

2018 第四屆傳善獎_成果報告書

財團法人台中市私立
弘毓社會福利基金會

目錄

【一、補助前】

(一)機構當時概況-----03

(二)機構三年願景-----03

【二、補助中】

(一)機構資源使用情形-----05

(二)執行不如預期情形-----07

(三)執行超乎預期情形-----08

【三、補助後】

(一)比較三年差異，機構成長情形-----09

(二)傳善獎對機構的影響-----10

(三)機構募款及穩定情形-----11

(四)機構的社會影響力-----11

(五)未來規劃-----12

(六)給後續機構的建議-----12

【一、補助前】

(一)機構當時概況

弘毓基金會，是個台中地區在地長期服務婦幼及弱勢家庭的社福團體。長期以來，看見偏鄉地區弱勢家庭面對資源匱乏、交通不便等問題，需要深入關懷及提供社區化的專業服務，因此，弘毓秉持著「哪裡有需要，服務就來到」的服務理念，投入山/海線地區發展遲緩兒童、身心障礙者及新住民家庭、特殊境遇家庭服務方案，協助遲緩兒與身障者的就醫、復健、就學，以及幫助新住民、單親婦女度過危難。本會長期在台中山海線及偏鄉地區進行早療及婦女服務，我們看見的問題有兩大現象：其一，身心障礙及發展遲緩兒童之療育資源分配不均，城鄉差距大，家庭無法順利獲得所需之服務。其二，新住民在社會角色地位常被矮化、標籤，需要更多尊重與發展的機會。

(二)機構三年願景

組織力	發展願景	逐年階段性目的
一、 影 響 力	*促進民眾對於弱勢婦幼的尊重與共融共好，提升本會為偏鄉婦幼服務之專業形象與知名度	1-1. 前進偏鄉設立據點提供專業服務，補充資源不足之現況。 1-2. 透過辦理社區型親職教育服務及多元文化宣導教育，建構更多友善的社區據點，共同推動尊重與融合精神。 1-3. 扭轉大眾對於新住民、發展遲緩兒童的刻板印象，促進民眾尊重。
二、 行 政 管 理	*建立良好資訊管理系統以管理多元的據點服務及人力資源 *提升募款及其他收入，降低政府組織補助比率，增加機構服務自主性	2-1. 設計與建置良好的資訊管理系統，以期能有效管理多元的據點服務及人力資源。 2-2. 提升機構知名度及成效宣傳能力，並開創服務收入以降低倚賴政府補助之比率，提高服務自主性。
三、 專 業 成 長	*提高服務之可近性 *提升專業人員對於婦幼家庭服務的專業能力 *培養不同專業人員共同投入社會服務	1-1 辦理行動式服務及成立偏鄉據點服務，促進服務之可近性 1-2 定期督導及安排培訓課程、參與服務，以幫助專業人員學習成長。 1-3 安排專業人員在社區據點做實地服務，從學習再回饋到實務服務。 1-4 培育人力管理、財務專業、企劃專業、媒體公關宣導等多元專業人力共同協助推展社會服務。

【二、補助中】

(一)機構資源使用情形(2019.01-2021.12)

1. 依三年經費(會計別/方案別)支出統計

三年使用經費為 9,897,381 元，其餘 2,102,619 持續使用於 111 年度會計別項目(人事、業務、廣宣費)

序號	項目別	內容	支出	百分比	備註
1	會計別	人事費	5,019,377 元	50.7%	(以三年捐款 1200 萬計算)
2		業務費	3,120,430 元	31.5%	
3		行政管理費	219,128 元	2.2%	
4		廣宣費	838,446 元	8.5%	
5		設備/租金	700,000 元	7.1%	
小計			9,897,381 元	82.5%	
序號	項目別	內容	支出	百分比	備註
1	方案別	早療偏鄉據點	6,855,891 元	69.3%	(以三年捐款 1200 萬計算)
2		新住民生命韌力團體	2,583,565 元	26.1%	
3		新住民翻譯媒合	457,925 元	4.6%	
小計			9,897,381 元	82.5%	

2-1. 依年度區分(2019 年)

序號	項目別	內容	支出	百分比	備註
1	會計別	人事費	1,587,175 元	42.3%	(第一年 400 萬計算)
2		業務費	1,144,269 元	30.5%	
3		行政管理費	92,175 元	2.5%	
4		廣宣費	223,050 元	6%	
5		設備/租金	700,000 元	18.7%	
小計			3,746,669 元	93.7%	
序號	項目別	內容	支出	百分比	備註
1	方案別	偏鄉早療據點	2,773,739 元	74%	(第一年 400 萬計算)
2		新住民生命韌力團體	804,629 元	21.5%	
3		新住民翻譯媒合	168,301 元	4.5%	
小計			3,746,669 元	93.7%	

2-2. 依年度區分(2020 年)

序號	項目別	內容	支出	百分比	備註
1	會計別	人事費	1,676,002 元	53.7%	(第二年 400 萬計 算)
2		業務費	966,243 元	31%	
3		行政管理費	31,921 元	1%	
4		廣宣費	447,716 元	14.3%	
小計			3,121,882 元	78.1%	
序號	項目別	內容	支出	百分比	備註
1	方案別	偏鄉早療據點	2,024,033 元	64.8%	(第二年 400 萬計 算)
2		新住民生命韌力團體	989,901 元	31.7%	
3		新住民翻譯媒合	107,948 元	3.5%	
小計			3,121,882 元	78.1%	

2-3. 依年度區分(2021 年)

序號	項目別	內容	支出	百分比	備註
1	會計別	人事費	1,756,200 元	58%	(第三年 400 萬計 算)
2		業務費	1,009,918 元	33.3%	
3		行政管理費	95,032 元	3.2%	
4		廣宣費	167,680 元	5.5%	
小計			3,028,830 元	75.7%	
序號	項目別	內容	支出	百分比	備註
1	方案別	偏鄉早療據點	1,756,200 元	67.9%	(第三年 400 萬計 算)
2		新住民生命韌力團體	989,901 元	26.1%	
3		新住民翻譯媒合	107,948 元	6%	
小計			3,028,830 元	75.7%	

(二)執行不如預期情形

1. 偏鄉早療服務(以東勢茄寶工作坊為例)：

(1)原本提供發展遲緩兒童認知教學服務，但偏鄉地區觀念保守，部分家長對於早期療育服務有刻板印象，故服務推展不易。

(2)由於偏鄉地點的合作治療師招募較不易、聘請費用與醫療院所落差，且加上家長對醫療院所課程信賴度較強，以及療育課程學生數不穩定，故服務的品牌以及豐富有所影響。

(3)改善措施：東勢茄寶工作坊定位需轉型，朝向成為 0-6 歲兒童發展的守護者，除針對早療兒童提供專業療育服務，也陸續結合多元辦理「親職整聊室」、「親子進步學習館」、線上「繪本說故事」、「居家作息小劇場」等服務，將服務擴展至 0-6 歲一般兒童家庭，促進早療兒童的社區融合精神，增加與社區的連結。

2. 新住民翻譯服務(以茄寶翻譯坊為例)：

(1)曾有許多私人公司洽詢翻譯費報價，但本會為保障新住民就業收入，在筆譯方面，以字計費；口譯以每小時 800 元計費，由於不符合成本，許多企業取消申請翻譯服務。

(2)承上，除了移民署、法院有特約通譯人員與仲介公司聘請翻譯人員以外，其他私人公司因成本考量不申請翻譯服務，觀察東南亞語翻譯市場仍供過於求，因此改善措施為協助新住民探索翻譯人員的職涯方向及專業精進，亦是本會將來辦理主題課程之思考方向(例如：職涯探索營、在職培訓課程等。)

(三)執行超乎預期情形

1. 偏鄉早療服務：

(1)延伸在 110 年為偏鄉特殊兒童舉辦偏鄉夏令營「快樂小學堂」活動，結合手作盆栽及繪本 DIY、桌遊及體能遊戲、音樂律動等活動主題，以銜接偏鄉兒童學習，並減低照顧者的壓力。

(2)開辦「親職整聊室」，讓家長能夠更瞭解兒童之發展狀況，並依兒童發展狀況提供家長適切的建議，另提供兒童發展篩檢服務，有助於及早發現其問題，盡早進行相關療育，減緩其狀況。

(3)透過茄寶工作坊成立三年，對於社工及教保員可以透過就近及便利性，在工作坊進行個案訪視、方案活動辦理等多元運用，像是中繼站空間使用，也能讓偏鄉社區服務之網絡單位有所交流、認識。

2. 新住民翻譯服務：

在翻譯服務方面，目前拓展外縣市協助翻譯 3 案(例如羅慧夫顱顏基金會繕打影片逐字稿及翻譯費、臺南市衛生局翻譯費、臺南市新聞局翻譯費)，增加除了台中服務地區以外的資源，亦增加外縣市媒合翻譯的曝光機會。以上關鍵原因，透過傳善獎單位，增強本會在拓展翻譯坊的服務，拓展全國可看見及使用的機會。

3. 新住民生命故事展覽及頻道：

(1)透過創新服務在新住民生命故事的發展，從新住民團體建立到產出展覽兩年，以及全新打造 YT 頻道，更深入推廣新住民特色文化，從認同文化開始，間接帶到翻轉刻板印象，落實創新的開端。三年的計畫執行過程，共影響接觸了 1,200 人次以上的民眾參與實體及網路互動，開啟對話的機會。

(2)透過培力過程及成果展參與，新住民族群找到自己的認同感，透過自己的故事正向影響更多人，非常值得！在團隊學習及激盪中，產出許多公益合作以及美食創業的機會，更增加了新住民創業及外部分享授課的機會(例如：移民署、學校、社區)，曾參與過計劃之新住民皆回饋這項計畫是在其他團體或平台所從未接觸過的，後續期待能再參與類似的計畫或團體！

【三、補助後】

(一)比較三年差異，機構成長情形

1. 拓展內部組織結構，增強全會對外形象：

透過傳善獎挹注經費，在內部組織建立行政宣廣組，著重跨部門溝通統籌全會發展，增強對外、募款募資及社區的連結，有效促進全會對外形象及婦幼品牌。

2. 增強全會創新成長之發展：

(1)相較以往，全會雖以婦幼脈絡服務為主，執行類型較著重在政府委案，但在社福服務趨勢下，須有所獨立自身的品牌，融合創新及有別以往的價值，提升對外發展，對內組織專業的成長等，因此，透過傳善獎經費挹注及輔導，讓本會在婦幼服務更落實創新服務外，確立本會品牌形象及口碑。

(2)透過偏鄉據點成立及推展服務，有效曝光社區對本會的接觸與認識，並增加偏鄉多元服務的創新機會。

(3)以新住民良性發展目標而言，除了培力新住民、舉辦展覽、頻道建立以外，本會工作團隊更注重新住民變成夥伴共識的過程，實需投入大量討論合作的時間成本、人力及帶領經營之心力以形成團體，與新住民共融共識，才有辦法產出正向且豐富的成果，也與服務對象成為互助的夥伴關係。

3. 提升網路及捐款平台能見度與觸及率，助募款成效成長顯著：

(1)相較三年前的發展，在媒體宣傳及行銷策略、募資捐款方面增強許多，例如媒體新聞發布每年達 60 則以上的曝光量，建立良好且穩定的媒體關係；在網路平台的經營方面，有充足的經費幫助本會優化舊有的官網，並有獨立的捐款系統，讓募資變得更加便利！

(2)透過整體行銷策略，第二年到第三年已可有效提升約五成捐款收入之成長，並期待未來捐款穩定度。

4. 提升內部人員的專業成長、服務能力：

相較以往，增加多元專業人才的進用，因此在跨部門溝通方面，有效整合組織內部目標，透過創新團隊及多元專業組成，提升人員專業能力，促進全會健全發展。

(二)傳善獎對機構的影響

1. 偏鄉早療服務開創新的可能性：

(1)透過傳善獎單位協助及輔導，拓展偏鄉家庭對早療兒童的認識，增加特色方案-偏鄉暑期夏令營，讓偏鄉的早療兒童與家庭成員，在暑期期間，孩子開心學習與持續穩定療育，塑造有別以往社區的幼兒園學習模式，增強本會與家庭交流的機會。

(2)據點的設立，確實增加服務空間使用的就近及便利性，並讓團隊及個案家庭可多元使用的空間(例如辦理活動、外展兒童發展篩檢等)，提升社工人員訪視的場地運用(像是中繼站)，未來預計將與弘光科大多媒體遊戲系合作，開發虛擬實境 VR 遊戲式療育 app，期待推廣到偏鄉社區，減低交通限制兒童持續療育的情況。

2. 新住民翻譯服務及良善生命故事影響力：

(1)透過傳善獎單位協助，提供本會在推展翻譯坊有機會資源共享，讓更多企業或團體可使用本會資源及交流，增強新住民翻譯資源與管道。

(2)108年透過傳善獎協助拍攝【弘揚有愛 毓見新住民】短片影音、文化教材包，以新住民故事影響更多人，達到理解新住民來台原因及韌力樣貌，讓本會新住民服務持續拓展，社區宣傳及多元創新機會。

3. 透過新住民生命故事展覽調整策略，連結觸及新的友善族群：

(1)感謝傳善獎鼓勵贊助單位適當調整計畫方針，在辦理展覽的兩年間，雖然有達到每年 800 人次觀看，但對於實際新住民故事推廣予更多的民眾有限(當初較多影響對象為學生、退休人士、新住民或移工家庭)，且對於影響看展民眾所翻轉刻板印象的程度無法短時間有顯著差異，因此第三年轉型為線上 YouTube 頻道，以推廣新住民美食文化及故事等，在網路世界接觸到更多新的友善族群，透過民眾的網路留言也能看見對刻板印象翻轉更大的影響力。

(2)由於網路發達，且加上普遍大眾使用手機及影音軟體普及、便利性，將展覽及電子書，調整成立 YouTube 影音頻道經營，以創新及永續服務提供新住民美食文化及故事讓大眾認識，並培力新住民第二或第三專長，以增加社會參與及就業機會。

4. 宣傳及行銷成效明顯成長：

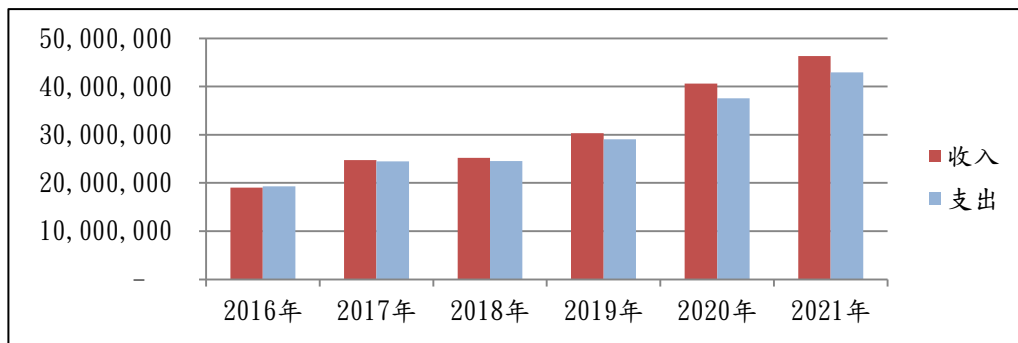
(1)透過傳善獎資源的挹注，本會正式於 108 年成立了『行政宣廣組』，組織媒體宣傳及網路行銷、勸募人力，奠定行銷宣傳的基礎，塑造本會的形象(例如刊物、網路平台、宣導品、媒體宣傳形象等)，拓展更多服務被看見的機會。

(2)透過組織增加行政宣廣組，有機會持續與外部連結，營造組織秉持著正向發展精神，並促進跨部門與組別共識及溝通，創造更多創新發展任務！

(3)經過三年的經營累積以及誠懇實在的服務努力，本會的服務受到更多肯定，原本以前只有小額捐款機會，如今能有更多地方性社團會主動尋求本會合作贊助活動及捐助資源；合作提案單位與資源也更多。

(三)機構募款及穩定情形

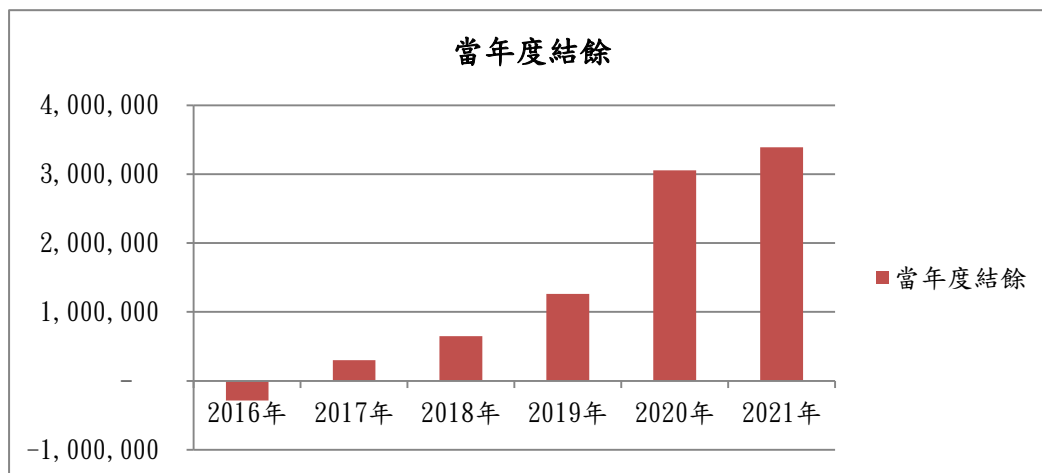
1. 2016 年至 2021 年收支表(前後 3 年差異)



	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
收入	19,039,633	24,771,638	25,180,911	30,291,136	40,591,119	46,305,894
支出	19,325,067	24,471,032	24,530,849	29,031,317	37,536,327	42,915,901

※以上得知，2019-2021 年的收入皆高於支出，且收支兩者差距比例逐年升高。從收入分析，2021 年之收入較 2018 年收入高出了 1.8 倍。

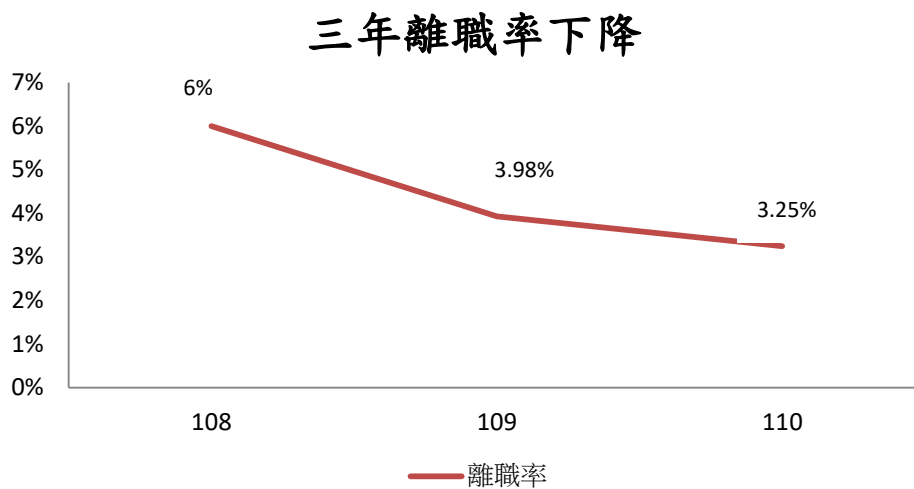
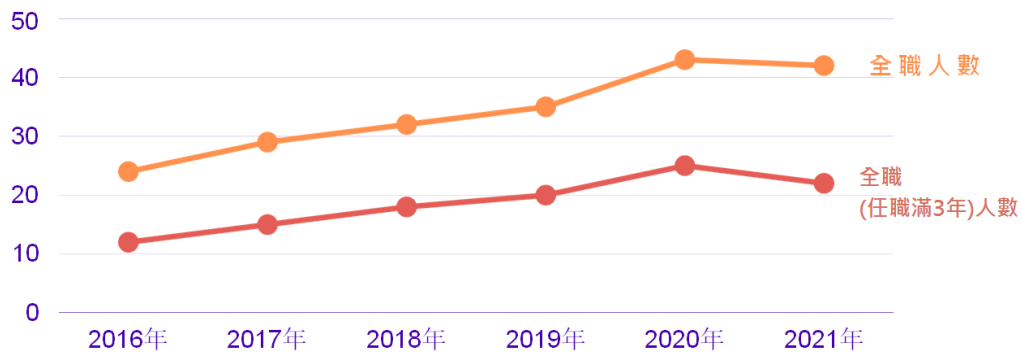
2. 2016 年至 2021 年當年度結餘表(前後 3 年差異)



	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
當年度結餘	-285,434	300,606	650,062	1,259,819	3,054,792	3,389,993

※以上得知，2019-2021 年的結餘皆逐年昇高，從 2019 年獲得傳善獎捐助後，至 2021 年已成長 2.7 倍。

3. 人員流動率（三年流動率、三年離職率下降）



(四) 機構的社會影響力

【主軸一：翻轉婦幼服務】

1. 2020 年與電影工作者共同拍攝特殊兒童簡介片：軒軒的起跑點，呼籲大眾重視早療相關議題。
2. 2019-2020 年推動新住民生命故事展覽，透過生命故事社區分享、文化推動、創意市集，增加與新住民互動機會，進而理解及尊重多元族群。
3. 2021 年發展 YT 自媒體，透過網路力量，提升與新住民友善連結，拓展偏鄉及市民的新視野，翻轉刻板印象。
4. 翻譯培訓跟就業媒合方面，新住民的工作經驗及就業機會有所提升，也與企業及社福團體相互合作，對於弘毓的培訓及知名度有所提升，例如：三年內新增合作了羅慧夫顏顏基金會的越南印尼語宣導影片翻譯、臺中美術館作品簡介中譯越

文，以及其他的中小型企業合作機會。翻譯是一個專業的路徑，未來規劃將持續以培力翻譯邁進，著重輔導新住民就業方向的開發(門檻低/高技術)及新住民專精通譯。

【主軸二：推展在地山海線地區家庭療育服務】

1. 拓展山海線早療資源不足之據點，透過多元式一對一教學或一對多夏令營活動，讓 0-6 歲早療兒童跳脫幼兒園模式學習，讓家庭了解早療領域知能。
2. 因應疫情趨勢，於網路平台推動兒童發展的居家作息教案、繪本故事屋影片，讓更多早療家庭可活絡運用及多元學習。
3. 推動偏鄉專車，進行山海線社區巡迴服務，辦理親職相關活動與篩檢。

【主軸三：組織運作數位化及形象創新】

1. 透過行政宣廣組創立，推動婦幼形象，以民眾、企業、團體組織的機構交流合作，增加捐款收入、專案合作機會。
2. 專屬本會的官網、粉絲專頁重新建置，整合全新且便利的捐款系統、軟件，提升本會形象的露出管道。
3. 透過傳善獎協助媒合震旦雲端人資系統引進公益贊助，讓全會 8 個服務據點皆可改變以往傳統紙本紀錄出勤方式，改以數位化人資系統，增進行政效率及組織管理能力。

【主軸四：友善社區行動】

1. 新住民婦女透過展覽及 YT 頻道參與，培力的過程，了解本會服務及品質與其他單位不同，有所特色及重視新住民的需要，進而參與三年傳善計畫，保持友好關係，願意參與社會、公益回饋、生命故事影響、促成許多企業合作，最終能讓母國家庭看見在台灣的生活。
2. 早療聚點式服務，開發有別以往幼兒園的夏令營模式，有效幫助山海線地區的早療孩子度過不同暑假，讓孩子學會獨立、開發創意、生活技能等，更讓家長感受到孩子每天到據點的開心氛圍，學會主動口語分享互動。
3. 運用東勢、大甲據點舉辦免費兒童發展篩檢、多場親職講座、說故事服務、開放親子遊戲空間等，促進偏鄉居民前來使用茄寶工作坊據點，可就近諮詢親職教養困擾及社福資源。

(五)未來規劃

1. 培育早療在地社區人才，推展山海線多元及「聚」點服務。
2. 推廣新住民及婦女優勢專長特色，持續翻轉婦幼議題，結合自媒體宣傳。
3. 繼續發展自媒體、推廣影音故事行銷。
4. 持續開發在地資源合作及捐款收入。

(六)給後續機構的建議

1. 傳善獎的支持給予社福組織創新前進不怕失敗的勇氣，以及穩定用心的後盾，非常鼓勵社福組織參與計畫。
2. 開創新據點及新服務時，多提供執行人員學習市場盤點及財務營運的能力。
3. 對於社福創新經營方式，可採用網路行銷及頻道經營，增添社福曝光方式，利於組織建立形象。