

國立臺灣體育學院
National Taiwan College of Physical Education
體育舞蹈學系碩士班碩士學位論文

臺灣私人企業贊助舞蹈演出團體動機
與決策模式個案研究
THE CASE STUDY OF PRIVATE SPONSORSHIP OF
MOTIVATION AND DECISION MODEL TO
PROFESSIONAL DANCE GROUPS IN TAIWAN



研究生：方佳韻 撰
指導教授：陳碧涵 博士

中華民國 99 年 7 月

論文名稱：臺灣私人企業贊助舞蹈演出團體動機與決策模式個案研究

校院所組別：國立臺灣體育學院體育舞蹈碩士班理論組

總頁數：93 頁

畢業時間：九十八學年度第二學期

研究生：方佳韻

指導教授：陳碧涵 博士

中文摘要

本研究以曾贊助舞蹈演出團體且獲頒文馨獎的企業為研究主體，並從中挑選曾連續五年贊助舞蹈演出團體的永齡教育慈善基金會為研究對象。本研究採個案研究法以深度訪談方式進行，研究目的旨在了解企業贊助舞蹈演出團體的動機、影響考量因素與決策模式。研究發現，(一) 永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體的動機兼具利他性動機、利己性動機與企業社會責任，(二) 舞蹈演出團體的知名度、國際視野、國際市場及演出節目是否能雅俗共賞等皆為影響考量贊助的因素，(三) 贊助的決策為權變性決策模式，創辦人或董事長擁有最終的決策權，決策程序快且短；基金會的贊助會因應公司的政策而所變動。

關鍵字：企業贊助動機、舞蹈演出團體、權變決策模式

Fang, Chia-yun (2010) The Case Study of Private Sponsorship of Motivation and Decision Model to Professional Dance Group in Taiwan. Unpublished Master Thesis, National Taiwan College of Physical Education

Advisor: Dr. Chen Pi-han

Abstract

The main purpose of this research was to examine the motivation, effects, decision model of the private sponsorship. The result will offer insight and a guideline to provide the professional dance group of support relationship and with the way of support. To achieve the goal researcher goes through case interview by choosing one company that won the Wenxin Award and also sponsored professional dance group for five years, examining their motivation, effects, and decision model. There are characteristics of motivation, effects, decision model.

- 1) The motivation of the foundation were self-interest, altruism, social responsibility
- 2) The effects of the foundation were famous, international marketing, international perspectives, rehearsals
- 3) The chairman of the foundation making final decision

Keywords: private sponsorship of motivation, professional dance groups, consistency decision model.

謝誌

終於，來到碩士生涯的最後一個步驟，呼～！

這份論文的產生，最重要也是最感謝的是指導教授陳碧涵博士，在我感到困惑時為我解惑釐清問題，並培養我獨立思考、發掘問題、解決問題的能力；此外，感謝口試委員蔡麗華主任與黃彥翔主任給予我許多寶貴意見，讓我的論文更加完善，在此獻上最深的謝意。

這兩年的碩士生涯，要感謝的人還有很多，一起努力的同學們，不論是兩年、六年或是九年的同窗，還好有妳們的加油打氣與陪伴，讓我有繼續前進的動力，團結力量大是我們最貼切的形容，竺萱、冠、青樺我們說好一起畢業，我們真的做到了！瑋婷、珮瑜、雪茹、婉茹接下來就換你們精湛的畢業製作囉；除了同儕之外，還要感謝系上主任、老師及助教的協助與教導，讓我在臺灣體育學院舞蹈系這個家庭裡學習、成長；接下來，要感謝身邊不停督促我的你，在我怠惰時推我向前，就算爭吵也在所不惜，在心靈與精神上一路陪伴著我；最後，感謝我的父母，讓我無後顧之憂的完成學業，在我情緒不穩定時忍耐我的脾氣，謝謝您們。

這一刻，心頭五味雜陳，交出這份論文，完成這份學業，完成自己心中的夢想，18年的學生生涯也將告一段落，最後的學生身分讓我份外珍惜，不管未來如何，會不會再重拾課本，誰知道；接下來要面臨更多的現實與挑戰，加油！

佳韻 2010/07

目錄

中文摘要

英文摘要

謝誌

目錄

圖目錄

表目錄

第一章 緒論

第一節	研究背景與動機	1
第二節	研究目的與問題	6
第三節	研究方法	6
第四節	研究範圍與限制	7
第五節	名詞釋義	8

第二章 文獻探討

第一節	企業贊助的意涵與動機	9
第二節	企業贊助的類型	17
第三節	企業贊助舞蹈演出團體的現況	21
第四節	企業贊助的決策模式與贊助行為	26

第三章	研究方法	
第一節	研究方法	33
第二節	研究設計	36
第三節	研究對象	38
第四節	研究資料蒐集與分析	41
第五節	研究可信任	42
第六節	研究流程	46
第七節	研究資料處理與分析	48
第四章	結果與討論	
第一節	研究結果與發現	49
第二節	綜合討論	56
第五章	結論與建議	
第一節	結論	66
第二節	建議	69
參考文獻		73
附錄一		81
附錄二		82
附錄三		89
附錄四		90

圖目錄

圖 1	1999-2007 年間曾贊助舞蹈演出團體的企業	22
圖 2	1999-2007 年間企業贊助舞蹈演出團體次數	23
圖 3	1999-2007 年間舞蹈演出團體受贊助次數	24
圖 4	企業參與贊助的決策模式	30
圖 5	研究架構圖	37
圖 6	研究資料多元檢核	44
圖 7	研究流程圖	46
圖 8	永齡教育慈善基金會組織架構概略圖	52
圖 9	永齡教育慈善基金會參與贊助的決策模式圖	54

表目錄

表 1	國外研究者對企業贊助意涵的定義	10
表 2	國內研究者對企業贊助意涵的定義	12
表 3	企業贊助的類型	18
表 4	資料分類編號一覽表	41
表 5	參與研究專家背景	45

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

隨著臺灣經濟起飛，國人平均所得增加，生活水準日益提升，周休二日施行後，休閒時間增加，人們可以從事更多的活動以享受並提升生活品質，如有人到郊外踏青，也有人選擇觀賞演出，不僅能放鬆身心亦能增加藝文涵養。根據行政院文化建設委員會（2009）網路資料統計，參與藝文活動的出席人次：2006年有11萬5千426人次、2007年為12萬0,794人次，而2008年則增加至13萬7千351人次，由此可知參與藝文活動的民眾逐年成長中。藝術是人類文化的具體象徵，也是一個國家及民族特質的表徵，更是個人高層次精神生活所必需（樓永堅，2005）。

表演藝術展演中，除了戲劇、音樂外，還有舞蹈的演出，文建會（2009）也指出，2006年音樂演出有7230場，戲劇演出有2581場，舞蹈演出有1515場；2007年音樂演出有7561場，戲劇演出有2756場，舞蹈演出有1558場；2008年音樂演出有8204場，戲劇演出有3537場，舞蹈演出有1548場；音樂與戲劇類表演場次逐年均呈增加狀態；唯舞蹈類於2008年場次下降，而且與其他二類型的演出場次比較起來，舞蹈演出場次都是最少的，皆僅有一千餘場，其原因值得探討。

從事藝文活動的團體數目不斷地增加，同業內競爭的壓力倍增，加上目前臺灣社會尚無法提供成熟的藝文環境，因此，經營此業之團體在經費來源上穩定性不足，經費的運用

上也顯得捉襟見肘（王怡瑜、夏學理，1999）；以人力密集為特質的表演藝術團體，龐大的人事費用支出是團體中最大的負擔，更遑論必須應付每年度的演出製作成本，單憑每場表演的入場券收入與政府微薄的補助款，財務收支往往處於無法平衡之狀態（陳怜奴，2005）。一般而言，大多數藝文團體的營運經費來源除門票收入及應邀演出費外，還需要政府相關單位的補助或社會大眾的捐獻與贊助，才能足以應付團體的正常開支（陳以亨，2001）。現今，臺灣舞蹈團體的經費來源主要可分為，一、業務收入；二、政府補助；三、企業贊助三大類（劉安可，2006）。業務收入主要有票房收入或舞團演出相關週邊商品販售，例如：節目冊、演出節目光碟、紀念衣服、書籍、開班授課等等；政府補助單位常見的有行政院文化建設委員會、國家文化藝術基金會、外交部、各縣市文化中心等等；贊助則有企業贊助與個人贊助，企業贊助指的是，企業以公司名義實行贊助行動；個人贊助指的是，以個人名義進行贊助。

研究者在參與舞蹈演出或觀賞舞蹈表演過程中發現，並非每個舞蹈演出團體的每場演出都能有好的票房收入，而其觀眾群常常是演出者的親朋好友、老師或舞蹈相關領域人士，其年齡層也多為青年與中年人；只有在知名度較高的舞蹈團體演出時才能吸引到較多非舞蹈領域人士前往觀賞，或其觀眾的年齡層擴大到少年至中老年人。因此，新興舞團及知名度較低的舞蹈演出團體常面臨營運危機，在欲積極開發新觀眾的同時，爭取企業贊助亦是讓舞蹈演出團體可以繼續運作的管道之一，近年來觀察到部分私人企業亦開始進行對

藝文團體或藝文活動的贊助，舞蹈演出團體亦是其贊助的對象之一。

不論是國內外都有許多企業贊助藝文團體與活動的實例，例如：美國的洛克斐勒基金會長期贊助許多紐約市具指標性及代表性的藝文團體及藝術活動，如林肯中心、現代藝術博物館、創意資本及翠貝卡電影學院，也曾贊助過瑪莎葛蘭姆舞團；在臺灣，國泰金融集團從1996年起贊助雲門舞集戶外公演；台新銀行文教基金會於2002年開辦的台新藝術獎，藉由全年的觀察比較推舉出當年最具代表性的展演作品，繼而邀請國際重量級藝文人士決選出得獎者。獎項分別有「年度表演藝術」與「年度視覺藝術」大獎，以及「評審團特別獎」，評選範圍涵括了視覺、表演及跨領域藝術活動。企業贊助也不僅有經費的挹注，國內也有許多藝術愛好的企業家，因為喜愛藝術進而成立博物館或是藝術基金會，例如：鴻禧企業的「鴻禧美術館」、山集團的「山美術館」以及奇美實業的「奇美博物館」與「奇美文化基金會」。奇美實業股份有限公司贊助成立財團法人臺南市奇美文化基金會及奇美博物館；奇美博物館除蒐藏藝術品、免費外借美術館與文化中心等社教機構展覽以及提供所收藏的名小提琴給需要參加演奏會或國際性音樂大賽的演奏家使用外，每年也贊助三十萬元給臺南縣文化局舉辦南瀛美展。除此之外，企業贊助藝文的方式越來越多元，例如選擇經營一個藝文展演空間，目前由企業經營的藝文展演空間有：廣達電腦的廣藝廳、金車企業的金車文化中心、皇冠文化集團的皇冠小劇場以及由中國信託商業銀行獨資營運的新舞台，都是企業想要長期、深入參與藝文事務的表現。

除了企業贊助之外，政府在政策上也推動藝文活動的發展與鼓勵企業參與藝文活動的，如：行政院文化建設委員會為運用民間力量，協助推動文化工作，依據「獎勵出資獎勵文化藝術事業者辦法」，舉辦「文馨獎表揚活動」，藉以感謝出資贊助文化藝術事業之企業、團體及個人，期望結合政府與民間的力量，共同營造優質的文化藝術環境。政府為鼓勵非營利組織從事各項公益活動，給予非營利組織各種優惠獎勵制度，在稅目上給予減免優惠。根據「臺灣民間參與文化事務的稅賦現況及優惠措施」，對於民間參與文化事務之營業稅、娛樂稅、土地稅及房屋稅、所得稅、貨物稅、印花稅、遺產稅及贈與稅等均有減免。

但大部分受到企業贊助的舞蹈演出團體本身已有很高知名度，而新興團體及知名度較低的團體依然無法獲得企業贊助，而知名度較低的舞蹈演出團體要如何永續經營？如何能讓營運經費能有穩定的來源？除了票房及週邊商品販售增加收入及政府補助以外，要如何獲得企業贊助？而這個現象令人不禁要問：企業贊助的動機與目的為何？它們贊助的規準、決策與行為模式為何？要如何才能使舞蹈演出團體順利得到企業的贊助？如何可以創造出企業與舞蹈演出團體雙贏互利的情勢？

環顧國內目前之論文研究成果，部分研究者曾針對企業對公益活動或藝文活動的贊助進行探討，但尚無研究者針對企業贊助舞蹈演出團體進行探討。研究者認為這是一個相當值得深入探究的議題，期望藉了解長期贊助舞蹈演出團體的永齡教育慈善基金會個案，針對其以民間私人企業身分贊助舞蹈演出團體之動機、影響因素、決策模式與過程等議題進

行深入探究，將研究個案所呈現的參與贊助決定性關鍵要素加以耙梳並提出可行之建議，做為日後舞蹈演出團體在爭取經費贊助、開拓經營資源時的參考。

第二節 研究目的與問題

一、研究目的

根據以上之研究動機，本研究欲藉由個案探討方式，了解臺灣私人企業贊助舞蹈演出團體的動機、影響贊助的因素及贊助的決策模式。

二、研究問題

依照上述研究目的發展出下列三項問題：

- (一) 企業贊助舞蹈演出團體的動機為何？
- (二) 企業贊助舞蹈演出團體的影響因素為何？
- (三) 企業贊助舞蹈演出團體的決策模式為何？

第三節 研究方法

本研究採個案研究法以深度訪談方式進行，在研究個案選定前，先以網頁資料篩選出國內曾贊助舞蹈演出團體之私人企業，再由其中挑選一個企業，針對其贊助舞蹈演出團體之相關動機、影響因素與決策模式等舉措進行訪談。

本研究將深度訪談所得之資料、訪談日誌及文件等，以質性資料分析進行編號分類，歸納整理出與本研究相關之議題，撰寫成論文。詳細研究步驟與方法見第三章。

第四節 研究範圍與限制

一、研究範圍

本研究以永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體之行為措施為主，不涉及其對公益活動之贊助與藝文活動之贊助內容。

二、研究限制

本研究之研究限制包括以下三點：

- (一) 影響企業贊助之因素可能為贊助企業本身形象、受贊助之舞蹈團體之形象等。本研究由企業觀點分析其贊助行為，故無法推論其對於其他活動之參與行為。
- (二) 本研究僅以永齡教育慈善基金會為研究對象，因此結論僅有部分適用或無法適用於其他企業贊助行為之推論。
- (三) 本研究以研究者所能接觸之受訪問者及其文件觀點作為第一手資料取得，而受訪者所表達之觀點是否全然完整，是否因涉及其企業內部不願透露之資料則無法全權掌握。

第五節 名詞釋義

一、贊助

本研究指的是一種交換過程 (exchanging process)，不論雙方在贊助過程中分別採主動或被動之勢，皆為一種雙贏 (win-win) 的公共關係活動。

二、表演藝術

本研究指的是對第三者進行公開展演之戲劇、音樂及舞蹈表現。

三、舞蹈演出團體

本研究指的是以舞蹈形式對第三者進行公開展演團隊。

四、影響參與因素

本研究指的是影響企業是否給予舞蹈演出團體贊助的考量因素。

五、權變決策模式

本研究指的是企業的贊助決策小組因為組織成員、贊助項目、贊助類型、贊助預算或贊助活動性質的不同而附帶考量的因素有所異動，造成決策模式相對的改變狀態，而決策小組在這些改變中隨機應變保持平衡。

第二章 文獻探討

贊助與行銷之本質相似，皆是一種互動的利益交換過程（陳冠宇，2007）。企業贊助常見的有運動贊助、公益贊助、藝文贊助等；臺灣企業眾多，曾贊助表演藝術團體的企業類型例如：金融壽險業、電腦及其週邊設備製造業、通訊電信業、半導體業等類型。

由於國內對於舞蹈演出團體贊助相關研究甚少，故本章探討文獻擴大至表演藝術贊助、藝文活動贊助或公益活動贊助範圍。本章有三節，依序論述企業贊助之意涵與動機、企業贊助的類型與企業贊助之決策模式與贊助行為。本章文獻包含網路資料、相關碩博士論文及國內外期刊與書籍等；因欲探討國內企業贊助現況，因此研究對象以國內為主；決策模式則參考國內學者別蓮蒂、游舒惠在2002年所提出的企業參與公益活動之決策模式為主。

第一節 企業贊助的意涵與動機

企業贊助藝文活動是善的表現，屬於公益活動的一種，目前在學術界與企業界已將其廣泛解釋為公益贊助行為之一（洪昌銘，1999）。研究者將國內外研究中關於企業贊助之定義，整理如下：

表 1 國外研究者對企業贊助意涵的定義

研究者	時間與出處	意涵
D. M. Sandler & D. Shani	1989/ Who gets the gold? <i>Journal of Advertising Research</i> , 11, 9-4.	贊助是企業提供資源（例如：金錢、人員、設備），以組織執行各項事件或活動，用以換取企業與該項事件或活動的直接關係，並藉由這種關係來達成企業的行銷或媒體目標。
T. Meenaghan	1991/ Sponsorship-Legitimising the medium. <i>European Journal of Marketing</i> , Vol.25(11), 5-10.	贊助是一種投資，可以用金錢或物質上的形式，對於某一特定活動進行投資，而它所獲得的回報則是取得經由這些活動所產生的商業機會。

表 1 (續)

研究者	時間與出處	意涵
G. Javalgi Rajshekhar, Traylor Mark B. & C. Gross Andrew, & Edward Lampman	1994/ An empirical investigation. <i>Journal of Advertising</i> , 23(4), 47-58	贊助是一種對特殊活動的承保，藉此提高公司形象、增加品牌知名度或直接刺激產品銷售和服務以支持公司的營運目標。
R. E. McCarville & R.P.Copeland,	1994/ Understanding sport sponsorship through exchange theory. <i>Journal of Sport Gement</i> , 8, 102-114.	贊助是一種交換過程。包括有形的資源如：金錢、物資，或無形的資源如：地位、技術、服務等。贊助者與被贊助者雙方在這交換的過程中達到共存的關係。而在贊助中，不管是處於主動或被動狀態，都是一種雙贏 (win-win)。

資料來源：研究者彙整

表 2 國內研究者對企業贊助意涵的定義

研究者	時間與出處	意涵
劉念寧	1990/ 大型企業贊助公益活動之研究。 未出版碩士論文，臺灣大學，臺北市。	企業扮演了參與者的角色，指企業以提供金錢、實務或是勞務的方式主辦、參與或協助教育、藝文、體育、保健、環保或社會關懷等活動，但不包括企業家以個人名義進行者。
康永華	1991/ 企業公益形象與消費者行為之研究。 未出版碩士論文，國立交通大學，新竹市。	增進社會福祉或提升企業形象，藉由提供金錢或勞務，對他人表達善意，對社會做有意義的貢獻，形式上則可能是環保、社會福利、體育活動、文化藝術、保健等活動。
王麗容	1993/ 企(職)業福利的雙元性格和其組織性功能。 社會科學論叢，41，63-80。	企業希望透過贊助公益活動所扮演的社會角色，為企業換取「財務面」的績效。

表 2 (續)

研究者	時間與出處	意涵
陳媽如	1993/ 從企業公益贊助探討社會福利機構可行的勸募策略。 未出版碩士論文，東吳大學，臺北市。	企業可藉由掛名主辦、協辦或贊助名義等方式來參與贊助活動，其所提供的贊助資源可以區分為金錢、實務或服務。
夏學理、 凌公山、 陳媛	1998/ 文化行政。 臺北：五南。	企業贊助除了指經費上的直接挹注，還包括人力、物力、法令之配合等資源的提供與服務。
蘇衍如	1999/ 大眾傳播媒體贊助公益活動之決策及其影響因素之研究。 未出版碩士論文，天主教輔仁大學，臺北縣。	企業在社會上擁有強大的權力和能力，企業組織被社會的道德規範要求做出助人行為，在社會期望下的企業必須從事助人行為。

表 2 (續)

研究者	時間與出處	意涵
林瑩滋	1999/ 臺灣企業贊助藝文活動之動機與決策模式之研究。未出版碩士論文，國立中山大學，高雄市。	企業界與學術界多將企業贊助藝文活動視為公益行為的表現，不論有形無形的資源都是公益活動的範圍。
陳雅妮	2006/ 臺灣金控贊助藝文行為模式之研究-以富邦、建華、台新與中信四家為例。未出版碩士論文，國立中山大學，高雄市。	企業贊助是企業基於某種動機而提供其資源以參加對於社會公益有貢獻的活動。

資料來源：研究者彙整

歸納上述研究者的觀點，本研究中對贊助的定義界定為，贊助是一種交換過程 (exchanging process)，不論雙方在贊助過程中分別採主動或被動之勢，皆為一種雙贏 (win-win) 的公共關係活動。企業以提供無論是金錢或其他型式之贊助給團體，藉此提升企業形象、回饋社會或是淺移默化的進行行銷，無論企業的贊助目的與動機為何，企業與被贊助團體都可各取所需，形成互惠。

企業對國家而言，是相當重要的民間力量，而藝文建設的良窳更是國家文明進展的重要指標，一向為各國所重視(李正傑，1998)。企業贊助藝文活動，除有助藝文活動的推廣及藝文團體的發展，對企業本身也有益處(陳以亨，2001)。

i. 企業贊助的動機

企業在贊助體育活動之主要動機，在於「建立企業形象」；但對於藝術類活動，卻是「表達對社會的回饋」(談珮與夏學理，1995)；企業社會責任則是指企業營運行動必須合於社會道德行為(高希均、林宜諄，2008)；企業希望藉由贊助活動，來達到公關、宣傳、產品銷售等行銷目標(程紹同，2001)。企業贊助的動機多來自於社會心理學的「助人行為」、「交換理論」與「社會的企業責任」觀點(陳靜婷，1999)。其中助人行為包括了利他性及利己性。利他性指的是企業贊助之利他動機，包括企業應善盡社會責任：取之社會、用之社會、改善社區環境、支持公益團體理念與做法、發自內心的道德感等(劉安可，2006)；利己性指的是企業贊助之利己動機，利己性動機則是企業希望藉由贊助活動，來達到公關、宣傳、產品效售等行銷目標(程紹同，2001)，也就是從贊助團體獲得利益與回饋。因此，企業贊助中的利他性及利己性動機指的是，企業在贊助過程中，無論是為了善盡企業社會責任或希望從贊助團體獲得利益與回饋，對於企業與被贊助團體都是雙贏的公共關係。本研究將針對企業的贊助動機，利他性動機、利己性動己及企業社會責任進行探討；利己性動機則以交換理論為代表。

交換理論 (exchange theory)

交換理論意指兩個團體利益交換的過程；社會交換關係有三種：第一種為談判或協商 (negotiation) 交易，雙方在有條件之下彼此進行交換；第二種為贈送禮物或執行某種利他行為，較強調一方的貢獻；第三種則為合作型 (incorporation) 的交換關係 (楊棍智，2002)。由以上觀點出發，企業贊助的行為不僅是一項付出而已，企業亦可從贊助中獲得好處。

本研究將針對企業贊助的利己性動機中交換理論進行探討，對贊助與被贊助者之間的關係，屬談判協商型、強調一方的貢獻或是合作型關係進行探究。

ii. 企業社會責任 (corporate social responsibility)

廣義來說，企業社會責任是指企業除了追求股東的最大利益外，還必須同時兼顧到其他利害關係人的權益，包括員工、消費者、供應商、社區與環境等等。根據世界企業永續發展委員會 (World Business Council for Sustainable Development) 的說法，企業社會責任是「企業承諾持續遵守道德規範，為經濟發展做出貢獻，並且改善員工及其家庭、當地整體社區、社會的生活品質」(高希均、林宜諄，2008)。因此，企業社會責任指的是企業除了追求利益以外，還需兼顧其他利益關係人的權益及負起改善當地社會環境的責任。

第五節 企業贊助的類型

企業贊助藝文活動的類型除了經費的直接挹注之外，還包括人力的支援、物力的提供、法令的配合等（夏學理、凌公山與陳媛，1998）。大致上從物質上、實質上與人力上的贊助予以分類；從塑造企業形象的角度觀察藝文活動贊助，企業贊助的方式相當多元；羅寶珠（2004）將企業贊助的類型分為金錢贈與、場地租借、產品與服務提供、人力支援四類；鄭美華（2008）指出，企業贊助常見的類型有：（一）以經費贊助藝文活動；（二）以產品贊助藝文活動；（三）協助藝文團體管理經營；（四）藝企合作模式共同策劃；（五）提供藝文展演場地設施；（六）結合活動受邀演出；（七）投身商業廣告；（八）互創利基的研習課程等八類（頁 14-15）。企業贊助藝文的方式越來越多元，除了最常見的經費贊助外，選擇經營一個藝文展演空間，也意謂著該企業想要長期、深入參與藝文事務的決心；例如：廣達集團的「廣藝廳」、金車企業的「金車文藝中心」、中國信託的「新舞臺」以及黃冠文化集團的「皇冠小劇場」，都是企業所支持、經營的藝文展演空間。研究者將 1993 年至 2008 年間國內研究者對企業贊助類型的界定，整理如表 3：

表 3 企業贊助的類型

研究者	時間與出處	贊助類型
陳媽如	1993/ 從企業公益贊助探討社會福利機構可行的勸募策略。未出版碩士論文，東吳大學，臺北市。	(一) 金錢 (二) 公司產品 (三) 整合型式 (四) 人力或技術 (五) 非公司產品
楊炳韋	1995/ 企業贊助公益活動行為之研究。未出版碩士論文，政治大學，臺北市。	(一) 金錢 (二) 實物 (三) 服務
夏學理、凌公山與陳媛	1998/ 文化行政。臺北：五南。	(一) 經費上的直接挹注 (二) 人力、物力、法令等資源的提供與服務
鄭展瑋	1999/ 企業贊助文化藝術事業之研究。未出版碩士論文，臺灣大學，臺北市。	(一) 金錢贊助 (二) 人力支援 (三) 公司產品或服務 (四) 非公司之財物

表 3 (續)

研究者	時間與出處	贊助類型
林瑩滋	2000/ 臺灣企業贊助藝文活動之動機與決策模式之研究。未出版碩士論文，國立中山大學，高雄市。	(一) 金錢 (二) 公司產品 (三) 非公司產品 (四) 人力支援或服務 (五) 場地 (六) 整合型式
羅寶珠	2004/ 臺灣企業贊助藝文管道之研究－藝術與企業媒合平台組織之建置與發展。未出版碩士論文，東海大學，臺中市。	(一) 金錢贈與 (二) 場地租借 (三) 產品與服務提供 (四) 人力支援
鄭美華	2008/ 藝文贊助政策之釐訂與執行之研究。通識研究集刊，14，1-22。	(一) 以經費贊助藝文活動 (二) 以產品贊助藝文活動 (三) 協助藝文團體管理經營 (四) 藝企合作模式共同策劃 (五) 提供藝文展演場地設施 (六) 結合活動受邀演出 (七) 投身商業廣告 (八) 互創利基的研習課程

資料來源：研究者彙整

綜合國內研究者對企業贊助類型之界定，不論研究者將企業贊助的類型分成幾個部分，大致上不外乎為物質上、實質上與人力上。本研究將贊助的類型分為五類：金錢贊助、人力或服務支援、產品贊助、場地提供與整合型式（包含上述型式兩種或兩種以上）。

第三節 企業贊助舞蹈演出團體的現況

根據文馨獎網路資料顯示，在 1999 年-2007 年曾贊助舞蹈演出團體的臺灣私人企業共有 52 家，曾贊助表演藝術團體的企業類別有：金融壽險業、半導體業、基金會、建築業、電腦及其週邊設備、傳產/製造（機械相關）、電信相關業、飲料業、創投業、育樂用品製造業、文化事業出版業、百貨業、鞋類/布類/服飾品零售業、綜合商品批發代理業（<http://www.ncafroc.org.tw/9thwenxin/awards-lista.htm>）。臺灣目前最常見的贊助類型為金錢贊助；臺灣私人企業贊助舞蹈團體情形如下圖所示：

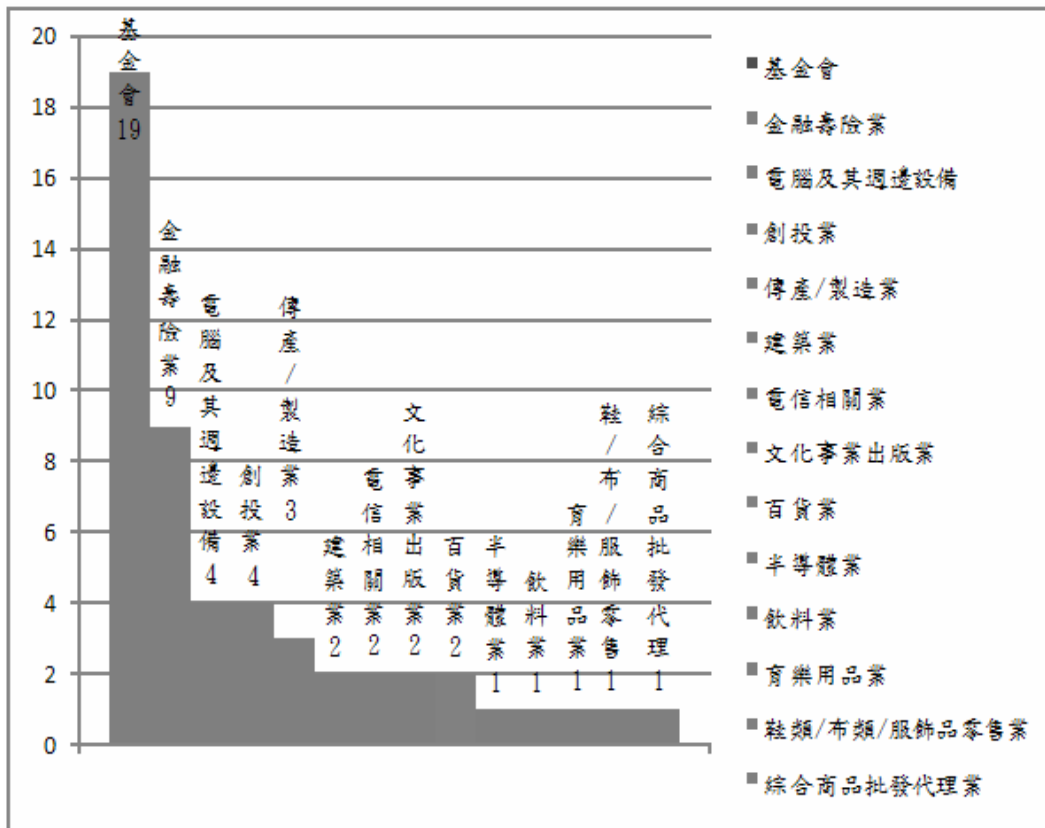


圖 1 1997-2007 年間曾贊助舞蹈演出團體的企業

資料來源：研究者彙整

經由研究者彙整，在 1999-2007 年間曾贊助舞蹈演出團體並獲頒文馨獎的企業公有 52 家，分別為基金會 19 家、金融壽險業 9 家、電腦及其週邊設備 4 家、創投業 4 家、傳產/製造（機械相關）3 家、建築業 2 家、電信相關業 2 家、文化事業出版業 2 家、百貨業 2 家、半導體業 1 家、飲料業 1 家、育樂用品製造業 1 家、鞋類/布類/服飾品零售業 1 家、綜合商品批發代理業 1 家。

在 1999-2007 年間企業贊助舞蹈演出團體的次數如下：

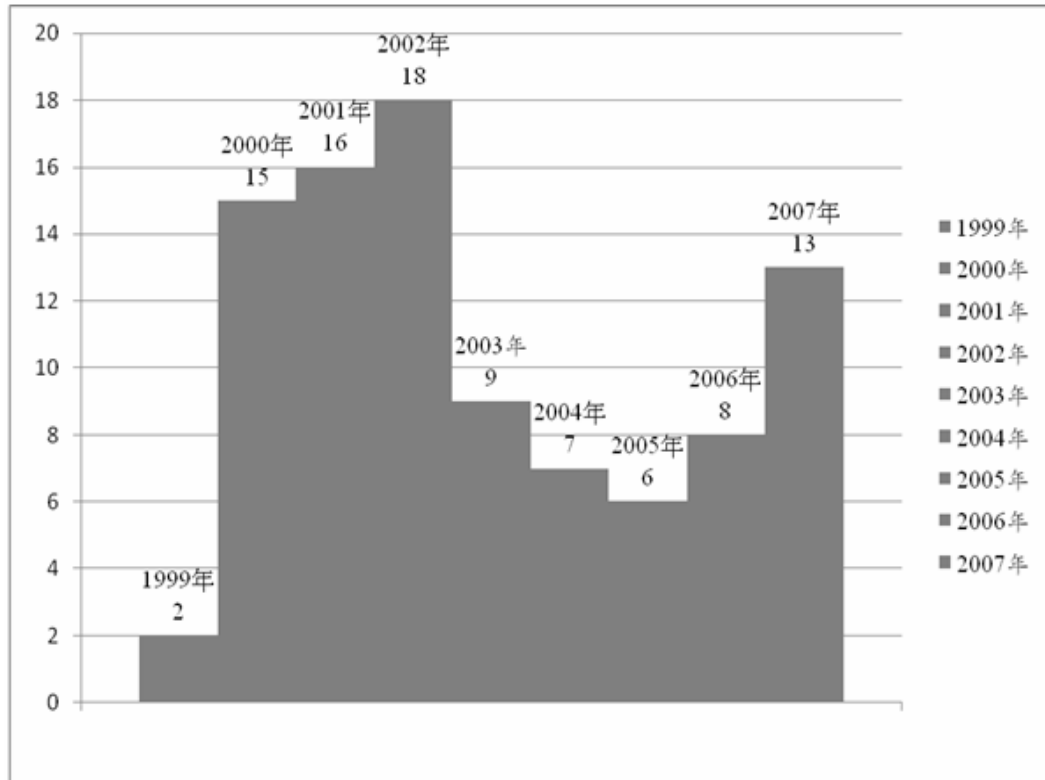


圖 2 1999-2007 年間企業贊助舞蹈演出團體次數

資料來源：研究者彙整

在 1999-2007 年間企業贊助舞蹈演出團體次數共有 94 次；其中 2002 年為最多企業贊助舞蹈演出團體的一年共有 18 家，其次為 2001 年 16 家，2000 年 15 家，接下來依序為 2007 年 13 家，2003 年 9 家，2006 年 8 家，2004 年 7 家，2005 年 6 家，企業贊助舞蹈演出團體最少的一年為 1999 年的 2 家企業參與贊助。

在 1999-2007 年間舞蹈演出團體受贊助情形整理如下：

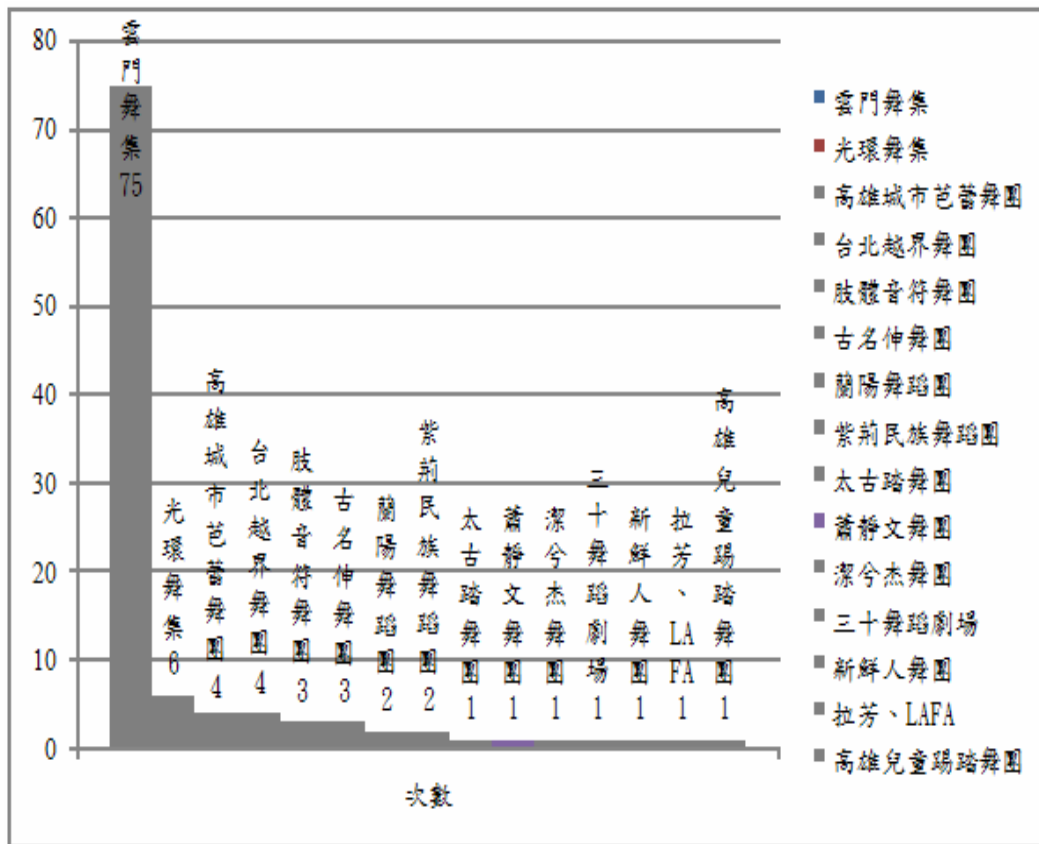


圖 3 1999-2007 年間舞蹈演出團體受贊助次數

資料來源：研究者彙整

在 1999-2007 年間舞蹈演出團體受企業贊助的次數為 106 次，共有 15 個舞蹈演出團體曾受到企業贊助，其中雲門舞集曾受到 75 次的企業贊助，其次為光環舞集 6 次，高雄市芭蕾舞團與台北越界舞團 4 次，肢體音符舞團與古名伸舞團各為 3 次，受過企業贊助 1 次的有 7 個舞蹈演出團體。

在眾多私人企業中，曾贊助舞蹈演出團體的基金會有 19 家，其次為金融壽險業有 9 家，第三位為電腦及其週邊設備及創投業各為 4 家。

高雄城市芭蕾舞團從 1999 年起接受大田精密工業股份有限公司贊助達四年；瑞士商菲利普莫理斯（股）公司臺灣分公司在 2000 年至 2002 年連續三年贊助光環舞蹈團、台北越界舞團以及古名伸舞團。在 1999-2007 年間曾受到企業贊助的舞蹈演出團體中，雲門舞集於曾接受 41 家企業贊助，受贊助次數為 75 次，為最多企業贊助的對象；在眾多曾贊助雲門舞集的企業中，例如：國泰人壽保險（股）公司、廣達電腦股份有限公司、臺灣積體電路製造股份有限公司、永齡教育慈善基金會等等都曾贊助雲門舞集，其中永齡教育慈善基金會從 2003 年起至 2007 年連續贊助雲門舞集達五年。

除了曾贊助藝文團體而獲頒文馨獎的企業之外，國內尚有許多社團、私人或其他團體曾贊助舞蹈演出團體，例如：國光客運及義光育幼院曾贊助台北民族舞團、花旗臺灣區總裁利明獻曾贊助舞蹈家許芳宜。但本研究僅以曾贊助舞蹈演出團體並獲頒文馨獎的企業為主，故社團、私人或其他團體贊助舞蹈演出團體的行為則不加以論述。

第四節 企業贊助的決策模式與贊助行為

企業參與公益活動的決策模式包含動機、影響參與因素、決策考量因素等（別蓮蒂、游舒惠，2002）。企業在決定贊助前，除贊助動機外，企業會依其贊助標準先進行評估是否參與贊助、而後將考量贊助的方式和效果，以決定採取的贊助行為，這些決策過程具有權變式的屬性，以暫時性狀態存在影響評估與運作，直到決策形成為止。

研究者認為企業贊助決策過程中除了贊助動機以外，尚有影響參與因素及決策考量因素。影響參與因素包含與活動相關因素及與組織相關因素。與活動相關因素：過去經驗、活動的社會顯著性、活動與企業的關聯性等；與組織相關因素：企業組織的規模、企業資源的多寡、高階主管的涉入程度等；企業參與贊助形成決策時考量的因素包括：受益對象、活動類型、參與型式、負責單位。這整個企業參與贊助的決策模式的屬性是一種暫時性的組織狀態，直到將採取的贊助行為形成決策時為止。有關企業贊助的評估準則、企業贊助的決策模式與權變決策架構將細述如下。

一、企業贊助的評估準則

大部分企業在公益贊助上多扮演被動而非主動角色，也就是被動接受外面非營利或公益機構的贊助申請（陳媽如，1993）。談珮、夏理學（1995）針對臺灣工商企業界對表演藝術團體贊助態度做研究的調查發現，企業評估標準依序為藝術團體表演水準、藝術團體的社會名譽、與企業的形象是否

相符及人脈關係等。企業在評估贊助申請案時，對於請求贊助者的聲譽皆會列為評估的準則，此結果可佐證企業以提升企業形象為重要的贊助動機（林瑩滋，1999）。鄭展璋（1990）指出，企業選擇贊助方案的評估標準為贊助方案與企業之理念、文化和目標的配合程度，贊助方案是否切合社會需要，被贊助者的聲譽，是否能讓員工、顧客、公司受惠，贊助方案受媒體矚目程度，高階主管的理念偏好，先前的合作經驗等。從上述顯示，企業在評估是否予以贊助時，被贊助者的聲譽及是否提升公司形象皆會列為評估準則。

二、企業贊助的決策模式

決策，指的是做出決定或選擇。決策者做決定之前，往往面臨不同的方案和選擇、以及有關其決定後果的某種程度上的不確定性；決策者需要對各種選擇的利弊、風險做出權衡，以期達到最優的決策結果。決策過程即是指決策者思考應否做什麼，及如何抉擇的過程（郭瑾瑜，1996）。

決策過程中，包含企業贊助的動機；影響參與與否的因素，如：過去的贊助經驗、活動的社會顯著性、活動與企業的關聯性、企業組織的規模、企業資源的多寡與高階主管的涉入程度；形成決策時考量的因素，如：受益對象、活動類型、參與型式、負責單位等，都會影響最後的贊助決定與贊助行為。

(一) 動機

可分為行銷目的與非行銷目的、利他動機與利己性以及企業社會責任。

(二) 影響參與因素

1、與活動相關的因素

(1) 過去經驗

指的是企業過去參與活動的成效或活動過程愉快與否，都會影響企業日後的策略與贊助的考量。

(2) 活動的社會顯著性

指的是該活動是否可以引起社會大眾的認同；企業通常對大規模的公益活動、熱門的議題贊助意願較高（陳媽如，1993）。

(3) 活動與企業的關聯性

企業若將贊助視為行銷活動的一環，應選擇與本身較有關聯性的活動或議題，例如企業形象、定位、目標市場與活動之間的關聯性。

2、與組織相關的因素

(1) 企業組織的規模

企業規模越大，參與贊助的金額便會越多。通常大型企業對活動的贊助是有持續有計畫且不受盈餘多寡影響。

(2) 企業資源的多寡

企業的盈餘越多，贊助活動的金額預算就越多，組織有充分資源，可視為企業參與活動的前提條件。

(3) 高階主管涉入程度

高階主管對企業決策的影響往往是全面、多元的，在參與活動上，亦能看見高階主管的重要影響。

(三) 決策考量因素

1、受益對象

企業在參與活動時，受益對象可分為一般社會大眾及特定機構兩類，特定機構如社福機構、學術團體、體育團體或藝術團體等等。

2、活動類型

指的是贊助的活動類型可分為環境保育、社會福利、學術教育、社區營造、體育活動、醫療保健及藝術文化。

3、參與型式

指的是企業贊助的類型，如：金錢贊助、人力資源等類型的贊助。

4、負責單位

從組織資源分配方式，可看出其經營中心與焦點。與大眾接觸程度高之產業，如金融、零售業等，將贊助視為行銷活動，會將決策交由行銷業務部門，而其金額則可能超越贊助金額。

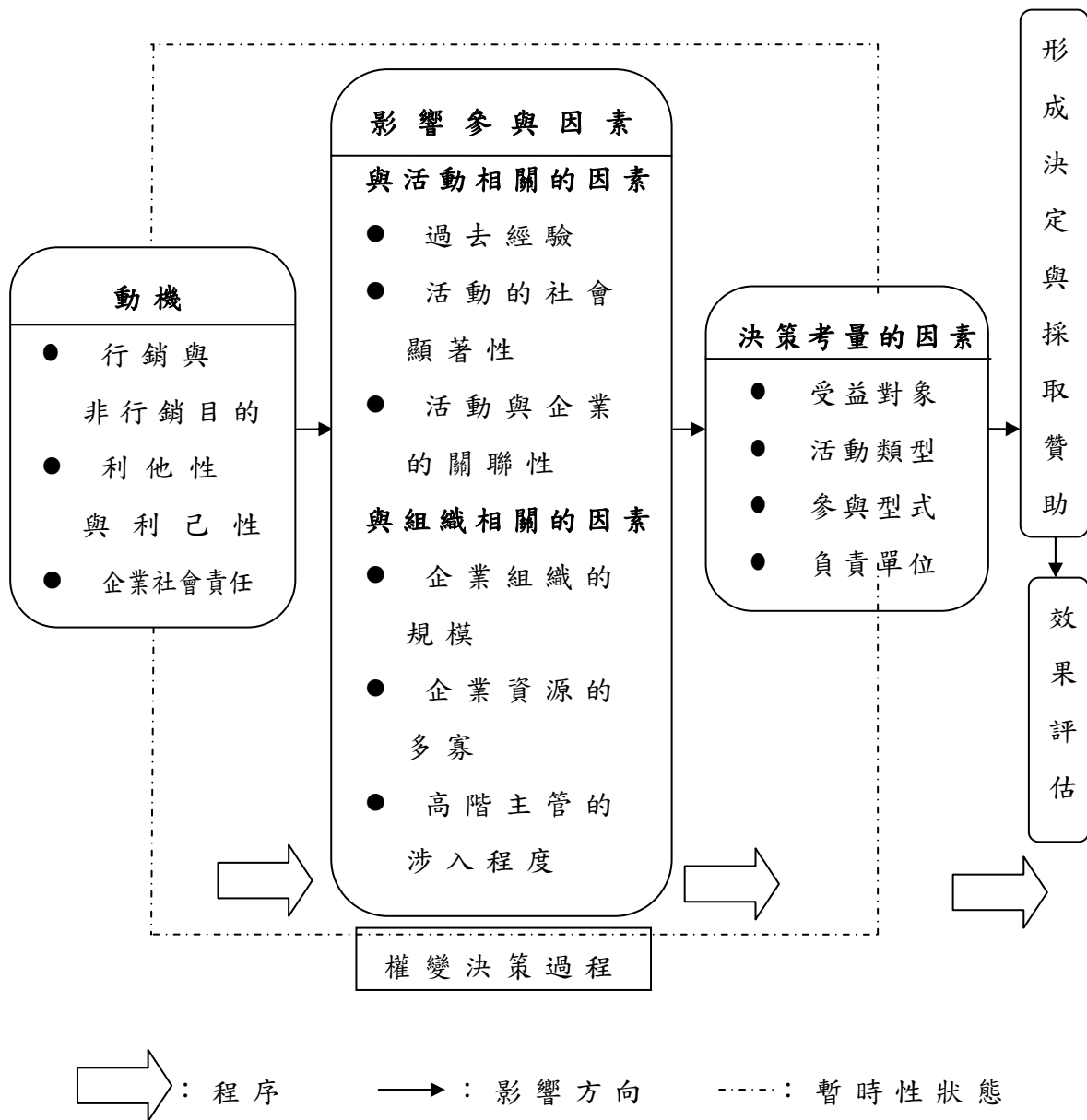


圖 4 企業參與贊助的決策模式

研究者修改自《企業贊助公益活動之動機、決策與影響因素》(別蓮蒂、游舒惠, 2002) p.64

經由文獻歸納，贊助過程中不論是主動或被動，皆是一種利益交換的過程，且雙方都能從中各取所需。企業予以贊助是出自於利他性、利己性及社會責任的動機，企業亦能從贊助過程中獲得好處。企業贊助的決策過程，由動機、影響參與因素及決策考量的因素組成，再到最後形成決定與採取贊助行為及效果評估；企業贊助的決策屬性為暫時性的權變決策狀態，會因為組織內部的不同而有所改變。

本研究認為贊助是指：企業以提供無論是金錢或其他型式之贊助給團體，藉此提升企業形象、回饋社會或是淺移默化進行行銷，不管企業贊助的目的與動機為何，企業與被贊助團體都能從贊助中各取所需，形成一種互惠的關係。在贊助過程中，不論是採取主動或是被動之勢，都是一種雙贏（win-win）的公共關係。企業贊助藝文活動的動機，包含了「利他性動機」、「利己性動機」與「企業社會責任」，利己性動機則以交換理論為代表。企業贊助的類型，包括金錢的挹注、服務的提供、人力或勞力的支援、場地的租借等等，不論是有形資源的提供或是無形人力支援，都可以是企業贊助的型式。

企業在贊助前，除了贊助動機之外，尚需針對影響參與因素及決策考量因素加以考量，影響參與因素中包含了與活動相關的因素：對於過去贊助經驗、活動社會顯著性、活動與企業的關聯性三個因素；而企業組織的規模、企業資源的多寡以及高階主管的涉入程度則為與組織相關因素，亦會對贊助的考量有所影響。在贊助形成決策的考量因素則包括了：受益對象、活動類型、參與型式、負責單位，最後才會形成決策與採取贊助行為及完成贊助後的效果評估。這整個

企業參與贊助的決策模式屬性是一種暫時性的權變決策狀態，直到贊助行為決策為止。本研究在企業贊助舞蹈演出團體的決策分析行為上，採用別蓮蒂、游舒惠在 2002 年提出的企業參與贊助的決策模式進行分析詮釋。

第三章 研究方法

本論文採質性研究之個案研究法，以永齡教育慈善基金會為研究個案，為深度理解企業贊助行為及其細微的決策將進行深度訪談。為提高研究價值，本訪談所得之資料將利用多元資料檢核方式以增加研究之可信賴度。

第一節 研究方法

本研究屬於質性研究，經由文獻資料蒐集與分析後，了解贊助行為與決策模式之相關理論和研究，依研究目的發展出研究問題，再依照欲探討之議題設計半結構式訪談綱要，再針對研究個案進行深度訪談。研究方法詳述如下：

一、文獻蒐集與分析

透過文獻資料的蒐集與閱讀，針對企業在表演藝術贊助、藝文活動贊助或公益活動贊助行為模式中所扮演的角色以及企業贊助的動機加以整理、歸納和分析。文獻來源包括：

- (一) 國內外與本研究相關之書籍、期刊或網路資料。
- (二) 與本研究內容相關之碩、博士論文及研究報告。

二、個案研究法

個案研究為社會科學的研究設計之一、被視為重要的研究方法，應用範圍相當廣泛，可界定為：在某種情況下，有關於個人或特定事務的一種報告。這種報告是指經由主觀的對個人或情境的描述、解釋或評判，並做出直接反應。個案

研究法適用於封閉的情境與想深入了解某一事件時，其採取的手段為深度訪談，讓受訪者在訪談時，能一邊述說出當時的情境，也能一邊有所反思（陳李綢，2005）。

深度訪談

「訪談」可視為是研究者在「尋訪」與「訪問」過程中進行「交談」和「詢問」的一種研究性活動，研究者透過口頭談話方式從被研究者身上蒐集第一手資料。深度訪談時間每次通常會持續一至一個半小時，各次訪談將間隔一段時日，以利研究者與被訪談者各自進行研究事件與議題的回顧、沉澱與省思，訪談的次數依研究需要和受訪者的意願而定。訪談方式可分為三種類型：結構式訪談、半結構式訪談、無結構式訪談（王文科，1990）。

（一）結構式訪談

又稱為「標準化訪談」或「正式訪談」，依照研究問題事先設計具有一定結構的問題進行訪問，通常為是非題及選擇題，由受訪者據以回答，訪談過程完全標準化，若受訪者不明白問題內容時，只能複述問題或以一致的說法解釋。

（二）無結構式訪談

又稱「開放式訪談」或「非標準化訪談」，訪談前預設主題，訪問者或受訪者以聊天的方式針對該主題自由交談。訪問者僅施以少量問題、引導談話方向、營造適當情境讓受訪者不自覺的托出內心的想法為主。此法所需之訪談、傾聽與

主題掌握之技巧難度較高，訪談經驗或技巧較淺之研究者較不適用於採用。

(三) 半結構式訪談

又稱為「半標準化訪談」或「引導式訪談」。半結構式訪談介於結構式與非結構式訪談之間的一種資料蒐集方法，在訪談前就單一主題訂下訪談大綱，並預列若干問題供訪談者以同義重述的方式採用。訪談重點在於明瞭受訪者的看法，所以訪問者會以綱要為本，就訪談的狀況施以不同的形式的開放性問題，引導受訪者針對該主題進行深度陳述。半結構式訪談的優點如下：

- (一) 對特定議題採較開放態度以進行資料蒐集。
- (二) 受訪者在訪談過程中以開放態度反思自己的經驗。
- (三) 研究者愈深入了解個人生活經驗或欲將資料進行比較時，半結構式訪談為最佳運用方式。

基於上述分析，研究者希望讓受訪者能自由回答不受限制，且為避免失去研究焦點或偏離主題，本研究將採用半結構式訪談。預計進行二至三次深度訪談，每次時間約為一小時，並配合受訪者的時間進行調整。

研究者在進行深度訪談前，將詳盡檢閱文獻，並充分研究事項概況，以掌握訪談內容綱要；除此之外，對受訪企業背景也將詳加了解；為訓練研究者之傾聽與問答技巧，將事先模擬訪談問答情境加以練習。

本研究之半結構式訪談綱要如下：

- 一、永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體的動機為何？為什麼？
- 二、永齡教育慈善基金會考量贊助舞蹈演出團體與否的因素為何？與活動相關的因素有哪些？與組織相關的因素有哪些？為什麼？
- 三、永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體時影響決策因素為何？
- 四、永齡教育慈善基金會今後有哪些贊助計畫？舞蹈演出團體應該如何規劃，才較能獲得永齡教育慈善基金會的贊助？

第二節 研究設計

本研究旨於探討企業贊助舞蹈演出團體之動機、影響參因素、決策考量因素與決策過程等四個議題，據此，本研究架構設計如下（圖 5）：

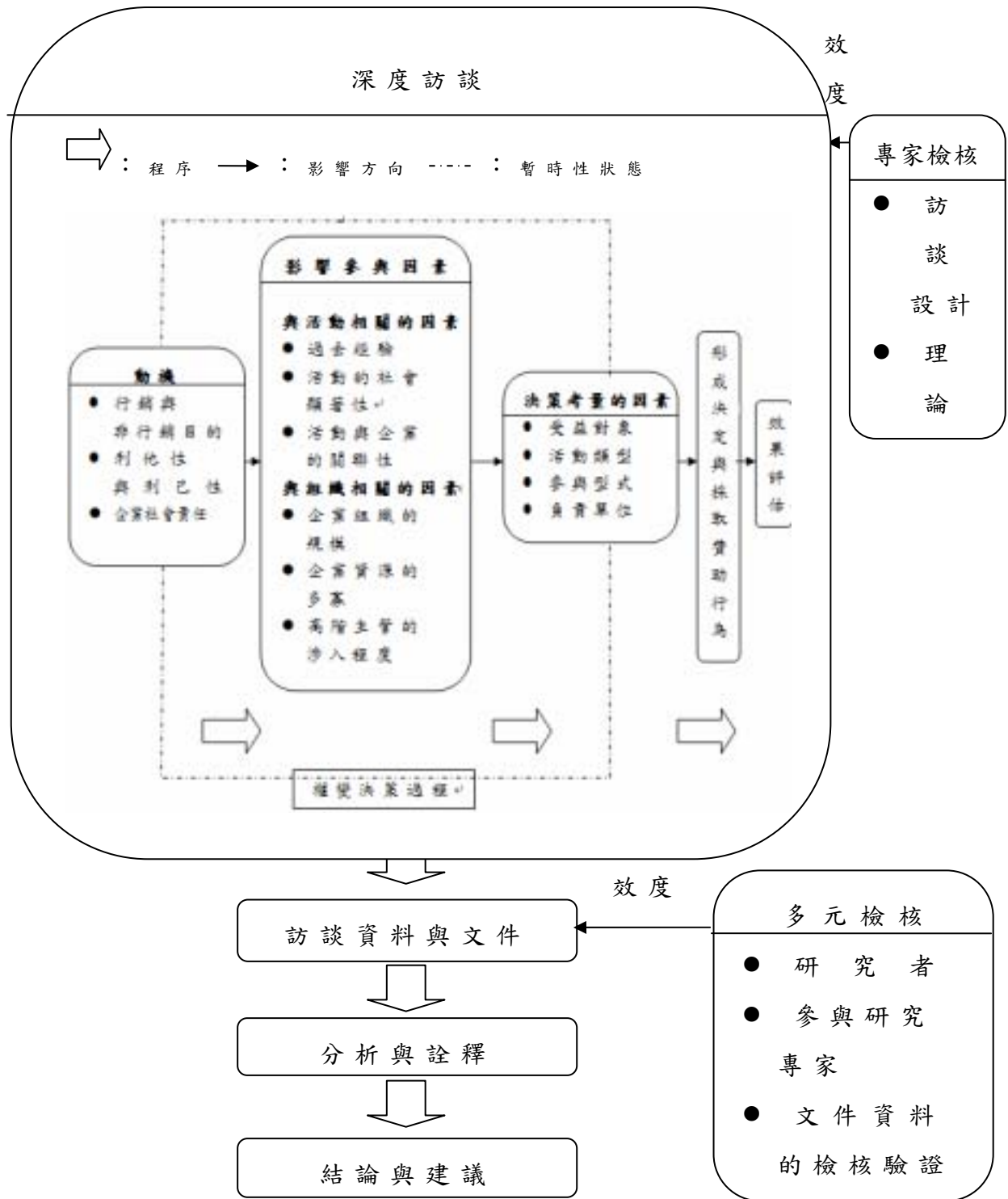


圖 5 研究架構圖

第三節 研究對象

本研究以行政院文化建設委員會文馨獎統計 1999 年至 2007 年止之最新網頁資料為基礎，篩選出自 2003 年起至 2007 年止唯一連續贊助舞蹈演出團體 5 年的私人企業：永齡教育慈善基金會為研究對象。

一、受訪者

財團法人永齡教育慈善基金會於 2000 年成立，為臺灣鴻海科技集團董事長郭台銘先生和前夫人林淑如女士，為秉持郭台銘的父母親關懷生命與回饋社會之信念，以父母親的名字中，各取一字「永」與「齡」而成立的。該基金會積極參與教育慈善事業，贊助計畫包括：永齡希望小學、扶幼計畫、藝術文化。

(<http://www.yonglin.org.tw/f001/f001-3/f001-3.html>)

二、贊助理念

永齡教育慈善基金會以播種育成的理念，培育、輔導與協助貧苦弱勢學童就學、提升學習環境、與生活照顧，獎助表現優異學生以及鼓勵優秀文化藝術創作之團體。以關懷與愛心協助社會之貧病殘疾等弱勢族群，具體落實對兒童、青少年老人與身心障礙者的照顧與關懷。

三、贊助目的

為真切落實關懷，實際走訪各弱勢團體，體其所苦、察其所需，將心意化為行動，給予實質上之贊助。當大家把關懷種子，實際而有效地傳播出去，社會就會有更多地方與需要的人，接收到關懷與溫暖，既而發展出一幅溫馨的愛心圖騰。

四、贊助模式與歷年贊助對象

(二) 推展弱勢學童之課輔計畫

永齡希望小學

課業輔導教學：招募培訓當地大學生及社區（部落）居民為課輔老師，為學童進行課業輔導。每週上課至少四天，至少 8-15 個小時。合作單位有：國立海洋大學、天主教輔仁大學、國立雲林科技大學、國立中正大學、國立屏東教育大學、國立臺東大學、國立東華大學、國立花蓮教育大學、臺北縣教師會、世界展望會。

(二) 舉辦各項富教育意義之公益慈善活動，捐助相關兒童、老人安養、身心障礙等社會福利團體

幼計畫專區

讓家中貧窮的小孩能快樂上學；為弱勢學生進行課輔教學；對保護管束的情少年進行輔導；提供原住民學童獎學金等等。受贊助對象有：花蓮主愛之家、臺北縣安和國小、廣福國小、自強國小、中正國中、中華育幼機構兒童關懷協會協助全國育幼院共 44 位院童、臺灣世界展望會、臺東縣豐榮國小、臺東大學、臺北縣教師、臺北縣彭福國小、土城國中、透過中華資優教育學會，協助全臺 36 位資優生、財團法人臺灣兒童暨家庭扶助基金會、透過新竹縣梵音公益協會，資助 14 位受難學生。

(三) 獎勵贊助藝術創作，促進文教交流及文化提昇

藝術文化專區

贊助藝術文化之演出，例如：雲門舞集、台北愛樂文教基金會、大風劇團演出、音樂時代以及百分百製作公司，邀請專家學者與企業家，以演講形式進行社會教育。

第四節 研究資料蒐集與分析

本研究資料包括正式文件、非正式文件、訪談紀錄與訪談日誌等四類。將所蒐集之資料分類與編號後，訪談內容謄錄成逐字稿，依照其與議題相關之關鍵字進行整理；各類資料多元檢核後進行分析與詮釋。分類編號方式如表 4：

表 4 資料分類編號一覽表

資料類型	代碼－日期－序號	說明
正式文件	F－○○○○○○－○○	File-090101-01 正式文件－09 年 01 月 01 日－第 1 冊
非正式文件		
影音光碟	D－○○○○○○－○○	D: Digital Video Disk
照片	P－○○○○○○－○○	P: Photos
訪談紀錄	I－○○○○○○－○○	I: Interview Records
訪談日誌	d－○○○○○○－○○	d: Diary

第五節 研究可信任

一、信度分析

信度可分為外部信度與內部信度。外部信度指的是，在處理獨立研究者是否能在相同或類似的情境中複製研究的主題（王文科，1994）；內部信度指的是，對同樣條件蒐集、分析與解釋資料的一致性。在信度提升上，可透過以下條件提升：

（一）少用推論的資料，盡可能蒐集第一手資料；（二）提高研究的專業水平；（三）盡可能與資料的提供者密切配合；（四）提供其他研究者和同事檢討改進的機會；（五）可用錄音機等機器記錄資料（陳伯章，2000）。

二、效度分析

效度可分為外在效度與內在效度。外在效度指的是，研究結果應用到其他情境的程度；內在效度指的是，研究者發現和事實符合的程度。

本研究可信任使用的策略為：

（一）多元資料檢核

利用資料蒐集與分析表方式進行對照檢核，原始資料包含研究者訪談日誌、個案深度訪談資料及正式文件與非正式文件。

（二）研究參與者之共同檢核

為了避免個人主觀意識的過度詮釋，本研究除研究者以外，採納參與研究的相關專家共同進行檢核。

(三) 情境脈絡的了解

除了針對個案進行深度訪談之外，還搜尋國內政府單位各部會及私人企業的相關網站，進行前述單位對藝術表演團體贊助及獎勵現況的了解，期望能對臺灣舞蹈演出團體的經費補助及獎勵情境有更深入的了解。除此之外也對國內舞蹈演出團體負責人做非正式訪談，了解並掌握目前國內舞蹈演出團體的經營發展現況。

質性研究在資料蒐集上會採用多元驗證法，指的是研究過程中採用多種且不同形式的方法、資料、觀察者與理論，以查核與確定資料來源、資料蒐集策略、時間與理論架構等的效度。本研究將依照下圖 6 進行交叉比對，以增加研究之信賴度。

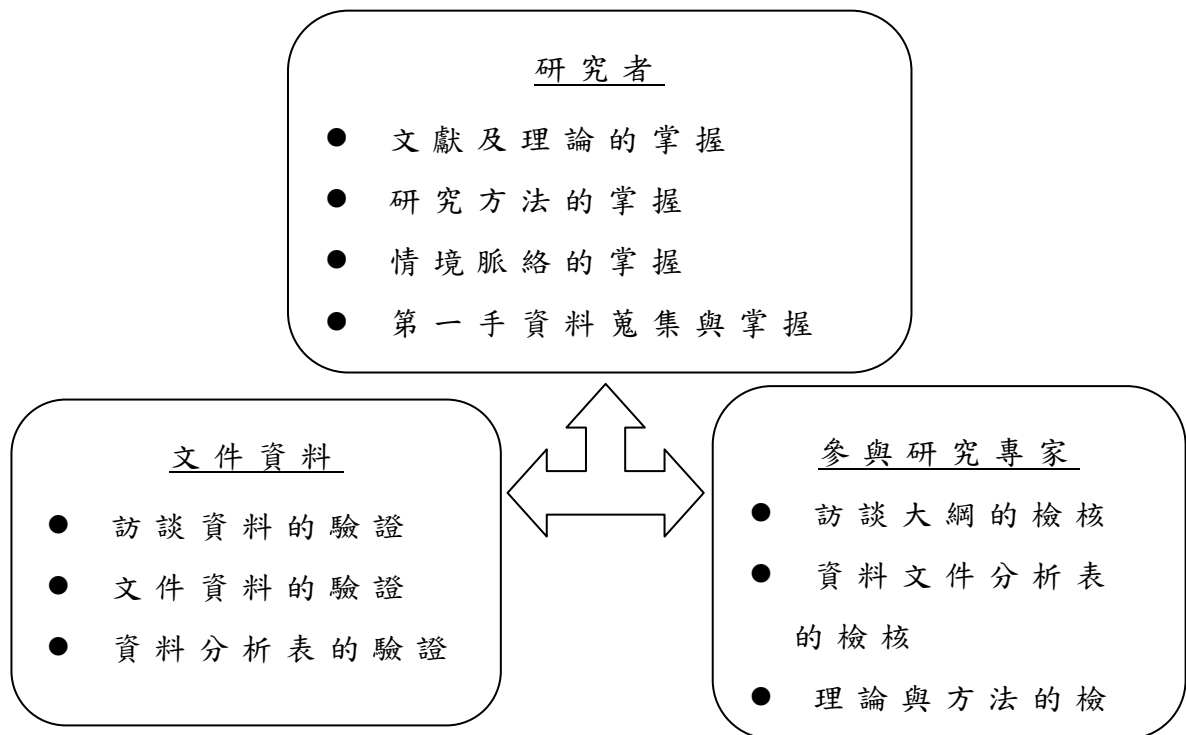


圖 6 研究資料多元檢核

本研究之半結構式訪談大綱，依研究目的及問題而擬定。為求具備內容效度，擬定訪談大綱後，邀請國內專家提供本研究訪談大綱之專家意見，以求訪談題目之完整性。專家學者背景如下表 5 所示：

表 5 參與研究專家背景

專家學者	職務	專長領域
A 博士	國立大學運動管理與行銷專家	運動管理與行銷、運動俱樂部經營管理等
B 博士	國立大學舞蹈專家	舞蹈教學、舞蹈與文化、班級經營、舞蹈專題研究等
C 教授	公立大學舞蹈專家	舞蹈高等教育、舞蹈教學、舞蹈專題研究等

第六節 研究流程

本個案研究之研究步驟分為：準備階段、執行階段與完成階段，各流程皆有其需完成的內容要務（圖 7）：

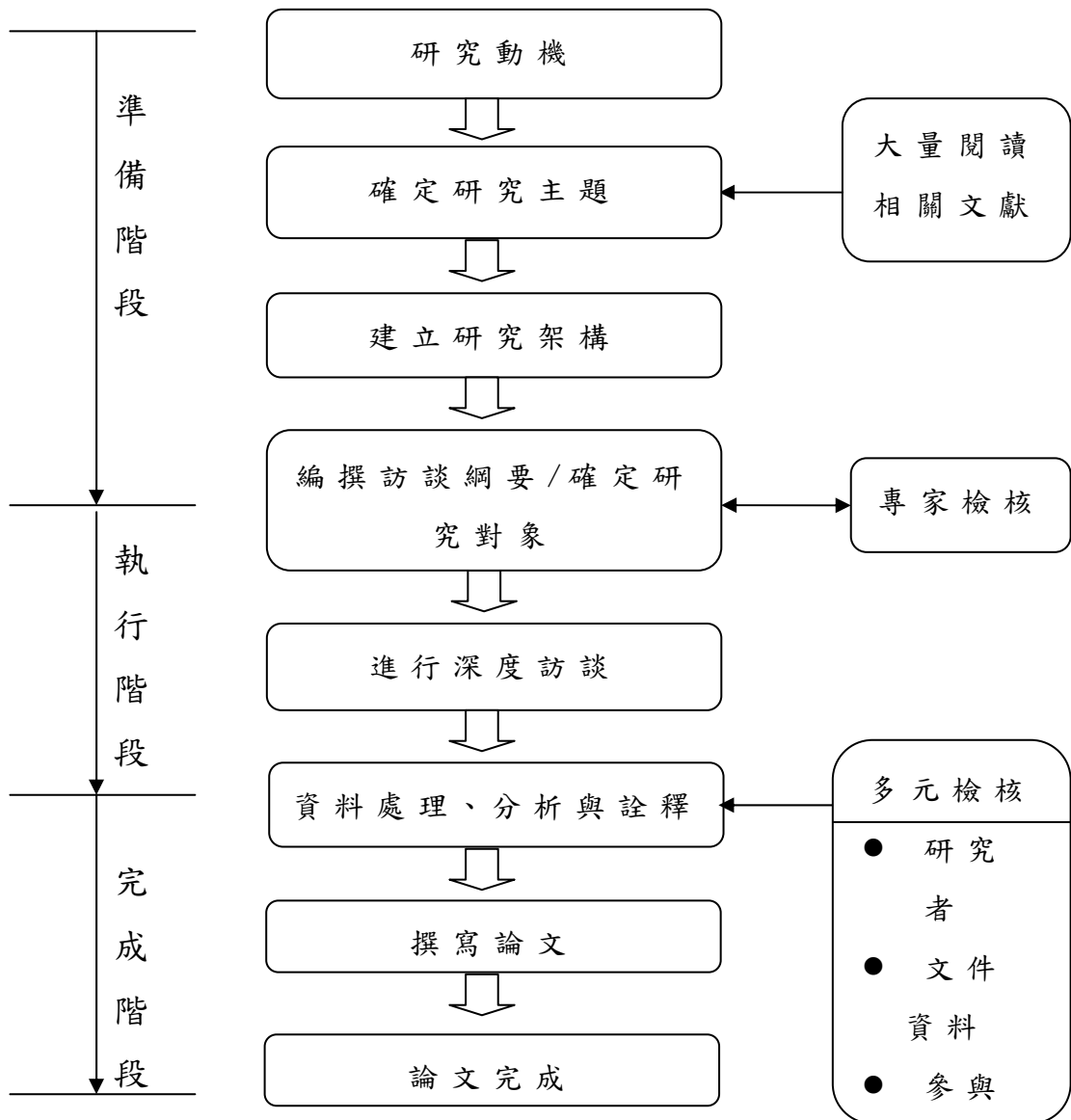


圖 7 研究流程圖

例如，在執行階段，進行深度訪談之前，將事先把訪談設定之題目，以電子郵件或傳真方式寄送給受訪者，並以電話聯繫確定收到後，再進一步協調訪談時間。預計深度訪談至少二至三次，訪談長度約為一個小時，實際訪談步驟將視受訪者的需求予以調整，如發現資料有所缺漏時，將立即補救。訪談過程依照深度訪談原則進行，如：相同問題以不同的問法重複訪問，以確定訪談結果是否相符。訪談結束後，依據訪談紀錄與攝錄影音資料整理出逐字稿，完成後再將逐字稿送給受訪者確認內容是否正確無誤，之後將依據逐字稿與探討議題的關鍵字句逐一分析、詮釋與探討。

第七節 研究資料處理分析

本研究採個案研究法以深度訪談為主，並以蒐集次級資料為輔，再根據深度訪談原則進行訪談。首先透過指導教授與該企業資深幹部引介，取得永齡教育慈善基金會執行長連絡方式，研究者先以電話聯繫並說明研究相關事宜，取得執行長首肯後，進一步將訪談問題以電子郵件方式寄送，並以電話確認收到，待執行長閱讀訪談問題並同意接受訪談後，依執行長許可時間約定訪談日期；但因該基金會執行長公務相當繁忙，因此研究者無法與執行長進行面對面的訪談，而採取電話訪談方式進行，訪談時間以一次為主。訪談內容的經費預算及組織架構等部分，礙於事關企業機密，受訪者不便透露，此部分予以尊重，研究者針對其願意回答的部分進行論文之探討分析。

研究者以電子郵件方式與執行長聯繫，再由執行長電話回覆。訪談過程中以相同的問題不同的問法確定訪談結果是否相同，研究者並進行紀錄與錄音。訪談結束後，根據訪談錄音及文字記錄整理出訪談逐字稿，完成後將訪談重點寄回給受訪者確定內容無誤，接著將摘錄逐字稿中與研究目的相關的內容加以分析，逐字稿與蒐集之次級資料如網路資料等進行分類編碼，待研究分析時使用。

第四章 結果與討論

本研究採個案研究法並進行深度訪談，蒐集次級資料為輔，針對臺灣私人企業永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體的動機與決策模式進行研究。研究結果發現永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體的動機是為了培育國內舞蹈及創作人才；影響贊助的考量因素有：申請贊助團體過去演出紀錄、演出評論、企劃書、經費預算、團體知名度、具有臺灣文化的傳承與國際視野，演出節目能夠雅俗共賞；決策過程為權變決策模式。

第一節 研究結果與發現

與本論文的研究目的相對應所發展之研究問題共有三個，依照其順序逐一提出研究結果與發現。

一、永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體的動機為何？

永齡教育慈善基金會的宗旨：培育人才、關注弱勢團體，同時亦關注藝術文化的提升，秉持著培養教育人才的理念，贊助舞蹈演出團體為培育更多藝術創作人才。贊助舞蹈演出團體的動機是因為符合了基金會培育國內優秀人才之目的，培育國內舞蹈及創作人才。

永齡教育慈善基金會執行長表示：藝術是教育的一環，雲門舞集林懷民老師長期致力於舞蹈創作並培育國內優秀舞蹈人才，與永齡教育慈善基金會的宗旨相符合，因此從 2003 年起至 2008 年贊助雲門舞集。現任執行長表示：

「其實我們贊助並不是只針對雲門舞集，我們基金會是教育跟慈善（為成立的宗旨），我們在教育基金會的立場是為了培育所謂的教育人才，無論是在科技人才或是各方面的人才，對國家發展上面有幫助的其實都是我們非常重視的。」
(I100505)

二、永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體的影響因素為何？

永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體的影響因素有：申請贊助團體過去演出紀錄、演出評論、企劃書、經費預算、團體知名度、具有臺灣文化的傳承與國際視野，演出節目能夠雅俗共賞。

永齡教育慈善基金會在接受到團體提出企劃書申請贊助後，從團體所提供的備審資料，以及基金會針對團體的各方資料蒐集，其中包含申請贊助團體的過去創作的紀錄、演出活動實際的票房、演出評論、參與對象以及團體的口碑等等進行第三方公信評估，藉此了解申請贊助團體過去的情況；除了過去資料的審查之外，基金會亦審核申請贊助團體未來的演出計畫、預計達到的目標以及經費預算等；藉由資料的蒐集對團體有更進一步的了解，再對團體進行評估與建議是否給予贊助。除此之外，能接受到永齡教育慈善基金會所贊助的團體必須要有國際視野，演出節目必須是能夠雅俗共賞，在國內外也具有一定的知名度。現任執行長表示：

「我們對於贊助雲門或是其他的藝文團體的（審查）流程方式是一樣的。第一、我們會去蒐集這個藝術團體過去的成績以及他整個製作團隊的經歷、過去在所有創作歷程上的一些紀錄，包含他們的表演以及實際的票房還有藝術評論方面的反應，這是對他一

個基本資料的了解。」(I100505)

「如果能夠符合我們在委託創作(贊助、冠名贊助),而且他是有這樣子的一個國際視野,然後能夠雅俗共賞而且他是具有歷史或是時代意義的一個(團體),跟(具有)臺灣文化的傳承。(基金會)是有社會責任的考量,所以我們在做很多贊助的部分,我們會考量到他本身在國際市場也好、或者是國內的文化傳承上面有一定的指標性,所以我覺得雲門不是唯一的對象,但是我相信這個團體也必須要有一定的水準跟一定知名度才能夠得到永齡基金會委託創作這個名義之下的贊助,這是很確定的。」

(I100505)

三、永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體的決策模式為何?

永齡教育慈善基金會對贊助舞蹈演出團體的決策模式可分成三個階段,首先由基金會的藝文小組針對申請團體進行第三方的公信評估,接下來由執行長對申請贊助的團體給予評估及建議,最後是創辦人或董事長做同意贊助與否的核示。

決策的過程會經過兩次審查,分別是執行長給予評估與建議及創辦人或董事長進行最後的決定。在決策過程中,基金會是否會委外進行審查、更詳細的組織架構或分工,因執行長認為此部分涉及組織內部的工作流程無法露透,因此這部分並無法得知。(組織架構如圖 8 所示):

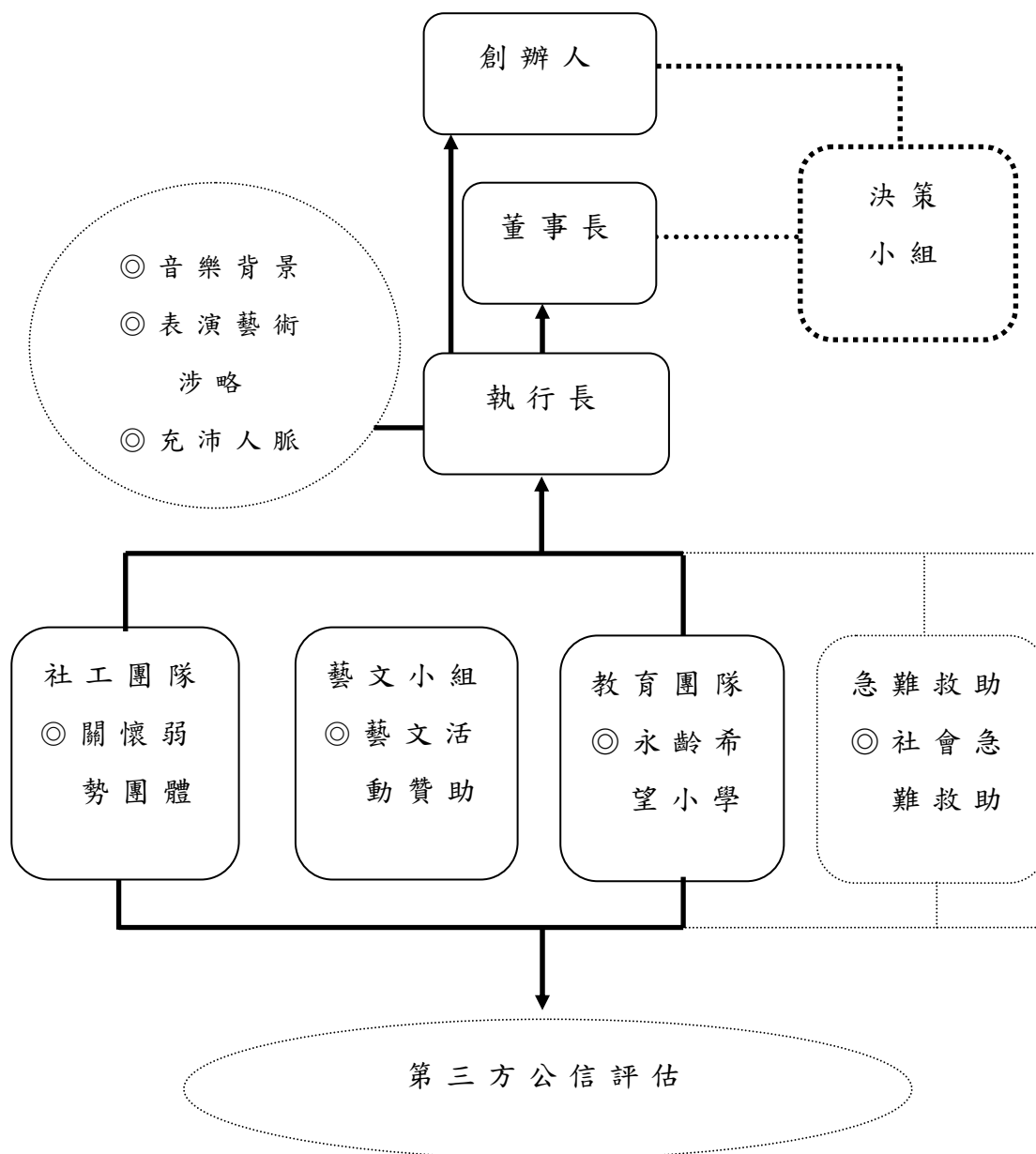


圖 8 永齡教育慈善基金會組織架構概略圖

資料來源：研究者繪製

在永齡教育慈善基金會的組織架構中，社工團隊是負責扶持弱勢團體以及兒童、青少年、老人、身心障礙者的社會公益；教育團隊則有永齡希望小學的部分；在藝文小組的部分，則是針對申請贊助的團隊進行第三方公信評估等與團體過去演出等的相關資料蒐集。在其他的部分，因執行長並未透露，但永齡教育慈善基金會在社會急難救助的參與亦不遺餘力，因此或許尚有其他執行長未透露的更多的工作小組。

永齡教育慈善基金會在贊助舞蹈演出團體的決策過程，首先除了申請贊助團體送審的企劃書及備審資料之外，基金會的藝文小組也會針對申請團體進行第三方的公信評估，因為團體通常會附上有利於自己的備審資料，因此藝文小組需要對團體過去演出創作的紀錄、演出活動實際的票房、演出評論、參與對象以及團體的口碑等進行資料蒐集，對團體有更清楚了解，接下來會由執行長對申請贊助的團體給予評估及建議，並提出期待贊助的團體名單，最後由創辦人或董事長做同意贊助與否的核示。從產生贊助動機到形成決定與採取贊助行為前的整個決策模式，是一種暫時性的權變決策狀態，過程中包含了影響參與因素及決策考量因素，組織在考慮是否給予贊助時會針對申請團體的與活動相關的因素及與組織相關的因素加以考量，再到確定贊助後的決策考量因素，這整個考量與決策的過程會因為組織內部的不同而有所改變，直到最後才會形成決策與採取贊助行為。

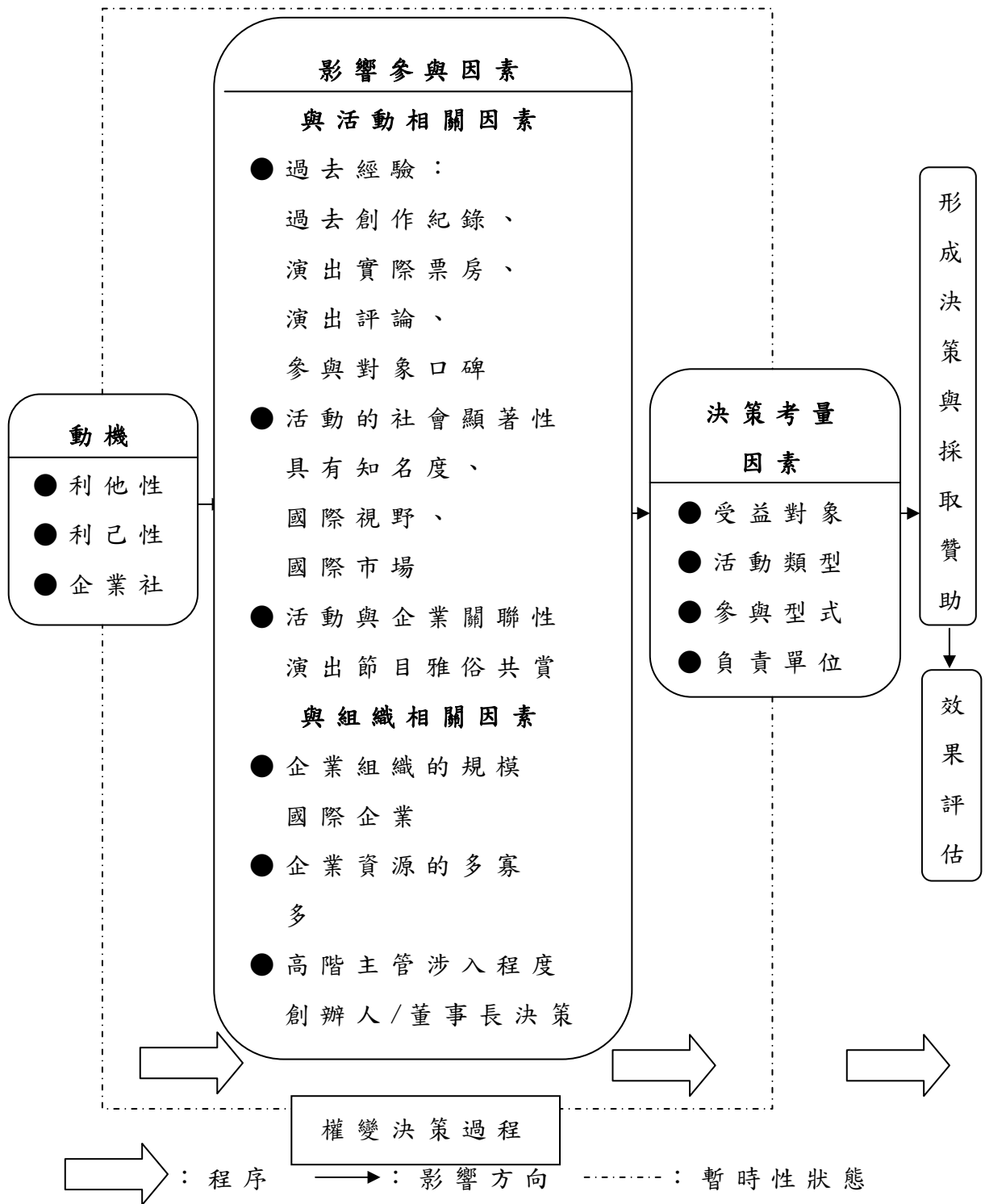


圖 9 永齡教育慈善基金會參與贊助的決策模式

執行長在訪談中表示：

「我們基金會的所有決策部分，
，有各個不同的工作團體，像我們社會福利、社工團隊，我們的教育基金會有教育工作團隊，藝文的部分我們也有同仁是專門在做藝文工作的資料的蒐集，最終我們透過提案以後，透過執行長對這些部分做評估跟一些建議，因為我本身也是藝術的背景是學音樂的，所以我對表演藝術的部分有一定的涉獵跟人脈，所以我可以透過我自己在藝術領域的一些師長，或是在經營這個內容的對象做一個瞭解，方便我們去做一個評估建議的時候，做一些贊助或是不贊助的一些意見。基本上，從我們這邊提出去的建議，是期待被贊助的項目。」
(I100505)

「我們永齡基金會是由創辦人做全部資金的投入，所以最終透過我們基金會的董事長或是我們的創辦人做最終的決定，然後他會依照我們的建議的部分做核示，是否同意我們的建議做贊助或不贊助。
，我們算是（以）一個專業經理人的立場，由專業經理人來提供相關的建議，由董事會的董事長這邊來做評估決核，決核以後我們就去執行。」(I100505)

第二節 綜合討論

一、企業贊助舞蹈演出團體的贊助動機

企業贊助舞蹈演出團體的贊助動機可以分成利他性動機、利己性動機與企業社會責任三種，永齡教育慈善基金會的贊助動機同時包含了以上三種。

永齡教育慈善基金會在贊助上的利他性動機是獎助表現優異學生以及鼓勵優秀文化藝術創作之團體、培育藝術創作人才的角度出發，希望能培育出國內更多優秀人才。

利己性動機與交換理論的部分，永齡教育慈善基金會與雲門舞集是以合作型的交換關係為主，永齡教育慈善基金會是以經費提撥的方式給予贊助，提供雲門舞集在舞蹈創作、服裝或道具上等所需要的經費，在雙方的合作中，雲門舞集所有的演出節目單上都必須讓“永齡教育慈善基金會贊助”露出，藉由雲門舞集到國際各個城市演出時，大家不僅能欣賞雲門舞集的演出，同時亦能讓全世界都看得到並認識永齡教育慈善基金會，因此基金會能從贊助的過程中提升知名度。除了讓永齡教育慈善基金會在節目冊上露出之外，雲門舞集亦配合基金會文化藝術下鄉的部分，文化藝術下鄉包含了舞蹈演出或是教導偏遠地區及弱勢族群的學生舞蹈課程。

永齡教育慈善基金會背負著企業的文化使命，因此希望受贊助的團體是具有歷史傳承、具有臺灣文化，演出節目能夠雅俗共賞，並且藉由贊助舞蹈演出團體亦能盡到企業的社會責任。

永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體的動機同時兼具利他、利己與企業社會責任三項，與其他曾贊助舞蹈演出團體的企業贊助動機相似，例如：連續贊助雲門舞集戶外公演的國泰人壽，希望透過企業力量，讓民眾在住家附近，免費欣賞國際級表演，同時藉由贊助盡到企業社會責任；獨資贊助新舞台的中國信託，秉持著除了提供藝文界一個表演場地之外，更希望透過藝術的陶冶，豐富每一個人的心靈，回饋藝文環境、回饋社會。由上述企業的贊助動機可以知道，企業不論是贊助舞蹈演出團體、提供演出場地或是以任何類型贊助舞蹈演出團體，除了能讓舞蹈演出團體獲得更多資源之外，還能善盡企業社會責任、回饋社會；近年來，在越來越多的企業網站上也能夠看見企業設置了企業社會責任的專區，顯示重視企業社會責任與社會回饋的企業與日俱增。永齡教育慈善基金會的贊助動機與過去研究結果相符，企業贊助的主要目的為提昇企業形象、善盡社會責任及提升知名度（劉念寧，1990；林瑩滋，2000）。

二、企業贊助舞蹈演出團體的影響因素

在影響參與因素的部分，永齡教育慈善基金會在接受到團體提出企劃書申請贊助後，除了團體所提供之企劃書及備審資料之外，基金會的藝文小組會針對申請贊助之團體進行第三方公信評估，以利對團體有更全面性的了解，其中包含申請贊助團體的過去創作的紀錄、演出活動實際的票房、演出評論、參與對象以及團體的口碑等等，藉此了解申請贊助團體過去的情況；除了過去資料的蒐集之外，基金會亦審核

申請贊助團體未來的演出計畫、預計達到的目標以及經費預算等；蒐集完團體的相關資料後，再對團體進行評估與建議是否給予贊助。除此之外，能接受到永齡教育慈善基金會所贊助的團體必須具有國際視野及國際市場，演出節目必須是能夠雅俗共賞，在國內外也具有一定的知名度，對於國內文化的傳承亦須具有指標性；例如，接受到永齡教育慈善基金會贊助的雲門舞集，其演出節目行草三部曲，即具有中國文化的傳承；薪傳，則描述著臺灣過去的歷史，具有臺灣歷史文化的傳承。

永齡教育慈善基金會的影響參與因素除了與其他企業相同的企劃書及備審資料審核之外，還會由藝文小組對團體進行第三方公信評估，雖然無法得知基金會是否會委外進行審查，但經由第三方公信評估與執行長對團體各方資料的評估與建議，是能對團體有全面性的了解，達到同樣地審查效果，對於申請贊助團體的演出品質與未來的演出計畫、經費預算等亦皆有所把關。此外，接受永齡教育慈善基金會贊助的團體必須是具有國際視野與國際市場，演出節目能雅俗共賞，在國內外也具有一定的知名度，此部分考量與其他企業較為不同；為了提昇企業的國際知名度讓更多人能認識，受到永齡教育慈善基金會贊助的團體是需要具有國際視野及國際市場的；為了與企業形象與知名度能相符合，團體亦須與企業具有相對等的知名度；永齡教育慈善基金會除了贊助藝文活動之外，亦著眼於兒童、青少年、老人、身心障礙者的社會公益及弱勢團體，因此演出節目必須是能雅俗共賞、老少咸宜；雲門舞集同時擁有一團及二團，在演出節目上有藝術性作品、新銳編舞家作品，亦有適合孩童觀賞的波波歷險記等

作品，因此演出節目是能滿足永齡教育慈善基金會希望能夠雅俗共賞部分。除了基金會希望雲門舞集所表演的地方之外，雲門舞集二團會幫助基金會做藝術下鄉，及兒童希望小學的舞蹈教學工作。對於雲門舞集走上國際舞台，獲得世界的肯定，表現出創新品質、培育人才及專業，更符合企業深耕臺灣，發揚國際的理念。此結果與過去研究結果相符，企業在評估贊助申請案時，對於請求贊助者的聲譽皆會列為評估的準則，此結果可佐證企業以提升企業形象為重要的贊助動機(林瑩滋，1999)；企業評估標準包含藝術團體表演水準、藝術團體社會的名聲、與企業形象是否相符等(談珮、夏學理，1995)。

企業贊助舞蹈演出團體除了利他性動機、利己性動己與善盡企業社會責任之外，亦可能秉持著希望能給予新興舞蹈演出團體演出的舞台與機會，例如：菁霖文化藝術基金會，以支持中小型舞團經營創作、鼓勵年輕編舞者獨立發表作品為其基金會宗旨，不僅贊助國內中、小舞蹈演出團體及年輕編舞家，讓國內中、小舞蹈演出團體及年輕編舞家有演出及創作的機會，菁霖文化藝術基金會亦贊助由臺北藝術大學舞蹈系學生所組的「焦點」舞團展演，對於國內舞蹈演出團體的支持不遺餘力；全球知名的運動產品廠商「PUMA」(彪馬)以及國際知名美髮用品「AVEDA」(肯夢)，皆曾贊助由新生代舞蹈工作者所創立的羸舞劇場；菲利浦莫里斯臺灣分公司曾贊助以即興舞蹈表演及接觸即興為主的古名伸舞團；國泰人壽連續贊助雲門舞集戶外公演。從上述企業贊助的舞蹈演出團體可以知道，舞團大小、作品風格、知名度、受益對象都可能是企業贊助舞蹈演出團體的考量因素，不同的企業

有不一樣的考量與宗旨，欲藉由贊助達成之目標也不盡相同，因此在贊助的對象上的選擇就會有所差異，並非一定要揚名國際的團體才會受到企業的贊助，團體風格或演出節目獨樹一格的團體亦能受到企業的青睞。

三、企業贊助舞蹈演出團體的決策模式

永齡教育慈善基金會的決策過程，首先由舞蹈演出團體提出贊助企劃書做申請的動作後，接著由永齡教育慈善基金會的藝文小組對申請贊助的團體第三方公信評估，針對團體過去創作的紀錄、演出活動實際的票房、演出評論、參與對象以及團體的口碑等等做進一步的資料蒐集，能對申請贊助的團體有更清楚的了解，除了對團體過去的了解之外，基金會亦審視申請贊助團體未來的演出計畫、預計達到的目標以及經費預算，接下來，藉著執行長學習音樂的背景，在表演藝術領域有所涉略及擁有充沛的人脈，對團體進行評估與建議，最後由董事長或創辦人做核示同意贊助與否，經由核示後執行。在決策過程中，基金會是否會委外進行審查、更詳細的組織架構或分工，因執行長認為此部分涉及組織內部的工作流程無法露透，因此這部分並無法得知，但可以知道的是，經由三個階段兩次審查的過程，對申請贊助團體的過去有更全面性的了解，即使沒有委外對團體進行審查，亦能達到相同之績效。此決策模式與過去研果發現相符：企業贊助受到人為因素影響頗大，贊助的大方向與總金額多由高階主管決定（陳媽如，1993）。

永齡教育慈善基金會的組織架構與其他企業的組織架構相似，皆設有董事長及執行長，是否設有監事、藝術總監或總幹事則略有不同；接下來相異度較大的則為基層行政的分組，因應各企業或基金會屬性之差異及業務的不同，設置的行政組別也會隨之改變。例如：永齡教育慈善基金會以教育慈善為業務主軸，在行政組別上會設有社工團隊及教育團隊，從教育理念出發，欲培育出更多優秀人才、舞蹈創作人才因而贊助舞蹈演出團體，為對舞蹈演出團體有更全面性的了解，設置有藝文小組；以贊助藝術展覽、藝術推廣為主軸的基金會，則設有展覽組、推廣組等；國家文化藝術基金會希望透過研究發展的工作檢視與累積目標成果，建立政府與民間的管道，以利各方資源流通，並為了鼓勵藝術工作者能長期從事創作，推廣藝術教育，因此設有研究發展組及資源發展組，在補助的部分，依照藝術類型又分成甲類補助與乙類補助等，與其他基金會比較起來更為完備。

從產生贊助動機到形成決定與採取贊助行為前的整個決策模式，是一種暫時性的權變決策狀態，其中包含了影響參與因素及決策考量因素，組織在考慮是否給予贊助時對與活動相關的因素及與組織相關的因素進行考量，再到確定贊助後的決策考量因素，這整個決策過程會因為為組織內部的不同而有所改變，直到最後才會形成決策與採取贊助行為。

與政府部門比較起來，永齡教育慈善基金會的決策權變性大，審查流程不似政府部門或其他基金會的繁瑣，也沒有初選、複選及決選等機制，決策者擁有絕對的決策權，組織的權變性大，會因應公司政策而調整贊助的對象；例如：訪談中執行長提到了，本年度基金會的贊助方向將有所改變，

因應公司的政策，今年度的贊助預算將投入去年八八風災受創的杉林溪做運用，藝文活動部分的贊助將會暫停。像永齡教育慈善基金會這樣的組織架構，其好處在於決策的過程很快，不需要經過冗長的決策時間，相對的，因為決策者掌有最終決定權，因此在決策上的權變性也很大。

由於本研究之研究對象為私募基金會，所以有關組織架構、經費預算等細節，因執行長認為涉及其基金會內部機密不願透露，而無法詳盡了解。

從訪談中可以知道，永齡教育慈善基金會在贊助舞蹈演出團體上並沒有侷限對象，舞蹈演出團體具有國際視野與國際市場，演出節目能夠雅俗共賞，並具有歷史或是時代意義，在臺灣文化的傳承具有指標性，最重要的是團體要有一定的知名度與水準，就有機會獲得永齡教育慈善基金會的贊助。

永齡教育慈善基金會是以教育與慈善為主軸的基金會，藝術是教育的一環，贊助藝文活動則是以培育國內優秀人才的理念為出發點，所以不單單只是為了想贊助藝文活動而贊助，是秉持著培育人才的理念才會有贊助藝文活動的行為產生，所以可能會因為教育或慈善活動而影響了對藝文活動的贊助。訪談過程中執行長提到了本年度基金會的贊助方向，因應公司的政策，今年度將把贊助預算投入去年八八風災受創的杉林溪做運用，藝文活動的贊助預算將暫停。由此可知，在永齡教育慈善基金會的贊助計畫中，教育活動、慈善活動與藝文活動是相互影響的，有可能因為社會事件或天災等將贊助資源做改變，因此舞蹈演出團體在爭取贊助時，不僅要加強企劃書內容的撰寫、活動執行等與團體本身相關的因

素，其他活動也是影響基金會是否改變對舞蹈演出團體贊助的考量因素。

舞蹈演出團體有可能因為團體知名度越高獲得企業贊助的機會也越高，但其實除了知名度之外，具有特色、創新的舞蹈演出團體近幾年來也是企業願意贊助的對象，例如：臺灣第一個全男子舞團－轟舞劇場，由一群熱愛舞蹈、跳舞、編舞的新生代舞蹈工作者共同創立，在陰盛陽衰的臺灣舞壇創造獨樹一格的舞蹈語彙，並透過作品展現新生代編舞蹈與舞者的多元創意和活力；除了政府常態補助之外，2006年的作品「樓梯」，吸引全球知名的運動產品廠商「PUMA」（彪馬）贊助該演出從頭到腳的演出配備；在2008年時以「速度」入圍並獲得台新藝術獎的表演藝術類大獎；2009年的作品「正在長高」獲得國際知名美髮用品「AVEDA」（肯夢）贊助。轟舞劇場於2004年創立，在創團的第三年即獲得全球知名的運動產品廠商贊助，由此可見，除了知名度之外，新興舞蹈團體也會因其特色、創意擄獲企業的青睞與以贊助。

永齡教育慈善基金會在贊助過程中，並不會干涉舞蹈演出團體的創作，給予創作者發揮的空間及完全的尊重，所以創作者也不必擔心作品會需要為了得到贊助而改變自己的作品風格、創作會受到干涉，或是因此而讓創作商業化，這也是與大家認為有所不同的部分。

國內舞蹈演出團體的經費來源大部分為業務收入及政府補助，然而僧多粥少的情況下，爭取更多資源及企業贊助已經是舞蹈演出團體的重要課題。讓企業了解，透過贊助舞蹈演出團體的方式能獲得收益，不僅能提升企業形象，亦能增加知名度及善盡企業社會責任等。因此，企劃書則是吸引企

業目光的關鍵，好的企劃書能讓舞蹈演出團體獲得企業贊助得到更多資源，在資源充裕之下，舞蹈演出團體才能心有餘力的從事創作，有更多優質的作品產生，這樣的合作關係之下，能讓企業與舞蹈演出團體各取所需達到雙贏。

在永齡教育慈善基金會決策過程中，雖然執行長並沒有透露是否有委外審查的機制，但會由基金會的藝文小組對團體進行第三方公信評估，以利對團體的過去有的全面的了解，從這個步驟可以知道，過去的合作經驗是一種隱性影響著企業贊助的考量因素，雖然並不會直接影響到贊助的決策，但因為基金會會將此列入評估，過去合作的口碑、風評與過去合作愉快與否都可能會影響未來其他企業是否願意合作及給予贊助，所以舞蹈演出團體不僅對未來的演出要有完善的計畫，對每一次的合作、創作作品及演出都不能掉以輕心，一步一步的建立起團體的好口碑、好名聲、知名度與社會大眾心目中的好印象，如此一來勢必能增加企業參與贊助及給予贊助的意願。活動的社會顯著性，如何為團體或是演出節目製造出話題，吸引社會大眾的注意，也引起企業的注目，讓企業覺得能夠順水推舟，搭著團體或演出節目的話題性提昇企業的知名度。活動與企業的關聯性，了解企業或基金會的贊助動機及成立宗旨，找出團體的優勢或與宗旨符合的部分，向符合的企業送出申請，亦能提昇受到贊助的機會。

永齡教育慈善基金會為國內相當具有規模與指標性的基金會，是以教育與慈善為基金會宗旨，如此具有規模的基金會卻亦沒有長期贊助舞蹈演出團體的計畫，可以想見舞蹈演出團體所面臨的困境；環顧目前國內為了贊助舞蹈、支持舞蹈活動而設立的基金會僅有菁霖文化藝術基金會，與其他藝

術類比較起來舞蹈類基金會寥若晨星，舞蹈演出團體在爭取企業贊助還有一段辛苦的過程要努力，亦還需要發掘吸引更多企業投入舞蹈演出團體的贊助與開拓經費來源的管道。

第五章 結論與建議

本章將依據第四章研究結果與發現，針對臺灣私人企業贊助舞蹈演出團體動機與決策模式進行結論；最後針對日後舞蹈演出團體尋求企業贊助及後續研究提出建議。

第一節 結論

一、臺灣私人企業贊助舞蹈演出團體的動機

永齡教育慈善基金會的贊助動機包含利他性動機、利己性動己與企業社會責任，以利己性動機最為明顯。

永齡教育慈善基金會在贊助舞蹈演出團體時，以培育藝術人才為贊助的主要動機，此動機屬於利他性動機；利己性動機中，永齡教育慈善基金會藉由雲門舞集至世界各城市做演出，能讓更多人認識永齡教育慈善基金會、提高知名度。在交換理論中，永齡教育慈善基金會與雲門舞集是合作型的交換關係為主，永齡教育慈善基金會以經費提撥的方式贊助雲門舞集在舞蹈創作或是服裝道具上等所需要的經費，而雲門舞集則會搭配永齡教育慈善基金會文化藝術下鄉的部分，文化藝術下鄉的部分包含了舞蹈演出或是教導偏遠地區及弱勢族群的學生舞蹈課程；企業社會責任部分，永齡教育慈善基金會背負著企業的文化使命，因此希望受贊助的團體是具有歷史傳承、具有臺灣文化，演出節目能夠雅俗共賞，並且能藉由贊助舞蹈演出團體盡到企業的社會責任。

與其他曾贊助舞蹈演出團體的企業贊助動機相似，不論是以何種類型提供贊助，都希望藉由贊助舞蹈演出團體善盡企業的社會責任與回饋社會。

二、臺灣私人企業贊助舞蹈演出團體影響贊助的因素

永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體的影響參與因素包含：與活動相關因素及與組織相關因素。與活動相關的因素為：過去經驗的過去風評、過去創作紀錄、演出實際票房、演出評論及參與對象口碑；活動社會顯著性為：具有知名度、擁有國的視野與國際市場；活動與企業關聯性為：演出節目能雅俗共賞，能讓基金會扶助的其他慈善與弱勢團體都能一同觀賞。與組織相關的因素有（一）企業組織的規模方面：永齡教育慈善基金會是國內十分具有規模及指標性的基金會、（二）企業資源的多寡方面：永齡教育慈善基金會擁有許多資源、（三）高階主管的涉入程度方面：永齡教育慈善基金會的決策過程雖仰賴藝文小組對團體的第三方公信評估及執行長的建議與評估，但創辦人或董事長擁有最關鍵的決策權。

三、臺灣私人企業贊助舞蹈演出團體贊助的決策模式

永齡教育慈善基金會對贊助舞蹈演出團體的決策模式可分成三個階段，（一）首先由基金會的藝文小組針對申請團體進行第三方的公信評估，（二）接下來由執行長對申請贊助的團體給予評估及建議，（三）最後是由創辦人或董事長決定贊助與否。永齡教育慈善基金會的贊助決策運作歷程：從產生贊助動機到形成決定贊助與否乃至決定採取何種贊助行為的

整個過程，是一種暫時性的權變狀態，會因為基金會決策小組成員的不同、當時的社會事件所伴隨而至的企業責任與該基金會的年度扶植重點而改變。

第二節 建議

一、對舞蹈演出團體尋求企業贊助之建議

影響永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體的關鍵因素有知名度與節目的雅俗共賞性，其餘的因素還有：國際市場與國際視野、臺灣歷史文化傳承、過去風評與企劃書等。

針對上述因素，對舞蹈演出團體爭取企業贊助的建議有：

(一) 知名度方面

因為舞蹈演出團體要與贊助的企業有對等性的知名度，所以必須提高舞蹈演出團體本身的能見度，對新興舞蹈演出團體的建議：可以爭取與國內較知名的舞蹈團體或其他團體合作演出，如：可受邀至知名演出團體參與創作、製作或演出，爭取自我行銷的機會；另外可爭取扶植認養藝術團隊的機會，如：成立逾二十年的知名台北民族舞團帶領新成立的林文中舞團，將經驗傳承並共同分享人力、行政與資源，如此一來，能彼此創意激盪，亦可增加新興團隊的曝光率及知名度；善用行銷策略如：爭取拍攝廣告、擔任形象代言等；善用網際網路的無國界特性，將創作演出片段、舞者參與演出的心路歷程與排練過程等，上傳至網路平台供大家點閱分享，讓關心藝術或充滿好奇心的潛在消費者能不受時空限制的接觸、認識舞蹈演出團體，進而擴展市場與知名度。

對成立有年的舞蹈演出團體的建議：除了上述所提及的方法之外，亦可主動走入校園與社區，將舞蹈藝術帶入

群眾的生活中，散播藝術種籽培養藝術人口，藉由藝術紮根活動提升形象，深耕知名度與影響力。

(二) 節目的雅俗共賞方面

舞蹈演出團體通常致力與在創作上力求創意、突破或是找尋新素材增加創作的多元風貌，但往往容易忽視了觀眾群可能來自不同藝術背景與各個年齡層，無法引起觀眾對創作的共鳴，因此想要演出能雅俗共賞，在演出節目上就必須多方考慮，創作的內容是否能適合大眾觀賞，這是在創作時所需要留意的。

(三) 國際市場與國際視野方面

爭取參與國際性的演出機會，建議可以將舞團的創作及精心設計的文宣品透過各式平台讓國際藝術經紀人認識，自我推薦，爭取參與藝術的演出的機會、參與國際性的義演、大型展覽會、參與國際舞蹈營增拓人脈；爭取與國際大師為團體創作、甚至是在國際團體來台演出或徵選時爭取參與演出的機會。

(四) 臺灣歷史文化傳承方面

與企業深根臺灣的形象、或是與企業贊助的主題性，善用臺灣符號以符合臺灣企業的形象。

(五) 過去風評方面

要珍惜每一次合作的契機，與合作對象要保持良好的互動，建立團體優良形象與口碑。除了合作對象口碑會影響風評之外，觀眾的反應也會影響團體風評，所以對於觀眾的建議也應該適時給予回應，如此可以建立與合作對象間的口碑及社會大眾心目中的良好形象。

（六）企劃書方面

嚴謹的撰寫企劃書，編列經費預算時要合理，檢視計畫未來執行的可行性。

除了前述的因素之外，舞蹈演出團體若越能符合企業的需求，例如：利己性或企業社會責任等，得到企業贊助的機率也會相對提升。

二、對後續研究之建議

研究者方面：在與研究對象的聯繫上，人脈的引介亦是很重要的因素，對於能與研究對象的關鍵人物接觸有很大的幫助；除此之外，若欲進行訪談，研究者本身的訪談技巧十分重要，在任何情況之下都能清楚的表達與聆聽受訪者的意見，並適當的修正問法或給予回饋，並對於受訪者所表達的情境脈絡感同身受都能助於對研究有更深入的掌握。

研究方法方面：本研究採質性研究的個案研究進行並施以深度訪談，因此本研究結果為針對特定個案所得，並不能完全適用於其他企業或基金會，日後能擴大研究對象至其他企業或基金會並施以訪談，必能讓研究結果更加完整。

研究對象方面：本研究以曾贊助舞蹈演出團體並獲頒文馨獎的企業為研究主體，再從中挑選出個案研究對象，以企業觀點出發，了解其參與贊助的動機、影響參與因素及決策模式等行為；後續研究可針對舞蹈演出團體在爭取贊助時，成功與否的案例進行探討，亦可以同時對企業、基金會及舞團進行研究，了解雙方的需求與所遇到的困難，相信能獲得更多的研究發現，對舞蹈演出團體爭取企業贊助有實質幫助。

國家政策方面：國內舞蹈演出團體的經費來源大部分為業務收入及政府補助，然而僧多粥少的情況下，隨著舞蹈演出團體越來越多，政府也能夠增加扶植團隊的名額，給更多舞蹈演出團體支持與鼓勵；或是向國外借鏡，例如：設立藝術村讓舞蹈演出團體能夠駐村演出，幫助舞蹈演出團體解決演出場地的問題，給予具體的幫助。

舞蹈系所：給予學生在學校就能有實習的機會，不光只是在舞蹈演出經驗上的累積，在行政上甚至是營運舞蹈演出團體上，都能有預先接觸的體驗。

參考文獻

一、中文部分

- 潘欣欣(2006)。以奇美文化基金會為例談臺灣私人企業對藝文的贊助。藝術論壇，4，319-333。
- 王文科(1990)。質的教育研究法。臺北：師大書苑。
- 王麗容(1993)。企(職)業福利的雙元性格和其組織性功能。社會科學論叢，41，63-80。
- 李正傑(1998)。消費者對企業贊助藝文活動效益之研究。未出版碩士論文，淡江大學，臺北市。
- 杜錦豐、李志峰與邱智霖(2003)。論運動贊助與贊助效益的評量。政大體育研究，15，121-134。
- 別蓮蒂、游舒惠(2002)。企業贊助公益活動之動機、決策與影響因素。廣告學研究，18，53-95。
- 林瑩滋(1999)。臺灣企業贊助藝文活動之動機與決策模式之研究。未出版碩士論文，國立中山大學，高雄市。
- 洪昌銘(1999)。企業捐贈大學院校行為研究。未出版碩士論文，國立中山大學，高雄市。
- 夏學理、凌公山、陳媛(2002)。文化行政。臺北：五南。

- 高希均、林宜諄 (2008)。企業社會責任入門手冊。臺北：天下遠見。
- 康永華 (1991)。企業公益形象與消費者行為之研究。未出版碩士論文，國立交通大學，新竹市。
- 曹先進 (1991)。我國企業家贊助藝術行為之研究。未出版碩士論文，國立政治大學，臺北市。
- 郭瑾瑜 (1996)。臺灣女性主管管理風格、人際關係、決策型態、領導模式與成就動機之研究。未出版碩士論文，國立成功大學，臺南市。
- 張在山 (1994)。公共關係。臺北：五南圖書。
- 陳媽如 (1993)。從企業公益贊助探討社會福利機構可行的勸募策略。未出版碩士論文，東吳大學，臺北市。
- 陳靜婷 (1999)。企業之社會責任管理模式——一個自由而有功能的生命系統。未出版碩士論文，國立交通大學，新竹市。
- 陳以亨 (2001)。臺灣企業贊助藝文現況研究報告，國家文化藝術基金會會訊，8-11。
- 陳以亨、林瑩滋、李星美 (2003)。企業贊助藝文活動的動機因素之研究，輔仁管理評論，11(1)，33-52。

- 陳怜奴 (2005)。高雄市表演藝術產業化之策略研究 — 以高雄城市芭蕾舞團為例。未出版碩士論文，國立中山大學，高雄市。
- 陳雅妮 (2006)。臺灣金控贊助藝文行為模式之研究 — 以富邦、建華、台新與中信四家為例。未出版碩士論文，國立中山大學，高雄市。
- 陳冠宇 (2007)。企業冠名贊助台灣希望職業高爾夫巡迴賽之研究。未出版碩士論文，國立臺灣體育學院，臺中市。
- 傅本君、黃莉惠 (1997)。企業界的文化贊助。藝術管理 25 講：表演藝術行政人員研討會暨研習活動實錄，93-97。臺北：行政院文化建設委員會。
- 程紹同 (2001)。第五促銷元素：運動贊助行銷新風潮。臺北：滾石文化。
- 楊炳韋 (1995)。企業贊助公益活動行為之研究。未出版碩士論文，政治大學，臺北市。
- 楊棍智 (2002)。知識分享之研究 — 以社會交換之觀點。未出版碩士論文，義守大學，高雄縣。
- 鄒佳穎 (2004)。政府文化藝術補助與私人捐贈關係之研究 — 以台灣表演藝術團體為例。未出版碩士論文，國立臺北大學，臺北市。
- 樓永堅 (2005)。藝術產業行銷個案集 — 第一輯。臺北市：貝塔。

- 談珮、夏學理 (1995)。臺灣工商企業對表演藝術贊助態度之研究。空大行政學報，4，59-75。
- 鄭展璋，(1990)。企業贊助文化藝術事業之研究。未出版碩士論文，臺灣大學，臺北市。
- 鄭美華 (2008)。藝文贊助政策之釐訂與執行之研究。通識研究集刊，14，1-22。
- 劉念寧 (1990)。大型企業贊助公益活動之研究。未出版碩士論文，臺灣大學，臺北市。
- 劉安可 (2006)。企業贊助下之表演藝術研究－以建華銀行為案例。未出版碩士論文，南華大學，嘉義縣。
- 羅寶珠 (2004)。臺灣企業贊助藝文管道之研究－藝術與企業媒合平台組織之建置與發展。未出版碩士論文，東海大學，臺中市。
- 蘇衍如 (1999)。大眾傳播媒體贊助公益活動之決策及其影響因素之研究。未出版碩士論文，天主教輔仁大學，臺北縣。

二、英文部分

Galaskiewicz, J. (1985). Professional networks and the institutionalization of a single mind set. *American Sociological Review*, 50, 639-658.

Daft, R. L. (1992). *Organization theory and design*. 4th ed. MN: West Publishing Company.

Kuzma, J. R., Shanklin, W. L., & McCally, J. F., (1993). Number one principle for sporting events seeking corporate sponsors: Meet benefactor's objectives. *Sport Marketing Quarterly*, 2(3), 27-32.

Meenaghan, T. (1991), "Sponsorship—Legitimising the Medium," *European Journal of Marketing*, Vol. 25, Iss. 11, 5-10.

McCarville, R. E. and Copeland, R. P. (1994), "Understanding Sport sponsorship through Exchange Theory", *Journal of Sport gement*, 8, 102-114.

Javalgi Rajshekhar G, Traylor Mark B, and Gross Andrew C, and Lampman Edward (1994). Awareness of sponsorship and corporate image: An empirical investigation. *Journal of Advertising*, 23(4), 47-58.

Sandler, D. M., & Shani, D.(1989). Olympic Sponsorship vs. “ambush” Marketing: Who gets the gold? *Journal of Advertising Research*, 11, 9-4.

Stotlar, D. K. (1993) .*Successful sport marketing*.Dubuque, IA:Wm. C.Brown Communications.

三、網站資料部分

維基百科，贊助的定義，上網日期：2009年10月25日，引自 <http://en.wikipedia.org/wiki/Sponsor>

文馨獎，文馨獎得名單(1999-2007)，上網日期：2009年11月1日，引自 <http://www.ncafroc.org.tw/9thwenxin/awards-lista.htm>

行政院文化建設委員會，施政資訊-預算與統計(95年-97年)，上網日期：2009年11月10日，引自 <http://www.cca.gov.tw/public.do?method=list&categoryId=5>

永齡教育慈善基金會，藝術文化活動及專案一覽表(2003-2008)，上網日期：2009年11月10日，引自 <http://www.yonglin.org.tw/f001/f001-3/f001-3.html>

A & B 藝企網，藉空間搭起與大眾互動的橋樑——企業支持設立之藝文空間，上網日期：2010年4月30日，引自 http://www.anb.org.tw/coverstory.asp?Magazine_id=60

國家文化藝術基金會，洛克斐勒基金會2010年紐約市文化創新基金競賽，上網日期：2010年5月4日，引自 http://www.ncafroc.org.tw/content/internews-content.asp?Ser_No=1566

轟舞劇場，超人氣的舞蹈男人幫－轟舞劇場，上網日期：2010
年 6 月 6 日，引自

<http://blog.yam.com/mdans/article/6410016>

附錄一 2006年至2008年藝文活動場數與出席人次

	2006年	2007年	2008年
影片	7,541	8,716	9,356
音樂	7,230	7,561	8,204
語文	5,317	6,002	5,987
視覺藝術	4,787	5,151	5,513
其他	3,348	3,550	4,114
民俗	3,331	3,538	3,821
戲劇	2,581	2,756	3,537
工藝	2,331	2,430	2,812
綜藝	2,283	2,593	2,710
舞蹈	1,515	1,558	1,548
圖書	1,344	1,670	2,135
設計	576	702	767
說唱	128	185	201
活動個數	42,312	46,412	50,705
出席人次	115,426	120,794	137,351

資料來源：研究者彙整

附錄二 企業贊助舞蹈團體一覽表

企業名稱	企業別	曾贊助團體	贊助時間(年)	贊助類型
臺灣積體 電路製造 (股) 有限公司	半導 體業	雲門舞集	2000	金錢 贊助
		太古踏舞團	2001	
		光環舞集	2001	
國泰人壽 (股) 有限公司	金融 壽險業	雲門舞集	2000 2002 至 2007	金錢 贊助
宏碁電腦 (股) 有限公司	電腦及 其週邊 設備製 造業	雲門舞集	2000 2001	金錢 贊助
統一企業 (股) 有限公司	飲料 製造業	雲門舞集	2000 至 2002 2005	金錢 贊助
(財)廣 達電腦教 育基金會	基金會	雲門舞集	2000 2002	金錢 贊助
(財)家 樂福文教 基金會	基金會	雲門舞集	2000 2001	金錢 贊助

(續)

企業名稱	企業別	曾贊助團體	贊助時間(年)	贊助類型
建弘證券 投資信託 (股) 有限公司	創投業	雲門舞集	2000	金錢 贊助
普訊創業 投資(股) 有限公司	創投業	雲門舞集	2000 2005	金錢 贊助
華碩電腦 (股) 有限公司	電腦及 其週邊 設備製 造業	雲門舞集	2000	金錢 贊助
大田精密 工業(股) 有限公司	育樂 用品製 造業	高雄城市 芭蕾舞團	1998 至 2000 2002 2003	金錢 贊助
(財)甲 桂林文教 基金會	基金會	台北越界 舞團	2000	金錢 贊助
國泰世華 銀行	金融 壽險業	蘭陽舞蹈團	2001 2002	金錢 贊助

(續)

企業名稱	企業別	曾贊助團體	贊助時間(年)	贊助類型
時報文化 出版企業 (股) 有限公司	文化 事業 出版業	雲門舞集	2001	金錢 贊助
(財)中 技社	基金會	雲門舞集	2001 2002	金錢 贊助
(財)普 訊融悟 文教 基金會	基金會	雲門舞集	2001 2002 2006 2007	金錢 贊助
佳必琪 國際(股) 有限公司	百貨 相關業	雲門舞集	2001	金錢 贊助
(財)法 鼓山文教 基金會	基金會	雲門舞集	2001	金錢 贊助
(財)臺 南紡織公 益慈善 基金會	基金會	雲門舞集	1999 2000 2001	金錢 贊助
建華金融 股(股) 公司	金融 壽險業	雲門舞集	2002	金錢 贊助

(續)

企業名稱	企業別	曾贊助團體	贊助時間(年)	贊助類型
新光人壽保險(股)公司	金融 壽險業	肢體音符舞團	2000	金錢贊助
瑞士商菲利浦莫里斯(股)公司臺灣分公司	綜合商品批發代理業	蕭靜文舞蹈團	2000	金錢贊助
		光環舞蹈團、台北越界舞團、古名伸舞團	2000 至 2002	
		肢體音符舞團	2001	
肯園國際(股)公司	百貨 相關業	光環舞集	2000 2001	金錢贊助
華鴻管理顧問(股)有限公司	創投業	雲門舞集	2002	金錢贊助
建華金融控股(股)有限公司	金融 壽險業	潔兮杰舞團	2003	金錢贊助
		雲門舞集	2003 2004	

(續)

企業名稱	企業別	曾贊助團體	贊助時間(年)	贊助類型
(財) 永齡教育 慈善 基金會	基金會	雲門舞集	2003 至 2007	金錢 贊助
(財) 九華山 地藏庵	基金會	紫荊民族 舞蹈團	2002 2003	金錢 贊助
日盛證券 (股) 有限公司	創投業	三十舞蹈 劇場、 新鮮人舞團	2003	金錢 贊助
(財) 趨勢網路 軟體教育 基金會	電信 相關業	雲門舞集	2003 2004	金錢 贊助
台新金控	金融 壽險業	雲門舞集	2004	金錢 贊助
台灣 大哥大 基金會	基金會	雲門舞集	2005 2007	金錢 贊助
(財) 研 揚文教 基金會	基金會	雲門舞集	2004	金錢 贊助

(續)

企業名稱	企業別	曾贊助團體	贊助時間(年)	贊助類型
環隆電氣 (股) 有限公司	傳產/製 造(機械 相關)	雲門舞集	2005 至 2007	金錢 贊助
臺灣松下 電器(股) 有限公司	傳產/製 造(機械 相關)	雲門舞集	2004	金錢 贊助
遠東集團 —(財) 徐元智 先生紀念 基金會	基金會	拉芳	2007	金錢 贊助
(財)聯 華電子科 技文教 基金會	基金會	雲門舞集	2007	金錢 贊助
奇景光電 (股) 有限公司	電腦及 其週邊設 備製造業	雲門舞集	2007	金錢 贊助
(財)建 弘文教 基金會	基金會	雲門舞集	2006 2007	金錢 贊助

(續)

企業名稱	企業別	曾贊助團體	贊助時間(年)	贊助類型
隆嘉營造 (股) 有限公司	建築業	雲門舞集	2006	金錢 贊助
恒嘉建設 (股) 有限公司	建築業	雲門舞集	2006	金錢 贊助
(財)百 立文教 基金會	基金會	高雄兒童 踢踏舞團	2007	金錢 贊助

資料來源：研究者彙整

附錄三 訪談大綱

- 一、永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體的動機為何？
為什麼？
- 二、永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體的考量因素為何？與活動相關的因素有哪些？與組織相關的因素有哪些？為什麼？
- 三、永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體時影響決策因素為何？由誰決定是否贊助？
- 四、永齡教育慈善基金會今後有哪些贊助計畫？舞蹈演出團體應該如何規劃，才較能獲得永齡教育慈善基金會的贊助？
- 五、永齡教育慈善基金會希望可以從贊助舞蹈演出團體之中獲得甚麼？
- 六、永齡教育慈善基金會是否每年編列固定額度之贊助預算？若有，大約編列多少？

附錄四 訪談紀錄

一、永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體的動機為何？為什麼？可以從贊助舞蹈演出團體之中獲得些什麼？

在委託、創作，提供國內創作人才的培育，這樣子的機制之下去贊助，所以雲門是我們贊助的團體之一。

雲門本身在國際上和國內都有很響亮的成績，林老師不僅在藝術創作的部分有相當大的貢獻，最主要的是他對國內的舞蹈人才部分的培育，透過雲門舞集的教學，雲門舞集一、雲門舞集二，不僅在國際的舞台，以及在國內的舞蹈教學上都有相當大的貢獻。所以我想雲門之所以會接受到我們的贊助，是從這幾個角色、這幾個點，我們覺得說我們希望能成為雲門贊助的角色之一。所以我們所謂教育基金會培育人才，委託藝術創作，尤其是本土國人的創作。所以目前為止，我們委託創作的部分也沒有其他國家人員的作品，所以林老師是我們的第一位，同時之後的四月望雨，國內的藝術家也都陸陸續續皆受到我們的委託創作。

雲門舞集他們也會搭配我們文化下鄉的活動，在我們希望他們所表演的地方，去演出，包括二團，他們會去幫我們做一些舞蹈藝術交流的演出，還有就是對我們一些弱勢學校或是弱勢兒童的部分，做藝術舞蹈的教學，那麼也有包含我們的舞蹈下鄉，去做一些文化藝術的表演，那也會參與我們兒童希望小學這方面的舞蹈教學的工作。他們會到國際不同的城市去做發表，那麼站我們整個永齡基金會的企業文化精

神上面，委託創作所有的節目單中，都必須要永遠持續的將永齡基金會委託創作在各個場次演出露出。所以從某些角度上面來看，我們不僅是支持雲門在藝術創作上的一個專業，在藝術上面的表現，他們把這樣子的臺灣之光的舞蹈帶到全世界，那麼同時也藉由他們到世界表演的一個環節當中，我們也讓永齡基金會的贊助讓世界看到。

二、永齡教育慈善基金會考量贊助舞蹈演出團體與否的因素為何？

第一個我們會去蒐集，這個藝術團體他的過去的成績以及他整個製作團隊的一個經歷，過去在所有創作歷程上的一些紀錄，包含他們的表演以及實際在這個票房還有藝術評論方面的一些反應，這是對基本資料的了解。第二個部分，我們也會因為他們尋求贊助的演出計畫，以及他預計要達到這個計畫的目標，所以我們會審視他們計畫執行的內容，跟經費預算的合理性，以及未來我們贊助以後，他很可能會衍發出的一些場次，他們會曝光的機會。因為我想我們對於藝術團體大家都很清楚，我們在國內幾個場次就結束了，常常有發現到這樣子的問題點，所以我們會從他們演出的內容，長期的劇目發展，會請他們提供一個完整的 proposal 給我們，來做為我們是否決定來捐贈給他們的一個基礎參考因素。

雅俗共賞，而且具有歷史或是時代意義，跟整個臺灣文化上的傳承，（我們）是有一些社會責任的考量，所以我們在做很多贊助的部分，會考量到他本身在國際市場也好、或者是國內的文化傳承上有一定的指標性，所以我覺得雲門不是唯一的對象，但是我相信這個團體也必須要有一定的水準跟

一定知名度，才能夠得到永齡基金會委託創作的這個名義之下的贊助，這是很確定的。

三、永齡教育慈善基金會的組織架構與編制為何？

（關於）基金會的所有決策，本身我們有各個不同的業務，有各個不同的工作團體，像我們社會福利、社工團隊，我們的教育基金會有教育工作團隊，藝文的部分我們也有一兩位的同仁是專門在做藝文工作的資料蒐集，最終是我們透過這樣的提案以後，透過執行長對這些部分做評估跟一些建議，由創辦人做一個全部資金的投入，所以我們最終的結論，透過我們基金會的董事長，或是我們的創辦人做最終的決定。

四、永齡教育慈善基金會贊助舞蹈演出團體時影響決策因素為何？由誰決定是否贊助？

雲門舞集他們也會搭配我們文化下鄉的活動，在我們希望他們所表演的地方，去演出，包括二團，他們會去幫我們做一些舞蹈藝術交流的演出，還有就是對我們一些弱勢學校或是弱勢兒童的部分，做藝術舞蹈的教學，那麼也有包含我們的舞蹈下鄉，去做一些文化藝術的表演，那也會參與我們兒童希望小學這方面的舞蹈教學的工作。

委託創作會針對他因為要製作這一個主題，或是藝術的演出，所相關的成本做評估，然後以他們的申請的經費來做審核，審核通過的話，我們就會以我們所評估的經費來做直接的撥款補助。

藝文的部分，我們也有一兩位的同仁是專門在做藝文工作的資料蒐集，我們對每一個團體都是做一樣的事情，包括

我們對社工團體也是一樣，我們對社工團體我們也會詢問當地的縣市政府的教育局處，或者是社會局處，也會對他們在當地的服務的部分來講，會做一些 survey，那麼對藝文團體的部分也是一樣，我們會對他的一些演出的過程，跟過去參與過的對象，會了解他們的一些口碑這樣子。

永齡基金會由創辦人做全部資金的投入，所以我們最終的結論，透過我們基金會的董事長，或是我們的創辦人做最終的決定。

五、永齡教育慈善基金會今後有哪些贊助計畫？是否每年編列固定額度知贊助預算？若有，大約編列多少？舞蹈演出團體應該如何規劃，才較能獲得永齡教育慈善基金會的贊助？

其他的舞蹈團體，基本上如果能夠符合我們在委託創作，而且是有這樣子的一個國際視野，然後能夠雅俗共賞，其實我們也並沒有排斥，就像說我們有四月望雨的贊助部分，有很多團體希望我們做委託創作，那委託創作是一個非常一個非常嚴肅的課題，我們委託創作的部分，從永齡的立場，都是希望他是能夠雅俗共賞，而且他是具有歷史或是時代意義跟臺灣文化上面的傳承，是有一些社會責任的考量，所以我們在做很多贊助的部分，我們會考量到他本身在國際市場也好、或者是國內的文化傳承上面有一定的指標性，所以我覺得不是雲門為唯一的對象，但是我相信這個團體也必須要有一定的水準跟一定知名度才能夠得到永齡基金會委託創作的這個名義之下的贊助，這是很確定的。