

組織承諾與內部行銷作為對組織能力影響之研究-以跨國銀行之兩岸分行為例

蕭人瑾、封德台

E-mail: 9500930@mail.dyu.edu.tw

摘要

自九〇年代至今，在我國設立之銀行數增加一倍以上，卻普遍呈現資產規模不足、獲利下降以及品質惡化等問題。為此，我國政府積極推動金融機構整併，期能提高台灣金融機構之國際競爭力。同時，隨著全球化趨勢及中國大陸市場開放，國內金融機構莫不競相「登陸」，進而轉型為跨國企業，開發中國大陸及國際市場。由於當前正值我國金融機構欲朝向國際化發展之際，因此，對於即將轉型為跨國企業之金融機構而言，更需要考量人力屬性可能因地而異，而須調整管理方式，以確保企業競爭優勢之課題。基於上述研究背景及動機，本研究擬以跨國（兩岸三地）銀行為研究對象，探討下列議題：1. 探討跨國金融機構員工之「組織承諾」與「組織能力」之關係；2. 以組織管理之「內部行銷」為自變項，分析內部行銷對員工組織承諾之影響，以及分析不同地區員工之組織承諾是否因此而有不同的影響；3. 探討內部行銷對組織能力之影響；本研究發現，不論是就兩岸整體、或分別研究香港及台灣地區，員工之組織承諾對組織能力均存在正向關係，而內部行銷等作為亦對組織能力及員工組織承諾有正向關係。然而，若進一步探討組織承諾及內部行銷的各項組成構面，其結果則呈現因地而異的情況。可見，不同地區的人力特質雖存在差異，但藉由選擇適當的管理（內部行銷）、因地制宜，則能使得企業資源獲得充分發揮（組織能力）。

關鍵詞：組織承諾；內部行銷；組織能力；跨國企業；跨國金融機構

目錄

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------|-----|-----|-----|------|---|------|----|----|------|----|---|-----|-----|-----|------|--------|---|-------------|---|----------|---|-------------|---|----------|---|----------|---|----------|---|---------------|---|---------------|---|-----------------|----|--------------------|----|------------|----|---------------|----|------------------|----|-------------------|----|----------|----|---------------|----|---------------|----|--------------------|----|----------|----|----------|----|----------|----|-----------|----|---------------|----|----------|----|------------------|----|------------------|----|------------------|----|------------------|----|------------|----|-----------|----|----------|----|-------------|----|------------|----|------------|----|----------|----|------------|----|--------------|----|----------|----|------|----|----|----|-----|------------|---|------------------------|----|---|----|--------------|----|--------------------------|----|--------------------------|----|--------------------------|----|-----------------------------|----|-----------------------------|----|-----------------------------|----|--------------------------|----|--------------------------|----|--------------------------|----|------------------------------|----|------------------------------|----|------------------------------|----|---------------------------|----|---------------------------|----|---------------------------|----|------------------------------|----|------------------------------|----|------------------------------|----|-----|-------------------|---|-------------------|---|----------------|---|-------------------|----|-------------------|----|-------------------|----|-------------|----|-------------------|----|-------------------|----|--------------------|----|-----------------|----|--------------------|----|------------------|----|------------------|----|------------------|----|--------------------|----|-------------------|----|---------------------|----|------------------------|----|---------------------|----|------------------------|----|---------------------|----|------------------------|----|----------------|----|
| 封面內頁 | 簽名頁 | 授權書 | iii | 中文摘要 | v | 英文摘要 | vi | 誌謝 | viii | 目錄 | x | 圖目錄 | xii | 表目錄 | xiii | 第一章 緒論 | 1 | 1.1 研究背景與動機 | 1 | 1.2 研究目的 | 3 | 1.3 研究對象及範圍 | 3 | 1.4 研究流程 | 4 | 第二章 文獻探討 | 5 | 2.1 組織承諾 | 5 | 2.1.1 組織承諾之定義 | 5 | 2.1.2 組織承諾之分類 | 9 | 2.1.3 組織承諾的理論模式 | 12 | 2.1.4 組織承諾的重要性及影響性 | 14 | 2.2 內部行銷作為 | 15 | 2.2.1 內部行銷之定義 | 15 | 2.2.2 內部行銷作為構面探討 | 20 | 2.2.3 國內內部行銷之相關研究 | 23 | 2.3 組織能力 | 25 | 2.3.1 組織能力之定義 | 25 | 2.3.2 組織能力之構面 | 27 | 2.3.3 組織能力之相關理論與研究 | 30 | 第三章 研究方法 | 37 | 3.1 研究架構 | 37 | 3.2 研究假設 | 37 | 3.3 操作型定義 | 40 | 3.4 資料分析方法及步驟 | 46 | 第四章 實證分析 | 48 | 4.1 研究對象基本資料及其結構 | 48 | 4.2 組織承諾對組織能力之影響 | 58 | 4.3 內部行銷對組織能力之影響 | 64 | 4.4 內部行銷對組織承諾之影響 | 70 | 4.5 實證分析結果 | 76 | 第五章 結論與建議 | 78 | 5.1 研究結論 | 78 | 5.2 理論與實務意涵 | 81 | 5.2.1 理論意涵 | 81 | 5.2.2 實務意涵 | 83 | 5.3 研究建議 | 85 | 5.3.1 實務建議 | 85 | 5.3.2 後續研究建議 | 86 | 5.3 研究限制 | 87 | 參考文獻 | 88 | 附錄 | 99 | 圖目錄 | 圖1-1 研究流程圖 | 4 | 圖2-1 Steers的組織承諾前因後果模式 | 12 | 圖2-2 Mowday, Porter & Steers之組織承諾前因後果理論模式 | 13 | 圖3-1 研究假設關係圖 | 39 | 圖4-1 組織承諾與組織能力迴歸殘差圖 台灣地區 | 60 | 圖4-2 組織承諾與組織能力迴歸殘差圖 香港地區 | 60 | 圖4-3 組織承諾與組織能力迴歸殘差圖 兩地全區 | 61 | 圖4-4 組織承諾各構面與組織能力迴歸殘差圖 台灣地區 | 63 | 圖4-5 組織承諾各構面與組織能力迴歸殘差圖 香港地區 | 63 | 圖4-6 組織承諾各構面與組織能力迴歸殘差圖 兩地全區 | 64 | 圖4-7 內部行銷與組織能力迴歸殘差圖 台灣地區 | 65 | 圖4-8 內部行銷與組織能力迴歸殘差圖 香港地區 | 66 | 圖4-9 內部行銷與組織能力迴歸殘差圖 兩地全區 | 66 | 圖4-10 內部行銷各構面與組織能力迴歸殘差圖 台灣地區 | 69 | 圖4-11 內部行銷各構面與組織能力迴歸殘差圖 香港地區 | 69 | 圖4-12 內部行銷各構面與組織能力迴歸殘差圖 兩地全區 | 70 | 圖4-13 內部行銷與組織承諾迴歸殘差圖 台灣地區 | 71 | 圖4-14 內部行銷與組織承諾迴歸殘差圖 香港地區 | 72 | 圖4-15 內部行銷與組織承諾迴歸殘差圖 兩地全區 | 72 | 圖4-16 內部行銷各構面與組織承諾迴歸殘差圖 台灣地區 | 75 | 圖4-17 內部行銷各構面與組織承諾迴歸殘差圖 香港地區 | 75 | 圖4-18 內部行銷各構面與組織承諾迴歸殘差圖 兩地全區 | 76 | 表目錄 | 表2-1 國內學者對組織承諾之定義 | 6 | 表2-2 國外學者對組織承諾之定義 | 7 | 表2-3 組織承諾分類彙整表 | 9 | 表2-4 組織承諾程度與可能之影響 | 14 | 表2-5 國外學者對內部行銷的定義 | 16 | 表2-6 國內學者對內部行銷的定義 | 19 | 表2-7 內部行銷構面 | 21 | 表2-8 國內內部行銷研究文獻彙整 | 24 | 表2-9 國外學者對組織能力之定義 | 26 | 表2-10 國內學者對組織能力之定義 | 27 | 表2-11 組織能力構面彙整表 | 29 | 表2-12 國內組織能力研究文獻彙整 | 34 | 表3-1 組織承諾各構面衡量題項 | 40 | 表3-2 內部行銷各構面衡量題項 | 42 | 表3-3 組織能力各構面衡量題項 | 44 | 表4-1 研究問卷受訪者基本資料結構 | 49 | 表4-2 本研究各構面變項之信度值 | 52 | 表4-3 組織承諾與組織能力迴歸分析表 | 59 | 表4-4 組織承諾各構面與組織能力迴歸分析表 | 62 | 表4-5 內部行銷與組織能力迴歸分析表 | 65 | 表4-6 內部行銷各構面與組織能力迴歸分析表 | 68 | 表4-7 內部行銷與組織承諾迴歸分析表 | 71 | 表4-8 內部行銷各構面與組織承諾迴歸分析表 | 74 | 表4-9 本研究假設驗證成果 | 76 |
|------|-----|-----|-----|------|---|------|----|----|------|----|---|-----|-----|-----|------|--------|---|-------------|---|----------|---|-------------|---|----------|---|----------|---|----------|---|---------------|---|---------------|---|-----------------|----|--------------------|----|------------|----|---------------|----|------------------|----|-------------------|----|----------|----|---------------|----|---------------|----|--------------------|----|----------|----|----------|----|----------|----|-----------|----|---------------|----|----------|----|------------------|----|------------------|----|------------------|----|------------------|----|------------|----|-----------|----|----------|----|-------------|----|------------|----|------------|----|----------|----|------------|----|--------------|----|----------|----|------|----|----|----|-----|------------|---|------------------------|----|---|----|--------------|----|--------------------------|----|--------------------------|----|--------------------------|----|-----------------------------|----|-----------------------------|----|-----------------------------|----|--------------------------|----|--------------------------|----|--------------------------|----|------------------------------|----|------------------------------|----|------------------------------|----|---------------------------|----|---------------------------|----|---------------------------|----|------------------------------|----|------------------------------|----|------------------------------|----|-----|-------------------|---|-------------------|---|----------------|---|-------------------|----|-------------------|----|-------------------|----|-------------|----|-------------------|----|-------------------|----|--------------------|----|-----------------|----|--------------------|----|------------------|----|------------------|----|------------------|----|--------------------|----|-------------------|----|---------------------|----|------------------------|----|---------------------|----|------------------------|----|---------------------|----|------------------------|----|----------------|----|

參考文獻

- 一、中文部分
1. 丁虹(1987), 企業文化與組織承諾之關係研究, 政治大學企業管理研究所博士論文。
 2. 方至民(2000), 「企業競爭優勢」, 台北:前程企管。
 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連鎖娛樂事業為例, 國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
 4. 王銘傑(2003), 內部行銷、工作壓力、工作士氣、工作滿足與工作績效關係之研究-以台灣省各縣市警察局為例, 南華大學管理科學研究所碩士論文。
 5. 何華倫(2003), 大陸台商資源組合類型對經營績效之影響 - 進入策略與組織能力之干擾效應, 大葉大學國際企業管理學系碩士論文。
 6. 吳三江(2001), 醫療服務業內部行銷活動對就醫者導向行為影響之研究, 國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
 7. 吳明隆(2000), SPSS統計應用學習實務:問卷分析與應用統計, 台北市:知城。
 8. 吳秉恩(1986), 組織行為學, 華泰書局。
 9. 吳思華(1994), 策略九說, 台北:臉譜文化, 103-123。
 10. 呂慈恩(2002), 內部行銷對知識管理影響之研究 - 以新竹科學園區資訊電子產業為例, 實踐大學企業管理研究所碩士論文。
 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關係之研究-銀行業為例, 國立中山大學企業管理研究所博士論文。
 12. 李宜珍(2002), 內部行銷及員工工作滿足對員工顧客導向影響, 國立交通大學管理科學學程碩士班碩士論文。
 13. 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, 國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
 14. 李祥林、林晉寬、莊寶鵬 (1998), 中小型專業服務組織之內部行銷作為, 屏東科技大學學報, 7(4):pp.291-304。
 15. 沈恍洋(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。
 16. 林育理(2001), 企業研發部門知識學習能力、組織能耐與研發績效關係模式之研究—台灣高科技產業之實證, 長榮管理學院經營管理研究所碩士論文。
 17. 林靜如(1990), 國民小學教師工作經驗、內外控信念與組織承諾之關係, 國立政治大學教育研究所碩士論文。
 18. 邱馨儀(1995), 國民小學學校組織文化與教師組織承諾之關係研究, 國立台中師範學院國民教育研究所碩士論文。
 19. 封德台(2000), 技術學習與技術能力關係之研究-國內資訊軟體產業之實證, 國立政治大學企業管理學系博士論文。
 20. 党秦武(2004), 內部行銷作為、情緒能力、工作士氣及專業承諾對工作績效關聯性之研究-以南科廠商行政人員為例, 南華大學管理科學研究所碩士論文。
 21. 張士峰(2003), 組織能力、組織能耐、組織動能與競爭優勢之關聯性的探討, 國立雲林科技大學企業管理系碩士論文。
 22. 張延蓉(2003), 內部行銷、工作滿足、組織承諾與顧客導向關係之研究-以主題樂園為例, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
 23. 張品芬(1995), 高雄地區國民小學教師組織文化知覺、教學環境特性與教師組織承諾程度之研究, 國立台南師範學院初等教育研究所碩士論文。
 24. 張茂松(2001), 多角化金融集團員工認知、內部行銷與組織承諾之關係-以國泰人壽保險公司之業務體系為例, 逢甲大學保險學系研究所碩士論文。
 25. 張峻源(2001), 組織文化、組織承諾與組織變革態度之研究-以中央信託局為例, 成功大學企業管理研究所碩士論文。
 26. 張嘉娟 (2004), 員工內部行銷知覺、企業文化差異知覺與組織承諾之關聯性研究-以集團企業子公司員工為研究對象, 中原大學企業管理學系研究所碩士論文。
 27. 梁殷禎(1999), 服務員工知覺之內部行銷作為、角色知覺與顧客導向關係之研究-以旅館業為例, 國立中山大學企業管理研究所碩士論文。
 28. 梁瑞安(1990), 國小教師組織溝通、角色壓力與組織承諾關係之研究, 國立高雄師範大學教育研究所碩士論文。
 29. 郭重松(2000), 創始國際企業之策略與組織能力研究 - 台灣創新導向電子資訊公司之個案實証, 國立台灣大學國際企業學研究所碩士論文。
 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為例, 南華大學管理研究所碩士論文。
 31. 陳金水(1989), 國民中學教師制握信念、工作經驗與組織承諾之關係, 國立高雄師範大學教育研究所碩士論文。
 32. 陳建宇(2003), 台灣中小企業創業導向、組織資源與能力對企業績效影響之研究, 國立成功大學企業管理學系(EMBA)專班碩士論文。
 33. 陳海鳴、余靜文(2000), "企業文化發展與組織承諾的關聯性研究--被購併企業續留員工的觀點", 管理與系統, 第7卷, 第2期, 民89.04, 頁249-269。
 34. 黃杏文 (1998), 內部行銷導向行為與組織承諾關係之研究 - 以護理人員為例, 中山大學企業管理研究所碩士論文。
 35. 黃國隆(1982), 領導方式、工作特性、成就動機、內外控、專斷性與教師工作滿足的關係, 國立政治大學教育心理研究所碩士論文。
 36. 黃國隆(1986), 中學教師的組織承諾與專業承諾, 國立政治大學學報, 53期, 55-84 頁。
 37. 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, 碩士論文。
 38. 黃麗華(2001), 國內資訊電子廠商核心能力、成長策略與經營績效之研究, 中國文化大學國際企業管理研究所碩士論文。
 39. 曾怡錦(2004), 教師工作壓力、組織承諾與學校效能關係之研究 - 以台南市高級職業學校為例, 成功大學企業管理研究所碩士論文。
 40. 詹婷姬(1994), 國民小學教師工作環境之決定與組織承諾關係之研究, 國立台北師範學院初等教育研究所碩士論文。
 41. 劉春榮(1993), 國民小學組織架構、組織承諾與組織效能關係之研究, 國立政治大學教育研究所博士論文。
 42. 蔡崑源(2001), 華進集團員工滿意度、工作投入、組織承諾與離職意願之研究, 國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
 43. 蔡淑敏(2000), 企業內溝通媒介、員工溝通滿足及組織承諾關係之研究-以台灣電子資訊產業為例, 長榮管理學院經營管理研究所碩士論文。
 44. 蔡進雄(1993), 國民中學校長領導方式與教師組織承諾關係之研究, 國立台灣師範大學教育研究所碩士論文。
 45. 蔡寬信(1993), 國民小學學校組織氣候、教師內外控信念、與教師組織承諾關係之研究, 國立政治大學教育研究所碩士論文。
 46. 蕭富峰(1997), 內部行銷, 天下文化, 台北。
 47. 鍾惠琳(2004), 台商海外直接投資引發之組織變革能力與組織變革績效關係之研究-以傳統產業為例, 大葉大學國際企業管理學系碩士論文。
 48. 鍾志明(2000), 企業文化、員工工作價值觀及組織承諾之關聯性研究-以台灣地區主要集團企業為例, 長榮管理學院經營管理研究所碩士論文。
- 二、英文部分
1. Allen, N. J. & Meyer, J. P. (1990), The Measurement and Antecedents of Affective Continuance, and Normative Commitment to the Organizational, *Journal of Occupational Psychology*, Vol63, pp.1-18
 2. Alpander, G. G. (1990), "Relationship between commitment to hospital goals and job," *Health Care Management Review*, 15(4), pp.51-62
 3. Amit, R. & Schoemaker, P. J. H. (1993), " Strategic Assets and Organizational Rent ", *Strategic Management Journal*, 14, pp.33-46
 4. Angle, H. L. & Perry, J. L. (1981), " An Emoirical Assessment of Organizational Commitment and Organizational Effectiveness," *Administrative Science Quarterly*, 26, pp.1-14
 5. Bak, C. A., Vogt, L. H., George, W. R. and Greentree, I. R. (1994), " Management by Team: An Innovative Tool for Running a Service Organization Through Internal Marketing," *Journal of Services Marketing*, 8(1), pp.37-47
 6. Becker, B. and Gerhart, B. (1996), " The Impact of Human Resource Management On Organizational Performance: Progress and Prospects," *Academy of Management Journal*, 39(4), pp.779-801.
 7. Becker, H. S. (1960), Notes on the concept of commitment, *American Journal of Sociology*, 66, pp.32-42
 8. Berry, L.L. and A. Parasuraman (1991), *Marketing Services: Competing through Quality*, New York: The Free Press.
 9. Berry, Leonard L. (1981), "The

Employee as Customer," in *Services Marketing*, Christopher H. Lovelock, Englewood Cliffs eds, New Jersey:Prentice Hall, 1984 10. Buchanan, B. (1974), " Building Organization Commitment: The Socialization of Managers in Work Organization, " *Administrative Science Quarterly*, 19, pp.533-546 11. Cahill, D. J. (1995), " The Managerial Implication of The Learning Organization: A New Tool for Internal Marketing, " *Journal of Services Marketing*, 9(4), pp.43-51 12. Collis, D. J. (1991), " A Resource-Based Analysis of Global Competition: The Case of the Bearings Industry " , *Strategic Management Journal*, 12, pp.49-68 13. Conduit, J. & Mavondo, F. T. (2001), " How Critical is Internal Customer Orientation to Market Orientation, " *Journal of Business Research*, 51(Jan.), pp.11-24 14. Dubin, R., Champoux, J. E. & Porter, L. W. (1975), "Central Life Interests and Organizational Commitment of Workers, " *Administrative Science Quarterly*, 20, pp.411-421 15. Etzioni, A. (1961), " Two Approach to Organization Analysis: a Critique and a Suggestion, " *Adimistrative Science Quarterly*, 5(1), pp.257-278 16. George, W. R. (1990), "Internal Marketing and Organizational Behavior: A Partnership in Development Customer-Conscious Employees at Every Level," *Journal of Business Research*, 20, pp.63-70 17. 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. 18. Grant, R. M. (1991), " The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implication for Strategy Formulation " , *California Management Review*, 33(3), pp.114-135. 19. Greene, W. E., G. D. Walls, L. J. Schrest (1994), " Internal Marketing – The Key to External Marketing Success " , *Journal of Service Marketing*, 8(4), pp.5-13 20. Gronroos, C. (1981), "Internal Marketing—Theory and Practice," *American Marketing Association Services Marketing Conference Proceedings*, pp.4-17 21. Gronroos, C. (1985), " Internal Marketing- Theory and Practice, " in *Service Marketing in Changing Environment*, T. M. Bloch et al., American Marketing Association, Chicago 22. Gronroos, C. (1994), "From Marketing Mix to Relationship Marketing:Towards a Paradigm Shift in Marketing." *Management Decision*, 32(2), pp.4-22 23. Gummesson, E. (1992), "Using Internal Marketing to Develop a New Culture-the Case of Ericsson Quality, " *Journal of Business and Industrial Marketing*, 2(3), pp.23-28 24. Hamel, G. & Prahalad, C. K. (1990), " The Core Competence of Corporation " , *Harvard Business Review*, 68(3), pp.79-91 25. Hill, C. W. L. & Jones, G. R. (1998), *Strategic Management Theory, An Integrated Approach*, Houghton Mifflin, Boston 26. Johnson, Eugene M., Scheuing, Eberhard E. & Gaida, Kathleen A. (1986), *Profitable Services Marketing*. Homewood, IL: Dow-Jones Irwin 27. Johnson, E. M., & Scymour, D.T. (1985), *The Impact of Cross Sclling on the Sclling on the Service Encounter in Retail Banking in The Service Encounter*. John, A.C.&Carol E.S,eds,Lexington.MA:D.C.Heath. 28. Joseph, W. B. (1996), " Internal Marketing Builds Service Quality, " *Journal of Health Care Marketing*, 16(1), pp.54-59 29. Kanter, M. (1968), " Work Values and Job Rowards: A Theory of Job Satisfaction, " *American Sociological Review*, 42, pp.124-143 30. Kawakubo. M. K. (1987), " Perception of Authority, Control and Commitment in Japanese Organizations, " *Dissertation Abstrcacts International*, 49, 01-A 31. Koch, J. L. & Steers, R. M. (1978), " Job Attachment, Satisfaction, and Turnover among Public Sector Employees, " *Journal of Vocational Behavior*, 12, pp.119-128 32. Kushman, J. W. (1992), " The organizational dynamics of teacher workplace commitment:A study of urban elementary and middle schools, " *Educational Administration Quarterly*, 28 (1), pp.5-42 33. Lane, P. J., Salk, J. E. & Lyles, M. A. (2001), " Absorptive Capacity, Learning, and Performance in International Joint Ventures " , *Strategic Management Journal*, 22, pp.1139-1161 34. Leonard-Barton, D. (1992) " Core capabilities and core rigidities: a paradox in managing new product development, " *Strategic Management Journal*. Chichester: Summer, 13, p.111-126 35. Mayer, R. C. & David, S. F. (1998), *Differentiating Antecedents of Organizational Commitment : A Test of March and Simon ' s Model*, *Journal of Organizational Behavior*, pp.15-28. 36. Moon, M. J. (2000), "Organization commitment revisited in new public management: Motivation, organizational culture, sector and managerial level," *Public Performance and Management Review*, 24(2), pp.177-194. 37. Meyer, J. P., Paunonem, S. V., Gellatly, I. R., Goffin, R. D. & Jackson, D. N. (1989), *Organizational Commitment and Job Performance: It ' s the Nature of the Commitment That Count*, *Journal of Applied Psychology*, Vol.74, pp.152-156 38. Morris, J. H. and J. D. Sherman. (1981), *Generlizability of an Organizational Commitment Model*, *Academy of Management Journal*, 24(3), pp.512-526 39. Morrow, P. C. (1983), " Concept Redundancy in Organizational Research: The Case of Work Commitment, " *Academy of Management Review*, 8(3), pp.486-500 40. Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steers, R. M. (1982), *Organizational Lingage: The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover*, Academic Press, New York 41. Penrose, E. T. (1959), *The Theory of The Growth of The Firm*, John Wiley, New York. 42. Piercy, N. and N. Morgan (1991), " Internal Marketing---The Missing Half of the Marketing Program, " *Long Range Planning*, 24, pp.82-93 43. Porter, L. W., R. M. Steers & R. T. Mowday, Boulian,P.V., (1974), " Organizational commitment, job satisfaction and turnover among psychiatric technicians. *Journal of applied Psychology*, 59, pp.603-609 44. Randall, D. M.(1987), *Commitment and the Organization: The Organization Man Revisited*, *Academy of Management Review*, 12(3), p.462 45. Reyes, P., & Pounder, D. G. (1990), *Teachers commitment, job satisfaction, and school value orientation: A study of public and private schools*, University of Wisconsin, Madison 46. Salancik, G. R. (1977), *New Directions in Organizational behavior*, St. Clair Press, Chicago 47. Sheldon, M. E. (1971), " Investments and Involments as Mechanisms Producing Commitment to the Organization, " *Administrative Science Quarterly*, 16, p.143 48. Spanos, Y. E. and Lioukas, S. (2001), " An examination into the causal logic of rent generation: contrasting Porter ' s competitive strategy framework and the resource-based perspective, " *Strategic Management Journal*, 22, pp.907-934 49. Staw, B. M. (1977), " Commitment to a policy decision: a multitheoretical perspective, " *Administrative Science Quarterly*, 23, pp.40-64 50. Steers, R. M. (1977), *Antecedents and Outcomes of Organization Commitment*, *Administrative Science Quarterly*, 22, pp.46-56 51. Stevens, J. M., Beyer, & Trice, M. T. (1978), " Assessing Personal, Role and Organizational Predictor of Managerial Commitment, " *Academy of Management Journal*, 210, pp.380-396 52. Tansuhaj, Patriya, Randall, Donna and McCullough, Jim (1981), " Applying The Internal and External Marketing Concept within Large Organizations: As Applied to a Credit Union, " *Journal of Professional Services Marketing*, 6(2), pp.193-302 53. Tansuhaj, Patriya, Randall, Donna and McCullough, Jim (1988), " A Services

Marketing Management Model: Integrating Internal and External Marketing Functions, " The Journal of Services Marketing, 2(1), pp.31-38 54.
Teece, D. J., Pisano, G. and Shuen, A. (1997), " Dynamic capabilities and strategic management, " Strategic Management Journal 18(7),
pp.509-533 55. Wernerfelt, B. (1984), " A resource-based view of the firm, " Strategic Management Journal, 5(1), pp.171-180