

捐贈者對非營利組織課責行為之認同度 與捐款意願之研究

郭瑞坤¹ 張玲瑜² 張秦瑞^{3*} 沈逸晴³ 張馨芸⁴

1 國立中山大學公共事務管理研究所副教授

2 國立中山大學公共事務管理研究所碩士

3 國立中山大學公共事務管理研究所博士候選人

4 亞太創意技術學院助理教授

摘要

非營利組織的出現，是為彌補公部門與私部門未竟事宜所造成的偏差與不足，非營利組織參與社會活動的重要性日益增加，非營利組織的協力，將促進公民社會的發展。然而，知名非營利組織頻頻傳出重大醜聞，重創了社會大眾對於非營利組織的公共信任。因此，本研究以曾經捐款給非營利組織的民眾為研究對象，探討其非營利組織課責行為的認同程度是否影響捐款意願。經實證分析結果顯示：1.捐款者之捐款目的與學歷在認同程度具有顯著性差異；2.捐款者對非營利組織課責行為之認同程度與捐款意願呈顯著正相關；3.捐款者對法律規範、績效評鑑、公民參與、資訊公開與組織目標，五個課責行為構面之認同程度與捐款意願均有顯著性相關。因此，本研究提出以下建議：1.持續課責，以維持組織的永續性；2.維持組織運作的透明度，促進自律道德的形成；3.以捐款特性行銷不同募款計畫；4.本著組織服務宗旨，配合當前社會需求。

關鍵字：捐款者、非營利組織、課責、捐款意願

* 通訊作者：張秦瑞 e-mail: changgary211@yahoo.com.tw

A Study of Agreement and Willing of Donation for Donators in Non-profit Organization

Jui-Kun Kuo

Associate Professor, Institute of Public Affairs Management , National Sun Yat-sen University

Ling-Yu Chang

Master, Institute of Public Affairs Management , National Sun Yat-sen University

Chang-Jui Chang

Ph D candidate , Institute of Public Affairs Management , National Sun Yat-sen University

Yi-Ching Shen

Ph D candidate, Institute of Public Affairs Management , National Sun Yat-sen University

Xin-Yun Chang

Assistant Professor, Department of Hospitality Marketing Management , Asia-Pacific Institute of Creativity

Abstract

Non-profit organizations participating in social activities becomes more and more important, and NPOs compensate for the deviations and inadequate matters that the public sector and private sector are unable to provide. However, some well-known NPOs have had scandals and lost trust from the society. This study proposed to explore whether the donors' approval of accountability would affect their donation willingness to NPOs.

Several issues announced from empirical evidence as follows: 1) the identification from donors would be affected by their purposes and education level; 2) a positive correlation between the donors' approval of accountability and willingness was reported; 3) the accountability acts of legal norms, performance evaluation, citizen participation, information disclosure and organizational goals are all significantly correlated to donation willingness. The authors therefore make some suggestions as follows: 1) continuingly accountable in order to maintain the sustainability of NPOs; 2) maintaining the transparency of the operation, and promote the self-discipline; 3) make different marketing plans on the basis of donors' characteristics; 4) follow NPOs' principle and provide services to meet the current needs of the community.

Key words: donor, NPO, accountability, donation willingness



壹、緒 論

隨著社會環境快速變遷，價值多元化後，社會產生、意識到一些需求，而這些需求無法由政府機構或企業來完成。非營利組織的出現，就是為彌補公部門與企業未竟事宜所造成的偏差與不足。從整體社會發展趨勢來看，非營利組織參與社會活動的重要性日益增加，透過非營利組織的協力，對於促進公民社會的發展亦有有極大幫助。根據內政部 2012 年統計資料顯示，我國人民團體約一萬餘個團體，尤其從 2000 年至 2012 年增加了近八千個社會團體，儼然成為台灣一股重要的公民社會力量(內政部，2012)。

然而，近年來非營利組織醜聞頻傳，以歐美為例，「美國聯合勸募協會」前董事長 William Aramony 的詐欺案，瑞士國際慈善天主教團結聯盟的童工案，及法國癌症研究協會不當使用捐款等(陸宛蘋，2008)。台灣亦是如此，中華民國紅十字會為協助日本 311 震災活動，所募集之款項屢遭媒體批露保留捐款未即時撥款使用；知名議員涉嫌侵占八八風災善款等爭議事件(壹週刊，2012/5/31；中國時報，2012/4/12)。

我國目前並未針對非營利組織的管制與監督，設計全盤周延的法治體系，僅以人民團體的組成方式，對之進行規範。以人為集合的非營利組織，由《民法》與《人民團體法》加以規範；以財產為集合的非營利組織，則由《民法》與各主管機關訂定的設立標準與監督準則進行管理(馮燕，2000)。然而，這些非營利組織的法治體系似乎無法完全符合現今第三部門發展的現狀，例如主管機關多頭馬車的管制風格，導致權責不清、各自為政(王致堂，2004)。由於我國《民法》僅規定財團法人由主管機關進行監督，但對於如何監督既無規範，亦未明文授權主管機關制定相關的行政命令，且依據《行政程序法》規定，命令須以法律規定或以法律明列其授權依據，否則應屬無效(劉承愚，2001)。現今我國第三部門與政府互動已經面臨必須全面檢討，並提出具體政策建議的關鍵時刻(孫煒，2007)。由上述可知，我國對非營利組織在法規和公共監督課責行動上的缺乏，造成課責的困難。

再者，成功的非營利組織，通常須具備公信力與服務專業性兩項關鍵要素。責信的建立是維繫組織生存的基礎。Drucker(1998)認為非營利組織一旦失去「公信力」，將比企業更快地被淘汰(齊思賢(譯)，2005)。近年來，我國的非營利組織雖蓬勃發展，非營利組織雖能擴展財源，成功吸引民眾大量的財務捐贈，維持組織運作，但公眾也為確保個人對非營利組織的捐贈能被妥善管理運用而不致浪費，亦開始檢討既有的非營利組織監督機制之聲浪(江明修、梅高文，2003)。許多學者的研究，指



出非營利組織的公信力、課責行為，其組織的資訊公開、財務透明化以及公民的參與和組織目標以及其代表性和反應多元的服務價值的展現，若更能讓民眾獲悉與認同，有助於對非營利組織的支持程度（張瓊玲，2010；顧忠華，2001；林淑馨，2008；彭滄雯、巫偉倫，2009；江明修，2004；Herzlinger，1996；陸宛蘋，2008；張苙雲，2000）。雖然隨著公信力的提升，雖不必然立即對組織的募款有助益，但長期而言，則能提升民眾對非營利組織的支持程度，進而提升捐款意願，讓組織得以持續運作（顧忠華，1998）。

儘管非營利組織的運作績效無法完全以財務來衡量，且內部自律與外部稽核制度時常難以發揮應有功效，且往往需等到重大弊端爆發，才會引起公共監督課責的知覺意識。然而，非營利組織的責任並不侷限於法規命令的限制與遵守，更重要的是公共利益與公共信任的維持（江明修，2002）。由此而見，非營利組織應透過「責信」的建立，來提升民眾捐款的意願，讓非營利組織得以存續運作，其乃因於非營組織之運作經費的來源，亦仰賴於民眾的捐款。

據此，本研究以曾經捐款的民眾為研究對象，探討其非營利組織課責行為的認同程度是否影響捐款意願。研究目的主要為瞭解捐款者對非營利組織課責行為認同程度與捐款意願之差異及探討捐款者對於非營利組織課責行為的認同程度與捐款意願之相關性。此外，藉由前述二者的瞭解，提供未來非營利組織永續發展之方向與具體建議。

貳、文獻回顧

本研究為探討「捐贈者對非營利組織課責行為之認同度與捐款意願」，需先界定本研究所指之非營利組織與課責概念，再聚焦於捐款者的動機與理論及我國目前非營利組織的課責概況與相關研究，進而勾勒出本研究架構。

一、非營利組織的課責概念

在民營化及追求效率的浪潮下，公私協力的夥伴關係愈來愈多，公私間的界線逐漸模糊，使得課責(accountability)的議題越來越重要。公共行政字典將課責定義為「個體在某情況下行使權力，該權力受到外部手段和內部規範的限制」（Chandler & Plano，1988）。經濟合作暨發展組織(Organization for Economic Cooperation and Development，OECD，2003)認為，非營利組織課責概念的興起，與其從事商業活動相關，因為公眾認知到非營利組織商業活動透明度的重要性，並且成為相當重要的



操作工具，用以監測非營利組織商業化活動的財政及非財政資訊；課責提供非營利組織資源、活動及達成率的有效資訊，有利於強化正式討論與決策。由此而見，課責隱含政府或權責單位對非營利組織的權力關係，但這種權力關係不是僵固的，而是一種過程，在此過程中，組織經由透明化和影響，與關係人建立並保持關係。

課責是一個多面向、多層次的概念，Koppell(2005)針對課責的概念提出五種面向：(1)透明度（transparency）意指組織必須能夠為自己的行動作解釋與說明；(2)義務（liability）與績效議題有關，個人和組織應該對自己的行為負責、因瀆職而受到懲罰，以及因成功而獲得報酬；(3)可控性（controllability）是建立在透明度與義務之上，此面向以控制為核心；(4)責任（responsibility）則認為組織受限於法律、規範和規則；(5)回應性（responsiveness）是指組織重視顧客或服務對象的需求與願望，強調顧客導向途徑。

Leat(1988)強調第三部門的課責性有三種層次：完全性課責(accountability with sanctions)是指非營利組織必須為組織運作負責，並可對之施以處罰及財務上的課責；解釋性課責(explanatory accountability)是指非營利組織須提供相關資訊，並進行解釋；回應性課責(responsive accountability)是指非營利組織依據社會信任與善念運作，協助弱勢族群，也是最難課責的部分。

Turner 與 Hulme(1997)將課責區分成六個層級的手段與目的，依序為：(1)資訊系統和標準程序，目的在改善效率及效能，此為最低層級。(2)預算相關法規，目的在於讓資源得到最佳的使用。(3)國會的質詢和陽光法案，目的在於促進公開性。(4)公共參與、諮商和辯論，目的在於強化代表性。(5)社會價值、民主選舉和社會正義，目的在於促進道德的產出。(6)憲法和民主選舉，此為最高層級的手段，目的在於強化決策者的合法性，為最高層級。由此而見，在課責的過程中，非營利組織不僅只專注一種責任關係，而是需要管理「多重課責性」，並從中找到平衡。

非營利組織透過法律規範、績效評鑑、公民參與、資訊公開和組織目標等課責行為，是否影響社會大眾的捐款意願。儘管已有許多學者分別從財務、治理或公開資訊等方面著手研究非營利組織如何課責的議題，但研究標的似乎都是針對政府或監督團體等較有力量的組織，至於非營利組織最核心的資金來源—公眾，則較少予以討論。



二、捐款的動機與理論

慈善公益行爲(charitable philanthropic)意指該行爲的目的，旨在增進人類福祉及提供公共利益，個人提供實物或勞務的參與，包括捐獻資金、實際物資、購買義賣品及擔任義工等，但不同的慈善行爲動機因素各不相同。社會大眾的對非營利組織的捐款動機，分別透過社會心理學之利他主義(altruism)、利己主義(egoism)、社會交換理論(social exchange theory)等理論來探討捐款者的動機。

(一) 同理心－利他主義

個人對他人設身處地著想，形成同理心的情緒感受，產生利他主義的動機(Batson, 1991)。雖然大多數的助人行爲或有自利的成分；但並非所有的助人行爲皆如此，有些助人行爲是純然利他而無自我考量；關鍵在於同理心，當能同理對方感受時，會激發利他動機，此時助人的原因，就是使對方情況獲得改善，並無任何自我因素的考量(Batson, Douncan, Ackerman, Buckley & Birch, 1981)。

(二) 利己主義

Cialdini、Baumann 及 Kenrick (1981) 提出負向狀態解除模式，認為個人幫助別人是因為看到他人在「苦難」之中，會引發悲傷情緒，為讓自己好過些，而去幫助別人。換言之，捐款者藉由助人來解除自己的「負向狀態」，這也是基於「自利」的考量。

另一種利己主義，則是成本與酬勞理論。此理論認為，唯有當酬勞高於成本時，個人才會去幫助別人(表 1) (Piliavin, Rodin & Pliavin, 1969)。此觀點亦以個人私益為出發點，捐款者透過捐款獲得名譽或物質報酬，並非單純地以幫助他人為目標。

表 1 成本與酬勞理論

	助人	不助人
成本面	<ul style="list-style-type: none"> • 短時間損失 • 長時間損失 • 自己有受傷可能 • 因涉入反而需負擔更多 	<ul style="list-style-type: none"> • 自尊損失 • 受援者的鄙視 • 法律責任 • 害怕未來沒人幫助
酬勞面	<ul style="list-style-type: none"> • 提高自尊 • 目擊群眾讚許 • 避免未援助而觸法 • 帶動助人行爲 • 可能獲得金錢獎勵 • 揚名社會 • 將凶手繩之以法 	<ul style="list-style-type: none"> • 避免短時間損失 • 避免長時間損失 • 避免立即性身體傷害 • 避免受害者依賴 • 避免未來遭到報復

資料來源：(Piliavin, Rodin & Pliavin, 1969；李茂興和余伯泉譯，1995)



（三）社會交換理論

捐款者與非營利組織社會關係的發生有多種形式，包含參與組織、認同社群及對人類同理心的感受(Mixer, 1993)。非營利組織將服務對象的需要與所需的資金，讓捐款者瞭解後，進行募款的要求；爲了維持捐贈資金的獲得，非營利組織會運用某些形式讓捐款者獲得滿足。賦予捐款者的回報並非物質上可以衡量的，捐款者本身的內在動機及心理上的滿足是最重要的報償。

Kotler 與 Andreassen(1991)認爲捐贈是一種交易關係，個人爲獲得才願意付出，並列舉個人的九類捐款動機：1.自尊需求；2.他人肯定需求；3.對困難的恐懼；4.捐贈已成習慣；5.不耐煩的捐贈；6.被迫捐贈；7. 肝膽相照的捐贈；8.幫助別人；9.重視人文(宗教)捐贈。將捐贈視爲交易關係，也是一種社會交換，捐款者透過捐款換取所需的內在或外在以及有形或無形的報酬。

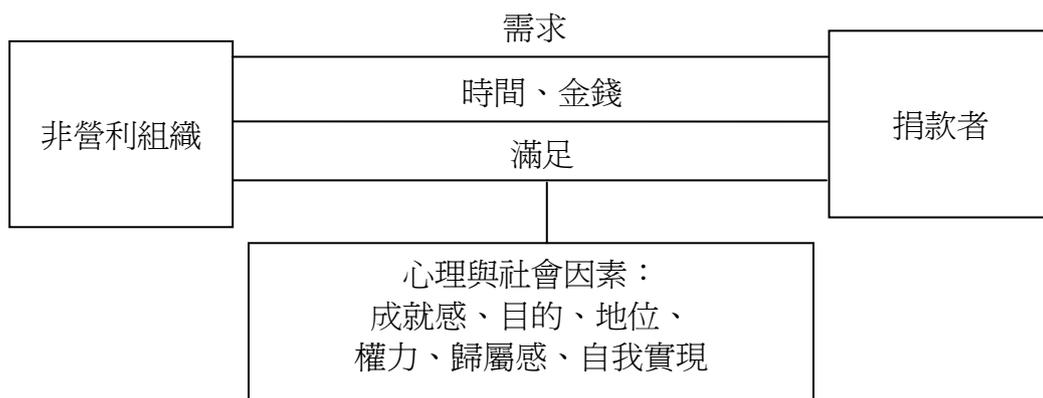


圖 1 社會交換理論

資料來源：Mixer(1993)；江明修(2002)

除從社會心理學理論探討外，Mixer (1993) 亦對關影響個人捐款行爲的動機原因進行研究，將捐款原因分爲內在動機與外在影響力（表 2）。內在動機又可分爲：個人的或「我」因素，包含自我尊重、成就感與個人利益等；而社會的或「我們」因素，包含團體力量的驅使、利他主義與權力等；負面的或「他們」因素，則以減低害怕及焦慮的心理爲主。外在影響力又可分爲：報酬因素，以個人實質報酬爲主要考量；而刺激因素，包含個人需求刺激與避稅或稅制優惠刺激等；特定情境因素，則以個人所處不同社會文化背景而有別。非營利組織進行勸募活動時，可回到這些最基本的影響因素妥善地加以考量。Mixer 也整理出四種人們不捐款的問題面向：個人特質與情境問題、溝通問題、勸募反應與組織形象問題。



表 2 人們決定捐款的原因

內在動機	外在影響力
個人的或「我」因素 <ul style="list-style-type: none"> • 自我承諾或自我尊重 • 成就感 • 認知上的興趣 • 成長 • 減少內疚 • 生活意義及目標 • 個人利益 • 神聖使命 	報酬 <ul style="list-style-type: none"> • 認知上的報酬 • 個人的實質報酬 • 社會的期待
社會的或「我們的」因素 <ul style="list-style-type: none"> • 地位的需求 • 聯盟力量的驅使 • 團體力量的驅使 • 相互依賴關係 • 利他主義 • 家庭及子孫的影響 • 權力（政治、社會等） 	刺激 <ul style="list-style-type: none"> • 人類基本需求的刺激 • 個人需求的刺激 • 願景 • 企圖心（政治或社會面） • 避稅或稅制優惠刺激
負面的或「他們的」因素 <ul style="list-style-type: none"> • 安撫挫折的期待 • 減低不安全或危險 • 減低害怕及焦慮的心理 	特定情境 <ul style="list-style-type: none"> • 個人本身參與組織 • 參與計畫及決策 • 同儕壓力 • 家庭參與壓力 • 傳統文化 • 傳統習慣 • 個人角色定位的壓力 • 富裕的收入

資料來源：Mixer (1993)，江明修主編，第三部門：經營策略與社會參與，13。臺北市：智勝文化。

透過 Mixer 所提出之捐款行為動機與三種社會行為理論，可以發現動機與理論相互呼應捐款行為的產生與因素，例如 Mixer 所提個人的或「我」因素中自我尊重與成就感項目對社會交換理論有很好的詮釋；社會的或「我們的」因素中包含利他主義；負面的或「他們的」因素中減低害怕及焦慮的心理也能以 Cialdini 等(1981)提出的負向狀態解除模式來分析；報酬因素中個人的實質報酬項目是利己主義典型觀點。



三、我國的非營利組織的課責概況

非營利組織是理想的結合，所有權並未有明確歸屬，因具有混合性與模糊性，使得課責變得多面向且複雜，非單一角度或指標能對其進行評價，不易於對非營利組織進行監督與課責。

我國目前對非營利組織進行監督課責的三個主要主體：政府、社會大眾和非營利組織本身。政府運用立法權來定義公共領域的運作框架，使非營利組織的發展符合國家目標；社會大眾透過非營利組織公開的資訊，檢視其活動的適當性；非營利組織本身則是透過內部的董事會負起監督的責任，同時建立評估與控制的制度促進組織目標的達成。

政府為管理財團法人的運作與行為，除民法與公益勸募條例外，行政院各部會另訂定了十九個「財團法人設立許可及監督準則」，內容繁雜且標準不一。政府對財團法人基金會的管理，在法規上呈現之問題，包括：(1)目前並無一統整性的財團法人管理法令；(2)基金會設置規定的最低基金額度高低差距甚大；(3)基金會的董事會組成人數的規定相當分歧；(4)董事會成員任期與連任次數限制以無規定為多(官有垣，2000)。

由此而見，我國關於非營利組織的法令規範，除未具統整一致性，亦無集中事權的機關、且政府各部會所訂定之「監督準則」，不若法律來得嚴謹，法律位階低，如此將造成課責上的困難。

而有關我國目前對民間團體的評鑑機制上，現階段以中華社會福利聯合勸募協會與內政部人民團體績效評鑑較具規模。中華社會福利聯合勸募協會扮演一個中介的角色，統籌捐贈者的資助，再將資金撥給提出適當計畫的各個非營利組織，從中做組織審查與計畫審核的工作，試圖發揮監督課責的作用，讓資金的運用可達某種程度的效率。然而，中華聯勸主要關切的是申請單位的規劃與執行方案的能力，實際執行成果的展現則委由申請單位自行表述，容易忽視輸出項目的特徵(孫煒，2006)。對於申請單位的服務數量、品質與影響在某種程度上是難以評估。而隨著消費者意識高漲、非營利組織捐款人與受益人重視自身權益等發展趨勢，加強了非營利組織建立績效評量機制的需求(Hayes，1996)。此亦說明，組織的績效評鑑亦為非營利組織之課責的一環。

內政部人民團體績效評鑑是依據內政部修訂之「全國性社會團體績效評鑑要



點」，評核各團體之基本資料、會務、業務、財務等實際運作狀況，做為輔導團體推展會務活動及辦理團體獎勵的依據，促使積極參與社會福利事業與國家重要建設；期望藉由行政機關辦理之社團評鑑，讓非營利組織提升社會知名度與公信力，藉此增加其捐款收入，活絡組織活動力，促進公民社會的發展。但該要點並未強制各社團參與評鑑，是以團體主動申請的方式進行。人民團體績效評鑑，主要存在幾個問題(陳定銘，2004)：(1)評鑑項目僅分為業務與會務二個部分，過於簡略，忽略人力資源運用、組織目標的達成程度，乃至於服務對象的滿意程度。(2)評鑑內容多屬靜態資料，無法呈現人民團體的活動能量。(3)由政府扮演評鑑者主導評鑑過程，人民團體缺乏參與的機會。

內政部人民團體績效評鑑是從「防弊」角度出發，防範人民團體的人事與財務管理發生流弊，並非強化人民團體的能力建設；評鑑項目是以「配合國家既定政策目標」的角度，引導人民團體積極實現國家建設的目標(孫煒，2006)。政府扮演「裁判者」的角色，人民團體提供的資料、績效的展現須符合政府觀點，人民團體才可因此獲得獎勵；但對於人民團體投入與產出甚至於回饋(Feedback)之間的影響與動態平衡並未重視。此種單方面的績效評量，造成追求特殊社會價值的非營利組織參與評量的意願較為低落。非營利組織提供的服務或服務對象的多樣性與模糊性，增加績效衡量的困難度，必須加入更多抽象、動態和雙向過程的衡量機制，方能提升評鑑結果的可信度與品質。

縱使我國目前的人民團體評鑑制度有待改進，但基本的精神都是希望非營利組織可以本著設立的宗旨，彌補公、私部門未竟事宜所造成的偏差與不足。從非營利組織的角度來看，績效評鑑將有助於：(1)協助團體建立完整的基本資料；(2)改進團體各項會務活動的缺失；(3)激勵團體士氣，增進工作人員的敬業精神；(4)協助團體建立運作的模式，提供其發展方向；(5)促使體悟主管機關輔導團體的新形象；(6)協助團體瞭解社會對績效的要求與期待(陳武雄，2003)。

組織的績效評鑑目的除提升計畫執行效益外，最重要是強調「改善(to improve)」，達到組織自我管制(self-regulation)與自我評鑑(self-assessment)之境界，增進非營利組織的品質、效能與效率(盧鈺枝，2007)。在這要求課責的時代，非營利組織須向社會大眾和政府彰顯其具體成效，方能獲取信任與支持；透過建立評鑑資訊平台，羅列優良與不良民間團體，督促其改善，對公民社會的發展更加有利。

此外，我國對非營利組織的課責研究除非營利組織於法規和組織績效評鑑上之



課責外，還包括探討財務及資訊公開的課責為主。

探討非營利組織關於資訊公開有吳永乾（2011）、陳宇晟（2010）和洪宇成（2004），其中洪宇成（2004）的研究還強調了財務透明度的重要性；高正佳（2005）的研究則是屬於組織目標面向的探討；而吳秀玲（2009）的研究則在瞭解公益勸募條例法制化對募款責信度的影響；至於周佳蓉（2007）的研究則是分別從法規性、規範性、認知性及團體特性面向，建立一套自我課則衡量的架構。

藉由文獻回顧，反思我國非營利組織在課責上的缺失；在非營利組織課責行為的構面上，除了法規不完備以外，課責的手段與目的，也作進一步檢討。目前我國對非營利組織的課責著重在效率的追求與單向互動模式，倘若繼續維持此類效率導向的課責手段，不僅模糊非營利組織原本的任務與目標，亦將造成組織發展受限，無法活絡公民社會。

因此，本研究除根據上述研究發現，資訊公開、組織目標與法律規範是過去研究非營利組織課責的核心外，本研究亦將加入公民參與因素，增加非營利組織與公眾雙向互動的可能性，作為衡量面向之一。至於，在法律及資訊公開面向上，近年來更是受到學術界與社會各界的關注，表示這些對非營利組織的課責行動有不言而喻的重要性。據此，本研究共採納五個課責構面，是為：法律規範、績效評鑑、公民參與、資訊公開及組織目標。

整體而言，非營利組織除面臨多樣化的監督主體，亦包括多面向的課責行為，且非營利組織的經費來源，除政府補（捐）助外，則是民眾的捐助，不言而喻，捐款者的捐款意願甚是重要，但捐款者方面，面臨的主要問題是監督的動力不足和監督主體的缺失（萬敏，2007）。再者非營利組織能否持續運作，有賴於非營組織與民眾間能否建構「責信」，培育更穩固的社會資本，提升民眾對非營組織的認同感。在捐款行為方面，瞭解捐款是個體認知思考並形成態度後，再經過評價的內在歷程，當捐款者認同並且支持該行為時，就會有捐款行為的產生。非營利組織應該提升民眾對於非營利組織的認同，增加捐款的可能性，以及提升非營利組織的信譽度與影響力。而本研究是以此概念為主軸並提供後續研究假設的設定，探討捐款者對於非營利組織課責行為的認同程度，是否與捐款意願具有某種程度上的關聯性。

最後，非營利組織的課責主體主要為政府、社會大眾和組織本身，其中政府與社會大眾係屬於非營利組織外部課責。政府透過法律規範對非營利組織進行課責，社會大眾則透過公民參與來制約非營利組織，以及建構良好公正的評鑑制度，將有助於課責的實行。



參、研究方法與設計

一、研究架構與研究假設

本研究透過五個關於非營利組織課責行為的面向，包括：法律規範、績效評鑑、公民參與、資訊公開及組織目標進行檢驗，探討捐款者對非營利組織課責行為的認同程度與捐款意願之差異性和相關性，爰擬定本研究之架構(圖二)。

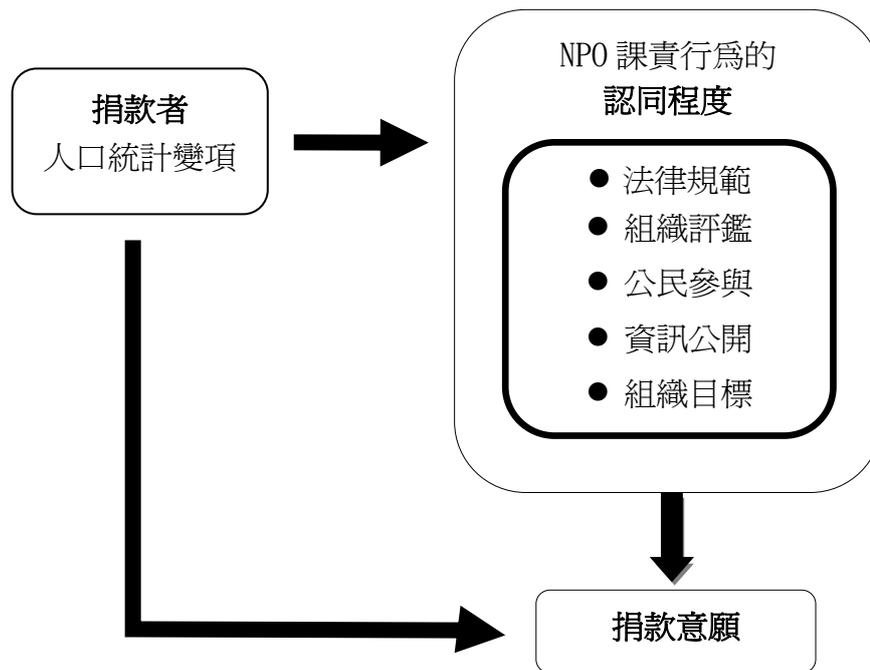


圖 2 本研究之架構圖

(一) 捐款者對非營利組織課責行為之認同程度與捐款意願之關係

捐款行為是個體認知思考並形成態度後，再經過評價的內在歷程，當捐款者認同並且支持該行為時，就會有捐款行為的產生 (Mixer,1993;Batson,1991; Cialdini,1981;Piliavin,1969;Kotler & Andreasen,1991)。據此，若民眾越認同非營利組織的課責行為，則更能提升捐款意願。

根據上述，提出研究假設 **H1**：

H1：捐款者對非營利組織課責行為之認同程度與捐款意願呈現顯著正相關



(二) 法律規範構面之認同程度與捐款意願之關係

Koppell (2005) 認為非營利組織的法規規範之課責概念面向是屬於責任 (responsibility)，亦即組織是否遵循法規為關鍵要素；Turner 與 Hulme (1997) 則認為法律的制定目的在於促進公開性。吳秀玲 (2009) 從公益勸募條例法制化歷程研究而論，對於社會福利型非營利組織募款責信度具有影響性。官有垣 (2000) 亦指出非營利組織的法規缺漏將造成課責上的困難。為驗證上述，本研究提出假設 **H2**：

H2：法律規範構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關

(三) 績效評鑑構面之認同程度與捐款意願之關係

Koppell (2005) 針對課責概念，將組織績效視為義務，要求組織必須對績效結果負責。Turner & Hulme (1997) 認為組織績效評鑑的目的在於提升非營利組織的公信力，藉此增加捐款收入，維持組織的永續性，促進公民社會的發展，此乃社會價值的體現。有此而見，績效評鑑有增進一般大眾對非營利組織瞭解的功能，也有促進公民社會互動的可能性。為驗證上述，本研究提出假設 **H3**：

H3：績效評鑑構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關

(四) 公民參與構面之認同程度與捐款意願有之關係

Turner 與 Hulme (1997) 非營利組織的課責的行為之一，目的在於強化代表性，增加多元價值的體現。張瓊玲 (2010) 認為非營利組織機制的制定，亦應朝向公民參與式的「自律」，創造非營利組織與公民的對話系絡，方可提高民眾對於組織的信任感。由此而見，藉由公民參與，可增進非營利組織與民眾彼此的「責信」。為驗證上述，本研究提出假設 **H4**：

H4：公民參與構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關

(五) 資訊公開構面之認同程度與捐款意願之關係

Koppell (2005) 提出透明度作為課責面向之一，Edward 與 Hulme (1995) 認為資訊公開屬於功能性的課責，非營利組織應對資源與資源的使用負責，Leat (1988) 則將之視為完全性課責。換言之，對非營利組織來說，資訊揭露不僅僅單指財務報



告透明化，還需要組織工作報告透明化，也就是讓公眾瞭解資金除了被有效地運用外，而且是用在對的地方。為驗證上述，本研究提出假設 **H5**：

H5：資訊公開構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關

(六) 組織目標構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關

林淑馨（2008）民眾對認組織目標認同度越高者，則愈可能成為長期捐助者。Koppell（2005）與 Leat（1988）所提出的非營利組織的回應性課責，所指涉的皆為強調顧客導向途徑，亦說即非營利組織的運作必須根據組織設立目的宗旨並且滿足標的團體的需求。由此而見，民眾的捐款意願會受制到對組織目標的認同程度。為驗證上述，本研究提出假設 **H6**：

H6：組織目標構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關

二、問卷設計

問卷共分為四個部份，第一部份欲瞭解受訪者平常捐款習慣，分別為捐款年資、捐款頻率、捐款金額、捐款目的與捐款對象。

第二部份為捐款者對非營利組織課責行為的認同程度，將課責行為分成五個構面共 25 題，包含法律規範、績效評鑑、公民參與、資訊公開和組織目標，以 Likert 五點區間尺度進行衡量，分別為「非常不認同」、「不認同」、「普通」、「認同」、「非常認同」，給予 1-5 分。

第三部份為捐款者的捐款意願，檢驗捐款者對非營利組織課責行為所產生之捐款意願進行衡量，以 Likert 五點區間尺度進行衡量，分別為「大幅減少捐款」、「微幅減少捐款」、「不變」、「微幅增加捐款」、「大幅增加捐款」，給予 1-5 分。

第四部份為受訪者的個人基本資料，包含性別、年齡、教育程度、個人年收入、宗教信仰、捐款資訊來源、決定捐款的原因和居住地區。本研究將此兩部份歸類為人口統計變項。

三、抽樣設計與資料分析方法

本研究之抽樣範圍為全台灣，問卷施測期間為 2012 年 4 月 1 日至 2012 年 4 月



30日。紙本問卷的發放以高雄地區為主，發放地點為高雄火車站、中山大學、夢時代及高雄市政府；網路問卷則以 mySurvey 線上問卷調查系統平台進行，調查對象涵蓋北、中、南、東與離島地區。因考量樣本取得的便利性，本研究以非隨機抽樣中的立意抽樣為主，便利抽樣為輔，分別說明如下：

(一) 立意抽樣：

首先在網路調查中設計過濾題，將未曾捐款的樣本排除；在發放紙本問卷時，也先詢問受訪者是否曾經有捐款給非營利組織的經驗，若有經驗者，再進一步請他作答。

(二) 便利抽樣：

紙本問卷的發放對象以社會人士為主，考量網路問卷填答者可能以年輕族群占多數，因此在紙本調查時盡量挑選社會人士進行填答。

本研究採 SPSS for Windows 17.0 統計軟體進行分析，進行研究假設之檢定。透過敘述性統計分析、信度分析、單因子變異數分析(ANOVA)、迴歸分析進行分析。

肆、實證分析與結果

本研究共蒐集 332 份問卷，其中紙本問卷 168 份，網路問卷 164 份，有效樣本達 308 份，無效問卷 24 份(紙本問卷 24 份，網路問卷 0 份)，有效問卷 92.7%。調查對象涵蓋北、中、南、東與離島地區。

一、人口統計變項之描述性統計分析

(一) 個人基本資料

本研究共有 308 位受訪者，經由描述性統計分析(表 3)後得知，性別方面以女性(55.5%)居多，年齡方面以 25~34 歲(38%)為主；教育程度以大專院校(42.9%)居多。平均年收入則以 240,000 元以下者(31.8%)居多；720,000 以下，佔整體比例 82.4%。宗教信仰，無特定宗教信仰(38%)居多；依序為佛教(27.6%)和道教(22.4%)。

捐款資訊來源，從親朋好友得(27.3%)最高；電視廣播或網際網路(17.2%)次之。由此而知，非營利組織可以善用人際關係、電視或網路媒介進行募款，可獲得較大成效。

捐款原因，同理心的驅使(60.4%)最高；其次為獲得自我認同(15.3%)。居住地區，因受取樣便利的考量，紙本問卷南部地區(54.5%)的受訪者其他地區為多。



表 3 個人基本資料之人數及百分比

個人基本資料	紙本 (n=144)		網路 (n=164)		全體 (N=308)	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
性別						
男	67	46.5%	70	42.7%	137	44.5%
女	77	53.5%	94	57.3%	171	55.5%
年齡						
15 歲以下	0	0	0	0	0	0
15-24 歲	6	4.2%	56	34.1%	62	20.1%
25-34 歲	33	22.9%	84	51.2%	117	38.0%
35-44 歲	49	34.0%	10	6.1%	59	19.2%
45-54 歲	42	29.2%	8	4.9%	50	16.2%
55-64 歲	11	7.6%	4	2.4%	15	4.9%
65 歲以上	3	2.1%	2	1.2%	5	1.6%
學歷						
國小(含以下)	1	0.5%	0	0	1	0.3%
國中	14	9.3%	3	1.9%	17	5.5%
高中職	45	30.0%	50	31.6%	95	30.8%
大專院校	60	40.0%	72	45.5%	132	42.9%
碩士	24	16.0%	35	22.2%	59	19.2%
博士	0	0	4	2.5%	4	1.3%
年收入						
240,000 元以下	12	6.1%	86	52.4%	98	31.8%
240,001~480,000 元	36	18.2%	38	23.2%	74	24.0%
480,001~720,000 元	50	25.3%	32	19.5%	82	26.6%
720,001~960,000 元	34	17.2%	5	3.0%	39	12.7%
960,001 元以上	12	6.1%	3	1.8%	15	4.9%
宗教信仰						
基督教	13	6.6%	14	8.5%	27	8.8%
佛教	55	27.8%	30	18.3%	85	27.6%
道教	32	16.2%	37	22.6%	69	22.4%
伊斯蘭教	0	0	0	0	0	0
天主教	1	0.5%	2	1.2%	3	1.0%
摩門教	1	0.5%	0	0	1	0.3%
無特定宗教信仰	37	18.7%	80	48.8%	117	38.0%
其他	5	2.5%	1	0.6%	6	1.9%
捐款資訊來源						
報章雜誌	25	12.6%(3)	21	12.8%	46	14.9%
電視廣播	30	15.2%(2)	23	14.0%	53	17.2%(2)
義工勸募	22	11.1%	29	17.7%(3)	51	16.6%(3)
親朋好友	40	20.2%(1)	44	26.8%(1)	84	27.3%(1)
廣告看板	1	0.5%	3	1.8%	4	1.3%
網際網路	12	6.1%	41	25.0%(2)	53	17.2%(2)
其他	14	7.1%	3	1.8%	17	5.5%



表 3(續)

個人基本資料	紙本 (n=144)		網路 (n=164)		全體 (N=308)	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
捐款原因						
自我認同	29	14.6%(2)	18	11.0%(2)	47	15.3%(2)
同理心	75	37.9%	111	67.7%(1)	186	60.4%(1)
受親友影響	11	5.6%	12	7.3%	23	7.5%
節稅	3	1.5%	0	0	3	1.0%
被迫捐贈	1	0.5%	0	0	1	0.3%
獲得尊重與讚許	3	1.5%	1	0.6%	4	1.3%
減少不安感	0	0	2	1.2%	2	0.6%
一直以來的習慣	20	10.1%	18	11.0%(3)	38	12.3%(3)
其他	2	1.0%	2	1.2%	4	1.3%
居住地區						
北部地區	19	9.6%(2)	83	50.6%(1)	102	33.1%(2)
中部地區	3	1.5%(3)	30	18.3%(3)	33	10.7%(3)
南部地區	121	61.1%(1)	47	28.7%(2)	168	54.5%(1)
東部地區	1	0.5%	3	1.8%	4	1.3%
離島地區	0	0	1	0.6%	1	0.3%

(二) 個人捐款資料

紙本與網路樣本兩者的描述性統計(表 4)中，除捐款頻率分布不同以外，其餘捐款資料在描述性統計上的表現大同小異，因此後續將以全體樣本作為分析基礎。

捐款年資上，「超過一年，五年以下」(39.9%)為最高；「一年以下」(28.2%)較低。從抽樣調查結果而論，我國民眾已開始養成捐款習慣。

捐款頻率，從全體統計結果可分成定期捐款與不定期捐款，不定期捐款占 28.2%；定期捐款占 71.8%，又以「一月一次」(26.9%)與「一年一次」(24%)為主，这也說明民眾多有定期捐款之習慣。另外，網路問卷比紙本問卷的受訪者較具有定期捐款的習慣，可能是因網路問卷的捐款者經常藉由網際網路得知非營利組織的募款計畫，並可定期檢視個人捐款情形，易養成定期捐款習慣。

捐款金額，「1 千元以下」(44.2%)最多，「超過 1 千元，1 萬元以下」(42.2%)次之。結果顯示，受訪者的捐款習慣以小額捐款為主。

捐款目的，幫助「重大災難」(32.5%)最高；「急難救助」(26.3%)次之。重大災難會受到社會大眾較多的關注，在媒體曝光率也較高，時常發起募款活動，因此會收到較多捐款。



捐款對象中，以「慈濟慈善基金會」(27.3%)最多；「世界展望會」(17.2%)次之；「中華民國紅十字會」(15.3%)為三。這三個非營利組織的知名度較高，且目前社會大眾關注的公益活動洽與其運作目的相符，因此收到較多捐款。

表 4 個人捐款資料之人數及百分比

個人捐款資料	紙本 (n=144)		網路 (n=164)		全體 (N=308)	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
捐款年資						
1年以下	41	28.5%	46	27.8%	87	28.2%
1~5年	56	38.9%	67	41.1%	123	39.9%
5~10年	28	19.4%	24	14.5%	52	16.9%
10年以上	19	13.2%	27	16.5%	46	14.9%
捐款頻率						
1個月一次	52	26.3%(2)	31	18.9%	83	26.9%
3個月一次	9	4.5%	19	11.6%	28	9.1%
半年一次	7	3.5%	29	17.7%	36	11.7%
一年一次	9	4.5%(3)	65	39.6%	74	24.0%
不定期	67	33.8%(1)	20	12.2%	87	28.2%
捐款金額						
1千元以下	50	33.3%	86	54.4%	136	44.2%
1千~1萬元	68	34.3%	62	37.8%	130	42.2%
1萬~3萬元	15	10.0%	15	9.5%	30	9.7%
3萬~6萬元	8	4.0%	1	0.6%	9	2.9%
6萬~10萬元	1	0.5%	0	0	1	0.3%
10萬元以上	2	1.0%	0	0	2	0.6%
捐款目的						
重大災難	46	23.2%	54	32.9%	100	32.5%
急難救助	47	23.7%	49	29.9%	96	31.2%
長期性認養資助計畫	31	15.7%	46	28.0%	77	25.0%
其他	20	10.0%	15	1.8%	35	11.4%
捐款對象						
慈濟慈善基金會	49	24.7%	35	21.3%	84	27.3%
世界展望會	21	10.6%	32	19.5%	53	17.2%
伊甸基金會	7	3.5%	18	11.0%	25	8.1%
中華民國紅十字會	23	11.6%	24	14.6%	47	15.3%
台灣兒童暨家庭扶助基金會	8	4.0%	17	10.4%	25	8.1%
其他	36	25.0%	38	23.2%	74	20.0%

二、認同程度之描述性統計與差異性分析

(一) 受訪者對非營利組織課責行為認同程度之描述性統計

非營利組織課責行為認同程度(表 5)，發現所有構面的平均數都大於 3.5，且平



均數皆介於 3.90-3.99 表示受訪者對非營利組織課責行為中的皆具高度認同程度。

表 5 受訪者對非營利組織課責行為認同程度之平均數與標準差 N=308

構面	平均數	標準差
法律規範	3.96	.58
績效評鑑	3.91	.60
公民參與	3.90	.57
資訊揭露	3.95	.54
組織目標	3.99	.54

1、法律規範

法律規範之認同程度之平均數皆達 3.5 以上，又以「遵守募款、捐款與節稅等法規定」(M=4.00)認同度最高(表 6)，此應於民眾多以捐款於非營利組織為主，且其目的亦存在可節稅因素，因此會較重視於非營組織的募款、捐款與節稅等法律規範層面。

表 6 受訪者對「法律規範」認同程度之描述性統計表 N=308

題 項	平均數	標準差
2.1 遵守募款、捐款與節稅等法律規定	4.00	.68
2.2 違反法律規定時，願意配合調查並接受懲處	3.98	.74
2.3 定期改選董監事，且遴選過程公開、透明	3.92	.79
2.4 定期向監督機關提出財務報告	3.98	.76
2.5 遵守國際公約的規定	3.91	.73

2、績效評鑑

績效評鑑的之皆達的認同程度平均數皆達 3.5，顯示組織績效評鑑的各項作為都受到受訪者相當高程度的認同(表 7)，又以績效評鑑公開(M=4.00)最高，可見民眾非常重視非營組織的資訊公開與透明度。

表 7 受訪者對「績效評鑑」認同程度之描述性統計表 N=308

題 項	平均數	標準差
2.6 定期參加績效評鑑	3.90	.73
2.7 績效評鑑結果公開	4.00	.76
2.8 依評鑑結果提出改善方法	3.89	.76
2.9 定期檢視工作計畫是否需要調整	3.88	.69
2.10 定期檢視計畫目標達成之程度	3.91	.68



3、公民參與

公民參與之題項的認同程度平均數皆達 3.5（表 8）。「舉辦相關知識宣導與教育課程」認同度(M=3.98)，代表非營利組織舉辦宣導教育活動受到捐款者高度重視，並且藉由相關活動獲得更多關於與非營利組織有關的訊息。

表 8 受訪者對「公民參與」認同程度之描述性統計表 N=308

題 項	平均數	標準差
2.11 廣邀各方人士參與討論環境議題或政策研擬	3.80	.76
2.12 與社區居民合作，共同舉辦活動	3.90	.78
2.13 提供與民眾互相溝通管道	3.93	.70
2.14 尋求地方居民的支持與參與	3.89	.72
2.15 舉辦相關知識宣導與教育課程	3.98	.68

4、資訊公開

資訊公開之題項的認同程度平均數皆達 3.5（表 9），並以「公開資金運用計畫，並清楚交代資金流向」(76.6%)最高，表示捐款者非常關心非營利組織的資金運用計畫。

表 9 受訪者對「資訊公開」認同程度之描述性統計表 N=308

題 項	平均數	標準差
2.16 公開資金運用計畫，並清楚交代資金流向	4.07	.82
2.17 定期發行年度成果報告、月刊和季刊	3.82	.75
2.18 透過各種媒介，瞭解非營利組織的活動與成果	3.98	.70
2.19 適時解答捐款者的疑惑	3.93	.77
2.20 捐款後可以收到捐款收據或受贈者感謝的書信	3.97	.75

5、組織目標

組織目標之題項的認同程度平均數皆達 3.5（表 10），顯示組織目標的各項作為都受到受訪者相當高程度的認同。又以「能夠清楚說明募款計畫與服務內容」(M=4.06)認同最高。可見民眾期望瞭解非營利組織內部人員募款計畫與服務內容，亦即瞭解捐款的目的與服務對象。

表 10 受訪者對「組織目標」認同程度之描述性統計表 N=308

題 項	平均數	標準差
2.21 能夠清楚說明募款計畫與服務內容	4.06	.67
2.22 計畫能夠符合服務宗旨	4.03	.67
2.23 非營利組織的活動能夠配合當前社會時事議題	3.81	.71
2.24 非營利組織的活動能夠符合接受幫助者的需求	4.04	.70
2.25 活動能引起社會關注，使得組織能夠長期發展	4.02	.69



(二) 人口統計變項對非營利組織課責行為認同程度之差異性分析

以下分別就人口統計變項對非營利組織課責行為五個構面之認同程度進行差異性分析。

1、人口統計變項對「法律規範」認同程度之差異性分析

個人基本資料與捐款資料在法律規範的構面下，除捐款目的在法律規範的構面下，有顯著性差異，且可進行多重比較（見表 11）。重大災難的捐款者比起其他目的的捐款者明顯較不重視法律規範，很有可能是因為在發生重大災難時，捐款者急切地想要幫助災民，希望資源可以即時送到災民手上，而較不重視非營利組織在法律規範方面的作為。

表 11 人口統計變項對「法律規範」構面之差異性檢測 ANOVA 分析 1

個人基本與捐款資料	人數	平均數	標準差	F 值	多重比較
性別					
男	137	3.96	.61	.00	
女	171	3.96	.55		
年齡					
15-24 歲	62	3.97	.59	.46	
25-34 歲	117	3.93	.60		
35-44 歲	59	3.93	.57		
45-54 歲	50	4.01	.56		
55-64 歲	15	4.12	.36		
65 歲以上	5	3.84	.68		
學歷					
國中	18	4.13	.53	2.28	
高中職	95	3.91	.61		
大專院校	132	3.96	.56		
碩士	59	3.93	.56		
博士	4	4.70	.38		
年收入					
240,000 元以下	98	3.95	.62	.95	
240,001~480,000 元	74	3.88	.52		
480,001~720,000 元	82	4.00	.56		
720,001~960,000 元	39	3.97	.58		
960,001 元以上	15	4.17	.64		



表 11 (續)

個人基本與捐款資料	人數	平均數	標準差	F 值	多重比較
宗教信仰					
基督教	27	4.05	.58	1.23	
佛教	85	4.03	.52		
道教	69	3.98	.55		
無特定宗教信仰	121	3.89	.63		
其他	6	3.70	.45		
居住地區					
北部地區	103	3.89	.55	2.11	
中部地區	33	3.75	.66		
南部地區	168	4.03	.57		
東部地區	4	4.20	.37		
捐款年資					
一年以下	87	3.97	.62	1.00	
1~5 年	123	3.93	.54		
5~10 年	52	3.91	.63		
超過十年	64	4.09	.54		
捐款頻率					
一個月一次	83	4.03	.54	1.95	
三個月一次	28	3.69	.60		
半年一次	36	3.96	.47		
一年一次	74	3.96	.54		
不定期	87	3.97	.66		
捐款金額					
1 千元以下	136	3.97	.58	.38	
1 千元~1 萬元	130	3.95	.57		
1 萬元~3 萬元	30	3.90	.61		
3 萬元以上	12	4.10	.66		
捐款目的					
重大災難(1)	100	3.86	.60	2.76*	(4)>(1)
急難救助(2)	96	3.96	.55		
長期性認養資助計畫(3)	77	3.99	.58		
其他(4)	35	4.18	.56		
捐款對象					
慈濟慈善基金會	84	3.96	.54	.24	
世界展望會	53	3.97	.55		
伊甸基金會	25	4.01	.60		
中華民國紅十字會	47	3.89	.65		
兒童暨家庭扶助基金會	25	3.92	.54		
其他	74	3.99	.61		

註：*：達顯著水準< 0.05；**：達顯著水準< 0.01；***：達顯著水準< 0.001。



2、人口統計變項對「績效評鑑」認同程度之差異性分析

人口統計變項不論個人捐款資料或基本資料，在績效評鑑構面下均無顯著性差異（見表 12）。不同捐款者對非營利組織在績效評鑑方面的作為之認同程度並無差異性。

表 12 人口統計變項對「績效評鑑」構面之差異性檢測 ANOVA 分析

個人基本與捐款資料	人數	平均數	標準差	F 值	多重比較
性別					
男	137	3.88	.59	.060	
女	171	3.94	.60		
年齡					
15-24 歲	62	3.92	.57	1.29	
25-34 歲	117	3.85	.65		
35-44 歲	59	3.92	.54		
45-54 歲	50	4.07	.59		
55-64 歲	15	3.92	.43		
65 歲以上	5	3.56	.71		
學歷					
國中	18	4.03	.56	2.25	
高中職	95	3.90	.63		
大專院校	132	3.89	.58		
碩士	59	3.89	.58		
博士	4	4.75	.38		
年收入					
240,000 元以下	98	3.93	.64	1.61	
240,001~480,000 元	74	3.78	.57		
480,001~720,000 元	82	4.01	.60		
720,001~960,000 元	39	3.89	.51		
960,001 元以上	15	4.01	.60		
宗教信仰					
基督教	27	4.04	.54	1.23	
佛教	85	4.00	.65		
道教	69	3.86	.56		
無特定宗教信仰	121	3.84	.59		
其他	6	4.17	.51		
居住地區					
北部地區	103	3.83	.61	1.96	
中部地區	33	3.81	.63		
南部地區	168	3.98	.58		
東部地區	4	4.10	.48		
捐款年資					
一年以下	87	3.87	.63526	.59	
1~5 年	123	3.91	.56932		
5~10 年	52	3.92	.63402		
超過十年	46	4.01	.55682		



表 12 (續)

個人基本與捐款資料	人數	平均數	標準差	F 值	多重比較
捐款頻率					
一個月一次	83	4.00	.58433	.76	
三個月一次	28	3.81	.64159		
半年一次	36	3.91	.59231		
一年一次	74	3.89	.55908		
不定期	87	3.88	.62911		
捐款金額					
1 千元以下	136	3.92	.58650	.29	
1 千元~1 萬元	130	3.90	.56910		
1 萬元~3 萬元	30	3.90	.71197		
3 萬元以上	12	4.07	.74508		
捐款目的					
重大災難	100	3.83	.60169	.71	
急難救助	96	3.90	.56270		
長期性認養資助計畫	77	4.06	.58782		
其他	35	3.88	.65655		
捐款對象					
慈濟慈善基金會	84	3.92	.57	.61	
世界展望會	53	4.04	.47		
伊甸基金會	25	3.87	.52		
中華民國紅十字會	47	3.88	.70		
兒童暨家庭扶助基金會	25	3.86	.71		
其他	74	3.88	.62		

註：*：達顯著水準< 0.05；**：達顯著水準< 0.01；***：達顯著水準< 0.001。

(三) 人口統計變項對「公民參與」認同程度之差異性分析

個人基本資料與捐款資料在公民參與的構面下，除學歷外，皆無顯著性差異。不同捐款習慣的捐款者對於非營利組織在公民參與方面的作為之認同程度，並無差異性。

學歷在公民參與的構面下，有顯著性差異，並且可以進行多重比較。擁有博士學歷的捐款者比起擁有高中職或碩士學歷的捐款者，更重視公民參與的作為，很有可能是因教育程度較高，愈有參與公共事務的意識，更會注意非營利組織在公民參與這方面的作為（見表 13）。

表 13 人口統計變項對「公民參與」構面之差異性檢測 ANOVA 分析

個人基本與捐款資料	人數	平均數	標準差	F 值	多重比較
性別					
男	137	3.92	.60	.21	
女	171	3.89	.54		



表 13 (續)

個人基本與捐款資料	人數	平均數	標準差	F 值	多重比較
年齡					
15-24 歲	62	3.95	.51	1.38	
25-34 歲	117	3.90	.64		
35-44 歲	59	3.78	.56		
45-54 歲	50	4.03	.50		
55-64 歲	15	3.88	.33		
65 歲以上	5	3.64	.48		
學歷					
國中(1)	18	3.94	.39	3.04*	(5) > (2)
高中職(2)	95	3.83	.57		(5) > (4)
大專院校(3)	132	3.93	.53		
碩士(4)	59	3.88	.67		
博士(5)	4	4.80	.23		
年收入					
240,000 元以下	98	3.96	.55	1.79	
240,001~480,000 元	74	3.78	.56		
480,001~720,000 元	82	3.97	.58		
720,001~960,000 元	39	3.81	.57		
960,001 元以上	15	4.00	.61		
宗教信仰					
基督教	27	4.03	.61	.66	
佛教	85	3.94	.57		
道教	69	3.86	.52		
無特定宗教信仰	121	3.87	.59		
其他	6	3.83	.46		
居住地區					
北部地區	103	3.86	.62	1.50	
中部地區	33	3.75	.60		
南部地區	168	3.95	.53		
東部地區	4	4.05	.55		
捐款年資					
1 年以下	87	3.82	.59	1.18	
1~5 年	123	3.94	.56		
5~10 年	52	3.87	.60		
超過 10 年	64	3.97	.50		
捐款頻率					
一個月一次	83	3.94	.50	1.40	
三個月一次	28	3.77	.74		
半年一次	36	4.04	.54		
一年一次	74	3.92	.58		
不定期	87	3.83	.56		
捐款金額					
1 千元以下	136	3.91	.56	1.48	
1 千元~1 萬元	130	3.84	.58		
1 萬元~3 萬元	30	4.05	.54		
3 萬元以上	12	4.07	.69		



表 13 (續)

個人基本與捐款資料	人數	平均數	標準差	F 值	多重比較
捐款目的					
重大災難	100	3.88	.59	1.63	
急難救助	96	3.82	.52		
長期性認養資助計畫	77	3.98	.57		
其他	35	4.01	.62		
捐款對象					
慈濟慈善基金會	84	3.94	.51	.48	
世界展望會	53	3.85	.60		
伊甸基金會	25	3.90	.56		
中華民國紅十字會	47	3.87	.59		
兒童暨家庭扶助基金會	25	3.78	.49		
其他	74	3.95	.63		

註：*：達顯著水準< 0.05；**：達顯著水準< 0.01；***：達顯著水準< 0.001。

(四) 人口統計變項對「資訊公開」認同程度之差異性分析

個人基本資料與捐款資料在資訊公開構面上，除學歷和捐款目的外，皆無顯著性差異；學歷和捐款目的（95%的信賴水準），雖有顯著性差異，但無法進行多重比較（見表 14）。

表 14 人口統計變項對「資訊公開」構面之差異性檢測 ANOVA 分析

個人基本與捐款資料	人數	平均數	標準差	F 值	多重比較
性別					
男	137	3.94	.56	.09	
女	171	3.96	.53		
年齡					
15-24 歲	62	3.92	.57	.84	
25-34 歲	117	4.01	.55		
35-44 歲	59	3.88	.51		
45-54 歲	50	3.99	.56		
55-64 歲	15	3.96	.42		
65 歲以上	5	3.64	.62		
學歷					
國中	18	3.91	.46	2.65*	
高中職	95	3.90	.56		
大專院校	132	3.95	.53		
碩士	59	4.01	.53		
博士	4	4.75	.38		
年收入					
240,000 元以下	98	3.99	.55	.92	
240,001~480,000 元	74	3.86	.53		
480,001~720,000 元	82	3.98	.57		
720,001~960,000 元	39	3.95	.47		
960,001 元以上	15	4.08	.64		



表 14 (續)

個人基本與捐款資料	人數	平均數	標準差	F 值	多重比較
宗教信仰					
基督教	27	4.04	.49	.85	
佛教	85	4.01	.52		
道教	69	3.96	.59		
無特定宗教信仰	121	3.90	.55		
其他	6	3.77	.46		
居住地區					
北部地區	103	3.90	.55	2.37	
中部地區	33	3.73	.59		
南部地區	168	4.01	.51		
東部地區	4	4.20	.52		
捐款金額					
1 千元以下	136	3.96	.56	.24	
1 千~1 萬元	130	3.97	.50		
1 萬~3 萬元	30	3.88	.56		
3 萬元以上	12	3.92	.76		
捐款目的					
重大災難	100	3.87	.57	2.59*	
急難救助	96	3.93	.55		
長期性認養資助計畫	77	4.09	.43		
其他	35	3.98	.63		
捐款對象					
慈濟慈善基金會	84	3.94	.56	.96	
世界展望會	53	4.07	.40		
伊甸基金會	25	3.98	.61		
中華民國紅十字會	47	3.85	.62		
兒童暨家庭扶助基金會	25	3.88	.43		
其他	74	3.97	.57		

註：*：達顯著水準 < 0.05 ；**：達顯著水準 < 0.01 ；***：達顯著水準 < 0.001 。

(五) 人口統計變項對「組織目標」認同程度之差異性分析

不同的捐款者對於非營利組織在組織目標方面的作為之認同程度，並無差異性（見表 15）。

表 15 人口統計變項對「組織目標」構面之差異性檢測 ANOVA 分析

個人基本與捐款資料	人數	平均數	標準差	F 值	多重比較
性別					
男	137	3.97	.54	.56	
女	171	4.01	.55		



表 15 (續)

個人基本與捐款資料	人數	平均數	標準差	F 值	多重比較
年齡					
15-24 歲	62	4.02	.47	1.20	
25-34 歲	117	4.01	.56		
35-44 歲	59	3.94	.57		
45-54 歲	50	4.06	.53		
55-64 歲	15	3.97	.52		
65 歲以上	5	3.48	.64		
學歷					
國中	18	3.93	.67	1.96	
高中職	95	3.92	.59		
大專院校	132	4.03	.48		
碩士	59	4.01	.55		
博士	4	4.60	.46		
年收入					
240,000 元以下	98	4.04	.49	1.35	
240,001~480,000 元	74	3.89	.55		
480,001~720,000 元	82	4.02	.56		
720,001~960,000 元	39	3.95	.57		
960,001 元以上	15	4.15	.60		
宗教信仰					
基督教	27	4.21	.49	1.75	
佛教	85	4.02	.54		
道教	69	3.97	.54		
無特定宗教信仰	121	3.94	.55		
其他	6	3.77	.43		
居住地區					
北部地區	103	3.94	.57	2.20	
中部地區	33	3.84	.65		
南部地區	168	4.04	.50		
東部地區	4	4.35	.30		
捐款年資					
一年以下	87	3.97	.58	.24	
1~5 年	123	3.98	.47		
5~10 年	52	4.02	.62		
超過 10 年	64	4.04	.56		
捐款頻率					
一個月一次	83	4.02	.50	.82	
三個月一次	28	3.83	.65		
半年一次	36	4.05	.53		
一年一次	74	3.98	.51		
不定期	87	4.01	.58		
捐款金額					
1 千元以下	136	4.03	.52	.76	
1 千~1 萬元	130	3.94	.53		
1 萬元~3 萬元	30	3.99	.57		
3 萬元以上	12	4.12	.79		



表 15 (續)

個人基本與捐款資料	人數	平均數	標準差	F 值	多重比較
捐款目的					
重大災難	100	3.94	.55	1.31	
急難救助	96	3.96	.54		
長期性認養資助計畫	77	4.08	.50		
其他	35	4.05	.61		
捐款對象					
慈濟慈善基金會	84	3.94	.54	.46	
世界展望會	53	4.04	.51		
伊甸基金會	25	3.95	.56		
中華民國紅十字會	47	4.01	.66		
兒童暨家庭扶助基金會	25	3.92	.37		
其他	74	4.04	.53		

註：*：達顯著水準 < 0.05 ；**：達顯著水準 < 0.01 ；***：達顯著水準 < 0.001 。

三、捐款意願之差異性分析

本節為受訪者的人口統計變項對捐款意願之差異性分析，性別、宗教信仰與居住地區以及捐款目的與捐款對象在捐款意願的表現上，無顯著性差異；年齡、學歷、年收入以及捐款年資、捐款頻率和捐款金額在捐款意願的表現上有顯著性差異（見表 16）。

（一）年齡在捐款意願的表現上，有顯著性差異

年齡在 99% 的信賴水準下，有顯著性差異，但無法進行多重比較。

（二）在捐款意願的表現上，有顯著性差異

學歷為「大專院校」(M=3.61)的捐款者比「高中職」(M=3.39)的捐款者更願意增加捐款，可能是高教育程度者較具有公民意識，會比較注重公共事務，因此願意以捐款的方式來支持非營利組織的活動。

（三）年收入在捐款意願的表現上，有顯著性差異

年收入為「240,000 元以下」(M=3.68)的捐款者比「720,001~960,000 元」(M=3.30)或「960,001 元以上」(M=3.23)的捐款者較願意增加捐款，可能是因為低收入者，受到非營利組織幫助的可能性較大，所以會比較關注公益活動，在捐款意願的表現上會明顯高於高收入者。



(四) 捐款年資在捐款意願的表現上，有顯著性差異

捐款年資為「超過一年，五年以下」(M=3.60)的捐款者比「超過十年」(M=3.35)的捐款者更願意增加捐款，可能是因為捐款年資較長者已經有固定的捐款習慣，因此在捐款意願的表現上不會有特別的改變。

(五) 捐款頻率在捐款意願的表現上，有顯著性差異

捐款頻率為「半年一次」(M=3.76)的捐款者比「一個月一次」(M=3.45)的捐款者更願意增加捐款，可能是捐款者認為自己不常捐款，所以有機會就會增加捐款。此外，捐款頻率為「半年一次」(M=3.76)與「一年一次」(M=3.67)的捐款者分別比「不定期」(M=3.39)的捐款者更願意增加捐款，可能是因為有固定捐款習慣的個人會比較關心此方面事務，兩者間產生相乘效果，使得經常捐款的人比起不定期的捐款者，在捐款意願的表現上更為明顯。

(六) 捐款金額在捐款意願的表現上，有顯著性差異

捐款金額為「1 千元以下」(M=3.63)的捐款者比「3 萬元以上」(M=3.20)的捐款者更願意增加捐款，可能是因為小額捐款者的捐款金額本來就較少，再次捐款的可能性較大，因此表現在捐款意願上就會比較高。

表 16 人口統計變項對捐款意願之差異性檢測 ANOVA 分析

個人基本與捐款資料	人數	平均數	標準差	F 值	多重比較
性別				.48	
男	137	3.56	.50		
女	171	3.52	.54		
年齡				3.30**	
15-24 歲	62(1)	3.64	.47		
25-34 歲	117(2)	3.59	.50		
35-44 歲	59(3)	3.40	.46		
45-54 歲	50(4)	3.43	.56		
55-64 歲	15(5)	3.77	.79		
65 歲以上	5(6)	3.14	.13		
學歷				5.66***	(3) > (2)
國中	18(1)	3.32	.42		
高中職	95(2)	3.39	.44		
大專院校	132(3)	3.61	.55		
碩士	59(4)	3.64	.49		
博士	4(5)	4.14	.74		
年收入				5.44***	(1) > (4) (1) > (5)
240,000 元以下	98(1)	3.68	.52		
240,001~480,000 元	74(2)	3.51	.51		
480,001~720,000 元	82(3)	3.56	.58		
720,001~960,000 元	39(4)	3.30	.31		
960,001 元以上	15(5)	3.23	.32		



表 16 (續)

個人基本與捐款資料	人數	平均數	標準差	F 值	多重比較
宗教信仰					
基督教	27	3.74	.67	1.53	
佛教	85	3.47	.42		
道教	69	3.56	.56		
無特定宗教信仰	121	3.53	.51		
其他	6	3.41	.48		
居住地區					
北部地區	103	3.59	.54	1.89	
中部地區	33	3.57	.56		
南部地區	168	3.45	.45		
東部地區	4	3.67	.32		
捐款年資					
1 年以下	87(1)	3.51	.47	3.09*	(2) > (4)
1~5 年	123(2)	3.60	.56		
5~10 年	52(3)	3.60	.53		
超過 10 年	46(4)	3.35	.44		
捐款頻率					
一個月一次	83(1)	3.45	.43	6.02***	(3) > (1)
三個月一次	28(2)	3.64	.52		(3) > (5)
半年一次	36(3)	3.76	.54		(4) > (5)
一年一次	74(4)	3.67	.63		
不定期	87(5)	3.39	.41		
捐款金額					
1 千元以下	136(1)	3.63	.53	4.15**	(1) > (4)
1 千元~1 萬元	130(2)	3.51	.54		
1 萬元~3 萬元	30(3)	3.40	.32		
3 萬元以上	12(4)	3.20	.27		
捐款目的					
重大災難	100	3.53	.47	2.59	
急難救助	96	3.52	.49		
長期性認養資助計畫	77	3.65	.63		
其他	35	3.37	.41		
捐款對象					
慈濟慈善基金會	84	3.45	.44	1.19	
世界展望會	53	3.51	.51		
伊甸基金會	25	3.54	.39		
中華民國紅十字會	47	3.54	.50		
兒童暨家庭扶助基金會	25	3.61	.59		
其他	74	3.64	.62		

註：*：達顯著水準< 0.05；**：達顯著水準< 0.01；***：達顯著水準< 0.001。



四、認同程度與捐款意願之相關性分析

(一) 認同程度與捐款意願呈現顯著低度正相關

以 Pearson 相關係數進行檢驗，受訪者對整體非營利組織課責行為以及各構面之認同程度與捐款意願具有顯著性相關。若相關係數 $|r| \geq 0.6$ 時為高度相關， $0.4 \leq |r| \leq 0.6$ 時為中度相關， $|r| \leq 0.4$ 時為低度相關。因此，受訪者對整體非營利組織課責行為或各別對之構面認同程度與捐款意願，皆呈現低度正相關(表 17)。

表 17 認同程度與捐款意願之 Pearson 相關係數表

	整體捐款意願
整體認同程度	.25**

非營利組織課責行為之構面	
法律規範	.13**
績效評鑑	.19**
公民參與	.23**
資訊公開	.27**
組織目標	.27**

註：*：達顯著水準 < 0.05 ；**：達顯著水準 < 0.01 ；***：達顯著水準 < 0.001 。

(二) 認同程度與捐款意願之迴歸分析

將樣本數據標準化後，刪去較為極端之 68 筆樣本，遂將各課責構面之認同程度與捐款意願進行迴歸分析。迴歸分析結果如表(表 18) 所示，此迴歸模式達顯著水準，其整體解釋力(R-square； R^2)為 26.4%，F 值為 18.10。經檢視迴歸係數可知，對捐款意願影響程度最高者為「資訊公開」構面($\beta=0.24$)，其次為「法律規範」構面($\beta=-0.18$)，最後為「公民參與」構面($\beta=0.12$)，此三個構面與迴歸模型具有顯著關聯性，而「績效評鑑」與「組織目標」構面則與此迴歸模型不具顯著關聯性。綜上所述，非營利組織在資訊公開方面的作為對於捐款意願最具有預測能力。

表 18 各認同程度變項對捐款意願之迴歸分析表

	調整後 R^2	F 檢定	常數	未標準化係數 Beta	t 值
法律規範				-0.18	-3.52**
績效評鑑				0.07	1.30
公民參與	0.264	18.10***	2.16	0.12	2.53*
資訊公開				0.24	3.97***
組織目標				0.09	1.56

註：*：達顯著水準 < 0.05 ；**：達顯著水準 < 0.01 ；***：達顯著水準 < 0.001 。



伍、結論與建議

本研究主旨為捐款者對非營利組織課責行為之認同程度與捐款意願之差異性與相關性研究，並藉由本研究成果，提供非營利組織未來發展及後續研究的相關建議。根據前章差異性研究結果顯示，捐款者對非營利組織課責行為認同度之差異性僅在「法律規範」、「公民參與」與「資訊公開」此三個構面上有一些顯著性差異；捐款者在捐款意願的表現上，也並非完全具有顯著性差異。至於，相關性研究顯示，捐款者對非營利組織課責行為之認同程度確實會與捐款意願產生顯著性相關，尤其以「資訊公開」對捐款意願的影響最大。

一、研究假設之驗證與結論

經由前述實證分析，彙整本研究之假設驗證結果(表 19)，依序說明如下：

表 19 研究假設驗證彙整表

研究假設	驗證結果
H1：捐款者對非營利組織課責行為之認同程度與捐款意願呈現顯著正相關	成立
H2：法律規範構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關	成立
H3：績效評鑑構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關	成立
H4：公民參與構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關	成立
H5：資訊公開構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關	成立
H6：組織目標構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關	成立

(一) 捐款者對非營利組織課責行為之認同程度與捐款意願之關係

課責行為若能增加民眾對非營利組織的瞭解，會促使民眾願意提供更多資源和增加捐款來實際支持非營利組織的運作；亦即當捐款者認同且支持該課責行為時，會有較高的捐款意願，非營利組織的課責可說是組織存續與執行的核心部分。

(二) 法律規範構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關

法律規範的課責受到高度的重視，但由於當前台灣關於非營利組織的法律規範未臻完備，難以產生真正監督效果。因此，捐款者表現在對課責之認同程度與捐款意願難有高度關聯性，法律規範構面的解釋力僅為 2%，此亦相呼應。



(三) 績效評鑑構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關

受訪者對績效評鑑構面的課責行為之認同程度會影響到捐款意願。績效評鑑有助於非營利組織改善缺失、提供組織未來發展方向和符合社會期待，使非營利組織提升其公信力，獲得更多社會資源。

(四) 公民參與構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關

公民參與與捐款意願具顯著相關性，呼應非營利組織的發展乃是公民參與的展現(孫本初, 2005)。由此而知，非營利組織若能與民眾進行更多對話與互動，促進更多公民的參與非營利組織的運作，提升對組織的認同感，應有助提升民眾對非營利組織的捐款意願。

(五) 資訊公開構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關

非營利組織若透過資訊公開向社會大眾說明代理經營社會資源的產出與結果，將可建立組織的公信力，進一步吸引更多潛在支持者與捐贈者進的資源與支持；若捐款者、受益者和社會大眾能夠持續對非營利組織所公開的資訊表達關注，不但會形成一股促其自律的外在監督壓力，亦可培塑重視課責之風氣，進而提振公民社會的發展。

本研究亦發現捐款者在「資訊公開」構面下的認同程度與捐款意願之相關性，比起在「法律規範」、「績效評鑑」與「公民參與」構面下較高，表示非營利組織可以藉由資訊公開，獲取較多的捐款與關注，藉此延續其未來的發展。

(六) 組織目標構面之認同程度與捐款意願有顯著性相關

非營利組織必須存在著目標，不論政府或社會民眾，都有權利瞭解該組織的使命，對非營利組織的支持，才有理由提供實質的支助。換言之，非營利組織協助瞭解服務標的對象的需求狀況，亦可喚起社會對所關懷服務標的之重視。組織使命影響力之深，可說是課責中最重要的基石，若能堅定組織使命之精神，不偏離其服務範疇，便不會產生質變風險。組織目標乃是非營利組織成立最重要的基礎，其運作唯有秉持成立宗旨的精神，並與社會當前需求相符合，才有永續發展的可能，此亦與「組織目標」的解釋力為五個構面中最高之結果，相互呼應。

二、研究建議

本節將針對研究結果發現，提供非營利組織未來永續發展之方向與具體建議：



（一）持續課責，以維持組織的永續性

非營利組織應透過持續性的課責，增進民眾捐款意願，以維持組織的永續發展。課責的目的不僅是爲了讓非營利組織達到效率與效能，最重要的是讓組織擁有持續發展的能力。藉由持續課責形成篩選機制，若經得起考驗的非營利組織，其所累積的社會名聲與信任，有助於募款與倡議組織理念的推行，以獲得更多的資源與支持，讓公眾能夠擁有一定品質的社會福利。

（二）維持組織運作的透明度，促進自律道德的形成

非營利組織應公開組織訊息，讓組織的運作透明化，不僅可使公眾瞭解非營利組織對資源的利用方式，也可以進行對談溝通，取信於社會大眾建立責信，並且可以促進非營利組織的自律行爲。自律是健全非營利組織的關鍵要素之一，因自律含有自願性的特質，比外在規範更具有倫理道德性，所以自律值得提倡，但卻不能完全取代法律規範。因此，藉由他律與自律達到相輔相成的效果，提供非營利組織良好的發展空間。

（三）以捐款特性行銷不同募款計畫

不同特性的捐款者在捐款意願表現上有所差異。非營利組織應從捐款年資、捐款頻率與年收入將捐款者進行市場區隔，針對不同屬性的捐款者擬定適當之募款計畫，利用不同的行銷策略與手法，提高募款的數量與質量，方能增加組織運作所需資源。

（四）本著組織服務宗旨，配合當前社會需求

捐款者對非營利組織在「組織目標」面向課責最爲認同，意即捐款者最在意非營利組織在此面向的作爲。非營利組織應持續朝此方向努力：首先，將無形的使命精神化作明確的任務目標，保持非營利組織的專業分工。例如環保團體就做與環境保護相關的工作、人道救援團體就專注在災難救助上，以及婦女團體就以協助弱勢婦女和爭取婦女權益爲主。專業分工除了可以使組織目標與服務對象更加明確，還可以使讓組織運作有效率，讓需要幫助的人可以確實得到必要的協助，避免社會資源的浪費。

其次，非營利組織的服務必須與時俱進，隨著社會發展有所更新。例如環保團體應關注當前全球暖化的議題，或者婦女團體應幫助在職場上遭受不公平對待的婦女。非營利組織的服務必須配合當前社會需求，融入現實社會生活中，才可獲得持續發展的可能，否則將會被社會所淘汰。



參考文獻

- 江明修(2002)。非營利管理。台北：智勝。
- 江明修、梅高文(2003)。自律乎？他律乎？財團法人監督機制之省思。中國行政評論，12(2)，137-160。
- 林淑馨(2008)。非營利組織管理。台北：三民。
- 官有垣(2000)。非營利組織在台灣的發展：兼論政府對財團法人基金會的法令規範。中國行政評論，10(1)，75-110。
- 孫煒(2006)。非營利組織績效評量的問題與對策。政治科學論叢，28，163-202。
- 陸宛蘋(2008)。揭開非營利組織公益的面紗—治理。2012年8月1日取自網際網路
<http://www.meworks.net/meworksv2a/meworks/page1.aspx?no=149896&step=1&newsno=52905>
- 許崇源(2001)。我國非營利組織責任負透明度提昇之研究：德爾菲法之應用。中山管理評論，9(4)，540-566。
- 陳文信、朱真楷、管嫻媛、黃文博、曹婷婷(2011.04.21)。恐影響立委提名 王定宇涉侵占八八風災捐款。中國時報，3版。
- 陳定銘(2004)。建立人民團體績效評鑑制度之研究。台北：內政部委託研究報告。
- 陳武雄(2003)。人民團體經營管理。台北：揚智文化，207-209。
- 馮燕(2000)。導論：非營利組織之定義、功能與發展。見蕭新煌(主編)：非營利部門：組織與運作。台北：巨流。
- 馮燕(2009)。非營利組織的法律規範。見蕭新煌、官有垣、陸宛蘋(編)非營利部門：組織與運作。台北市：巨流。
- 萬敏(2007)。中國 NPO 的公信力危機分析。紅河學院學報，5(5)，66-69。
- 張荳雲(2000)。度信任及行為的信任意涵。台灣社會學刊，23：179-222。
- 張瓊玲(2008)。探討非營利組織與政府互動的課責機制---以托育服務為例。見台灣公共行政與公共事務系所聯合會，2008 TASPAA 夥伴關係與永續發展國際學術研討會論文集(頁 1-23)。台中：編者。
- 彭滄雯、巫偉倫(2009)。非營利組織參與治理的代表性與課責—以出版品分級評議為例。臺灣民主季刊，6(3)：87-123。
- 盧鈺枝(2007)。我國科技研究機構組織評鑑暨績效評估之回顧與檢討。科技發展政策報導，2，78。
- 顧忠華(1998)。公民社會與非營利組織—一個理論性研究的構想。亞洲研究，26：8-23。



- 顧忠華(2001)。社會信任、社會資本與非營利組織。見國家展望文教基金會，非營利組織管理與發展系列研討會-資源與發展篇 (頁 68-78)，台北：編者。
- 齊思賢(譯) (2005)。Peter F. Drucker 著。杜拉克思想精粹：社會的趨勢 (Drucker sayings on society)。台北市：商周出版。
- 內政部：2012 內政部人民團體全球資訊網。
<http://cois.moi.gov.tw/moiweb/web/frmHome.aspx>，2012 年 5 月 20 日。
- 壹週刊(2012.5.31)。紅十字會遭爆 暗積 43 億善款。575 期，壹週刊。
- Batson, C. D. (1991). *The altruistic question: Toward a social-psychological answer*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Batson, C. D., Duncan, B. D., Ackerman, P., Buckley, T., & Birch, K. (1981). Is empathic emotion a source of altruistic motivation? *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 290-302.
- Chandler, R. C., & Plano, J. C. (1988). *The Public Administration Dictionary*. Santa Barbara, CA: ABC-Clio.
- Cialdini, R. B., Baumann, D. J., & Kenrick, D. T. (1981). Insights from sadness: A three-step model of the development of altruism as hedonism. *Developmental Review*, 1(3), 207-223.
- Hayes (1996). *Management, Control, and Accountability in Nonprofit/Voluntary Organizations*. England: Avebury Ashgate Publishing Limited.
- Herzlinger, R. E. (1996). Can public trust in nonprofits and governments be restored? *Harvard Business Review*, 74(2), 97-107.
- Koppell, J. GS. (2005), Pathologies of Accountability: ICANN and the Challenge of Multiple Accountabilities Disorder. *Public Administration Review*, 65(1), 94-108.
- Kotler, P., & Andreasen, A. R. (1991). *Strategic marketing for nonprofit organizations* (4th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Leat, D (1988) *Voluntary Organizations and Accountability*. London: National Council for Voluntary Organizations.
- Mixer, J. R. (1993). *Principles of Professional Fundraising: Useful Foundations for Successful Practice*. San Francisco: Jossey-Bass.
- OECD (2003), *The Non-profit Sector in a Changing Economy*, OECD. Piliavin, I. M., Rodin, J., & Pliavin, J. (1969). Good Samaritanism: An underground phenomenon? *Journal of Personality and Social Psychology*, 13, 289-299
- Salamon, L., & Anheier, H. (1992). In search of the nonprofit sector : in search of definitions,13(2), 125-52
- Turner, M., & Hulme D. (1997). *Governance, Administration and Development: Making the State Work*. Houndmills: Macmillan Press Lt.

