

競爭性、文化智商與出國工作意圖之關聯 —自我效能的中介作用

THE RELATIONS AMONG COMPETITION, CULTURAL INTELLIGENCE, AND OVERSEAS WORK INTENTION – THE MEDIATING EFFECT OF SELF-EFFICACY

陳欣

亞洲大學經營管理學系研究生

吳欣蓓*

東吳大學企業管理學系助理教授

Hsin Chen

*Graduate Student, Department of Business Administration,
Asia University*

Hsin-Pei Wu

*Assistant Professor, Department of Business Administration,
Soochow University*

摘要

本研究在探討競爭性、文化智商、自我效能和出國工作意圖之關聯。依據自我決定論推導競爭性與文化智商對出國工作意圖的直接關係，也就是大學應屆畢業生可能為了滿足能力需求而決定出國工作的關係，並提出自我效能機制來連結能力感、文化智商和追求具挑戰性目標（如出國工作意圖）的中介歷程。本研究對象為台灣地區國、私立大學之應屆畢業生，共計發放 370 份，回收有效問卷為 306 份，有效回收率為 82.7%。結果顯示，大學應屆畢業生的競爭性越高，出國工作意圖越高；文化智商越高，自我效能和出國工作意圖也越高，其中自我效能具部分中介效果。除此之外，調節認知性文化智商會透過自我效能的提高，進一步影響出國工作意圖，因此，自我效

*通訊作者，地址：台北市貴陽街一段 56 號 3413 室，電話：(02)2311-1531 分機 3413
E-mail：bessiewu@scu.edu.tw

能具部分中介效果。

關鍵字：出國工作意圖、競爭性、文化智商、自我效能

ABSTRACT

This study aimed to assess the relationships among the competition, cultural intelligence (CI), self-efficacy, and overseas work intention. According to the self-determination theory, we conducted direct relationships from the competition and cultural intelligence to work overseas intention. That is, senior students might decide to work overseas to fulfill the competence need. The authors also proposed the self-efficacy mechanism to link the perceived competence to the belief in oneself with competence, and then the belief encourages students to pursue a challenging goal of working overseas. The study collected data from 370 senior students in both public and private universities in Taiwan. A total of 306 participants returned valid responses making the valid response rate 82.7%. The results revealed that students possessing more competition leads to having higher overseas work intention. The more cultural intelligence they have, the more self-efficacy and overseas work intention they showed. Self-efficacy had a partial mediating effect on the CI-intention relation. Furthermore, metacognitive CI was positively related to both self-efficacy and overseas job intention. Self-efficacy thus had a partial mediating effect on the path from metacognitive CI to overseas work intention.

Keywords: Competition, Cultural Intelligence, Self-Efficacy, Overseas Work Intention

壹、研究動機與研究問題

台灣年輕人們為何背井離鄉？有人說台灣長期的低薪是讓人才選擇出走的原因，有的是希望到異鄉闖出自己的一片天，或是為了追求更好的生活品質，但某些人也許是想增加自己的國際觀與競爭力，不管如何國際化能力已成為青年人提高競爭力不可或缺的一環。越來越多年輕人們願意接受出國工作的挑戰，能到國外工作變成許多年輕人嚮往的事。根據行政院主計總處「106年國人赴海外工作人數統計結果」，未滿30歲者赴海外工作共14萬7千人或占20.0%，較105年增1千人或1.0%，101年以來

持續增加(行政院主計總處, 2018)。過去台灣產業技術內涵不高, 勞動力也相對豐沛, 足以滿足產業發展所需。然而, 辛炳隆(2013)指出自1990年代起基層勞力逐漸短缺, 除了生育率下降, 年輕世代工作取向改變, 造成基層人力不足之外, 最近幾年來, 台灣大力發展新興產業, 但受到中國大陸人才磁吸效應影響, 台灣專業菁英逐漸流失; 在這種專業人才「出多入少」的情況下, 專業人力不足已嚴重阻礙部分新興產業的發展。二十一世紀以來, 全球經濟共生系統愈趨緊密和台灣產業的全面進化, 讓人力的跨國流動更加頻繁與多元。相較於早期外派人員的不得已, 到現在外派人員顯得積極與主動, 再看看近年青年打工遊學者人數不斷攀升, 似乎已有愈來愈多的台灣人懷抱著不同動機、基於不同理由, 選擇出國工作(吳欣蓓、陸洛, 2016)。種種跡象皆顯示, 青年選擇出國工作有遞增的趨勢, 除了期待有高薪資水準和未來發展機會多外, 或許也希望能藉此增加多元的生活體驗、提升國際視野。

依據自我決定論(Self-Determination Theory, SDT), 當環境越能夠支持包含能力感(competence)、自主性(autonomy)以及關聯性(relatedness)這些心理需求時, 就越能夠激發個人後續的行動(Deci & Ryan, 1985)。青年人為何打算出國工作似乎可由這個理論來解釋, 排除高薪等的外在誘因, 內心是否會認為出國工作是有意義與重要的, 而為了追求那份滿足感, 促使他們赴海外工作呢? 大學應屆畢業生即將邁入職場, 絕大多數尚未有正式的工作經驗或海外工作經驗, 不如實際工作者掌握了很多的工作能力, 他們是否會為了快速累積能力而選擇出國工作呢? 也就是若大學青年認為自己越有能力, 或者認為在海外越能滿足自己的能力需求, 或許便越可能決定以出國工作為目標。因此, 本研究提出與能力感有關的變項來檢驗這個關係。Helmreich and Spence(1978)指出競爭性是一個人渴望在人際交往中取勝, 並比別人做得更好。所以, 好競爭特質的背後可能是個人本身便具備能力, 亦或是喜愛具能力的感受, 加以出國工作是一個稀缺的機會, 多數人必須透過競爭才能獲得, 於是本研究認為具有競爭性特質的大學青年或許認為自己是有能力, 並且為了滿足能力感受而傾向在未來追求海外工作的挑戰。此外, Earley and Ang(2003)指出文化智商是一個人跨文化背景下有效運作的能力, 使人們能夠與來自不同文化背景的人進行互動。若大學青年認為自己越擁有跨文化的能力, 是否也會為了滿足這份能適應異文化生活的能力需求而決定追求海外工作呢? 故, 本研究欲探討競爭性特質、文化智商與海外出國意圖之關聯。

其次, 本研究提出自我效能論為中介機制。自我效能是一種自我能力的判斷, 也就是個人是否相信自己有足夠的能力去完成目標的信念(Bandura, 1977)。如同前述, 多數大學青年尚未有職場經驗, 出國經驗可能也多囿限於觀光而已, 相對實際工作者可能是換個環境工作, 對新鮮人來說, 海外工作卻是一個既陌生又全然未知的挑戰, 因此或多或少會懷疑自己是否可勝任異地的工作任務, 尤其是他們多半僅能依賴過去

有限的學習經驗來判斷時。若大學青年能評判既有能力並展現出對自我能力的信心時，將可能提高其追求海外工作的意圖。遂此，本研究認為對大學青年而言，自我效能能在能力感受與滿足能力感而自我決定目標的歷程中可能扮演中介角色，並以即將有就業需求的大學應屆畢業生為樣本來檢驗自我效能的中介作用。

綜合以上所述，本研究的目的是有：一、探討大學應屆畢業生的競爭性與出國工作意圖之關聯；二、探討大學應屆畢業生的文化智商與出國工作意圖之關聯；三、探討大學應屆畢業生的自我效能與出國工作意圖之關聯；四、探討自我效能在研究模式裡的中介效果。

貳、文獻回顧與探討

一、自我決定論與出國工作意圖

自我決定論（Self-Determination Theory, SDT）由美國心理學家 Deci and Ryan（1985）提出。該理論認為個體自我決定程度與其目標設定及行為有重要的關聯。也就是，越是自我決定程度高的人，其行為動機越是由內在動機驅動，這樣的人即使在缺乏外在酬償與回饋的情況下，也能自願地持續從事某項行為，並在行為的過程中獲得滿足及快樂，進而促成下一步的自主行為及內在動機的增強。其中，需求是固有的心理養料，是持續心理成長、正直和福祉的根本要素（Deci & Ryan, 2000）。這些需求包含能力感（competence）、自主性（autonomy）以及關聯性（relatedness）（Deci & Ryan, 2000）。所謂能力感是指個人認為能有效的勝任該行動，自主性是指個人知覺到掌控行為的程度，而關聯性涉及個人渴望與他人有聯結的程度。根據 SDT，當環境越能夠支持這些心理需求，就越能夠激發個人後續的行為動機。

本研究的出國工作意圖乃指欲離開自己的國家，選擇到其他的國家去就業的目標或打算，並認為這個目標設定與自我決定論有關。近年來由於台灣的薪資與產業環境相較新興工業國家逐漸失去優勢，更多國內人才前往大陸地區與東南亞等地區，不僅包括具有專業技術與管理經驗的中高年齡層，愈來愈多的大學畢業生也希望能到海外工作（劉黃麗娟、辛炳隆，2015）。根據勞動部「106年勞工生活及就業狀況調查」（勞動部，2018），越年輕的台灣工作者，想到國外工作的比率愈高，以青少年（15-24歲）占27.3%最高，壯年（25-44歲）占16.5%，中高齡（45-64歲）占7.9%。全球化的時代下，國家間人才流動，就業的選擇不再僅限於國內，出國工作成為現代青年職涯規劃的選項之一，在1111人力銀行2018年對應屆畢業新鮮人的調查中顯示，38%有意

前往海外工作，首要考量為薪資，新鮮人期待海外薪資平均為新台幣 5 萬 7445 元，約為預計留在國內新鮮人的期望薪資 3 萬 1103 元的 1.76 倍，其次為國際經驗、海外人脈等（廖禹揚，2018）。因此出國工作與國內就業環境及國際勞動市場息息相關，若個人所處就業環境無法滿足其需求時，便希望接觸其他勞動市場（林銘瀚，2012）。從新鮮人欲從出國工作中歷練並期待累積國際經驗來看，自我決定出國工作可能亦在滿足其能力感的需求。

二、競爭性

競爭性（Competition）指個人以自身能力適應社會環境，企圖在過程中通過擊敗或建立優勢來獲得或贏得某事的心理特徵。回顧文獻中，較早強調競爭性的一維觀點（Deutsch, 1949；Johnson & Johnson, 1989；Kohn, 1986），而較新的研究則發現還有多維結構（Deutsch, 1990；Fülöp, 1992；Griffin-Pierson, 1990；Ryckman, Hammer, Kaczor, & Gold, 1990；Ryckman, Hammer, Kaczor, & Gold, 1996；Ryckman, Libby, Van Den Borne, Gold, & Lindner, 1997）。Helmreich and Spence（1978）認為競爭性是與他人的競爭，和努力比他人做得更好。Gill（1986）認為競爭性是個人渴望達到目標，追求成功，贏得勝利並避免失敗。Lee（1988）則發現個人有對競爭的渴望和喜好，以及渴望獲得來自競爭的認可。第一維度是相互比較，是競爭者擊敗其他對手的願望；第二維度是努力實現自己的既定目標，不僅要做得比別人更好，而且要盡可能做到最好（Griffin-Pierson, 1990）。Franken and Brown（1995）則定義了人們參與競爭的三個動機，一是獲勝的需要，因為競爭輸贏的可能性意味著，想要成為贏家的個人不可避免地必須參與競爭來擊敗對手；二是即使不贏也要提高表現的願望；三是在競爭形勢下付出努力的動力。根據 Grum and Kolenc（2008）的說法，競爭性背後的動機如贏得或消滅他人、變得比他人更好、達到卓越的標準從而取得進步，與測試自己的能力。在社會經濟發展的脈絡背景下，大學應屆畢業生很可能有出國工作的意圖。而在決定職涯目標的歷程中，不外乎考慮滿足自身的各項需求，並以過去學習經驗來判斷。從 SDT 中個體可能為追求能力的滿足感而自我促發行動的論點來看，競爭性高的大學應屆畢業生，很可能為了持續滿足其能力需求和可能比其他人更渴望成功，而選擇進入國外職場。因此，本研究提出假設 1：當大學應屆畢業生知覺競爭性越高，畢業後出國工作意圖越高。

三、文化智商

文化智商（Culture Intelligence）是倫敦商學院 Earley 教授和南洋理工大學 Ang 教授於 2003 年合著《文化智商》一書，所提出的概念。Earley and Ang（2003）認為文

化智商是個人在不同文化中有效適應新文化的能力，亦即在新文化下調整行為採取相應的措施，以符合當地的價值觀與信念。此注重在於不同文化的理解力和調適力，用以解釋個人在進行跨文化互動時產生差異的原因，像是為何有的人能夠在異文化中適應良好，有的人卻不能。Peterson (2004) 則表示，文化智商是個體能在不同國家、不同組織以及不同文化中成功適應之能力，此能力可以依靠語言與人際關係去適應各種不確定情況，以便在不同環境中進行自我調整。而于卓民、巫立宇與蕭富峰 (2009) 提到文化智商是幫助人們去適應新文化環境的觀念，代表的是一種文化敏感度與包容度，是一種經過長期的累積、對不同文化深入的觀察、體悟及感受能力。當文化智商越高，在異文化中處理事情時將能夠瞭解對方，並做出較好的判斷，學習從異文化的觀點來看，區隔同一件事在不同文化中所呈現的差異。而具文化智商的個人不僅要思考或理解新環境，還必須以適當的方式採取行動 (Story, Barbuto, Luthans, & Bovaird, 2014)。

文化智商由四個構面組成，分別為動機性文化智商、認知性文化智商、調節認知性文化智商及行為性文化智商，以下將分別描述四個構面之意義。動機性文化智商 (Motivational CI) 是指個人有能力在不同文化情境下集中注意力和精力去學習和運作 (Ang, Van Dyne, Koh, Ng, Templer, Tay, & Chandrasekar, 2007)，反映了個人在體驗其他文化和跨文化適應方面的興趣、動力和精力，以及個人可以計算自己與不同文化背景的人進行有效互動的能力 (Ang & Inkpen, 2008；Ang, Van Dyne, & Koh, 2006)。認知性文化智商 (Cognitive CI) 是指個人對於不同文化知識的學習與了解程度，包括經濟、法律等，並可以藉由教育或是個人經驗學習而獲得 (Triandis, 1994)。調節認知性文化智商 (Meta-cognitive CI) 是指個人運用觀察、互動了解文化知識的心理過程，意即透過對文化的察覺與體悟，獲取正確的文化知識應用於實際互動中。反映了個人獲取和理解知識的過程，對文化和文化差異進行戰略性思考與理解不同文化背景的能力 (Ang & Inkpen, 2008；Ang, Van Dyne, & Koh, 2006)；行為性文化智商 (Behavioral CI) 是指一個人改變行為以適應其他文化的能力，包括非語言行為 (即肢體語言，肢體手勢和面部表情) 以及語言行為 (即口音，語氣和表現力) (Ang et al., 2007)。從以上四個文化智商的構面可看出，文化智商是用來評測一個人在進行跨文化互動時，在動機、認知、調節認知、行為等四大面向所展現出來的跨文化適應能力。

動機性文化智商越高，代表喜愛新文化並企圖融入它的程度，認知性文化智商越高，代表對新文化的知識理解程度越高，調節認知性文化智商越高，則代表自己能有意識地與他人進行跨文化互動，以便調整自己的認知去適應對方，最後，行為性文化智商越高，代表願意展現適當的語言或非語言行為，以滿足跨文化情境的要求。大學應屆畢業生將依據過去學習經驗考量自己擁有的文化智商程度，若文化智商越高會認

為自己越有能力勝任海外工作，於是出國工作意圖高，也許也隱含想滿足與證明自己能夠在不同文化下生存的能力，根據 SDT，這份跨文化能力感的需求可能驅使大學應屆畢業生挑戰海外工作，故提出假設 2：當大學應屆畢業生文化智商越高，畢業後出國工作意圖越高。

四、自我效能

Bandura (1977) 提出解釋人類行為的社會認知理論 (Social Cognitive Theory)，認為人類的心理功能會受到環境、行為、認知及其他個人因素彼此交互作用的影響。其中自我效能 (self-efficacy) 是影響人類行為一個很重要的構念。Bandura (1994) 認為自我效能決定了人們的感受、思考、動機和行為。這樣的信念通過四個「心理過程」(psychological process) 影響我們的行為和表現，包括認知、動機、情感和選擇過程。以下將分別描述四個過程之意義：(一) 認知過程 (Cognitive Processes)：涉及獲取、組織與使用訊息的思維過程。高自我效能的人會自我設定具有挑戰性的目標，並運用良好的分析思維來達成目標。(二) 動機過程 (Motivational Processes)：採取行動的努力程度和持久性。高自我效能的人會激勵自己與努力堅持直到實現目標。(三) 情感過程 (Affective Processes)：調節情緒狀態和誘發情緒反應的過程。高自我效能的人會相信自己可以控制威脅，不會產生不安的思維模式。反之，低自我效能的人認為自己無法掌控威脅，放大事情嚴重性產生高度焦慮，將自己處在的環境視為充滿危險。(四) 選擇過程 (Selection Processes)：選擇行為則是指個人將依能力來選擇可挑戰的目標，如選擇職業發展時。

另外，依據社會認知理論的觀點，Bandura (1994) 提出了三種建立自我效能的方法，第一是通過掌握經驗，當個人獲得成功的經驗，對於增強自我效能是有助益；反之，若其得到的是失敗的經驗，就有可能減弱其自我效能。建構自我效能的第二種方法是通過替代經驗。當看見與自己能力相似的人透過持續不斷的努力獲得成功，使觀察者相信他們也擁有相當的能力取得成功。同樣，若觀察到他人的失敗會降低觀察者對其自身效能的判斷，並破壞他們的努力。社會說服力是增強人們對自己擁有信念的第三種方法，藉由他人口頭上的說服與鼓勵，使個人相信自己擁有勝任某特定事務的能力，同時也提高了自信程度。

大學應屆畢業生的競爭心理可能根植於過去的學習經驗，競爭性越高可能隱含著過去的學習經驗比較其他人來得越好，也就是成功經驗可能越多，因此，大學應屆畢業生的越好競爭則可能擁有較高的自我效能，故提出假設 3：大學應屆畢業生的知覺競爭性越高，自我效能感越高；再者，文化智商高的人對不同文化的風俗習慣有所瞭解，透過熟練掌握文化訊息，能夠解釋、控制和預測跨文化環境。若大學應屆畢業生

的個人經驗中能經常瀏覽或接受國外文化訊息，持續努力關注國外議題，獲得較充足的訊息來支持與幫助瞭解國外局勢，並在互動中能夠調整自己的行為做出適當的應對方式，則對跨文化知識的理解與成功交流經驗而來的能力感，可能提高大學應屆畢業生的自我效能，故假設 4：大學應屆畢業生的文化智商越高，自我效能感越高。

自我效能的高低與個人實際擁有的技能無關，而是與自我能力的判斷有關。職場生活中原本充滿許多困難與挫折，若要離開舒適的環境轉而到陌生的地區發展，更是挑戰重重。就認知過程來看，大學應屆畢業生接受國外工作的挑戰前，必須產生對自己能力的信心才能勝任困難的任務；就動機過程而言，大學應屆畢業生的自我效能越高，才能付出努力與堅持出國工作的意圖；就情感過程來說，高度的自我效能將使其正向地看待與面對海外工作的挑戰；最後，選擇過程中，大學應屆畢業生將依據自我能力的判斷產生自信，當信心越強，則選擇出國工作的可能性越高。因此，提出假設 5：當大學應屆畢業生自我效能越高，畢業後出國工作意圖越高。

五、自我效能的中介效果

大學應屆畢業生依據過去競爭中得勝的經驗，可以得到成就感。同樣的，個人的生活經歷可能會對文化智商產生影響 (MacNab & Worthley, 2012)，經由大學應屆畢業生過去跨文化經驗的累積，或可令其相信自己擁有較容易且願意接受不同文化的能力感受。自我效能感來自於個人面對困難的挑戰後，成功解決困境而獲得成就感所產生的自我肯定的信念。從競爭性的觀點來看，這些能力感與自我認識都可能讓個人滿意自己的能力，才提升自我效能，故自我效能可視為一項對於滿意自身能力的結果。在大學應屆畢業生從過去學習經驗中習得能力感到自我決定追求出國工作的歷程中，自我效能所產生的對有能力感的信念將可能幫助其勇於追求該項具有挑戰的目標。大學應屆畢業生的工作和出國經驗比較一般工作者尚有不足，僅能依賴過去正向的學習經驗來評判自身能力，不管是競爭性或文化智商所帶來的能力感受可能還需要產生有能力感的信念才足以驅動其接受高目標的挑戰。因此，本研究認為自我效能可能成為大學應屆畢業生知覺競爭性、文化智商與出國條件的中間機制。這些能力感受先是影響了對能力有信心的心理態度，才產生了積極追求目標的想法，最後才下決定做出實際行動。故提出假設 6-1：自我效能對知覺競爭性與出國工作意圖間有中介之效果；假設 6-2：自我效能對文化智商與出國工作意圖間有中介之效果。

本研究依據文獻回顧與假設推論將研究架構呈現如圖 1 所示。

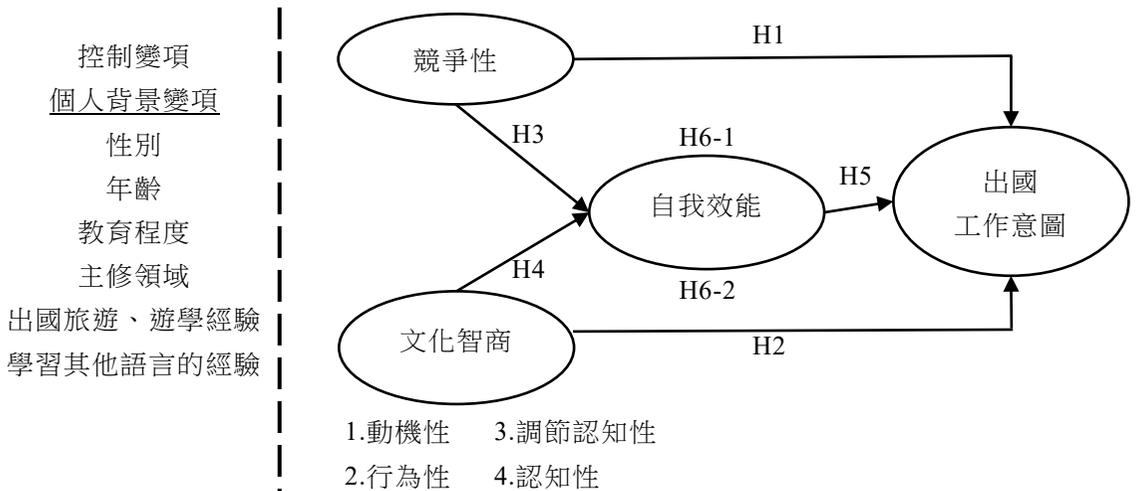


圖 1 研究架構圖

參、研究方法及步驟

一、研究對象

本研究以台灣地區國、私立的大學應屆畢業生為研究對象，因考量大一、大二、大三的學生未需要面對畢業後的求職壓力，與對未來規劃的變數，故選擇了即將畢業的大四生為研究對象。

在 306 份有效問卷中，樣本特性方面，受訪大學應屆畢業生以「女性」居多，有 211 人，佔 69.0%；樣本平均年齡 21.36 歲 (SD=0.71)；在國、私立大學部分，國立大學 8 所，私立大學 9 所，樣本採集平均分散在北中南東地區；在主修（科系）領域部分，填寫問卷對象之主修領域相當的廣泛，包含人力資源發展學系（27 人，8.8%）、休閒遊憩管理學系（25 人，8.2%）、資訊工程系（23 人，7.2%）、教育系（21 人，6.9%）、體育系（20 人，6.5%）、兒童發展與家庭教育系（20 人，6.5%）、時尚設計與管理系（19 人，6.2%）、食品科技系（18 人，5.9%）、經營管理系（17 人，5.6%）、其他（如台灣文學系、心理與諮商系、化學系、纖維與複合材料學系、機械工程系、文化觀光產業學系、中國語文系、財務金融系、動物科學系、資訊應用學系等）；在出國次數部分，以沒出國的人數（95 人，31%）居多，其次為只出國過 1 次的人（67 人，21.9%），

而其中出國過的學生以去東北亞地區為最多；在學習語言之經驗部分，以英文（215人，70.3%）居多，其次則是日語（20人，6.5%）；在學習語言之時間部分，受試者一週練習語言的時間平均為3.3小時（SD=3.96）；在語言能力部分，居多的受試者認為自己的語言能力相對於同儕是相等的。

二、研究施測程序

以學校單位系所相關人員（系會長或系會員）做為各大學聯絡人，在協請同意計算系所內應屆畢業生人數後才發放問卷，問卷中亦將說明保密方式，並請受試者在知情同意的情況下作答。調查之作法，委由系所相關人員代為發放，調查包裹中除匿名問卷外，還會依個別單位人數放入小禮物，請受試者於問卷填寫完畢後，可將問卷交給系所相關人員，並領取小禮物一份，再由系所相關人員放入已備妥之大型回郵信封寄回，以確保個人資料的私密性。部分受試者可能因無效問卷、未回覆問卷則需被排除在研究分析之外，本研究不透露任何資訊，以保護受試者隱私。本研究受試者問卷皆為匿名，本研究亦不提供所獲個人資料於任何收案單位，以確保研究倫理。

最後，本研究變項多須由受訪者依據實際狀況作答，為了避免填答者猜測變項之關係，亦謹慎使用指導語，在不直接告知研究變項為何的情況下，請填答者依據實際的心理狀況或行為表現作答，並請仔細閱讀題項。

三、研究變項測量

(一)控制變項

本研究之控制變項包含年齡、性別、教育程度、主修領域、出國旅遊與遊學經驗、學習其他語言的經驗。其中學習其他語言的經驗問題包含學習何種語言、平均一週學習其他語言的時間與自我知覺外語能力的程度。自我知覺外語能力的問項為「與同儕之間的比較，認為自己的外語能力？」，以3種程度（低、中、高）來衡量。

(二)研究變項

1. 競爭性：取自 Helmreich and Spence (1978) 的「競爭性量表」，共計4題，問項如「獲勝就是一切」。以李克特式 (Likert-type) 5點量尺 (1=非常不符合，5=非常符合) 計分，總分數越高表示競爭性越高。本量表內部一致性信度為.64，顯示其內部一致性尚可。
2. 文化智商：取自 Ang and Van Dyne (2008) 的「文化智商量表」(Cultural Intelligence Scale)，文化智商的四個子構面包含動機性文化智商、認知性文化智商、調節認知

性文化智商與行為性文化智商，採用題目共計 14 題，問項如「當我與不同文化背景的人互動時，我會有意識地應用文化知識」、「我瞭解（別的文化）的司法與經濟體制」、「我喜歡與不同文化的人互動」、「在跨文化互動中若有需要，我會調整自己的非語言行為」等。以李克特式（Likert-type）7 點量尺（1 = 非常不同意，7 = 非常同意）計分，總分數愈高表示文化智商愈高。各分量表信度方面，動機性文化智商的內部一致性信度為.95；認知性文化智商為.86；調節認知性文化智商為.92；行為性文化智商為.87，總量表的內部一致性信度為.95，顯示其內部一致性良好。

3. 自我效能：取自 Schwarzer, Bäßler, Kwiatak, Schröder and Zhang（1997）的「一般自我效能量表」（General Self-efficacy Scale），共計 5 題，問項如「如果我盡力去做的話，我總是能夠解決難題的」。以李克特式（Likert-type）6 點量尺（1 = 完全不正確，6 = 完全正確）計分，總分數愈高表示自我效能愈高。本量表內部一致性信度為.83，顯示其內部一致性良好。
4. 出國工作意圖：出國工作意圖在參考章英華、傅仰止（2006）的臺灣社會基本變遷調查問卷後，共計 3 題，修改題目為「如果未來有海外工作機會，您願不願意應徵？」，以李克特式（Likert-type）4 點量尺（1 = 很不符合，4 = 很符合）計分，總分數越高表示出國工作意圖越高。本量表內部一致性信度為.89，顯示其內部一致性良好。

四、統計方法

本研究在探討大學應屆畢業生在競爭性、自我效能、文化智商與出國工作意圖之關聯。首先，信度分析（Cronbach's α ）將用以檢驗量表工具的信、效度；相關分析在求取個別變項間之相關係數；驗證性因素分析（Confirmatory Factor Analysis, CFA）來確認觀察變數是否能精確地衡量潛在變數；線性結構方程模型（Structural Equation Modeling, SEM）將用以檢驗整體（中介）模式的配適程度，並驗證假設。

肆、研究結果

一、驗證性因素分析（CFA）

本研究使用 AMOS 24.0 軟體對使用多題量測的變項進行驗證性因素分析（Confirmatory Factor Analysis, CFA），驗證性因素分析主要是確認觀察變數是否能精

確地衡量潛在變數。在此研究中比較了四因子與七因子的模型，四因子模式包含 4 個潛在變數與 16 個觀察變數，其中 4 個潛在變數分別為：競爭性、文化智商、自我效能與出國工作意圖；七因子模式包含 7 個潛在變數與 26 個觀察變數，其中 7 個潛在變數分別為：競爭性、動機性文化智商、認知性文化智商、調節性文化智商、行為性文化智商、自我效能與出國工作意圖。

首先，由表 1 可知，本研究四因子模式的適配度指標為： $\chi^2=256.8$ 、 $df=98$ 、 $CFI=0.93$ 、 $TLI=0.91$ 、 $RMSEA=0.07$ ，七因子模式的適配度指標為： $\chi^2=653.54$ 、 $df=278$ 、 $CFI=0.93$ 、 $TLI=0.92$ 、 $RMSEA=0.07$ ，並且其他構面模式皆低於可接受水準，又顯著較本研究預設模式的適配度差，可知本研究四因子和七因子模式皆為最佳模式。

接著，檢測內在結構配適度，即信度與效度的檢測。依據 Hair, Black, Babin, Anderson, and Tatham (1998) 的建議，理想的個別題目信度是指個別題目的因素負荷量須達 0.5 以上，且達統計之顯著水準。由表 2 可知，除了競爭性第三題之標準化因素負荷量為 0.42，但接近 0.5 理想標準，研究變項皆符合上述的標準，而研究者為了保持競爭性變項測量的完整性，且將此題項刪掉並沒有提高內部一致性與組合信度，因此予以保留。而潛在變項之組合信度 (Composite Reliability, CR) 表示研究構面的內部一致性，即潛在變項之建構信度。根據 Fornell and Larcker (1981) 建議，組合信度值在 0.6 以上，表示研究模式的內部品質良好。本研究模式的 CR 值介於 0.64 到 0.95，表示研究模式的內部品質良好。平均變異萃取量 (Average Variances Extracted, AVE) 代表觀察變項能測得多少百分比的潛在變項。根據 Fornell and Larcker (1981) 建議 AVE 要大於 0.5。研究模式的 AVE 皆大於 0.5，僅有競爭性之 AVE 為 0.31 未符合理想標準。Hair et al. (1998) 認為收斂效度 (convergent validity) 必須同時考量個別題目信度、潛在變項組合信度 (CR) 與平均變異粹取 (AVE) 等三項指標，若此三項指標均符合標準，方能表示本研究所測之構念具收斂效度。因此，本研究模式的收斂效度雖未盡理想，但綜合考量仍屬可接受之範圍。

表 1 四因子與七因子模型配適值（最大似然估計）比較表

<i>Model</i>	<i>df</i>	χ^2	$\Delta\chi^2 (\Delta df)$	<i>CFI</i>	<i>TLI</i>	<i>RMSEA</i>
七因子	278	653.54***		.93	.92	.07
四因子	98	256.80***		.93	.91	.07
三因子	101	399.16***	142.36 (3) ***	.86	.83	.10
二因子	103	980.18***	581.02 (2) ***	.59	.52	.17
一因子	104	1235.13***	254.95 (1) ***	.47	.39	.19

註：N=205. $\Delta\chi^2$ 和 Δdf 表示四因子和其他模型之間的差異。CFI，比較性配適指標；TLI 非規範配適指標；RMSEA，平均概似平方誤根。** $p < .01$ ，*** $p < .001$ 。

表 2 整體衡量結構模式分析表

衡量構面		標準化因素 負荷量	量測 誤差	組合 信度	變異數 萃取量
競爭性	1.獲勝就是一切	0.64		0.64	0.31
	2.當其他人的表現比我好這會惹惱我	0.63	0.15		
	3.把自己的工作做得比別人好對我來說很重要	0.42	0.22		
	4.我很享受在工作時與其它人競爭的狀況	0.53	0.22		
文化 動機性 文化智商 智商	5.當我與不同文化背景的人互動時，我會有有意識地應用文化知識	0.91		0.95	0.81
	6.我會調整我的文化知識以更好地與我不熟悉的文化背景的人互動	0.91	0.06		
	7.我能察覺到我使用文化知識在我與他人進行跨文化互動時	0.91	0.06		
	8.當我與不同文化背景的人互動時，我會檢視自己文化知識的正確性	0.88	0.07		

續下表

續表 2

		9.我瞭解（別的文化）的司法與經濟體制	0.92			
	認知性 文化智商	10.我瞭解（別的语言）的使用規則（如：語彙、文法）	0.86	0.1	0.87	0.69
		11.我瞭解（別的文化）的文化價值與宗教信仰	0.70	0.09		
		12.我喜歡與不同文化的人互動	0.77			
文化 智商	調節 認知性 文化智商	13.我有自信可以與自己不熟悉文化的當地人互動	0.87	0.06		
		14.我相信自己能適應在一個新文化中生活的壓力	0.90	0.06	0.92	0.7
		15.我享受居住在自己不熟悉的文化中	0.81	0.07		
		16.我有自信能夠習慣不同文化的消費狀況	0.82	0.07		
		17.在跨文化互動中若有需要，我會調整自己的語言行為（如：口音、語調）	0.92			
	行為性 文化智商	18.在跨文化互動中若有需要，我會調整自己的非語言行為	0.84	0.06	0.87	0.78
		19.如果我盡力去做的話，我總是能夠解決難題的	0.50			
		20.即使別人反對我，我仍有辦法取得我所要的	0.66	0.18		
自我效能		21.我自信能有效地應付任何突如其來的事情	0.81	0.21	0.83	0.5
		22.我能冷靜地面對困難，因為我可信賴自己處理問題的能力	0.81	0.21		
		23.有麻煩的時候，我通常能得到一些應付的方法	0.72	0.17		
		24.我時常留意海外是否有適合的工作機會	0.79			
出國工作意圖		25.我希望將來可以到海外工作	0.90	0.07	0.89	0.73
		26.3年內有中意的海外工作機會，我會嘗試去應徵	0.86	0.07		

資料來源：本研究整理

最後，我們檢測區別效度（discriminant validity）。一個測量模型具有區別效度，其潛在構面間的關係程度必須小於潛在構面內的關係程度，即以構面間的關係矩陣來檢定，潛在變項的平均變異抽取量（AVE）之平方根值需大於其他不同構面下的相關係數（Hair et al., 1998）。由表 3 結果顯示，平均變異萃取（AVE）之平方根值皆大於主要研究變項間的相關，表示本研究模式具有區別效度。

表 3 預測變項與效標變項之間的簡單相關係數表 (N=306)

	Mean	SD	1	2	3	4	5	6	6.1	6.2	6.3	6.4	7	8
1.性別	0.31	0.46	1											
2.出國次數	2.01	2.32	-.09	1										
3.學習語言之時間	3.5	5.12	-.07	.19**	1									
4.語言能力	0.7	0.55	-.18**	.2**	.46**	1								
5.競爭性	11.3	2.7	.16**	-.03	.08	-.03	.56							
6.文化智商	16	3.64	-.07	.25**	.17**	.18**	.09	.81						
6.1.動機性文化智商	20.08	4.71	-.10	.20**	.12*	.16**	.05	.89**	.90					
6.2.認知性文化智商	12.25	3.42	-.01	.22**	.15**	.13*	.12*	.80**	.62**	.83				
6.3.調節認知性文化智商	22.39	5.95	-.02	.22**	.16**	.17**	.11	.92**	.72**	.65**	.83			
6.4.行為性文化智商	9.34	2.58	-.12*	.22**	.17**	.21**	.06	.83**	.69**	.53**	.73**	.88		
7.自我效能	4.23	0.65	.12*	-.01	.03	.03	.07	.14*	.06	.13*	.19**	.11	.71	
8.出國工作意圖	2.7	0.74	.01	.19**	.20**	.14*	.20**	.52**	.38**	.40**	.55**	.46**	.20**	.85

註：1.*.在顯著水準為 0.05 時（雙尾），相關顯著。**.在顯著水準為 0.01 時（雙尾），相關顯著。

2.性別：男（1），女（0）

3.研究變項之對角線是 AVE 的開根號值，非對角線為各構面間的相關係數。

二、變項間之相關分析

本研究各變項之相關係數亦如表 3 所示，在控制變項的部分，本研究作為背景變項共有性別、出國次數（出國旅遊或遊學經驗）、學習其他語言的經驗（學習語言之時間、語言能力），在性別部分，男性為 1，女性為 0。

根據數據來觀察，可以看到性別與競爭性（ $r = .16, p < .01$ ）、自我效能（ $r = .12, p < .05$ ）有顯著正相關，與行為性文化智商（ $r = -.12, p < .05$ ）則有顯著負相關；顯示男性有較強的競爭性、較高的自我效能；反之，男性之行為性文化智商相較女性較弱。出國次數與文化智商（ $r = .25, p < .01$ ）、出國工作意圖（ $r = .2, p < .01$ ）有顯著正相關；可以發現出國次數越多者其文化智商與出國工作意圖越高。學習語言之時間與文化智商（ $r = .17, p < .01$ ）、出國工作意圖（ $r = .2, p < .01$ ）有顯著正相關；可以發現學習語言之時間越長者其文化智商與出國工作意圖越高。語言能力與文化智商（ $r = .18, p < .01$ ）、出國工作意圖（ $r = .14, p < .05$ ）有顯著正相關，顯示語言能力越高者其文化智商與出國工作意圖越高。

在變項之相關分析中，可以發現競爭性、文化智商（動機性、認知性、調節認知性、行為性）、自我效能與出國工作意圖有著顯著正相關，與研究假設 1、假設 2、假設 5 方向相同，即競爭性、文化智商、自我效能越高者其畢業後出國工作意圖也越高，因此研究假設 1、假設 2、假設 5 在此獲得初步支持。

三、結構方程模型（Structural Equation Modeling, SEM）檢驗結果

本研究將分別檢驗四因子與七因子模型，內容如下：

由圖 2 四因子研究模型可知，競爭性與出國工作意圖有顯著正向關聯，表示大學應屆畢業生的競爭性越強時，畢業後出國工作意圖會越高，本研究之假設 1 獲得支持；文化智商與出國工作意圖有顯著正向關聯，表示大學應屆畢業生的文化智商越高時，畢業後出國工作意圖會越高，本研究之假設 2 獲得支持；另外，結果顯示文化智商與自我效能有顯著正向相關，表示文化智商越高，自我效能越高，本研究之假設 4 獲得支持。自我效能與出國工作意圖有顯著的正向相關，表示大學應屆畢業生的自我效能越高時，畢業後出國工作意圖會越高，本研究之假設 5 獲得支持。最後，根據研究結果來看自我效能之中介效果，研究者發現文化智商能夠透過自我效能的提高，進一步影響出國工作意圖，但文化智商與出國工作意圖仍有顯著效果，故本研究之假設 6-2 獲得支持，且為部分中介作用。

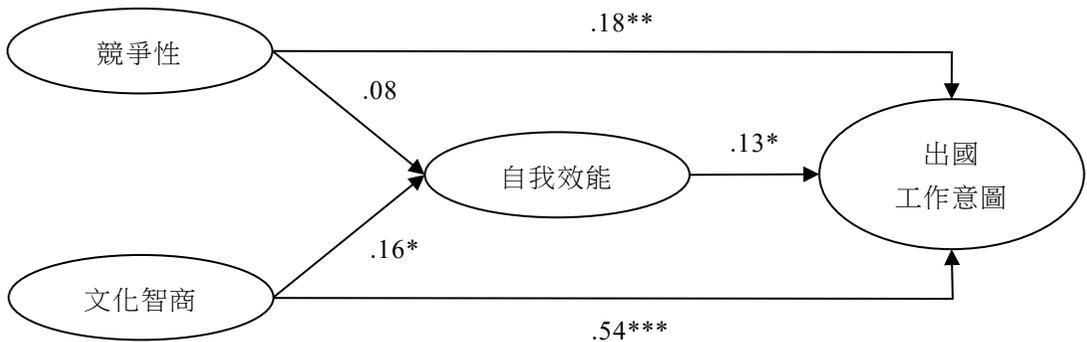


圖 2 四因子研究模型

由圖 3 七因子研究模型可知，文化智商四構面部分中，動機性文化智商、認知性文化智商、行為性文化智商與出國工作意圖的關係未達顯著水準，僅調節認知性文化智商與出國工作意圖有顯著正向關聯，表示大學應屆畢業生的調節認知性文化智商越高時，畢業後出國工作意圖會越高；其次，結果亦顯示僅調節認知性文化智商與自我效能有顯著正向相關，表示大學應屆畢業生的調節認知性文化智商越高，自我效能會越高。最後，根據研究結果來看自我效能之中介效果，研究者發現調節認知性文化智商能夠透過自我效能的提高，進一步影響出國工作意圖。

伍、結論與建議

一、研究結果討論

本研究以「競爭性」、「文化智商」、「自我效能」為主要變項，探討大學應屆畢業生競爭性、跨文化互動能力、能力信念與出國工作意圖的影響，以下將就分析結果進一步討論。

從相關分析結果中，發現競爭性、文化智商（動機性、認知性、調節認知性、行為性）、自我效能與出國工作意圖都有著顯著正相關。從觀察結構方程模型檢驗結果，大學應屆畢業生的「競爭性」、「文化智商」皆可正向與「出國工作意圖」有關，故假設 1、假設 2 成立；「文化智商」可正向與「自我效能」有關，故假設 4 成立。另外，「自我效能」可正向與「出國工作意圖」有關，故假設 5 成立。最後，「自我效能」在「文化智商」與「出國工作意圖」間具有部分中介效果，故假設 6-2 成立。不過觀察

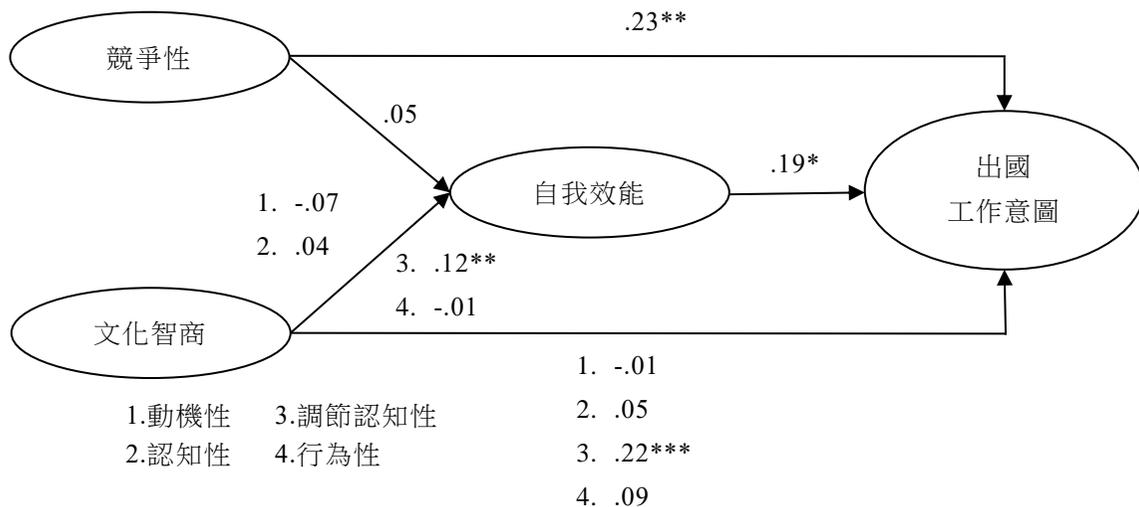


圖 3 七因子研究模型

七因子結構方程模型檢驗結果，僅大學應屆畢業生的「調節認知性文化智商」在「自我效能」與「出國工作意圖」間有中介作用。

(一) 競爭性對出國工作意圖的影響

研究結果顯示，大學應屆畢業生的競爭性與出國工作意圖有顯著的正向關係，亦即大學應屆畢業生的競爭性越強，畢業後出國工作意圖越高。擁有高競爭性的人被視為渴望透過成功來獲得他人的認可 (Lee, 1988)。在現今高度競爭的社會下，大學應屆畢業生為了追求目標、理想，渴望成功，透過國外工作的經歷建立優勢，來獲得成就與讚許。因此，在社會現實面的壓力下，知覺競爭性越強的人會願意面對出國工作的挑戰，大學應屆畢業生的知覺競爭性的特質可能增加其出國工作的意圖。

(二) 文化智商對出國工作意圖的影響

研究結果顯示，大學應屆畢業生的文化智商與出國工作意圖有顯著的正向關係，亦即大學應屆畢業生的文化智商越高，畢業後出國工作意圖越高。擁有高文化智商的人被視為是其處在不同文化的情境下，能夠理解文化的差異，面對問題能運用有效率地方式解決問題 (Earley & Ang, 2003)，增強其在國外環境下也能保持良好的工作表現。因此，本研究實證了文化智商對於出國工作意圖具有正向影響的效果。除了本研究的原先訂定之主要假設外，亦針對文化智商的四個次級變項：動機性文化智商、認

知性文化智商、行為性文化智商、調節認知性文化智商，來細部探討。以下將以文化智商之四個次級變項分別闡述其對於出國工作意圖之影響。

1. 動機性文化智商對出國工作意圖的影響

研究結果顯示，大學應屆畢業生的動機性文化智商與出國工作意圖無顯著關係，亦即動機性文化智商的高低並不影響大學應屆畢業生的出國工作意圖。擁有高動機性文化智商的人被視為會主動學習新文化的知識、願意接受新環境的挑戰，且具有相當的自信能夠適應於新文化中（Earley & Ang, 2003），但有可能因為大學應屆畢業生尚未有明確的工作目標與派任地點，故可能欠缺主動學習新文化知識的動力，因而使之與出國工作意圖的直接關係不顯著。

2. 認知性文化智商對出國工作意圖的影響

研究結果顯示，大學應屆畢業生的認知性文化智商與出國工作意圖無顯著關係，亦即大學應屆畢業生的認知性文化智商高低尚未有證據顯示與出國工作意圖有關。擁有高認知性文化智商的人被視為熟知不同文化的規範、習俗、法律與經濟層面等知識，透過獲取文化知識的能力和有效的運用，來展現良好的適應能力（Triandis, 2006），但可能由於本研究的大學應屆畢業生樣本尚未有明確且具體的出國工作地點，因此對異國相關社經知識的回覆，僅能概括性的填寫，或者也由於其學習與出國經驗有限，因此對不同文化的認識有限，在缺乏變異的情況下便與出國工作意圖的關係不顯著。

3. 調節認知性文化智商對出國工作意圖的影響

研究結果顯示，大學應屆畢業生的調節認知性文化智商與出國工作意圖有顯著的正向關係，亦即大學應屆畢業生的調節認知性文化智商越高，畢業後出國工作意圖會越高。擁有高調節認知性文化智商的人被視為能夠根據不同的對象採用不同的策略來進行跨文化互動，因為能在交流過程中觀察對方並調整自己的模式，使雙方在交流互動時能不受隔閡（Brislin, Worthley, & MacNab, 2006；Triandis, 2006），所以其出色的適應力與溝通技巧，不但是跨文化互動中相當重要的應變能力，也是出國工作所需具備的條件；因此，大學應屆畢業生願意改變自己的認知來與不同文化背景的人相處，將能促使其畢業後出國工作的意圖。

4. 行為文化智商對出國工作意圖的影響

研究結果顯示，大學應屆畢業生的行為性文化智商與出國工作意圖無顯著關係，亦即大學應屆畢業生的行為性文化智商的高低尚未有證據顯示與出國工作意圖有關。雖然 Ang et al. (2007) 提到擁有高行為性文化智商的人被視為能夠在與不同文化的人

相處的時候，運用語言或是非語言的表現來互動，本研究以大學生為樣本，囿限於其有限的異文化接觸經驗，大學生的行為性文化智商可能普遍不足，例如缺乏以聲音、面部表情、手勢、身體姿勢等的經驗，來與不同國家的人進行互動，在缺乏樣本變異的情況下，便與出國工作意圖的關係不顯著。

(三)自我效能對出國工作意圖的影響

研究結果顯示，大學應屆畢業生的自我效能與出國工作意圖有顯著的正向關係，亦即大學應屆畢業生的自我效能越高時，畢業後出國工作意圖會越高。自我效能高的人被視為對於自身信心強烈的人，通常會認為自己有一定的價值，也更有追求理想的動力(Bandura, 1994)，藉由挑戰出國工作的機會，提升自己的能力和認知水平。因此，大學應屆畢業生自我效能的程度高可能增加其出國工作的意圖。

(四)自我效能的中介效果

1. 競爭性、自我效能與出國工作意圖

研究結果顯示，大學應屆畢業生的競爭性與自我效能無顯著關係，並且中介作用不成立；也就是大學應屆畢業生的好競爭性與出國工作意圖的直接效果並不會透過自我效能的中介機制來達成。由此可知，大學應屆畢業生由過去學習經驗累積而來的好競爭性或許已經可令其產生足夠的能力感，進而可直接幫助其挑戰高目標的行動，而不會透過對能力的自信機制來達成。

2. 文化智商、自我效能與出國工作意圖

研究結果顯示，大學應屆畢業生的文化智商與自我效能有顯著正向關係，表示大學應屆畢業生的文化智商越高時，自我效能會越高，並且中介作用成立。而在七個變項的研究模型中，僅有大學應屆畢業生的調節認知性文化智商與自我效能有顯著正向關係，表示大學應屆畢業生的調節認知性文化智商越高時，自我效能會越高，並且中介作用成立。調節認知性文化智商高的大學應屆畢業生願意適時調整自身互動模式來更有效地與不同文化的人交流，進而能提高其出國工作的意圖，然而由於異文化經驗有限，故仍必須依賴自我效能的建立才能達成。其他文化智商構面則可能囿限於缺乏具體的異文化目標與相關知識，故未能直接與出國工作意圖有關。建議未來學校教育應更著重於學生國際觀的建立，並提供更多國際接觸的機會，或可培養大學生的文化智商來促進其赴海外就業的意圖。

二、研究限制及未來研究方向

本研究雖力求嚴謹，但是仍有需多研究限制與不足之處。首先，本研究屬於橫斷性研究，因此僅依據自我決定論與自我效能論來探討變項之間的關聯性，尚不能論定其中的因果關係。建議未來研究者仍應以縱貫性研究來確認因果關係，尤其可以「動機（Motivation）－能力（Ability）－行為（Behavior）」（M-A-B）的理論模式來探討出國工作意圖之前置因子，除完整呈現從心理態度出發到行動發生的因果歷程外，也能提高研究價值。其次，本研究雖採樣國立大學 8 所，私立大學 9 所，樣本亦平均分散在北中南東地區、主修領域亦相當廣泛，然而仍可能存在樣本誤差，建議未來可以實際工作者或者外派者為樣本來檢驗變項間之關係。

基於上述研究限制，對於未來的研究提出以下建議。本研究考量到受測者的填答意願，故採用短版文化智商量表，刪除大學生較無法作答者。雖然可能對信效度產生影響，但文化智商量表中的 Cronbach's 值達 0.95，顯示其內部一致性效度良好，惟囿於大學生的國際觀或者出國經驗有限，可能令其無法具體針對異文化國家的情況作答乃至變異程度可能較小，建議以實際工作者或外派人員為樣本，或具體以某海外地區來調查文化智商之程度較理想。此外，本研究使用西方學者提出之文化智商量表在華人社會中進行施測，雖然此量表的信效度在西方國家已經過驗證，但仍可能存在文化差異使量表測量無法貼合東方文化，建議未來研究者可進一步修改或選擇更適宜東方文化之量表。最後，自我效能測量方面，由於本研究使用一般自我效能量表衡量個人普遍的自我效能程度，建議未來能考慮使用目標導向的自我效能量表，將能夠更精確地檢驗自我效能與出國工作意圖之關聯。綜合以上建議，盼能提高未來研究之完整度、價值與貢獻性。

參考文獻

一、中文部分

1. 于卓民、巫立宇、蕭富峰(2009)，國際行銷學，台北市：智勝文化。
2. 行政院主計總處(2018)，106年國人赴海外工作人數統計結果，中華民國統計資訊網，Retrieved December 30, 2018，取自：<https://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=43612&ctNode=4854&mp=1>。
3. 吳欣蓓、陸洛(2016)，自發型外派者的現身與文獻回顧，應用心理研究，65，5-59。
4. 辛炳隆(2013)，就業安全與勞動保障－經濟發展與促進就業，2013年兩岸三地社會福利學術研討會，杭州：浙江大學。
5. 林銘瀚(2012)，我國人民海外就業因素之探討，國立臺北大學統計學系未出版學士論文。
6. 章英華、傅仰止(2006)，台灣地區社會變遷基本調查計畫第五期第一次調查計畫執行報告，台北：中央研究院社會學研究所。
7. 勞動部(2018)，106年勞工生活及就業狀況調查，勞動部，Retrieved December 31, 2018，取自：<https://www.mol.gov.tw/announcement/27179/36432/>。
8. 廖禹揚(2018)，大學畢業季到近4成新鮮人想出國工作，中央社，Retrieved December 31, 2018，取自：<https://www.cna.com.tw/news/aec/201806100026.aspx>。
9. 劉黃麗娟、辛炳隆(2015)，海外工作者職涯發展動態研究 (ILOSH103-M102)，新北市：勞動部勞研所。

二、英文部分

1. Ang, S., & Inkpen, A. C. (2008). Cultural intelligence and offshore outsourcing success: A framework of firm-level intercultural capability. Decision Sciences, 39(3), 337-358.
2. Ang, S., & Van Dyne, L. (2008). Handbook of Cultural Intelligence: Theory, Measurement and Applications. NY: M.E. Sharpe.

3. Ang, S., Van Dyne, L., & Koh, C. (2006). Personality correlates of the four-factor model of cultural intelligence. Group and Organization Management, 31(1), 100-123.
4. Ang, S., Van Dyne, L., Koh, C., Ng, K. Y., Templer, K. J., Tay, C., & Chandrasekar, N. A. (2007). Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance. Management and Organization Review, 3(3), 335-371.
5. Bandura, A. (1977). Social Learning Theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
6. Bandura, A. (1994). Self-efficacy. In V. S. Ramachaudran (Ed.), Encyclopedia of Human Behavior, 4, 71-81. New York: Academic Press.
7. Brislin, R., Worthley, R., & MacNab, B. (2006). Cultural intelligence: Understanding behaviors that serve people's goals. Group & Organization Management, 31(1), 40-55.
8. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior. New York: Plenum.
9. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. Psychological Inquiry, 11(4), 227-268.
10. Deutsch, M. (1949). A theory of cooperation and competition. Human Relations, 2(2), 129-152.
11. Deutsch, M. (1990). Forms of social organization: Psychological consequences. In Himmelweit, H.T., & Gaskell, G., (Eds.), Societal Psychology, 157-176. Newbury Park, CA: SAGE.
12. Earley, P. C., & Ang, S. (2003). Cultural Intelligence: Individual Interactions Across Cultures. Stanford, Calif: Stanford University Press.
13. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. Journal of Marketing Research, 18(1), 39-50.
14. Franken, R. E., & Brown, D. J. (1995). Why do people like competition? The motivation for winning, putting forth effort, improving one's performance, performing well, being instrumental, and expressing forceful/aggressive behavior. Personality and Individual Differences, 19(2), 175-184.

15. Fülöp, M. (1992). Cognitive concepts on competition. International Journal of Psychology, 27(3), 316-322.
16. Gill, D. L. (1986). Competitiveness among females and males in physical activity classes. Sex Roles, 15(5-6), 233-247.
17. Griffin-Pierson, S. (1990). The competitiveness questionnaire: A measure of two components of competitiveness. Measurement and Evaluation in Counseling and Development, 23(3), 108-115.
18. Grum, D. K., & Kolenc, J. (2008). Self-concept and competitiveness in three national cultures. Studia Psychologica, 50(3), 291-309.
19. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (1998). Multivariate Data Analysis, 5(3), 207-219. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
20. Helmreich, R. L., & Spence, J. T. (1978). The work and family orientation questionnaire: An objective instrument to assess components of achievement motivation and attitude toward family and career. JSAS Catalogue of Selected Documents in Psychology, 8(35).
21. Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1989). Cooperation and Competition: Theory and Research. Minnesota: Interaction.
22. Kohn, A. (1986). No Contest: The Case Against Competition. Boston: Houghton Mifflin Company.
23. Lee, D. J. (1988). Scale Development of The Construct Competitiveness. Iowa State University, unpublished paper.
24. MacNab, B. R., & Worthley, R. (2012). Individual characteristics as predictors of cultural intelligence development: The relevance of self-efficacy. International Journal of Intercultural Relations, 36(1), 62-71.
25. Peterson, B. (2004). Cultural Intelligence: A Guide to Working With People from Other Cultures. Boston, MA: Intercultural Press.
26. Ryckman, R. M., Hammer, M., Kaczor, L. M., & Gold, J. A. (1990). Construction of a hypercompetitive attitude scale. Journal of Personality Assessment, 55(3-4), 630-639.

27. Ryckman, R. M., Hammer, M., Kaczor, L. M., & Gold, J. A. (1996). Construction of a personal development competitive attitude scale. Journal of Personality Assessment, *66*(2), 374-385.
28. Ryckman, R. M., Libby, C. R., Van Den Borne, B., Gold, J. A., & Lindner, M. A. (1997). Values of hypercompetitive and personal development competitive individuals. Journal of Personality Assessment, *69*, 271-283.
29. Schwarzer, R., Bäßler, J., Kwiatek, P., Schröder, K., & Zhang, J. X. (1997). The assessment of optimistic self-beliefs: Comparison of the German, Spanish, and Chinese versions of the general self-efficacy scale. Applied Psychology, *46*(1), 69-88.
30. Story, J. S., Barbuto Jr, J. E., Luthans, F., & Bovaird, J. A. (2014). Meeting the challenges of effective international HRM: Analysis of the antecedents of global mindset. Human Resource Management, *53*(1), 131-155.
31. Triandis, H. C. (1994). Culture and Social Behavior. New York: McGraw Hill.
32. Triandis, H. C. (2006). Cultural intelligence in organizations. Group & Organization Management, *31*(1), 20-26.

109 年 08 月 19 日收稿

109 年 09 月 02 日初審

109 年 11 月 09 日複審

109 年 11 月 27 日接受

作者介紹

Author's Introduction

姓名 陳欣
 Name Hsin Chen
 服務單位 亞洲大學經營管理學系研究生
 Department Graduate Student, Department of Business Administration, Asia University
 聯絡地址 台中市霧峰區柳豐路 500 號
 Address No.500, Lioufeng Rd., Wufeng, Taichung City, Taiwan
 E-mail angelxin43@gmail.com
 專長 人力資源管理、創業管理
 Speciality Human Resource Management, Entrepreneurial Management

姓名 吳欣蓓
 Name Hsin-Pei Wu
 服務單位 東吳大學企業管理學系助理教授
 Department Assistant Professor, Department of Business Administration, Soochow University
 聯絡地址 台北市貴陽街一段 56 號 3413 室
 Address R3413, No.56, SEC.1, Kuei-Yang Street, Taipei, Taiwan, R. O. C.
 E-mail bessiewu@scu.edu.tw
 專長 人力資源管理（外派、群體認定、職能、職家平衡議題）、組織行為與理論
 Speciality Human Resource Management (Expatriate Management, Group Identity, Competency, Work-Family Balance), Organizational Behavior and Theory