

國防部特種基金事業單位內部行銷與服務品質關係之研究-以三軍軍官俱樂部為例

鄭名言、封德台

E-mail: 9418267@mail.dyu.edu.tw

摘要

孟子曰：「天時不如地利，地利不如人和。」曾是美國航空業霸主的聯合航空、美國航空，在擁有絕對優勢的情況下，竟然仍被當時默默無聞的新公司 - 西南航空蠶食鯨吞。許多專家研究指出其關鍵因素就在於對本身員工積極關懷及重視，進而使得員工願意替公司著想而樂於為顧客服務。以往有關內部行銷與服務品質的研究中，大部分皆以特定產業為樣本進行研究，而相較於軍事機關(尤其附屬單位預算單位)的研究文獻則較為少見，究其原因，主要係軍事體系中管理單位對員工的關係大部分均以行政命令方式為之，員工僅能消極的服從，並無法積極的彰顯其權利，因此內部行銷的觀念較為缺乏，然現今整體政治環境丕變，將現代企業管理的觀念引進軍事機關，對提升其經營績效將有莫大助益 本研究以量化的問卷調查方式，利用SPSS統計軟體將資料予以分析。研究結果發現，三軍軍官俱樂部實施內行銷可產生較高的顧客導向、組織承諾、工作滿足，另以提高服務品質方式，以達強化內部行銷之效果，進而之對組織承諾、顧客導向等因素皆有正面之助益，進而提升整體基金管理體系之內部行銷等各構面之水準。

關鍵詞：內部行銷、顧客導向、組織承諾、工作滿足、服務品質

目錄

第一章 緒論	1.1 研究動機	1.2 研究目的	2	1.3 研究流程	3																																													
第二章 文獻探討	2.1 國防部特種基金介紹	5	2.2 三軍軍官俱樂部介紹	12	2.3 內部行銷及其相關理論	17	2.4 顧客導向 (Customer Orientaiton)	21	2.5 組織承諾 (Organizational Commitment)	23	2.6 工作滿足	25	2.7 服務品質理論	27																																				
第三章 研究方法	3.1 研究架構	34	3.2 研究假設	35	3.3 問卷發展	39	3.4 資料分析方法	45																																										
第四章 假設驗證與分析	4.1. 信度效度分析	46	4.2. 基本資料分析	48	4.3 背景變項與各研究變項之關係	49	4.4 假設驗證	56																																										
第五章 結論與建議	5.1 研究發現與意涵	60	5.2 研究建議	68	5.3 研究限制	70	參考文獻	72	附錄一	78	附錄二	94	附錄三	106																																				
圖目錄	圖1.1 研究流程圖	4	圖2.1 由庫撥補或由庫增撥	7	圖2.2 個案基金組織圖	13	圖2.3 服務行銷三角架構	18	圖2.4 服務品質差距模式	29	圖2.5 認知服務品質決定因素	31	圖3.1 研究假設架構圖	34																																				
表目錄	表2.1 國軍所屬特種基金設置依據及目的差異比較表	9	表2.2 國軍生產及服務作業基金所屬各作業部差異比較表	11	表 2.3 三軍軍官俱樂部員額編組表	15	表2.4 三軍軍官俱樂部各部門業務組執掌	16	表2.5 關於P.Z.B服務品質構面與問項	32	表 3.1 內部行銷之問項	39	表3.2 顧客導向之問項	40	表3.3 組織承諾之問項	42	表3.4 工作滿足之問項	43	表3.5 服務品質之問項	44	表4.1 員工構面信度彙總表	47	表4.2 問卷基本資料分析	48	表4.3 性別(員工)於各研究變項上之影響	50	表4.4 性別(顧客)於各研究變項上之影響	50	表4.5 婚姻狀況(員工)於各研究變項上之影響	51	表4.6 婚姻狀況(顧客)於各研究變項上之影響	52	表4.7 年齡(員工)於各研究變項上之影響	52	表4.8 年齡(顧客)於各研究變項上之影響	53	表4.9 收入(員工)於各研究變項上之影響	54	表4.10 收入(顧客)於各研究變項上之影響	54	表4.11 民間學歷(員工)於各研究變項上之影響	55	表4.12 民間學歷(顧客)於各研究變項上之影響	55	表4.13 相關分析	56	表4.14 假說之內容與檢定結果彙總	57	表4.15 迴歸分析	58

參考文獻

英文部分: 1.Allen,N.J and Meyer,J.P.(1990), " The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to The Organization," Journal of Occupational Psychology, 63, 1-18. 2.Arnett, D.B., Laverie, D.A. and Mclance(2003), " Job Satisfaction and Pride as Internal-Marketing Tools," Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 2003, April, 87-96. 3.Berry, L.L. and Parasuraman A.(1991), "Marketing of Services: Competing through Quality," The Free Press, New York. 4.Berry, L.L.(1981), "The Employee as Customer," Journal of Retail Banking, 3(1), March, p25-28. 5.Berry, L.L., Conant, J.S. and Parasuraman, A.(1991), " A Framework for Conducting a Service Marketing Audit," Journal of the Academy of Marketing Science, 19, Summer, 255-268. 6.Brook, H.C., Thomas, L.W. and Simon, T.T. (2002) "The Relationship Between Work Satus Congruence and Work-Related Attitudes and Behaviors", Journal of Applied Psychology, 87 (5), 903-913. 7.Caruana, Albert and Calleya, Peter. (1998), "The effect of internal marketing on organizational commitment among retail bank managers", International journal of bank marketing, 16 (3) : 108-116. 8.Churchil, Gilbert A., Jr., Neil M. Ford, Steven W. Hartley, and Orville C. Walker, Jr.(1974), "Measuring the Job Satisfaction of Industrial Salesmen", Journal of Marketing Research, 11 (August), 254-260. 9.Donovan, Brown & Mowen (2004), "internal Benefits of Service-Worker Customer Orientation : Job Satisfaction, Commitment, and Organizational Citizenship Behaviors", Journal of Marketing, 68 (January), 128-146. 10.George, W.R. (1977), "The retailing of services - a challenging future", Journal of Retailing, Fall, 85-98. 11.George, W.R. (1990), "Internal marketing and organizational behavior: A partnership in developing customer-conscious

employees at every level", *Journal of Business Research*, 20 (1), January, 63-70. 12.Gronroos, C. (1981), "Internal marketing an integral part of marketing theory", in Donnelly, J.H. Jr and George, W.E. (Eds), *Marketing of Services*, Proceedings of the American Marketing Association

13.Gronroos, C., (1994), "From Marketing Mix to Relationship Marketing L Toward a Paradigm Shift in Marketing, *Management Decision*, 32 (2), 4-22. 14.Gummesson, E., (2000), "Internal Marketing in the light of relationship marketing and network organizations", in Varey, R.J. and Lewis, B.R., *Internal marketing: Directions for Management*, NY, Routledge, 27-42. 15.Johnson, Eugene M. and Daniel T. Seymour (1985), "The Impact of Cross Selling on the Service Encounter in Retail Banking in The Service Encounter, Johe A. Czepiel and Carol E. Suprenant, eds. Lexington, A : D.C. Heath. 16.Kelly, Scott W. (1992), "Developing Customer Orientation Among Service Employees", *Journal of Academy of Marketing Science*, 20 (1), 27-36. 17.Lewis, B.R. and Vincent, M. (1990) "Defining and Measuring the Quality of Customer Service", *Marketing Intelligence and Planning*. Vol. 3, pp.11-17 18.Locke, Edwin A. (1969), "What Is Job Satisfaction?" *Organization Behavior and Human Resource Performance*, 4 (April), 104-126. 19.Money, A.H. and Foreman, S. (1996), "The Measurement of internal marketing: a confirmatory case study", *Journal of Marketing Management*, 11 (8), 755-766. 20.Parasuraman, A. Valarie, A.Z. and Leonard, L.B. (1985) A Conceptual Model of Service and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing* 49, 41-50 21.Parasuraman, A. Valarie, A.Z. and Leonard, L.B. (1988) "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64 Spring pp 13-41. 22.Piercy, N. and Morgan N. (1991), "Internal Marketing-The Missing Half of Marketing Programs, *Long Range Planning*, 24 (2), 82-93. 23.Porter, L.W. and E.E. Lawler (1968), "Managerial Attitudes and Performance", Illinois: Homewood Company. 24.Porter, L.W., Steers, R.M., Mowday, R.T. and Boulian, P.V. (1974), "Organizational Commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians", *Journal of Applied Psychology*, 59, 603-609. 25.Rafiq, M. and Ahmer, P.K. (1993), "Scope of internal marketing: defining the boundary between marketing and human resource management", *Journal of Marketing Management*, 9 (3), 219-232. 26.Rafiq, M. and Ahmer, P.K. (2003), "Advances in the internal marketing concept: Definition, synthesis and extension. *Journal of service marketing*, 14 (6), 449-462 27.Rohit Deshpande, John U. Farley and Frederick E. Webster, Jr. (1993), "Corporate Culture, Customer Orientation and Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrant Analysis", *Journal of marketing*, 57(1), 23-37. 28.Sacas, Robert and Barton A. Weitz (1982), "The SOCO Scale: A measure of the customer orientation of salespeople", *Journal of Marketing research*, 19, August, 343-351. 29.Tansuhaj P., Randall D. and McCullough J. (1988), "A service marketing management model: integrating internal and external marketing functions", *The journal of service marketing*, Winter, 31-38. 30.Tansuhaj P., Randall D. and McCullough J. (1991), "Applying the internal marketing concept within large organizations: as applied to a Credit Union", *Journal of Professional Service Marketing*, 6 (2), 193-202. 31.Tomas, "Strategy Is Different in Service Industries", *Harvard Business Review*, 1978, Jul-Aug., 158-165. 32.Wernimont (1972), "A system view of job satisfaction", *Journal of Applied Psychology*, 56, 174. 33.Whyte, W.H. (1956), *The Organization Man*, New York: Simon and Schuster.

中文部份

- 1.許世軍 (1993), *管理學*, 台北:東華書局。
- 2.陳貞亮 (2004), 「國軍特種基金服務事業服務品質之研究-以聯勤信義俱樂部為例」, 國防大學國防管理學院後勤管理研究所未出版碩士論文。
- 3.陳致文 (2004), 「從平衡計分卡觀點探討作業基金績效之研究-以國軍服務作業為例」, 國防大學國防管理學院戰略研究所未出版畢業論文。
- 4.周毅恆、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」, 未出版論文。
- 5.鄭博宇 (2003), 「台北市咖啡連鎖店服務品質管理與顧客滿意度之個案研究」, 中國文化大學生活應用科學研究所未出版碩士論文。
- 6.吳仁捷 (2002), 「大學行政服務品質內部行銷滿意度模式之研究-以義守大學為例」, 義守大學管理科學研究所未出版碩士論文。
- 7.柯虹如 (2003), 「內部行銷對商業友誼與顧客滿意度、顧客忠誠影響之研究-以汽車修護業與產險業為例」, 朝陽科技大學企業管理系未出版碩士論文。
- 8.劉創黎 (2004), 「內部行銷、工作滿足與工作品質關係之研究 - 以國軍某部隊為例」, 大業大學國際企業管理學系未出版碩士論文。
- 9.簡麗環 (2001), 「組織內部行銷作為與員工顧客導向關係之研究 - 醫院為例」, 國立中正大學企業管理研究所未出版碩士論文。
- 10.鄧顯華 (2003), 「內部行銷、組織承諾與服務品質關係之探討 - 以海軍某修護工廠為例」, 國立中山大學企業管理學系研究所未出版碩士論文。