

# 人格特質與快樂情緒對業務往來及忠誠度之影響-以女性創業家為例

## The Effect of Personality and Happiness on Business Intention and Loyalty – An Empirical Study of Female Entrepreneur

羅天一

國立台灣科技大學  
管理學院  
兼任副教授  
Email:dr.luor  
@gmail.com

盧希鵬

國立台灣科技大學  
資管系  
特聘教授  
Email:lu  
@mail.ntust.edu.tw

張莞若

國立台灣科技大學  
管理學院  
EMBA  
Email:  
beverly.chang30@yahoo  
.com.tw

### 摘要

在歷史背景的發展下，長久以來，女性的角色與地位總是被刻意地壓抑與忽視；相較於男性，女性擁有較少的自主權與決策權，使得女性創業家的比例一直低於男性。但是在知識經濟發展以及教育普及下，女性獨立自主的意識及男女平權觀念的提倡與宣導，現代女性在職場上與男性同台競技，其表現不亞於男性的成就。雖有多數的研究探討影響企業間業務往來及忠誠度的因素，但本研究以女性企業家為個案並著重於探討人格特質及快樂因子對企業間業務往來傾向及忠誠度的影響度。本研究以問卷調查法為主共發出約 200 份問卷並回收 109 份問卷。經統計驗證分析後，發現女性創業家的五種人格特質-親和、勤勉正直、外向、情緒敏感及開放性格均顯著影響客戶與之業務往來的態度並進而影響業務往來傾向。另一方面，客戶與女性創業家互動時的寧靜感會顯著影響其間的快樂程度並進而影響到業務合作關係的忠誠度。

**關鍵詞：**女性創業家、人格特質、快樂因子、業務往來傾向、忠誠度。

### 一、研究背景及目的

由於女性獨立自主的意識，加上男女平權觀念的提倡與宣導，現代女性有機會與男性同台競技，展現不亞於男性的工作與生產能力。相較於男性，女性以往擁有較少的自主權與決策權，加上傳統社會賦予她們較多的家務牽絆，由於受限於環境以及家庭的因素，使得女性創業家的比例一直低於男性。但在知識經濟改變傳統物質生產方式，使腦力勞動和體力勞動的差別進一步縮小，有利於發揮女性善於管理和人際交流的特長。同時，網路科技發達且工具普及，工作不受場所與地點限制，女性有更多發揮空間，也為廣大婦女提供了更彈性的事業機會。

雖有多數的研究探討影響企業間業務往來及忠誠度的因素，但本研究著重於探討女性創業家人格特質及快樂因子對企業間業務往來傾向及忠誠

度的影響度。

### 二、文獻探討與研究變數

#### 二、1 女性創業家、創業動機及相關研究

Lavoie(1985)對女性創業家的定義為：一位女性開創事業，所承受伴隨而來的風險、財務、行政及社會的責任，且有效的處理每天的管理工作。女性的創業者的創業動機有許多不同因素(李翊璇,2007;楊敏玲,1993;蔡壁如,1999;蘇建翰,2012)，Acs等學者(2011)多年來一直關心女企業家的參與和表現的差異率。在發展中國家和發達國家都認為女性創業的動機來自我們增加女性角色的創建、運作和成長，而這些是企業經濟增長的根本驅動力。關於女性創業家之相關研究，有以下幾位學者提出論述。Alam等學者(2011)研究在馬來西亞南部地區的女企業家成功的關鍵因素，透過郵寄問卷調查的問卷收集數據，採用多元回歸分析的方式來分析成功女企業家的重要決定因素。結果顯示家庭支持、社會關係和內部動機積極對於小企業的女性企業家成功有顯著的影響。

Vossenbergs, (2013) 指出儘管越來越多的女性為創業，加上政策和資源都在促進和發展婦女創業，但是創業中的性別差距依然存在。其研究結果是基於一個女權主義者的角度來看，目前婦女創業的促進政策若使得個別婦女受益時其創業的性別偏見是存在的，但是大多數的努力，只會留下虛榮，但是對於宏觀經濟或者社會影響是沒有顯著差異的。Kobeissi (2010)指出女企業家在國家和國際層面和這樣的企業家精神對經濟增長和扶貧的重要性上升，強調需要更多女性創業活動的全球化 and 多元化分析。其研究在於瞭解性別有關的變量的影響程度，研究對象是在 44 個發達國家和發展中國家女性的創業活動。其結果發現以下重點的變量，分別是：女性受教育程度、女性的經濟活動、女性收入的比例，以及生育率顯著代表女性的創業活動。了解的因素可以是政策制訂者在女性創業上促進其發展。

#### 二、2 人格特質及快樂因子

二、2、1 人格特質：每個人都擁有一個別且獨特的人格，其回應外在環境時，其所顯示的個性與反應，Day (1989)認為人格可以判定個人與他人差異的一組持久及穩定的特質及傾向。因此，人格特質在人的一生中是穩定且為重要的組成因素。許多學者專家都以五大人格特質來描述人，最被廣泛接受的是 Costa & Mcrae (1992)使用的分類法，將人格特質歸類為親和性、勤勉正直性、外向性、情緒敏感性和開放性五大類。而 Mark J. Schmit et.al (2000)將五大人格特質構面整理成：親和、勤勉正直、外向、情緒敏感及開放性格等五大性格。

二、2、1 快樂因子：寧靜感：有許多針對寧靜的反義詞「焦慮」進行研究，證實快樂與焦慮是反相關，越焦慮將感到越不快樂(Glatzer, 2000; Ott, 2001)。一個實際的情境，人們若是生活太過緊張與擁擠，就會需要找一個安靜地方，像是渡假飯店、有情調的餐廳、室內令人舒服的裝潢布置、藝術的販售等等，可以有效地降低緊張的情緒(盧希鵬, 2010)。根據上述文獻，寧靜感表示心靈的平靜、沒有焦慮的感覺，因此本研究定義寧靜感為不會焦慮的程度。

### 三、3 理性行為理論及研究模型

理性行為理論 (Theory of Reasoned Action, TRA) 為 Fishbein 和 Ajzen (1975)共同發展出來的模型架構，主要為探討及預測個人行為態度意向之理論。TRA 主要為探討個人的實際行為(Actual Behavior) 是受信念與評價 (Beliefs and Evaluations)、規範信念和遵循動機(Normative Beliefs and Motivation to Comply)、態度(Attitude Toward Behavior)、主觀規範(Subjective norm)、行為傾向(Behavioral Intention)直接或間接的影響。本研究模型導入該理論之態度及傾向二變數，並根據 Mark J. Schmit et.al(2000)五大人格特質構面及次構面，推論引伸出本研究模型，本研究如圖一。

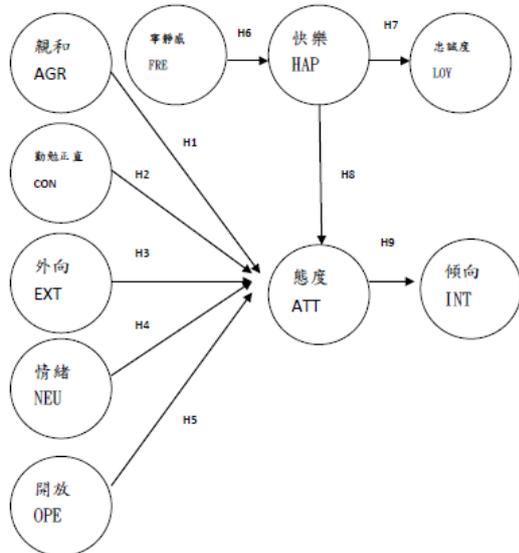


圖1 研究模型-影響與女性創業家業務往來的人格特質  
三、研究方法

本研究目的以企業間業務往來為背景，並以女性企業家的個案來探討女性企業家的人格特質及快樂因子是否會對客戶業務往來傾向及忠誠度造成影響。本研究採調查法並以問卷調查作為研究工具。我們以問卷方式調查研究所需要的各位變數，本研究使用之測量變項皆以李克特五點尺度為主 (1 表示非常不同意，5 表示非常同意)。本次研究以國內的問卷調查網站 Google 之文件平台做為問卷調查設計平台，並以 email 方式通知被調查者回答問題。本次問卷調查之內容調查問卷所需量表項目均參考已有的文獻，本研究使用 SPSS 10 統計軟體為工具，並針對問卷內容進行資料的計算及分析。本研究調查期間自 2013.07.20 至 2013.08.10，共發出 200 份樣本，回收樣本數為 109 份，回收率為 54.5%。回收後之樣本分配及信度如表一及表二。

表一 樣本分配

項目	女性	54	49.5%
性別	男性	55	50.5%
年齡(歲)	< 30	8	7.3%
	30~39	34	31.2%
	40~49	49	45.0%
	50~59	18	16.5%
	> 59	0	0%
職位	公司負責人 或總經理	14	12.8
	高階經理人 (有公司決策權)	38	34.9
	其他	57	52.3
	您的公司近 三年平均營業額	小於 2 億	23
收	2~5 億	23	21.1
	5~10 億	8	7.3
	大於 10 億	55	50.5

表二. 測量項目及信度

項目	Cronbach's α
親和性 (AGR)	
1 表達對他人關心	.74
2 和他人能良好工作	
3 接受及尊重個人差異	
勤勉正直性 (CON)	
1 嚴守及遵守的習慣	.74
2 具有遠見與策略	
3 可預測可靠	
外向性 (EXT)	
1 有實現個人目標的強烈驅動力	.80
2 高度活躍、有權力	
3 採取行動積極主動	
4 高度參與社交活動	
5 扮演領導角色	
情緒敏感性 (NEU)	
1 冷靜的	.48
2 相信事情都可能是好的	
3 相信自己的能力和技術	
開放性 (OPE)	
1 自主的	.74
2 產生獨特的、有原創性的事物及想法	
3 追求新奇與刺激	
寧靜感 (FRE)	
1 與他的業務合作或往來讓我感到很放鬆	.79
2 與他的業務合作或往來不會讓我感到焦慮	
快樂 (HAP)	
1 很高興與他有業務合作機會或可能有業務往來	.90
2 與他有業務合作機會或可能有業務往來能讓我感到愉快	
忠誠度 (LOY)	
1 我願意向別人推薦他的公司	.74
2 競爭者出現更好產品時，我願意繼續支持他的公司	
態度 (ATT)	
1 期待與他的公司有業務往來或合作的機會	.97
2 我喜歡與他的公司有業務或合作的機會	
傾向 (INT)	
1 我計劃與他的公司有業務往來合作或介紹給其他客戶	.88
2 我會讓他的公司新加入我的業務往來公司或擴大業務往來	

本研究的問卷調查項目由表二可知，其 Cronbach's α 的信度大都在 0.6 以上，表示本研究的問項有著一定的參考性。

### 四、研究結果及分析

#### 四、1 描述性分析

表三所顯示為各變數之平均數，標準差及相關係數各變數間大都存在著顯著的正向關係，表示本研究的變數有著程度性的相關。由於本問卷調查及由客戶或樣本以印象或認知的程度來填寫，由結果顯示，在各變數的平均值比較上，勤勉正直、外向性及親和性都有著較高的平均值，可推論被調查樣本對於女性創業家在嚴密及精準、具有道德義務感、可信及可靠的習慣、有實現個人目標的強烈驅動力、高度活躍、有精力、採取行動積極主動、高度參與社交活動、扮演領導角色、表達對他人關心、和他人能良好工作及接受及尊重個人差異等都有較高或較強的程度。而樣本的反應在寧靜感上雖仍有著 3.72 的分數，但相對於其他變數是最低的值，推論生意間的業務往來仍存在著利益關係，在一切以成本或利益為前題的關係下，要彼此間有著放鬆的情緒似乎仍不容易。

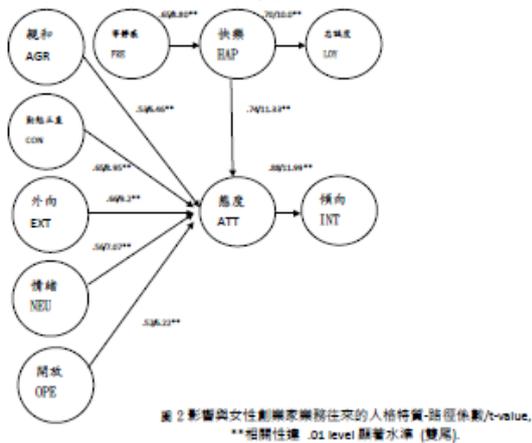
表三 各變數之平均數、標準差及相關係數

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 親和性 AGR	4.08(0.4)	.58(**)	.51(**)	.53(**)	.58(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.53(**)	.48(**)
2 勤勉正直性 CON	4.18(0.36)	.58(**)	.53(**)	.55(**)	.55(**)	.53(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)
3 外向性 EXT	4.02(0.40)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)
4 情緒敏感性 NEU	3.83(0.38)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)
5 開放性 OPE	4.02(0.40)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)
6 寧靜感 FRE	3.72(0.36)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)
7 快樂 HAP	4.02(0.40)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)
8 忠誠度 LOY	3.72(0.36)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)
9 態度 ATT	4.02(0.40)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)
10 傾向 INT	3.72(0.36)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.53(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)	.52(**)

\*\*相關性係數 .01 level 顯著水準 (雙尾) \*相關性係數 .05 level 顯著水準 (雙尾) 平均數 (標準差) 標示於對角線位置。

#### 四、2 模型檢定

回收資料經路徑分析後，結果如圖 2 及表四。



由表四顯示，所有假設經驗證後都成立。亦即經統計驗證分析後，發現女性創業家的五種人格特質-親和、勤勉正直、外向、情緒敏感及開放性格均顯著影響客戶與之業務往來的態度並進而影響業務往來傾向。另一方面，客戶與女性創業家互動時的寧靜感會顯著影響其間的快樂程度並進而影響到業務合作關係的忠誠度。

表四 路徑係數檢定

假設	結果 (✓/×)	路徑係數 /t-value
H1: 女性創業家親和性會正向影響客戶與她業務往來態度	✓	.53/8.46**
H2: 女性創業家勤勉正直性會正向影響客戶與她業務往來態度	✓	.63/8.95**
H3: 女性創業家外向性會正向影響客戶與她業務往來態度	✓	.66/9.2**
H4: 女性創業家情緒性會正向影響客戶與她業務往來態度	✓	.56/7.07**
H5: 女性創業家情緒性會正向影響客戶與她業務往來態度	✓	.52/6.22**
H6: 女性創業家給人的寧靜感會正向影響客戶與她業務合作的快樂感覺	✓	.63/8.80**
H7: 女性創業家給人的快樂感會正向影響客戶與她業務合作的忠誠度	✓	.70/10.0**
H8: 女性創業家給人的快樂感會正向影響客戶與她業務合作的態度	✓	.74/11.33**
H9: 客戶的態度會正向影響他(她)與女性創業家業務往來的傾向	✓	.88/11.99**

路徑係數/t-value: \*\* .01 顯著水準 \* .05 顯著水準

#### 五、結論

1. 經本研究驗證後，有顯著的數據顯示女性創業家的五種人格特質-親和、勤勉正直、外向、情緒敏感及開放性格均顯著正向影響客戶與之業務往來的態度並進而影響業務往來傾向。且由於路徑係數顯示其路徑係數均在 0.5 之上，可推論女性創業家在本研究的樣本認知上或許較男性創業家有著較高的“欽佩”認知性。所以雖然女性創業家可能在某些因素上有著較競爭的劣勢，但相對的這些劣勢也有可能轉換為有機會往來的優勢。
2. 客戶與女性創業家互動時的寧靜感會顯著影響其間的快樂程度並進而影響到業務合作關係的忠誠度。樣本的反應在寧靜感上雖為較低 3.72 的分數，但在路徑分析上，其顯著的影響快樂的程度並間接影響著客戶的忠誠度。故我們建議雖然生意間的業務往來仍存在著利益及成本為前題的關係，但如果能儘量提高彼此間放鬆的情緒似乎仍有助於業務往來的機會。
3. 結合人格特質及快樂因子於理性行為理論在女性創業的研究獲得驗證。這項結果有助於未來的研究在探討女性創業行為時提供探討及預測個人行為態度意向之理論參考。

#### 參考文獻

1. 李翊璇(2007)，女性創業家生涯成功之探討：情境效果的觀點，國立高雄應用科技大學人力資源發展系暨研究所碩士論文。
2. 楊敏玲(1993)，青年女性創業家的創業動機、創業類型之研究。台灣大學商學研究所碩士論文。
3. 蔡璧如(1999)，十七位女老闆的故事-對父權、商場文化及企業家精神的性別反思，政治大學中山人文社會科學研究所碩士論文。
4. 蘇建翰(2012)，東南亞婚姻移民工作與家務責任之權衡-以微型創業外籍配偶為例，國立暨南國際大學社會政策與社會工作學系碩士論

文。

5. Acs, Zoltan J., Bardasi, Elena, Estrin, Saul and Svejnar, Jan (2011) Introduction to special issue of Small Business Economics on female entrepreneurship in developed and developing economies. *Small business economics*, 37 (4). pp. 393-396
6. Alam, S. S., Jani, M. and Omar, N. A. (2011). An empirical study of success factors of women entrepreneurs in southern region in Malaysia, *International Journal of Economics and Finance*, 3, (2),166-175.
7. Costa, P. T. Jr., & McCrae, R. R. (1992), Revised NEO personality inventory (NEO-PI-R) and NEO five factor inventory (NEO-FFI) professional manual, Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
8. Day, D. V. & Silverman, S. B. (1989), Personality and job performance: Evidence of Incremental Validity, *Personal Psychology*, 42(1), pp.25-36
9. Fishbein, M. and Ajzen, I. (1975), *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*, Addison-Wesley Reading, MA.
10. Glatzer, W. (2000). Happiness: Classic Theory in the Light of Current Research. *Journal of Happiness Studies*, 1(4), 501-511.
11. Kobeissi, N. (2010), "Gender factors and female entrepreneurship: International evidence and policy implications", *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 8, no. 1, pp. 1-35.
12. Lavoie, D. (1985). A new era for female entrepreneurship in 80's. *Journal of Small Business-Canada*, p.34-43.
13. Mark J. S., Kihm, A. J. & Chertobie(2000), Development of a global measure of personality. *Personnel Psychology*, 53, pp.153-193.
14. Ott, J. (2005). Level and Inequality of Happiness in Nations: Does Greater Happiness of a Greater Number Imply Greater Inequality in Happiness? *Journal of Happiness Studies*, 6(4), 397-420.
15. Vossenbergh, S (2013) Women Entrepreneurship Promotion in Developing Countries: What explains the gender gap in entrepreneurship and how to close it? Published online as Working Paper No. 2013/08 Maastricht School of Management.