

國立虎尾科技大學企業管理系

100 學年學生專題報告

非營利事業組織社員維持與擴展－

以國際聯青社為例

指導老師： 呂麒麟老師

學生姓名： 四企四甲 49746108 巫佳軒
四企四甲 49746112 林玉薇
四企四甲 49746133 黃文伶
四企四甲 49746134 黃奕虹
四企四甲 49746135 黃詩萍
四企四甲 49746143 顏碧慧

中華民國一百零一年一月

摘要

非營利組織是現代社會重要的一個部門，從早期以互助、扶弱為形式，至今發展自囊括社會服務、服務救助、政治參與、教育、藝術、科學、人文等多采多姿的項目。在台灣，也有非常多的非營利組織，在社會各個不同的領域展現各自的專長，實踐自己的使命，而且也有相當長足的成長。

近幾年來，非營利事業組織不斷興起，成為了研究越發熱門的題目。但非營利事業組織因為沒有利潤可言，競爭對手又多，如何去擴大組織並且將舊有的社員維持住將是一個需要面對的問題。

本研究藉由問卷發放給社員填寫的方式找出原因所在，問卷目的在於探討國際聯青社社員的維持與擴展部分中，如何增加社員向心力以及對社團未來的期望，問卷內容分為三大部分：

1. 國際聯青社社員對社團的滿意程度。
2. 社員對社團未來的期望調查。
3. 基本資料調查。

針對發現的問題找出解決之道，並提供意見給國際聯青社做為參考之用。

誌謝

本研究是透過許多人配合、一起努力才得以完成，因此我們首先要感謝張弘副總會長給予我們這個機會，讓我們能夠為國際聯青社服務，從中學習到許多經驗。

也要感謝國際聯青社總社以及各分社，沒有總社的配合就沒有個分社的名單，沒有各分社的名單以及社長們的配合就沒有我們今天的成果，這當中缺一不可！

第三位要感謝的人是我們的指導老師呂麒麟老師以及系辦的工作人員，問卷的製作過程、問卷的發放與回收到專題研究的製作過程中與老師多次的開會討論，在我們遇到瓶頸時給予建議使得我們能夠一一克服困難！

最後要感謝的是一起完成這本專題研究的夥伴們——佳軒、玉薇、文伶、奕虹、詩萍、碧慧，大家透過無數次的開會討論，經過不斷的溝通與調和，終將把專題研究完成，經過這次的研究，我們都比以前更加成熟、學到更多寶貴經驗！

巫佳軒 林玉薇 黃文玲

黃奕虹 黃詩萍 顏碧慧

謹致

民國一百零一年 一月

目錄

第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與研究動機.....	1
1.2 研究目的.....	3
第二章 文獻探討.....	4
2.1 非營利組織定義.....	4
2.2 非營利組織類型.....	7
2.3 非營利組織行銷的綜合性策略.....	12
2.3.1 電子商務的應用.....	13
2.3.2 資訊廣告的運用.....	13
2.3.3 公益網站的設立.....	14
2.3.4 非營利組織的產業化.....	14
2.3.5 使用者付費.....	15
2.3.6 非營利組織向第三者收費.....	15
第三章 研究方法與分析結果.....	17
3.1 研究對象.....	17

3.2 調查過程.....	19
3.3 資料分析程序.....	20
3.4 資料分析方法.....	21
3.4.1 描述性統計分析.....	21
3.4.2 ANOVA 分析.....	21
3.5 問卷分析.....	25
3.5.1 第一部份 國際聯青社社員對社團的滿意程度.....	25
3.5.2 第二部份 社員對社團未來的期望調查.....	28
3.5.3 第三部份 基本資料調查.....	32
3.5.4 單因子變異數檢定.....	38
第四章 問題與建議.....	51
第五章 結論.....	62
參考文獻.....	63
【附錄一】問卷.....	67

表目錄

表 3-1 各分社問卷回收表.....	18
表 3-2 社員滿意程度五等量表.....	27
表 3-3 依居住地為變數對社團領導才能訓練滿意度之 T 檢定 ANOVA 表.	38
表 3-4 依居住地為變數對社團聚會的演講滿意度之 T 檢定 ANOVA 表...	39
表 3-5 依居住地為變數對勝任社團工作滿意度之 T 檢定 ANOVA 表....	39
表 3-6 依居住地為變數對社員參加關懷活動滿意度 之 T 檢定 ANOVA 表.....	40
表 3-7 依居住地為變數對社團舉辦的比賽活動滿意度 之 T 檢定 ANOVA 表.....	41
表 3-8 依居住地為變數對社團所舉辦生態環境活動滿意度 之 T 檢 ANOVA 表.....	42
表 3-9 依居住地為變數對各國分社互相交流滿意度之 T 檢定 ANOVA 表.	43
表 3-10 依居住地為變數對舉行國際青年營滿意度之 T 檢定 ANOVA 表..	44
表 3-11 依居住地為變數對社員間彼此關係融洽滿意度 之 T 檢定 ANOVA 表.....	44
表 3-12 依居住地為變數對認為組織團結滿意度之 T 檢定 ANOVA 表....	45
表 3-13 依居住地為變數對組織整體工作表現滿意度 之 T 檢定 ANOVA 表.....	46

表 3-14 依居住地為變數對加入本社發揮能力的機會感到滿足滿意度之 T 檢定 ANOVA 表.....	46
表 3-15 依居住地為變數對社內良好氣氛使有歸屬感滿意度之 T 檢定 ANOVA 表.....	47
表 3-16 依居住地為變數對聯青社的理念滿意度之 T 檢定 ANOVA 表....	48
表 3-17 依居住地為變數對因會費過高而不願繼續參加本社團的相同程 度之 T 檢定 ANOVA 表.....	49
表 4-1 北、中、南部問卷回收率.....	53
表 4-2 社團比較表.....	60

圖目錄

圖 2-1 非營利組織的四種類型.....	10
圖 3-1 研究流程圖.....	20
圖 3-2 社員對聯青社未來期待直條圖.....	28
圖 3-3 聯青社可向他社學習改進的地方直條圖.....	29
圖 3-4 推廣社團方法的直條圖.....	29
圖 3-5 介紹朋友加入意願的直條圖.....	30
圖 3-6 社員會介紹朋友加入原因的直條圖.....	30
圖 3-7 社員不會介紹朋友加入原因的直條圖.....	31
圖 3-8 性別直條圖.....	32
圖 3-9 年齡直條圖.....	32
圖 3-10 學歷直條圖.....	33
圖 3-11 職業直條圖.....	33
圖 3-12 職位直條圖.....	34
圖 3-13 居住地直條圖.....	34
圖 3-14 平均年收入直條圖.....	35
圖 3-15 社員如何加入社團之直條圖.....	35
圖 3-16 社員加入社團時間之直條圖.....	36
圖 3-17 是否加入其他社團之直條圖.....	36

圖 3-18 加入哪些其他社團之直條圖.....	37
圖 4-1 活動演示圖.....	57
圖 4-2 資金募集方法.....	59

第一章 緒論

1.1 研究背景與研究動機

非營利組織是現代社會重要的一個部門，從早期以互助、扶弱為形式，至今發展自囊括社會服務、服務救助、政治參與、教育、藝術、科學、人文等多采多姿的項目。國外甚至也有許多非營利組織發展到能跨國的規模，在台灣，也有非常多的非營利組織，在社會各個不同的領域展現各自的專長，實踐自己的使命，而且也有相當長足的成長。例如廣為人們所熟悉的世界展望會、創世基金會、慈濟功德會、台灣兒童暨家庭扶助基金會等基金會，或是長期投入偏遠地區服務的醫療院所，例如恆春基督教醫院等。

近幾年來，非營利事業組織不斷興起，成為了研究越發熱門的題目。但非營利事業組織因為沒有利潤可言，競爭對手又多，如何去擴大組織並且將舊有的社員維持住將是一個需要面對的問題。

非營利組織社團性質依目的可分為推展文化、學術、醫療、衛生、宗教、慈善、體育、聯誼、社會服務或其他公益，而我們研究的研究對象—國際聯青社則是以聯合各種信仰人士，基於耶穌基督教示及熱誠服務基督教青年會，互尊互愛促進友誼，共同努力熱心服務，以發展鼓勵及培養領導才能，為全人類建立美好社會為宗旨而成立的社團。

台灣的聯青活動始於 1955 年，由台北市中華基督教青年會總幹事鍾

啟安等七人籌組成台北國際聯青社。迄今台灣有 26 個社近 700 名的社員，按照地區分有：台灣北區 9 社，台灣中區 10 社，台灣南區 7 社。

為了追求理想，達成崇高的宗旨與任務，國際聯青社上自國際階層下至一個地方分社，均有不同的活動，主要的且較具代表性的有下列幾項：

1. 亞歷山大獎學金
2. 友愛基金
3. 青少年教育交換計畫
4. 國際兄弟社
5. 節食基金
6. 社區服務

隨著社會腳步的快速移動，人們的價值觀也跟著有所改變。越來越多的人願意投身於非營利組織來為社會大眾服務，認為在有能力的時候，自己付出微薄之力來回饋社會，能夠幫助到更多需要幫助的人。

一個有心想為社會大眾服務的人，他或許不只是加入一個非營利組織，而是參與了好幾個社團組織，那麼那些社團組織擁有什麼樣吸引人的地方能讓人想加入，並且願意長期在同一個社團組織內來服務大眾呢？所以本研究將進一步探究以國際聯青社台灣區域總會為研究對象—非營利事業組織之社員擴展與維持，以期讓每個社團組織的每個人皆能有好的環境去服務大眾，擁有關懷社會的熱忱。

1.2 研究目的

本研究目的在於探討非營利事業組織-國際聯青社社員的維持與擴展部分中，如何增加社員向心力以及對社團未來的期望，問卷內容分為三大部分：

1. 國際聯青社社員對社團的滿意程度。
2. 社員對社團未來的期望調查。
3. 基本資料調查。

藉由問卷發放給社員填寫的方式找出原因所在，針對發現的問題找出解決之道，並提供意見給國際聯青社做為參考之用。

第二章 文獻探討

2.1 非營利組織定義

當我們提到非營利組織時，實際上涵蓋了相當多的名詞，包括有慈善組織、鄰里組織、私人志願組織、基金會、社區組織、獨立部門、免稅部門、第三部門、非營利部門、非政府部門等。相關名詞界定如下 (Hodgkinson, 1989 ; Salamon&Anheir, 1997; 陳金貴, 1994; 江明修, 2000)

1. 慈善機構 (Philanthropic organizations) : 為救濟弱勢者所提供的慈善服務。Wolch(1990)的界定說「非營利組織是一種私有的法人組織，並且採取慈善活動設立之目標」。
2. 私人志願組織 (Private voluntary organization) : 由一群有志一同的人組成，並以志願人員為主的團體，稱為志願組織。
3. 獨立部門 (Independent sector) : 1980年，由一群專業性團體和正福組織所組成服務社區的團體。這些團體雖然由政府 and 企業所支持，但是其特性與貢獻卻是獨立的，因此團體自稱為獨立部門。
4. 免稅部門 (Tax-exempt sector) : 是相應某些國家稅法規定，可以免

除所得稅與財產稅的組織。

5. 第三部門 (The third sector) :此一部門相對於政府部門、市場部門而存在的第三種社會力量，其本身兼具有市場的彈性和效率，以及公部門的公平性和可預測性多重優點，同時，他又可以避免掉追求最大利潤與科層組織僵化的內在缺失。
6. 非營利部門 (Non-profit) :此部門強調這些組織的存在，並非是為擁有者生產利潤，但是這些組織卻不排除營利的行為，只不過非營利部門嚴禁將所剩餘的收入與利潤，分配給股東或特定的對象 (Non-distribution constraint)。

除了上述對非營利組織最常被引用的定義之外，學者對非營利組織定義及特色有有所不同的見解，茲將說明於下：

Salamon(1997)多元性價值觀的促進等公共目的為主的組織，則具體指出非營利組織具有六大特徵：

1. 正式的組織 (Formal organization) :非臨時性或是非正式性的民眾集合體，它必須得到政府制定的法律之合法承認，具有某種程度的制度化。因而具有法人團體的資格，可以組織各訂定的契約和保管財務。

2. 民間私人特質 (Private)：跟政府機構有所區隔，不應由政府的財源或是政府管員充當董事會成員，但此並不意味著非營利組織就不能接受政府的財源或是政府官員絕對不能夠擔任董事。簡言之，一個重要的關鍵就是，非營利組織基本的架構必須是民間私人性質的組織。
3. 利潤不能分配 (Non-profit-distributing)：其利潤收入僅能運用於機構宗旨限定的任務，而非分配給組織的財源供者或內部工作人員，此乃非營利組織與企業最大的差別所在。
4. 能夠自我治理 (Self-governing)：組織本身要有內部的治理程序，不受外在團體的掌控。
5. 志願人員的參與 (Voluntary)：在非營利組織中應有某種程度的志願人員參與機構活動，特別是由志願人員所組成具有領導與治理性質的董事會。
6. 公共利益的屬性 (Philanthropic)：非營利組織所提供的服務應具有公共利益的性質，並以服務大眾為職志。

2.2 非營利組織類型

非營利部門中不同的組織差異頗大，很難用單一的分類對其面貌做完整描述。將非營利組織歸類時，若過度關注生產取向或政策導向的組織，忽略許多過程取向、表達性質或參與性的組織，勢必錯失掌握非營利組織整體面貌的機會（馮燕，2000）。

Kotler 與 Andreasen (1996) 研究認為，1969 年至 1973 年之間，將行銷應用將非營利性組織的研究與興起於美國，到了 1980 年代晚期已經漸漸成熟，至 1995 年時，美國已有超過 70 所大學開設相關課程。吳寧遠 (1998a) 指出，非營利組織的相關研究，在台灣蔚成風氣是近年來的事，以下介紹四種常見的非營利組織分類原則：

1. 部門類別分類

Kotler 與 Andreasen (1996) 主張，非營利組織中不同部門經辦不同的業務，因此分類上應該根據部門分門別類。吳寧遠 (1997) 認為，以這樣的概念來看待非營利組織，大致可分為五種類型，亦即(1)衛生醫療(2)教育機構(3)社會與法律服務(4)公民與社會團體(5)藝術(6)文化團體。

2. 按組織提供的服務類別與服務對象分類

依照此一原則，許士軍（1990）認為，非營利組織可區分為(1)提供個別服務的組織(2)提供公共服務的組織(3)以社會源為基礎的組織。

3. 從法源分類依據來分類

依照此一原則，吳寧遠（1998b）認為，我們非營利組織的設立，係依據民法第二篇（規則）第二章（人）第二節（法人）第二款（社團法人）及第三款（財團法人），以及人民團體法。社團法人則依照人民團體向主管單位（中央為內政部、省市為社會處、局，縣市為縣市政府）申請成立，並向地方法院登記成為社團法人，若未登記則為非法人團體。財團法人皆為公益目的，一目的事業向主管單位申請成立，其登記手續要向當地地方法院辦理。所以，所謂非營利組織在法律上來說，應包括(1)社團法人中的公益法人(2)全部的財團法人(3)私非法人社團。

4. 依其組織內人員的性質來分類

林聯章（1998）認為，事實上前稱三種分類原則，都很難清楚區分出各類非營利機構的特性，而且也常會將一些具有營利性質的民間團體歸類為非營利機構，醫院就是一個例子。所以，非營利組織的型態，依其組織內人員的性質來區分，亦即按組織機構對志工人力的需求程度高

低，可分為以下三種：

(1) 完全以志願工作人員為主體型

參加非營利組織的成員，完全以志同道合的一群人在其本職工作之餘來參加而組成，其工作人員依其個人專長、興趣或能力而聘請。這類組織十分仰賴志工人力，對志工的需求程度最高。例如需要大量協談志工協助，以遂行其全天候電話協談作的「張老師」、「生命線」等機構均屬之（林聯章，1998）。

(2) 專職人員為主、志工為輔型

此一組織乃任務有其專屬性，聘請較多專職人員為主體的組織型態，這類組織通常只需志工協助小部分行政工作，對志工需求程度最低。例如各類公辦民營擁有專職專業團體的社會福利機構均屬之（林聯章，1998）。

(3) 志工為主，專認為輔型

此種型態為上述兩種型態的混合體，以志願人員為組織的領導決策核心，搭配以專職人員為其工作之執行組合，雖然也需要一定人數的志工，但對志工的需求程度比第一類為低。例如各地的生態環保團體，儘

管需要固定人力的專業解說志工，配合機構的工作推展，但志工的人力需求程度是屬於中等（林聯章，1998）。

Hansman (1980) 依組織財源及組織控制方式的不同，將非營利組織分為下列四種類型；

(1) 捐助型 (donative)：組織財源主要來自外界捐助。

(2) 收費型 (commercial)：組織多數收入，來自財貨或服務的收益。

(3) 互助行 (mutual)：由社員控制，組織成員控制組織的決策權。

(4) 企業型(entrepreneurial)：由董事控制，董事會控制監督組織運作。

控制權 類型	社員控制 (互助型)	董事控制 (創業型)
捐助 (捐贈型)	公民行動組織 <i>I</i> 如：聯合勸募協會	社會救助機構 <i>II</i> 如：公益基金
收費 (商業型)	鄉村俱樂部 <i>III</i> 如：聯誼社	療養院 <i>IV</i> 如：社區醫院

圖 2-1 非營利組織的四種類型

在此以 Henry Hansmann (1980：840-842；轉引江明修主編，1999：147-148)的分析整理出以下：以財源籌措方式非為捐贈型(Donaation)和商業型(Commerical)，為表中縱軸。以組織控制方式分為互助型(Mutual)和創業型(Entrepreneurial)，為表中橫軸。前者組織贊助人握有組織最後控制權，後者則不受贊助人控制或監督，以此將非營利組織分為四種類型，分別為捐贈互助型、捐贈創業型、商業互助型及商業創業型。

2.3 非營利組織行銷的綜合性策略

近年來，由於銀行利率節節下降，幾近零利率，此對於非營利組織依法不得動用本金，只能依賴銀行孳息來從事公益活動，將直接衝擊非營利組織的生存。另外，由於經濟不景氣，民眾荷包縮水，對於公益慈善捐款相對減少，加上非營利組織數目的增加，彼此在募款上面臨競爭狀態，也造成非營利組織發展上的困境。

此外，Gelatt（張譽騰譯，二〇〇一）指出，有關非營利組織行銷策略的整體趨勢包括：

時間是一種商品。非營利組織必須調整開放時間，包括晚上或週末；甚至就在工作場所提供服務，以及透過資訊網絡提供服務。

由此可知，非營利組織如何將其產品與服務提供給民眾，由於某些非營利組織的經費極度仰賴收費（尤其是醫療和教育機構）；加上許多非營利組織的主要經費來源大都仰賴政府補助和民間捐款，因此，採取全方位整體行銷策略是非營利組織的未來趨勢。

針對這些非營利組織面臨的困境與環境變遷，下列提出非營利組織行銷的綜合性策略，以供參考，包括：電子商務的應用、資訊廣告的運用、公益網站的設立、非營利組織的產業化、使用者付費、非營利組織

向第三者收費等策略。

2.3.1 電子商務的應用

電子商務的概念是指透過電視購物與服務，或經由網際網路（internet）的電子購物與服務，這些技術使得製造商直接面對顧客，目前電子商務正大量發展，也創造了數十億的商機。

至於非營利組織其服務屬於公益性質，如何應用電子商務概念來強化其服務成效，建議可以透過直接與顧客接觸或設立「資訊服務專線」，提供顧客所需的服務。例如：美國線上公司（America Online, AOL）運用網路科技，設立了 helping.org 網站來協助非營利組織，增加志工及捐助者人數。而提供志工的網站 Volunteer Match 可以讓志願做志工的人填寫郵遞區號、工作範圍、工作時間等系列志工機會清單，作為與需要志工的 non-profit 組織媒合的機制（Bearden, Ingram, LaForge, 2001:xxxvi）。此外，國內的崔媽媽服務中心，也提供優良搬家或租屋公司資訊給消費者等，此即是非營利組織利用資訊科技，作為提供與社會大眾溝通平臺的例證。

2.3.2 資訊廣告的運用

在企業中使用資訊廣告是行銷的重要手段之一，透過資訊廣告可以

使製造商直接將產品推銷給顧客，跳過批發商與零售商的管道，節省成本、降低售價、增加曝光率提升產品知名度等好處。至於非營利組織與企業合作的公益行銷（透過媒體的行銷方法），即是資訊廣告的應用，更是其提升知名度，有效落實組織使命的策略與方法，例如：慈濟功德會透過公益廣告的資訊運用策略，打響時裝表演秀（政治人物、企業名人）的義賣活動，以籌募社會救助捐款（募款）。

2.3.3 公益網站的設立

非營利組織尚可以透過網站的設立，作為與民眾溝通的橋樑，並採用電子公佈欄和電子郵件方式，有效的將公益活動訊息轉達給民眾。網際網路可以說是非營利組織最常使用的資訊運用，例如：喜馬拉雅基金會的公益網站、南方公益網站、臺灣非營利組織網站等是目前取得非營利組織資訊的最佳管道。

2.3.4 非營利組織的產業化

最近愈來愈多的非營利組織，開始向企業學習，以爭取額外的收入；有的則透過附屬單位的產業化，例如：陽光洗車中心、臺北市政府的喜憨兒烘培點心坊、主婦聯盟的教育訓練、大自然或野鳥協會的生態解說員培訓等獲得財源，以挹注非營利組織，解決非營利組織財源困窘的狀況。

2.3.5 使用者付費

非營利組織向受益人收取服務成本，而組織的服務所帶來的利益是否值得，由受益人自行判斷。例如：社員制的非營利組織即是一例，社員必須繳交會費，才能享受服務。

2.3.6 非營利組織向第三者收費

社會服務機構向受益對象收費，常會碰上不少困難，因此，必須另尋良策。向第三者，大都是對該受益團體或非營利組織的使命，有既得利益的政府機關和企業。政府對社會集體的福祉，以及貧困者的福利負有責任。企業補助員工醫療、托兒、安老、家庭輔導、酒精、毒品勒戒等。

由本節的論述可知，資訊網路的應用是企業、政府部門、非營利組織所不可或缺的。而臺灣在千禧年之後，透過資訊網路所形成的社會趨勢，包括：臺灣網路市場蓬勃發展（資策會調查，二〇〇八年底全臺上網人口七百八十二萬人、寬頻上網戶一百三十萬戶）、以及網路購物趨勢成長等現象，在在顯示資訊科技的重要性。

由此可知，如何善用資訊網路的策略，已成為非營利組織經營管理上的重要議題，許多非營利組織紛紛學習圓熟的運用資訊網路於社會行

銷上，以達成其服務社會公眾的目標，而非營利組織如何運用資訊網路，並配合社會行銷策略應用，將是新世紀轉型的重要契機；亦即資訊科技應用可說是非營利組織達成目標與使命的重要策略。因此，探討非營利組織行銷的整體策略，必須融合資訊網路的應用，才能有效地發揮其行銷的綜效。

總之，社會對於非營利組織的依賴愈來愈高，並期待非營利組織提供一張社會安全網絡 (social safety network)。但由於非營利組織時常面臨財務與人力不足的窘境，Herzlinger 等 (張茂芸譯，二〇〇〇：一一七) 提出，非營利組織為了求生存，一定要和企業發展明確的合作關係，非營利組織不能再指望靠企業獨家贊助某些公益行銷活動，而是必須與企業攜手合作，共同舉辦公益行銷活動，形成企業與社會雙贏的策略。例如：世界展望會與統一企業合作的「飢餓卅」公益活動，目前舉辦過十幾屆，引起相當大的迴響，由於活動的成功也奠立統一良好的企業形象。

第三章 研究方法與分析結果

3.1 研究對象

本研究的受試對象為國際聯青社台灣區域的社員，且於調查時間(民國一百年八月至民國一百年十一月)的正式社員為研究對象。並經由郵寄問卷的方式，在調查時間內透過國際聯青社各分社舉辦之活動據點發放問卷，以蒐集資料。且採用附回郵之問卷調查方法，以利問卷之回收。本次研究共寄出 589 份問卷，共回收 274 份，剔除填答不全的問卷，共得到有效問卷 242 份，有效問卷回收率 41.09%。

分社名稱	寄出問卷份數	問卷回收份數	有效問卷份數	有效問卷回收率
台北社	24	24	22	91.67%
中正社	22	20	18	81.82%
城中社	33	21	18	54.55%
中央社	23	22	22	95.65%
基隆社	15	12	12	80.00%
大橋社	30	0	0	00.00%
聯合社	20	0	0	00.00%
蘭菁社	16	11	11	68.75%
桃園社	19	10	10	52.63%

埔里社	12	12	8	66.67%
長春社	15	0	0	00.00%
草屯社	40	10	5	12.50%
長興社	60	41	40	66.67%
長虹社	21	20	9	42.86%
台中社	15	15	15	100.00%
長青社	20	6	6	30.00%
長榮社	40	0	0	00.00%
長松社	55	0	0	00.00%
大墩社	15	8	8	53.33%
高雄社	25	17	17	68.00%
屏東社	25	14	11	44.00%
南山社	10	0	0	00.00%
椰城社	8	0	0	00.00%
港都社	16	11	10	62.50%
台南社	10	0	0	00.00%
總計	589	274	242	41.09%

表 3-1 各分社問卷回收表

3.2 調查過程

本研究的調查過程，藉由聯青社民國一百年七月九日在台中通豪飯店所舉辦之理監事暨事工督導社長聯席會，解釋本問卷調查之目的及該問卷問題之解答。於民國一百年七月二十日詢問張弘董事長問卷相關事宜以及詢問各分社社員數與例會時間。於民國一百年八月三日寄出問卷且在八月九日和各分社社長確認是否收到問卷及對該問卷有無建議或問題。於民國一百年九月十四日至九月二十日感謝已寄回問卷之社長，及提醒未寄回問卷之社長問卷寄回時間。在此段時間遇到下列情況：

1. 無開例會
2. 未於預定時間寄回問卷，回收效率較差。
3. 本預定於民國一百年九月三十日前收齊各分社之問卷，但由於部份分社無如期寄回，故延期至十一月四日截止。

寄出的問卷內容分為三大部分：

1. 國際聯青社社員對社團的滿意程度。
2. 社員對社團未來的期望調查。
3. 基本資料調查。

3.3 資料分析程序

本研究資料分析程序如圖。在問卷回收後，先將問卷作初步整理，再將其資料內容分別編碼，最後再作建檔的工作。先對問卷第三部份的「基本資料」做描述性統計分析，再對於問卷第一部份的「社員維持」及第二部份的「社員擴展」進行分析。

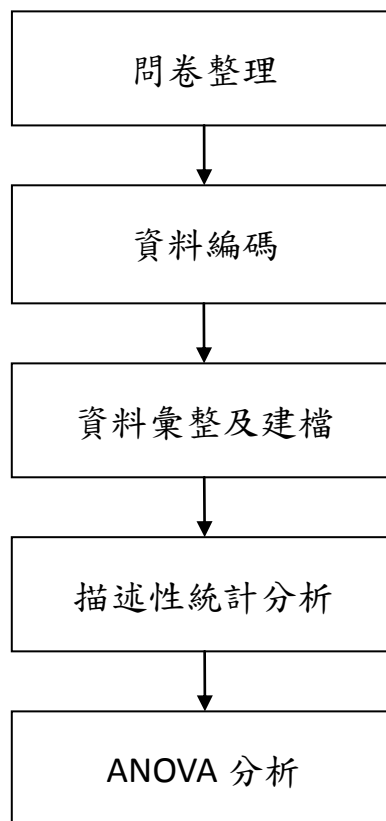


圖 3-1 研究流程圖

3.4 資料分析方法

本研究屬於量化研究，為求量化資料的統計分析處理能完整呈現數據結果，故採用 **STASTISTICA** 統計軟體作為問卷的統計分析工具，針對本研究問卷調查所蒐集的樣本資料進行資料分析。

3.4.1 描述性統計分析(Descriptive Statistics Analysis)

描述性統計是一套用以整理、描述、解釋資料的系統方法與統計技術。可運用次數分配來整理並描繪數值分佈情形，及透過描述統計的統計量運算，建立初步的統計指標，作為後續統計分析的基礎。

本研究針對問卷個人資料進行項目分析，包括主要研究變項項目的次數、百分比分配、平均數及標準差等相關資料，以瞭解樣本結構基本資料之分佈情形。

3.4.2 ANOVA 分析(Analysis Of Variation)

1. 基本概念

變異數分析 (Analysis Of Variation, ANOVA): 檢定三個或三個以上的母體平均數是否相等的方法，或檢定因子 (Factor) 對依變數是否有影響。變異數分析是一種統計分析的方法，是將一組資料的變異，依可能發生的變異來源，分割為數個部份，亦即每一部份均可歸因於某原因 (變異來源); 測度這些不同的變異來源，可瞭解各種變異是否有顯著

差異；若有差異，則表示某依變異來源對資料具有顯著的影響作用。

若有 K 個母體資料時，欲比較此 K 個母體的母體平均數 ($\mu_i, I=1, 2, \dots, K$) 是否相等 (I. E. $H_0: \mu_1 = \dots = \mu_k$)。

2. ANOVA 之前提假設

- (1). 常態性假設(Normality): 假設 K 個母體分布均為常態分布。
- (2). 同質性假設(Homogeneity): 假設 K 個常態母體分布之變異數均相等。
- (3). 獨立性假設(Independence): 假設 K 個常態母體分布互相均獨立。

這些假設理論上都可利用原始數據一一加以檢定。

如果三個母體的平均數相等，則預測的三個樣本平均數會非常接近。

事實上，此三樣本平均數愈靠近，愈能支持母體平均數為相等的結論。

換句話說，樣本平均數間的差異愈大，則愈能支持母體平均數為不相等的結論。所以，如果樣本平均數間的變異性「低」，則支持 H_0 ；如果樣本平均數間的變異性「高」，則支持 H_1 。

若虛無假設 $H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3$ 為真，可利用樣本平均數間的變異性建立 σ^2 的估計值。而且滿足變異數分析的前提假定的話，各樣本將來自平均數為 μ 且變異數為 σ^2 的同一常態分配。對抽自常態母體且樣本大小為 N 之簡單隨機樣本而言，其樣本平均數 \bar{x} 的抽樣分配為平均數為 μ 且變異數為

σ^2 的常態分配。

σ^2 的樣本間估計值係根據虛無假設為真的假設。在這種情況下，各樣本來自同一母體，而且僅有一個 \bar{x} 的抽樣分配。為說明 H_0 為偽的情況，假設母體平均都不相等。由於三組樣本抽自平均數不等的常態母體，將有不同的抽樣分配。一般而言，當母體平均數不等時，樣本間估計值將高估母體變異數 σ^2 。

各樣本內的變異性也會影響變異數分析的結論。當由各母體抽取一簡單隨機樣本時，各樣本變異數均為 σ^2 的一不偏估計值，所以可以將個別的 σ^2 估計值合併為一個總估計值，此估計值稱為 σ^2 的合併估計值或樣本內 (Within-Samples) 估計值。因為各樣本變異數係以該樣本內的變異為準，所以 σ^2 的樣本內估計值將不受母體平均數是否相等所影響。當樣本大小相等時， σ^2 的樣本內估計值即為個別樣本變異數的平均。

無論如何，若虛無假設為真，則樣本間估計值為 σ^2 的良好估計值；而若虛無假設為偽時，樣本間估計值將高估 σ^2 。在任一情況下，樣本內估計值均為 σ^2 的良好估計值。因此，如果虛無假設為真，這兩個估計值應非常類似，且其比率將接近 1。如果虛無假設為偽，則樣本間估計值將大於樣本內估計值，其比率將會很大。

總之，ANOVA 的論理是以建立共同母體變異數 σ^2 的二獨立估計值為依據。其中一個估計值是以樣本平均數間的變異為準，而另一個

估計值則以各樣本內的資料變異為準。藉著此二 σ^2 估計值的比較，我們將能判定樣本平均數是否相等。由於其方法利用到變異數的比較，所以稱為變異數分析。

3.5 問卷分析

問卷分成三大部分去進行分析，第一部分是針對國際聯青社社員的滿意程度做調查，第二部分為社員們對社團未來的期望調查，第三部分則是為個人基本資料分析。

3.5.1 第一部份 國際聯青社社員對社團的滿意程度

本段探討社員對於國際聯青社的滿意程度做調查，採用 Excel 軟體統計出五等量表。

單位%

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 我參加本社各種領導才能訓練對我有所幫助。	1.21	56.28	35.22	7.29	0.00
2. 我認為參加本社聚會的演講，能讓我獲取新知。	34.94	53.82	10.84	0.40	0.00
3. 我有足夠的自信及能力，可以勝任目前在本社的工作。	25.00	56.45	17.34	1.21	0.00
4. 我會參加社團所舉辦的社區關懷活動。	37.10	55.65	6.85	0.40	0.00

5. 我認為社團舉辦的英語、母語、繪畫、書法等比賽活動，可以提升社會文化水準。	36.84	52.63	8.91	1.62	0.00
6. 我認為社團所舉辦生態環境之保護及關懷等活動對社會環保有幫助，如：舉辦講座、淨山淨灘等活動對社會環保有幫助。	46.37	46.77	6.45	0.40	0.00
7. 我認為和不同國家、區域的聯青社結締成兄弟社，彼此互相交流可以促進友誼。	46.37	46.37	4.03	0.81	0.00
8. 我認為在世界各地輪流舉行國際青年營，可以訓練青少年成為具國際觀之明日領袖。	48.79	45.16	5.24	0.81	0.00
9. 社員間彼此關係愉快，相處很融洽。	44.35	52.82	1.61	0.81	0.40
10. 我們的組織很團結，如遇到困難成員會主動幫忙並且有效率的完成目標。	41.06	50.81	7.32	0.81	0.00

11. 我對組織整體工作表現相當滿意。	30.65	53.63	15.32	0.40	0.00
12. 加入本社團讓我有發揮能力的機會，參與工作也讓我的內心感到光榮與滿足。	32.11	56.91	10.98	0.00	0.00
13. 本社內社員間的氣氛良好，使我有歸屬感。	36.29	53.63	9.68	0.40	0.00
14. 我認同聯青社的理念，並且未來會繼續參加本社團。	35.22	57.89	6.48	0.40	0.00
15. 我會因為會費過高，導致我不願意繼續參加本社團。	5.28	14.63	23.98	41.46	14.63

表 3-2 社員滿意程度五等量表

由上表得知社員大多對聯青社感到滿意，原因有三：1. 社員都對目前的社團感到滿意。2. 有可能是感到不滿意的社員沒有留下來，填問卷的都是感到滿意的社員。3. 由於是社員填寫，可能比較不好意思寫不滿意。

3.5.2 第二部份 社員們對社團未來的期望調查

本段為分析社員對於聯青社擴展的看法及建議，採用 Excel 軟體匯出直條圖。

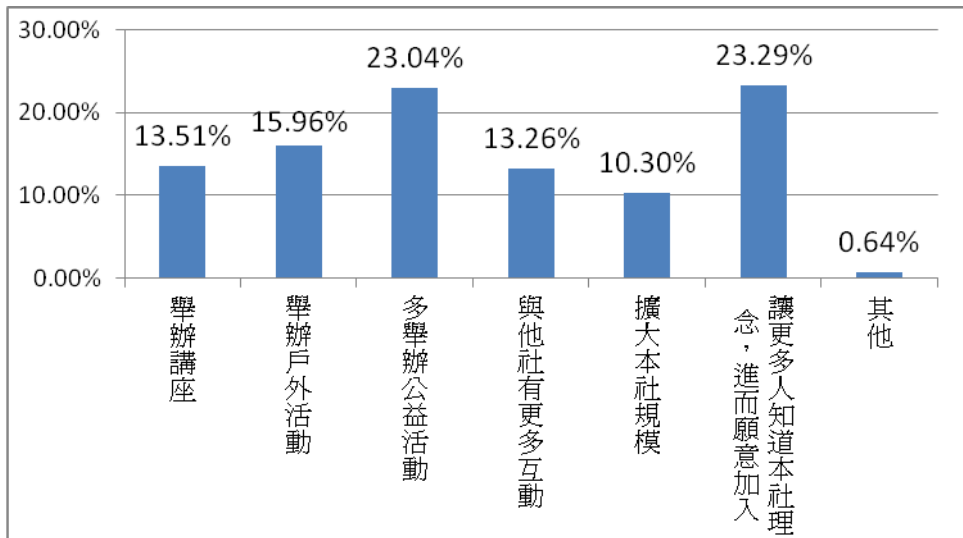


圖 3-2 社員對聯青社未來期待直條圖

由上圖可知社員對聯青社未來有什麼期待佔最大比例為「讓更多人知道本社理念，進而願意加入」23.29%，其次為「多舉辦公益活動」23.04%，再者為「舉辦戶外活動」15.96%。

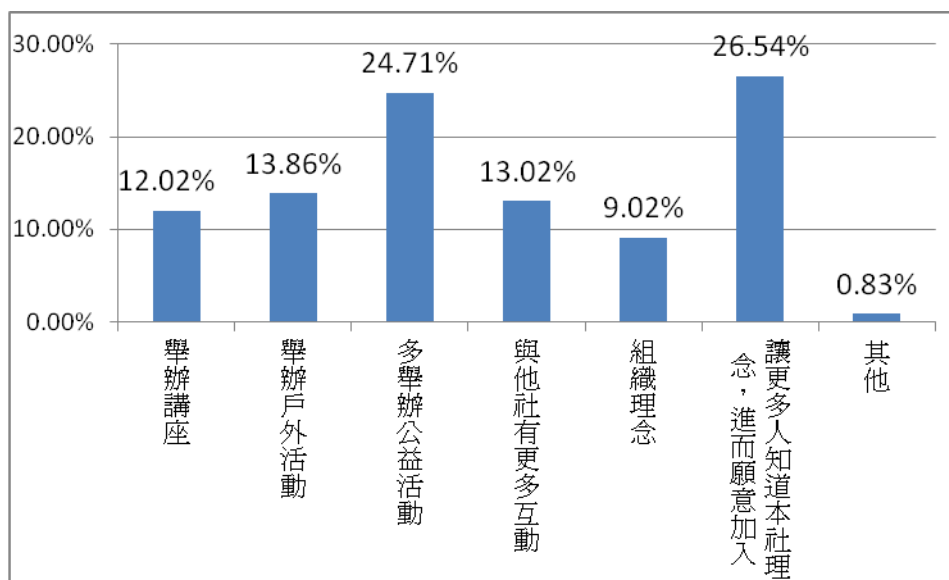


圖 3-3 聯青社可向他社學習改進的地方直條圖

由上圖可知社員對聯青社未來有什麼期待佔最大比例為「讓更多人知道本社理念，進而願意加入」26.54%，其次為「多舉辦公益活動」24.71%，再者為「舉辦戶外活動」13.86%。

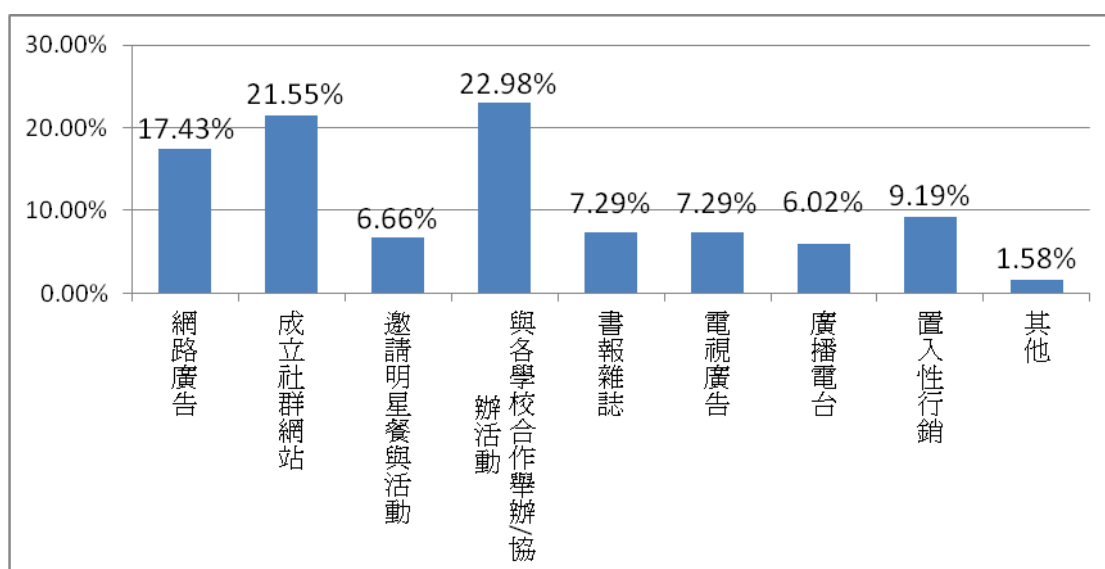


圖 3-4 推廣社團方法的直條圖

由上圖可知社員對聯青社未來有什麼期待佔最大比例為「與各學校

合作舉辦/協辦活動」22.98%，其次為「成立社群網站」21.55%，再者為「網路廣告」17.43%。

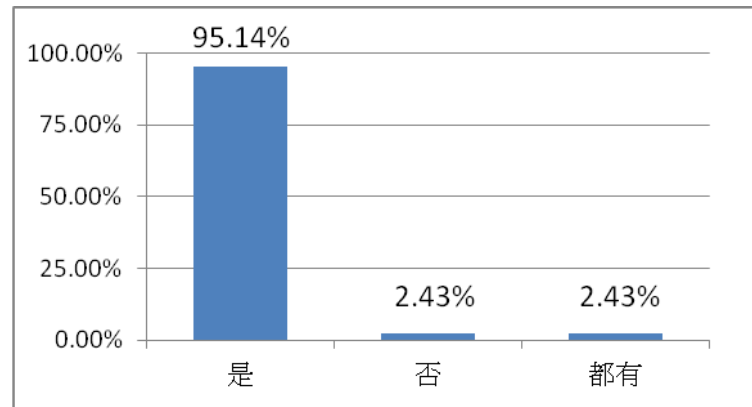


圖 3-5 介紹朋友加入意願的直條圖

由上圖可知 95%以上的社員願意介紹朋友加入。

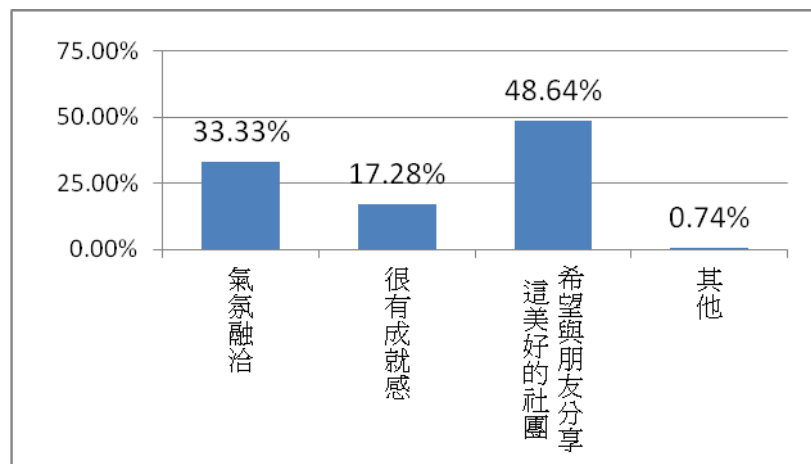


圖 3-6 社員會介紹朋友加入原因的直條圖

社員會介紹朋友加入聯青社的原因佔最大比例為「希望與朋友分享這美好的社團」48.64%，其次為「氣氛融洽」33.33%，再者為「很有成就感」17.28%。

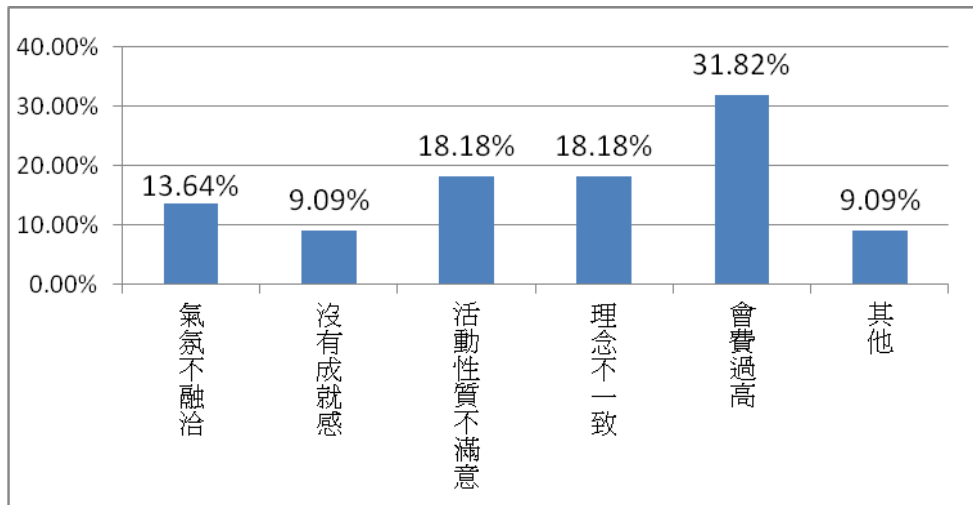


圖 3-7 社員不會介紹朋友加入原因的直條圖

社員不會介紹朋友加入聯青社的原因佔最大比例為「會費過高」

31.82%，其次為「活動性質不滿意」及「理念不一致」18.18%。

由上列圖表可得知社員對社團未來的期待及可以學習或改進的地方為：1. 讓更多人知道本社理念，進而願意加入。2. 多舉辦公益活動。3. 舉辦戶外活動。且社員大多認為可以藉由 1. 與各學校合作舉辦/協辦活動。2. 成立社群網站。3. 網路廣告，讓更多人知道國際聯青社。而 95% 以上的社員願意介紹朋友加入。

3.5.3 第三部份 個人基本資料分析

本段為個人基本資料分析，採用 Excel 軟體匯出直條圖。

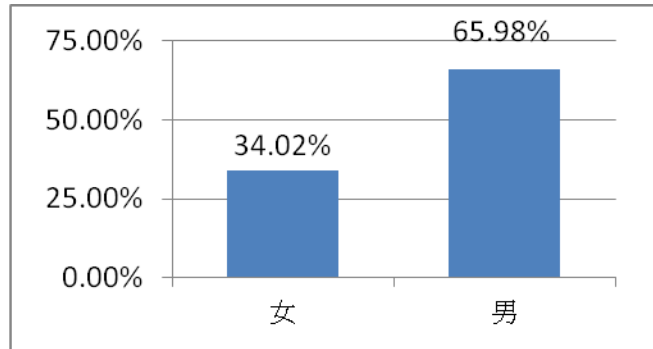


圖 3-8 性別直條圖

「男性社員」65.98%比「女性社員」34.02%，多了將近一半。

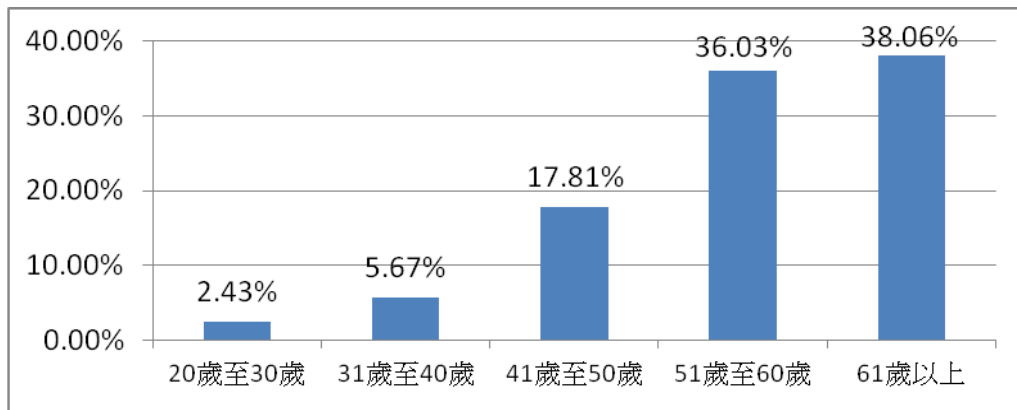


圖 3-9 年齡直條圖

社員年齡以「61歲以上」38.06%最多，其次為「51歲~60歲」36.06%，再者為「41歲~50歲」17.81%，社員年齡層偏高。

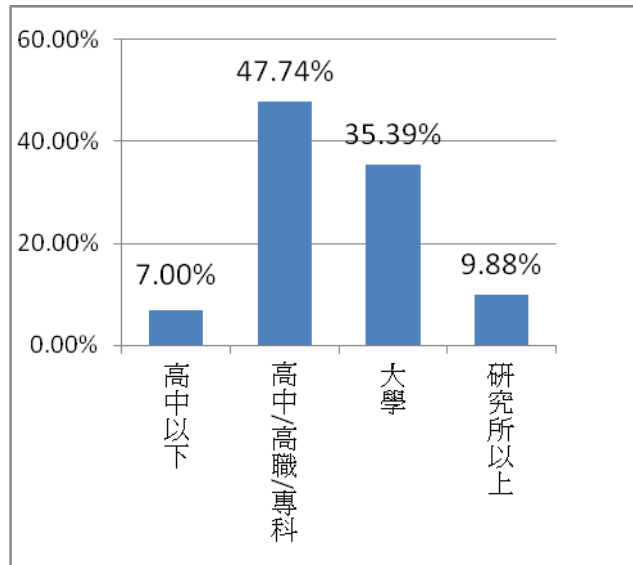


圖 3-10 學歷直條圖

社員學歷佔最大比例為「高中/高職/專科」47.74%，其次為「大學」35.39%。

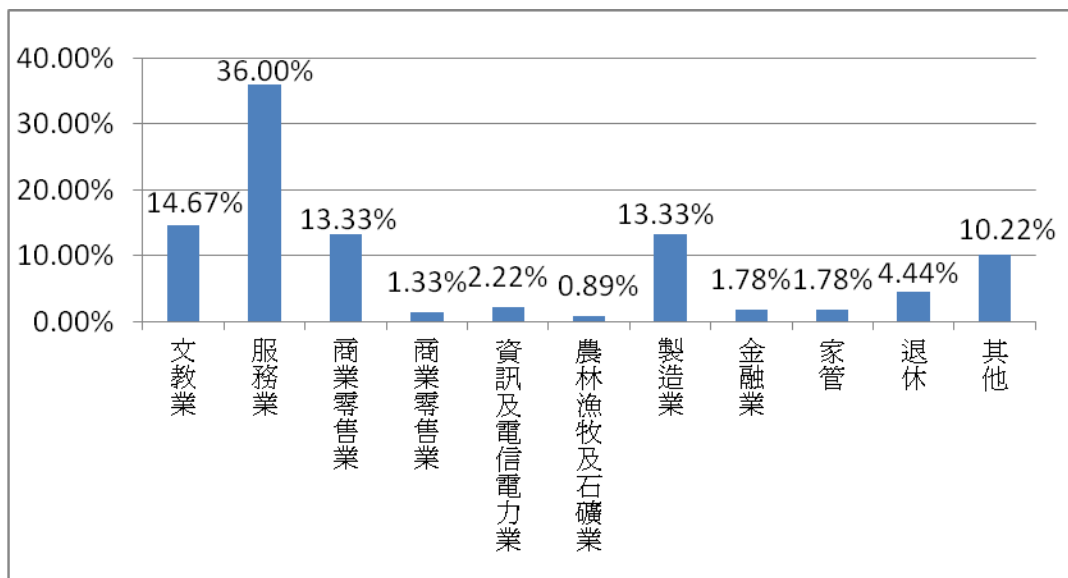


圖 3-11 職業直條圖

由上表可得知國際聯青社社員的職業類別佔最大比例的是「服務業」36.00%，其次為「文教業」14.67%，「製造業」13.33%。

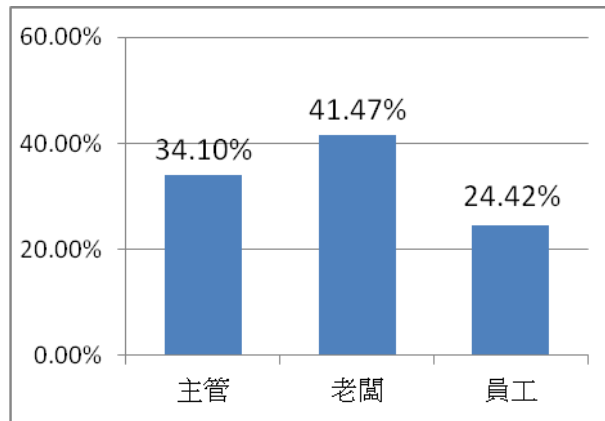


圖 3-12 職位直條圖

由上表可得知國際聯青社社員的職位類別佔最大比例的是「老闆」41.47%，其次為「主管」34.10%，「員工」24.42%。

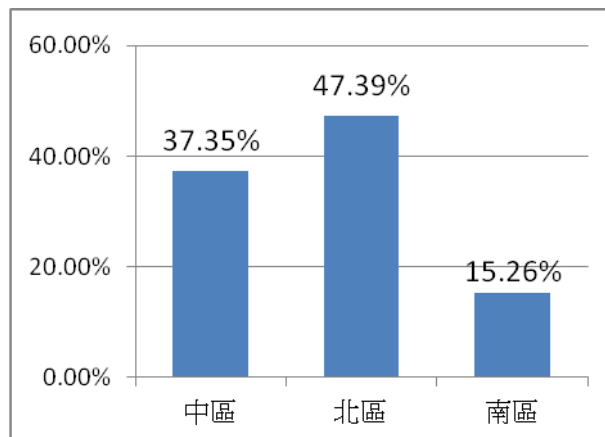


圖 3-13 居住地直條圖

由上表可得知國際聯青社社員的居住地別佔最大比例的是「北區」47.39%，其次為「中區」37.35%，「南區」15.26%。

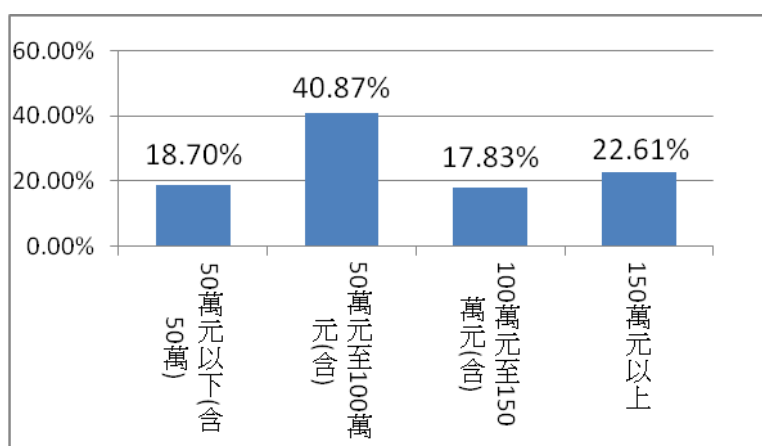


圖 3-14 平均年收入直條圖

由上表可得知國際聯青社社員的平均年收入佔最大比例的是「50 萬元至 100 萬元(含)」40.87%，其次為「150 萬元以上」22.61%，「50 萬元以下(含 50 萬)」18.70%。

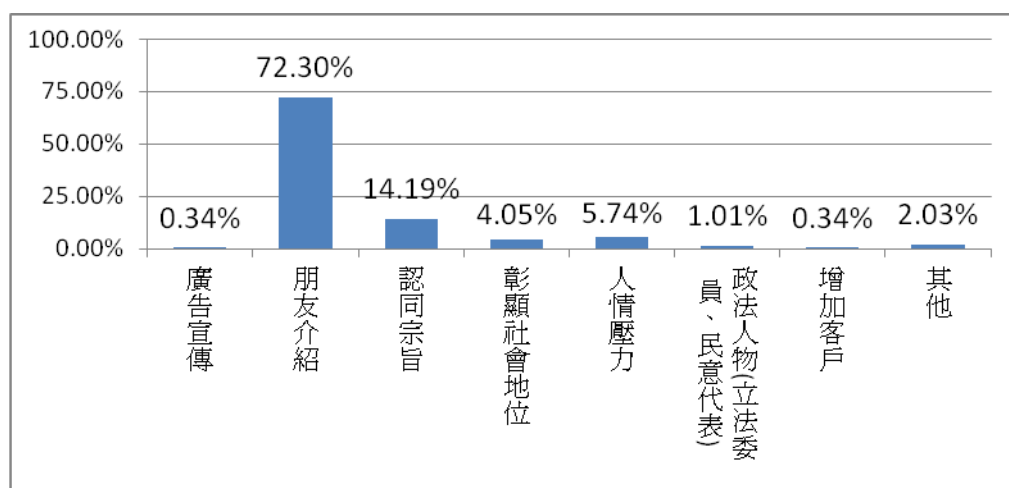


圖 3-15 社員如何加入社團之直條圖

由上表可得知國際年輕社的社員是經由什麼管道加入社團，其中佔最大比例的是經由「朋友介紹」有 72.30%，其次為「認同宗旨」佔 14.19%。

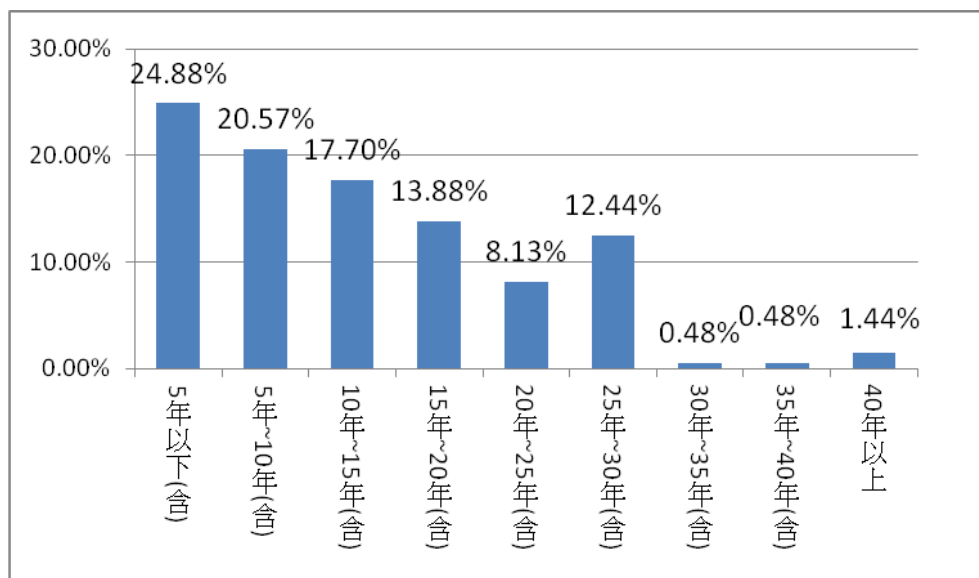


圖 3-16 社員加入社團時間之直條圖

由上表可得知國際年輕社的社員加入社團的時間，其中佔最大比例的是「5 年以下(含)」24.88%，其次為「5 年~10 年(含)」20.57%，「10 年至 15 年(含)」17.70%。

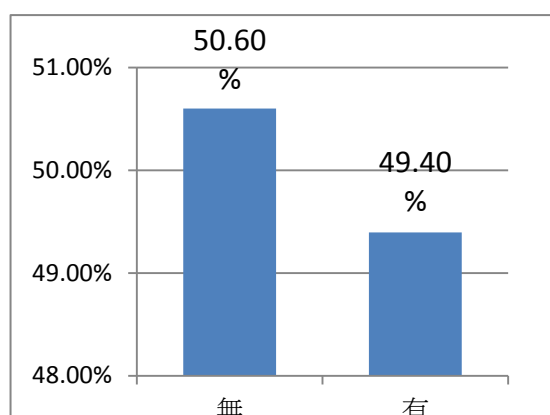


圖 3-17 有無加入其他社團之直條圖

由上表可得知加入聯青社的社員有無有加入其他社團，有和無的比例差別不大，「無」加入其他社團的比例為 50.60%，「有」加入其他社團的比例為 49.40%。

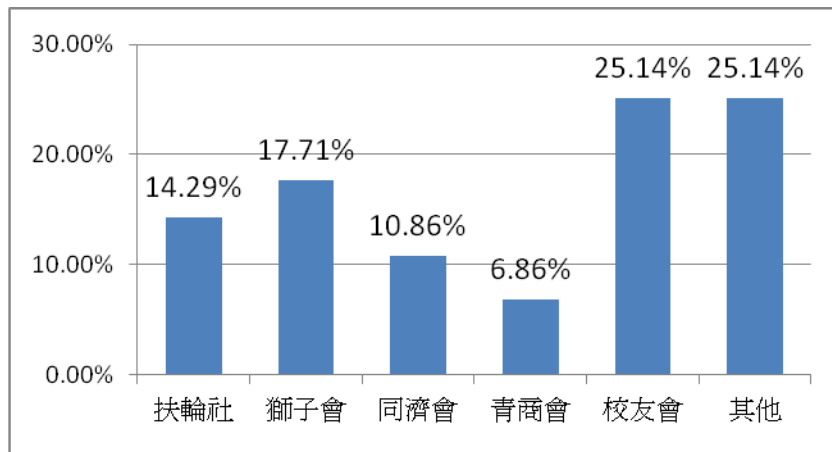


圖 3-18 加入哪些其他社團之直條圖

加入哪寫其他社團中佔最大比例為「校友會」25.14%，「其他」25.14%，其次為「獅子會」17.71%。

由上列圖表可得知社員男性多於女性，年齡以 51 歲以上最多，服務業的人佔最大比例，社員加入的原因多為朋友介紹，有將近半數的社員有另外加入其他社團，以校友會最多。

3.5.4 單因子變異數檢定

本段探討北、中、南部社員對於社團滿意程度誘因是否有顯著性差異，針對問卷的「居住地」變項，採用單因子變異數檢定分析居住地對誘因的顯著性。

ANOVA					
	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	.988	2	.494	1.206	.301
組內	99.943	244	.410		
總和	100.931	246			

表 3-3 依居住地為變數對社團領導才能訓練滿意度之 T 檢定 ANOVA 表

H₀：北、中、南部社員對社團領導才能訓練的滿意度相同

H₁：北、中、南部社員對社團領導才能訓練的滿意度不相同

社員對於參加社團內各種領導才能訓練是否有所幫助，因 P 值 = 0.301 > 顯著水準 = 0.05，故接受虛無假設 H₀，因此北、中、南部社員的滿意程度無顯著差異。

ANOVA					
	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	1.653	2	.826	1.977	.141
組內	102.837	246	.418		
總和	104.490	248			

表 3-4 依居住地為變數對社團聚會的演講滿意度之 T 檢定 ANOVA 表

H₀：北、中、南部社員對社團聚會的演講，能獲取新知的滿意度相同

H₁：北、中、南部社員對社團聚會的演講，能獲取新知的滿意度不相同。

社員認為參加本社聚會的演講，能獲取新知，因 P 值=0.141>顯著水準=0.05，故接受虛無假設 H₀，因此北、中、南部社員的滿意程度無顯著差異。

ANOVA					
	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	1.588	2	.794	1.696	.186
組內	114.730	245	.468		
總和	116.319	247			

表 3-5 依居住地為變數對勝任社團工作滿意度之 T 檢定 ANOVA 表

H₀：北、中、南部社員認為自己有足夠自信及能力，可以勝任目前在社團的工作的滿意度相同。

H₁：北、中、南部社員認為自己有足夠自信及能，可以勝任目前在社團的工作的滿意度不相同。

社員有足夠的自信及能力，可以勝任目前在本社的工作，因 P 值 = 0.186 > 顯著水準 = 0.05，故接受虛無假設 H₀，因此北、中、南部社員的滿意程度無顯著差異。

ANOVA					
	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	.169	2	.085	.227	.797
組內	91.343	245	.373		
總和	91.512	247			

表 3-6 依居住地為變數對社員參加關懷活動滿意度之 T 檢定 ANOVA 表

H₀：北、中、南部社員會參加社團所舉辦的社區關懷活動的滿意度相同

H₁：北、中、南部社員會參加社團所舉辦的社區關懷活動的滿意度不相同。

社員會參加社團所舉辦的社區關懷活動，因 P 值 = 0.797 > 顯著水準 = 0.05，故接受虛無假設 H₀，因此北、中、南部社員的滿意程度無顯著差異。

ANOVA					
	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	.959	2	.480	1.036	.356
組內	112.976	244	.463		
總和	113.935	246			

表 3-7 依居住地為變數對社團舉辦的比賽活動滿意度之 T 檢定 ANOVA 表

H₀：北、中、南部社員認為社團舉辦的英語、母語、繪畫、書法等比賽活動，可以提升社會文化水準的滿意度相同

H₁：北、中、南部社員認為社團舉辦的英語、母語、繪畫、書法等比賽活動，可以提升社會文化水準的滿意度不相同。

社員認為社團舉辦的英語、母語、繪畫、書法等比賽活動，可以提升社會文化水準，因 P 值=0.356>顯著水準=0.05，故接受虛無假設 H₀，因此北、中、南部社員的滿意程度無顯著差異。

ANOVA					
	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	1.131	2	.565	1.444	.238
組內	95.930	245	.392		
總和	97.060	247			

表 3-8 依居住地為變數對社團所舉辦生態環境活動滿意度之 T 檢定

ANOVA 表

H_0 ：北、中、南部社員認為社團所舉辦生態環境之保護及關懷，如：舉辦講座、淨山淨灘等活動對社會環保有幫助的滿意度相同

H_1 ：北、中、南部社員認為社團所舉辦生態環境之保護及關懷，如：舉辦講座、淨山淨灘等活動對社會環保有幫助的滿意度不相同。

社員認為社團所舉辦生態環境之保護及關懷，如：舉辦講座、淨山淨灘等活動對社會環保有幫助，因 P 值 = 0.238 > 顯著水準 = 0.05，故接受虛無假設 H_0 ，因此北、中、南部社員的滿意程度無顯著差異。

ANOVA					
	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	4.763	2	2.382	6.699	.001
組內	87.104	245	.356		
總和	91.867	247			

表 3-9 依居住地為變數對各國分社互相交流滿意度之 T 檢定 ANOVA 表

H_0 ：北、中、南部社員認為和不同國家、區域的聯青社結締成兄弟社，彼此互相交流可以促進友誼的滿意度相同

H_1 ：北、中、南部社員認為和不同國家、區域的聯青社結締成兄弟社，彼此互相交流可以促進友誼的滿意度不相同。

社員認為和不同國家、區域的聯青社結締成兄弟社，彼此互相交流可以促進友誼，因 P 值=0.001<顯著水準=0.05，故拒絕虛無假設 H_0 ，因此北、中、南部社員的滿意程度有顯著差異。

ANOVA					
	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	2.735	2	1.367	3.503	.032
組內	95.652	245	.390		
總和	98.387	247			

表 3-10 依居住地為變數對舉行國際青年營滿意度之 T 檢定 ANOVA 表

H_0 ：北、中、南部社員認為在世界各地輪流舉行國際青年營，可以訓練青少年成為具國際觀之明日領袖的滿意度相同

H_1 ：北、中、南部社員認為在世界各地輪流舉行國際青年營，可以訓練青少年成為具國際觀之明日領袖的滿意度不相同。

社員認為在世界各地輪流舉行國際青年營，可以訓練青少年成為具國際觀之明日領袖，因 P 值=0.032<顯著水準=0.05，故拒絕虛無假設 H_0 ，因此北、中、南部社員的滿意程度有顯著差異。

ANOVA					
	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	2.394	2	1.197	3.292	.039
組內	89.086	245	.364		
總和	91.480	247			

表 3-11 依居住地為變數對社員間彼此關係融洽滿意度之 T 檢定 ANOVA 表

H₀：北、中、南部社員認為社員間彼此關係愉快，相處很融洽的滿意度相同

H₁：北、中、南部社員認為社員間彼此關係愉快，相處很融洽的滿意度不相同。

社員間彼此關係愉快，相處很融洽，因 P 值=0.039<顯著水準=0.05，故拒絕虛無假設 H₀，因此北、中、南部社員的滿意程度有顯著差異。

ANOVA					
	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	3.097	2	1.549	3.819	.023
組內	98.533	243	.405		
總和	101.630	245			

表 3-12 依居住地為變數對認為組織團結滿意度之 T 檢定 ANOVA 表

H₀：北、中、南部社員認為我們的組織很團結，如遇到困難成員會主動幫忙並且能有效率的完成目標的滿意度相同

H₁：北、中、南部社員認為我們的組織很團結，如遇到困難成員會主動幫忙並且能有效率的完成目標的滿意度不相同。

我們的組織很團結，如遇到困難成員會主動幫忙並且能有效率的完成目標，因 P 值=0.023<顯著水準=0.05，故拒絕虛無假設 H₀，因此北、中、南部社員的滿意程度無顯著差異。

ANOVA					
	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	.975	2	.487	1.068	.345
組內	111.799	245	.456		
總和	112.774	247			

表 3-13 依居住地為變數對組織整體工作表現滿意度之 T 檢定 ANOVA 表

H₀：北、中、南部社員認為自己對組織整體工作表現相當滿意的滿意度相同

H₁：北、中、南部社員認為自己對組織整體工作表現相當滿意的滿意度不相同。

社員對組織整體工作表現相當滿意，因 P 值=0.345>顯著水準=0.05，故接受虛無假設 H₀，因此北、中、南部社員的滿意程度無顯著差異。

ANOVA					
	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	.975	2	.488	1.260	.285
組內	94.033	243	.387		
總和	95.008	245			

表 3-14 依居住地為變數對加入本社發揮能力的機會感到滿足滿意度之

T 檢定 ANOVA 表

H₀：北、中、南部社員認為加入本社團讓自己有發揮能力的機會，參與工作也讓我的內心感到光榮與滿足的滿意度相同

H₁：北、中、南部社員認為加入本社團讓自己有發揮能力的機會，參與工作也讓我的內心感到光榮與滿足的滿意度不相同。

社員認為加入本社團讓自己有發揮能力的機會，參與工作也讓我的內心感到光榮與滿足，因 P 值=0.285>顯著水準=0.05，故接受虛無假設 H₀，因此北、中、南部社員的滿意程度無顯著差異。

ANOVA					
	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	.994	2	.497	1.212	.299
組內	100.490	245	.410		
總和	101.484	247			

表 3-15 依居住地為變數對社內良好氣氛使有歸屬感滿意度之

T 檢定 ANOVA 表

H₀：北、中、南部社員認為本社內社員間的氣氛良好，使自己有歸屬感的滿意度相同

H₁：北、中、南部社員認為本社內社員間的氣氛良好，使自己有歸屬感的滿意度不相同。

社員認為本社內社員間的氣氛良好，使自己有歸屬感，因 P 值=0.299>

顯著水準=0.05，故接受虛無假設 H_0 ，因此北、中、南的滿意程度無顯著差異。

ANOVA					
	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	.892	2	.446	1.254	.287
組內	86.833	244	.356		
總和	87.725	246			

表 3-16 依居住地為變數對聯青社的理念滿意度之 T 檢定 ANOVA 表

H_0 ：北、中、南部社員認同聯青社的理念，並且未來會繼續參加本社團的滿意度相同

H_1 ：北、中、南部社員認同聯青社的理念，並且未來會繼續參加本社團的滿意度不相同。

社員認同聯青社的理念，並且未來會繼續參加本社團，因 P 值=0.287> 顯著水準=0.05，故接受虛無假設 H_0 ，因此北、中、南部社員的滿意程度無顯著差異。

ANOVA					
	平方和	自由度	平均平方和	F	顯著性
組間	14.187	2	7.094	6.412	.002
組內	268.821	243	1.106		
總和	283.008	245			

表 3-17 依居住地為變數對因會費過高而不願繼續參加本社團的相同

程度之 T 檢定 ANOVA 表

H_0 ：北、中、南部社員認為會因為會費過高，導致我不願意繼續參加本社團的滿意度相同

H_1 ：北、中、南部社員認為會因為會費過高，導致我不願意繼續參加本社團的滿意度不相同。

社員會因為會費過高，導致我不願意繼續參加本社團，因 P 值 = 0.002 < 顯著水準 = 0.05，故拒絕虛無假設 H_0 ，因此北、中、南部社員的滿意程度有顯著差異。

由上列 ANOVA 圖表分析得知大多為無顯著差異，表示北、中、南部社員對於社團的滿意程度相等，但有四項北、中、南部的社員滿意程度有差異，分別為：1. 和不同國家、區域的聯青社結締成兄弟社，彼此互相交流，可以促進友誼。2. 在世界各地輪流舉行國際青年營，可以訓練青

少年成為具國際觀之明日領袖。3. 認為彼此間關係愉快，相處很融洽。

4. 認為會因為會費過高導致不願意繼續參加本社團。

第四章 問題與建議

問題1. 社員年齡偏大，年輕人較少。

非營利組織之社員年齡均為偏高的原因有三點，第一，多數成員屬退休人士，在已經無衣食住行之憂慮下，這些成員經常一方面希望可以找些事情做，一方面也希望可以幫助鄉鄰，雖然在這組織並無收入，但對於這些退休人士，找到一個社會定位更是他們最大的需求；其次，呈上述，退休人士因為有退休金，因此衣食無缺，反之亦然，年輕人對於自身的生活起居都還在起步的階段，在資源缺乏的時期，時間便是年輕人最大的資產，以經濟學的角度來看，時間資源應轉換為金錢資源再以金錢資源轉換到衣食住行的各種需求，從而滿足自身的生理及心理需求，因此，年輕人幾乎不會選擇非營利組織作為自身在社會立處的定位；最後，由於，年輕人最希望可以在社會上找到自己生存的價值，當遇上比自己更有成就的人，常使自己感到壓力，更甚因此自卑，當然，人類對自我保護的作法在心理學並不是稀有的，年親人更希望自己處於一個自身可以發揮而且，也能得到相對報酬的地方。

非營利組織社員所需付出最大的資源即是時間，在比對了退休人士及年輕人後，時間資源上的差距成弧度，而這弧度的高度便是雙方加入非營利組織意願的差異度，非營利事業如要降低社員年齡的問題，那就

該從年輕人加入社員後的福利著手。

增加組織在社會的地位，可同時使組織中的成員在社會上有更高的聲望。

1. 增加對社員的福利，如組織的教育訓練、社長管理能力及電腦資訊能力。
2. 增加組織在年輕社群區域曝光的機會，並多舉辦年輕人比較會參加的活動，主辦者應為年輕社員。
3. 降低入會的門檻，將降低的金錢資源轉化為口碑資源來填補缺口。
4. 多與營利事業做聯盟，方便社員日後可以加入這些事業，變相幫助組織。

問題2. 北部問卷回收率最高，回收問卷時最有效率，可依北部為榜樣給各分社學習。

北、中、南社員數以中部最多，但此次問卷調查以北部之回收效率為最佳，表北部社員向心力較強。

社長的管理與領導影響著該社之向心力，可以舉辦社長交流，各分社長可互相分享領導或遇到的困難等等。

	北部	中部	南部
寄出份數	202 份	293 份	94 份
回收份數	120 份	112 份	42 份
回收率	59.41%	38.23%	44.68%

表 4-1 北、中、南部問卷回收率

問題3. 多運用網路行銷，如社群網站及部落格的經營。

網路行銷的意義：

亦稱「線上行銷」或者「電子行銷」，指的是一種利用網際網路的行銷型態。網際網路為行銷帶來了許多獨特的便利，如低成本傳播資訊與媒體到聽眾/觀眾手中。網際網路媒體在術語上立即回響與引起迴響雙方面的互動性本質，皆為網路行銷有別於其他種行銷方式的獨一無二特性。網路行銷本身和網際網路的創意與技術層面息息相關，這包括設計、開發、廣告、與銷售。網路行銷方法包括了：搜尋引擎行銷、顯示廣告行銷、電子郵件行銷、社員行銷、互動式行銷、部落格行銷、與病毒式行銷。

1. 主要網站：

需先將專屬網站系統化設計，以及有清楚明瞭的界面，並且定期更新訊息或發佈重要訊息。

2. 次要網站(主要網站能連結到各次要網站)：

架設社群網站的粉絲專頁，並定期發佈、更新訊息，透過專頁增加粉絲數，增加知名度，或架設各分社部落格，分享例會或活動等。

3. 利用舉辦的活動

可將活動做成影音檔放在 YouTube 傳播，或將活動做成廣告放在奇摩首頁或某特定網頁上。

4. 可利用買關鍵字廣告、搜尋引擎註冊、SEO 關鍵字排名等方法讓使用者更容易搜尋到或發現本網站或舉辦中的活動。

新興的網路行銷可以減少行銷費用，同時具有網際網路的跨時空性、及時性等等特點，增加行銷的便利性，為非營利組織提供另一條行銷發展的管道，且運用網路行銷之前建議將各分社資料資訊化並將各分社資訊整合，可由社團內部培訓或請外部專業人士管理。

網路行銷之效益：

(1) 利用網站架設行銷本社團並傳達給社會大眾本社舉辦活動的訊息：

架設官方網站、部落格或 Facebook 社群網站將台灣聯青社的所有分社資訊整合並傳達給社會大眾，傳達活動訊息、行銷社團、推廣本社宗旨。

(2) 縮短作業流程，節省人力、行銷成本及作業成本

(3) 拓展募款道路不受時空限制：網路的觸角到哪，募款的範圍就到哪，

只要連線到募款系統的位置，隨時提供民眾各類詳細資訊與募款管道。

(4) 提高捐款意願：透過網路募款大大增加捐款的便利性，對於募款成效有大幅的助益。

問題4. 結合主旨多舉辦公益活動，傳達理念。

從圖表可得知社員希望可舉辦多一點的公益活動，所以我們針對以下四種對象來傳達社團理念。

1. 學校

(1)大學部分：可向大學招募志工、舉辦獎學金、成立社團、製作 DM 海報成立社團。

例如 1：可成立名為 YMCA 社團，社團活動可以與國際聯青社結合〈掃街活動、淨山、淨灘活動〉YMCA 社團也可以與學校的學生會交善，當學校舉辦活動時的贊助。

例如 2：製作 YMCA 社團以及國際聯青社的 DM 及海報，介紹國際聯青社的宗旨以及 YMCA 社團，可以放在活動中心等學生常活動處，讓學生自取。

(2)高中可以提供獎學金。

(3)國中小學部分：可向國中或小學義賣手工藝品、郵票、文具用品、舉辦跳蚤市場活動。

例如：舉辦跳蚤市場可以邀請家長一同共襄盛舉，使更多人知道國際聯青社，提高知名度。

2. 社員的親戚朋友：從問卷基本分析得知有 95.14%的社員們願意介紹朋友加入聯青社，所以如果能透過舉辦適當的活動能讓社員的親友們共

同參與，這樣對於推廣社團是一個不錯的方向。

3. 基督教徒：由於社團中有些社員會參與基督團契的活動，所以可以與基督教會聯合舉辦活動，使更多人了解國際聯青社。
4. 北部各分社、南部各分社、中部各分社活動統一（例會、公益、口號），為了讓大眾一看到這個活動就想到聯青社。

例如：聯青社舉辦的微笑好禮運動是一個很有意義的活動，為了讓更多人知道，可以在各個分社共同推廣。也就是由總會開一全國性的會議，北、中、南部各選出各負責人，一同策畫微笑好禮活動內容，北部再分成東、西、南、北、中區，選出各區負責人後再由負責人去帶領小組去執行，執行完成後再開一次檢討會議，並讓其他地區知道將會遇到的問題，並制定解決方法，使活動更圓滿、一次做的比一次好！

如圖：

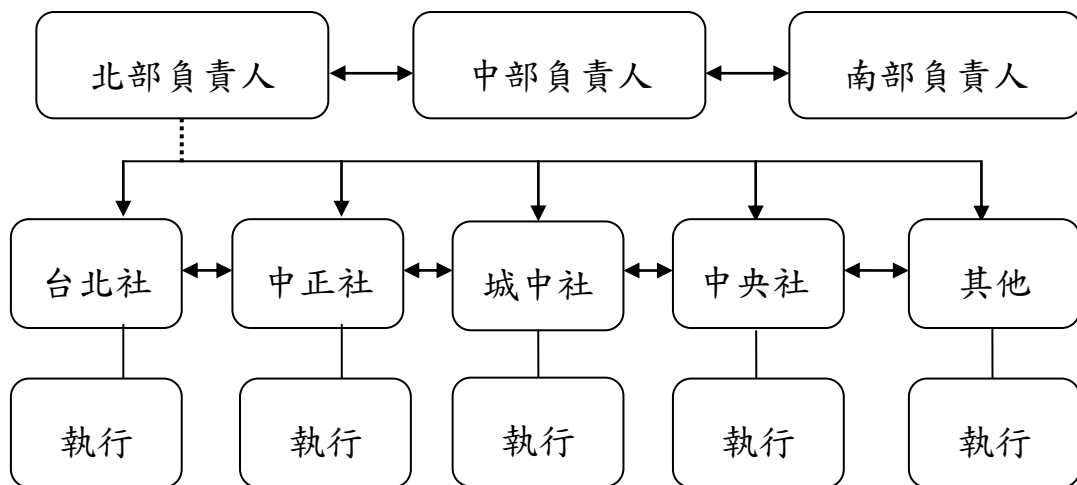


圖 4-1 活動演示圖

問題5. 資金的募集是否可多向非社員募款、會費去向是否可以透明化。

非營利組織是不以營利為目的組織，內部資金的募集可經由社員繳交的會費還可向社會大眾募款取得，所以財務的來源很重要，財務管理的部分更應該加以注重。社內財務資訊化、透明化，透明化可以強化國際聯青社內部財務的管理讓社員知道它所繳交的社費如何被運用更可以讓社會大眾知道社團做了哪些公益取得對聯青社的信心及認同；資訊化可以統一記帳格式、方便整合、保存資料方便。

募款方式：

- (1) 設置募款箱：首先社團內部要先提出可行之方案且其符合聯青社宗旨，社內需先選擇捐款之對象，請商家協助放置募款箱讓有愛心的人捐金額或發票，例如在學校附近請商家協助放置募款箱，提供營養午餐、文具用品或作為獎學金的經費幫助家境困難的同學。
- (2) 活動募款：舉辦吸引大眾注意且可以共同參與的活動。例如：學校的園遊會、跳蚤市場、義賣會、演唱會、能達到組織主旨的活動，但此類募款成本高，捐款穩定度低且活動內容須不斷創新。
- (3) 網路募款：是可節省成本的一種募款方式，但在目前詐騙電話及網路個人資料可能會外洩的情況下，如採取此募款方式，須更加注意資料安全性的問題。

例如 1：出現需急難救助之情況，如 921 大地震、88 水災、日本 311

地震...等，可使用網路募款此方案，不僅具有及時性且可讓全球民眾都能共同盡自己的一點心力。

例如 2：網路小遊戲結合募款：聯青社可以設置一個益智小遊戲，依年齡層選擇適當的難易程度分為困難普通及簡單的英文單字小遊戲、成語小遊戲...等，如遊戲過關則本社就捐助物資或金錢給予社內捐款之對象，推廣方式可經由本社 FB 或者是奇摩的關鍵字的方式，不僅可以推廣社團也可以向大眾募集捐款。

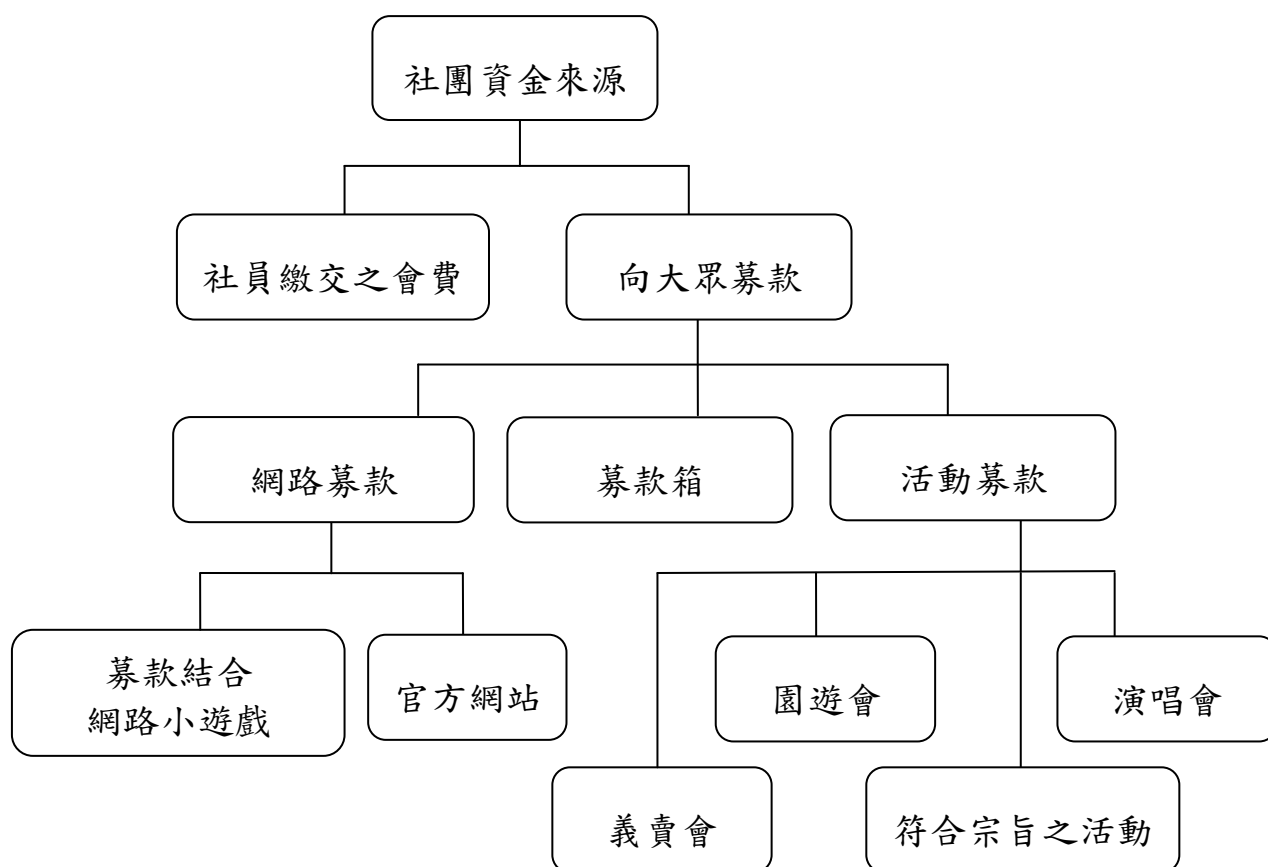


圖 4-2 資金募集方法

問題6. 社團比較。

	聯青社	扶輪社	獅子會
入社條件	認同社團宗旨。	以職業分類為主。	必須收到邀請才能加入社員。
性質	國際性服務團體，以文化教育活動居多。	國際性服務團體，以社會服務活動居多。	國際性服務團體，提供獎助學金、急難救助相關服務。
代表性活動	ASF 獎學金—協助有志服務 YMCA 之青年或幹事完成必要之教育、微笑好禮活動。	人道獎助金計劃—根除小兒麻痺病毒、扶輪社教育基金會。	獅子會國際基金會—在全世界提供災難援助、捐血活動。
網站分類明瞭程度	主題排列擁擠，建議可利用殼層架構	分類明瞭，善用殼層架構	分類明瞭，善用殼層架構
分會	26 個	426 個	1026 個

表 4-2 社團比較表

問題7. 是否可從其他社團吸收社員。

- (1) 以扶輪社的角度來看，可結交到各行各業的人，以增進職業交流及提供社會服務。
- (2) 以青商會的角度來看，「服務人群、訓練自己」是青商人最高的理想，青商會提供個人、商業、社區、國際性的這四種機會領域，社員可擇其適合個人的領域並充分利用之。
- (3) 以獅子會的角度來看，除了是全球最大的國際性服務團體的外，對於其社員的要求也很高，必須為法定成人、品德高尚並在個人的社區裡具有良好聲譽並且收到邀請才能加入社員，對於新進社員的第一層把關甚為重要，有志參與社會服務活動並且有熱情是成為社員的重要依據。

第五章 結論

再次感謝張弘先生給我們與國際聯青社接觸的機會，讓我們有很多經驗可供實務上應用，從問卷的製作到問卷的發放、回收與分析，都讓我們學到如何待人處世以及如何溝通。

在問卷開始製作的前置作業，發現國際聯青社台灣總會的官方網站界面設計較為凌亂，如能修改成清楚明瞭的界面，可讓使用者一進入網站更快速找到所需要的資訊。

問卷回收的過程中遇到許多困難，有些分社不願意全力配合填寫問卷，所以問卷無法回收，但是回收的問卷對本研究非常有幫助。分析問卷時，發現社員對社團滿意度很高，這意味著在社團內的社員對社團所舉辦的活動極為滿意，但是為什麼國際聯青社卻沒辦法日漸壯大呢？我們認為研究對象設定為沒有退出聯青社仍繼續留在社團內的社員們，所得到的研究結果當然是滿意的；若要國際聯青社更加進步，我們認為可以探討加入社團後卻離開社團的社員們，參考他們退出社團的意見，以讓國際聯青社參考之用。

參考文獻

中文部分

1. 國際聯青社台灣總會
2. 林聯章 (1998)。非營利組織的志工人力規劃與志工應用。非營利組織經營管理實務粹要。台北：市立圖書館。
3. 吳寧遠 (1997)。非營利組織困境之研究-以高雄市稅會福利團體為例。當前我國政經發展問題與展望研究會。台南：國立成功大學。
4. 吳寧遠 (1998a)。非營利事業組織社員對其組織認同之研究-以高雄市婦女服務性團體為例。非營利組織之經營管理與社會角色研究會。高雄：國立中山大學。
5. 吳寧遠 (1998b)。非營利組織法令與宗教組織法令。非營利事業管理研究所規劃研討會。嘉義：南華大學。
6. 江明修 (1998)。非營利組織公共服務功能之研究。台北；國科會專題研究報告。
7. 王順民 (1999)。非營利組織及其相關議題的討論一間，論台灣地區

- 非營利組織的構造意義。社區發展季刊，85，36-61。
8. 江明修 (1999)。非營利管理，台北：智勝。
 9. 江明修 (1994)。非營利組織領導行為之研究。台北：行政院國科會科資中心。
 10. 江明修、陳定銘 (2000)。台灣非營利組織政策遊說的途徑與策略。政治大學公共行政學報第四期，153-192。
 11. 鄭瓊芳 (2000)。非營利組織之團隊建立。於江明修主編，第三部門經營策略與社會參與，97-122。台北：智勝。
 12. 馮燕 (2000)。非營利組織之定義、功能與發展。載於蕭新煌(主編)，非營利組織：非營利組織：組織與運作(頁 2-42)。台北：巨流。
 13. 吳英明(2000)。非營利組織，台北：商鼎文化。
 14. 董國光 (2003)。非營利組織策略規劃之運用-以社會福利機構為例。輔仁大學社會工作研究所碩士論文。
 15. 謝文亮 (2002)。志工教育訓練與工作投入關係之研究。國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。

16. 羅龍雲。非營利組織志工的溝通滿意度與組織承認關係之究。南華大學碩士學位論文。

17. 陳政智、林于雯、黃千育〈非營利組織行銷與募款的新通路—網際網路〉

18. 林淑馨《非營利組織管理》，190-209

英文部分

1. Drucker ,P.E(1990).Managing the nonprofit organization : Practices and principles . New York : Harper Collins Publishers.

2. Hansmann , H . B . , (1980) , “ The Role of Nonprofit Enterprise ” Yale Law Journal , 89 , pp . 835 - 901 .

3. Hodgkinson , V . A . , Lyman , R , W . & Associate (e . d . s) . (1998) , “ The Future of the Nonprofit Sector : Challenges , Changes and Policy Considerations.” San Francisco , C . A . : Jossey - Bass.

4. Kolter , P . &Andreasen , A . R . (1996) , Strategic marketing for nonprofit organization . New Jersey : Prentice Hall , Inc .

5. Morrow, P. C (1983) , Concept redundancy in organizational research : The case of work commitment , Academy of Management Review , 8 ,486-500

6. McCrae, R. R. , & Costa, P. T. , Jr.(1989),Rotation to maximize the construct validity of factors in the NEO Personality Inventory.
Multivariate Behavioral Research, 234,107-124

7. Wolf , Thomas , (1990) , “Mananging a Nonprofit Organization .” N .Y .:Practice - Hall Press .

8. Salamon, L. M&Anheior, H. k(eds.). (1997),Defining the nonprofit sector:A cross-national analysis. NY:Manchester University Press.

資料來源：修訂自 H. Hansmann. The Role of Nonprofit Enterprise. Yale LJouranl, 89, 1980:835-901 (引自江明修；梅高文，1999)

【附錄】問卷

敬愛的聯青社員：

您好!國際聯青社台灣總會於5月21日開會通過委託國立虎尾科技大學企業管理系，進行非營利事業組織之社員擴展與維持—以國際聯青社台灣區域總會為研究對象。本問卷採不計名方式填寫，您所填寫的資料將嚴格保密。由於您所提供的寶貴意見，對於貴社的發展有相當大的參考價值並關係到本研究的正確性，因此懇請您按照您心中所認為的印象，填寫問卷。

受託學生：巫佳軒、林玉薇、黃文伶

黃奕虹、黃詩萍、顏碧慧

指導老師：呂麒麟 老師

非常
不同
普通
同意
非常
同意

一、社員維持

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| a1. 我參加本社各種領導才能訓練對我有所幫助。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| a2. 我認為參加本社聚會的演講，能讓我獲取新知。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| a3. 我有足夠的自信及能力，可以勝任目前在本社的工作。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| a4. 我會參加社團所舉辦的社區關懷活動。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| a5. 我認為社團舉辦的英語、母語、繪畫、書法等比賽活動，
可以提升社會文化水準。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| a6. 我認為社團所舉辦生態環境之保護及關懷，如：舉辦講
座、淨山淨灘等活動對社會環保有幫助。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| a7. 我認為和不同國家、區域的聯青社結締成兄弟社，彼此
互相交流可以促進友誼。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| a8. 我認為在世界各地輪流舉行國際青年營，可以訓練青少
年成為具國際觀之明日領袖。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| a9. 社員間彼此關係愉快，相處很融洽。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| a10. 我們的組織很團結，如遇到困難成員會主動幫忙並且
有效率的完成目標。 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

- a11. 我對組織整體工作表現相當滿意。 1 2 3 4 5
- a12. 加入本社團讓我有發揮能力的機會，參與工作也讓我
的內心感到光榮與滿足。 1 2 3 4 5
- a13. 本社內社員間的氣氛良好，使我有歸屬感。 1 2 3 4 5
- a14. 我認同聯青社的理念，並且未來會繼續參加本社團。 1 2 3 4 5
- a15. 我會因為會費過高，導致我不願意繼續參加本社團。 1 2 3 4 5

二、社員擴展

1. 請問您未來對聯青社有什麼期待？(複選)

- 舉辦講座 舉辦戶外活動 多舉辦公益活動 與他社有更多互動
擴大本社規模 讓更多人知道本社理念，進而願意加入
其他_____

2. 如果您有加入其他的非營利組織，您認為聯青社有什麼可以向其他社團學習的地方或需要改進的地方？(複選)

- 舉辦講座 舉辦戶外活動 多舉辦公益活動 與他社有更多互動
組織理念 讓更多人知道本社理念，進而願意加入
其他_____

3. 您認為有沒有更好的方式讓更多的人知道國際聯青社？(複選)

- 網路廣告 成立社群網站 邀請明星參與活動 與各學校合作舉辦/
協辦活動 書報雜誌 電視廣告 廣播電台 置入性行銷
其他_____

4. 您是否會介紹朋友一起加入？

- 是，因為：(複選) 氣氛融洽 很有成就感 希望與朋友分享
這美好的社團 其他_____
- 否，因為：(複選) 氣氛不融洽 沒有成就感 活動性質不滿意
理念不一致 會費過高 其他_____

三、基本資料

1. 性別 男 女
2. 年齡 20歲至30歲 31歲至40歲 41歲至50歲 51歲至60歲
61歲以上
3. 學歷 高中以下 高中/高職/專科 大學 研究所以上
4. 職業 農林漁牧及石礦業 製造業 文教業 商業零售業 服務業
資訊及電信電力業 其他_____
5. 職位 老闆 主管 員工
6. 居住地 北區(台北、新北、基隆、桃園、新竹)
中區(苗栗、台中、南投、彰化、雲林、嘉義)
南區(台南、高雄、屏東)
東區(宜蘭、花蓮、台東)
7. 平均年收入 50萬元以下(含50萬) 50萬元至100萬元(含)
100萬元至150萬元(含) 150萬元以上
8. 請問您是如何加入本社團的呢?(複選)
廣告宣傳 朋友介紹 認同宗旨 彰顯社會地位 人情壓力
政治人物 增加客戶 其他_____
9. 請問您加入聯青社多久了?_____年
10. 是否有參加其他社團? 否 是: 扶輪社 獅子會 同濟會 青商會
校友會 其他_____

本問卷到此結束，請檢查是否有填寫完整，感謝您撥空填寫本問卷！