

# The Research on the Relationship among Internal Marketing , Job Satisfaction , Work Quality - A Case Study of ROCAF

劉創黎、封德台

E-mail: 9314183@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

In view of literatures about Internal Marketing and Job satisfaction, We discover the related influences to quality of services. However, the good attitude of service may not develop its function without good quality of service. The Internal Marketing is an effort to satisfy employee through all kinds of hard work and providing the customer a perfect service. Then, Promoting the satisfaction of customers. This research had discussed the triangle relationship of Internal Marketing, job satisfaction and work quality. This study collects empirical data from certain troop of R.O.C.A.F. For seeking the external consistence of trustworthiness of the questionnaire so adopting the measure of the cumulative test for research. Further, acquiring the trustworthiness through the measure of retest. In accordance of the previous test result, it collects the data of employee's internal sale, work's satisfaction, work's quality of troop of R.O.C. A.F by sampling. The total effective questionnaire are 322, and analysing it through the package software "SPSS 10.0". This study shows the scores of the unit of the services to others "which is highest among all the question designed by institute. So, this study can verify the employee who accept the test had truly replied the questionnaire from their thoughts and assuring the trustworthiness of the source questionnaire. In view of the individual test result, the unit of the "encouraging of maturity" shows the score is the lowest among all the question. So. It can be a reference to manager level for proving the measure of manage. This study discover the close relationship of the "internal sale", "work's satisfaction" and the "work's quality".

Keywords : Internal Marketing,job satisfaction,work quality

## Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書--iii 中文摘要--v 英文摘要--vi 誌謝--vii 目錄--viii 圖目錄--x 表目錄--xi 第一章 緒論 1.1 研究背景與動機--1 1.2 研究目的--3 1.3 研究流程--4 1.4 研究範圍與限制--7 第二章 文獻探討 2.1 內部行銷--8 2.2 工作滿足--20 2.3 工作品質--29 第三章 研究設計 3.1 研究架構--33 3.2 研究變項之操作型定義--34 3.3 研究假設--35 3.4 變數衡量--36 3.5 前測作業--43 3.6 資料分析方法--48 第四章 研究結果分析 4.1 樣本資料及各研究變項描述性統計分析--49 4.2 個人背景對工作品質之影響--53 4.3 內部行銷對工作品質之影響--59 4.4 工作滿足對工作品質之影響--66 4.5 內部行銷、工作滿足對工作品質之影響--71 4.6 假設驗證--73 第五章 結論 5.1 研究結論--74 5.2 研究建議--77 參考文獻 中文部份--80 英文部份--84 附錄 研究問卷--89

## REFERENCES

中文部份 1.尤雪娥(2001),「員工個人屬性、工作特性、內外控傾向與工作滿足之關聯性研究-以台鐵局本部員工為例」,國立交通大學經營管理研究所碩士論文。 2.王文科(1991),「教育研究法」,五南圖書公司,台北。 3.王翠品(2002),「內部行銷作為、工作滿足、與離職傾向關係之研究 -以H連鎖娛樂事業」,國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。 4.朱金池(1999),「組織成員考核制度運作之研究」,國立政治大學公共行政研究所碩士論文。 5.朱建平(2003),「組織成員的政治知覺對離職傾向之影響:工作滿足的中介效果」,國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。 6.朱素玥、李賜郎(2001),「內部行銷之研究--以百貨公司為例」,國立屏東商業技術學 第三卷,頁139-150。 7.何明勳(2000)「人力資源管理滿意度、員工工作滿足與顧客滿意度之探討--以中區區域級以上之醫院為例」,靜宜大學企管系論文。 8.何瑞薇(2001),「教育人力資本投資及其效益之研究」,暨南國際大學教育政策與行政碩士論文 9.吳明隆(2000),「Spss統計應用實務」,松崗電腦圖書資料股份有限公司,台北。 10.吳清山、林天祐(1994),「全面品質管理及其在教育上的應用」初等教育學刊,第3卷,頁1-27。 11.巫喜瑞(2001),「服務業內部行銷導向、組織支持、工作滿足與顧客導向間關係之研究-銀行業之例」,國立中山大學企業管理學系博士論文。 12.李才戊(2000),企業文化與管理品質之我見, <http://www.filaweaving.org.tw/silk/documents/38/g38-20.htm>。 13.李宛蓉譯,長河經營叢書,1993,原Hal Rosenbluth、Diane Peters著,「The customer comes second; and other secrets of exceptional service」。 14.李青芬、李雅婷、趙慕芬合譯,華泰書局,1992,原Stephen P.Robbins著。 15.李是惠(2002),「內部行銷作為影響顧客導向行為之研究-以S公司量販店為例」,國立中山大學企業管理研究所碩士論文。 16.沈泮洋(2002),「非營利組織志工內部行銷之研究」,義守大學管理科學研究所碩士論文。 17.周逸衡、巫喜瑞(2000),「服務員工知覺之內部行銷作為、角色知覺與顧客導向間關係之研究-以旅館業為例」,國立中山大學企業管理學系碩士論

文。18.林東陽(2000),「直屬上司領導行為、員工工作滿足與人格特質對服務態度之影響-以百貨公司第一線服務人員為例」,國立成功大學企業管理研究所碩士論文。19.林建煌譯,現代管理學,華泰書局,2002,原Stephen P.Robbins, David A.DeCenzo著,「Fundamentals of management,3rd ed」。20.林瑞嘉(2000),「服務業行銷人員企業倫理觀與工作滿足之相關研究-以多層次傳銷業與人壽保險業為例」,靜宜大學企管研究所碩士論文。21.洪明洲(1999),「管理:個案、理論、辨證」,華彩軟體,台北。22.洪啟方(2003),「工作滿足與員工離職傾向關係之研究」,國立臺灣師範大學工業科技教育研究所碩士論文。23.孫光芬(1991),「醫院的市場研究」,醫院27(3),258-262。24.徐正光(1977),「工廠工人的工作滿足及相關因素之探討」,中央研究院民族學研究所集刊,第43期。25.徐自強(1999),「效率與效果之相輔相成」,品質月刊,38卷,3期,58-60頁。26.高麗鳳(1998),「全面品質管理理論及其在我國國民小學實施可行性之研究」,台北市立師範學院國民教育研究所碩士,碩士論文。27.康譽瓊(2001),「內部行銷作為、行為評估、工作滿足和顧客導向之研究-以證券營業員為例」,中山大學人力資源管理研究所碩士論文。28.張宜君(2003)「『內部行銷』、『工作環境之支持』、『工作滿足』與『員工顧客導向』-以銀行業為例」,國立嘉義大學管理研究所碩士論文。29.張延蓉(2003),「內部行銷、工作滿足、組織承諾與顧客導向服務關係之研究-以主題遊樂園為例」,南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。30.郭振生(2003),「內部行銷導向、組織承諾、工作滿意與學校效能關係之研究-以台南地區國民小學」,南華大學管理研究所碩士論文。31.陳建州(1998),「我國高級職業學校教師能源認知、能源態度及能源教學策略之關係研究」,國立彰化師範大學工業教育研究所博士論文。32.陳素勤譯,組織行為,麥格羅希爾pp.219-221,2001,原Robert Kreitner & Angelo Kinicki著。33.彭進明(2004)「國際化知覺、組織變革態度、個人特徵對工作投入之研究」,大葉大學國際企業管理研究所碩士論文。34.黃淑琴(1999),「台灣壽險業內部行銷與經營績效之關聯性探討」,靜宜大學企業管理研究所碩士論文。35.黃誌坤(1999),「全面品質管理在國民小學班級經營適用性之研究」,屏東師範學院國民教育研究所碩士論文。36.葉世明(2003),「內部行銷、工作滿足與顧客導向關係之研究-以玉山商業銀行為例」,朝陽科技大學企業管理研究所碩士論文。37.葉吉欽(1994),「壽險公司內部行銷、工作滿足與顧客導向關聯性之研究-以安泰人壽為例」,國立交通大學經營管理研究所碩士論文。38.虞順光(2000),「醫院藥局主任領導型態與其部屬工作滿足之研究-以台北市區域醫院為例」,中國醫藥學院醫務管理研究所碩士論文。39.雷千金(2003),「工作滿足與組織承諾、服務品質關係之研究-以銀行業個案為例」,國立中央大學人力資源管理研究所碩士在職專班論文。40.蕭富峰(1997),「內部行銷」,天下出版社。41.戴永久(1994),「TQM與教育」,管理雜誌,267,頁87-89。42.戴雀蘭(2003),「內部行銷作為與員工離職傾向關係之研究-以工作滿足與組織承諾為中介變數」,南台科技大學企業管理研究所碩士論文。43.謝文雀譯,華泰書局,2000,原Philip Kotler、Swee Hoon Ang、Siew Meng Leong、Chin Tiong Tan著,「Marketing management:an Asian perspective」。44.謝淡寧(2003),「工作適性與工作滿足關係之研究-以服役於海軍單位之正期生及專業軍官為例」,國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。英文部份 1.Alderfer, C. P., (1969), "An Empirical Test of a New Theory of Human American Sociological Review, 25, 161-178. 2.Anderson, J. C. and D. W. Gerbing (1988), Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach, Psychological Bulletin, 103, 411-423. 3.Berry, L. L. (1981), The Employee as Customer, Journal of Retail Banking, 3(March), 25-2-8. 4.Berry, L. L. and A. Parasuraman (1991), Marketing Services: Competing Through Quality, New York, The Free Press. 5.Cahill, D. J. (1995), The Managerial Implications of the Learning Organization: A New Tool for Internal Marketing, Journal of Service Marketing, 9 (4), 43-51. 6.Cambell, J. P. et al. (1970). Managerial behavior, performance, effectiveness. N.Y: McGraw-Hill. 7.Crosby P.B., Quality is free, New York: McGraw-Hill Book Co. 1979. 8.D.C. McClelland, The Achieving Society (New York: Van Nostrand Reinhold, 1961); J.W. Atkinson and J.O. Raynor, Motivation and Achievement (Washington, D.C.: Winston, 1974); McClelland, Power: The Inner Experience (New York: Free Press, 1969) 9.Deming, W.E., 1986, Quality, Productivity and Competitive Position, MIT. Center for Advanced Engineering, Cambridge, MA. 10.Dunn, J. D. & E. C. Stephens (1972), Management of Personnel: Manpower Management and Organization Behavior, New York: McGraw-Hill Book Co. 11.English, F. W. & Kaufman, R. A. (1975). Need Assessment: A Focus for curriculum development. Washington, DC: Association for supervision and curriculum development. (ERIC document report service NO. ED 107619). 12.Feigenbaum, A.V. (1983). Total quality control. New York: McGraw-Hill. 13.Garvin, D.A. (1984). Building a learning organization. Harvard Business Review, July-August, 78-91 14.George, W. R. (1990), Internal Marketing and Organizational Behavior: A Partnership in Developing Customer-Conscious Employees at Every Level, Journal of Business Research, 20, 63-70. 15.George, W. R. and C. Gronroos (1989), Developing Customer-Conscious Employees At Every Level-Internal Marketing, in Handbook of Services Marketing, Carole A. Congram and Margaret L. Friedman, eds., AMACOM, New York. 16.Gronroos, C. (1981), Service Management and Marketing, MA: Lexington 17.Green, D. (1994). What is quality in higher education. Buckingham: Open University Press 18.Herzberg, F., (1966), "Work and the nature of man. Cleveland," 19.Hoppock, R. (1935), Job Satisfaction. New York: Harper and Row. p271 20.Ishikawa, K. (1989), What is Total Quality Control? The Japanese Way, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 21.Johnson, E. M., E. E. Scheuing, and K. A. Gaida (1986), Profitable Services Marketing, Homewood, IL: Dow-Jones Irwin. 22.Joseph, W. B. (1996), Internal Marketing Builds Service Quality, Marketing Review, 16(1-), 54-59. 23.Juran, J.M., 1988, Quality Control Handbook. McGraw-Hill, Inc. 55.Juran, J.M., 1998, Quality Control Handbook. McGraw-Hill, Inc. 56.Juran, J.M. and F. M. Gryna, 1993, "Quality Planning and Analysis", 3rd ed., McGraw Hill Book Co., Singapore. 24.Kalleberg, A.L., (1989) "work Values and Job Rewards: A Theory of job satisfaction", American Sociological Review, Vol.42, pp124-143. 25.Kreitner, R., & Kinicki, A. (2001), "Organizational behavior," McGraw-Hill. New York, U.S.A. 26.Locke, Edwin A. (1969), "The Nature and Causes of Job Satisfaction," in Handbook of Industrial and Organizational Psychology, Marvin Dunnette, ed. Chicago: Rand McNally, 129-7-1 350. 27.Maslow, A. H., (1954), "Motivation and Personality," New York: Harper and Row Publishers. 28.Nunnally, J. C. (1978) "Psychometric theory"(2nd ed). New York: McGraw-Hill. 29.Piercy, N. and N. Morgan (1991), Internal Marketing--The Missing Half of the Marketing Programme, Long Range Planning, 24 (2), 82-93.

30. Porter L. W. and F. J. Smith (1970), The Etiology of Organizational Commitment, Unpublished Paper, University of California, Irvine.
31. Porter, L. W. and E. E. Lawler (1968), Managerial Attitude and Performance, Homewood, Ill.: Richard D. Irwin.
32. Smith, Kendall and Hulin (1969), "A Linear Model of Job Satisfaction," Journal of Applied Psychology. (49), pp. 209-216
33. Weiss, D. J., R. V. Dawis, B. W. England & L. F. Lofquist (1967), Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire, Minneapolis Industrial Center, Univ. of Minnesota.