

表 3-7 正式問卷整體構面信度之分析（續）

問卷內容	構面	題數	Cronbach's α
	忠誠度	5	0.850
	互動學習分享	4	0.919
工作投入	活力熱忱	4	0.930
	積極專注	4	0.903
	奉獻參與	4	0.879
	責任承擔	5	0.723
工作績效	預期效益	4	0.894
	營收效益	4	0.854
	顧客認同	4	0.912
			0.938

二、效度分析

本研究以驗證性因素分析（confirmatory factor analysis, CFA）來進行各構面衡量適合度檢定，分析各構面收斂效度與區別效度，說明如下。

1. 收斂效度分析

根據Fornell 和 Larcker（1981）評估收斂效度的標準，其中所有的標準化因素負荷（ λ ）估計值要大於0.5，且t 值須達到顯著水準。陳順宇（2005）指出當衡量問項的因素負荷大於0.5以上時，達到顯著水準，即可斷定其衡量問項達到可接受的收斂效度，但若大於0.7以上，則表示衡量問項具有良好的收斂效度。在組合信度方面，根據Fornell 和 Larcker（1981）建議組合信度值（CR）應為0.6以上，而平均解釋變異量（AVE）須大於0.5以上的標準，若達此標準則表示各個問項均可顯著地被因素所解釋，也就是各問項收斂於該因素，表示測量問項均收斂於相對應的構面。

由表3-8可知，本研究之平均解釋變異量（AVE）皆大於標準0.5，組合信度值（CR）亦皆大於0.6，有部分問項因素負荷（ λ ）估計值小於0.7，但仍符合0.5之標準，可知本問卷中各變數之題項具有一定程度的收斂效度。

表3-8 各變數驗證性因素分析結果

構面	題項	因素負荷量	SMC	測量誤差	AVE (0.5)	CR (0.6)
相似性	B01	0.816	0.666	0.182	0.6765	0.9126
	B02	0.792	0.628	0.14		
	B03	0.81	0.656	0.131		
	B04	0.841	0.708	0.133		
	B05	0.852	0.725	0.122		
凝聚力	B06	0.582	0.339	0.556	0.6347	0.8951
	B07	0.813	0.661	0.176		
	B08	0.862	0.742	0.114		
	B09	0.808	0.653	0.158		
	B10	0.882	0.778	0.082		
忠誠度	B11	0.866	0.75	0.1	0.5631	0.8633
	B12	0.851	0.724	0.121		
	B13	0.577	0.333	0.565		
	B14	0.721	0.52	0.271		
	B15	0.699	0.489	0.276		
個人知識	C01	0.827	0.684	0.207	0.6261	0.87
	C02	0.746	0.556	0.153		
	C03	0.801	0.642	0.232		

表3-8 各變數驗證性因素分析結果（續）

構面	題項	因素負荷量	SMC	測量誤差	AVE (0.5)	CR (0.6)
學習機會	C04	0.789	0.622	0.117	0.6692	0.89
	C05	0.833	0.694	0.163		
	C06	0.805	0.648	0.144		
	C07	0.812	0.66	0.164		
	C08	0.822	0.676	0.142		
互動學習	C09	0.825	0.68	0.102	0.7413	0.9197
	C10	0.872	0.761	0.121		
	C11	0.872	0.761	0.093		
	C12	0.874	0.764	0.131		
活力熱忱	D01	0.818	0.669	0.16	0.7729	0.9314
	D02	0.892	0.795	0.087		
	D03	0.927	0.86	0.141		
	D04	0.876	0.767	0.19		
積極專注	D05	0.843	0.711	0.144	0.7059	0.9056
	D06	0.807	0.651	0.139		
	D07	0.881	0.776	0.212		
	D08	0.828	0.685	0.185		
奉獻參與	D09	0.831	0.69	0.149	0.6504	0.8808
	D10	0.69	0.475	0.161		
	D11	0.847	0.717	0.314		
	D12	0.847	0.718	0.219		
責任承擔	D13	0.85	0.722	0.078	0.7212	0.9276

表3-8 各變數驗證性因素分析結果（續）

構面	題項	因素負荷量	SMC	測量誤差	AVE (0.5)	CR (0.6)
	D14	0.699	0.489	0.276		
	D15	0.917	0.84	1.295		
	D16	0.922	0.851	0.146		
	D17	0.839	0.704	0.138		
預期效益	E01	0.781	0.609	0.343	0.684	0.8963
	E02	0.855	0.73	0.188		
	E03	0.851	0.725	0.175		
	E04	0.819	0.671	0.195		
營收效益	E05	0.848	0.719	0.267	0.616	0.8624
	E06	0.809	0.655	0.4		
	E07	0.873	0.762	0.264		
	E08	0.573	0.328	0.455		
顧客認同	E09	0.846	0.715	0.179	0.7142	0.9089
	E10	0.869	0.756	0.165		
	E11	0.87	0.757	0.188		
	E12	0.793	0.629	0.267		

註:因素負荷量為標準化值。

2. 區別效度分析

根據Hair et al. (1998) 的建議，兩個不同概念間的相關係數應小於每一概念的平均解釋變異量 (AVE) 之平方根。將不同的兩個概念進行量測，將

其結果進行相關分析，若其相關程度皆很低，表示兩個概念間具有區別效度（吳萬益、林清河，2002）。

由表3-9可看出本研究所有的構面之平均解釋變異量的平方根值皆大於兩個構面間的相關係數，顯示符合Hair et al.（1998）的建議，兩個不同概念間的相關係數應小於每一概念的平均解釋變異量（AVE）之平方根。

表3-9 各變數區別效度分析結果

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
相似性	0.822												
凝聚力	0.821**	0.797											
忠誠度	0.776**	0.789**	0.750										
個人知識	0.565**	0.599**	0.576**	0.791									
學習機會	0.281**	0.254**	0.273**	0.446**	0.818								
互動學習	0.547**	0.567**	0.597**	0.789**	0.438**	0.861							
活力熱忱	0.654**	0.669**	0.609**	0.513**	0.299**	0.521**	0.879						
積極專注	0.638**	0.610**	0.589**	0.450**	0.264**	0.484**	0.867**	0.840					
奉獻參與	0.660**	0.657**	0.606**	0.484**	0.258**	0.513**	0.878**	0.834**	0.806				
責任承擔	0.380**	0.380**	0.401**	0.428**	0.276**	0.504**	0.573**	0.565**	0.624**	0.849			
預期效益	0.432**	0.456**	0.499**	0.513**	0.313**	0.591**	0.630**	0.630**	0.653**	0.742**	0.827		
營收效益	0.339**	0.398**	0.438**	0.428**	0.242**	0.443**	0.572**	0.546**	0.586**	0.574**	0.776**	0.785	
顧客認同	0.614**	0.610**	0.661**	0.488**	0.249**	0.503**	0.635**	0.600**	0.664**	0.546**	0.655**	0.643**	0.845

註1：對角反白的部份，其值為平均解釋變異量（AVE平方根）；非對角線之其他數值為各構面相關。

註2：**在顯著水準為0.01時（雙尾），相關顯著。

參、效度分析

效度是指測量的正確性，也就是衡量工具能夠真正測出研究人員所想要衡量之事物的程度。本研究主要以內容效度與建構效度來檢測問卷之有效程度。

1. 內容效度 (Content Validity)：指測量內容的適切性與代表性，能否反應出測量內容所要之目的。本研究的問卷題項內容是依據理論基礎以及相關文獻探討，加以綜合修改而成，且在問卷的設計過程中，亦多次修正，並經專家意見修正及預試後定案，因此本研究的問卷內容應已具有相當之內容效度。
2. 建構效度 (Construct Validity)：指問卷能測量出理論的特質或概念的程度，意即以理論邏輯為基礎，根據實際所得資料來檢驗理論的正確性。建構效度又分為兩類，收斂效度 (Convergent Validity) 與區別效度 (Discriminate Validity)。收斂效度是指來自相同構念的這些項目，彼此之間相關要高，就是不同方法測同一特質，相關性要高。區別效度是指來自不同構念之項目，彼此之間相關應較低，就是相同方法測不同的特質，二者的相關性要很低。

肆、獨立樣本 t 考驗 (Independent-Samples T Test)

以 t 考驗分析直銷商不同性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、服務年資、月收入所得等與「組織認同」、「知識分享」、「工作投入」，以及「工作績效」的差異情形。

伍、單因子變異數分析 (One-way ANOVA)

單因子變異數分析 (One-Way ANOVA) 是社會與行為科學最常使用的統計方法之一，主要目的在於檢定三個或三個以上群體資料之平均數是否有顯著差異，也稱F統計法。本研究利用單因子變異數分析來考驗直銷商不同性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、服務年資、月收入所得等在「組織認同」、「知識分享」、「工作投入」，以及「工作績效」的差異情形，若分析結果F值達到統計上之顯著水準，則進一步以Scheffe法進行事後比較。

陸、皮爾森積差相關 (Pearson Correlation Analysis)

分析「組織認同」、「知識分享」、「工作投入」，以及「工作績效」各構面及各分層構面的相關強度情形。以Pearson係數表示兩兩隨機配對變數關係之度量，其值介於-1~1 之間，-1 表示「絕對負相關」，1 則表示「絕對正相關」，而0 則表示兩者間沒有關聯。

柒、結構方程模式 (Structural Equation Modeling)

驗證本研究提出之「組織認同」、「知識分享」、「工作投入」，以及「工作績效」的結構模式關係，以驗證研究架構的合理性，在模式參數的推估上採用最大概似法；而模式的適合度檢定則以基本的配適標準 (preliminary fitcriteria)、整體模式配適度 (overallmodel fit) 以及模式內在結構配適度 (fit of Internal Structure of model) (Bagozzi 和 Yi, 1988) 等三方面的各項指標作為判定依據)。

識分享與工作績效之間有顯著正相關，獲得支持。

七、直銷商工作投入與工作績效呈顯著正相關

由表4-22之研究結果顯示，工作投入與工作績效之整體及各層面間相關係數均達顯著正相關，其相關係數介於.546~.742之間，工作投入與工作績效之次構面相關分析如后，工作績效之「預期效益」、「顧客認同」次構面與工作投入之「活力熱忱」、「積極專注」、「奉獻參與」、「責任承擔」次構面呈現顯著高度正向相關，工作績效之「營收效益」與工作投入之「活力熱忱」、「積極專注」、「奉獻參與」、「責任承擔」次構面呈現顯著中度正向相關。表示直銷商在整體工作投入及「活力熱忱」、「積極專注」、「奉獻參與」與「責任承擔」認知程度愈高時，其在整體工作績效及「預期效益」、「營收效益」與「顧客認同」之認知程度亦相對愈高。本研究假設3-6：工作投入與工作績效之間有顯著正相關，獲得支持。

第四節 組織認同、知識分享、工作投入與工作績效之

結構分析

壹、「組織認同」、「知識分享」、「工作投入」對「工作績效」之影響研究模式路徑

本研究，依內、外生潛在變數與內、外生顯性變數衡量指標之原則，建立本研究架構之SEM 路徑圖，如圖4-1顯示，潛在構念（Latent Construct）以橢圓形來表示，觀測變數（Observed Variable）則以矩形來表示。其中 δ_i ：描述可觀測變數 X_i 之量測誤差， ε_j ：描述可觀測變數 Y_i 之量測誤差， λ_{Xij} ：描述可觀測變數 X_i 對潛在外生變數 ξ_j 之係數， λ_{Yij} ：描述可觀測變數 Y_i 對潛在內生變數 η_j 之係數。

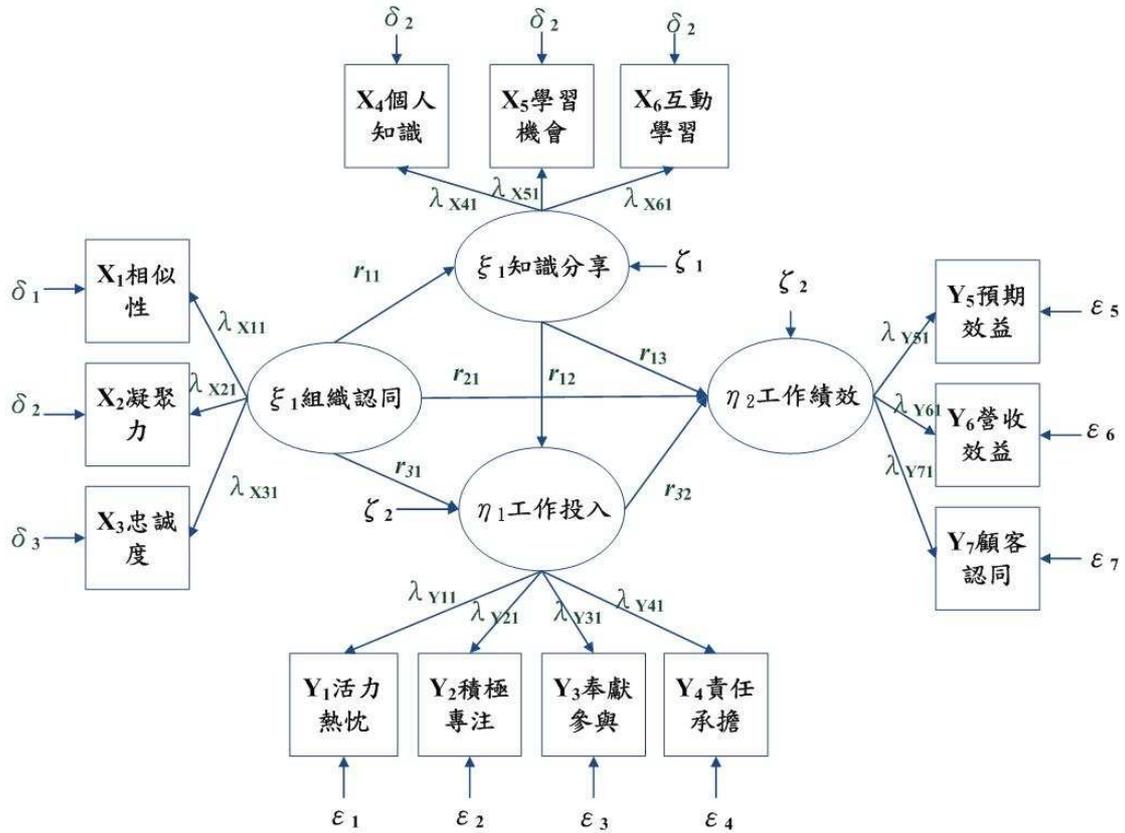


圖4-1 本研究線性結構模型

結構關係模式 (SEM) 是社會及行為科學研究中經常使用以探討因果模式之工具，其整合因素分析與路徑分析，藉以處理社會科學研究中較為棘手的潛在變項問題，利用線性結構關係模式來探討變數間之因果關係，驗證施測所得之觀察資料適合度 (fit)，找出合適的模型。本研究利用 AMOS18.0 (analysis of moment structure) 統計軟體，建立結構方程模式 (structural equation model; SEM)，檢定變數的路徑係數是否為顯著，藉以驗證研究假說。先以卡方值來判定結構方程式是否為合適的標準，因此若模式與資料間有良好的配適度，測驗統計量之 P-value 值應大於 0.05 的顯著水準。卡方值愈小表示該模式的配適度愈佳，但因卡方值對樣本大小十分敏感，若以樣本數過多時，容易導致卡方值過大，進而影響到 p 值的結果時，卡方值除以自由度 CMIN/DF 可做為替代之指標 (陳順宇，2007)。

學者Bagozzi 和 Yi (1988) 認為模式配適度的評估需要考量基本之配適標準 (Preliminay Fit Criteria)、模式內在結構配適度 (Fit of Internal Structure Model) 及整體模式配適度 (Overall Model Fit) 等三方面加以評估。因此，本研究將依此三方面對所提出的理論模式以及研究數據進行說明。

貳、整體模式配適度

結構方程式目的在評估整個模式與觀察資料的配適度，包括卡方值除以自由度 ($\chi^2/df, CMIN/DF$)、配適度指標 (GFI)、調整的配適度指標 (AGFI)、平均殘差平方根 (RMSR)、平均近似值誤差平方根 (RMSEA)、基準的配合指標 (NFI) 和比較配適指標 (CFI) 等。一般而言，NFI 值介於0 到1 之間，通常採大於0.9；另外，配適度指標GFI (Goodness of Fit Index) 與調整後配適度指標AGFI (Adjusted Goodness of FiIndex)，具有相同性質，而AGFI是經過自由度調整，使不同自由度的模式能以相同的基礎進行比較，GFI及AGFI值介於0 到1 之間，其值通常採大於0.9；而近似誤差均方根 (Root MeanSquare Error of Approximation, RMSEA)，主要在找尋母群與模式的適配程度，其指標值應小於或等於.05表示良好適配；0.05-0.08可視為「不錯的適配」；0.08-0.10之間可視為「中度適配」；大於0.10以上代表「不良的適配」。

如表4-23所示，整體而言，本研究理論的絕對配適檢定、增量配適檢定整等各項指標達到可接受水準內。

表4-23 整體模式配適度

統計檢定量	配適之標準或臨界值	檢定結果	模式配適 判斷
-------	-----------	------	------------

		卡方值越小越好	328.856 (0.000)	
χ^2		($P \geq \alpha$ 值)		
絕對配適 檢定	CMIN/df	1~5 之間	4.574	是
	GFI	大於0.9	0.910	是
	RMR	至少小於0.05	0.045	是
	RMSEA	0.05 以下優良、0.05~0.08 良好	0.75	是
增量配適 檢定	AGFI	大於0.8	0.794	否
	NFI	大於0.9	0.917	是
	CFI	大於0.9	0.930	是
	RFI	大於0.9，0.95 以上完美	0.92	是

參、基本配適標準

基本配適標準目的在檢測模式之系列誤差，以辨識問題或輸入有無發生錯誤，衡量指標誤差不能有負值及因素負荷量不能低於0.5，且平均顯著達到水準加以衡量。

如表4-24所示，「組織認同」之構面，相似性、凝聚力與忠誠度因素負荷量為0.880、0.901與0.697；「知識分享」之構面，個人知識分享、學習機會分享與互動學習分享因素負荷量為0.793、0.525及0.815；「工作投入」之構面，活力熱忱、積極專注、奉獻參與與責任承擔因素負荷量為0.914、0.892、0.919及0.556；「工作績效」之構面，預期效益、營收效益與顧客認同的因素負荷量為0.817、0.701與0.578。

顯示本研究之變數「組織認同」、「知識分享」、「工作投入」與「工作績效」所有各構面之因素負荷量數據皆大於0.5，具有顯著水準。

表4-24 整體模式基本配適度

	參數	結果	t-value	符合標準
組織認同	相似性	0.880	22.293***	是
	凝聚力	0.901	22.690***	
	忠誠度	0.697	a	
知識分享	個人知識分享	0.793	a	是
	學習機會分享	0.525	8.868***	
	互動學習分享	0.815	19.497***	
工作投入	活力熱忱	0.914	13.580***	是
	積極專注	0.892	13.470***	
	奉獻參與	0.919	13.601***	
	責任承擔	0.556	a	
工作績效	預期效益	0.817	a	是
	營收效益	0.701	19.033***	
	顧客認同	0.578	16.310***	

註1：**p<0.05，***p<0.01。

肆、模式內在結構配適度

配適度之目的為衡量模式內估計參數的顯著程度、各指標及潛在變數的信度等。由各別項目之信度（Individual Item Reliability）是否在0.5 以上，t-value 絕對值在1.645 以上進行評估（Bagozzi 和 Yi, 1988; Hair et al., 1998）。

一、組織認同與知識分享影響之驗證

如圖4-2 及表4-25 所示，本研究架構之變數「組織認同」對變數「知識分享」之路徑係數為0.801，t-value 值為11.373 達顯著水準，顯示「組織認同」對

於「知識分享」具有正向之影響。

二、組織認同與工作投入影響之驗證

本研究架構之變數「組織認同」對變數「工作投入」之路徑係數為0.607，t-value 值為7.774達顯著水準，顯示「組織認同」對於「工作投入」具正向之影響。

三、組織認同與工作績效影響之驗證

本研究架構之變數「組織認同」對變數「工作績效」之路徑係數為-0.153，t-value 值為-2.116達顯著水準，顯示「組織認同」對於「工作績效」有負向之影響。

四、知識分享與工作投入影響之驗證

本研究架構之變數「知識分享」對變數「工作投入」之路徑係數為0.172，t-value 值為2.677達顯著水準，顯示「知識分享」對於「工作投入」有正向之影響。

五、知識分享與工作績效影響之驗證

本研究架構之變數「知識分享」對變數「工作績效」之路徑係數為0.384，t-value 值為5.992達顯著水準，顯示「知識分享」對於「工作績效」具有正向之影響，得以驗證本研究假說H9成立。

六、工作投入與工作績效影響之驗證

本研究架構之變數「工作投入」對變數「工作績效」之路徑係數為0.651，t-value 值為8.281達顯著水準，顯示「工作投入」對於「工作績效」具有正向之影響。

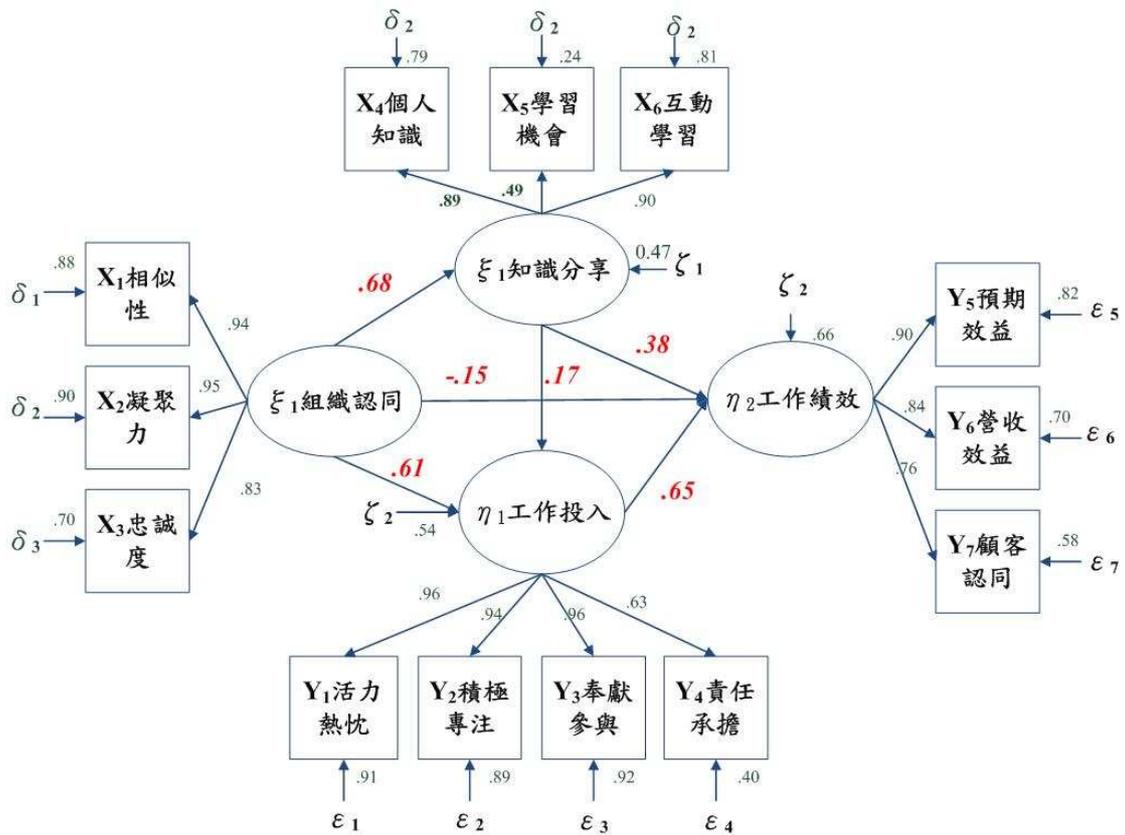


圖4-2 本研究線性結構模式實證分析與參數值（標準化）

表4-25 本研究模式配適度模式評鑑結果摘要表（標準化）

參數	結果	t-value	符合標準
組織認同→知識分享	0.683	11.931***	是
組織認同→工作投入	0.607	7.774***	是
組織認同→工作績效	-0.153	-2.116**	是
知識分享→工作投入	0.172	2.677**	是
知識分享→工作績效	0.384	5.992***	是
工作投入→工作績效	0.651	8.281***	是

註：1. **表示 $p < 0.05$ ，***表示 $p < 0.01$ 。

伍、綜合討論

本研究模式在基本配適標準中，所有評鑑指標均可被接受，而其整體配適標準亦有良好之配適度；而在模式內在品質上，個別項目信度、潛在變項成分信度及平均變異抽取量均理想。根據上述研究模式分析如下：

一、組織認同、知識分享、工作投入之間的交互作用對工作績效之預測精確性為 0.66

本研究模式驗證結果得到，組織認同、知識分享、工作投入對工作績效之預測精確性為 0.66，解釋力良好。組織認同預測知識分享之迴歸係數為 0.68，預測精確性為 0.47；而組織認同預測工作投入之迴歸係數為 0.61，預測精確性為 0.54；組織認同預測工作績效之迴歸係數為-0.15；知識分享預測工作投入之迴歸係數為 0.17 預測精確性為 0.54；知識分享預測工作績效之迴歸係數為 0.38；工作投入預測工作績效之迴歸係數為 0.65，預測精確性為 0.66。故組織認同、知識分享、工作投入之交互作用，對工作績效之預測精確性，其中 0.34 無法預測到。

二、模式路徑分析各變項對工作績效之影響總效果值為 0.616

路徑分析中變項間之影響效果可分為直接效果與間接效果。而直接效果與間接效果總量和為外因變項對內因變項影響之總效果值。故本模式對工作績效之總效果分為以下效果總和：(1) 組織認同對工作績效之直接效果為-0.15；(2) 組織認同透過知識分享對工作績效之間接效果為 0.258；(3) 組織認同透過工作投入對工作影響之間接效果為 0.397；(4) 知識分享透過工作投入對工作影響之間皆效果為 0.111；(5) 合計總效果值為 0.616。本研究假設 4-1：組織認同、知識分享、工作投入之間的交互作用對工作績效有顯著的因果關係，獲得支持。

三、模式適合度評鑑結果良好

綜合上述之分析，本研究之配適度評鑑在基本適合標準中，各項評鑑指標幾乎達良好標準；而評鑑整體模式適合標準時，也幾乎全部達到理想；另外，在模式內在適合度中，個別項目信度、潛在變項成分信度及平均變異抽取量均十分理想，故模式內在品質佳。因此，本研究假設4-2：組織認同、知識分享、工作投入與工作績效之模式有良好的配適度，獲得支持。