

# The Research on Relationship between Foreign Network Marketing Company Rewardful Training and Distributor's Performance

沈念慈、洪朝陽

E-mail: 9707351@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate whether the rewarding system of training program can promote distributors' willingness to participate in training program and their job performances. The results of this study are as follows: 1. There were significant differences of tenure on income and selling success ratio in the category of domestic training program. 2. There is a significant difference of level of education on selling success ratio in the category of overseas training program. 3. There were significant differences of gender on recruiting success ratio, selling success ratio, and input ratio in the category of overseas seminar and training program. 4. Rewarding training program was significantly and positively correlated with distributors' willingness of participation. 5. If performances of domestic training program, performance of overseas training program, overseas seminar and income, number of direct up line, people in the organization (team), sales volume of the organization (team), recruiting speed, recruiting success ratio, selling success ratio and devotion ratio are higher, then job performances will also be better. 6. Performance of domestic training program was significantly and negatively correlated with job pressure. 7. Performance of domestic training program was significantly and positively correlated with devotion to the job. It showed that if the performance of domestic training program is better, then devotion to the job will be higher.

Keywords : direct selling ; network marketing ; rewardful training ; distributor ' s performance

## Table of Contents

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
x 第一章 緒論	1	第一節 研究背景	1
1 第二節 研究動機	2	第三節 研究目的	4
4 第二章 文獻探討	5	第一節 直傳銷產業定義及介紹	5
5 第二節 美商個案A公司與個案B公司之介紹	10	第三節 教育訓練相關理論	14
14 第四節 獎酬性制度	22	第五節 工作績效之相關理論	24
24 第三章 研究方法		第一節 研究架構	28
28 第二節 研究假設		第三節 操作性定義	30
30 第四節 研究分析方法		第五節 研究範圍與限制	31
31 第五節 研究範圍與限制	33	第一節 樣本描述	34
34 第一節 樣本描述	34	第二節 不同直銷商特質對於獎酬性教育訓練與直銷商工作績效之干擾效果	41
41 第三節 獎酬性教育訓練與直銷商參與意願之關連性	74	第四節 獎酬性教育訓練與直銷商工作績效之關連性	74
74 第五章 研究結論與建議	76	第一節 研究結論	76
76 第二節 研究建議		參考文獻	83
83 參考文獻	84	表目錄	84
84 表目錄		表 2-1 多層次傳銷事業經營概況調查報告	10
10 表 2-2 A公司獎金制度	12	表 2-3 B公司獎金制度	13
12 表 2-3 B公司獎金制度	13	表 2-4 教育、訓練、發展之異同	16
13 表 2-4 教育、訓練、發展之異同	16	表 2-5 各學者對教育訓練的定義	17
16 表 2-5 各學者對教育訓練的定義	17	表 2-6 教育訓練的目標	20
17 表 2-6 教育訓練的目標	20	表 2-7 常見訓練方法優缺點之比較	21
20 表 2-7 常見訓練方法優缺點之比較	21	表 4-1 樣本資料特性分析 - 性別	34
21 表 4-1 樣本資料特性分析 - 性別	34	表 4-2 樣本資料特性分析 - 出生年	35
34 表 4-2 樣本資料特性分析 - 出生年	35	表 4-3 樣本資料特性分析 - 經營年資	35
35 表 4-3 樣本資料特性分析 - 經營年資	35	表 4-4 樣本資料特性分析 - 教育程度	36
35 表 4-4 樣本資料特性分析 - 教育程度	36	表 4-5 樣本資料特性分析 - 家庭狀況	37
36 表 4-5 樣本資料特性分析 - 家庭狀況	37	表 4-6 教育訓練與工作壓力與工作投入之平均數、標準差	39
37 表 4-6 教育訓練與工作壓力與工作投入之平均數、標準差	39	表 4-7 直銷商參加過國內之教育訓練課程 性別之t檢定	42
39 表 4-7 直銷商參加過國內之教育訓練課程 性別之t檢定	42	表 4-8 直銷商參加過國內的教育訓練課程 出生年ANOVA	43
42 表 4-8 直銷商參加過國內的教育訓練課程 出生年ANOVA	43	表 4-9 直銷商參加過國內的教育訓練課程 經營年資ANOVA	46
43 表 4-9 直銷商參加過國內的教育訓練課程 經營年資ANOVA	46	表 4-10 直銷商參加過國內的教育訓練課程 教育程度ANOVA	49
46 表 4-10 直銷商參加過國內的教育訓練課程 教育程度ANOVA	49	表 4-11 直銷商參加過國內的教育訓練課程 家庭狀況ANOVA	51
49 表 4-11 直銷商參加過國內的教育訓練課程 家庭狀況ANOVA	51	表 4-12 直銷商參與在國外的教育訓練課程 性別之t檢	

定 . . . 53 表 4- 13 直銷商參與在國外的教育訓練課程 出生年ANOVA . 54 表 4- 14 直銷商參與在國外的教育訓練課程 經營年資ANOVA 57 表 4- 15 直銷商參與在國外的教育訓練課程 教育程度ANOVA 60 表 4- 16 直銷商參與在國外的教育訓練課程 家庭狀況ANOVA 62 表 4- 17 直銷商參與在國外的研討訓練活動(含獎勵旅遊) 性別之t檢定 . . . . . 63 表 4- 18 直銷商參與在國外的研討訓練活動(含獎勵旅遊) 出生年之ANOVA . . . . . 64 表 4- 19 直銷商參與在國外的研討訓練活動(含獎勵旅遊) 經營年資之ANOVA . . . . . 67 表 4- 20 直銷商參與在國外的研討訓練活動(含獎勵旅遊) 教育程度之ANOVA . . . . . 70 表 4- 21 直銷商參與在國外的研討訓練活動(含獎勵旅遊) 家庭狀況之ANOVA . . . . . 72 表 4- 22 參與意願和獎勵性教育訓練課程各層面之相關係數表 74 表 4- 23 工作績效與獎勵性教育訓練課程各層面之相關係數表 75 圖目錄 圖 2- 1 消費性商銷售模式 . . . . . 6 圖 2- 2 無店舖行銷之比較 . . . . . 8 圖 2- 3 Nadler進修訓練之概念架構 . . . . . 17 圖 2- 4 影響銷售人員績效的完整架構圖 . . . . . 26 圖 3- 1 研究架構 . . . . . 28

REFERENCES

一、中文部份 中華民國直銷協會(2006), 直銷產業對台灣經濟及社會成長的貢獻, 台北:中華民國直銷協會。王昭雄(2005), 信任模式對顧客忠誠度影響之研究 以直銷業為例, 國立中山大學企業管理學系研究所未出版之博士論文。朱昌田, 洪志洋(2002), 直銷業應用電子商務現況與效益之探討, 第七屆直銷學術研會論文集(pp. 1-20), 高雄:國立中山大學。行政院公平交易委員會(2007), 中華民國九十五年台灣地區多層次傳銷事業經營概況調查報告, 台北:行政院公平交易委員會。何光庭(2006), 直銷業女性消費者體驗行銷之探索性研究 以玫琳凱公司為例, 國立中山大學企業管理學系碩士在職專班未出版之碩士論文。吳瓊治(2002), 知識獲取、知識整合與教育訓練關聯性之研究-摩托羅拉(Motorola)公司之個案分析, 元智大學管理研究所未出版之碩士論文。呂碧茹(1999), 高科技產業企業文化、經營測月與人力資源發展及組織績效之關聯性研究, 國立成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。李大偉(1993), 如何建立企業內教育訓練體系, 就業與訓練, 11, 62-71。李耀宗(2002), 教育訓練與業務績效之相關性研究以宜蘭地區壽險業從業人員為例, 南華大學管理研究所未出版之碩士論文。周淑萍(1994), 銀行從業人員個人屬性、工作特性之比較研究, 國立成功大學工業管理學系碩士班未出版之碩士論文。林訓民(1994), 傳銷全方位指南, 台北:台英雜誌。林燕萍(1994), 直銷商獎勵制度之激勵效果分析, 國立台灣大學商學研究所未出版之碩士論文。邱信憲(1993), 工作特性、人格特質型態、角色壓力與工作壓力、工作滿足、離職傾向之關係研究, 國立中興大學企業管理學系未出版之碩士論文。洪榮昭(1996), 人力資源發展, 企業教育訓練完全手冊, 台北:師大。胡雯雯(2002), 台、日英、德、企業教育訓練與組織績效關係之比較研究, 國立中央大學人力資源管理研究所出版之碩士論文。張添洲(1999), 人力資源—組織、管理、發展, 台北:五南圖書出版公司。張嘉麟(1999), 公營事業機構之員工生涯規劃、教育訓練對員工生產力之研究—以台電公司為例, 國立成功大學企業管理學系未出版之碩士論文。許文奇(1994), 需求、領導與業務員績效關係之研究, 國立台灣大學國際企業學研究所未出版之碩士論文。許雅隸(2001), 主管領導型態、員工人格特質、組織激勵制度與員工工作績效之相關性, 國立東華大學企管研究所未出版之碩士論文。陳姿妤(1996), 員工教育訓練成效評估之研究 - 以本國銀行業為例, 國立中興大學企業管理學系未出版之碩士論文。陳得發, 鄭旭棠(1999), 多層次傳銷組織網的經營管理之研究, 中華管理評論, 2(1), 1-20。陳順泰(2002), 組織政治知覺的類型及其對工作投入與工作壓力之影響, 國立中山大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文。陸瑞瑾(2000), 台灣壽險業外勤教育訓練對業務人員學習型態與自評成效之研究, 逢甲大學保險學系未出版之碩士論文。曾文美(2001), 工作壓力與工作績效之相關性研究, 中華大學工業工程與管理研究所未出版之碩士論文。黃英忠(1989), 現代人力資源管理, 華泰書局。黃英忠(1990), 企業人力發展的方法, 國立中山大學管理學術研究中心。黃英忠(1994), 產業訓練論, 台北:三民書局。黃英忠, 溫金豐(1995), 外在環境經營與企業教育訓練實施及經營績效關係之研究, 人力資源學報, 5, 42-58。趙達民(1998), 多層次傳銷業的激勵策略、直銷商的人格特質與其參與行為之關係, 國立政治大學心理系未出版之碩士論文。潘昭蓉(2005), 員工工作投入、組織承諾、工作滿意度與工作績效之關聯性研究—以某縣轄市市公所為例, 國立彰化師範大學商業教育學系未出版之碩士論文。鄭志凱(2002), 人壽保險業業務員績效與教育訓練成效之相關性研究 - 以某壽險公司為例, 國立高雄第一科技大學風險管理與保險研究所未出版之碩士論文。蕭慧玲(2005), 直銷事業應舉辦之教育訓練, 直銷世紀雜誌, 11, 70-72。魏子雲(1993), 壽險業務人員個人知覺及人格特質與績效間關係之探討, 中原大學企業管理研究所未出版之碩士論文。二、英文部份: Abratt, R. & Smythe, M. R. (1989). A Survey of Sales Incentive Program. *Industrial Marketing Management*, 18, 209-214. Borman, W. C., & Motowidlo, S. J. (1993). Expanding the criterion domain to include elements of contextual performance. In Schmitt, N. & Borman, W. C. (Eds.). *Personnel selection in organizations* (pp. 71-98). San Francisco: Jossey Bass. Caballero, M. J. (1988). A Comparative Study of Incentives in a Sales Force Contest. *Journal Selling and Sales Management*, May, 55-58. Cartwright, S., & Cooper, C. L. (1997). *Managing workplace stress*. California: Sage, 14-21. Churchill, G. A. Jr., Ford, N. M. & Walker, O. C., Jr. (1990). *Sales Force Management* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill. Churchill, G. A., Ford, N. M., Hartley S. W., & Walker O. C. (1985). The Determinants of Salesperson Performance: A Meta-Analysis. *Journal of Marketing Research*, 22, 103-118. Creswell, John W. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (2nd ed.). California: Sage Publication, Inc. Dubin, R. (1956). Industrial Worker ' s World: A Study of the Central Life Interests of Industrial Workers. *Social Problem*, 3, 131-142. Greenberg, J. & Liebman, M. (1990). Incentives: The Missing in Strategic Performance. *The Journal of Business Strategy*, 4, 8-11. Hastings, B., Kiely, J., & Watkins, T. (1988). Sales Force Motivation Using Travel Incentives: Some Empirical Evidence. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, Augus, 43-51. Huggins, K. L. & R. D. (1992). *Operations of Life and Health Insurance Companies*. GA: Life Management Institute, LOMA. Ingram, T. N., Lee, K. S. & Skinner, S. J. (1989).

An Empirical Assessment of Salesperson Motivation, Commitment, and Job Outcomes. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, Fall, 25-33. Lawler, E. E. (1981). *Pay and Organizational Development*. Mass: Addison-Wesley. Locke, E. A., Henne, D. (1986). *Work Motivation Theories*. In Cooper, C. L., Robertson, I. (Eds.). *International Review of Industrial and Organisational Psychology*, 1-35, Chichester : Wiley. Lodahl, T. M. & Kejner, M., (1965). The Definition and Measurement of Job Involvement. *Journal of Applied Psychology*, 49(1), 24-33. Nadler, L. (1984). *The Handbook of Human Resource Development*. New York: John Wiley and Sons. Noe, R. A. (1998). *Employee Training and Development*. Irwin: McGraw-Hill. Selye, H. (1956). *The Stress of Life*. New York: McGraw- Hill Book. Swanson, R. A. (1987). Training Technology System: A method for Identifying and Solving Training Problems in Industry and Business. *Journal of Industrial Teacher Education*, 24(4). Waldorp, H. A. (1987). The Rewards of Noncash Incentives. *Sales and Marketing Management*, (April), 110-112.