銷售工作價值觀量表之發展與評量

Development and Evaluation of the Sales Work Value Scale

鍾燕宜／中臺科技大學健康產業管理研究所教授
Yen-Yi Chung, Professor, Institute of Health Care Management, Central Taiwan University of Science and Technology
紀乃文／國立政治大學企業管理系博士候選人
Nai-Wen Chi, Ph. D. Candidate, Department of Business Administration, National Chengchi University
陳景元／中臺科技大學健康產業管理研究所助理教授
Ching-Yuan Chen, Assistant Professor, Institute of Health Care Management, Central Taiwan University of Science and Technology

Received 2006/4, Final revision received 2007/6

摘要

本研究主要目的是發展「銷售工作價值觀量表」(Sales Work Value Scale；SWVS)，期能有效測量出適任業務員應具備之工作價值觀，同時彌補學術界引用國外量表且偏重一般工作情境測量之缺失。本研究以文獻演繹及訪談歸納方式進行題項發展及篩選，293 位業務員及 147 位非業務員進行內容效度及項目分析，再經由 219 位及 253 位業務員進行信度及交叉效度檢驗。研究結果顯示，萃取出六大構面 (報酬與獎金、彈性工作時間、利他主義、他人肯定、自我成長及生活方式自主) 計 23 題之 SWVS 具有良好之收斂效度、區別效度與效標關聯效度。另外，SWVS與國內常用之吳鐵雄編「工作價值觀量表」(WWVS) 相比，確有較佳之效度表現。最後，本研究提供 SWVS 在實務管理及後續研究之若干建議。

【關鍵字】工作價值觀、業務員、銷售工作價值觀量表

Abstract

The purpose of this research is to develop the Sales Work Value Scale (SWVS) in sales-specific situations in order to capture work values of capable salespeople, and filling the gap that past studies only adapted foreign measurements developed in general situations. We used both inductive and deductive approach to collect the item pool. By surveying 293 salespeople and 147 non-salespeople, we conducted the item analysis and confirmed the content validity of the SWVS. Moreover, 472 salespeople were further surveyed to test the reliability and validity of the SWVS. Results indicate that the SWVS can be extracted into six dimensions with 23 items. The SWVS not only has appropriate convergent validity, discriminant validity and criterion-related validity, but also has superior validity than Wang's WWVI. The implications of the SWVS are discussed.

【Keywords】work value, salespeople, sales work value scale

臺灣大學學術期刊資料庫

本研究接受國科會研究計畫補助 (NSC 94-2416-H-025 -003)，特此致謝。

壹、前言

近二十年來，工作價值觀 (Work Values) 研究一直是社會科學界研究的重點之一 (Dose, 1997)；Rokeach (1973) 認為價值觀、價值觀系統及情境三者間關係是密不可分的，而 Holland (1985) 則認為工作價值觀是個人獨特人格組型與環境互動的結果。在實證研究中亦發現，員工的工作價值觀將會影響其組織承諾、工作意願、工作滿意、工作投入與離職傾向等 (Brown, 1996; Judge & Bretz, 1992; Kidron, 1978; Locke & Henne, 1986; Putti, Aryee, & Liang, 1989; Rounds, 1990)；亦即員工的工作價值觀不僅會引導其工作行為與追求工作的方向 (Super, 1973)，並進而反映至日後工作上的努力與表現。因此，企業如何強化對員工工作價值觀的深入瞭解，充分掌握應徵者是否符合應具有之工作價值信念，做為甄選錄用之參考依據，已成為一項相當重要的議題。

隨著行銷概念與顧客導向意識的抬頭，如何有效向顧客推銷產品、同時提供各種資訊說服顧客購買，有賴業務人員的努力；但業務員所處之工作環境截然不同於其他工作者，客戶的拒絕頻繁不斷 (Xenikou, Furnham, & McCarrey, 1997)，業績競賽壓力從未停歇，再加上薪資獎金的不穩定，使得業務人員流動率居高不下 (Boles, Johnston, & Hair, 1997; Brashear, Manolis, & Brooks, 2005)。

就企業而言，當公司招募之新進業務人員後，公司尚需投入大量之教育訓練成本訓練其相關的技能 (沈慶龍，2002)，等到業務人員招攬技術熟練、客戶穩定後，才能將公司付出之訓練及輔導成本，逐漸攤回；但在業務人員相對高的離職率下，使得公司投入成本不僅不易回收，更因每年必須再花費金錢與人力從事招募、訓練和輔導新進業務員，影響企業經營成本甚鉅 (鍾燕宜、陳景元，2007)。因此，如何藉由嚴謹且具信效度的工具、遴選出在銷售情境下，工作價值觀最適合的業務人員，應是企業最為關注的焦點。

然而，審視以往之工作價值觀研究後可知，多數工作價值觀研究均以原版或修訂過的國內外著名的量表，來測量受試者的工作價值觀，且多是測量一般工作情境下之價值觀，亦即偏屬於普遍化工作價值觀量表 (洪瑞斌、劉兆明，2003)。然而，是否所有型態之工作者都適用普遍化量表？是否會影響其預測效度？Shemwell 與 Yavas (1999) 更進一步主張配合實際工作情境所編製的量表，公司的管理者會較樂於採用。因為此種量表較能反映出受試者的工作表現，可獲得較切合需要的資訊。

在愈來愈多的學者提議量表的編製應考慮特定情境 (Domain-specific)，以加強提昇量測效度的主張下 (如：Chung & Ding, 2002; Diefendorff, Hall, Lord, & Strean, 2000; Hodgkinson, 1993; Kaufmann, Welsh, & Bushmarin, 1995; Lefcourt, 1981; Lefcourt, Von Baeyer, Ware, & Cox, 1979)，遂興起發展「銷售工作價值觀量表」的動機。本研究欲以銷售情境，配合嚴謹之量表發展程序，發展出適合的量測工具，以確認優秀業務員之工作價值觀內涵，以做為實務界業務主管遴選或人員管理的輔助工具。

臺灣大學學術期刊資料庫

綜上所述，本研究的目的可分為以下數點：1. 以銷售情境發展之國內第一套具有良好信效度之「銷售工作價值觀量表」；2. 期能有效測量出優秀業務員應具備之工作價值觀，以做為實務界遴選業務人員之參考工具，及規劃教育訓練時之參考；3. 彌補學術界既有量表之不足，並提供學術界未來在銷售情境下工作價值觀研究時之參考。

貳、文獻探討

一、價值觀的定義

價值觀 (Values) 在社會心理學與組織行為的相關研究中佔有重要的地位 (Furnham, Petrides, Tsaousis, Pappas, & Garrod, 2005)，而學者們對價值觀的定義，也眾說紛紜 (如：Locke, 1976; Rokeach, 1973; Super, 1973)；由於工作價值觀是價值觀的延伸，因此在探討工作價值觀此一概念時，宜先從價值觀的內涵加以了解 (Dose, 1997)。

一般而言，價值觀代表個人的信念 (Beliefs)，影響個人對周遭環境的評判 (楊國樞，1993; George & Jones, 1997)，塑造個人「是」或「非」的認知或意識 (張春興，1996; Shertzer & Stone, 1981)，為個人行動時的參考準則 (Robbins, 1998; Rokeach, 1973)；因此，價值觀被認為是影響個人選擇目標、引導個人行為的標準，較為持久、穩定且不易改變 (England, 1967; Rokeach, 1973)。

另一方面，價值觀也和個人的需求關係密切；Super (1973) 認為價值觀是自需求衍生而來，個人能藉由行為的實現、目標的達成來追尋不同的價值觀，並滿足自己的需求 (Locke, 1976; Marini, 1992)；但價值觀並非全然等同於需求，價值觀所代表的需求乃受到社會所認可，能被公開的談論與追求 (李柏英，2002)，較具有正當性 (Rokeach, 1973)。價值觀亦與個人的偏好有關 (Kluckhohn, 1951; Scott, 1965; 吳聰賢，1983)，其不僅可反應出個人喜好的傾向 (Rogers, 1969)，並可依個人認定的重要性將價值觀加以排序 (Allport, 1937)。當然，價值觀所代表的個人偏好應受到社會的認同 (Beyer, 1981)。

綜上所述，可發現學者對價值觀的定義雖多，但兼具信念、需求、偏好等共同內涵，並影響個人所追尋的目標與行為準則。綜合以上國內、外學者觀點，本研究認為價值觀是個人持久性的信念，與個人的需求及偏好有關，影響個人評斷是非善惡的標準及追求的目標，並能引導個人行為的方向。

二、工作價值觀

如同價值觀的相關研究，學者對於工作價值觀的定義也缺乏一致性 (Dose, 1997; Sagie, Elizur, & Koslowsky, 1996)，由於定義的不同，學者研究工作價值觀的焦點也有

臺灣大學學術期刊資料庫

所差異 (Judge & Bretz, 1992)；因此若欲發展衡量工作價值觀的工具時，對於工作價值觀的定義有加以釐清的必要 (洪瑞斌、劉兆明，2003; Macnab & Fitzsimmons, 1987)。

(一) 工作價值觀的定義

若依價值觀之內涵，進一步審視工作價值觀的相關研究，可發現學者們對工作價值觀的定義雖多，但依舊具有信念、需求、目標、重視或偏好等共同內涵 (Dose, 1997)；在信念的部份，工作價值觀是一組對工作的持久信念，據以評斷有關工作事物、行為或目標的持久性信念與標準 (Rokeach, 1973; 王叢桂，1992; 吳鐵雄、李坤崇、劉佑星、歐慧敏，1996)。若自需求與目標的角度切入，工作價值觀表示個人試圖在工作中獲得或達成的目標 (經濟報酬、勤勞、忠誠、人際關係、社會地位、自我實現等)，並藉由目標的實現滿足個人需求 (Kalleberg, 1977; Super, 1973)。

在偏好方面，工作價值觀是個人所重視或偏好的工作類型或環境 (Pryor, 1979; 吳聰賢，1983)；其為個人從事職業活動時所追求及重視的工作條件，可支持或引導個人在選擇職業或工作的決策 (Brown, 2002; Nord, Brief, Atich, & Doherty, 1988)。至於在行為準則的觀點方面，工作價值觀是受到社會大眾期許的一種期望概念，其影響個人判斷工作好壞的標準及個人依循從事工作的準則 (England, 1967; Ravin & Meglino, 1989; Rounds, 1990)。

綜合上述，工作價值觀的定義包括信念、需求、目標、偏好與行為準則等內涵；故本研究將工作價值觀定義為：「是個人對工作持久性的信念，能反映個人需求與個人重視之工作類型或環境偏好；可引導個人工作行為，並可做為個人追求工作目標的方向及選擇工作時的標準」，並據此做為發展衡量工具的基礎。

(二) 工作價值觀的分類

在過去工作價值觀的研究中，較為學者所接受的分類為內在與外在工作價值觀 (如：Cotton, Bynum, & Madhere, 1997; Dagenais, 1998; Nord, Brief, Atich, & Doherty, 1990; Vanus & McAllister, 1991)。內在工作價值觀的重點在於工作本身，如：工作的自主性、是否符合個人興趣 (Gay, Weiss, Hendel, Dawis, & Lofquist, 1971)、能否提供個人成就感或自我實現的機會等 (George & Jones, 1997)；外在工作價值觀則較強調伴隨工作而來的事物，如：薪資福利、地位榮耀、人際關係等 (Vanus & McAllister, 1991)。

在國內學者方面，亦有數位學者採用類似的分類，如吳聰賢 (1983) 所提之「個人內在取向」代表能從個人的工作經驗當中獲得之報酬取向，包括興趣、發揮專長、創造性、表現及應用所學等；而「個人外在取向」則是個人從工作中獲得存在於工作之外的報酬，包括物質報酬層次及社會心理層次，如收入、權力地位和聲望、友誼交流等。而吳鐵雄等人 (1996) 將工作價值觀分為「目的價值」與「工作價值」兩大類，

臺灣大學學術 期刊著作權

目的價值與內在工作價值觀的內涵較相似，包括自我成長取向、自我實現取向、尊嚴取向；而工作價值的內涵則與外在工作價值觀類似，包括社會互動取向、組織安全與經濟取向、安定與免於焦慮取向、休閒健康等。

Dagenais (1998) 與 Furnham et al. (2005) 整理多篇工作價值觀相關研究後，指出工作價值觀區分為內在與外在是較具理論基礎且較有意義的，故本研究亦將採用此一分類方式作為編製題項之參考。

(三) 工作價值觀的衡量工具

自 1970 年代至今，衡量工作價值觀之工具甚多，下列將簡介幾項對於本研究發展新量表頗具參考性的工作價值觀量表，並說明其主要構面。

1. Work Values Inventory (WVI) 量表：由 Super (1970) 發展，主要是衡量個人希望在工作中達成的目標，包括：成就感、利他主義、工作獨立性、工作多樣性、聲望、安全、經濟報酬、工作環境等 15 個構面 (Super, 1970, 1973)。此量表雖未特別區分工作價值觀之類別，但 Dagenais (1998) 及 Furnham et al. (2005) 均認為此 15 構面亦可區分為內在工作價值觀與外在工作價值觀兩大類。WVI 是探討工作價值觀時，最常被引用之工具 (王叢桂，2002; Dose, 1997)。

2. Minnesota Importance Questionnaire (MIQ) 量表：由 Gay et al. (1971) 發展，主要是衡量個人希望在工作中滿足的需求，亦分為內在工作價值與外在工作價值觀，其衡量的內涵與 WVI 量表相近 (Lofquist & Dawis, 1978)。

3. Work Aspect Preference Scale (WAPS) 量表：由 Pryor (1979) 發展，主要衡量個人對工作內容或環境的偏好，包括：工作自主、利他主義、自我成長、金錢、安全、名望、主管與同事等；此量表亦未特別區分工作價值觀的分類 (Dose, 1997)，但亦可約略劃分為內在與外在工作價值觀兩大類。

雖然以上三個量表的構面並不完全相同，但 Dose (1997) 認為三個量表所衡量的概念是相當接近的；而 Macnab 與 Fitzsimmons (1987) 亦使用此三個量表進行驗證性因素分析 (Confirmatory Factor Analysis；CFA) 及多元特質—多元方法 (Multitrait-multimethod；MTMM)，結果指出此三個量表可以抽取出八個共同的構面：權力、同事、創意、工作獨立、安全、利他主義、工作環境與名聲，且亦能區分為內在工作價值觀與外在工作價值觀兩大類。

4. 王氏工作價值觀量表：由王叢桂 (1993) 發展，乃根據 Rokeach (1973) 對價值觀的分類，將工作價值觀分為工作目的價值 (包括：內在酬賞、外在酬賞、集體利益、平安和諧) 與工作手段價值 (包括：弘毅與才幹、謙和寬容、安份守禮、正義與自律、務實取向)；工作目的價值代表個人在工作中所追尋的目的狀態，而工作手段價值則代表個人對工作有關的行為方式。此一量表編製過程廣泛收集國內外相關文獻與

臺灣大學學術期刊資料庫

量表，並配合直接訪談以期涵蓋各種價值觀；內容同時加入傳統文化與現代化的價值觀至題目中，力求中西平衡並重 (洪瑞斌、劉兆明，2003)。

5. 吳氏工作價值觀量表：由吳鐵雄等人 (1996) 所發展，乃參考 Herzberg (1966) 的雙因子理論、Maslow (1943) 的需求層次理論及 Super (1970)、Elizur (1984)、Macnab 與 Fitzsimmons (1987) 等研究，以 2,426 位大專畢業工作者、890 名大學生及 1,020 位專科生為樣本對象。量表編製分為目的價值 (包括自我成長取向、自我實現取向、尊嚴取向) 與工作價值 (包括社會互動取向、組織安全與經濟取向、安定與免於焦慮取向、休閒健康等等)，其分類方式與內、外在工作價值觀較為近似。

國外量表均能區分出內在與外在工作價值觀兩種分類，且衡量構面也大致相同 (Dagenais, 1998)，但國內學者夏林清與游慧卿 (1984)、吳成豐 (1998) 及陳英豪、汪榮才、劉佑星、歐滄和與李坤崇 (1987) 直接翻譯並修訂 Super (1970) 的 WVI 量表後，發現因素分析的結構並不一致，且效標關連效度與信度分析也未能有力支持，故國外量表是否適合直接翻譯使用於國內，尚需要進一步的確認 (洪瑞斌、劉兆明，2003)。

王氏工作價值觀量表 (王叢桂，1993) 對於本土工作價值觀的研究具有重要貢獻，亦陸續使用於後續研究中 (如：王叢桂，1992, 2002, 2004)。由於其關切焦點在於進行跨工作領域的價值觀比較，並找出通用於各場域的價值，但因素分析的結果常因情境不同而產生較不穩定的因素結構 (洪瑞斌、劉兆明，2003)，在兼顧跨場域類推性 (Generalizability) 的前提下，在特定情境的預測力可能較為不足。

此外，吳氏工作價值觀量表 (吳鐵雄等人，1996) 試圖以此量表建立起 26 種不同職業的工作價值觀組型 (Pattern)，然而分類正確率卻僅有 8.7%。針對此一結果，洪瑞斌與劉兆明 (2003) 認為工作價值觀若要能正確區分職業分類，首先工作價值觀必須能反應不同職業的工作屬性，且理論上亦需有所釐清，而此量表在編製時並未考量到特定職業的工作屬性，因而區別度亦未臻完善。

三、特定情境工作價值觀量表之重要性

在一篇回顧工作價值觀的研究中，洪瑞斌與劉兆明 (2003) 認為工作價值觀之研究可分為客位途徑 (Etic Approach) 與主位途徑 (Emic Approach) 兩大類：所謂客位研究意指以無關文化 (Culture-free) 、較普遍化 (Universal) 的字彙來描述價值觀；而主位研究則透過考量當地價值觀、透過深度訪談工作者，更瞭解工作者之經驗脈絡以形成工作價值觀的內涵與衡量項目。

依據洪瑞斌與劉兆明 (2003) 的觀點，國外工作價值觀量表的發展，大多以追求普遍化的價值觀為原則 (王叢桂，2002)，屬於客位途徑；如：Rokeach (1973)、Schwartz 與 Bilsky (1987)、Super (1970) 等人均將價值觀定義為穩定的與跨情境的普遍性特質，而陳英豪等人 (1987) 與曹國雄 (1994) 則直接引用國外發展之量表進行研

臺灣大學學術典藏資料庫

究。若依此途徑，人們依據價值觀之重要性所做的決策結果應具有一致性，而不會視情境 (如：文化、職業等) 而有所改變，或遭遇到價值觀間之內在衝突等問題 (李柏英，2002)；然而在不同的情境下，個體所遭遇到之規範、價值標準與社會期望均有所不同 (Karabati & Say, 2005; Smola & Sutton, 2002)，個體所重視之價值觀亦受到特定情境的影響而有所差異 (王叢桂，2002)。因此，在不同的文化與環境下，工作價值觀的內涵也勢必有所不同 (Hofstede, 1993; Pelled & Xin, 1997)，完全「借用」西方學者發展的工作價值觀量表在東方國家進行研究是較不適切的 (Alder, Doktor, & Redding, 1986; Dubinsky, Kotabe, Lim, & Wagner, 1997; 楊國樞，1993)。

由於價值觀與其所在的情境密不可分，為了深入了解工作價值觀於特定情境下的內涵，主位途徑應較適合工作價值觀研究的進行 (黃光國，1987; 楊國樞，1993)；此外，根據 Nord et al. (1988) 及洪瑞斌與劉兆明 (2003) 的看法，工作價值觀研究應考量到工作本質與工作條件的轉變，且工作價值觀量表的編製應考慮特定的工作屬性與情境，方能提高量測時的效度 (Apasu, Ichikawa, & Graham, 1987)。然而過去探討業務人員工作價值觀的研究，多直接引用 Rokeach (1973) 對價值觀的分類進行衡量 (如：Apasu, 1987; Schwartz & Bilsky, 1987)，並未針對銷售情境下業務人員的工作價值觀進行概念的釐清與量表工具的建構，適用性上有所不足，學者 Apasu et al. (1987)、Dubinsky et al. (1997) 均建議後續研究應針對既有量表工具的不足之處做改善，並發展銷售情境下工作價值觀的衡量工具 (Apasu et al., 1987; Dubinsky et al., 1997; Spector, 1988)。

綜上所述，若工作價值觀量表發展時能更貼近業務員之工作屬性與其面對之銷售工作情境，則相較於普遍化之價值觀量表，應更能提高預測之效度，故本研究擬以深入訪談的方式進行歸納、配合國內外文獻與既有量表的演繹，回應學者們的建議，以發展出一套本土化的銷售工作價值觀量表。

四、銷售工作情境

業務員的工作內容乃是企圖說服顧客接受或贊成一種概念、思想體系或行動方案，並促使對方願意購買商品或服務；因此，就業務員的工作特性而言，業務員在獨立性、外勤時間、工作壓力與銷售挫折上相較於其他工作，存在著相當大的差異 (Dalrymple & Cron, 1998)。最明顯的是在銷售工作情境下，業務員必須經常面對“想拒絕”的顧客，故在眾多職業工作中，業務員被顧客拒絕最為頻繁；由於完成與顧客的交易是業務員的最終任務，即使在銷售的情境下遭到顧客否決、經歷銷售工作的失敗經驗，業務員仍須主動拜訪並持續向顧客推銷 (Ingram, Laforge, Schwepker, Avila, & Williams, 1997)，故業務工作對於業務人員情緒上的影響最大，而人員的流動率上也遠大於其他職業 (Xenikou et al., 1997)。

臺灣大學學術期刊資料庫

在銷售工作情境的改變，再加上業務人員之工作獨立性高、外勤時間長、工作壓力與銷售挫折均大 (Dalrymple & Cron, 1998)，願意從事業務工作者所重視之工作價值觀也應與普遍性之工作價值觀有所不同，如：樂於建立人脈網絡、追求較高之報酬與獎金、重視工作的獨立性與自主性等 (Dalrymple & Cron, 1998)。

依據 McMurry (1961) 與林財丁 (1994) 的看法，業務員在分類上包含三個向度：工作地點、主要任務、產品種類。在工作地點上，可分為在固定銷售地點服務的內勤業務員 (Inside Sales Forces)，與外出直接接觸顧客的外勤業務員 (Outside Sales Forces or Direct to the Consumer)；在主要銷售任務上，又可分主動爭取訂單的獲單人員 (Order Getter)，被動接受並處理訂單的接單人員 (Order Taker)，以及以技術支援為主、銷售為輔的銷售支援人員 (Sales Support Personnel)；最後以販售商品的性質差異，可區分為有形產品 (Tangible Products) 與無形產品 (Intangible Products)。本研究為依業態性質進行量表發展之初探性研究，應選擇較具代表性之業務員做為研究對象。由於外勤與獲單業務員 (如：保險業務員、多層次傳銷業務員) 從事工作時需要主動拜訪、接觸客戶，其困難度與挑戰性皆比其他業務人員高 (Dalrymple & Cron, 1998; McManus & Kelly, 1999; Seligman & Schulman, 1986; Xenikou et al., 1997)，故選取此一類型業務員將有助於提高量表之適用。

綜合本節文獻，本研究擬以內、外在工作價值觀的分類做為基礎，加入業務員之銷售情境與工作屬性，選擇外勤且獲單業務員做為本研究之樣本，並參考 Hinkin (1998) 的建議，同時以歸納文獻與訪談業務員的方式，以深入瞭解優秀業務員所重視之工作價值觀內涵，並做為發展「銷售工作價值觀量表」之依據。

參、研究方法

本研究旨在發展與評量「銷售工作價值觀量表」(Sales Work Values Scales；SWVS)，以彌補過去衡量業務人員工作價值觀工具之不足；量表編製過程乃是參考 Hinkin (1998) 所建議的量表建構步驟，首先歸納過去相關文獻與量表、並藉由訪談業界專家與資深業務人員以演繹出量表初步題項，再經由題項篩選、內容效度及項目分析之後，形成正式進行信效度施測之 SWVS，詳細的量表發展程序分別說明如下：

一、題庫收集

根據 Hinkin (1998) 的看法，在發展新的衡量工具時，研究者可同時透過歸納與演繹的方式進行題庫的收集 (Item Generation)；故本研究首先蒐集過去國內外價值觀與工作價值觀之相關文獻，整理出工作價值觀的定義與分類構面，並參考 Super (1970) 的 WVI 量表、Gay et al. (1971) 的 MIQ 量表及吳鐵雄等人 (1996) 的量表，並歸納出與銷售工作較為相關之工作價值觀之構面共 20 項。

臺灣大學學術期刊資料庫

隨後，本研究針對不同種行業共 25 位業務人員進行訪談 (對象包括壽險、多層次傳銷、藥品業務與證券業務員)，以確認文獻所歸納出之 20 項工作價值觀是否為業務人員從事銷售工作時所重視，並希望能透過訪談的過程彌補文獻之不足之處。訪談工具為開放式問卷，結果發現，業務人員從事銷售工作時所重視之工作價值觀為學習與成長、自我實現、升遷快速、生活方式自主、幫助他人、高成就感、獨立性高、受他人肯定、培養領導能力、同事關係、人際互動機會多、安全感高、彈性工作時間、報酬與獎金優渥、假期多等 15 項構面。

在 15 項構面確定後，本研究再針對 19 位從事銷售工作兩年以上之資深業務經理人進行深入訪談，對象包括壽險、多層次傳銷、藥品業務與證券業務員；訪談時仍以開放式問卷為工具，整理訪談內容後，刪除安全感高與假期多二個構面，初步發展出學習成長、自我實現、升遷快速、生活方式自主、幫助他人、高成就感、獨立性高、受他人肯定、培養領導能力、同事關係、人際互動機會多、彈性工作時間、報酬與獎金優渥等 13 個構面，共 49 題。

二、題項篩選

SWVS 經由第一階段之題項發展程序後，已彙集出 13 個構面 49 個題項，為進一步檢視題項在構念上是否沒有重疊，並能直覺性地區分出業務與非業務工作性質的差異，將進行第二階段題項篩選 (Item Screening) 的程序。此一程序共分為二個部份，第一部份是藉由資深業務經理人協助，將內涵相近之構面予以整合。經與六位資深經理人數次討論後，縮減五個構面：培養領導能力與獨立性高併入學習與成長構面、同事關係併入人際互動構面、升遷快速與高成就感併入自我實現構面。構面合併後，再將題意近似之題項整併或刪除，計有四題 (例如：“報酬及獎金與付出是相對的，全憑自己投入程度”、“報酬及獎金不是一成不變的，並且沒有上限”兩題合併為 “工作報酬及獎金全憑本事，沒有上限”)；因此，SWVS 初稿已縮減為八個構面共 45 題。

題項篩選之第二部份，主要是將 45 題的 SWVS 初稿交由業務工作者及非業務工作者各 10 位做直覺地重要性區分，若任一題項詢問兩種工作者，所回答的重要性皆相同，則進行語意修改、調整或刪除，以求具有分辨性。例如，提升生活品質、充分展現自我才華，與抒展個人抱負等題項，因無法清晰的分辨出屬於業務工作者的重要信念，皆再予以整併或修辭。由於此一步驟對於題項保留與否的要求較高，故每一構面大約刪減 1 到 2 題，最後完成 SWVS 量表共八個構面 32 題，詳細題項如表 1 所示。至此，題庫收集及題項篩選的程序已大致完成，本研究將以八個構面 32 題之 SWVS 量表做為接續正式信效度之檢測。

臺灣大學學術期刊資料庫

表 1 銷售工作價值觀構面及問卷題項

一、報酬與獎金：可以創造豐厚的報酬與獎金
1. 工作報酬及獎金全憑本事，沒有上限
2. 獲得高額報酬，令我有無比的快感
3. 一切努力就是為了賺取可觀的財富
4. 年薪百萬對我不是夢想

二、彈性工作時間：工作時間可以自由調配
5. 能自由調配工作時間，休假或上班由自己安排
6. 上下班不須打卡，工作時間很有彈性
7. 可以同時兼顧家庭與事業
8. 可以自行安排一天工作行程，充分做好時間管理

三、人際互動：接觸各式各樣的人，建立廣博的人脈網絡
9. 絕不輕言放棄任何一個可以推銷自己、認識他人的機會
10. 渴望與客戶間建立合作且真誠的友誼
11. 積極建立自己的黃金人脈，以利邁向成功
12. 喜歡運用各種不同的方式，接觸各式各樣的人

四、利他主義：服務及幫助他人受惠
13. 主動提供顧客充分的服務，以滿足顧客的需求
14. 顧客的快樂與滿意，是我最關心在意的
15. 對待顧客以誠信為原則，不讓顧客造成無謂的損失
16.「好東西與好朋友分享」是我的基本工作信念

五、他人肯定：獲得他人的讚賞與肯定
17. 公司舉辦隆重的活動，肯定我的表現，並以我為傲
18. 顧客的肯定與讚賞，鼓舞著我繼續向前
19. 許多人傳頌著我成功的事蹟，並以我為典範
20. 同事會將我成功的故事做為實例，分享給他人

六、學習成長：不斷接受新學習，快速激發成長
21. 喜歡不斷的充實自己，讓自己的價值不斷提升
22. 不斷藉由成功人士的經驗分享，幫助自己快速成長
23. 密集且充實的教育課程，快速激發自己的潛能
24. 勇於接受挑戰，不斷在困境中尋求突破

七、自我實現：快速實現人生目標，獲致成就感
25. 快速達成人生目標，開創屬於自己的工作事業
26. 客戶數不斷衝新高，獲得最大的成就
27. 過著有錢、有品味的生活，進入上流社會階層
28. 不斷地追求卓越，才是人生成功的指標

八、生活方式自主：選擇自己喜歡的生活方式
29. 掌握工作節奏，規畫自己喜歡的生活方式
30. 做自己生活的主人
31. 努力擺脫一成不變的生活模式
32. 追求自己想要的生活型態，不被條規約束

臺灣大學學術期刊資料庫

三、內容效度

所謂內容效度 (Content Validity) 意指測量工具的適切性與是否能充份反應所欲研究之概念與內涵 (Hinkin, 1998)，而 SWVS 內容效度的評估亦分為兩階段加以進行；首先，本研究邀請五位學者 (均有人力資源管理背景) 及四位實務經理人評估 SWVS 各題項之適切性、及題項是否符合工作價值觀各構面之定義，並依專家建議，略加修改字句，使題項內容更符合理論內涵。

此外，由於內容效度分析依賴專家的邏輯判斷，常招致無法量化、較為主觀的批評 (余名寧，1993; 葛樹人，1994)；因此，本研究進一步採用 Lawshe (1975) 之內容效度比率 (Content-validity Ratio；CVR) 、Aiken (1985) 之內容效度係數 (V 係數) 及同質性信度係數 (H 係數) 進行內容效度的確認，並以量化指標呈現內容效度之高低。為計算上述指標，本研究邀請 14 位資深業務經理人就修改後問卷各題項的重要性 (認為重要、或不重要) 加以評估，並換算成上述係數； 結果顯示，SWVS 全部題項之 CVR 係數介於 .57~1.0 之間，而 V 係數與 H 係數分別介於 .75~1.0 與 .56~1.0 間，指標係數均達顯著水準 (在 14 位專家的情況下，CVR 應大於 .51；V 係數大於 .69；H 係數則應大於 .44)，故 SWVS 量表之題項具有良好之內容效度 (Aiken, 1985; Lawshe, 1975)。

四、項目分析

為進行後續項目分析及因素分析，本研究首先進行樣本的選擇與資料的收集、分析；樣本選擇原則與資料收集、分析過程分述如下：

(一) 樣本選擇

本研究在選擇研究樣本時，有以下三點考量：(1) 本研究為初探性之研究，在選擇研究對象時應選擇純業務工作 (即工作內容僅從事銷售業務之工作) 之業務員，較能探討出業務員所重視之工作價值觀，因此，外勤業務員應較內勤業務員更具代表性；(2) 獲單人員類型之業務員，其從事工作時需要主動的進行陌生拜訪接觸客戶，並說服他們購買產品及主動提供服務，困難度與挑戰性皆比其他業務人員高，比其他兩類型之業務員較具代表性；(3) 經由深入訪談結果發現，保險業務員、多層次傳銷業務員此兩種行業的工作性質極為相近。綜合上述之原因，本研究選擇保險業務員、多層次傳銷業務員為本研究之樣本。

(二) 第一次項目分析

項目分析之主要目的是針對題項進行評估，以 Likert 五等尺度量表詢問填答者對於 SWVS 的 32 題項的重視程度 (1=非常不重視，5=非常重視)，並確認 SWVS 是否真正區別出業務人員對工作價值觀重要性的感受；本研究首先就針對業務人員 (包括保險業務員、多層次傳銷業務員) 及非業務人員 (包括會計人員、事務行政人員、公務人員...等) 以便利抽樣方式進行第一次項目分析，各發放 180 份問卷，總計 360 份問

臺灣大學學術期刊資料庫

卷；業務人員部份回收問卷 149 份，扣除無效問卷 34 份，有效問卷計 115 份，有效問卷回收率為 63.89%；非業務人員共回收問卷 137 份，扣除無效問卷 25 份，有效問卷計 112 份，有效問卷回收率為 62.22%。

為瞭解同樣具有高工作滿意之業務與非業務人員，對工作價值觀的重視程度是否明顯不同，本研究將受試者 (業務人員與非業務人員) 的工作滿意度的總分依高低排序後，將業務人員最高分的前 25% 樣本當成第一組樣本 (第一組高分組 89~100 分，計 34 份問卷)；而將非業務人員最高分的 25% 樣本當成第二組樣本 (第二組高分組 66~95 分，計 35 份問卷)，以獨立樣本t檢定分析兩組樣本在工作價值觀上是否有顯著差異。結果顯示 SWVS 之 32 題在業務人員與非業務人員兩組樣本之 t 值均呈現顯著差異 ($p < .05$)，表示 SWVS 所有題項均能鑑別出業務人員與非業務人員不同受試組別對工作價值觀的看法，具有良好之鑑別度。

(三) 第二次項目分析

為進一步探討在工作價值觀重視程度高低不同的業務人員，其在 SWVS 各題項之填答狀況是否有顯著差異，故在第一次項目分析後，本研究再針對 150 位業務人員 (包括保險業務員、多層次傳銷業務員) 發放問卷以進行第二次項目分析；一共發放 150 份問卷，回收有效問卷 104 份，有效問卷回收率為 69.33%。

本研究將第一次與第二次項目分析之業務人員問卷數加總 (共 219 份) 後 (註[1]) 進行後續之分析。本研究依 219 位業務人員在工作價值觀的總分依高低加以排序後，將最高分的 25% 的樣本當成第一組樣本 (第一組高分組 154~160 分)；而將業務人員最低分的 25% 的樣本當成第二組樣本 (第二組高分組 109~132 分)，以獨立樣本 t 檢定分析兩組研究對象在 SWVS 各題項之填答狀況是否有顯著差異。檢定結果顯示 32 題的 SWVS 之各 t 值均呈現顯著差異 ($p < .05$)，表示 SWVS 所有題項均能鑑別出業務人員工作價值觀高分組與低分組不同受試組別的反映程度，具有良好之鑑別度。

五、效度驗證

(一) 建構效度

1. 探索性因素分析

本研究以 SPSS 10.0 軟體對加總後的業務人員問卷數共 219 份，進行探索性因素分析。結果顯示 KMO 係數為 0.92、Bartlett's 球形檢定上的 x^2 值為 4634.297，表示 SWVS 各題項間相關程度良好，適合進行因素分析 (Kaiser, 1974)。隨後本研究以主軸因子法配合斜交轉軸進行因素萃取，且根據 Conway 與 Huffcutt (2003) 的建議，將因

註[1] 219 位樣本男、女比率分別為 27% 與 73%，平均年齡為 39 歲，保險業與傳銷業有效問卷分別為 130 份 (59%) 與 89 份 (41%)；教育程度以高中畢業與大專畢業為大多數，分佔 52% 與 43%；於現在公司的工作年資平均為 5.5 年、從事銷售工作的平均年資則為 9 年。

臺灣大學學術資料庫

素負荷量小於 0.5、共同性小於 0.4 且不易歸類的題項加以刪除 (包括 9、10、11、12、14、17、26、27、28 共九題)，共萃取出六個特徵值大於 1 的因素，共 23 題，累積解釋變異量為 73%。本研究將六個因素重新命名為報酬與獎金 (原始題項 1、2、3、4)、彈性工作時間 (原始題項 5、6、7、8)、利他主義 (原始題項 13、15、16)、他人肯定 (原始題項 18、19、20)、自我成長 (原始題項 21、22、23、24、25，由學習成長與自我實現構面題項組成) 及生活方式自主 (原始題項 29、30、31、32) 六構面；探索性因素分析結果，請參考表 2。

2. 驗證性因素分析

依據 Hinkin (1998) 的建議，探索性因素分析與驗證性因素分析應以不同組樣本進行分析，故本研究另以隨機抽樣的方式抽取 350 位業務人員發放問卷。問卷共回收 289 份，有效問卷計 253 份，有效問卷回收率為 72.29%；樣本組成特性 (註[2]) 經檢定後發現，驗證性與探索性因素分析所用之兩組樣本並無顯著差異。

表 2 SWVS 探索性因素分析結果

新編題號	原始題號	報酬與獎金	彈性工作時間	利他主義	他人肯定	自我成長	生活方式自主
1	W1	.565	.141	.136	.030	.066	.229
2	W2	.676	.156	.152	.119	.077	.141
3	W3	.678	.103	.022	.167	.152	.170
4	W4	.671	.188	.057	.094	.192	.031
5	W5	.254	.606	.126	.163	.173	.177
6	W6	.219	.759	.067	.081	.094	.176
7	W7	.109	.709	.219	.109	.200	.151
8	W8	.149	.637	.237	.147	.190	.184
9	W13	.228	.261	.514	-.020	.324	.168
10	W15	.133	.228	.731	.222	.159	.172
11	W16	.093	.202	.516	.277	.170	.277
12	W18	.152	.072	.160	.782	.220	.188
13	W19	.178	.185	.106	.878	.231	.160
14	W20	.107	.161	.157	.756	.303	.046
15	W21	.159	.149	.468	.182	.649	.128
16	W22	.181	.232	.145	.310	.669	.231
17	W23	.081	.204	.127	.378	.672	.237
18	W24	.211	.168	.221	.241	.760	.218
19	W25	.255	.215	.049	.232	.526	.296

註[2] 樣本男、女比率分別為 24.1% 與 75.9%，平均年齡為 37.66 歲，保險業與傳銷業有效問卷分別為 159 份 (63%) 與 94 份 (37%)；教育程度以高中畢業與大專畢業為大多數，分佔 56.5% 與 39.9%；於現在公司的工作年資平均為 6.4 年、從事銷售工作的平均年資則為 7.7 年。

臺灣大學學術期刊資料庫

新編題號	原始題號	報酬與獎金	彈性工作時間	利他主義	他人肯定	自我成長	生活方式自主
20	W29	.188	.183	.154	.089	.227	.693
21	W30	.177	.151	.127	.145	.097	.850
22	W31	.143	.277	.247	.223	.244	.537
23	W32	.199	.188	.123	.094	.261	.658

本研究以統計軟體 LISREL 8.54 版軟體進行驗證性因素分析，首先檢視 SWVS 量表之內部模式品質，由表 3 可知，SWVS 各構面之組成信度值 (Composite Reliability) 介於 .81~.90 間，均大於學者 Fornell 與 Larcker (1981) 建議之 .60 的標準，代表 SWVS 量表具有良好之內部模式品質；而 SWVS 各構面的平均變異抽取 (Average Variance Extracted) 介於 .51~.75 間，亦大於 Fornell 與 Larcker (1981) 建議的 .50 的標準，顯示 SWVS 各構面均具有良好的收斂效度。就整體模式而言，除 GFI 值、AGFI 值可能因樣本數較多而略低於 .90 的標準外，其餘適配度指標尚可接受 (Jöreskog & Sörbom, 1989)。

表 3 SWVS 驗證性因素分析結果

SWVS構面	組成信度	平均變異抽取
報酬與獎金	.83	.56
彈性工作時間	.81	.53
利他主義	.83	.62
他人肯定	.90	.75
自我成長	.89	.63
生活方式自主	.86	.51

模式適配指標					
卡方/自由度比	RMSEA	CFI	SRMR	GFI	AGFI
1.84	.058	.98	.051	.88	.85

(二) 區別效度

為檢驗 SWVS 六構面是否具有區別效度 (即填答者是否能夠明確區分出六種不同之銷售工作價值觀)，本研究採用學者 Anderson 與 Gerbing (1988) 的建議，以構面間兩兩比較方式來檢定量表之區別效度；首先設定構面間之相關係數為 1 (限制模式)，其次自由估計構面間之相關 (標準模式)，之後比較限制模式與標準模式間的 χ^2 差量 ($\triangle \chi^2$)，若標準模式有顯著較低的 χ^2 值，則表示具有區別效度。由表 4 (見附錄)可知，SWVS 經由 57 個模式之差異分析後，$\triangle \chi^2$ 介於 118.29 與 967.06 之間，即標準模式與限制模式間之 χ^2 值具有顯著差異，代表 SWVS 各構面間具有理想的區別效

臺灣大學圖書館

度，亦即填答者能夠區別出六種不同內涵之銷售工作價值觀。

綜合因素分析與區別效度分析之結果，SWVS 之六大構面除了具有良好之內部模式品質與收斂效度外 (Fornell & Larcker, 1981)，尚具有理想之區別效度；故可證明 SWVS 是具有良好建構效度之測量工具 (Tracey & Tews, 2005)。

(三) 效標關連效度

效標關聯效度 (Criterion-related Validity) 指量表量測的結果與效標 (Criterion) 相關連的程度。為探討 SWVS 之效標關連效度，本研究選擇在銷售人員研究中常見的結果變數，如工作滿意、專業承諾、組織公民行為、離職傾向、工作投入與工作績效等變項，且所選量表已應用於業務員為對象之研究。量表均以 Likert 五點尺度進行衡量，各效標變項之內容，分述如後：

1. 工作滿意量表：本研究之工作滿意量表係採用 Hartline 與 Ferrell (1996) 所編製之量表，其內容是衡量研究對象對工作整體、公司同事、主管、公司政策、公司所提供的資源、薪資、陞遷機會及客戶上的滿意程度，共 8 題，包括：“我與同事的相處”、“我與主管的相處”、“與客戶的互動”等項目之滿意程度，Cronbach's Alpha 值為 .87。

2. 專業承諾量表：本研究之專業承諾量表採用 Aranya、Pollock 與 Amernic (1981) 發展之專業承諾量表；原量表共有 15 題，分為專業認同、專業投入及留業意願三個構面，但其留業意願構面之題項與離職傾向量表相似，故本研究之專業承諾之量表只採用專業認同與專業投入兩個構面，共有 10 題。包括：“我會很大聲的告訴朋友，我從事的業務工作是很棒的”、“我相信這份工作已是我最佳的選擇”、“從事業務工作，鼓舞了我在工作上的最佳表現”等，Cronbach's Alpha 值為 .95。

3. 組織公民行為量表：本研究參考林淑姬 (1992) 所發展之量表。該量表分為六個構面：認同組織、協助同事、不生事爭利、公私分明、敬業守法與自我充實，共 22 個題項。由於自我充實之構面題項與 SWVS 之自我成長構面相似，故以予剔除，保留其他五個構面，共 20 題題項。包括：“我會主動對外宣傳公司的優點，或澄清他人對公司的誤解”、“我會樂意協助夥伴解決工作上的困難”、“我不會利用工作時間處理私人事務”等，Cronbach's Alpha 值為 .96。

4. 離職傾向量表：本研究之離職傾向量表係引用 Meyer、Allen 與 Smith (1993) 所建立之量表，共計 3 題。本研究將題項略加修正，分別為：1. 我經常考慮想要離開現在的業務工作；2. 如果有機會，我想要找尋或嘗試其他新的工作；3. 我已經在找尋或詢問其他的工作機會，Cronbach's Alpha 值為 .89。

5. 工作投入量表：本研究採用 Lodahl 與 Kejner (1965) 所發展之工作投入量表，經陳正沛 (1983) 譯成中文量表共 20 題，分為工作認同、工作參與及工作的重要程度三個構面。包括：“即使沒有主管要求，我也會晚上加班直到把工作做完”、“對我

臺灣大學學術期刊資料庫

而言，生活中最大的樂趣來自於我的工作”、“我對於工作上的要求近乎完美”等，Cronbach's Alpha 值為 .74。

6. 工作績效量表：在工作績效的衡量上，本量表係參考房美玉 (2002) 及 Robbins (1998) 的量表，共分為工作品質及行為與團隊工作成效兩個構面，計 12 個題項。包括：“我的專業知識足以應付業務所需”、“我能瞭解顧客的真正需求，並滿足他使其安心”、“我能與團隊間維持高度團隊合作”等，Cronbach's Alpha 值為 .90。

由於 SWVS 加上效標關連效度相關量表，及 49 題之吳氏工作價值觀量表 (後續比較分析使用，簡稱為 WWVI)，題項多達 176 題，為避免受試者因題項過多影響填答品質，或造成效度污染 (Schwab, 2005)，故將正式問卷分成兩份，前者包含 SWVS、工作滿意量表、專業承諾量表、組織公民行為量表、個人與工作適配量表，後者則包括 WWVI、離職傾向量表、工作投入量表、工作壓力量表、工作績效量表；並依照 Podsakoff 與 Organ (1986) 的建議，讓受試者於不同時間點填答，以避免可能的共同方法變異 (Common Method Variance) 問題。本研究隨機抽取一半的受試者先填答 SWVS、另一半的受試者填答 WWVI，於三星期後，再交換填答。本研究分別以 SWVS 所有題項總分與 SWVS 六構面分數與效標變項進行相關分析，如表 5 所示，SWVS 在 6 項主效標的相關係數分別為：工作滿意 (r = .532, p < .01)、專業承諾 (r = .603, p < .01)、組織公民行為 (r =.697, p < .01)、離職傾向 (r = -.181, p < .01)、工作投入 (r = .370, p < .01) 與工作績效 (r = .506, p < .01)，皆達顯著水準，且與效標變項各構面共 23 項效標亦全部達到顯著；表示 SWVS 與六大構面均具有良好之效標關聯效度。

表 5 SWVS 六構面與效標變項之相關分析結果

	獎金與報酬	彈性工作時間	利他主義	他人肯定	自我成長	生活方式自主	SWVS 總分
工作滿意	.361**	.357**	.389**	.464**	.454**	.437**	.532**
專業承諾	.501**	.404**	.412**	.463**	.534**	.467**	.603**
(1) 專業認同	.491**	.381**	.373**	.443**	.497**	.435**	.569**
(2) 專業投入	.457**	.402**	.445**	.446**	.546**	.478**	.600**
組織公民行為	.558**	.490**	.535**	.545**	.565**	.549**	.697**
(1) 認同組織	.506**	.470**	.522**	.477**	.541**	.539**	.655**
(2) 協助同事	.513**	.462**	.497**	.458**	.526**	.424**	.618**
(3) 不生事爭利	.543**	.469**	.514**	.525**	.542**	.555**	.676**
(4) 公私分明	.498**	.399**	.445**	.478**	.429*	.405**	.569**
(5) 敬業守法	.424**	.375**	.402**	.462**	.459**	.470**	.560**

臺灣大學圖書館 期刊資料庫

	獎金與報酬	彈性工作時間	利他主義	他人肯定	自我成長	生活方式自主	SWVS總分
離職傾向	-.211**	-.192**	-.088**	-.065**	-.145**	-.135**	-.181**
工作投入	.306**	.235**	.311**	.297**	.325**	.250**	.370**
(1) 工作認同	.242**	.257**	.265**	.338**	.297**	.256**	.358**
(2) 工作參與	.202**	.131**	.153**	.214**	.153**	.178**	.222**
(3) 工作重要程度	.209**	.131**	.240**	.120**	.242**	.122**	.226**
工作績效	.388**	.387**	.383**	.380**	.429**	.384**	.506**
(1) 工作品質與行為	.326**	.325**	.273**	.309**	.343**	.309**	.408**
(2) 團隊工作成效	.374**	.373**	.433**	.380**	.435**	.388**	.510**

註：* p < .05; ** p < .01。

六、SWVS 與 WWVI 之信效度比較

以往國內工作價值觀量表較少提供量表的效度資料，而吳氏工作價值觀量表 (WWVI) 則為少數經過嚴謹量表發展過程，提供充份信效度資訊的量表 (洪瑞斌、劉兆明，2003)，且吳鐵雄等人 (1996) 於其研究中亦嘗試用 WWVI 建立起不同職業的工作價值觀組型，故本研究選擇 WWVI 做為與 SWVS 信效度比較的基礎。本研究以 253 位業務員進行施測 (詳見上節說明)，兩量表的 Alpha 係數分別為：SWVS = .94 (共 23 題)、WWVI = .97 (共 49 題)；雖然本研究所發展之 SWVS 之信度並未高於 WWVI，但 Cortina (1993) 認為 Alpha 值與題項數多寡關係密切，當題項數越多時，Alpha 值越高，而 SWVS 題數明顯較 WWVI 精簡至 23 題 (減少 26 題)，但仍達到高度信度的水準，顯示 SWVS 亦具有良好之內部一致性。

在效度方面，為比較 SWVS 與 WWVI 在六項主效標之相關係數差異是否達於顯著，需進行相關係數差異檢定。由於這些變數取得均來自同一樣本，因此採用相依性相關係數差異檢定 (Meng, Rosenthal, & Rubin, 1992)。由表 6 可知，在 SWVS、WWVI 與主效標相關係數差距中，專業承諾 ($\triangle r$ = .144, p< .01) 與組織公民行為 ($\triangle r$ = .122, p< .05) 二項達顯著差異，而工作滿意、離職傾向、工作投入與工作績效雖然在效標相關係數上差距未達顯著，但 SWVS 皆高於 WWVI，表示在六項主效標中，SWVS 皆優於 WWVI；而在全部 18 項效標中有九項效標相關係數差異達顯著。因此，在效標關聯效度方面，SWVS 的表現應優於 WWVI。

臺灣大學學術期刊資料庫

表 6 SWVS 與 WWVI 對效標變項之相關係數差異

	SWVS	WWVI	相關係數差異
工作滿意	.532**	.501**	.031**
專業承諾	.603**	.459**	.144**
(1) 專業認同	.569**	.428**	.141**
(2) 專業投入	.600**	.469**	.131**
組織公民行為	.697**	.575**	.122**
(1) 認同組織	.655**	.509**	.146**
(2) 協助同事	.618**	.476**	.142**
(3) 不生事爭利	.676**	.511**	.165**
(4) 公私分明	.569**	.501**	.068*
(5) 敬業守法	.560**	.527**	.033
離職傾向	-.181**	-.133**	-.048**
工作投入	.370**	.309**	.061**
(1) 工作認同	.358**	.369**	-.011**
(2) 工作參與	.222**	.315**	-.093**
(3) 工作重要程度	.226**	.039**	.187**
工作績效	.506**	.470**	.036**
(1) 工作品質與行為	.408**	.380**	.028**
(2) 團隊工作成效	.467**	.472**	-.005**

註：Z test (one-tailed) ＊ $p<.10$ z=1.285, * $p<.05$ z=1.65, ** $p<.01$ z=2.33。

肆、結論與建議

一、研究結論與討論

洪瑞斌與劉兆明 (2003) 在回顧國內一系列工作價值觀的相關研究後指出，國內工作價值觀研究的主要問題在於對概念與分類未能釐清、題項過於抽象、量測工具信效度不足等問題，故本研究針對上述建議，自文獻歸納、訪談演繹及統計實證三方面來提升 SWVS 的適用性與量表信效度。

在概念與分類方面，本研究首先歸納國內外價值觀與工作價值觀之相關研究，將價值觀與工作價值觀之定義、理論與分類加以統整，並作為 SWVS 編製時之基礎；而題項發展時，本研究參考 Nord et al. (1988)、洪瑞斌與劉兆明 (2003) 及 Diefendorff et al. (2000) 的建議，在編製 SWVS 時不僅考慮到業務人員的工作屬性，同時亦藉由實際訪談業務人員所重視之價值觀、及其面對之銷售情境以提升量測時的效度 (Chung & Ding, 2002)；而 SWVS 之題項較為具體，事實導向的描述對業務人員而言不但容易理解，且較不易受社會期許的影響而產生偏誤 (Spector & Fox, 2003)。

針對過去工作價值觀量表因素結構常不穩定的問題，本研究參考 Hinkin (1998) 的建議，在探索性因素分析與驗證因素分析時使用不同組之樣本 (前者為 219 位業務

臺灣大學學術典藏資料庫

員，後者為 253 位業務員)，研究結果亦發現，SWVS 在兩組樣本均能清楚的區分出六個因素 (報酬與獎金、彈性工作時間、利他主義、他人肯定、自我成長及生活方式自主) (累積解釋變異量分別為 73%、71%)，且題項與構面的配合在兩組樣本均完全一致，故 SWVS 應具有穩定之因素結構。最後在信效度方面，本研究提供了 SWVS 完整的信效度資訊，可做為後續研究比對參考之用；而實證結果發現，SWVS 不但具有良好之信度、內部模式品質、收斂效度、區別效度與效標關連效度，且與 WWVI 相比，SWVS 除了題項較少較易使用外，對多項效標亦有較佳之預測能力，應能有效衡量出業務員所重視之工作價值觀。

本研究所發展之 SWVS 量表，已獲得信效度的充分支持，對於從事銷售情境下業務員工作價值觀之相關研究，可提供良好且更為簡易的測量工具 (題數僅為 23 題)。本研究為首次依業態性質進行量表發展之初探性研究，因此，將焦點先鎖定在保險業務員與傳銷業務員二類業代，對於想從事其他行業業務人員 (如藥廠業務員或證券業務員等) 之相關研究者，本研究發展之 SWVS 提供良好的參考架構。

最後仍必須強調，特定情境所發展的工作價值觀量表在該情境下雖具有較佳的信效度，但亦產生跨工作領域價值觀比較與適用性的不足；因此，SWVS 固然明顯提高了在銷售領域應用與研究的價值，但在其跨情境研究的廣度上，仍然產生不可避免的侷限性。

二、管理意涵

(一) 建立業務人員之常模，做為業務員甄選之參考

由於現今業務員需求量高、甄選門檻較低，且甄選的過程中亦常因參考資訊較少，因而降低企業甄選效益。因此企業可使用 SWVS 計畫性的留存或追蹤優秀業務員的工作價值觀分數及型態，以建立其工作價值觀的常模 (O'Reilly, Chatman, & Caldwell, 1991)，並長期累積常模分數，以做為人事甄選過程中的參考資訊。

此外，由效標關聯效度評量結果顯示，當業務員愈傾向 SWVS 高分組 (施測總分為 154~160 分)，愈容易對工作產生高滿意度、高度專業承諾、從事組織公民行為、認同組織、離職傾向低、易於調適工作壓力、工作績效較好等。因此，在人事甄選過程中，企業亦可對應徵者施測 SWVS，瞭解其工作價值觀是否符合業務人才所需重視的工作信念，並同時以量化的方式計算應徵者價值觀分數與組織常模分數的契合度 (Chatman, 1991; Kristof, 1996; O'Reilly et al., 1991)，以期提升企業用人時的甄選效益。

(二) 提供離職診斷訊息，做為企業規劃制度之參考

業務員所處之工作環境壓力極大，來自於業績或被客戶拒絕的壓力使得業務人員離職狀況相當嚴重。而由效標關聯效度評量結果顯示，SWVS 各構面與離職傾向有

臺灣大學學術期刊資料庫

顯著負向關係，當 SWVS 施測結果之分數偏低，則施測對象可能對工作有不滿意、不認同組織與工作、工作績效較差或不適合業務工作等可能性，導致施測對象可能有離職之意願；因此，業務主管可對資深業務員施測 SWVS，以提升業務員離職傾向的診斷力，及避免優秀人才的流失，並應特別針對上述離職傾向較高之特性者，加強心理建設與輔導，並規劃適當之人力資源管理制度 (如：改善獎金與績效評估制度、提供必要之教育訓練等)，並教導其如何順應遇逢挫敗或業務績效不佳時的情況。

(三) 提供個人工作選擇或生涯規劃之參考

由於業務人員必須經常且直接地面對顧客，且常遭遇到銷售失敗與顧客拒絕的情境 (鍾燕宜、陳景元，2007)，面對如此龐大的工作壓力下，業務員常產生挫敗感而離職，致使流動率居高不下 (Dalrymple & Cron, 1998; Podsakoff & MacKenzie, 1994; Seligman & Schulman, 1986)；而由效標關連效度結果可知，SWVS 得分愈高者，愈傾向於業務工作展現良好績效、離職意願較低且對工作有較高之投入與認同等；故個人可藉由 SWVS 的填答，衡量本身之工作價值觀是否適合於從事業務工作，並做為選擇工作及生涯規劃時之參考。

三、研究限制

(一) 未針對其他類型之業務員進行施測

根據 Hinkin (1998) 的看法，為了增加新量表的類推性，應針對多組不同屬性的樣本進行施測，並且重複 (Replication) 量表測試的過程；由於本研究發展之量表為針對純業務導向之業務員所設計之量表，皆係以獲單型之保險業務員及傳銷業務員為主要樣本，因此，欲將此一新量表應用至接單型之業務員時 (例如證券業務員、藥廠業務員)，必須針對行業特性修改題項測試與評鑑後，才能擴大其適用範圍。

(二) 效標關連效度為同時效度而非預測效度

本研究有關效標關聯效度上的驗證，係屬效標資料是與施測量表時同時獲取的同時效度，非施測量表後一段時間後所獲取的預測效度。由於同時效度僅適宜應用於診斷現存的狀態，非對將來結果的預測。因此當我們希望將量表進行預測決策時，嚴謹作法是必須進行預測效度的測試；另外，量表所檢測之離職效標，係為離職意圖 (Intention to Quit) 的量測，並非實際的人員異動資料，故進行人員異動管理之診斷與預測時，應瞭解此一差異。

四、未來研究建議

(一) 增加業務員的異質程度

本研究僅以兩組保險業務與傳銷業務員為主之樣本進行施測，SWVS 之效標關連效度結果雖與大多數效標變項顯著相關，但 SWVS 對於其他類型業務員之適用

臺灣大學學術期刊資料庫

性、或是統計結果之穩定度等仍有待後續研究加以累積 (Hinkin, 1998)。故建議後續研究必須增加業務員異質程度，納入更多不同類型的業務員做測試與評鑑，如：接單型之業務員 (證券業務員、藥廠業務員等)。

(二) 增加更多新效標的檢測

探討業務員行為有關之概念不斷出現，如：心理契約違反 (Psychological Contract Violation)、工作狂熱 (Engagement)、情緒耗竭 (Emotional Exhaustion) 及道德衝突 (Ethical Conflict) 等研究，為了充實業務員行為之相關理論，建議後續研究可增加此一方面的檢測，深入探討 SWVS 與上述變項之關連性，在理論網絡 (Nomological Network) (Schwab, 2005) 中扮演何種角色？以瞭解 SWVS 在銷售情境下預測更多業務員行為的有效性，並提昇其實用性。

(三) 使用模糊語意做為量表計分依據

根據 Bradly、Katti 與 Coons (1962) 的研究，語意區間的距離往往是不相等的，而許多學者亦指出等距尺度量化方式容易造成估計參數的誤差 (e.g. Bollen & Brab, 1981; Olsson, Drasgrow, & Doran, 1982)；人類語言的本質上具有模糊性，語言表達的方式中隱藏著不確定性，若單以 Likert 式傳統的問卷方式較不易完整地反映出受訪者內心的感受 (Zadeh, 1995)。因此，如果能以精確數值來表示是較好的。但相對而言，精確數值的衡量耗時且耗力，對於分析的成本而言是一項必須考慮的因素 (Zadeh, 1995)。比較可行的方式應該是對各個語意性措辭 (Linguistic Terms) 或模糊數 (Fuzzy Number) 轉為明確數值 (Crisp Number)，請受訪者針對不同型態的語意措辭寫下分數的分佈 (Chen, Hwang, Beckmann, & Krelle, 1992)。因此，建議未來研究者可以嘗試使用模糊理論，將問卷中語意性措辭模糊數轉換為明確數值，進一步測試是否更能提昇 SWVS 的效度。

臺灣大學學術期刊資料庫

參考文獻

王叢桂，1992，社會轉型中之工作價值觀變遷研究，國家科學委員會專題研究報告。

_____，1993，「三個世代大學畢業工作者的價值觀」，本土心理學研究，2 期：頁 206-250。

_____，2002，「影響工作價值觀傳遞之因素：男性中小企業主及一般職業工作者子女之比較」，應用心理研究，14 期：頁 117-150。

_____，2004，「父母職責信念與工作價值觀」，應用心理研究，22 期：頁 201-216。

余名寧，1993，「次序性資料的內容效度係數和同質性信度係數之計算」，中國測驗學會測驗年刊，40 期：頁 199-214。

吳成豐，1998，「台灣企業主管工作價值、決策型態及其與企業倫理的相關性之研究」，人力資源學報，10 期：頁 158-174。

吳聰賢，1983，農村青年職業興趣、工作價值與職業選擇之關係研究，台北：行政院青年輔導委員會。

吳鐵雄、李坤崇、劉佑星、歐慧敏，1996，工作價值觀量表之編製研究，台北：行政院青年輔導委員會。

李柏英，2002，「評價歷程的理論與測量」，應用心理研究，14 期：頁 79-116。

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 卷 4 期：頁 107-126。

房美玉，2002，「儲備幹部人格特質甄選量表之建立與應用以某高科技公司為例」，人力資源學報，2 卷 1 期：頁 1-18。

林財丁，1994，初版，業務人員心理學，台北，學英出版社。

林淑姬，1992，薪酬公平、程序公平與組織承諾、組織公民行為之研究，國立政治大學企業管理研究所未出版之博士論文。

洪瑞斌、劉兆明，2003，「工作價值觀研究之回顧與前瞻」，應用心理研究，19 期：頁 211-250。

夏林清、游慧卿，1984，「工作價值觀問卷介紹與初步修訂報告」，測驗與輔導，60 期：頁 1030-1036。

張春興，1996，初版，張氏心理學辭典，台北，東華書局。

陳正沛，1983，研究人員之工作投入，國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文。

陳英豪、汪榮才、劉佑星、歐滄和、李坤崇，1987，「工作價值觀量表修訂報告」，台南師專學報，20 期：頁 1-33。

曹國雄，1994，「工作價值對員工工作態度的影響」，人力資源學報，4 期：頁 1-

臺灣大學學術期刊資料庫

20。

黃光國，1987，「人情與面子：中國人的權力遊戲」，收錄於中國人的權力遊戲，初版，黃光國 (編)，頁 7-55， 台北：巨流圖書。

楊國樞，1993，「傳統價值觀與現代價值觀能否同時並存」，收錄於中國人的價值觀—社會科學觀點，初版，楊國樞 (編)，頁 65-119，台北：桂冠出版社。

葛樹人，1994，初版，心理測驗學，台北，桂冠出版社。

鍾燕宜、陳景元，2007，「銷售行動控制量表的發展與評量」，中山管理評論，15 卷 1 期：頁 197-222。

Aiken, L. R. 1985. Three coefficients for analyzing the reliability and validity of ratings. ***Educational and Psychological Measurement***, 45 (1): 131-142.

Alder, N. J., Doktor, R., & Redding, S. G. 1986. From the Atlantic to the Pacific century: Cross-cultural management reviewed. ***Review of Management of the Journal of Management***, 12 (2): 295-318.

Allport, G. W. 1937. ***Personality: A psychological interpretation***. New York, NY: Holt, Rinehart and Winston.

Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. 1988. Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. ***Psychological Bulletin***, 103 (3): 411-423.

Apasu, Y. 1987. The importance of value structures in the perception of rewards by industrial salespersons. ***Journal of Academy of Marketing Science***, 15 (1): 1-10.

Apasu, Y., Ichikawa, S., & Graham, J. L. 1987. Corporate culture and sales force management in Japan and America. ***Journal of Personal Selling and Sales Management***, 7 (11): 51-62.

Aranya, N., Pollock, J., & Amernic, J. 1981. An examination of professional commitment in public accounting. ***Accounting Organizations and Society***, 6 (4): 271-280.

Beyer, S. M. 1981. Ideologies, values and decision making in organizations. In P. C. Nystrom, & W. H. Starbuck (Eds.), ***Handbook of organizational design***, 2: 166-202. Oxford, UK: Oxford University Press.

Boles, J. S., Johnston, M. W., & Hair, J. F. 1997. Role stress, work family conflict and emotional exhaustion: Inter-relationships and effects on some work-related consequences. ***Journal of Personal Selling and Sale Management***, 17 (1): 17-28.

Bollen, K. A., & Brab, K. H. 1981. Person's R and coarsely categorized measures. ***American Sociological Review***, 46 (2): 232-239.

Bradly, R. A., Katti, S. K., & Coons, I. J. 1962. Optimal scaling for ordered categories. ***Psychometrika***, 27 (4): 355-374.

臺灣大學學術期刊資料庫

Brashear, T. G., Manolis, C., & Brooks, C. M. 2005. The effects of control, trust and justice on salesperson turnover. ***Journal of Business Research***, 58 (3): 241-249.

Brown, D. 2002. The role of work and cultural values in occupational choice, satisfaction and success: A theoretical statement. ***Journal of Counseling & Development***, 80 (1): 48-56.

Brown, S. P. 1996. A meta-analysis and review of organizational research on job involvement. ***Psychological Bulletin***, 120 (2): 235-255.

Chatman, J. A. 1991. Matching people and organizations: Selection & socialization in public accounting firms. ***Administrative Science Quarterly***, 36 (3): 459-484.

Chen, S. J., Hwang, C. L., Beckmann, M. J., & Krelle, W. 1992. ***Fuzzy multiple attribute decision making-methods and applications***. New York, NY: Springer-Verlag.

Chung, Y. Y., & Ding, C. G. 2002. Development of the sales locus of control scale. ***Journal of Occupational and Organizational Psychology***, 75 (2): 233-245.

Conway, J. M., & Huffcutt, A. I. 2003. A review and evaluation of exploratory factor analysis practices in organizational research. ***Organizational Research Methods***, 6 (2): 147-168.

Cortina, J. M. 1993. What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. ***Journal of Applied Psychology***, 78 (1): 98-104.

Cotton, L., Bynum, D., & Madhere, S. 1997. Socialization forces and the stability of work values from late adolescence to early adulthood. ***Psychological Reports***, 80 (1): 115-124.

Dagenais, F. 1998. Super's work values inventory scales as intrinsic or extrinsic conditions. ***Psychological Reports***, 83 (11): 197-198.

Dalrymple, D. J., & Cron, W. L. 1998. ***Sales management: Concepts and cases***. New York, NY: John Wiley & Sons.

Diefendorff, J. M., Hall, R. J., Lord, R. G., & Strean, M. L. 2000. Action-state orientation: Construct validity of a revised measure and its relationship to work-related variables. ***Journal of Applied Psychology***, 85 (2): 250-263.

Dose, J. J. 1997. Work values: An integrative framework and illustrative application to organizational socialization. ***Journal of Occupational and Organizational Psychology***, 70 (3): 219-240.

Dubinsky, A. J., Kotabe, M., Lim, C. U., & Wagner, W. 1997. The impact of values on salespeople's job responses: A cross-national investigation. ***Journal of Business Research***, 39 (3): 195-208.

臺灣大學學術期刊資料庫

Elizur, D. 1984. Facets of work values: A structural analysis of work outcomes. ***Journal of Applied Psychology***, 69 (3): 379-389.

England, G. W. 1967. Personal value system of American managers. ***Academy of Management Journal***, 10 (1): 53-68.

Fornell, C., & Larcker, D. F. 1981. Evaluating structural equation models with unobservable and measurement error. ***Journal of Marketing Research***, 18 (1): 39-50.

Furnham, A., Petrides, K. V., Tsaousis, I., Pappas, K., & Garrod, D. 2005. A cross-cultural investigation into the relationship between personality traits and work values. ***The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied***, 139 (1): 5-32.

Gay, E. G., Weiss, D. J., Hendel, D. D., Dawis, R. V., & Lofquist, R. H. 1971. Manual for the Minnesota importance questionnaire. ***Minnesota Studies in Vocational Rehabilitation***: 28. Minneapolis, MN: University of Minnesota, Industrial Relations Center.

George, J. M., & Jones, G. R. 1997. Experiencing work: Values, attitude, and moods. ***Human Relations***, 50 (4): 393-416.

Hartline, M. D., & Ferrell, O. C. 1996. The management of customer-contact service employees: An empirical investigation. ***Journal of Marketing***, 60 (4): 52-70.

Herzberg, F. 1966. ***Work and the nature of man***. Cleveland, OH: World Publishing.

Hinkin, T. R. 1998. A brief tutorial on the development of measures for use in survey questionnaires. ***Organizational Research Methods***, 1 (1): 104-121.

Hodgkinson, G. P. 1993. Doubts about the conceptual & empirical status of context-free & firm-specific control expectancies: A reply to Boone, & De Brabander. ***Strategic Management Journal***, 14 (8): 627-631.

Hofstede, G. 1993. Cultural constraints in management theories. ***Academy of Management Executive***, 7(1): 81-94.

Holland, J. L. 1985. ***Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environment*** (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Ingram, T. N., Laforge, R. W., & Schwepker, C. H. Jr., Avila, R. A., & Williams, M. R. 1997. ***Sales management: Analysis and decision making*** (3rd ed.). Orlando, FL: Dryden Press.

Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. 1989. ***LISREL 7: A guide to the program and applications***. Chicago, IL: SPSS.

Judge, T. A., & Bretz, R. D. 1992. Effect of work value on job choice decision. ***Journal of Applied Psychology***, 77 (3): 261-271.

臺灣大學學術期刊資料庫

Kaiser, H. F. 1974. An index of factorial simplicity. ***Psychometrika***, 39 (1): 31-36.

Kalleberg, A. L. 1977. Work values and job rewards: A theory of satisfaction. ***American Sociological Review***, 42 (1): 124-143.

Karabati, S., & Say, A. I. 2005. Relating work values to societal values: Evidence from the Turkish business context. ***Cross Cultural Management***, 12 (2): 85-107.

Kaufmann, P. J., Welsh, D. H. B., & Bushmarin, N. V. 1995. Locus of control and entrepreneurship in the Russian republic. ***Entrepreneurship Theory and Practice***, 20: 43-56.

Kidron, A. 1978. Work values and organizational commitment. ***Academy of Management Journal***, 21 (2): 239-247.

Kluckhohn, C. 1951. Values and value orientations in the theory of action. In T. Parsons., & E. A. Shils (Eds.), ***Toward a general theory of action***: 388-433. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Kristof, A. L. 1996. Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications. ***Personnel Psychology***, 49 (1): 1-49.

Lawshe, C. H. 1975. A quantitative approach to content validity. ***Personnel Psychology***, 28 (4): 563-575.

Lefcourt, H. M. 1981. The construction and development of the multidimensional-multiattributional causality scales. In H. M. Lefcourt (Ed.), ***Research with the locus of control constructs***, 1: 245-277. New York, NY: Academic Press.

Lefcourt, H. M., Von Baeyer, C. L., Ware, E. E., & Cox, D. J. 1979. The multidimensional-multiattributional causality scale: The development of a goal specific locus of control scale. ***Canadian Journal of Behavior Science***, 11 (4): 286-304.

Locke, E. A. 1976. The nature and cause of job satisfaction. In M. D. Punnette (Ed.), ***Handbook of industrial & organizational psychology***: 1297-1349. Chicago, IL: R & McNally College.

Locke, E. A., & Henne, D. 1986. Work motivation theories. In C. L. Cooper, & T. Robertson (Eds.), ***International review of industrial and organizational psychology***: 1-35. Chichester, UK: Wiley.

Lodahl, T. M., & Kejner, M. 1965. The definition and measurement of job involvement. ***Journal of Applied Psychology***, 49 (1): 24-33.

Lofquist, L. H., & Dawis, R. V. 1978. Values as second-order needs in the theory of work adjustment. ***Journal of Vocational Behavior***, 12 (1): 12-18.

Macnab, D., & Fitzsimmons, G. W. 1987. A multitrait-multimethod study of work-related

臺灣大學學術期刊資料庫

needs, values and preferences. ***Journal of Vocational Behavior***, 30 (1): 1-15.

Marini, M. M. 1992. The role of models of purposive action in sociology in rational choice theory: Advocacy and critique. In J. S. Coleman, & T. J. Fararo (Eds.), ***Key issues in sociological theory***: 21-44. Newbury Park, CA: Sage Publications.

Maslow, A. H. 1943. A theory of human motivation. ***Psychological Review***, 50 (1): 32-39.

McManus, M. A., & Kelly, M. L. 1999. Personality measures and biodata: Evidence regarding their increment predictive value in the life insurance industry. ***Personnel Psychology***, 52 (1): 137-148.

McMurry, R. N. 1961. Mystique of super-salesmanship. ***Harvard Business Review***, 39(2): 113-122.

Meng, X. L., Rosenthal, R., & Rubin, D. B. 1992. Comparing correlated correlation coefficients. ***Psychological Bulletin***, 111 (1): 172-175.

Meyer, J. P., Allen, N. J., & Smith, C. A. 1993. Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component conceptualization. ***Journal of Applied Psychology***, 78 (4): 538-551.

Nord, W. R., Brief, A. P., Atich, J. M., & Doherty, E. M. 1988. Work values and the conduct of organizational behavior. ***Research in Organizational Behavior***, 10 (1): 1-42.

_____ . 1990. Studying meanings of work: The case of work values. In A. Brief, & W. Nord (Eds.), ***Meaning of occupational work***: 255-296. Lexington, MA: Lexington Books.

Olsson, U., Drasgrow, F., & Dorans, N. J. 1982. The polyserial correlation coefficient. ***Psychometrika***, 47 (3): 337-347.

O'Reilly, C. A., Chatman, J., & Caldwell, D. F. 1991. People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit. ***Academy of Management Journal***, 34 (4): 487-516.

Pelled, L. H., & Xin, K. R. 1997. Work values and their human resource management implications: A theoretical comparison of China, Mexico, and the United States. ***Journal of Applied Management Studies***, 6 (2): 185-198.

Podsakoff, P. M., & MacKenzie, S. B. 1994. Organizational citizenship behaviors and sales unit effectiveness. ***Journal of Marketing Research***, 31 (3): 351-363.

Podsakoff, P. M., & Organ, D. W. 1986. Self-reports in organizational research: Problems and prospects. ***Journal of Management***, 12 (4): 531-544.

Pryor, R. 1979. In search of a concept: Work values. ***Vocational Guidance Quarterly***, 27 (3): 250-258.

臺灣大學學術期刊資料庫

Putti, J. M., Aryee, S., & Liang, T. K. 1989. Work values and organizational commitment: A study in the Asian context. ***Human Relations***, 42 (3): 275-288.

Ravin, E. C., & Meglino, B. M. 1989. The transitivity of work values: Hierarchical preference ordering of social desirable stimuli. ***Organizational Behavior and Human Decision Processes***, 44 (3): 494-508.

Robbins, S. P. 1998. ***Organizational behavior, concept, controversies and application*** (8th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Rogers, C. R. 1969. ***Freedom to learn***. Ohio, OH: Charles E. Merrill.

Rokeach, M. 1973. ***The nature of human values***. New York, NY: The Free Press.

Rounds, J. B. 1990. The comparative and combined utility of work value and interest data career counseling with adults. ***Journal of Vocation Behavior***, 37 (1): 32-45.

Sagie, A., Elizur, D., & Koslowsky, M. 1996. Work values: A theoretical overview and a model of their effects. ***Journal of Organizational Behavior***, 17 (S1): 503-514.

Schwab, D. P. 2005. ***Research methods for organizational studies*** (2nd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Schwartz, S. H., & Bilsky, W. 1987. Toward a universal psychological structure of human values. ***Journal of Personality and Social Psychology***, 53 (3): 550-562.

Scott, W. A. 1965. ***Value and organization***. Chicago, IL: Rand McNally.

Seligman, M. E. P., & Schulman, P. 1986. Explanatory style as a predictor of productivity and quitting among life insurance sales agents. ***Journal of Personality and Social Psychology***, 50 (4): 832-838.

Shemwell, D. J., & Yavas, U. 1999. Measuring service quality in hospital: Scale development & managerial application. ***Journal of Marketing Theory and Practice***, 7 (3): 65-75.

Shertzer, B. S., & Stone, S. C. 1981. ***Fundamentals of guidance***. Boston, MA: Houghton Mifflin Company.

Smola, K. W., & Sutton, C. D. 2002. Generational differences: Revisiting generational work values for the new millennium. ***Journal of Organizational Behavior***, 23 (4): 363-382.

Spector, P. E. 1988. Development of the work locus of control scale. ***Journal of Occupational Psychology***, 61 (4): 335-340.

Spector, P. E., & Fox, S. 2003. Reducing subjectivity in the assessment of the job environment: Development of the Factual Autonomy Scale (FAS). ***Journal of Organizational Behavior***, 24 (4): 417-432.

臺灣大學學術期刊資料庫

Super, D. E. 1970. ***Manual for the work values inventory***. Chicago, IL: Riverside Publishing Company.

_____ . 1973. The work values inventory. In D. G. Zytowski (Ed.), ***Contemporary approaches to interest measurement***: 189-205. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Tracey, J. B., & Tews, M. J. 2005. Construct validity of a general training climate scale. ***Organizational Research Methods***, 8 (4): 353-374.

Vanus, D., & McAllister, I. 1991. Gender and work orientation. ***Work and Occupations***, 18 (1): 72-93.

Xenikou, A., Furnham, A., & McCarrey, M. 1997. Attributional style for negative events: A proposition for a more reliable and valid measure of attributional style. ***British Journal of Psychology***, 88 (1): 53-69.

Zadeh, L. A. 1995. Discussion: Probability theory and fuzzy logic are complementary rather than competitive. ***Technometrics***, 37 (3): 271-276.

臺灣大學學術期刊資料庫

附錄

表4 SWVS 區別效度分析結果

	假設模式	ΔX^2	Δdf	RMSEA	SRMR	NNFI	CFI
模式一	六成份 (標準模式)			.058	.051	.98	.98
模式二	五成份 $\phi_{1,2}$ =1	147.22	5	.076	.057	.96	.97
模式三	五成份 $\phi_{1,3}$ =1	130.87	5	.074	.055	.96	.97
模式四	五成份 $\phi_{1,4}$ =1	379.99	5	.100	.089	.95	.96
模式五	五成份 $\phi_{1,5}$ =1	186.50	5	.081	.058	.96	.97
模式六	五成份 $\phi_{1,6}$ =1	313.47	5	.094	.070	.95	.96
模式七	五成份 $\phi_{2,3}$ =1	118.29	5	.073	.056	.97	.97
模式八	五成份 $\phi_{2,4}$ =1	546.21	5	.114	.091	.94	.95
模式九	五成份 $\phi_{2,5}$ =1	266.46	5	.089	.063	.96	.96
模式十	五成份 $\phi_{2,6}$ =1	313.47	5	.094	.070	.95	.96
模式十一	五成份 $\phi_{3,4}$ =1	309.04	5	.094	.089	.95	.96
模式十二	五成份 $\phi_{3,5}$ =1	166.21	5	.079	.059	.96	.97
模式十三	五成份 $\phi_{3,6}$ =1	282.35	5	.091	.069	.95	.96
模式十四	五成份 $\phi_{4,5}$ =1	366.60	5	.099	.061	.95	.95
模式十五	五成份 $\phi_{4,6}$ =1	515.81	5	.112	.067	.94	.95
模式十六	五成份 $\phi_{5,6}$ =1	327.87	5	.095	.059	.95	.96
模式十七	四成份 $\phi_{1,2,3}$ =1	227.77	9	.084	.061	.96	.96
模式十八	四成份 $\phi_{1,2,4}$ =1	573.65	9	.115	.073	.93	.94
模式十九	四成份 $\phi_{1,2,5}$ =1	389.05	9	.100	.065	.95	.95
模式二十	四成份 $\phi_{1,2,6}$ =1	437.82	9	.104	.069	.94	.95
模式二十一	四成份 $\phi_{1,3,4}$ =1	522.64	9	.111	.071	.94	.94
模式二十二	四成份 $\phi_{1,3,5}$ =1	310.77	9	.092	.062	.95	.96
模式二十三	四成份 $\phi_{1,3,6}$ =1	445.42	9	.105	.068	.94	.95
模式二十四	四成份 $\phi_{1,4,5}$ =1	517.17	9	.110	.069	.93	.94
模式二十五	四成份 $\phi_{1,4,6}$ =1	683.15	9	.123	.077	.92	.93
模式二十六	四成份 $\phi_{1,5,6}$ =1	472.54	9	.107	.067	.94	.95
模式二十七	四成份 $\phi_{2,3,4}$ =1	556.63	9	.114	.072	.93	.94
模式二十八	四成份 $\phi_{2,3,5}$ =1	373.65	9	.098	.065	.95	.95
模式二十九	四成份 $\phi_{2,3,6}$ =1	411.18	9	.102	.068	.94	.95
模式三十	四成份 $\phi_{2,4,5}$ =1	601.49	9	.117	.074	.93	.94
模式三十一	四成份 $\phi_{2,4,6}$ =1	681.46	9	.123	.078	.92	.93
模式三十二	四成份 $\phi_{2,5,6}$ =1	513.18	9	.110	.069	.94	.94
模式三十三	四成份 $\phi_{3,4,5}$ =1	498.79	9	.109	.069	.93	.94
模式三十四	四成份 $\phi_{3,4,6}$ =1	663.06	9	.122	.076	.92	.93
模式三十五	四成份 $\phi_{3,5,6}$ =1	456.04	9	.105	.067	.94	.95
模式三十六	四成份 $\phi_{4,5,6}$ =1	651.49	9	.121	.071	.92	.93

臺灣大學學術期刊資料庫

	假設模式	ΔX^2	Δdf	RMSEA	SRMR	NNFI	CFI
模式三十七	三成份 $\phi_{1,2,3,4}$ =1	628.51	12	.118	.076	.92	.93
模式三十八	三成份 $\phi_{1,2,3,5}$ =1	476.72	12	.106	.068	.94	.95
模式三十九	三成份 $\phi_{1,2,3,6}$ =1	525.28	12	.110	.072	.93	.94
模式四十	三成份 $\phi_{1,2,4,5}$ =1	719.93	12	.125	.077	.92	.93
模式四十一	三成份 $\phi_{1,2,4,6}$ =1	810.75	12	.131	.082	.91	.92
模式四十二	三成份 $\phi_{1,2,5,6}$ =1	640.42	12	.119	.073	.93	.93
模式四十三	三成份 $\phi_{1,3,4,5}$ =1	630.59	12	.118	.074	.92	.93
模式四十四	三成份 $\phi_{1,3,4,6}$ =1	779.54	12	.129	.080	.91	.92
模式四十五	三成份 $\phi_{1,3,5,6}$ =1	584.20	12	.115	.072	.93	.94
模式四十六	三成份 $\phi_{1,4,5,6}$ =1	788.74	12	.129	.078	.91	.92
模式四十七	三成份 $\phi_{2,3,4,5}$ =1	699.15	12	.123	.076	.92	.93
模式四十八	三成份 $\phi_{2,3,4,6}$ =1	782.88	12	.129	.081	.91	.92
模式四十九	三成份 $\phi_{2,3,5,6}$ =1	620.23	12	.117	.073	.93	.93
模式五十	三成份 $\phi_{2,4,5,6}$ =1	842.16	12	.133	.080	.91	.92
模式五十一	三成份 $\phi_{3,4,5,6}$ =1	768.14	12	.128	.077	.91	.92
模式五十二	二成份 $\phi_{1,2,3,4,5}$ =1	803.67	14	.130	.079	.91	.92
模式五十三	二成份 $\phi_{1,2,3,4,6}$ =1	888.55	14	.135	.084	.90	.91
模式五十四	二成份 $\phi_{1,2,3,5,6}$ =1	732.88	14	.125	.076	.92	.93
模式五十五	二成份 $\phi_{1,2,4,5,6}$ =1	967.06	14	.140	.084	.90	.91
模式五十六	二成份 $\phi_{1,3,4,5,6}$ =1	895.48	14	.136	.082	.90	.91
模式五十七	二成份 $\phi_{2,3,4,5,6}$ =1	941.37	14	.139	.083	.90	.91

臺灣大學學術期刊資料庫