

# 2022

# 數位時代下的公益現況



2022/11/16



台灣公益團體自律聯盟  
Taiwan NPO Self-Regulation Alliance

# 2022數位時代下的

# 捐款人調查



一起填問卷，  
支持公益生態圈發展，  
讓社會的好事持續發生！



台灣公益團體自律聯盟  
Taiwan NPO Self-Regulation Alliance



# 問卷調查對象及方法



問卷調查對象：國內外之台灣民眾

## 調查方法

### ▶ 修訂問卷

於 2022 年 7 月 1 日至 7 月 12 日，研擬問卷、前測、修改題目。

### ▶ 調查時間

於 2022 年 7 月 22 日至 8 月 14 日止。

### ▶ 問卷發送

本研究使用 **Surveycake** 網路問卷公開發送，將問卷投放至 **Facebook**、**PPT**、**Dcard**、**Discord** 等線上網站，也邀請自律聯盟盟友、輔仁大學社會創新與非營利組織研究中心、**NetiCRM** 協助發放問卷。

### ▶ 問卷回收

回收問卷 1581 份，有效問卷計 1515 份，有效率 95.8%。



# 2022捐款人樣貌



女性居多佔7成4  
超過6成**39歲以下**  
超過5成6**未婚**/近7成無子女

學歷**大學以上**近9成  
有宗教信仰者6成3  
無宗教信仰者3成7

居住地  
6成北北基桃竹

7成7為受僱者  
以服務業居多  
接續為非營利事業、軍警公教

平均月收入  
46,670-105,000元最多(34.9%)  
其次為34,000-46,600元(26.7%)  
第三為34,000元以下(24%)

(N=1411)



# 捐款人行爲

## 前五關心議題

兒少福利、身障、急難救助、  
動物保護、老人福利

## 參與公益

捐款仍是參與公益最主流的方式  
其次為捐贈發票  
第三為購買商品支持

## 訊息管道

公益團體的官方網站/頁面  
其次為社群媒體轉發



## 捐款前

近**8成4**捐款人會估狗確認  
其中9成透過官方網站了解

## 捐款後

僅**5成6**捐款人會追蹤相關資訊

## 捐款方式

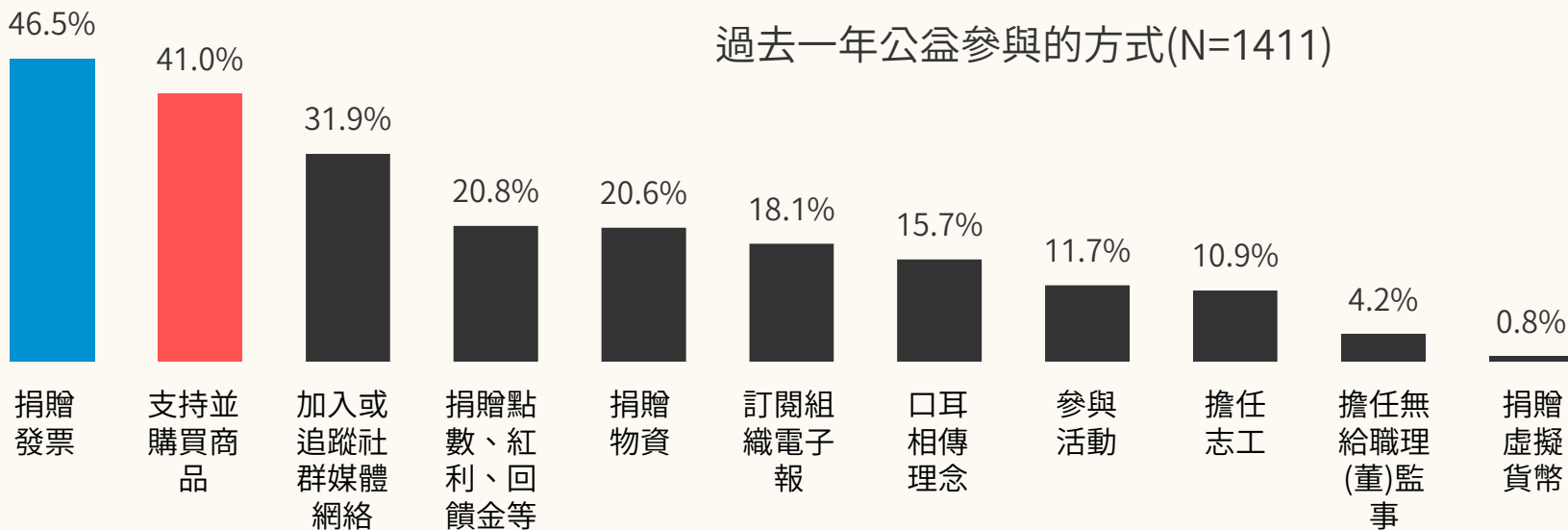
超過**8成5**捐款人使用過線上捐款  
其中8成使用**線上信用卡**刷卡

## 金額/頻率

單次捐款金額50-1000元佔3成  
其次為1000-5000元約佔2成5  
定期定額比例為**3成6**



## 4成捐款人以**捐贈發票**、**支持並購買產品**參與公益





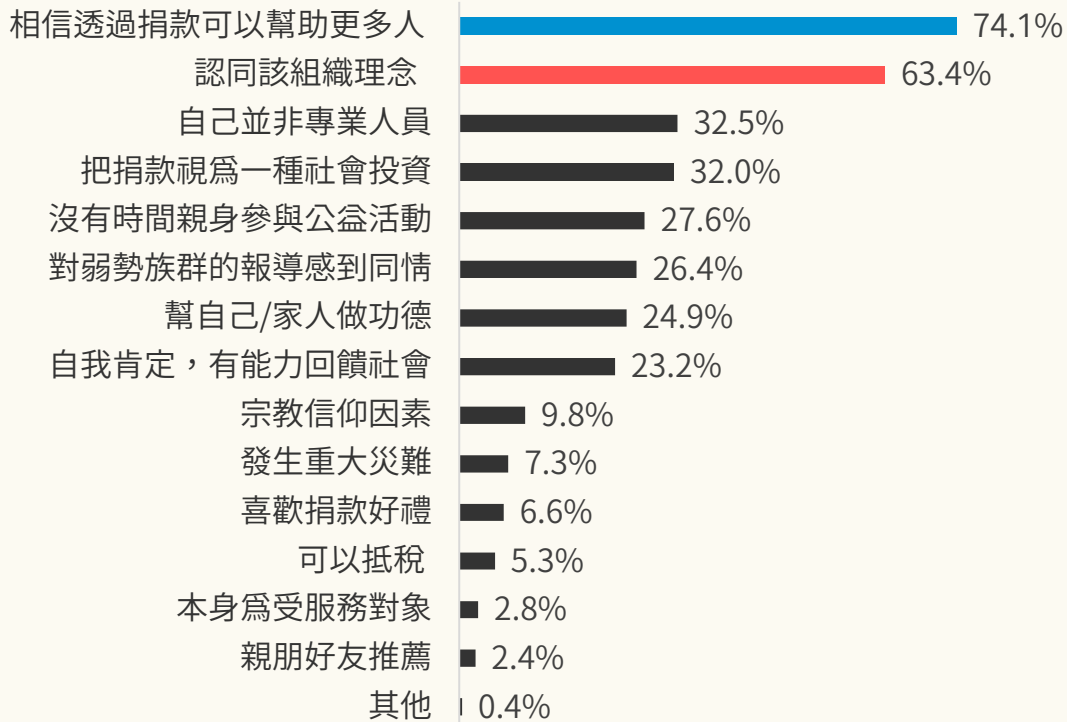
7成5捐款人相信捐款

可以幫助更多人，

6成爲認同組織理念



捐款的原因(N=1411)

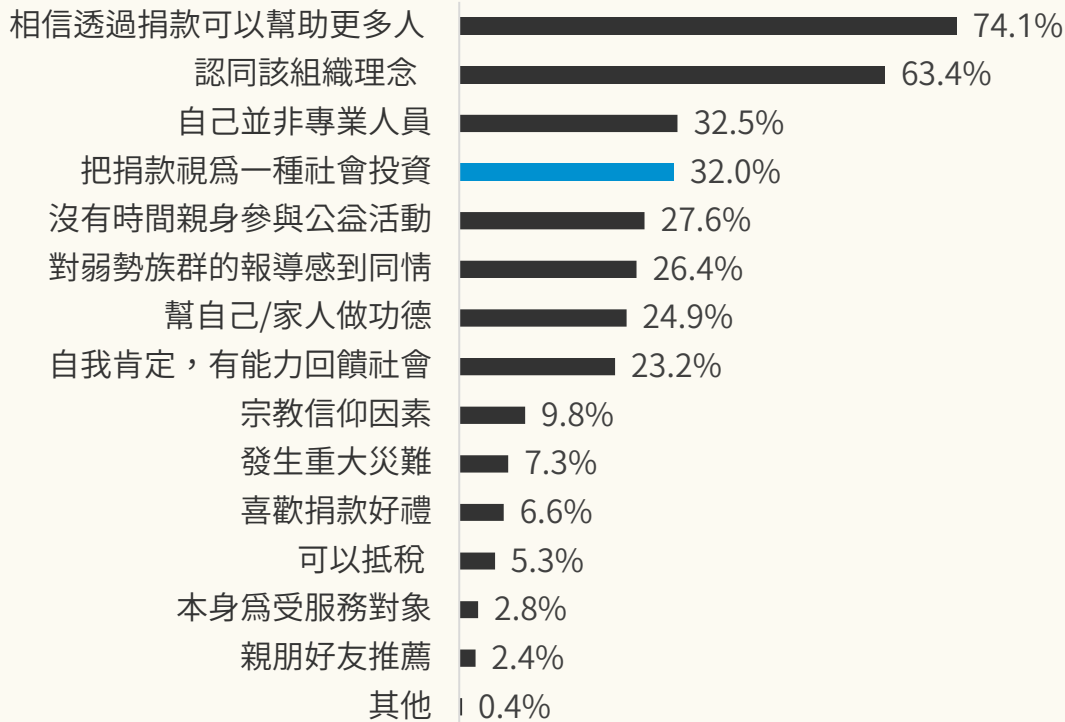






超過3成捐款人  
將捐款視為社會投資，  
並期待看到社會影響力的發生

捐款的原因(N=1411)

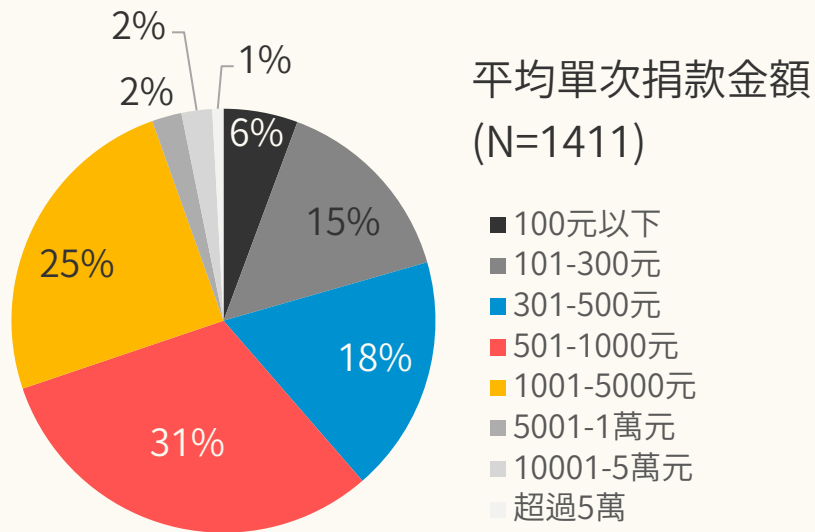




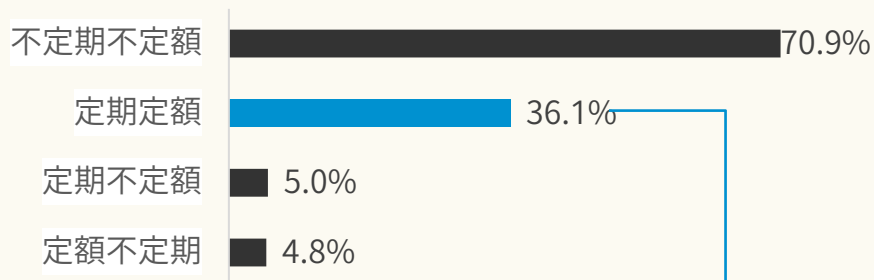


# 平捐款金額以501-1000元為首

## 僅有3成6捐款人定期定額，其中近9成是每月定捐



捐款頻率(複選) (N=1411)



定期定額頻率(N=561)

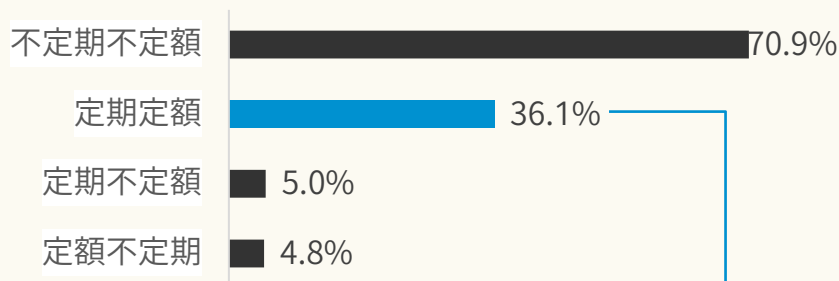




## 50歲以上的捐款人， 超過5成有定期定額

40-49歲 39.2%  
30-39歲 35.2%  
20-29歲 24.4%

### 捐款頻率(複選) (N=1411)

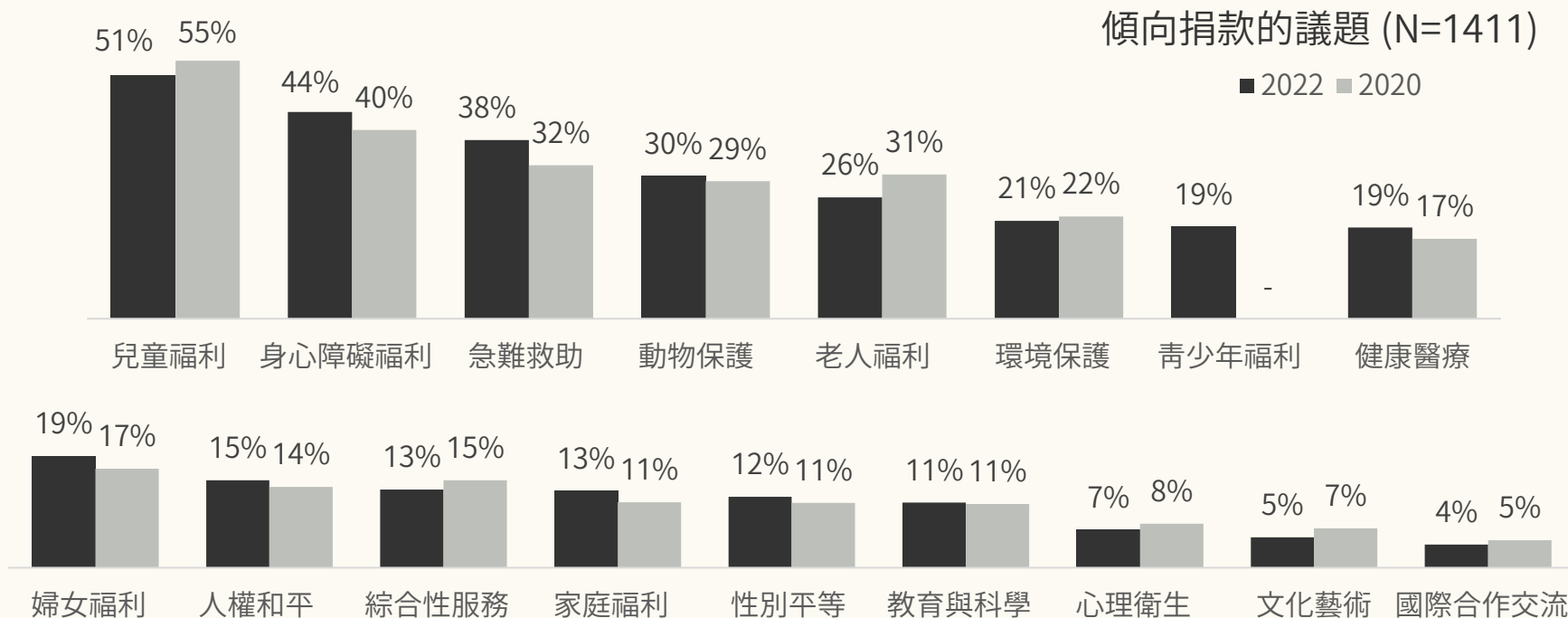


### 定期定額頻率(N=561)





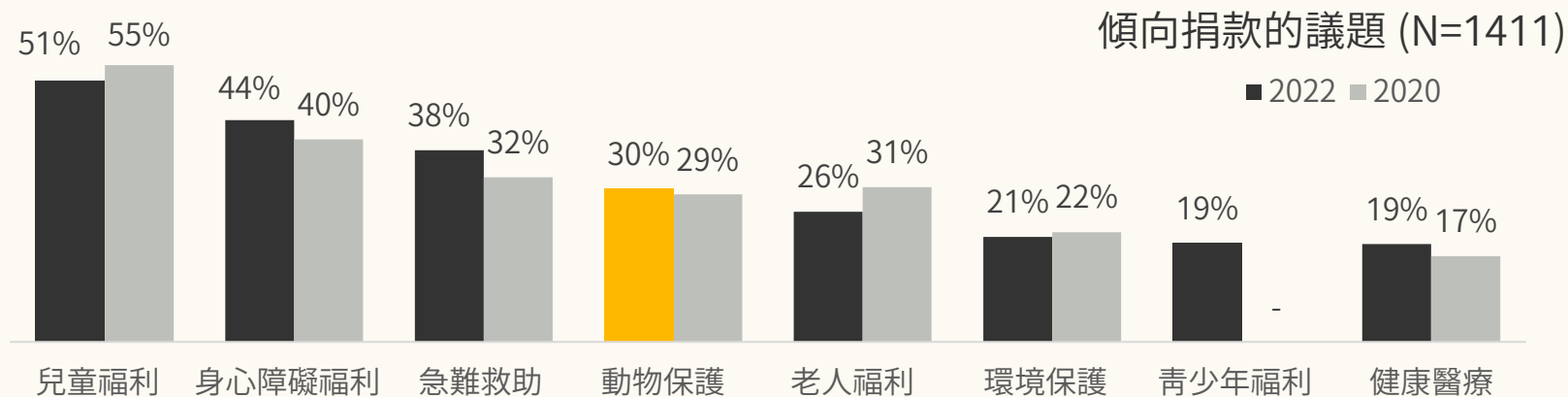
# 前三捐款議題：兒福、身障、急難救助



\*2020年為兒少福利，2022年分為兒童福利及青少年福利



## 前三捐款議題：兒福、身障、急難救助



**20-29歲捐款人中，近4成關心動保議題**















**30-39歲 31.6% | 40-49歲 29.0% | 50歲以上17.0%**

\*2020年為兒少福利，2022年分為兒童福利及青少年福利



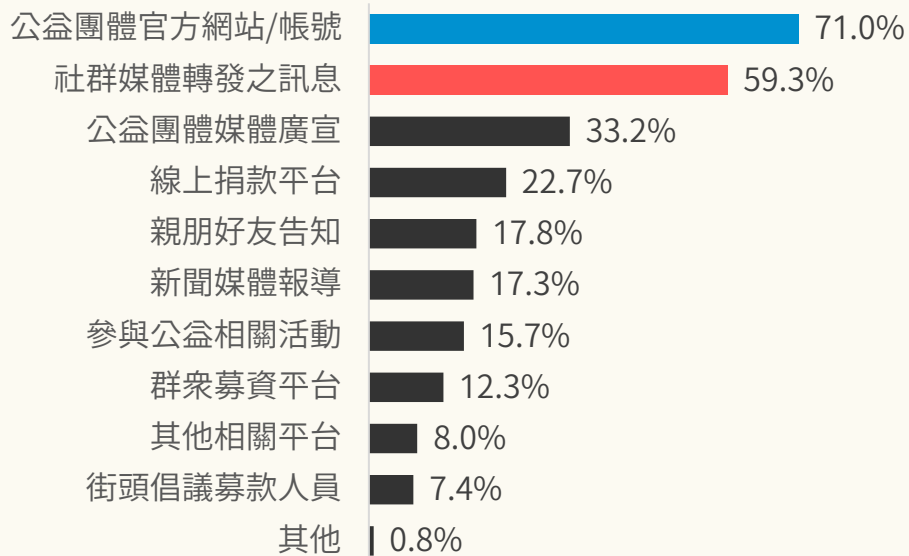
# 捐款人最近一次捐款的前20家公益團體

(本次研究統計，團體依照筆畫順序排列)

- |  |   |
|--|---|
|  心路基金會      | 無國界醫生   |
| 世界展望會  |  華山基金會  |
|  台灣之心愛護動物協會 |  陽光基金會  |
|  弘道基金會      |  愛盲基金會  |
|  伊甸基金會      | 慈濟基金會   |
|  兒童福利聯盟     |  瑞復益智中心 |
| 家庭扶助基金會  |  勵馨基金會  |
|  創世基金會      |  聯合勸募   |
|  喜憨兒基金會     |  羅慧夫基金會 |
| 報導者文化基金會   | Green Peace綠色和平   |



## 得知募款訊息的管道 (N=1411)



**7成**捐款人透過組織

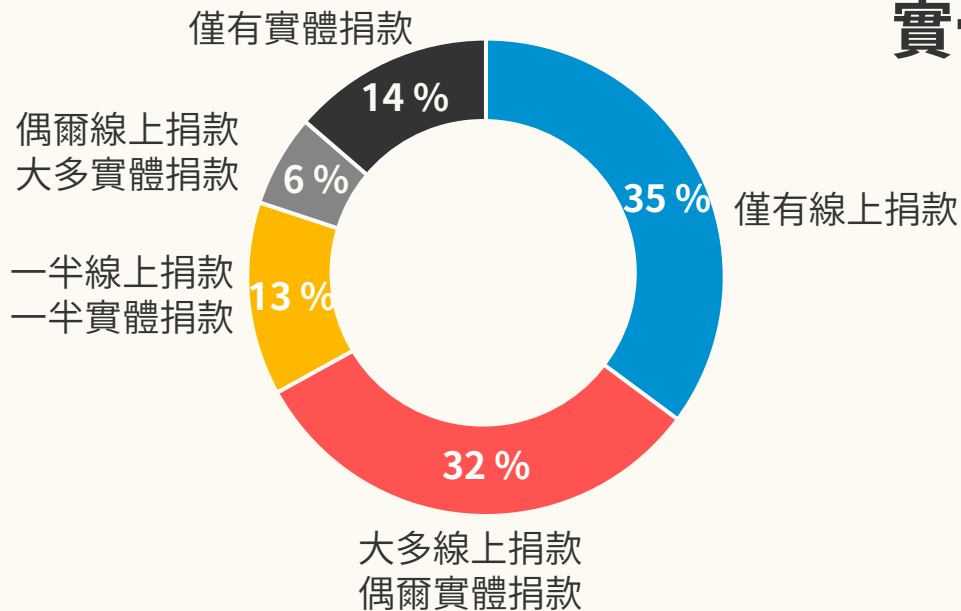
**官方網站/社群**獲得募款訊息，

**6成**捐款人透過**社群**的轉發訊息





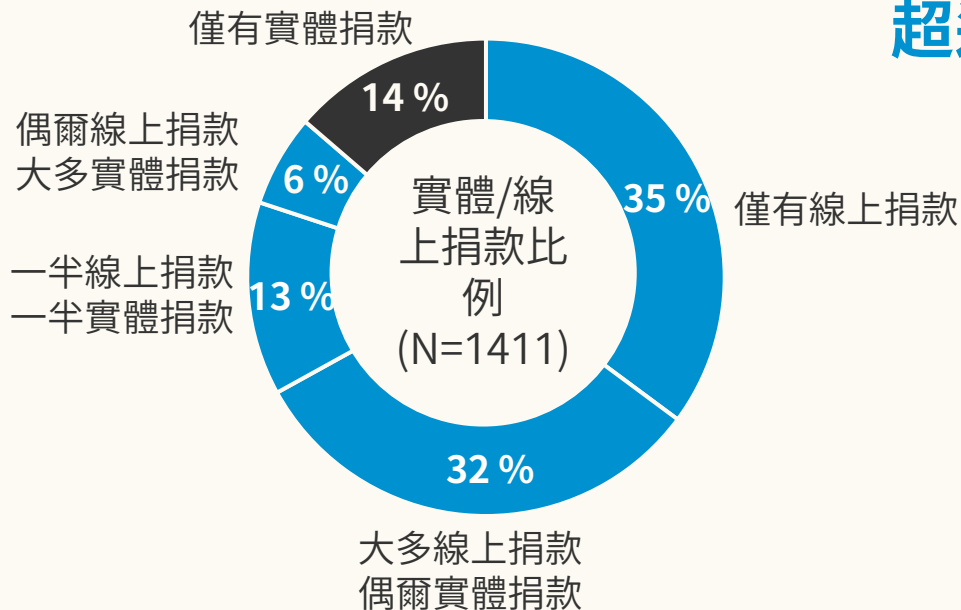
## 實體/線上捐款比例(N=1411)





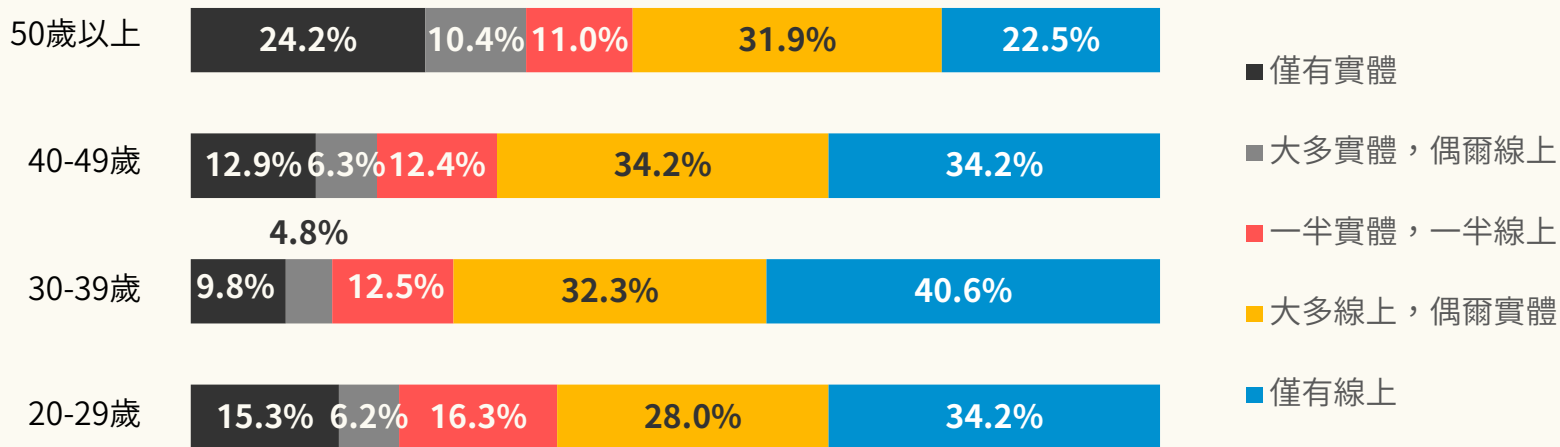


## 超過8成5捐款人使用線上捐款



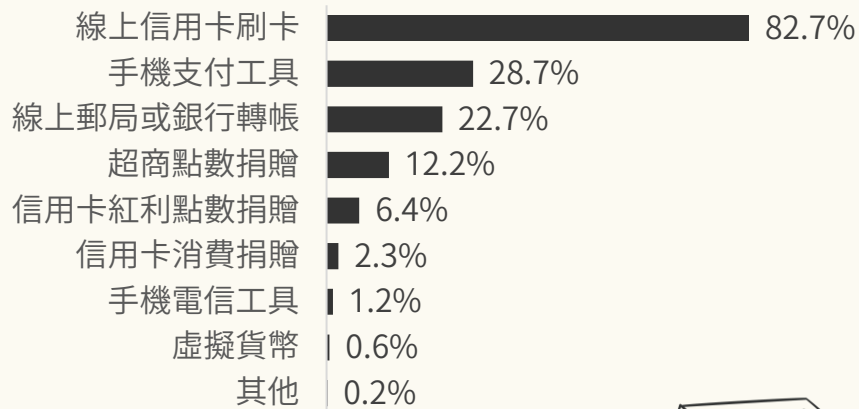


## 30-39歲捐款者，超過**40%**僅用線上捐款

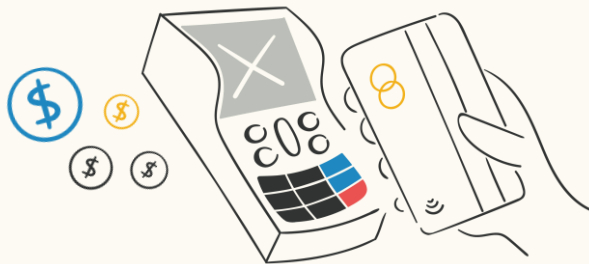
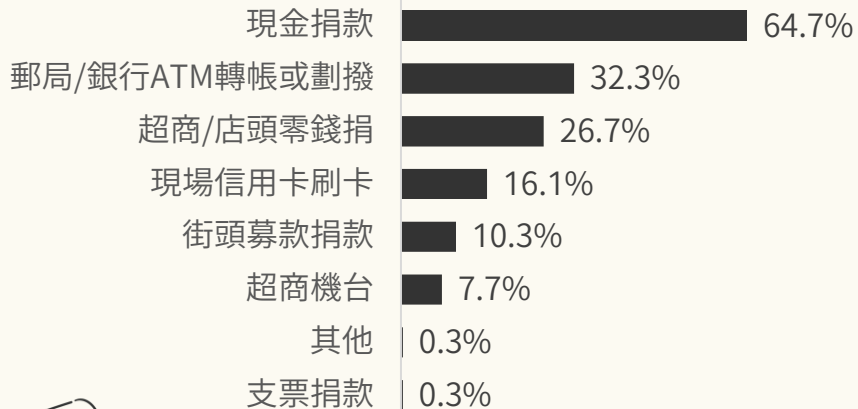




### 線上捐款方式(N=1218)



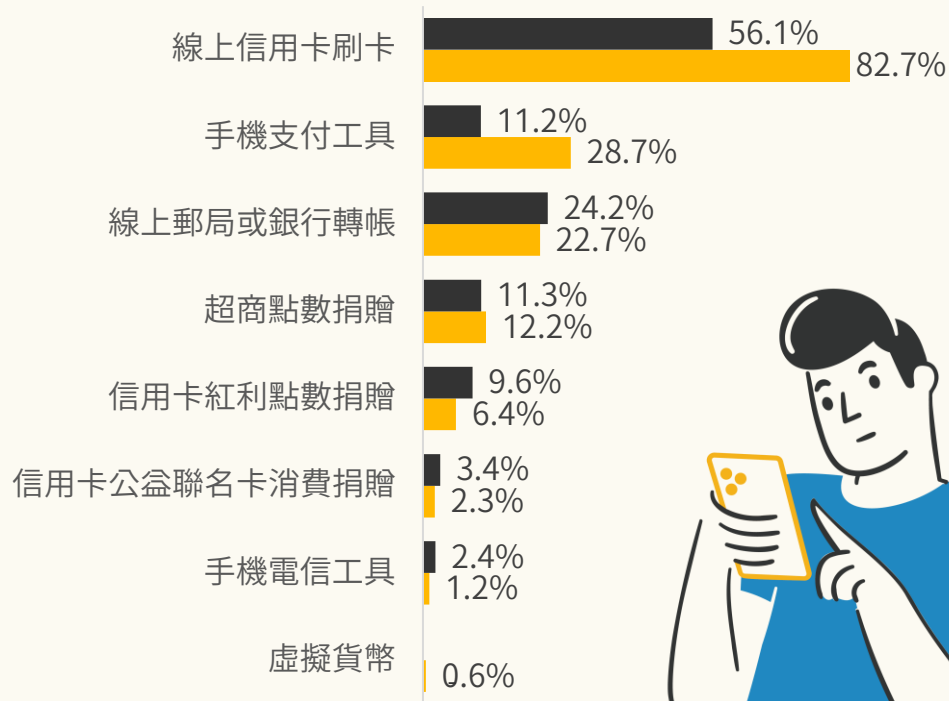
### 實體捐款方式(N=915)



**線上捐款以信用卡為主；實體捐款以現金為主**



# 線上捐款最常使用的方式 (2022, N=1218 | 2020, N=1250)



\*虛擬貨幣為2022新增

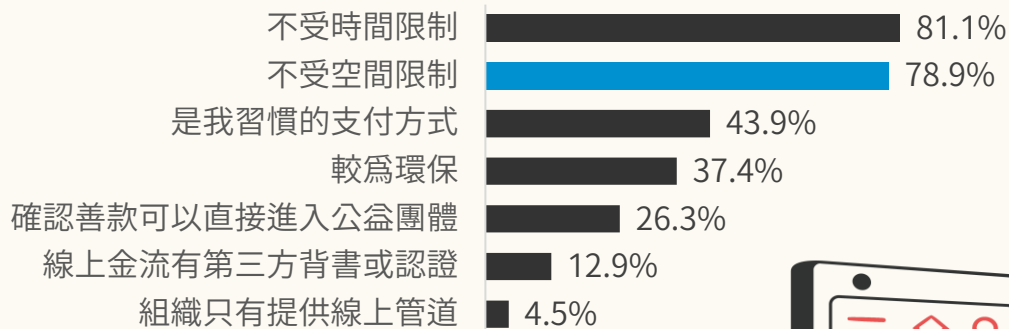


2020年自律聯盟調查，  
手機支付比例為11.2%，  
2022年成長至28.7%

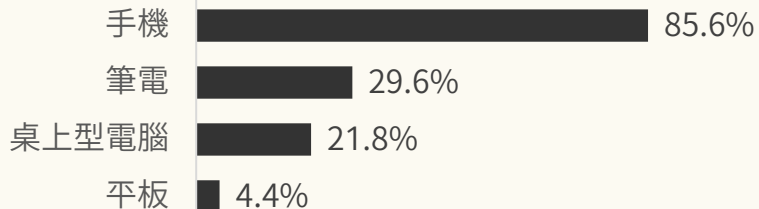


# 「不受時間空間限制」是捐款人選擇線上捐款的主要原因

使用線上捐款的原因(N=1218)



線上捐款使用的設備(N=1218)



20-39歲捐款人，  
近五成選擇線上捐款  
因為是習慣的支付方式

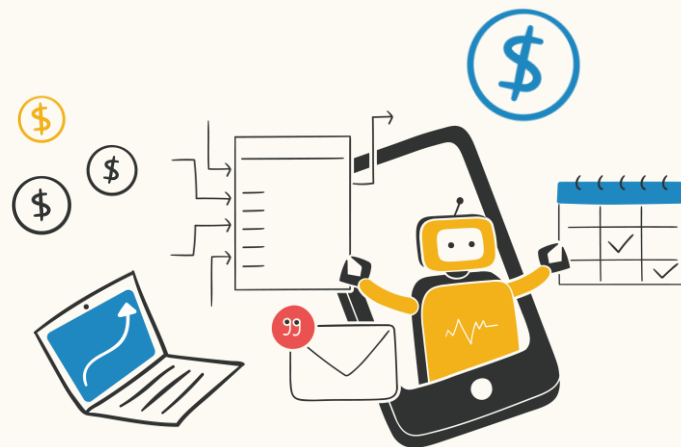
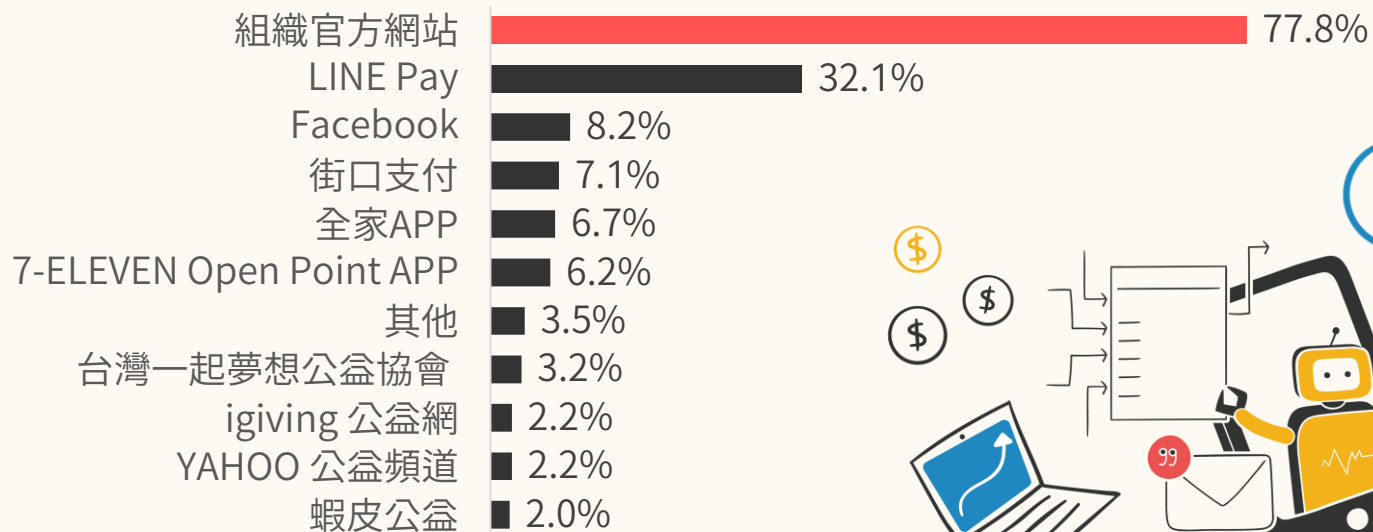


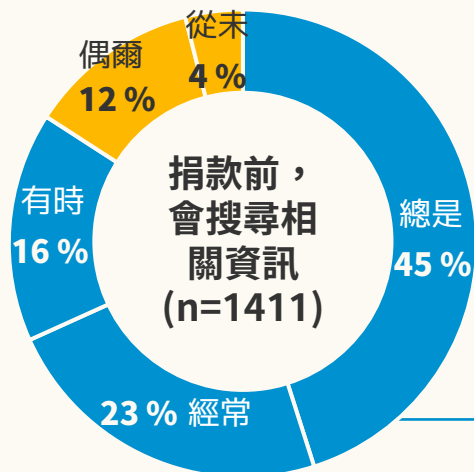
**手機**  
是最常使用的設備



# 組織官網是捐款人最常線上捐款的平台

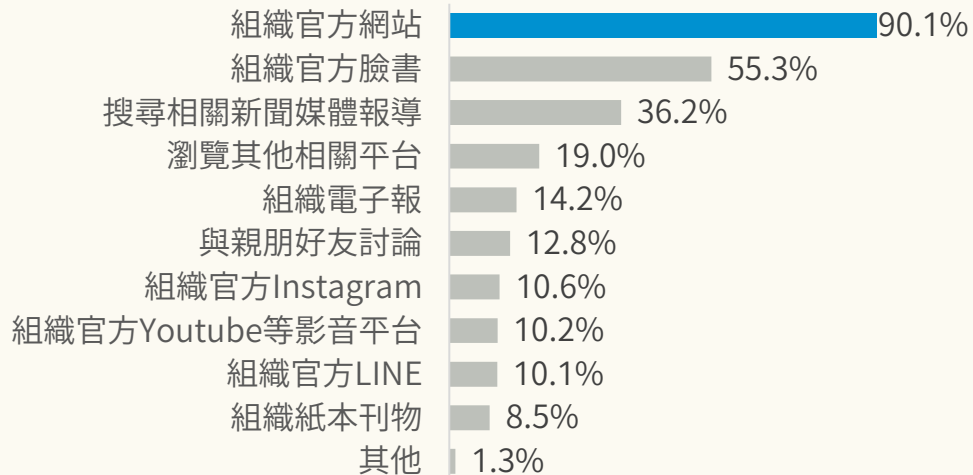
最常線上捐款的平台(N=1218)



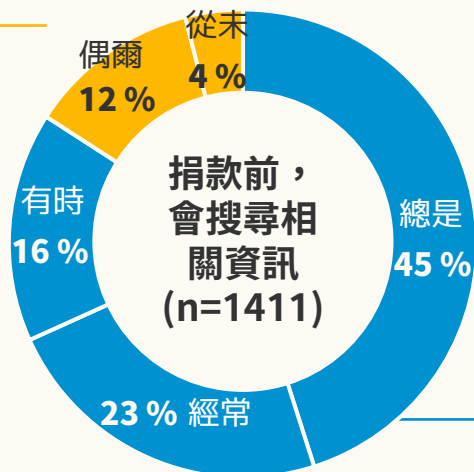


## 捐款前，84%捐款人會先搜尋， 其中9成捐款人透過官方網站了解資訊

了解捐款組織或計畫的方式(N=1187)

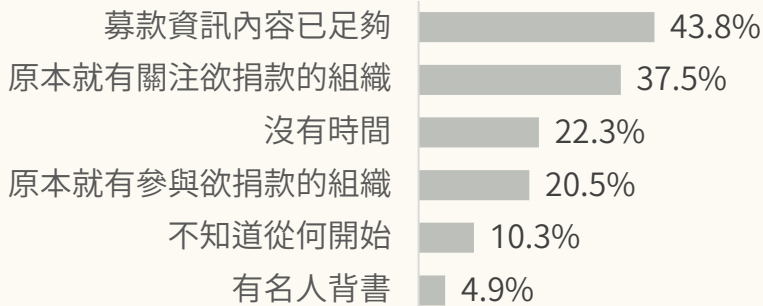




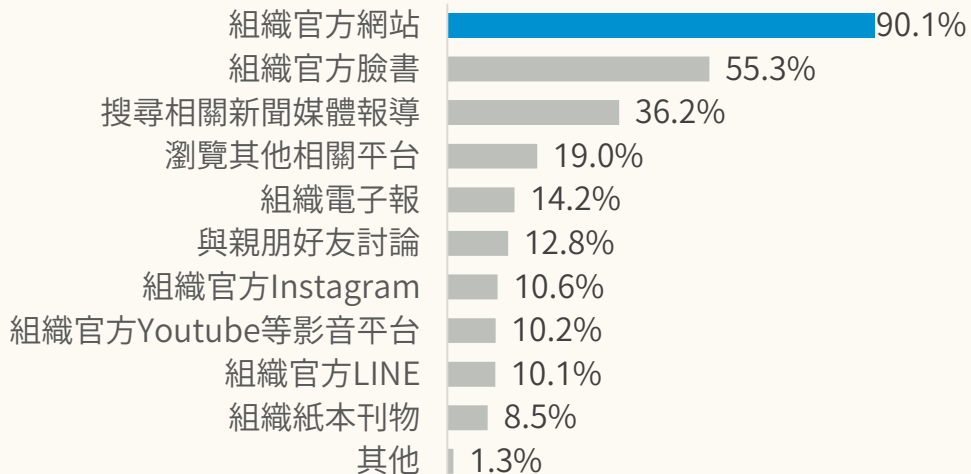


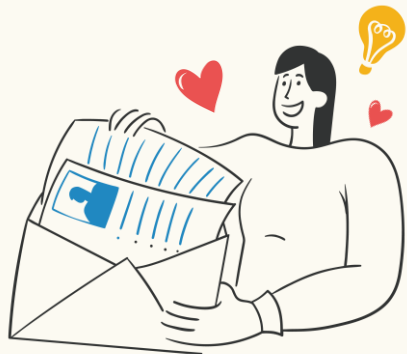
## 捐款前，84%捐款人會先搜尋， 其中9成捐款人透過官方網站了解資訊

### 較少搜尋的原因(N=224)

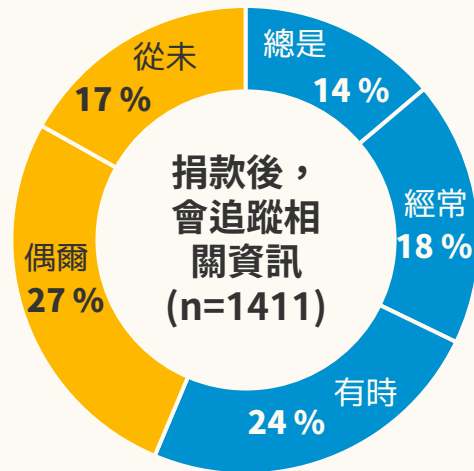


### 了解捐款組織或計畫的方式(N=1187)

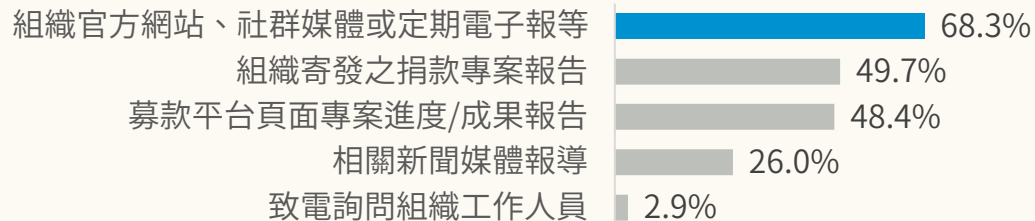


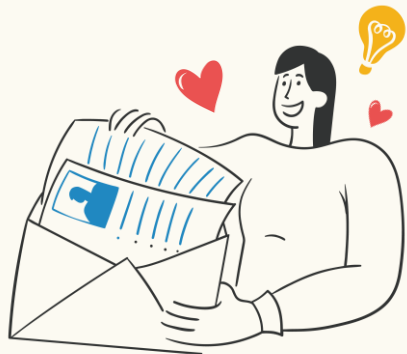


# 捐款後， 56%捐款人會持續追蹤 主要透過組織自媒體

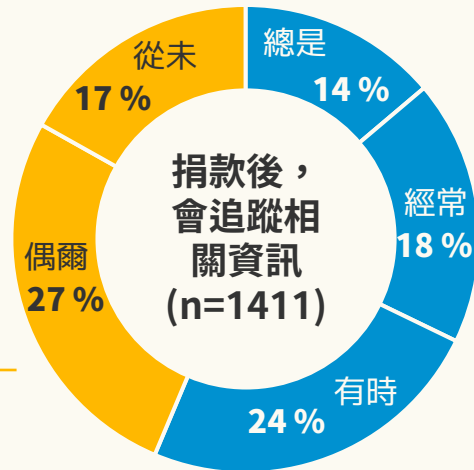


## 追蹤捐款組織或計畫成果的方式(N=795)

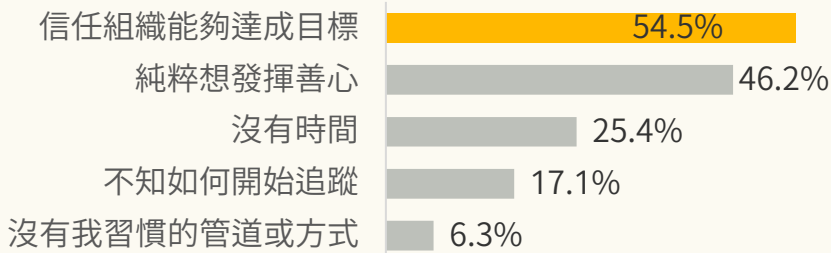




# 捐款後， 56%捐款人會持續追蹤 主要透過組織自媒體

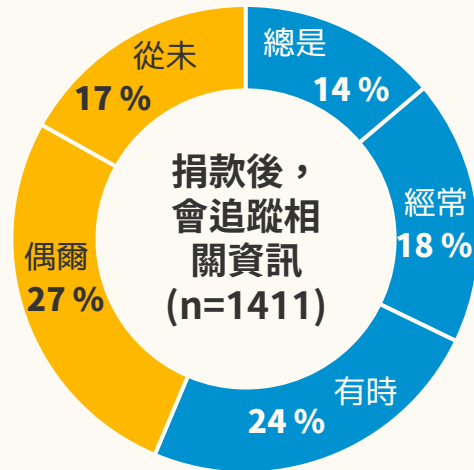
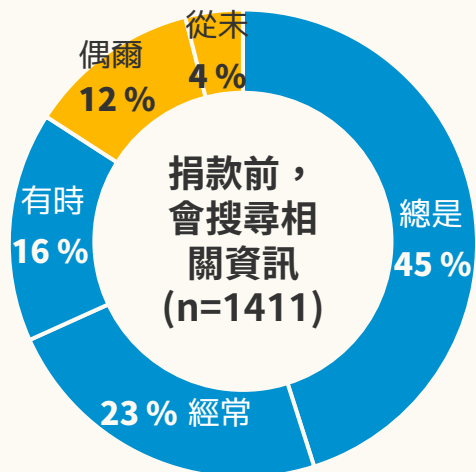


## 較少追蹤的原因(N=615)



## 追蹤捐款組織或計畫成果的方式(N=795)



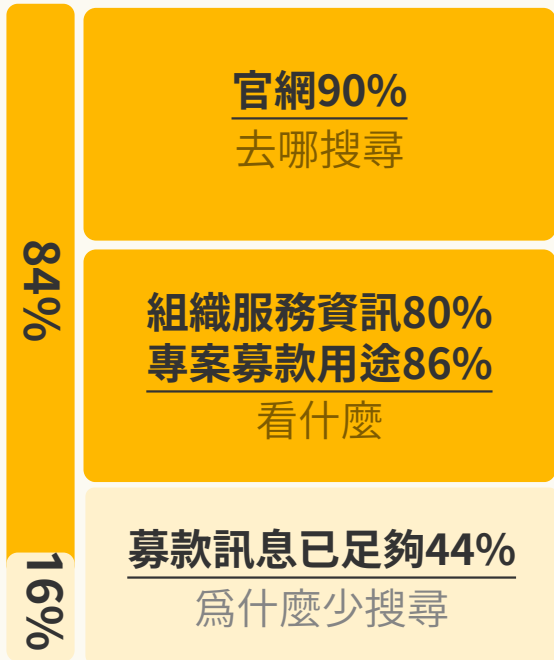


相較於捐款前有8成4以上捐款人搜尋，  
捐款後僅有5成6捐款人追蹤相關資訊



## 捐款前 搜尋

總是/經常/有時

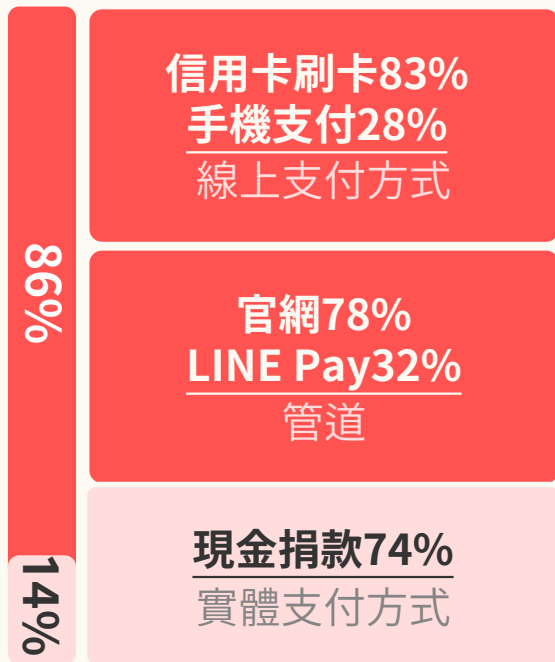


偶爾/從未

僅/大多/  
一半/偶爾線上



## 捐款 方式

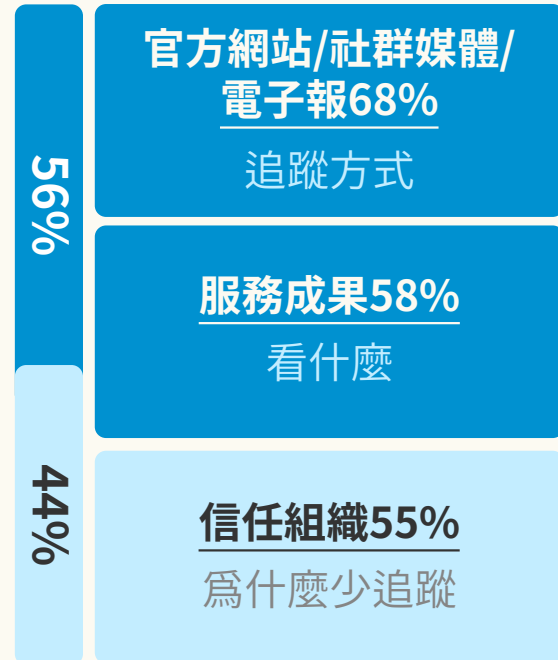


僅實體



## 捐款後 追蹤

總是/經常/有時



偶爾/從未

# 2022 NPO 數位現況調查



#數位原生代來襲  
#優化數位溝通及募款  
#讓好事持續發生



台灣公益團體自律聯盟  
Taiwan NPO Self-Regulation Alliance





# 問卷調查對象及方法



問卷調查對象：台灣非營利組織

## 調查方法

### ▶ 修訂問卷

於2022年7月6日至7月20日，研擬問卷、網路、修改題目。

### ▶ 調查時間

於2022年7月27日至9月6日止。

### ▶ 問卷發送

本研究使用Surveycake網路問卷公開發送，邀請自律聯盟盟友填寫，並邀請輔仁大學社會創新與非營利組織研究中心、NetiCRM協助發放問卷。

### ▶ 問卷回收

回收問卷264份，有效問卷計252份，有效率95.5%。



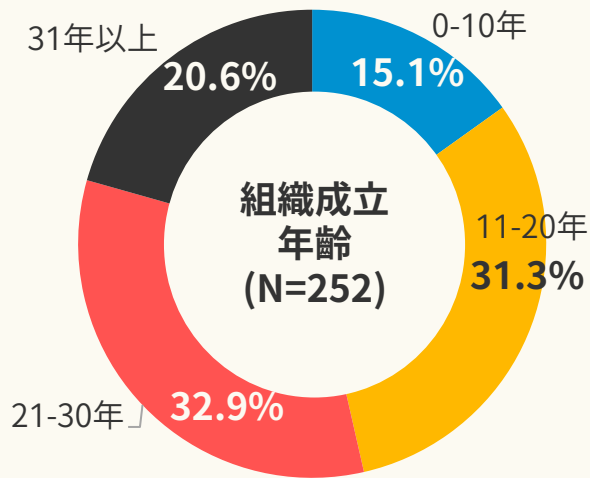
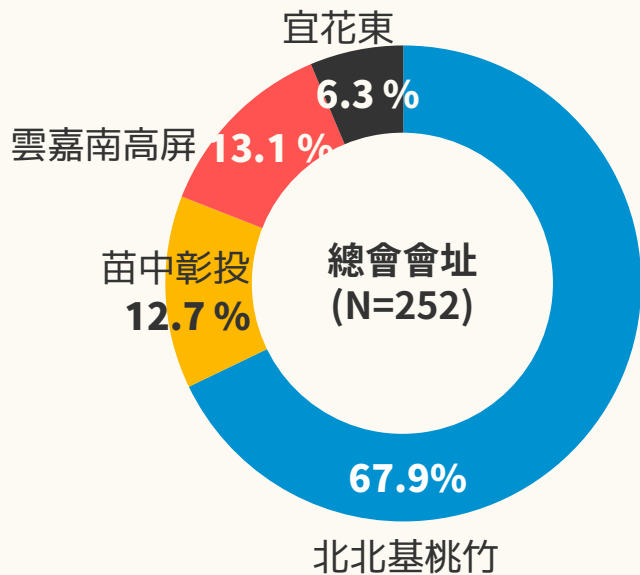
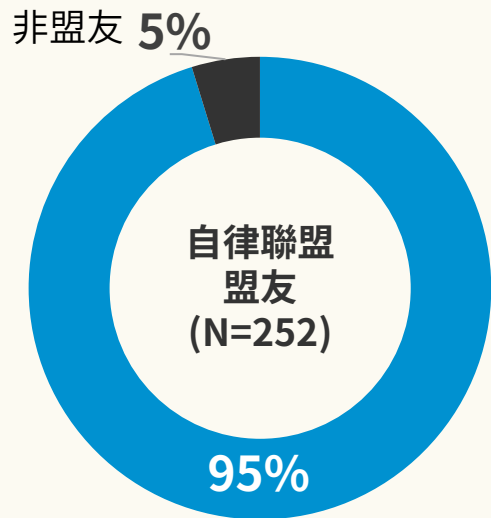




# 填答組織基本資訊



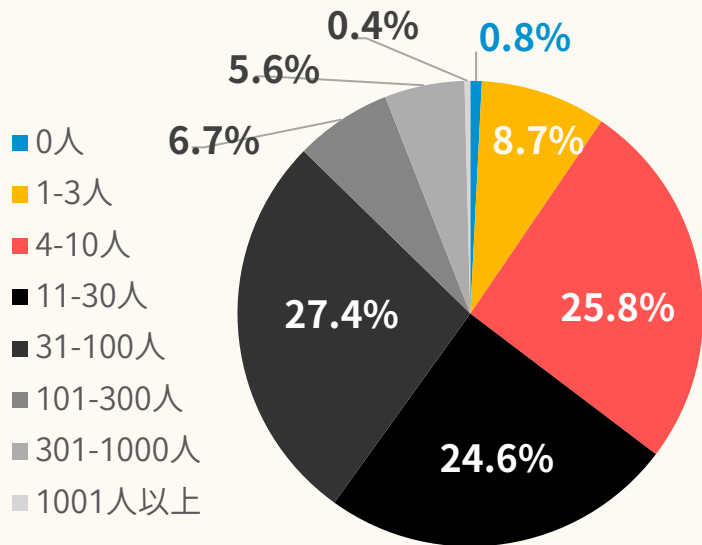
# 填答組織以自律聯盟盟友、北北基桃竹的組織為主



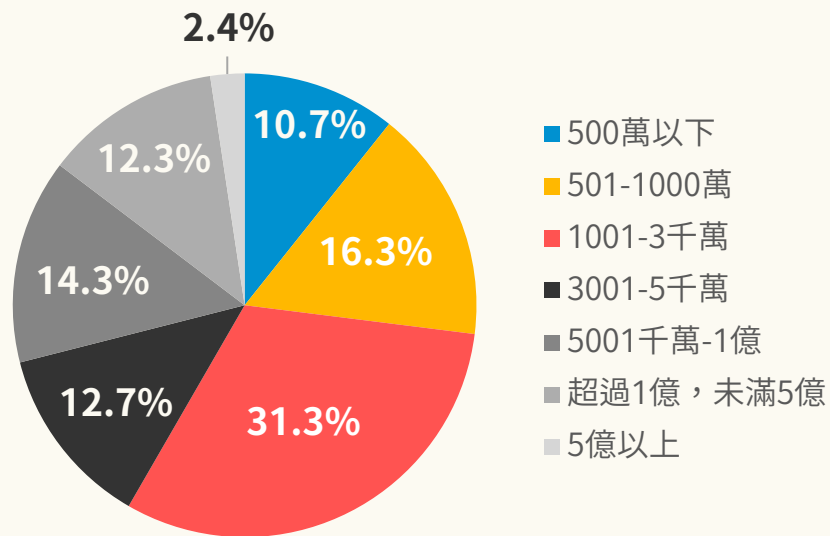


# 填答組織主要為4-10人、11-30人、31-100人為多 平均年收入為1001-3000萬為主

平均全職員工人數(2021)(N=252)



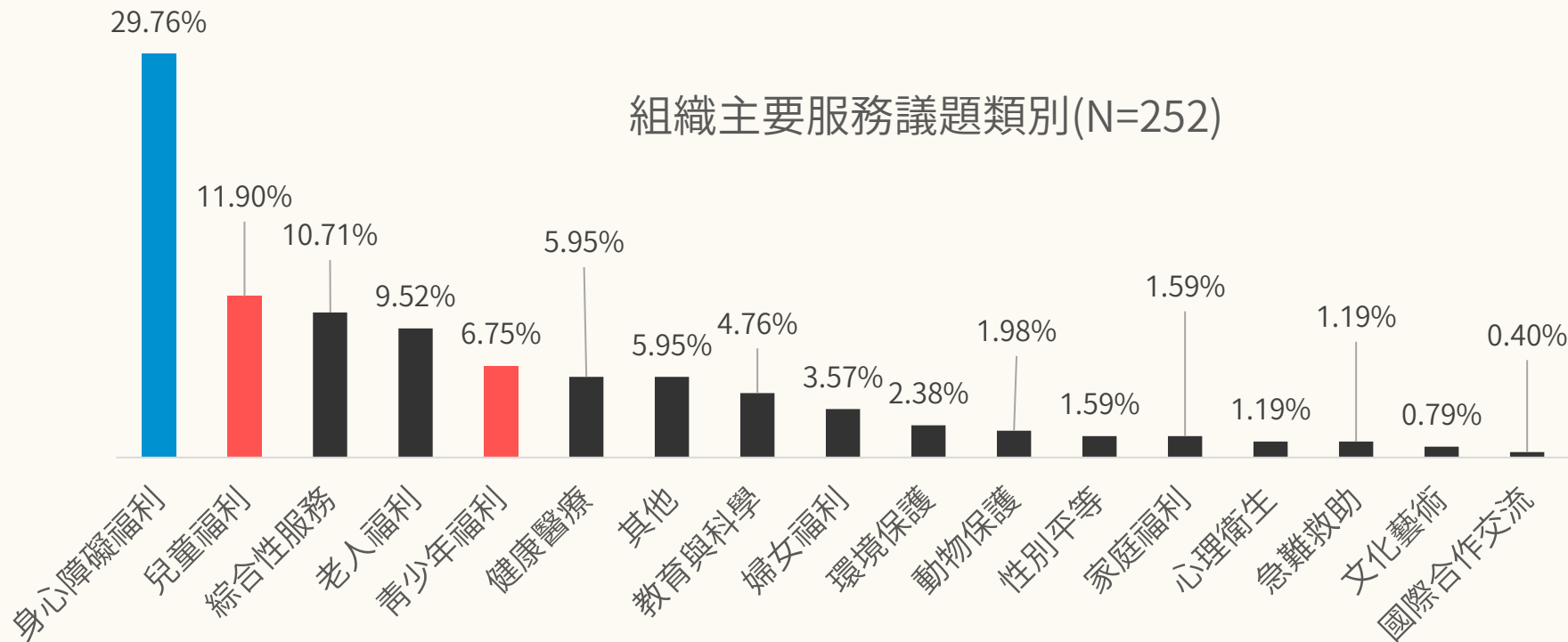
平均年收入(2019~2021)(N=252)





# 填答組織主要以身心障礙福利、兒童福利、綜合性服務、老人福利為主的NPO

組織主要服務議題類別(N=252)





# NPO 數位現況



**95.6%**填答單位  
使用數位工具或技術與大眾溝通



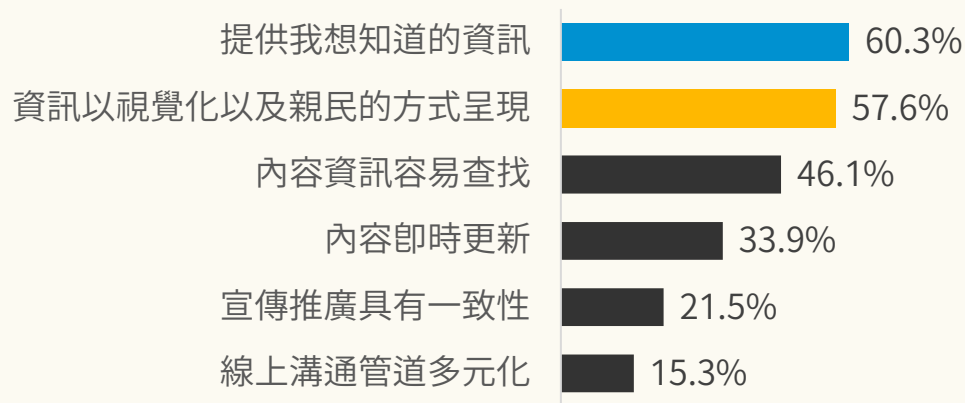
**95.6%** 填答單位  
使用數位工具或技術與大眾溝通

**86.9%** 填答單位  
使用數位管道進行募款



# 捐款人閱覽/NPO公開組織相關資訊時，注重什麼呢？

捐款人閱讀公益團體相關資訊時注重  
(N=1218)



NPO透過數位管道公開資訊會考慮  
(N=244)



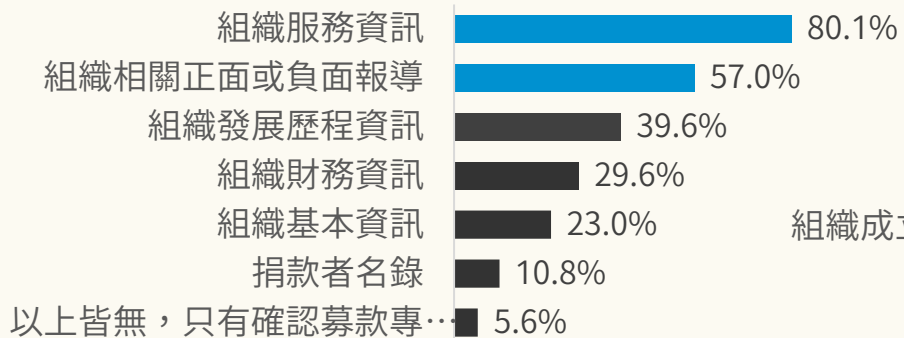
**抓住了視覺化的趨勢，但我們的訊息內容是否有回應到捐款人最重視的「提供我想知道的資訊」？**



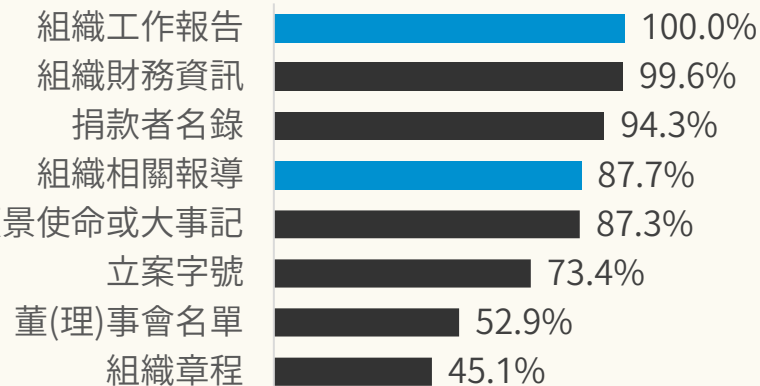


# 捐款人會確認/公益團體公開了哪些資訊呢？

## 捐款人會確認的組織資訊 (N=1187)

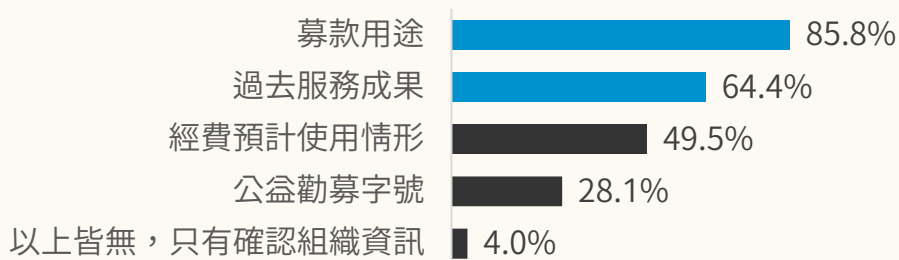


## NPO透過數位管道公開的資訊(N=244)

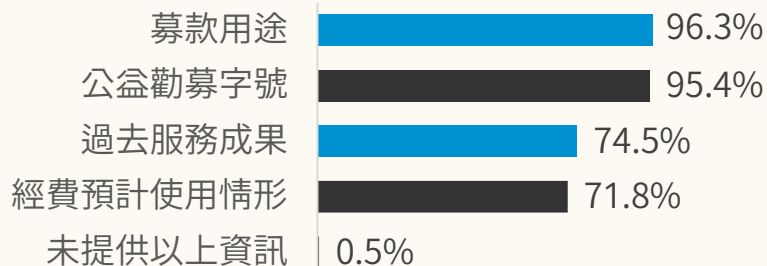


# 捐款人會確認/公益團體公開了哪些資訊呢？

捐款人會確認的募款專案資訊 (N=1187)



NPO線上募款時的提供資訊(N=216)



>>>

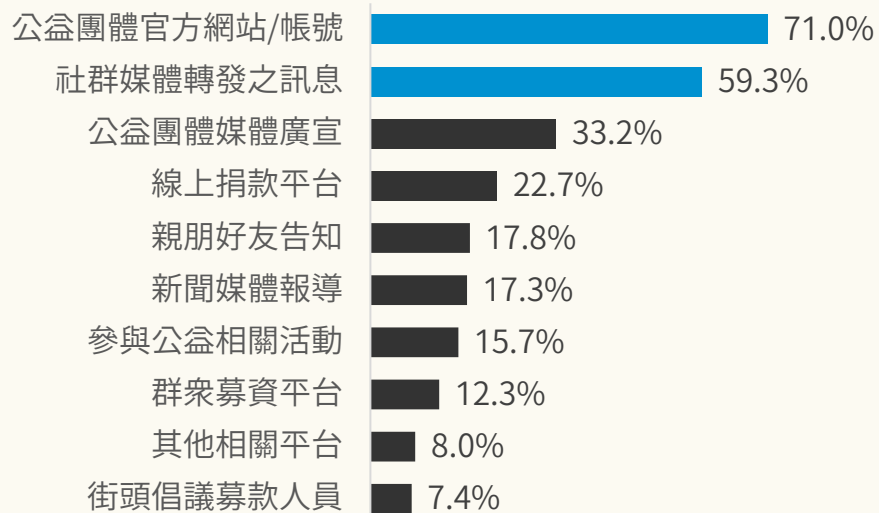
組織公開資訊與捐款人需求大致吻合



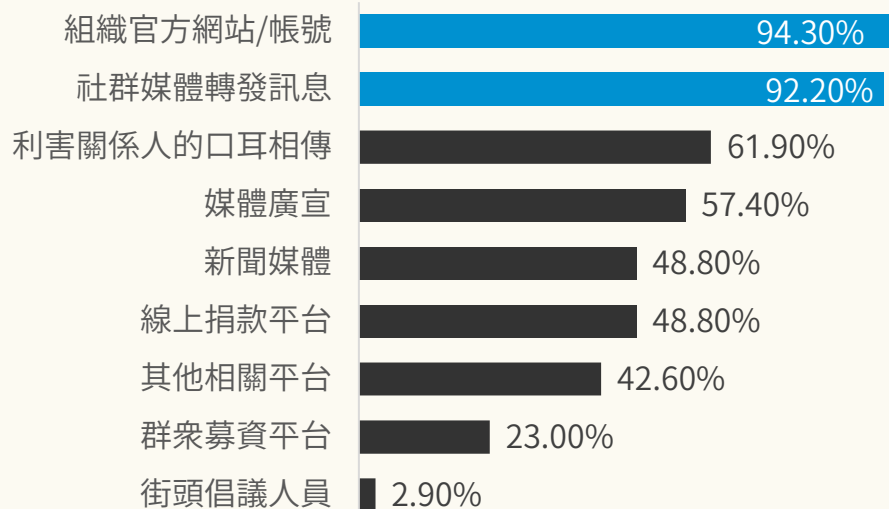


# 捐款人/公益團體透過哪些管道得知/公開資訊呢？

## 捐款人得知募款訊息的管道 (N=1411)



## NPO對捐款人溝通管道(N=244)



**>>>組織使用管道與捐款人習慣相當吻合**



# NPO/ 捐款人比較1

	捐款人	NPO	相符度
閱讀/提供資訊 在意的是	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 提供我想知道的資訊</li><li>2. 視覺化呈現</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 資訊更新即時</li><li>2. 視覺化呈現</li><li>3. 宣傳貼近捐款人習慣</li><li>4. 了解捐款人想看內容</li></ol>	
閱讀/提供 募款專案內容	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 募款用途</li><li>2. 過去服務成果</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 募款用途</li><li>2. 公益勸募字號</li><li>3. 過去服務成果</li><li>4. 經費預計使用情形</li></ol>	
閱讀/提供 組織內容	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 組織服務資訊</li><li>2. 組織正負面報導</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 工作報告</li><li>2. 財務報告</li><li>3. 捐款者名錄</li><li>4. 組織相關報導</li></ol>	
使用的 溝通管道	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 組織官方自媒體</li><li>2. 社群媒體</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 組織官方自媒體</li><li>2. 社群媒體</li><li>3. 利害關係人口耳相傳</li><li>4. 媒體廣宣</li></ol>	

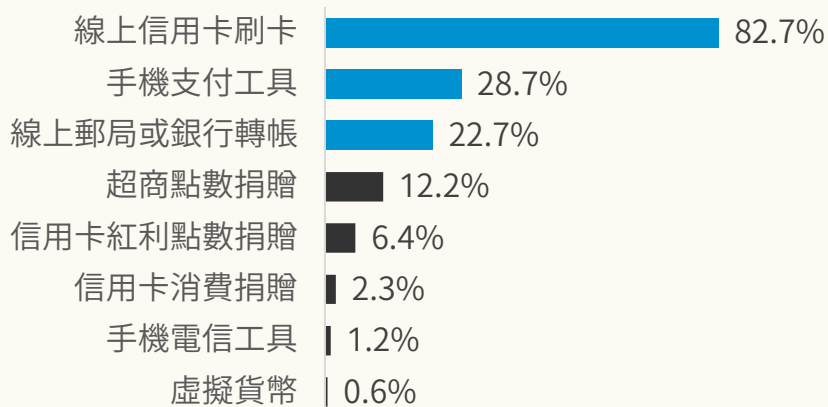


# NPO/ 捐款人比較1

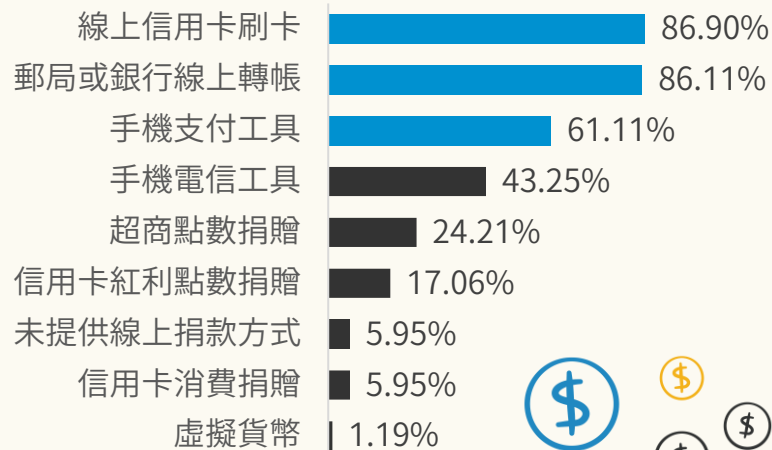
	捐款人	NPO	相符度
閱讀/提供資訊 在意的是	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 提供我想知道的資訊</li> <li>2. 視覺化呈現</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 資訊更新即時</li> <li>2. 視覺化呈現</li> <li>3. 宣傳貼近捐款人習慣</li> <li>4. 了解捐款人想看內容</li> </ol>	★ ★
閱讀/提供 募款專案內容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 募款用途</li> <li>2. 過去服務成果</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 募款用途</li> <li>2. 公益勸募字號</li> <li>3. 過去服務成果</li> <li>4. 經費預計使用情形</li> </ol>	★ ★ ★
閱讀/提供 組織內容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 組織服務資訊</li> <li>2. 組織正負面報導</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 工作報告</li> <li>2. 財務報告</li> <li>3. 捐款者名錄</li> <li>4. 組織相關報導</li> </ol>	★ ★ ★
使用的 溝通管道	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 組織官方自媒體</li> <li>2. 社群媒體</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 組織官方自媒體</li> <li>2. 社群媒體</li> <li>3. 利害關係人口耳相傳</li> <li>4. 媒體廣宣</li> </ol>	★ ★ ★

# 捐款人使用/公益團體提供哪些數位捐款方式呢？

捐款人線上捐款方式(N=1218)



NPO線上數位捐款管道(N=252)



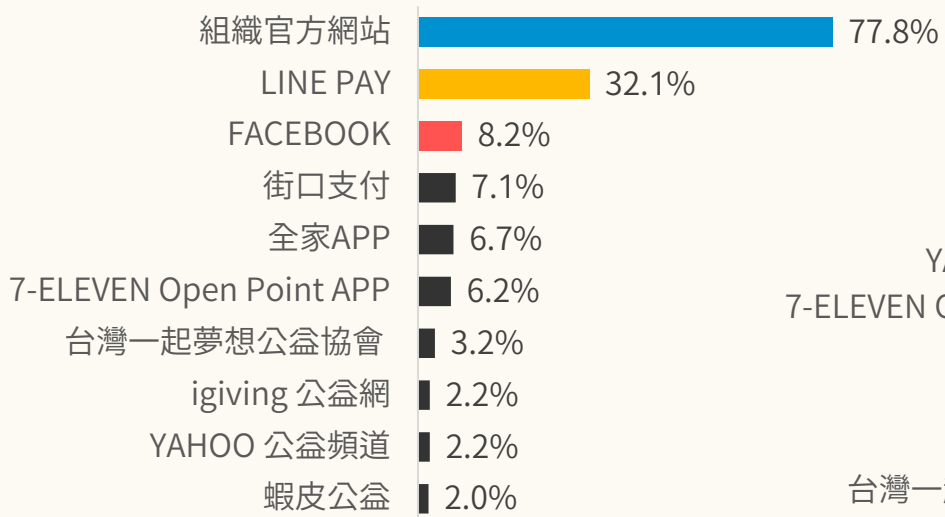
公益團體提供的管道與捐款人使用的方式相當吻合，以線上信用卡刷卡、線上轉帳、手機支付工具為主。



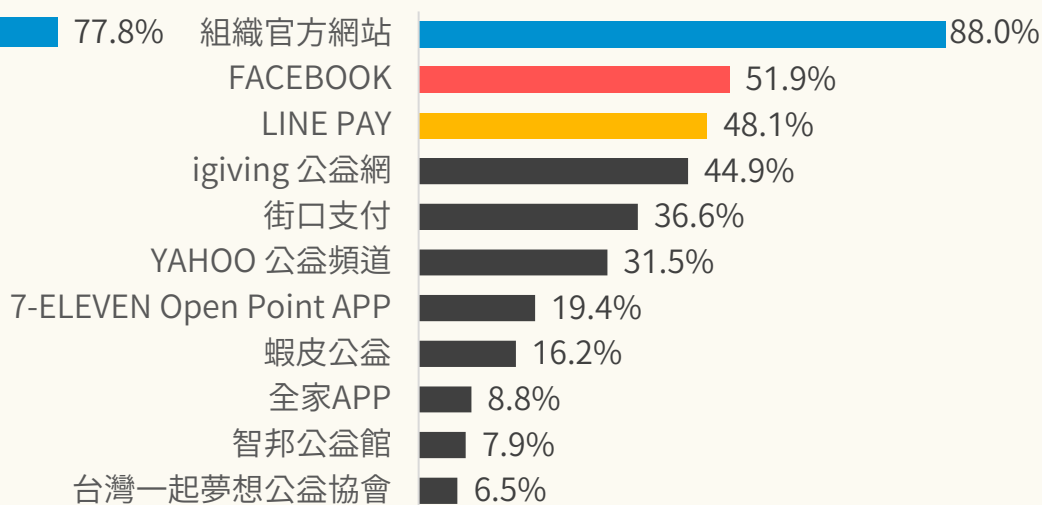


# 公益團體/**捐款人**在哪些數位捐款平台上募款/**捐款**？

## 捐款人最常線上捐款的平台(N=1218)



## NPO有募款活動的平台(N=216)



雙方最常用的線上捐款平台皆為**組織官網**和**LINE Pay**，而組織透過**Facebook**的貼文、轉發或按鈕，能導流或擴散募款訊息使更多捐款人觸及。

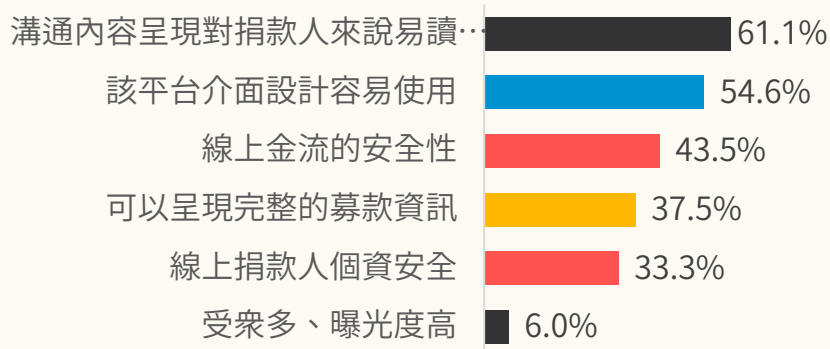


# 捐款人/公益團體使用數位捐款平台時注重的是？

捐款人使用捐款平台時在意 (N=1218)



NPO 使用該捐款平台的原因(N=216)



數位捐款平台的考量上，公益團體和捐款人都重視「介面易使用」和「安全性」，但捐款人在意的「資訊詳實完整」，卻僅37.5%的NPO將之納入重要考量。





# NPO/ 捐款人比較2

	捐款人	NPO	相符度
數位捐款方式	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 線上信用卡刷卡</li><li>2. 手機支付工具</li><li>3. 線上郵局銀行轉帳</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 線上信用卡刷卡</li><li>2. 線上郵局銀行轉帳</li><li>3. LINE PAY</li></ol>	★ ★ ★
在哪些平台上募款/捐款	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 官網</li><li>2. LINE Pay</li><li>3. FB</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 官網</li><li>2. FB</li><li>3. LINE Pay</li></ol>	★ ★ ★
使用捐款平台的原因	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 介面易使用</li><li>2. 資訊詳實完整</li><li>3. 安全性</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 資訊易讀好懂</li><li>2. 介面易使用</li><li>3. 金流安全</li><li>4. 可以呈現完整資訊</li><li>5. 個資安全</li></ol>	★ ★



# 數位化帶給公益團體的**助益**與**不便**

## 益處

對外  
數位溝通

1. 觸及受眾更廣
2. 即時了解受眾想法
3. 與受眾溝通更完整

使用  
捐款平台

1. 給捐款人多元捐款管道
2. 觸及更多捐款人
3. 捐款額增加

## 不便之處

1. 人力成本提升
2. 資金成本提升
3. 時間成本提升

1. 手續費過高
2. 目前無不便之處
3. 無法持續經營捐款人





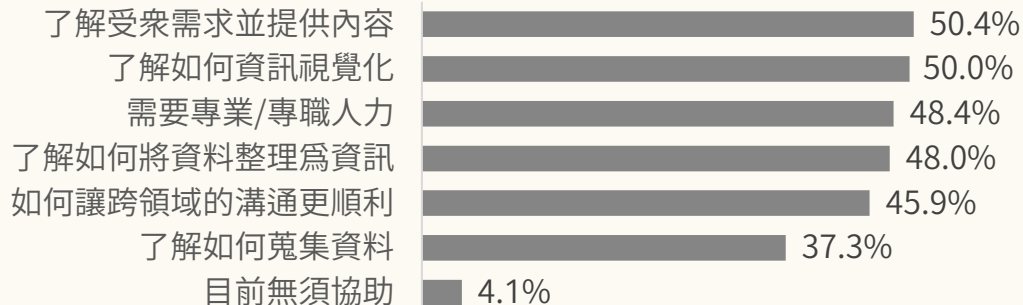
# 公益團體 需要哪些協助？



64.8%  
學習不同  
數位工具

54.9%  
和捐款平  
台的合作

51.2%  
了解成  
功經驗



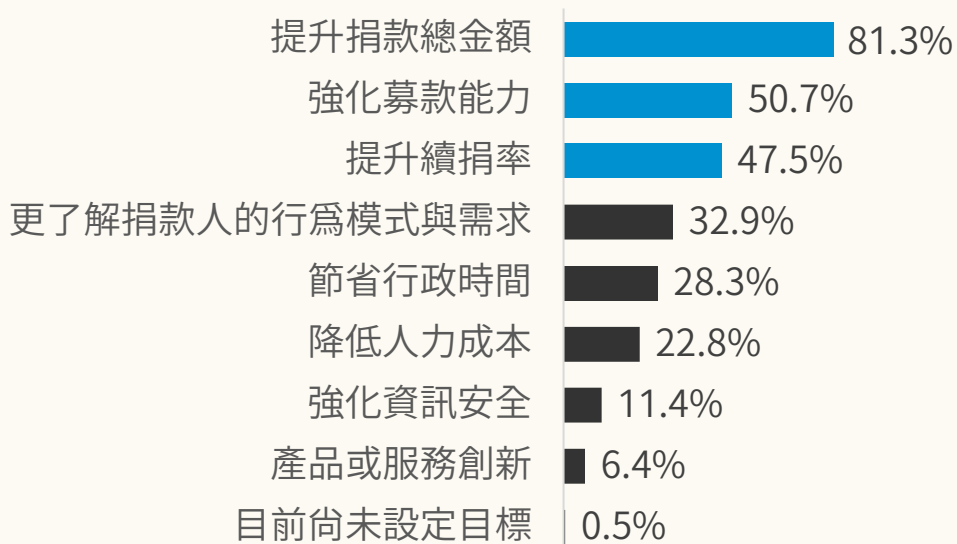


# NPO募款數位化現況

募款數位化是指組織逐步導入數位募款管道、募款管理系統與各類數位工具與技術來協助募款的溝通推廣、行政管理與追蹤成效等事務的歷程。

# 公益團體募款數位化的目標

推動募款數位化的主要目標(N=219)

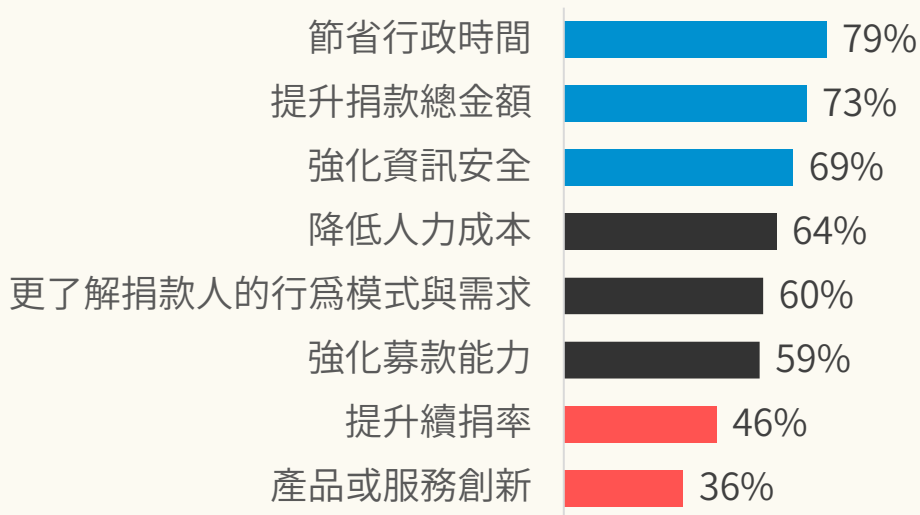


**提升捐款金額、  
強化募款能力、提升續捐率  
是募款數位化主要目標。**



# 公益團體募款數位化的目標達成率

## 推動募款數位化的目標達成率



### 目標達成率前三

- 節省行政時間
- 提升捐款總金額
- 強化資訊安全

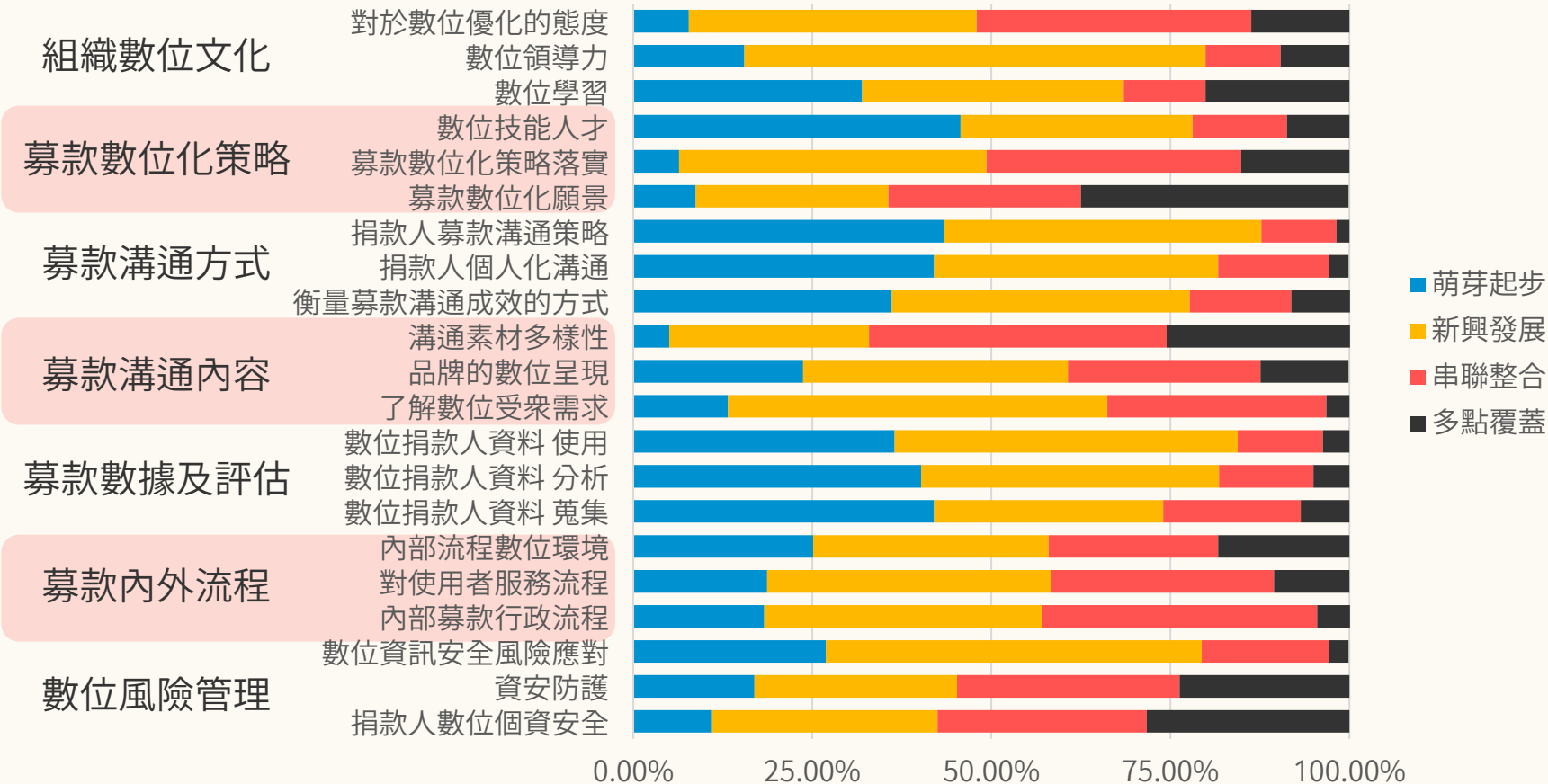
### 目標達成率最末

- 產品或服務創新
- 提升續捐率



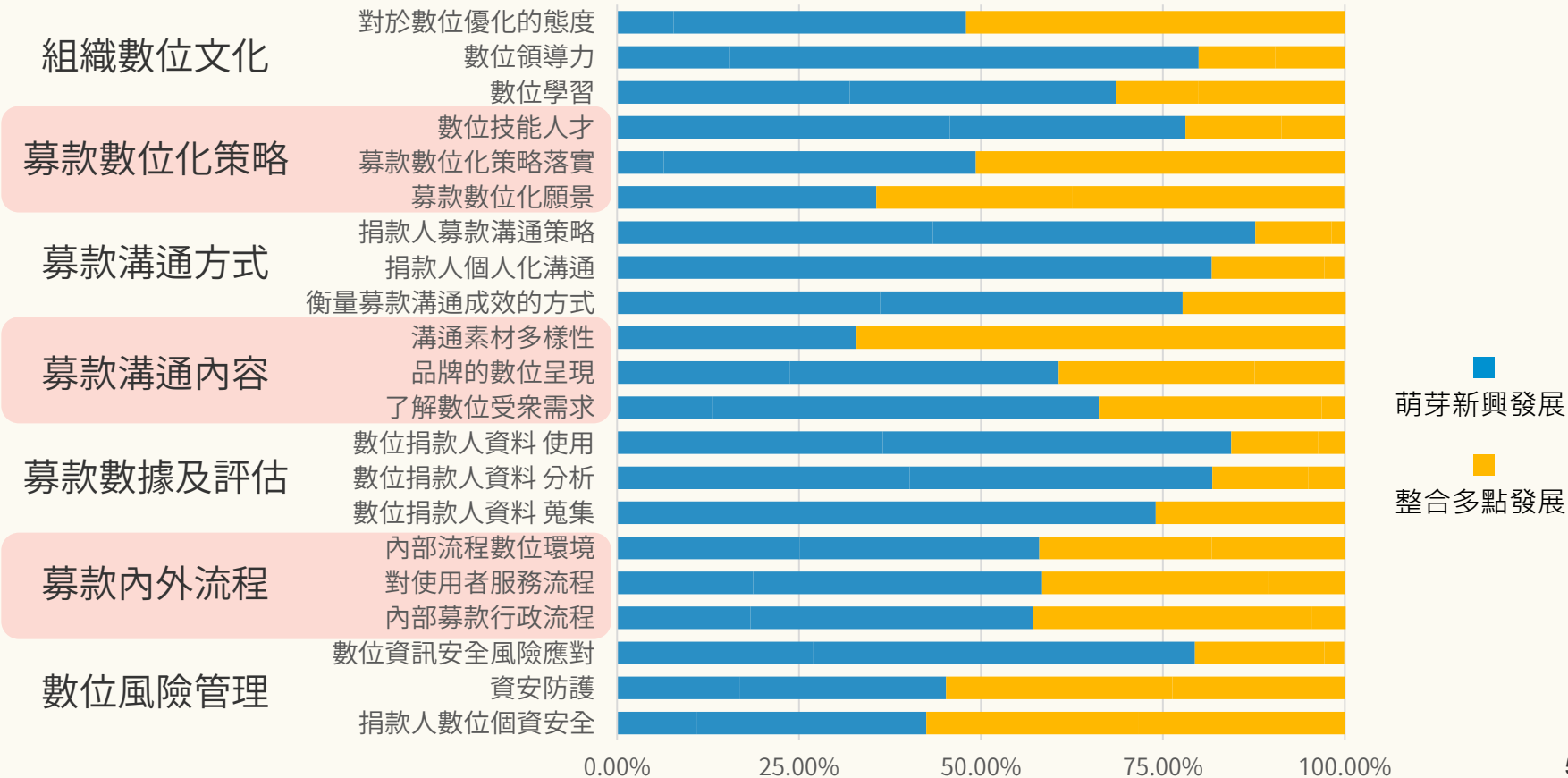


# 公益團體募款數位化現況(N=219)





# 公益團體募款數位化現況(N=219)





# NPO募款數位化現況指標比較(N=219)

## 相對成熟階段的指標

募款數位化願景  
溝通素材多樣性  
捐款人數位個資安全

**願景與共識**  
**溝通素材多樣性**  
**捐款人個資保護**

## 仍在萌芽階段的指標

對捐款人募款溝通策略  
對捐款人個人化溝通  
數位捐款人資料分析  
數位捐款人資料使用  
數位技能人才

**品牌數位溝通**  
**數據分析與使用**  
**數位技能人才**





想知道更多？



# NEXT..

推動公益責信理念  
提升國人公益素養



積極培力公益團體  
健全非營利組織發展

攜手NPO落實SDGs  
協力促成永續願景

跨域合作公私部門  
發揮中介平台角色



# 共同成就， 就上好事大平台



台灣公益團體自律聯盟  
Taiwan NPO Self-Regulation Alliance