

兩岸地區外資金融機構業務人員內外控人格特質、目標取向及工作滿足對工作績效影響之研究

陳志朋、封德台

E-mail: 9707339@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究主要探討兩岸地區外資金融機構業務人員內外控人格特質、目標取向及工作滿足對工作績效影響之研究，期望能幫助企業找到理想與合適的業務人員，並提昇業務人員在工作績效上的表現。本研究針對兩岸地區外資金融機構，進行問卷之實地發放與回收，共發放500份問卷，扣除無效問卷140份，回收360份，回收率為72%。本研究之結果如下：一、外資金融機構不同內外控人格特質之業務人員其工作滿足程度有顯著差異。二、外資金融機構不同內外控人格特質之業務人員與目標取向有顯著差異(部份成立)。三、外資金融機構不同內外控人格特質之業務人員與工作績效之關係有顯著差異。四、外資金融機構業務人員工作滿足程度對其工作績效有正向影響(部份成立)。五、外資金融機構業務人員目標取向對工作績效有正向顯著差異(部份成立)。

關鍵詞：內外控人格特質;目標取向;工作滿足;工作績效

目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		vi 內容目錄	vi
vii 表目錄		ix 圖目錄	ix
xii 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究範圍	2	第三節 研究目的	2
2 第四節 研究流程	3	第二章 文獻探討	5
5 第一節 人格特質	5	第二節 工作滿足	7
7 第三節 內外控人格特質與工作滿足之關係	10	第四節 目標取向	11
11 第五節 內外控人格特質與目標取向之關係	12	第六節 工作績效	13
13 第七節 人格特質、工作滿足、目標取向與工作績效之關係	15	第三章 研究方法	19
15 第三章 研究方法	19	第一節 研究架構	19
19 第二節 研究假設	20	第二節 研究變項之操作性定義與衡量	21
21 第四節 研究對象與抽樣方法	29	資料分析方法	31
31 第四章 研究資料分析	33	第一節 樣本人口統計分析	33
33 第二節 信度分析	37	第三節 因素分析	39
39 第四節 人口統計對各變項之實證分析	46	第五節 實證分析	58
58 第五章 結論與建議	75	第一節 研究結論	75
75 第二節 研究意涵	83	第三節 研究限制	83
83 第四節 後續研究之建議	85	參考文獻	85
85 附錄 問卷發放版	95	表目錄	95
95 表 2-1 智能信念、成就情境下之目標取向及行為類型	17	表 3-1 研究變項之操作性定義	21
21 表 3-2 研究變項、衡量構面及相關參考量表之對照表	22	表 3-3 內外控人格量表	23
23 表 3-4 工作滿足量表	25	表 3-5 目標取向量表	26
26 表 3-6 工作績效量表	28	表 3-7 前測樣本回收與結構	30
30 表 3-8 本研究前測問卷變數之信度分析	30	表 3-9 樣本回收與結構	31
31 表 4-1 台灣地區研究樣本之基本資料分析	34	表 4-2 大陸地區研究樣本之基本資料分析	36
36 表 4-3 兩岸地區各構念之信度分析	38	表 4-4 兩岸地區KMO值與Bartlett的球形檢定值	39
39 表 4-5 工作滿足因素分析	40	表 4-6 目標取向因素分析	42
42 表 4-7 台灣地區內外控人格特質與人口統計變項之檢定	47	表 4-8 大陸地區內外控人格特質與人口統計變項之檢定	48
48 表 4-9 台灣地區工作滿足與人口統計變項之檢定	50	表 4-10 大陸地區工作滿足與人口統計變項之檢定	51
51 表 4-11 台灣地區目標取向與人口統計變項之檢定	53	表 4-12 大陸地區目標取向與人口統計變項之檢定	54
54 表 4-13 台灣地區			

工作績效與人口統計變項之檢定	56	表 4- 14 大陸地區工作績效與人口統計變項之檢定	57	表 4- 15 台灣地區內外控人格特質對工作滿足變項之檢定	60	表 4- 16 大陸地區內外控人格特質對工作滿足變項之檢定	61	表 4- 17 台灣地區內外控人格特質對目標取向變項之檢定	62	表 4- 18 大陸地區內外控人格特質對目標取向變項之檢定	63	表 4- 19 台灣地區內外控人格特質對工作績效變項之檢定	64	表 4- 20 大陸地區內外控人格特質對工作績效變項之檢定	65	表 4- 21 台灣地區工作滿足對工作績效之相關分析	66	表 4- 22 台灣地區工作滿足對工作績效之迴歸分析	67	表 4- 23 大陸地區工作滿足對工作績效之相關分析	68	表 4- 24 大陸地區工作滿足對工作績效之迴歸分析	69	表 4- 25 台灣地區目標取向對工作績效之相關分析	70	表 4- 26 台灣地區目標取向對工作績效之迴歸分析	71	表 4- 27 大陸地區目標取向對工作績效之相關分析	71	表 4- 28 大陸地區目標取向對工作績效之迴歸分析	72	表 4- 29 研究假設與研究結果彙整表	73	圖目錄 圖 1-1 研究流程圖	4	圖 2-1 業務人員績效構面與銷售組織效能之關聯圖	14	圖 3-1 研究架構圖	19	圖 4-1 修正後之研究架構	45
--------------------------	----	--------------------------------------	----	---	----	---	----	---	----	---	----	---	----	---	----	--------------------------------------	----	--------------------------------------	----	--------------------------------------	----	--------------------------------------	----	--------------------------------------	----	--------------------------------------	----	--------------------------------------	----	--------------------------------------	----	--------------------------------	----	---------------------------	---	-------------------------------------	----	-----------------------	----	--------------------------	----

參考文獻

一、中文部份 Michael A. (1994), 工作社會心理學, (李茂興, 余伯泉譯), 台北: 巨流圖書, (原文於1994年出版)。王澤惠(2003), 目標取向、自我評價及歸因型態對運動員自我設限行為之影響, 台灣運動心理學報, 3, 1-20。李再長, 李俊杰及曾雅芬(2005春季號), 大型企業組織生涯管理、個人生涯規劃、個人人格特質、工作滿意度之關連研究, 人力資源管理學報, 5(1), 53-76。沈進成, 王銘傑(2004), 內部行銷、工作壓力、工作士氣、工作滿足與工作績效關係之研究-以台灣省各縣市警察局為例, 中央警察大學警學叢刊, 35(1), 115-138。沈慶龍(2002), 業務員人格特質、推銷行為及其績效之研究-以汽車代理商為例, 人力資源管理學報, 2(4), 107-126。林介鵬, 張紹勳(2003), 工作滿足之因果模式-以台灣日商銷售人員為例, 管理學報, 20(3), 547-577。林長瑞(1985), 員工的人格特質、人口特性與電腦化態度之關係, 國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文。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, 3(2), 93-113。林澄貴(2001), 知識管理、工程專業人員核心能力與工作績效關係之研究 - 以中鋼公司為例, 國立中山大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文。倪豐裕, 邱炳乾(2001), 內外控人格特質和任務不確定性對參與式預算制度效能的影響, 台大管理論叢, 12(1), 123-148。許士軍(1997), 工作滿足個人特徵與電腦化態度之關係, 國立政治大學學報, 35, 13-56。陳正男, 丁學勤(2002), 銷售人員的內外控人格特質與工作滿足關係之影響研究, 企業管理學報, 52, 59-97。陳光偉, 陳高(2006), 銷售人員目標取向的成因及對績效之影響, 管理學報, 23(3), 389-411。黃家齊, 許雅婷(2006), 團隊成員人格特質對知識分享及創新績效之影響 - 個人與團隊層次的分析, 管理學報, 23(2), 149-170。葉德豐, 劉紫娟, 柯瑞芬, 陳進堂, 王俊文(2004), 公立醫院非醫師正式人員與臨時約聘僱人員之激勵態度、工作滿意度與離職傾向研究-以某公立區域醫院為例, 醫護科技學刊, 243-259。鄭仁偉, 廖華立(2001), 團隊能力、工作滿足、組織承諾與團隊績效的關係, 人力資源管理學報, 1(3), 059-083。羅世輝, 湯雅云(2003), 內外控人格特質與授權賦能認知對工作滿足之影響 - 以金融保險業為例, 人力資源管理學報, 3(1), 001-019。蘇義祥, 胡國強(2000), 個人成熟度及內外控取向的調節作用對領導型態與工作績效關係之研究 - 以中華電信公司專戶服務部門為例, 管理評論, 19(2), 89-111。

二、英文部份 Babakus, E., Cravens, D. W., Grant, H., Ingram, T. N., & LaForge, R. W. (1996). Investigating the relationships among sales, management control, sales territory design, salesperson performance, and sales organization effectiveness. *International Journal of Research in Marketing*, 13(4), 345-363. Bateman, T. S., & Organ, D. W. (1983). Job satisfaction and the good soldier: The relationship between affect and employee citizenship. *Academy of Management Journal*, 26, 587-595. Behrman, D. N., & Perreault, W. D. (1982). Measuring the performance of industrial salespersons. *Journal of Business Research*, 3(10), 355-370. Berman, E. M., West, J. P., & Wang, X. H. (1999). Using performance measurement in human resource management, *Review of Public Personnel Administration*, 19(2), 5-16. Birnbaum, M. H. (1992). Issues in utility measurement. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 52(3), 319-330. Blum, M. L., & Naylor, J. C. (1968). *Industrial psychology: Its theoretical and social foundation*. New York: Harper & Row. Brief, A. P., Butcher, A. H., & Roberson, L. (1995). Cookies, disposition, and job attitudes: The effects of positive mood inducing events and negative affectivity on job satisfaction in a field experiment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 62, 55-62. Button, S. B., Mathieu, J. E., & Zajac, D. M. (1996). Goal orientation in organizational research: A conceptual and empirical foundation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 67(1), 26-48. Churchill, G. A., Ford, N. M., Walker, O. C., Johnson, M. W. Jr., & Tanner, J. F. (2000). *Sales force management* (6th ed.). Chicago, Illinois: Richard D. Irwin. Cole, H. (2003). Marketing real estate services: Smart work versus hard work in personal selling. *Services Marketing Quarterly*, 25(2), 43-53. Costa, P. T. Jr., & McCrae, R. R. (1992). Revised NEO personality inventory and new five-factor inventory: Professional manual. Odessa, Florida: Psychological Assessment Resources. Cravens, D. W., Ingram, T. N., LaForge, R. W., & Young, C. E. (1993). Behavior-based and outcome-based salesforce control systems. *Journal of Marketing*, 57(4), 47-59. Davis, K. (1989). *Human behavior at work*. New York: McGraw-Hill Book Co. Dubinsky, A. J., Michaels, R. E., & Kotabe, M., Lim, C. U., & Moon, H. (1992). Influence of role stress on industrial salespeople's work outcomes in the United States, Japan and Korea. *Journal of International Business Studies*, 23(1), 77-99. Dweck, C. S., & Leggett, E. L. (1988). A social-cognitive approach to motivation and a social-cognitive approach to motivation and personality. *Psychological Review*, 95(2), 256-273. Fang, E., Evans, K. R., & Zou, S. (2005). The moderating effect of goal-setting characteristics on the sales control systems-job performance relationship. *Journal of Business Research*, 58(9), 1214-1222. Farr, J. L., Hofmann, D. A., & Ringenbach, K. L. (1993). Goal orientation and action control theory: Implications for industrial and organizational psychology. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 8, 193-232.

Gitomer, J. H. (1995). *The sales bible*. William Morrow and Company Inc.

Herman, A. H. (1973). Are situational contingencies limiting job attitude-job performance relationship? *Organizational Behavior and Human Performance*, 10, 208-224.

Holmes, Terence, L., & Rajesh, S. (2002). Effects of job perceptions on behaviors: Implications for sales performance. *Industrial Marketing Management*, 31(5), 421-428.

Hoppock, R. (1935). *Job satisfaction*. New York: Harper & Row.

Jolles, R. L. (1999). Customer centered selling: Eight steps to success from the world 's best sales force. Simon & Schuster Inc.

Judge, Timothy, A., Joyce, E. B., & Edwin, A. L. (2000). Personality and job satisfaction: The mediating role of job characteristics. *Journal of Applied Psychology*, 85(2), 237-249.

Kanter, R. M. (1989). *The New Managerial Work*. Harvard Business Review, 67(6), 85-92.

Kren, L. (1992). The moderating effects of locus of control performance incentives and participation. *Human Relations*, 45(9), 991-1012.

Landau, R. (1995). Locus of control and socioeconomic status: Does internal locus of control reflect real resources and opportunities or personal coping abilities? *Social Science and Medicine*, 41(11), 1499-1505.

Lefcourt, H. M. (1972). Internal versus external control of reinforcement revisited: Recent developments. In B. A. Maher Ed., *Progress in experimental personality research*. New York: Academic Press.

Levitt, B., & March, J. G. (1988). *Organizational learning*. Annual Review of Sociology, 14, 319-340.

Lin, N. P., & Chiu, H. C. (1999). A study of service quality-the effects and applications of service providers ' personality traits. *Journal Management*, 16(2), 175-200.

MacKenzie, S. B., Podsakoff, P. M., & Richard, F. (1991). Organizational citizenship behavior and objective productivity as determinants of managerial evaluations of salespersons ' performance. *Organizational Behavior and Human decision Processes*, 50(October), 123-150.

MacKenzie, S. B., Podsakoff, P. M., & Gregory, A. R. (2001). Transformational and transactional leadership and salesperson performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29(2), 115-134.

Nerkar, A., McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (1996). Three facets of satisfaction and their influence on the performance of innovation teams. *Journal of Business Venturing*, 11, 167-188.

Nicholls, J. G. (1984). Conceptions ability and achievement motivation. In R. Ames & C. Ames (Ed.), *Research on Motivation in Education: Student motivation*. New York: Academic, 39-73.

Nicholls, J. G. (1989). *The competitive ethos and democratic education*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University.

Norman, W. T. (1963). Toward an adequate taxonomy of personality attributes: Replicated factor structure in peer nomination personality ratings. *Journal of Abnormal & Social Psychology*, 66, 574-583.

Park, J. Y. (1997). *The role of culture in Life Insurance Sales Process: Learning goal Orientation and Motivated Reasoning in Adaptive Selling*. Ph. D. Dissertation, University of Nebraska.

Roethlisberger, F. J., & Dickson, W. J. (1964). *Management and the worker*. New York: Wiley Science Editions.

Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies of internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monograph*, 80(1).

Scot, M., & Mitchell, J. (1972). The development of a money-handing inventory. *Personality and Individual Differences*, 17, 147-152.

Smith, P. C., Kendall, L., & Hulin, C. L. (1969). *The measurement of satisfaction in work and retirement*. Chicago: Rand McNally.

Spector, P. E. (1982). Behavior in organizations as a function of employees 's locus of control. *Psychological Bulletin*, 91, 482-497.

Spiro, R. L., & Weitz, B. A. (1990). Adaptive selling conceptualization, measurement, and nomological validity. *Journal of Marketing Research*, 27(1), 61-69.

Sujan, H., Weitz, B. A., & Kumar, N. (1994). Learning orientation, working smart, and effective selling. *Journal of Marketing*, 58(3), 39-52.

VandeWalle, D. (1997). Development and validation of a work domain goal orientation instrument. *Educational and Psychological Measurement*, 57(6), 995-1015.

VandeWalle, D. (2001). Goal orientation: Why wanting to lock successful doesn 't always lead to success. *Organizational Dynamics*, 30(2), 162-171.

Verbeke, W., Bekschak, F., & Richard, P. B. (2004). The adaptive consequence of pride in personal selling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(4), 386-402.

Weiss, D., Dawis, R., England, G., & Lofquist, L. (1967). *Manual of the Minnesota satisfaction questionnaire*. Minneapolis: University of Minnesota Industrial Relations Center.

Weitz, B. A. (1981). Effectiveness in sales interactions: A contingency framework. *Journal of Marketing*, 45, 85-103.

Weitz, B., A., Sujan, H., & Sujan, M. (1986). Knowledge, motivation, and adaptive behavior: A framework for improving selling effectiveness. *Journal of Marketing*, 50(4), 174-191.