

1. 本考試共五大題，每題並無絕對正確或錯誤之標準答案；答題之評分標準乃是「您是否能將所學之工商心理學理論與知識應用在答題上，並且能否提供邏輯清晰、具體明確的答案」。缺乏專業知識、學理依據、或具體理由論述的泛泛之談，將拿到低分。

2. 若您覺得問答題中的案例或說明有條件不足之處，可以自行設定所需條件，並依此條件作答。

1. 「組織公民行為」(organizational citizenship behavior, 簡稱 OCB) 是指員工「個人自主決定的，且正式獎勵制度並未直接或明確認定的行為，但這些行為累積起來可以提高組織效能」(Organ, 1988)。組織公民行為有許多不同類型，包括：助人行為(如：幫助缺席的同事完成工作)、禮節(如：對於影響到同事的行動或決定會先與對方討論)、運動家精神(如：工作時不抱怨瑣事)、公民美德(如：參與未被要求的組織活動、隨時瞭解公司發展情況)、建言(如：主動提出對公司發展有益的建議或指出可能會出現問題的地方)....等等。過去多個實證研究發現，表現出較多 OCB 的員工，也會在角色內工作得到較高的考績分數。以下兩個問題請您依序回答(本大題佔 20 分，兩小題各 10 分)：

(1) OCB 大多被認為是工作角色外的行為表現(extra-role behavior)，但是實務上卻顯著地影響到員工角色內的工作考績(in-role job or task performance evaluation)。請問您如果身為一個主管，您認為表現出較多 OCB 的員工，是否「應該」得到較高的考績？

請說明您認為應該或不應該的理由，此理由最好能有心理學理論或管理實務重要性等做為解釋基礎。

(提示：將 OCB 與角色內工作考績連結，兩者變成顯著正相關，這對員工本人、同事、部門整體，可能帶來的優點與缺點各是什麼？)

(2) 假設您身為一個主管，若您完全依照部屬的角色內工作表現來打考績，而不考慮部屬的 OCB 而對考績做任何加分。

請問您是否仍會用其他方式來鼓勵員工表現出 OCB？若您會鼓勵，需要具體說明是用什麼方式鼓勵。

如果會的話，哪些 OCB 特別需要被鼓勵，或者特別不需要被鼓勵？或者您認為 OCB 是自願行為，不需要用具體方式鼓勵？

請提出您的看法，這些看法若有心理學理論或管理實務重要性做為基礎會更好。

2. 廠商為了銷售產品(或服務)，會對消費者提供免費試用或鑑賞期，以進行產品的資訊揭露，降低消費者知覺到的風險，或影響消費者的其他心理狀態。以下有幾種不同的資訊揭露方式：

A. 廣告中呈現產品資訊，但不提供消費者實際的產品使用(如：航空公司的新航線)。

B. 提供消費者免費樣品(如：迷你瓶的化妝水、迷你包的洋芋片)。

C. 在服務人員帶領下實際使用(如：汽車業務員帶顧客進行道路試車)。

D. 讓消費者購買後實際使用正常規格的產品一段時間，但不滿意可退費(如：Uniqlo 的 7 日鑑賞期)。

廠商透過對產品的資訊揭露，影響消費者的知覺與行為，藉由不同性質的資訊，讓消費者決定是否實際購買或日後繼續購買此產品。請回答以下兩個問題(本大題佔 30 分，小題(1)佔 10 分，小題(2)佔 20 分)：

(1) 除了以上的例子，請您再舉出一個例子，說明什麼樣的產品不會在購買前就讓消費者實際使用，不宜或無法有過多的資訊揭露，為什麼？

此外，也請您再舉出一個例子，說明什麼樣的產品可以有高度的資訊揭露，讓消費者在付費前就讓消費者實際接觸或使用到。為什麼？

(提示：可從消費者的角度思考，或從製造商、中間商、通路商或銷售人員等進行多種角度思考)

見背面

(2)以下兩個小題 ([2a]與[2b])，請任選其一，依據題目的指示，繪製理論架構圖，並針對架構圖中變數之關係，寫出有關的研究假設。再次提醒：兩小題任選一題作答即可；若兩小題都作答，僅計算[2a]的分數。

[2a]消費者在試用或產品鑑賞之後，有的會真的付費購買，有的則不會（不進行消費或退貨、退款等）。請問產品免費試用或產品鑑賞期可能會引發消費者哪些心理狀態，而影響到產品評價或購買決策？請畫出一個與此議題有關的理論架構圖，此理論架構圖需要有前因、中介以及後果變數，但此架構圖不一定要有調節變數。

對於此架構圖中的變數關係，請寫出有關的研究假設。

[2b]廠商販賣商品前，會需要思考這項產品是否要讓消費者試用。請畫出與此議題有關的一個理論架構圖，用此架構圖中的變數（前因、調節或中介變數）來幫助廠商進行消費者試用的決策（後果變數）。架構圖中的前因、調節或中介變數類型可以包括：

(i) 產品/服務之類的因素（需列出具體變數名稱）

(ii) 消費者之類的因素（需列出具體變數名稱）

(iii) 購物環境、廠商競爭或經營策略之類的因素（需列出具體變數名稱）

此研究架構中一定要有前因變數和後果變數，不一定非要有中介變數或調節變數。

對於此架構圖中的變數關係，請寫出有關的研究假設。

3. 邇來，「安靜離職」(quiet quitting)的概念在職場上竄紅。安靜離職指的並非默默地辭職，而是在既有工作角色或職位中，只完成最起碼的工作要求(doing the minimum job requirements)；除非必要，不會對工作投入太多的時間與精力。

倘若您對職場上安靜離職的現象感到興趣，並發現在學術上很少有人探討這個現象，於是向指導教授表示您要研究這個現象。您的指導教授問您：「為何你覺得安靜離職的現象是一個值得探究的學術議題？它與類似的構念，像是勉強出勤(presenteeism)、職場退縮(workplace withdrawal)等，有何不同？它會對這些類似構念的既有文獻（如實證研究或相關理論）帶來什麼新的啟示？你能否多告訴我一些：如果你真的想研究安靜離職的現象，你會如何回答這些問題？」

請問您會如何回應指導教授的問題？

(提示：本題的回答方向並不設限，您可以從理論貢獻之釐清、構念比較、學理機制之探究、研究設計...等任何角度來回應指導教授的問題)

(本大題佔 8 分)

4. 您在一家人力資源顧問公司擔任管理顧問，專門協助企業進行主管的領導職能發展與評鑑。某一次，一位在保險公司擔任人資經理的客戶向您表示：他們公司有意針對基層保險業務主任導入管理評鑑中心(management assessment center, 以下簡稱AC)，以利評估保險業務主任晉升中階主管的潛力。在他的邀請下，您到這家保險公司進行簡報，介紹AC的基本概念、施程序，並說明導入方式。簡報完成後，引發與會主管熱烈的討論。以下是現場三位主管所提的問題：

主管甲：倘若我們花了那麼多的時間、人力、經費來開發AC，我們如何確定這套AC確實能夠幫助我們甄選出具有領導潛力的人才？

主管乙：如果我們得到了各主任的管理才能評鑑報告，並想將之納入主任績效管理的回饋機制中，以提升主任的領導職能，您會建議怎麼做？

主管丙：如果導入AC，這對我們公司而言是一項很大的工程，會涉及到所有階層的主管。例如：針對基層主任而言，他們晉升的方式與標準可能因此改變；對於區經理以上的主管而言，他們必須花費額額外時間參與AC的活動（如

擔任觀察員或評鑑者)，他們對主任做出晉升決策的判準也可能會跟著改變。我會擔心這樣重大的改變，是否會招致各級主管的抗拒？您會建議在導入過程中，如何化解抗拒，甚至防範於未然？

請問您會如何具體回應上述主管們的問題？

(本大題佔 18 分；您針對每一位主管之問題所做的回答，各佔 6 分)

5. 以下列舉了六個組織行為的理論或觀點：

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| A. 自我決定理論(self-determination theory) | D. 領導者-成員交換關係(leader-member exchange) |
| B. 轉換型領導(transformational leadership) | E. 社會認知理論(social cognitive theory) |
| C. 工作特性理論(job characteristics theory) | F. 目標設定理論(goal setting theory) |

針對下列 4 個問題，每一個問題請選擇 A 到 F 中的一個理論或觀點來作答，請勿重複：

- (1) 您認為這個理論或觀點，有什麼重要的問題或限制？如何突破？
- (2) 您認為這個理論或觀點，放在華人組織的脈絡中，有何不同的思考方向？
- (3) 倘若您根據這個理論或觀點，設計了一個「樂在工作」的工作坊，期能讓學員提升工作敬業(work engagement)的程度，對自己的工作有更高的熱忱，也更願意積極投入，您會如何安排訓練內容與設計訓練方式？
- (4) 倘若您想根據這個理論或觀點，來處理「員工不願遵循公司既定規範與要求來行事」的問題（例如：公司建立的新的工廠安全規則，生產線上的員工不願配合；公司將新的工作要求納入員工的職務中，員工不願做），您打算怎麼做？

請注意：

1. 在回答每一個小題之前，請先說明您選擇了哪一個理論或觀點，並針對這個理論或觀點做一簡單的介紹。
2. 每個理論或觀點只能選一次（例如：如果小題(1)選了 A 理論或觀點，小題(2)到(4)就不能再選 A 理論或觀點）。如果不同的小題，都選擇了同一理論或觀點（例如：小題(1)與(2)都選了 A），則只計算較高分的小題，其他小題不計分（例如：小題(1)分數較高，小題(2)較低，則只計小題(1)的分數，小題(2)不計分）。

(本大題佔 24 分，每小題 6 分)

試題隨卷繳回