

非營利組織與外部支持者行為探討:大乘佛教組織在台灣地區為例

林佳男、劉原超

E-mail: 9416147@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究探討大乘佛教組織傑出的經營方式，希冀藉此向四大叢林禪寺取經，並探討該支持者對其向心力的源由。本研究發現該組織有三大關鍵成功要素，茲說明如下：1.大乘佛教組織的戒律使支持者知道節制 由於佛教戒律的精神，使其支持者對個人言行會多加自律，並且藉此經、律、論中自我反省與效仿，無形中約束其行為，是該組織主要的成功因素。2.對本身組織文化傳承的認同度極高 由於支持者衷心的熱愛組織，滿足自我，進而使其樂在工作，以工作為榮。3.有一個人格標竿的領導者當作支持者效訪的對象。四大叢林禪寺領導者的以身作則，使支持者敬仰而學習其思想與行為，並且甘心為其奉獻。領導者對於大乘佛教組織支持者無分別心對待，致使上至達官貴人，甚至販夫走卒皆願意為其貢獻心力。在量化上也明顯可以發覺與一般連鎖幼教組織員工心態上的差別點，即為上述所言。

關鍵詞：非營利部門；大乘佛教；社會交換理論；組織理論；激勵；社會公民行為；逆境商數

目錄

目錄	論文內頁	簽名頁	授權書	iii	中文摘要	v	ABSTRACT	vi	誌謝	vii	目錄	viii	圖目錄	xiii	表目錄	xv	第一章	緒論	1	1.1	研究背景與研究動機	1	1.1.1	研究動機	7	1.2	研究目的	8	1.3	研究架構與步驟	9	1.3.1	研究架構	9	1.3.2	研究步驟	11	1.4	研究範圍與研究對象	12	1.4.1	研究範圍	12	1.4.2	研究對象	12	1.4.3	研究困難點	13	第二章	文獻探討	15	2.1	非營利組織相關文獻探討	15	2.1.1	非營利組織的定義	15	2.1.2	非營利組織的支持來源	18	2.1.3	非營利組織與支持者的募款關係	21	2.2	大乘佛教組織相關文獻探討	26	2.2.1	佛教發展的歷程	26	2.2.1.1	印度佛教發展的歷程	27	2.2.1.2	中國佛教發展的歷程	27	2.2.1.3	日本佛教的特色	30	2.2.2	台灣佛教發展的歷程	30	2.2.2.1	台灣宗教發展歷程簡介	30	2.2.2.2	日本人統治前的台灣	31	2.2.2.3	日據時代後傳來的宗教	34	2.2.3	台灣現階段四大叢林禪寺簡介	34	2.2.3.1	佛光山與星雲法師	36	2.2.3.2	慈濟功德會與證嚴法師	40	2.2.3.3	法鼓山與聖嚴法師	43	2.2.3.4	中台禪寺與唯覺法師	48	2.2.4	大乘佛教主要佛學理論	50	2.2.4.1	大乘與小乘的定義	50	2.2.4.2	大乘佛教施教義簡介	51	2.3	連鎖加盟相關文獻探討	54	2.3.1	連鎖加盟定義相關文獻探討	54	2.3.2	連鎖加盟的相關特點	57	2.4	組織理論相關文獻探討	60	2.4.1	組織的定義與基本討論要點	60	2.4.2	有機式組織與機構式組織比較	63	2.4.3	領導的意義與領導理論的發展	66	2.4.3.1	領導的意義	66	2.4.3.2	轉型領導之意義	69	2.4.3.3	轉型領導和交易領導的內涵及差異比較	70	2.4.3.4	轉型領導與交易領導的理論基礎	72	2.4.3.5	轉型領導的測量工具	74	2.5	社會交換理論相關文獻理論探討	75	2.5.1	行銷的定義	75	2.5.2	社會交換理論	79	2.5.2.1	相關的學科對於社會交換理論的關連性	80	2.5.2.2	社會交換理論的發展狀況	82	2.5.2.3	社會交換理論的演進	84	2.6	社會公民行為相關文獻探討	86	2.6.1	社會公民行為相關文獻探討	86	2.6.2	組織公民行為研究的依據	89	2.6.3	組織公民行為主要議題探討	91	2.6.3.1	組織公正	91	2.6.3.2	組織承諾	93	2.6.3.3	組織文化	95	2.7	激勵理論相關文獻探討	95	2.7.1	相關需要	96	2.7.2	需求層次理論	97	2.7.3	激勵的定義探討	99	2.7.3.1	內容型的激勵理論	99	2.7.3.2	過程行的激勵理論	101	2.8	逆經商數模式相關文獻探討	104	2.8.1	關於性格	104	2.8.2	逆境商數探討	105	第三章	研究設計	107	3.1	研究模式與研究變數	107	3.1.1	研究模式	107	3.2	研究變數操作型定義	110	3.3	研究設計	112	第四章	資料分析	116	4.1	樣本資料描述	116	4.1.1	統計群組	116	4.2	信度檢定	120	4.3	大乘佛教支持者因素分析	121	4.3.1	大乘佛教組織問卷因素分析	121	4.3.2	連鎖加盟幼教從業人員相關資訊	123	4.4	比較分析	124	4.5	專家問卷部分	130	第五章	結論與建議	132	5.1	結論	132	5.1.1	關鍵成功因素	132	5.1.2	研究發現	133	5.2	建議	135	5.3	後續研究建議	136	參考文獻	137	一、中文文獻部分	137	二、英文文獻部分	144	三、日文文獻部分	153	附錄	154	附錄一	154	附錄二	155	附錄三	156	附錄四	158
----	------	-----	-----	-----	------	---	----------	----	----	-----	----	------	-----	------	-----	----	-----	----	---	-----	-----------	---	-------	------	---	-----	------	---	-----	---------	---	-------	------	---	-------	------	----	-----	-----------	----	-------	------	----	-------	------	----	-------	-------	----	-----	------	----	-----	-------------	----	-------	----------	----	-------	------------	----	-------	----------------	----	-----	--------------	----	-------	---------	----	---------	-----------	----	---------	-----------	----	---------	---------	----	-------	-----------	----	---------	------------	----	---------	-----------	----	---------	------------	----	-------	---------------	----	---------	----------	----	---------	------------	----	---------	----------	----	---------	-----------	----	-------	------------	----	---------	----------	----	---------	-----------	----	-----	------------	----	-------	--------------	----	-------	-----------	----	-----	------------	----	-------	--------------	----	-------	---------------	----	-------	---------------	----	---------	-------	----	---------	---------	----	---------	-------------------	----	---------	----------------	----	---------	-----------	----	-----	----------------	----	-------	-------	----	-------	--------	----	---------	-------------------	----	---------	-------------	----	---------	-----------	----	-----	--------------	----	-------	--------------	----	-------	-------------	----	-------	--------------	----	---------	------	----	---------	------	----	---------	------	----	-----	------------	----	-------	------	----	-------	--------	----	-------	---------	----	---------	----------	----	---------	----------	-----	-----	--------------	-----	-------	------	-----	-------	--------	-----	-----	------	-----	-----	-----------	-----	-------	------	-----	-----	-----------	-----	-----	------	-----	-----	------	-----	-----	--------	-----	-------	------	-----	-----	------	-----	-----	-------------	-----	-------	--------------	-----	-------	----------------	-----	-----	------	-----	-----	--------	-----	-----	-------	-----	-----	----	-----	-------	--------	-----	-------	------	-----	-----	----	-----	-----	--------	-----	------	-----	----------	-----	----------	-----	----------	-----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

參考文獻

參考文獻 一、中文文獻部分 1. 丁仁傑（1997），『現代社會中佛教組織的制度化極其有關問題之探討:以台灣佛教慈濟功德會的發展為例』，佛光山第一界宗教文化國際學術會議論文獎，佛光出版社，第一冊。 2. 王順民（1991），『宗教福利思想與福利之服務研究-以慈濟功德會，台灣基督長老教會為例』，東海大學社會學研究所碩士論文。 3. 王宜敏（2001），『影響資訊人員知識分享行為之因素-以社會交換理論基礎之探討』，國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。 4. 王德增（1992），『特許加盟體系管理與控制之研究』，國力政治大學企業管理研究所碩士論文。 5. 王國安（2002），『兒童教育連鎖產業拓展中國大陸市場相關因應策略之研究-通路與組織發展計畫』，大葉大學事業經營所碩士論文。 6. 王德業（1992），『特許加盟體系管理與控制之研究』，國立政治大學管理研究所碩士論文。 7. 王宜敏、林東清（2000），『21世紀企業知識管理架構之探討?對資訊經理人之新挑戰』，中華民國資訊經理人協會會務

通訊47期,頁41-52。8.司徒達賢(1994),『台灣中小企業之經營策略』,中小企業發展學術研討會。9.何建興(2002),『佛教量論的宗教意義』,揭諦第四期,P37-55。10.妙法蓮華經『淺說佛學五』,和裕出版社。11.佛的本身故事;和裕出版社。12.佛學淺說與佛的故事;和裕出版社。13.邱義興(2003),『非營利組織資金成本型態之研究』,南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。14.李德川(2001),『利用非營利組織從事非法行為之研究』,南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。15.呂育一,徐木蘭(1994),『非營利組織績效指標之研究-以文教基金會為例』,台大管理論叢,第五卷第一期。16.吳彥毅(1998),『連鎖經營發展歷程之研究』,東吳大學企管所碩士論文。17.李淨錦(2001),台灣連鎖加盟特集,中華民國加盟促進協會,民國九十年。18.李霖生(2003),『(金剛般若波羅蜜經)玄義疏論』,玄奘人文學報第一期,P175-190。19.佛學中常見的詞彙:陳義孝居士;高雄淨宗協會。20.巫漢增(2003),『連鎖體系行銷策略之研究』,九十二年二月,大葉大學碩士論文。21.林娟娟(1990)『影響連鎖經營型態之因素---我國零售業之實證研究』,國立中興大學企業管理研究所碩士論文。22.林金卿(2001),非營利組織策略管理之研究-以財團法人社會福利慈善事業基金會為例,大葉大學事業經營所碩士論文。23.吳青蓉(2002),『非營利組織行銷之研究-以嘉義地區民間信仰宗教團體為例』,南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。24.金剛經;譚錫永著;全佛出版社。25.林贖姬、樊景立、吳靜吉、司徒達賢(1994),『薪資公平、程序公正與組織承諾、組織公民行為關係之研究』,管理評論,第13卷第2期,1994年,頁87-108。26.林鈺琴(1996),『組織公正、信任、組織公民行為之研究:社會交換理論之觀點』,管理科學學報,第13卷第3期,P391-415。27.林鈺琴(2003),『以組織承諾及工作滿足為實徵切入分析組織公民行為與員工工作考績之結構模式比較』,人力資源管理學報2003夏季號,第三卷第二期,P093-113。28.林麗娟(2000),『知識分享之研究-以社會交換之觀點』,義守大學管理研究所碩士論文。29.金剛經講錄,道源法師,佛陀文教基金會。30.金剛經持驗錄;蓮歌子;三寶弟子印贈、和裕出版社。31.金剛經講義;達理法師;三會學處。32.洪金順(1994),『運用AHP方法探討『核四案』決策分析之研究』。品質管制月刊,2001.1,P32-36。33.洪光遠(民81)譯,組織領導。台北:桂冠。34.徐寶璋(2003),『宗教型非營利組織功能之研究-以財團法人台灣省加義士大天宮附屬慈善會為例』,南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。35.徐村和(1998),『模糊德爾菲分析法』,模糊系統學刊,第四卷第一期,P59-72。36.許道然(2002),『組織公民行為之研究』,空大行政學報,第十二期,P113-146。37.許道然(1997),『不同待遇類型與待遇滿足感及組織公民行為關係之研究』,空大行政學報,第九期,P349-386。38.孫思源(2000),『由社會交換理論探討資訊系統委外合夥關係之影響因素』,國立中山大學資訊管理研究所博士論文。39.黃銘廷(2000),『公務人員知識分享意願、組織信任與組織文化之關係研究』,中山大學碩士論文。40.張智源(2003),『非營利組織基金會的政策性角色與功能:以台灣地區為例』,南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。41.陳淞慶(2000),『捐款人對非營利機構行銷傳播活動的態度與捐款人市場區隔之研究』,國立交通大學經營管理研究所碩士論文。42.陳淑瑤(2003),『非營利組織的顧客滿意度關鍵成功因素研究-以青年志工中心為例』,南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。43.淨空老法師講述;金剛經之啟示;三寶弟子印贈。44.黃家齊(2002),『組織控制、交換關係與組織公民行為-組織公正的中介效果』,輔仁管理評論,第九卷第二期,1-34。45.黃家齊(2002),『組織公正與員工行為-構面間關連性差異及交往原則的直接與干擾效果』,交大管理學報,第十二卷第二期,P35-78。46.黃正雄(1997),『人力資源管理措施、價值觀契合與員工效能之關係』,國裡台灣大學商學研究所博士論文。47.淨空法師講述,劉承符居士記(1994),『佛說大乘無量壽經莊嚴清靜平等覺經親聞記』。48.張翠玲(1991),『連鎖加盟體系總公司控制機制之探討--特許加盟與自願加盟之比較』,國立中興大學企業管理研究所碩士論文。49.莊文華(1994),連鎖體系擴張策略之比較研究,國立政治大學企業管理研究所碩士論文。50.許士軍(1993),連鎖加盟事業---序言,賴山水著,聯經出版事業。51.陳瑞全(2003),『階層式模糊積分多屬性決策方法應用於e-learning學習績效評估-以中華電信為例』,國立交通大學經營管理研究所碩士論文。52.莊安祺出版社翻譯,Paul Stoltz(1998),『AQ逆境商數.Adversity Quotient』,時報出版社。53.張怡筠(2002),提升自己的逆境商數,時報出版社網站。54.莊安祺出版社翻譯,Paul Stoltz(2004),『工作AQ:知識經濟職場守則』,時報出版社。55.黃家齊(2002),『組織公正與組織公民行為-認知型與情感型信任的中介效果』,台大管理論叢,12(2),P107-141。56.陳心田(2003),『『關係人口』與『利社會組織行為』:軍事後勤服務行組織的依像探索性研究』,人力資源管理學報2003秋季號第三卷第三期,P107-125。57.陳心田(2003),『人力來源、組織承諾與組織公民行為-軍事人口結構轉變過程的一項探索性研究』,管理評論,第二十二卷,第三期。財團法人光華管理側進基金會發行。58.傳布法師,心經要解,和裕出版社。金剛經說誰麼;南懷謹;考古出版社。59.楊琇勳(2003),『台灣宗教型非營利組織之國際化策略探討-以慈濟基金會為例』,南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。60.演培法師華嚴經普賢行願品講記;靜心叢書。61.圓覺經略說;南懷謹;考古出版社。62.溫金豐、錢書華(2002),『報酬結構、認知公平與研發人員績效關係之研究:以某高科技研究機構為例』,人力資源管理學報,第二卷第一期,P19-35。63.鄭伯壘(1993),『組織價值觀與組織承諾、組織公民行為、工作績效的關係:不同加權模式與差距模式之比較』,中華心理學刊,民國八十二年第三十五卷,第一期,P43-58。64.廖國鋒、范森、許世卿(2001),『組織結構特性對組織公正與組織公民行為關係影響之研究』,中華管理學報第二卷,第一期,第43-58頁。65.劉鑫(2002),『組織變革下員工角色衝突、組織承諾與士氣之關連性研究-以工業技術研究院為例』,國立交通大學管理學院管理科學學程碩士班。66.劉原超(2001),『連鎖經營的核心本質---創新』,第一屆兩岸連鎖加盟高階總裁管理論壇,大葉大學事業經營研究所暨上海交通大學管理學院,2001年11月。67.黎士群(1999),『組織公平、信任與知識分享行為之關係性研究-以Unix系統管理人員為例』,銘傳大學管理科學研究所碩士論文。68.鄭文英(2000),『分析層級程序法中的問卷資料統計分析』,管理與系統,第七卷第三期,P433-442。69.盧天助(2003),『非營利組織參與公私協力關係模式之可行性研究』,南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。70.賴世剛、方溪泉(1997),『AHP與修正後AHP方案排序為基礎的比較』,都市與計畫,第二十四卷,第二期,P211-224。71.韓德仙(2002),『非營利組織績效指標適當性之研究-以教育事物基金會為例』,南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。72.關朝基(2003),『宗教型非營利組織在兩岸關係中的角色與功能-以嘉義地區為例』,南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。73.羅虞村(民76)領導理論研究,台北:文景。74.釋海濤(2004),『菩薩四法經典』,佛陀教育中心。75.釋聖嚴(1993),『聖嚴法師學思歷程』,傳偉勳主編,

正中書局。76. 顧志遠 (1996) , 『多架構AHP模式建立之研究』 , 管理與系統 , 第三卷第二期 , P217?232。 二、英文文獻部分: 1. Adams,J.S.(1965), “ Inequity in social Exchange, ” In.Berkowitz(Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol.2 New York : Academic Press. 2. Asher, H.B.(1983), *Causal Modeling*, Beverly Hills, CA: Sage 3. Anderson, J.C. & Narus, J.A.(1990), “ A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships, ” *Journal of Marketing*, 54, pp.42-58. 4. Alavi, M. (1997), *KPMG Peat Marwick U.S.: One Giant Brain*. Harvard Business School (Case), July 11 5. Adel I. El-Ansary, And Louis W. Stern, “ Power Measurement in the Distribution Channel ” , *Journal of Marketing Research*, Vol.47, February 1972. 6. Brief, A.P. and Motowidlo, S.J. “ Prosocial organizational behaviors. ” *Academy of management Review*. 11, 1986, 710-725. 7. Bass, B.M. (1985) , *Leadership and performance beyond expectation*, N.Y.:Free Press. 8. Bass, B.M. & Avolio, B.J. (1990) . *Transformational leadership development Manual for the multifactor leadership questionnaire*. Palo Alto, CA:Consulting Psychologists Press. 9. Bryman, A (1992) . *Charisma and leadership in organizations*. London Sage. Burns, J.M. (1978) . *Leadership*. N.Y.:Harper & Row. 10. Burn,J.M(1978)*Leadership*.N.Y.:Harper&Row. 11. Cumming T., “ Transorganizational development ’ , *Research in* 12. Carman, JaMes M. & P.Kenneth, “ VHL, Phillis and Duncanis D. Irwin Knc., 1973. 13. Carney M & Gedajlovic E.; “ Vertical integration in franchise system: agency theory and resource explanations ’ , *Journal of Strategic Management*, Vol.12,1991. 14. *Organization Theory and Design* ’ . 15. Daft, RichardA., “ Organization Theory and Design ” 16. Etgar, Michael, Selection of an Effective Channel Contrlo Mix, *Journal of Marketing*, Vol.42, P.54< July 1978. 17. Blau, P.M.(1964), *Exchange and Power in Social life*, New York: John 18. Brown, R.B. & Woodland, M. J.(1999), “ Managing Knowledge Wisely: a case study in organizational behavior, ” *Journal of Applied Management Studies*, 8(2). 19. Cadotte, E.R. & Stern, L.W. (1979), “ A Process Model of Interorganizational Relations in Marketing Channels, ” *Research in Marketing*(2), pp.127-158. 20. Campbell, D.T. & Fiske, D.W.(1959), “ Convergent and Discriminant Validation by the Multitrait-Multimethod Matrix, ” *Psychological Bulletin*, 56(2), pp.81-105. 21. Chao, K.(1996), “ Strategic tutor monitoring, ” *Open Learning*, 11(2), pp38-40. 22. Choo, C.(1994), *An Integrated Information Model of Organization: The Knowing Organization*. 23. Dasgupra, P. (1988), *Trust as a commodity*. In D. G. Gambetta(Ed.), *New York: Basil Blackwell*. 24. Davenport, T. H. (1998), “ Successful Knowledge Management Projects, ” *Sloan Management Review*, pp.443-57. 25. Dwyer, F.R., P.H. Schurr, and S. On (1987), “ Developing Buyer-Seller Relationships, ” *Journal of Marketing*, 51, April, pp.11-27. 26. El Sawy, O.A., Eriksson, I., and Raven, A. (1997), “ Understanding the Nature of Shared Knowledge Creation Spaces Around Business Process: An International Investigation, Carnegie Bosch Institute, Working Paper 98-11. 27. El Sawy, O.A. , Eriksson, I. , and Raven, A. (2000), “ Understanding shared knowledge creation spaces around business process: Precursors to process innovation implementation, ” *Journal of Technology Management*. 28. Emerson, R.A.(1962), “ Power-dependence Relations, ” *American Sociological Review*, 27, pp.31-41. 29. Etgar, M.(1976), “ Channel Domination and Countervailing Power in Distribution Channels, ” *Journal of Marketing Research* (13), pp.254-262. 30. Gaski, John F., “ The Theory of Power and Conflict in Channel of Distribution ” , *Journal of Marketing*, Vol.40, p25,Summer 1984. 31. Gaski, John F., “ The Theory of Power and Conflict in Channelsof Distribution ’ , *Journal of Marketing*, Vol,48, Summer, pp.9-29,1984. 32. Hill, W.L. & R. Jones, *Strategic Management Theory* 4th,ed.,1988. 33. Hunt, shelly D. and John R. Nevin, “ Power in a channel of Distribution : Sources and Consequences ’ , *Joernal of Marketing Research*, Vol. XI, P.187, May, 1974. 34. Ferris, G., Senner, E. & Butterfield, D. (1973), “ Trust, culture, and organizational behavior, ” *Industrial Relations* (12), pp.144-157. 35. Fleck, J.(1992), “ Expertise, knowledge, tradeability and power, ” Paper presented at the workshop Exploring Expertise, Edinburgh, November. 36. Frazier, G.L. & Sheth, J.N. (1985), “ An Attitude-Behavior Framework for Distribution Channel Management, ” *Journal of Marketing* (49), pp.38-48. 37. Frazier, G.L. & Summers, J.O. (1984), “ Interfirm Influence Strategies and their Application within Distribution Channels, ” *Journal of Marketing* (48), pp.43-55. 38. Hair, J.F., Anderson, R.L., and Black, W.C. (1995), *Multivariate Data Analysis with Reading*, Printice Hall. 39. Harry, S.L.(1999), “ Knowledge management in practice: An exploratory case study, ” *Technology Analysis & Strategic* 40. Lee, J.N. & Kim, Y.G.(1999), “ Effect of Partnership Quality on IS Outsourcing Success: Conceptual Framework and Empirical Validation, ” *Journal of Management Information Systems*, 15(4), pp29-61. 41. Lexington, MA: Lexington Books, 1988 “ The motivational basis of organizational citizenship behavior: In B.M. Staw and L. L. Cummings (Eds.), *Research in organizational behavior* 12. Greenwich, CT: JAI Press. 1990, 43-72. 42. Motowidlo, S.J. “ Does job satisfaction lead to consideration and personal sensitivity? ” *Academy of Management Journal*. 27, 1984, 910-915. 43. *Management*, 11(3), pp.359-374. 44. Mason, J.Berry, L.Mayer and J.B.Wilkinson, *Modern Retailing:Theory and Practic*, 6th ED. N.J.:Irwin,1993. 45. McCammon, Bery C.JR. “ Perspectives for Distribution Programming ’ , In Louis P. Mucklin eds, *Vertical Marketing System*, p.43,1970. 46. Minkler, Alanson P., “ An empirical analysis of a firm decision of franchise ’ , *Economics Letter*, Vol. 34,p.78-82,1990. 47. Mohr, Jakki & John R.Nevin, “ Communication Strategies in Marketing Channels: A Theoretical Perspective ’ , *Journal of Marketing*, October,pp.36-41,1991. 48. Mohr, Jakki & Robert Spekman, “ Characteristics, Communication Behavior, and Conflict Resolution ’ , *Strategic Management Journal*, 1994. 49. Mayer, R.C. & Davis, J.H.(1995), “ An integrative model of organizational trust, ” *Academy of Management Review*, 20(3), pp.709-734. 50. Morgan, R.M. & Hunt, S.D.(1994), “ The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing, ” *Journal of Marketing*, 58, pp.20-38 Munch, R.(1993), *Sociological Theory: From the 1850s to the Present*, Chicago: Nelson-Hall Publishers. 51. Nancy, M.D.(2000), “ Common Knowledge: How Companies thrive by sharing what they know, ” Harvard Business School Press, Bostom Nelson, K..M. & Cooprider , J.G.(1996), “ The contribution Shared Knowledge to IS Group Performance, ” *MIS Quarterly*, December. 52. Nonaka, I.(1994), “ A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation, ” *Organization Science*, 15(1), pp.14-37. 53. Nonaka, I.(1996), “ A theory of organizational knowledge creation, ” *International Journal of Technology Management*,11(7-8), pp.833-845. 54. Norton, S.W., ‘ Franchising, brand Name Capital and the Entrepreneurial Capacity Problem ’ , *Strategic Management Joursal*, Vol. 9,p105-114,1998. 55. Homans, G.C.(1958), “ Social Behavior as Exchange, ” *The American Journal of*

Sociology , pp.597-606. 56. Inger, V.E. & Gary, W.D. (2000), " Knowledge Sharing in High Technology Companies," Journal of Marketing (48). 57. Jarvenpaa, S.L. & Leander, D.E.(1998), " Is anybody out there? Antecedent of trust in global virtual teams," Journal of Management Information Systems, 14(4), pp.29-64. 58. Keen, P.G.W.(1988), " Relationship of Senior Management and the IS Organization," ICIT Press, Washington, D.C.. 59. Kim, W.C. & Mauborgne, R.A.(1997), " Fair Process: Managing in the Knowledge Economy," Harvard Business Review, Jul 1998. 60. Krauss, R.M. & Fussell, S.R.(1990), " Mutual Knowledge and Communications Effectiveness," in Intellectual Teamwork: Social and Technological Foundations of Cooperative Work, Hillsdale, NJ, pp.111-145. 61. Oxenfeldt, A.R., and Kdilly, A.O., " Will Successful Franchise Systems Ultimately Become Wholly-Owned Chains? ", Journal of Retailing, Vol.44,pp.69-83,1969. 62. Phillips Kotler, Marketing Management Analysis, Planning, Implementation & Control, 6th ed, 1988. 63. Peters, T.J & Waterman, R.H.Jr.(1982), " In Search of Excellence: Lessons from America ' s Best-Run Companies, Warner Books, New York, 1982. 64. Petrash, G..(1996), Dow ' s Journal to a Knowledge Value Management Culture. European Management Journal , 14(4), pp.365-373,. Polanyi, M.(1996), " The Tacit Dimension," (London, Routledge & Keegan Paul). 65. Pollar, D.(2000), " Becoming Knowledge-Powered: Planning the Transformation," Information Resources Management Journal, pp54-63. 66. Robicheaux, R.A. & El-Ansary (1976), " A General Model for Understanding Channel Member Behavior," Journal of Retailing (52), pp.13-30, 93-94. 67. Rotter, J. B. (1967), " A new scale for the measurement of interpersonal trust," Journal of Personality, 35, pp.651-665. 68. Rrazier, Gary L., James D. Gill & Sudhir H. Kale, ' Dealer Dependency Levels and Reciprocal Actions in a Channel of Distribution in Developing Country " , Journal of Marketing, Vol.53, January pp.50-70,1989. 69. Senge, P. (1997), " Sharing Knowledge," Executive Excellence, Nov 1997. 70. Susan M. Murphy, Sandy J. Wayne, Robert C. Liden and Berrin Erdogan(2003), " Understanding social loafing: The role of justice perceptions and exchange relationships " , Human relations, volume 56. number 1. January 2003. 71. Silk, A. & Kalwani , M.(1982), " Measuring Influence in Organizational Purchase Decisions," Journal of Marketing Research, 19, pp. 165-181 Ouchi, William G., " A Conceptual Framework for the Design of Organization Control Mechanisms " , Management Science,1979. 72. Sinetar, M.(1988), " The Informal Discussion Group A Powerful Agent for Change," Sloan Management Review, Spring, pp61-66. 73. Sveiby, K. The new Organizational Wealth. San Francisco: Berrett Koehler, 1997. 74. Swanson, E.B.(1974), " Management Information Systems: Appreciation and Involvement," Management Science, 21(2), October, pp.178-188. 75. Tan & Margaret (1994), " Establishing mutual understanding in systems design: An empirical study," Journal of Management Information Systems, 10(4). 76. Townlwy & Barbara (1993), " Foucault, power/knowledge, and its relevance for human resou," Academy Of Management Review, 18(3), July, pp.518-546. 77. Turner, J. H.(1986), The Structure of Sociological Theory, Chicago: The Dorsey Press. 78. Yukl, G.A. (1989) . Leadership in organization. (2nd ed.) Englewood Cliffs, N.J.:Prentice-Hall. 79. Wiley and SonsBostrom, R.P.(1989), " Successful Application of Communication Techniques to Improve the Systems Development Process," Information & Management (16), pp.279-295. 三、日文文獻部分 1. ???經濟研究所 (1973) , 『?殖民?係機?刊行物?合目錄 台?編』, 東京:???研究所。 2. 三尾裕子 (2001) , 『日本?台?民間信仰研究』, 『台?民間信仰研究文?目?』, P9-37。 3. 伊能嘉矩 (1928) , 台灣文化誌 (上卷、中卷、下卷) , 刀江書院。 4. 池田敏雄 (1982) , 『殖民地?台?民俗?誌』, 『台灣近代史研究』 4:121-151。 台灣民間信仰研究。 5. 池田麻奈 (1982) , 『殖民地?台?民俗?誌』, 『台灣近代史研究』 4:109-120。 台灣民間信仰研究。 6. 武內貞義 (1918) , 台灣 (上卷、下卷) , 南天書局。 7. 蔡錦堂 (1994) , 『日本帝?主義下?台??宗教改革』, 東京同成社。 8. 戴國輝 (1968) , 『日本人???台?研究-台??慣調????』, 『季刊東亞』 4:P67-80。