

# The Consumer Personality, Cognitive Involvement and Purchase Behavior of the Education Office Liability Insurance

陳伶俐、唐啟發

E-mail: 9701013@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

In the past, there were few studies on the Professional Liability Insurance from consumer behavior point of view. Furthermore, the Education Office Liability Insurance is a new kind of insurance; therefore there are no studies for our references. This study is based on EKB model theory that confers the consumer personality, cognitive involvement, and purchase behavior of the Education Office Liability Insurance. We sent 500 questionnaires to junior high school and elementary school teachers in Yuan Lin (員林) area and out of these 390 were valid questionnaires. Then we took these valid questionnaires to carry on to descriptive statistics, factor analysis, Pearson product moment correlation analysis, and t-test. The major findings of this study are as follows: 1. Teachers do not know much about the Education Office Liability Insurance. There are even more than 68.9% teachers do not know the Insurance which has been sold. 2. Most teachers do not buy the Insurance, however they have high intention to buy it. They have higher purchase intention by means of Teacher Association. 3. Most teachers can accept the price of the Insurance. 4. Teachers emphasize three items of evaluation criteria. First is the service attitude of the salesperson. Second is the reputation of the insurance company. And third is the professional knowledge of the salesperson. 5. Personality and cognitive involvement degree are conspicuous for the correlations. 6. Personality and purchase behavior are conspicuous for the correlations. 7. There are conspicuous diverseness of purchase behavior between high cognitive involvement group and low cognitive involvement group. Key Words: Education Office Liability Insurance, Consumer Behavior, Personality, Cognitive Involvement

Keywords : Education Office Liability Insurance ; Consumer Behavior ; Personality ; Cognitive Involvement

## Table of Contents

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭	vi	內容目錄	vii
表目錄	ix	圖目錄	xii
第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
研究目的與問題	5	第二節	
釋	7	第三節 研究範圍與限制	6
	9	第四節 名詞解釋	
	13	第五節 研究流程	7
	25	第二章 文獻探討	
	34	第一節 消費者行為	9
	34	第二節 人格特質	9
	41	第三節 認知涉入	21
	45	第四節 教育機構責任保險	
	48	第五節 研究架構與假設	
	48	第一節 研究設計	34
	48	第二節 問卷設計	36
	48	第三節 抽樣設計	
	48	第四節 統計方法	43
	48	第五節 問卷前測	
	48	第六章 實證結果與分析	48
	48	第一節 問卷回收情形	
	48	第二節 敘述性統計分析	48
	48	第三節 信度、效度與因素分析	64
	48	第四節 假設檢定	68
	48	第七章 結論與建議	79
	48	第一節	
	48	研究結論	79
	48	第二節 研究建議	82
	48	參考文獻	
	48	附錄 A 正式問卷	94
	48	附錄 B 統計公式	98

## REFERENCES

參考文獻 一、中文部份 Burger, J. M.(1997), 人格心理學(林宗鴻譯), 台北:揚智。 Jerry, Phares, E.(1994), 人格心理學(林淑梨、王若蘭、黃慧貞譯), 台北:心理。 Robbins, S. P.(1995), 管理學(王秉鈞譯), 台北:華泰文化。 Roger, D. Blackwell, Paul, W. Miniard, & James, F. Engel(2001), 消費者行為(謝文雀譯), 台北:華泰文化。 方世榮(2005), 統計學導論, 台北:華泰文化。 石浩吉(2003), 建築師工程師專業責任保險 承保範圍與投保策略之研究, 國立台灣大學土木工程研究所未出版之碩士論文。 民間司法改革基金會(2004), 老師, 你也可以這樣做! 校園法律實務與理念, 台北:五南。 古德龍(2003), 台北縣市羽球拍消費者之消費行為研究, 國立體育學院體育研究所未出版

之碩士論文, 16-23。向令平(2004), 個人特徵及購買動機對大陸城市地區幼教商品購買行為傾向之研究, 私立大葉大學國際企業管理學系未出版之碩士論文。余昭(1989), 人格心理學, 台北:三民書局。李仁傑(2005), 意外保險學, 台北:全華圖書。李牧軒(2001), 台灣地區建築師專業責任保險之研究, 國立台灣大學土木工程學研究所未出版之碩士論文。李增探(2001), 金門地區金融業消費行為之探討, 私立銘傳大學管理科學研究所未出版之碩士在職專班論文, 26-33。沈煌寶(2001), 國小教師社會態度、人格特質與衝突因應方式之相關研究, 國立屏東師範學院教育心理與輔導研究所未出版之碩士論文。林伯岳(2001), 優酪乳消費者行為之研究 以台中地區居民為例, 私立東海大學企業管理研究所未出版之碩士論文, 17-22。林東茂(2001), 一個知識論上的刑法學思考, 台北:五南。吳明隆(2005), SPSS 統計應用學習實務:問卷分析與應用統計, 台北:知城。周忠翰(2002), 保險商品的風險知覺、人格特質與投保意願之關係研究 以綁架勒索保險為例, 國立高雄第一科技大學風險管理與保險所未出版之碩士論文。林建煌(2002), 消費者行為, 台北:智勝文化。林浴村(2006), 產業開辦教育機構責任保險 [線上資料], 來源: <http://www.nlia.org.tw/modules/wfsection/download.php?fileid=889>[2006, November 3]。邱皓政(2006), 量化研究與統計分析, 台北:五南。周惠莉(2002), 五大人格特質、性別角色與轉換型領導關聯性之研究, 私立中原大學企業管理學系未出版之碩士論文。林靈宏(1994), 消費者行為學, 台北:五南。高添富(2002), 醫師責任與保險法制之研究, 國立政治大學法律學系未出版之碩士論文。黃志文(1995), 行銷管理, 台北:華泰書局, 116。黃堅厚(1999), 人格心理學, 台北:心理。陳正文譯(1994), 人格理論, 台北:揚智文化, 290-292。陳志陽, 張瓊文, 陳銘漢(2005), 國小教師人格特質影響職務決策之研究, 學校行政雙月刊, 35, 33-59。教育部(2005), 94年各級學校校園事件統計分析報告 [線上資料], 來源: <http://140.111.1.166/>[2006, October 24]。陳家聲(1993), 商業心理學, 台北:東士圖書公司。陳威臣(2004), 會計師責任保險分析性研究, 國立台北大學會計學系未出版之碩士論文。陳建璋(2006), 台灣會計師責任保險之研究, 私立中國文化大學會計研究所未出版之碩士論文。陳益亭(1996), 醫護專業責任保險之研究, 國立國防管理學院法律學研究所未出版之碩士論文。陳麗芬(1999), 醫療行為之法律責任與保險之研究, 國立政治大學風險管理與保險研究所未出版之碩士論文。張春興, 林清山(1999), 教育心理學, 台北:東華書局, 78-80。張春興(1986), 心理學, 台北:東華書局。張翊祥(2003), 團隊成員人格特質組合對團隊效能影響之研究 以團隊互動過程為中介變項, 私立中原大學企業管理學系未出版之碩士論文, 33-36。楊美怡(2002), 人格特質、價值觀與生活型態對後現代主義消費行為影響之研究:三個世代之比較研究, 私立義守大學管理研究所未出版之碩士論文, 44-47。楊國樞(1989), 心理學, 台北:台灣商務印書館。楊誠對(1999), 意外保險 理論與實務, 台北:三民書局, 259-269。鄒政下等著(1993), 意外保險訓練教材, 保險事業發展中心, 273。董榮政(2004), 生技保健食品之消費行為分析 以屏東縣藥局為例, 國立屏東科技大學農企業管理系未出版之碩士論文, 48-65。彰化縣教育局(2006), 彰化縣各國民中小學校基本資料平台 [線上資料], 來源: <http://schooldata.chc.edu.tw/>[2007, May 6]。廖志逢(2004), 銀行保險消費者購買動機、認知、涉入與意願之研究, 私立朝陽科技大學企業管理系未出版之碩士論文。蔡育倫(1998), 任意汽車責任保險認知涉入與購買行為之關係, 私立逢甲大學保研所未出版之碩士論文。鄭鎮樑(1980), 醫師專業責任保險之研究, 私立逢甲大學保險研究所未出版之碩士論文。鄭麗玉(1993), 認知心理學 理論與應用, 台北:五南, 2-4。賴俊偉(2004), 商業醫療費用保險購買行為之研究, 私立逢甲大學保險學系未出版之碩士論文。簡士家(2003), 消費者對投資型保險購買行為之研究 產品認知涉入之應用, 私立朝陽科技大學保險金融管理系未出版之碩士論文。龍育民(2000), 軍官人格特質工作特性與工作壓力之研究, 國立國防管理學院資源管理研究所未出版之碩士論文, 7-8。鍾聖校(1998), 認知心理學, 台北:心理, 1-3。謝瑞智(1996), 教育法學, 台北:文笙。顏虹菁(2003), 保險代理人經紀人專業責任保險之研究, 私立淡江大學保險學系未出版之碩士論文。顏惠玲(2005), 國小教師人格特質、生活型態與旅遊風險知覺對旅遊保險消費之影響 以高雄縣市為例, 國立高雄第一科技大學風險管理與保險所謂出版之碩士論文。羅進水(1986), 會計師責任保險之研究, 私立逢甲大學保險研究所未出版之碩士論文。二、英文部份 Allport, G. W. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. New York: Holt, Rinehart & Winston. Boyd, M., & Yin, Z. (1999). Cognitive-affective and behavioral correlates of self-schemata in sport. *Journal of Sport Behavior*, 22(2), 288-302. Cattell, R. B. (1943). The Description of Personality: Basic Trait Resolved into Clusters. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 38, 476-506. Celsi, Richard L., & Jerry, C. Olson (1988). The Role of Involvement in Attention and Comprehension Processes. *Journal of Consumer Research*, 15, 210-224. Costa, P. T., Jr. & McCrae, R. R. (1985). *The NEO Personality Inventory Manual*. Florida: Psychological Assessment Resources. Costa, P. T., Jr. & McCrae, R. R. (1989). *The NEO-PI/NEO-EFI Manual Supplement*. Florida: Psychological Assessment Resources. Costa, P. T., Jr. & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory and New Five-Factor Inventory: Professional Manual*. Florida: Psychological Assessment Resources. Costa, P. T., Jr. & McCrae, R. R. (1992). *NEO-PI-R: Professional Manual*. Florida: Psychological Assessment Resources. Demby, Emanuel (1973). *Lifestyle and Psychographics*. Chicago:AMA. David, V. D. & Stanley, B. S. (1989). Personality and Job Performance: Evidence of Incremental Validity. *Personal Psychology*, 42, 25-36. Guilford, T. P. (1959). *Personality*. New York: McGraw-Hill. James, F. Engel, David, T. Kollat, & Roger, D. Blackwell (1973). *Consumer Behavior* (2nd ed.). Chicago: Rinehart and Winston Inc. James, F. Engel, Roger, D. Blackwell, & Paul, W. Miniard (1990). *Consumer Behavior* (6th ed.). Chicago: Dryden, 469-487. James, F. Engel, Roger, D. Blackwell, & Paul, W. Miniard (1993). *Consumer Behavior* (7th ed.). Chicago: Dryden. Leon, G. Schiffman, & Leslie, Lazar Kanuk (1983). *Consumer Behavior* (2nd ed.). Leon, G. Schiffman, & Leslie, Lazar Kanuk (1991). *Consumer Behavior* (2nd ed.). New Jersey: Prentice-Hall Inc. Myung-Soo Lee, & Banwari Mittal (1989). A Casual Model of Consumer Involvement. *Journal of Economic Psychology*, 10, 363-389. Pratt, Jr. W. Rober (1974). *Handbook of Marketing*. New York: McGraw-Hill Inc. Pervin, L.A. (1970). *Personality: Theory and Research*. New York: Wiley. Phares, E. J., & Chaplin, W. F. (1997). *Introduction to Personality* (4th ed.). New York: Longman. Roseman, M., & Friedman, R. H. (1974). *Type A Behavior and Your Heart*. New York: Knopf. Rotter, J. B. (1954). *Social Learning and Clinical Psychology*. Englewood Cliffs: Prentice-hall Development, 49(2), 263-279. Slama, M. E. & A. Tashchian (1985). Selected Socioeconomic and Demographic Characteristics Association with Purchasing Involvement. *Journal of Marketing*, 49, 72-82. Williams, T. G. (1982). *Consumer Behavior Fundamental and Strategies*. St. Paul Minn: West Publishing Co. William, G. Zikmund, & Michael, d' Amico (1998). *Effective Marketing*

Creating and Keeping Customers (6th ed.). International Thomson. William, Moulton Marston (1928). Emotions of Normal People (1th ed.). Harcourt:Braceand Co. Zaickowsky, Judith Lynne (1985). Measuring the Involvement Construct. Journal of Consumer Research, 12(December), 341-352