度關係之研究。台北科技大學學報 36：1, P139-150。歐進士，歐耿作（2003）非營利組織財務資源管理之探討--關注非營利組織之募款來源及行為，俾提升其運作與管理績效。主計月刊 566, 60-69。（2003）非營利組織策略規劃之探討。主計月刊 569, 25-35。劉明德（2003）青年志工中心服務品質模式與顧客滿意之驗證。非營利組織管理學刊 2, 71-94。劉淑瓊（2000）浮士德的交易？--論政府福利機構契約委託對志願組織之衝擊。台灣的社會福利運動, 504-538。台北，巨流。劉祥熹（1999）非營利組織：何以期能存在於市場經濟中。合作

經濟 63, 9-23。鄭怡世(1999) 台灣民間非營利社會福利機構參與社會福利服務探析。社區發展季刊 87, 312-326。鄭琇方(2002) 非營利組織品牌形象與捐贈者轉換行為間關係之研究—以關係連結之中介角色分析。高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所碩士論文。鄭讚源(2000) 統一捐募運動管理之研究。內政部 89 年度委託研究計畫, sowf.moi.gov.tw/25/目錄.htm 鄧貴卉(1999) 社會責任、公司形象、服務品質與顧客忠誠度之相關性研究：以壽險業為例。國立中正大學企業管理研究所碩士論文。盧貞云(2003) 我國非營利組織運用資訊科技與網路募款現況之探究—以社會福利機構為例。東海大學公共行政研究所碩士論文。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。賴嘉祥(2004) 慈濟基金會捐款人關係品質與行為意向之研究。台北科技大學商業自動化與管理研究所碩士論文。謝清隆(2002) 非營利組織募款策略探討研究—以彰化縣服務性社團為例。大葉大學工業關係研究所碩士論文。謝儒賢(2001) 長期募款專案, 未發表。簡春安、鄒平儀(1998) 社會工作研究法。台北, 巨流。闕芝穎(2004) 百貨公司服務品質、顧客滿意度、顧客忠誠度與消費者生活型態關係之研究—以台北市地區為例。東華大學企業管理研究所碩士論文。蘇欣儀(2003) 電視媒體品牌權益衡量指標之建構。銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。蘇武龍(2000) 住院服務品質與病患滿意度之探討--以成大、奇美醫院為例。成功大學工業管理研究所碩士論文。蘇恆毅(2001) 大台北都會區高運量大眾捷運系統服務品質、顧客滿意度與購後行為之研究。海洋大學航運管理研究所碩士論文。蘇倬達(2005) 顧客關係管理與忠誠度：資訊應用、品牌形象與接觸成效之議題研究。元智大學企業管理學研究所碩士論文。顧忠華(2003) 非營利組織之角色功能與經營實務。家長學苑 2003 種子家長課程會議資料。
<http://www.parentschool.org.tw/kmportal/front/bin/ptdetail.phtml> 英文文獻 Aaker, David A.(1996), "Building strong brands." N.Y. :Free Press. A Division of Simon & Schuster Inc. Biel,A.(1992), "How brand image drives brand equity" Journal of Advertising Research, Vol .32, P6-12. Cronin,J.J.,& Taylor,S.A.(1992) "Measuring Service Quality:A Reexamination and extension." Journal of Marketing 56,55-68. Frederick F. Riechheld (1996) 著, 顧淑馨譯。忠誠度-企業獲得利潤的基石。台北, 智庫。Fredericks, Joan O. and James M. Salter II (1995), "Beyond Customer Satisfaction" Management Review 84, 29-32 Hansmann, H. B. (1987), "Economics Theories of Nonprofit Organization," in W. W. Powell (ed.) The Nonprofit Sector :A Research Handbook. Hankinson, Philippa(2001). "Brand Orientation in the Charity Sector: A framework for discussion and research." International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing 6:3:231-242. John Flanagan (2000) 著, 陳希林、方怡雯、陳麗如、曾于珍譯。募款成功, 台北, 五觀。Kotler, Philip & Andreasen, Alan R. (1988) 著, 張在山譯。 , 台北, 授學出版社。Louis E. Boone & David L. Kurtz (1995) 著, 高中、陳淑貞、黃小玲、謝碧珠譯。台北, 五南。Mixer,J.R. (1993) "Principles of professional Fundraising : Useful Foundations for Successful Practice" San Francisco, California : Jossey-Bass Publishers. p211-217. Norah McClintock,2000 "Fundraising Numbers - Using the National Survey of

	<p>Giving ,Volunteering and Participating for Fundraising.” Canadian Centre for Philanthropy. Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1985 “A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research.” Journal of Marketing 49, no.4 : 41-50. 1988 “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.” Journal of Retailing 64 : 12-40. Sargeant, A 2001a “Using Donor Lifetime Value to Inform Fundraising Strategy. ” Nonprofit Management & Leadership 12(1):25-38 2001b “Relationship Fundraising How to Keep Donors Loyal.” Nonprofit Management & Leadership 12(2):177-192 2003 “Keeping Donors Loyal:How To Minimize Attrition on the Fundraising Database. ” The Nonprofit Times. Sargeant, A & Stephen Lee 2004 “Trust in the Voluntary Sector: A Relationship To Giving ” 網站資料：www.istr.org/conferences/capetown/volume/sargeant.pdf Selnes, Fred (1993), “An examination of the effect of product performance on brand reputation, satisfaction and loyalty” European Journal of Marketing,27(9) : 19-35 Tapp, Alan, 1996 “The use of brand management tools in charity fundraising.” Journal of Brand Management , 3(6), p.400-410. 1996 “Charity brands : a qualitative study of current practice.” Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 1(4), p.327-336. Travis,Daryl.(2000)著，朱樸瑄，子鳳譯。體驗品牌：如何建立顧客忠誠度優勢。台北，城邦。</p>
論文 頁數	107
附註	
全文 點閱 次數	
資料 建置 時間	
轉檔 日期	
全文 檔存 取記 錄	
異動 記錄	M admin Y2008.M7.D3 23:18 61.59.161.35