

A Study of Relationship in Product Knowledge, Education Training, and Performance—Using Insurance Agents as An Example

陳逸軒、鍾育明

E-mail: 9801348@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Among the life insurance industries in Taiwan, There are issues about product di-versification, increase of marketing channel and market demand, intense competition and high turnover rate of sales representatives. What listed above has caused the lowing of persistency rate, tremendous increasing operating costs, expanding of service breach, client ' s complaints, increasing training costs, and waste of company ' s and society ' s re-sources, etc. In order to face these challenges, it is imperative that insurance companies need to have proper planning and research on how to enforce sales representatives ' mis-sion and belief about insurance marketing. Using customer-oriented differential mar-keting model, we can continuously create competitive advantages which could help life insurance industries to survive and have on-going operation in this severe environment.

In this research, the sales representatives in middle and southern Taiwan were se-lected as the research objects to discuss the relationship between their product knowl-edge, the educational training they got and their sales productivity. Here Liner Structural Relation Model (LISREL) was used to examine the causes and effects between vari-ables. The result of this research showed that educational training did have moderating effects between product knowledge and sales productivity.

Keywords : product knowledge、 education training effects、 sales productivity

Table of Contents

中文摘要	iii
英文摘要	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
第二節 研究目的	2
第三節 研究範圍及對象	2
第四節 研究流程及章節架構	2
第二章 文獻回顧	5
第一節 產品知識	5
第二節 教育訓練	11
第三節 業務績效	24
第四節 各構念間之關係	34
第三章 研究方法	37
第一節 研究架構與假設	37
第二節 研究變數之操作性定義	38
第三節 問卷發放及量表設計	43
第四節 資料分析方法	47
第四章 實證結果與分析	61
第一節 樣本基本資料分析	61
第二節 敘述性分析	62
第三節 相關分析	65
第四節 因素分析	67
第五節 信度與效度分析	72
第六節 LISREL模式分析	75

第五章	結論與建議	84
第一節	研究結論	84
第二節	研究貢獻	85
第三節	管理意涵	85
第四節	建議	86
參考文獻		89
附錄	研究問卷	101

表目錄

表 2-1	產品知識之定義	6
表 2-2	教育訓練之定義	13
表 2-3	教育與訓練差異比較表	14
表 2-4	績效評估的目的	26
表 3-1	產品知識操作性定義與衡量	39
表 3-2	教育訓練操作性定義與衡量	40
表 3-3	業務績效操作性定義與衡量	42
表 3-4	調查對象之基本資料	45
表 3-5	產品知識構面	45
表 3-6	教育訓練構面	45
表 3-7	業務績效構面	46
表 3-8	KMO值之參考指標	48
表 3-9	Cronbach's 係數合理範圍參考指標	49
表 3-10	本研究模式之結構方程式參數表	54
表 3-11	LISREL 基本符號概念表	56
表 3-12	結構方程式之整體配適度指標	60
表 4-1	本研究樣本基本資料分析	62
表 4-2	本研究潛在變項之分析	64
表 4-3	本研究變數間相關係數分析	67
表 4-4	各構面題項調整表	68
表 4-5	本研究因素分析表	69
表 4-6	本研究各衡量構面內部一致性	72
表 4-7	本研究SEM的CFA構面信度	73
表 4-8	本研究構面變異萃取	75
表 4-9	本研究衡量模式分析	76
表 4-10	本研究之評鑑模型配適度指標結果	79
表 4-11	本研究潛在變數之路徑效果	79
表 4-12	本研究之結構模式係數與檢定結果	83

圖目錄

圖 1-1	研究流程	4
圖 2-1	教育訓練制度的程序	21
圖 2-2	SHAKE行銷模式與行銷績效	33
圖 3-1	本研究假設性架構圖	38
圖 3-2	問卷設計流程圖	44
圖 3-3	本研究之結構模式路徑圖	55
圖 4-1	本研究之 LISREL完整模型圖	80

REFERENCES

一、中文部份江玫君(1991), 業務員人口與心理特徵對績效的影響, 東海大學企業管理研究所未出版之碩士論文。吳秉恩(1999), 分享式人力資源管理, 台北:翰蘆李美慧(2002), 績效評估公平性對組織承諾與業務績效的影響-以巨匠電腦公司為例, 國立台灣科技大學企業管

理研究所未出版之碩士論文。李錫宗(2004), 壽險業務人員業績表現與個人因素之關係-以A人壽壽險公司為例, 逢甲大學壽險學研究所未出版之碩士論文。邱皓政(2006), 結構方程式, 台北:雙葉書廊。宋明哲審定(1993), 人壽壽險新講座--行銷管理(一), 台北:允晨文化出版社, 141-144。呂純櫻(1996), 壽險業辦理教育訓練之現況及其影響因素之研究, 國立中正大學勞工研究所未出版之碩士論文。吳統雄(1990), 電話調查理論與方法, 台北:聯經出版社, 154。房冠寶(2000), 人格特質與業務績效的關聯性研究-以證券業後勤行政人員為例, 國立台灣科技大學管理研究所未出版之碩士論文。林欽榮(1990), 人事管理, 前程企業管理公司初版。林重文(1996), 精英團隊(初版), 台北:遠流出版社, 106-109。林英峰(2000), 「知識經濟與知識管理」, 知識管理研討會 - 領導21世紀之經營管理, 台北:林隆儀, 鄭君豪, 2005。產品品質外在屬性訊號、產品知識與顧客滿意度之整合性分析 - 以台北市筆記型電腦消費者為例, 輔仁管理評論, 12(1), 頁65-91。洪瑛珮(2006), 知識分享融入教育訓練之成效-以南部某企業為例, 樹德科技大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。段柔麗(2003), 兩岸企業實施教育訓練對員工績效影響之比較-以保險業為例, 大葉大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。馬龍驊(1998), 訓練方式對員工績效能力的影響-以某壽險公司為例, 國立中央大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文。施沛廷, (2004), 社群信任、社群認同與購買行為關係之研討-以RV 休旅車社群為例, 國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文。庾炳淳(1994), 台灣企業員工教育訓練之實證研究-以企業排名前1000名製造商為研究對象, 東吳大學企業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, 逢甲大學保險學研究所未出版之碩士論文。郭文德(1989), 壽險業的行銷管理, 台北:雅登出版社。陳國嘉(1991), 如何做好員工教育訓練-企業人手冊9, 台北:遠流出版社。陳姿妤(1997), 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研究所未出版之碩士論文。陳沁怡(2003), 訓練與發展, 台北:雙葉書廊。許世雨, 李長晏, 蔡秀涓, 張瓊玲, 范宜芳(2003), 人力資源管理, 台北:五南文化事業機構。黃麗安(1990), 壽險業展業人員教育訓練之研究, 逢甲大學保險學研究所未出版之碩士論文。黃英忠(1989), 現代人力資源管理, 台北:華泰。黃英忠(1993), 現代人力資源管理, 台北:華泰。黃英忠(1997), 人力資源管理(初版), 台北:華泰。曾真真, 陳聰賢(1999), 「論壽險業外勤教育訓練制度」, 壽險季刊113, 69-82。趙其文(2002), 人力資源管理-理論策略方法例証, 台北:華泰。楊平吉譯(1987), 部門別績效評估實務, 台北:臺華工商。劉盛光(2004), 我國壽險業教育訓練與業務績效關係之研究-以南山人壽壽險公司中部地區為例, 逢甲大學保險學研究所未出版之碩士論文。蔡美賢(1994), 銷售人員訓練方式與組織績效之關係研究-以企業文化為干擾變項, 淡江大學管理科學研究所未出版之碩士論文。賴世杰(2001), 產品知?及產品資訊對創新性產品消費?為的影響 - 以?位相機?為?, 輔仁大學管?學研究所未出版之碩士論文。鐘恆玉(2002), 教育訓練與組織因素對訓練移轉影響之相關研究-以C人壽壽險公司為例, 國立高雄第一科技大學風險管理與壽險所未出版之碩士論文。鐘友健(2003), 壽險業務人員行銷績效及其教育訓練相關性之研究, 逢甲大學壽險學研究所未出版之碩士論文。謝耀龍(1997), 顧客滿意經營, 台北:華泰。謝耀龍(1998), 壽險行銷, 台北:華泰。謝耀龍, 楊凌玉, 陳怡賓(2001), 台灣壽險業務員教育訓練現況剖析, 壽險季刊, 120, 6-36。謝耀龍(2002), 壽險業務員行銷模式移轉:從KASH 到SHAKE, 壽險季刊, 126, 2-24。謝安田(1982), 人事管理, 作者自行印製。蕭文龍(2007), 多變量分析最佳入門實用書, 台北:碁峰資訊股份有限公司。樊祖燁(1999), 產品知識對組織採購行為之影響-以雷射印表機為例, 國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文。二、英文部份Anderson, R. D., Engledow, J. L., & Becker, H. (1979). Evaluating the relationships among attitude toward business, product satisfaction, experience, and search effort. *Journal of Marketing Research*, 16, 394-400. Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of consumer expertise. *Journal of Consumer Research*, 13, 411-454. Baldwin, T. T., & Ford, J. K. (1988), Transfer of training: A review and direction for future research. *Personnel Psychology*, 1, 63-105. Bagozzi, R. P., & Salesforce, P. (1978). Satisfaction as a function of individual difference, interpersonal, and situational factors. *Journal of Marketing Research*, 12, 517-522. Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Academy of Marketing Science*, 16(1), 76-94. Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance test and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88, 588-606. Bentler, P. M. (1995). EQS: Structural equation program manual. Encino, California: Multivariate Software. Bettman, J. R., & Park, C. W. (1980). Effects of prior knowledge and experience and phase of the choice process on consumer decision processes: A protocol analysis. *Journal of Consumer Research*, 7, 234-248. Borman, W. C., & Motowidlo, S. J. (1993). Expanding the criterion domain to include elements of contextual performance. In N. Schmitt, W. C. Borman, & Associates, *Personnel selection in organization* (pp. 71-98). San Francisco: Jossey-Bass. Brucks, M. (1985). The effects of product class knowledge on information search behavior. *Journal of Consumer Research*, 12, 1-16. Carmines, E. G., & McIver, J. P. (1981). Analysis models with unobserved variable, In G. W. Bohrnstedt, & E. F. Borgatta, *Social Measurement: Current Issues*. Beverly Hills: Sage. Churchill, G. A., Ford, N. M. Hartley, S. W. & Walker (1985). O. C., The Determinants of Salesperson Performance: A Meta-Analysis, *Journal of Marketing Research*, 22, 103-118. Coleman, D. (1995). Working with Emotional Intelligence, New York: Bantam. De Cenzo, D. A., & Robbins, S. P. (1996). Human resource. Management (5th ed.). New York: John Wiley & Sons. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). Consumer behavior (8th ed.). Dryden Press. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18, 6-21. Friestad, M., & Wright, P. (1994). The persuasion knowledge model: How people cope with persuasion attempts. *Journal of Consumer Research*, 21(3), 1-31. Gantenbein, D. (2000). Help for the Salesperson. *Home Office Computing*, 18(1), 2-5. Goldstein, I. L. (1974). Training program development and evaluation. California: Wadsworth. Goldstein, I. L. (1980). Training in work organization. *Annual Review in Psychology*, 31(20), 30. Hayes-Roth, B. (1977). Evaluation of cognitive structures and processes. *Psychological Review*, 84, 260-278. Hemple, D. J. (1969). Search behavior and information utilization in the home buying process, in *marketing involvement in society and the economy*, Chicago: American Marketing Association, 241-249. Hu, L., & Bentler, P. M. (1993). Fit indexes in covariance structure equation modeling, Unpublished manuscript. Huggins, K., & Land, R. D. (1992). Operations of life and health Insurance Companies. Atlanta, Georgia: Life Management Institute, LOMA. Johansson, J. K., Douglas, S. P., & Noanka, I. (1985). Assessing the impact of country of origin on product evaluations: A new methodological perspective. *Journal of Marketing Research*, 22, 388-396. Johnson, E. J., & Russo, J.

E. (1984). Product familiarity and learning new information. *Journal of Consumer Research*, 11, 542-550.

Kaiser, H. F. (1974). An Index of Factorial Simplicity, *Psychometrika*, 39(1), 31-36.

Kirkpatrick, D. L. (1959). Technique for evaluating training programs, *Training and Development Journal*, 13(11), 3-9.

Kirkpatrick, D. L. (1987). Evaluating of training in training and development handbook. New York : McGraw-Hill.

McCarthy, J. (2001). Tools to Sell, *Electrical Wholesaling*, 82(5),42-45.

McCarthy, J. (2001). Tools to Sell. *Electrical Wholesaling*, 82(4), 46-49.

McCarthy, J. (2001). Tools to Sell. *Electrical Wholesaling*, 82(3), 46-49.

Monroe, K. B. (1976).The influence of price differences and brand familiarity on brand preferences. *Journal of Consumer Research*, 3, 42-49.

Moore, W. L., & Lehmann D. R. (1980). Individual differences in search behavior for a nondurable. *Journal of Consumer Research*, 7, 296-307.

Mulaik, S. A., James, L. R., Van Alstine, J., Bennett, N., Lind, S., & Stilwell, C. C. (1989), Evaluation of goodness-of-fit indices for structural equation models. *Psychological Bulletin*, 105, 430-445.

Nadler, L. (1982). Designing training program critical events model. Reading, Mass:Addison - Wesley Pub.

Newman, J. W., & R. Staelin (1971), Multivariate Analysis of Differences in Buyer Decision Time. *Journal of Marketing Research*, 8, 192-198.

Noe, R. A., & Schmitt, N. (1986). The influence of trainees ' attitudes on training effectiveness: test of a model. *Personnel Psychology*, 39, 497-523.

Noe, R. A. (1999). Employee training and development, McGraw-Hill, Irwin.

Nunnally, J. L. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

Park, C.W., & Lessig, V. P. (1981), Familiarity and its Impacts on Consumer Decision Biases and Heuristics. *Journal of Consumer Research*, 8, 223-230.

Punj, G. N., & Staelin, R. (1983). A Model of consumer Information Search Behavior for New Automobiles. *Journal of Consumer Research*, 9, 366-380.

Rao, A. R., & Monroe, K. B. (1989), The effect of price, brand name, and store name on buyers ' subjective product assessments: An integrative review. *Journal of marketing Research*, 26(5), 351-357.

Robbins, S. P. (1982). *the Management of Human Resources*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Royer, J. M. (1979). Theories of the transfer of learning, *education psychologist*,14, 53-69.

Rudell, F. (1979), *Consumer Food Selection and Nutrition Information*. New York: Praeger.

Russo, J. E., & Johnson, E. J. (1984). What do consumers know about familiar products. *Advances in Consumer Research*, 7, 17-23.

Sojka, J. Z., & Deeter-Schmeiz. Dawn, R., (2002). Enhancing the Emotional Intelligence of Salespeople. *Mid-American Journal of Business*, 17(1), 43-50.

Stanton. W. J. (1975). *Fundamentals of marketing*. (4th ed.) New York: McGraw-Hill Book Co, pp.499.

Staelin, R. (1978). The effects of consumer education on consumer product safety behavior. *Journal of Consumer Research*, 5, 30-40.

Sujan, M. (1985), Consumer knowledge: Effects on evaluation strategies mediating consumer judgements. *Journal of Consumer Research*, 12, 31-46.

Swan, J. E. (1969). Experimental analysis of predecision information seeking. *Journal of Marketing Research*, 6, 192-197.

Swanson, R. A. (1987). Training technology system: A method for identifying and solving training problems in industry and business. *Journal of Industrial Teacher Education*,2(4), 7-17.

Tziner, A., Haccoun, R. R., & Kadish, A.(1991). Person and situational characteristics influencing the effectiveness of transfer of training improvement strategies. *Journal of Occupational Psychology*, 64, 167-177.