

兩岸地區壽險銷售人員人格特質與工作滿足對工作績效之研究

王奉亮、何文榮

E-mail: 9707895@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究問題是探討兩岸地區壽險銷售人員人格特質與工作滿足對工作績效之關係，經由間接文獻之引用及邏輯之推理，來研究探討三者之關係。本研究在大陸地區是透過郵寄問卷委託同行銷售人員的方式，台灣地區由本人發放，請壽險業銷售人員，幫忙填寫問卷。總共寄發1200份問卷(台灣與大陸各600份)進行填答，扣除未回收問卷621份，以及無效問卷117份，共獲得有效問卷504份，有效回收率為42%。結果本研究發現，台灣地區銷售人員人格特質對工作滿足及工作績效呈正相關聯性；大陸地區人格特質對銷售績效及勤奮工作之顯著性並不顯著外，其餘都顯著呈正相關。

關鍵詞：人格特質；工作滿足；工作績效

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 研究背景與動機	1
1 第二節 研究範圍	3	第三節 研究目的	3
3 第四節 研究流程	3	第二章 文獻回顧	3
6 第一節 人格特質	6	第二節	
工作滿足	8	第三節 人格特質與工作滿足之關係	11
第四節 工作績效	11	第五節 人格特質與工作績效之關係	
13 第六節 工作滿足與工作績效之關係	14	第三章 研究方法	
16 第一節 研究架構	16	第二節 研究假設	
17 第三節 變項操作性定義及衡量	18	第四節 問卷設計	
23 第五節 研究對象與抽樣方法	25	第六節 資料分析方法	
25 第一節 樣本資料之敘述性分析	27	第二節 量表之信效度分析	39
第三節 相關係數分析	51	第四節 迴歸分析	
54 第五節 假設檢定	68	第五章 結論與建議	
71 第一節 研究結論	71	第二節 研究意涵	
73 第三節 研究限制	75	第四節 後續研究之建議	
76 參考文獻	79	附錄 問卷	
87 表目錄		表 3-1 人格特質構面及衡量	19
3-2 工作滿足構面及衡量	21	表 3-3 工作績效構面及衡量	
23 表 4-1 問卷回收率統計	27	表 4-2 台灣地區基本資料分析次數分配表	
28 表 4-3 大陸地區基本資料分析次數分配表	29	表 4-4 台灣地區構面描述性統計	
31 表 4-5 大陸地區構面描述性統計	31	表 4-6 台灣地區構面問項分析	
32 表 4-7 大陸地區構面問項分析	35	表 4-8 Cronbach's 值標準	
39 表 4-9 台灣各構面衡量之信度分析	40	表 4-10 大陸各構面衡量之信度分析	
41 表 4-11 台灣各構面衡量之KMO值	42	表 4-12 大陸各構面衡量之KMO值	
42 表 4-13 台灣地區人格特質KMO與Bartlett檢定	45	表 4-14 台灣地區人格特質因素分析之變異量	
45 表 4-15 大陸地區人格特質KMO與Bartlett檢定	48	表 4-16 大陸地區人格特質因素分析之變異量	
49 表 4-17 台灣地區壽險業銷售人員人格特質、工作滿足、工作績效與人口統計之相關	52	表 4-18 大陸地區壽險業銷售人員人格特質、工作滿足、工作績效與人口統計之相關	
53 表 4-19 台灣地區壽險業銷售人員人格特質對工作滿足之簡單迴歸分析	54	表 4-20 大陸地區壽險業銷售人員人格特質對工作滿足之簡單迴歸分析	
54 表 4-21 台灣地區壽險業銷售人員人格特質對工作績效之簡單迴歸分析	55		

56 表 4-22 大陸地區壽險業銷售人員人格特質對工作績效之簡單迴歸分析	57 表 4-23 台灣地區壽險業銷售人員工作滿足對工作績效之簡單迴歸分析	58 表 4-24 大陸地區壽險業銷售人員工作滿足對工作績效之簡單迴歸分析	59 表 4-25 台灣地區人格特質對工作績效之同時迴歸分析	61 表 4-26 大陸地區人格特質對工作績效之同時迴歸分析	64 表 4-27 台灣地區壽險業銷售人員人格特質、工作滿足對工作績效對顧客滿意度之同時迴歸分析	66 表 4-28 大陸地區壽險業銷售人員人格特質、工作滿足對工作績效對顧客滿意度之同時迴歸分析	67 表 4-29 台灣及大陸地區壽險業銷售人員人格特質、工作滿足與工作績效之假設檢定	68 圖目錄 圖 1-1 研究步驟流程圖	5 圖 3-1 研究架構	16
---------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--	--	---	----------------------	--------------	----

參考文獻

- 一、中文部份 王啟洲, 陳玉樹(2005), 內部行銷知覺、工作滿足、組織承諾與工作績效結構關係之研究 - 以壽險業為例, 國立中正大學成人及繼續教育研究所未出版之碩士論文, 29-33。 李再長, 李俊杰, 曾雅芬(2005), 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。 李正文, 鄭嘉佩(2006), 保險業運用電子商務之因素與績效研究, 企業管理學報, 68, 23-56。 周國端(2004), 台灣保險業西進大陸應慎選合資對象, 財團法人保險事業開展中心。 吳秉恩(2001), 分享式人力資源管理: 理念、程序與實務, 台北: 翰蘆圖書。 吳秉恩(1991), 組織行為學, 台北: 翰蘆圖書。 曾柔鶯, 簡新曜(2001), 台灣高科技產業白領階級員工參與、員工態度與員工績效之相關研究, 企銀季, 24(4), 35-60。 張春興(2000), 張氏心理學辭典, 台北: 東華書局。 許士軍(1977), 工作滿意、個人特徵與組織氣候 文獻探討及實證研究, 國立政治大學學報, 35, 13-56。 許志賢, 李鴻文(2007), 人格特質與脈絡績效關係之研究, 管理實務與理論研究, 1(1), 101-112。 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。 黃良志, 蘇國楨, 徐正屏, 林昭秀(2004), 中華電信民營後人力資源管理制度知覺、工作滿足、角色認知衝突和組織承諾之研究, 人力資源管理學報, 4(3), 29-54。 陳恆光(2007), 中央日報網路報[線上資料], 來源: http://www.cdnews.com.tw/cdnews_site/coluOutline.jsp?coluid=113[2007, July 17] 陳仲庚, 張雨新(1992), 人格心理學, 台北: 五南圖書。 陳光偉, 陳嵩(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。 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研究, 企業管理學報, 52, 59-97。 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 以金融保險業例, 人力資源管理學報, 3(1), 1-19。
- 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. Boorum, M. L., Goolsby, J. R., & Ramsey, R. P. (1998). Relational communication traits and their effect on adaptiveness and sales performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(1), 16-30. Churchill, G. A., Ford, N. M., Walker, O. C., Johnson, M. W., & Tanner, J. F. (2000). *Sales Force Management* (6th ed.). Illinois: Richard D. Irwin. Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). NEO-PIR: Professional manual. 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. Cribbin, J. J. (1972). *Effective managerial leadership*. American Management Association, Inc. Davis, H. (1977). *Human behavior at work: Organization behavior* (5th ed.). New York: McGraw-Hill. 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. Fang, E., Palmatier, R. W., & Evans, K. R. (2004). Goal-setting paradoxes? trade-offs between working hard and working smart: The united states versus china. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(2), 188-202. Fernando, J., & Marshall, G. W. (2004). Critical success factors in the personal selling process-an empirical investigation of ecuadorian salespeople in the banking industry. *The International Journal of Bank Marketing*, 22(1), 9-25. Greenberg, J., & Greeberg, T. H. (1986). The psychology of the successful salesperson. *Rough notes*, 129(16), 31-34. Griffin, R. W., & Bateman, T. S. (1986). Job satisfaction and organizational commitment. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 6, 157-188. Herzberg, F. (1966). *Work and the nature of man*. New York: The Word Publishing Company. Homburg, C., & Pflesser, C. (2000). A multiple-layer model of market-oriented organizational culture: Measurement issues and performance outcomes. *Journal of Marketing Research*, 37(9), 307-333. Hui, M. K., Au, K., & Fock, H. (2004). Empowerment effect across cultures. *Journal of International Business Studies*, 35(1). Iaffaldano, M. T., & Muchinsky, P. M. (1985). Is faction erformance: A metaanalysis. *Psychological Bulletin*, 97, 251-273. Judge, T. A., Joyce, E. B., & Edwin, A. (2000). Personality and job satisfaction: The mediating role of job characteristics. *Journal of Applied Psychology*, 85(2), 237-249. Kallerberg, K. (1977). A theory of job satisfaction. *American Socioloical Review*, 42, 124-143. Locke, E. A. (1976). The nature & cause of job satisfaction, *handbook of industrial & organizational psychology*. Chicago: Rand McNally College. 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, 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. McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1997). Personality trait structure as a human universal. *American Psychologist*, 52, 509-516. Moss, S. (1978). What sales executive look for in new salepeople. *Sales and Marketing Management*, 47, 32-46. Petty, M. M., McGee, G. W., & Cavender, J. W. (1984). A meta analysis of the relationship between individual job satisfaction and individual performance. *Academy of Management Review*, 2, 712-721.

Robbins, S. P. (1998). *Organizational behavior: Concepts, controversies and application* (8th ed.). New York: Prentice Hall International Inc.

Robinson, L., Marshall, G. W., Moncrief, W. C., & Lask, F. G. (2002). Toward a shortened measure of adaptive selling. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 22(2), 111-119.

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

Seashore, S. E., & Taber, T. D. (1975). Job satisfaction indicators and their correlates. *American Behavioral Scientist*, 18, 333-368.

Silverman, S. B., & Day, D. V. (1989). Personality and job performance: Evidence of incremental validity. *Personnel Psychology*, 42, 25-36.

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

Spiro, R. L., & Weitz, B. A. (1990). Adaptive selling: Conceptualization, management and nomological validity. *Journal of marketing Research*, 27, 61-69.

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

Szilagyi, A. O. (1981). *Management and performance*. California: Goodyear Publishing.

Tokar, D. V., & Fischer, A. R. (1998). Personality and behavior. *Journal of Vocational Behavior*, 53, 115-153.

Verbeke, W., Belschak, F., & Richard, P. B. (2004). The adaptive consequence of pride in personal selling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(4), 386-406.

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

Woo, C. Y., & Willard, G. (1983). Performance representation in business police research: Discussion and recommendation. *The 43rd Annual National Meetings of the Academy of Management*, Dallas.