

# 公益彩券的社會意向調查

蕭新煌\*

## 一、前言

公益彩券之發行，於 2004 年 1 月 16 日業已屆滿二年，截至 2003 年 12 月為止，已創造新台幣四百八十六億多元的盈餘。「公益彩券發行條例」已就其公益性做出規定，發行機構應將各種公益彩券發行盈餘專供政府補助年金、全民健保準備、社會福利及慈善等公益活動之用，「財政部彩券監理委員會設置辦法」也明確規定，上述各項的提撥比例應分別為 45%、5%、50%，「直轄市／各縣市政府獲配公益彩券盈餘運用應行注意事項」也規定，地方政府需以基金或收支並列方式管理運用彩券盈餘分配款，清楚交代盈餘去向，並要求資訊透明化，以期透過社會公信力的建立落實公益彩券，促進公益、福利、慈善的發行本意。

對於彩券制度對地方社會福利的貢獻，以及各縣市使用此一「善款」的真相，當有待完整而客觀的評估。目前，「彩券盈餘監督聯盟」已開始對各縣市使用盈餘的狀況進行調查評估，並發現若干縣市在執

---

\* 中央研究院社會學研究所研究員

行上有瑕疵。本研究則企圖從更寬廣的社會角度，來評估公益彩券的形象和貢獻，亦依據社會大眾之認知來探討過去兩年來公益彩券在台灣社會出現後，社會公眾如何看待它，如何接受它，以及在民眾心目中建立如何的形象和做出如何的貢獻。

## 二、研究設計

### 1. 調查母體與地區

本調查以全國年滿十八歲以上、且家中有電話之民眾為調查母體；具體的調查訪問地區包含台灣地區、金門縣、連江縣、及其他離島地區。

### 2. 調查方式

本研究以電話訪問進行資料蒐集工作，並使用電腦輔助電話訪問系統（Computer-Assisted Telephone Interviewing，簡稱 CATI）進行調查訪問資料蒐集之工作。

### 3. 抽樣方法

本研究利用中央研究院蔡元培人文社會科學研究中心調查研究專題中心所購置電腦輔助電話訪問系統之全國電話資料庫作為抽樣母體，進行分層兩階段等距抽樣（stratified systematic sampling）：就第一階段而言，首先是以台灣各鄉鎮作 316 個（含澎湖）分層，並根據行政院內政部民國八十九年臺閩地區人口統計秋季季刊計算台灣各鄉鎮（含澎湖）人口數，以等比例原則計算出各鄉鎮所需抽取之人數（請參酌表 1）。其次，再利用全國電話資料庫以等距抽樣原則抽取各鄉鎮所需之住宅電話號碼數。為降低因全國電話資料庫電話號碼涵蓋率因素而造成部分電話號碼的用戶無法被抽中之問題，遂再利用隨機原則抽取進行電話尾數末四碼的選取。第二階段則是利用洪氏戶中抽樣

表1：各縣市次樣本數分配表<sup>1</sup>

縣市名	實際標本數	縣市名	實際標本數
台北縣	241	新竹縣	29
台北市	181	嘉義縣	37
台中縣	100	彰化縣	87
台東縣	15	台中市	65
台南縣	77	台南市	49
宜蘭縣	32	基隆市	27
花蓮縣	22	新竹市	25
南投縣	37	嘉義市	18
屏東縣	63	高雄市	100
苗栗縣	37	連江縣	0
桃園縣	115	金門縣	4
高雄縣	84	澎湖縣	7
雲林縣	48		

預計標本數：1500，實際標本數：1070

的方式，針對戶中合格受訪者之男女兩性所佔人數，抽出中選之受訪對象。正式調查於 92 年 10 月 27 日開始，11 月 6 日結束。

### 三、調查內容

#### ■ 公益彩券之發行價值面

一 公益彩券營運作業公平、公正、公開之形象認知度

1 表中所列者，除直轄市、省轄市為實際抽樣數外，其餘所列者乃為該縣市各鄉鎮之抽樣總數。

- 公益彩券是否真有落實公益目標（提供弱勢就業機會／盈餘作為社會公益使用）
- 民眾如何看待公益彩券，其心態如何？
- 公益彩券發行對社會風氣或行為是否真有造成影響
- ➔公益彩券經銷商，主要分為甲類經銷商——以遊走販賣方式販售吉時樂與對對樂彩券；及乙類經銷商——以固定店面經營方式販售電腦型彩券為主。
- 公益彩券經銷商形象之整體認知（佳／不佳／原因）
- 甲類通路的改進之道（民眾對遊走販賣方式之觀點／與既有連鎖通路合作／政府有無必要介入幫忙）

#### ■彩券盈餘分配及應用面

- ➔請問您知道公益盈餘分配，有那三種公益用途嗎（全民健保 5%、國民年金 45%、地方政府辦理社會福利及慈善公益活動 50%）？而在此架構下，請問
- 公益彩券盈餘分配結構及應用面之認知度（對三種公益用途的了解）
- 國民年金若開辦，是否較能感受到公益彩券之公益價值
- 在各縣市政府對公益盈餘使用的部分，如何讓大眾更能感受到公益價值（透明化／專款專用／盈餘應用以照顧弱勢為主）
- 您對公益彩券公益印象之來源（經銷商／盈餘應用／頭獎中獎人捐贈）
- ➔公益彩券之彩金分配，60%提供為獎金支出，但自發行以來至今年六月底止，逾期末領獎金收入金額達新台幣 11 億八千多萬 (1,181,024,202) 元，最後歸入國庫。請問
- 您認為，未兌領獎金應該歸入何處？（納入消費者獎金支出／國

庫／公益)

#### 四、研究成果

社會大眾雖然熱中購買樂透彩，然而公益彩券整體的公信力與公益形象是否為大眾所採納？公益彩券是否為社會福利提供了貢獻？這些問題可以從本調查所呈現的結果略知一二。整體而言，民眾對彩券發行及管理制度的信任度雖然不錯，也較公益形象為佳；但卻對逾期未領獎金之處理方式，以及各地方政府所掌握彩券盈餘流向，仍有一些質疑和信心不足。

另一方面，近日有部分縣市的確發生未專款專用的缺失，也有少數經銷商利用身心障礙者、原住民等弱勢族群取得經銷權的報導傳出，這些被媒體披露的弊端，則反映了公益彩券所要凸顯的公益性仍有待加強。