

# 內部行銷、工作滿足與國防自主關係之研究：以國防部為例

吳俊明、羅雁紅

E-mail: 9601164@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

目前對於國防之議題多數在探討「整體後勤支援」、「決策模式」及「軍事戰略」等實證研究，而「國防自主」政策是否有落實推動，抑或淪為口號，相關研究探討之資料甚為稀少。因此本研究係以國防部所屬員工為研究對象，針對其內部行銷、工作滿足、國防自主間之影響關係進行探討，藉此研究提供國防部執行內部行銷方法及貫徹國防自主政策之參考。依配額抽樣方式，抽取500位樣本，回收460份。受訪者必須回答36題內部行銷、18題工作滿足及13題國防自主所編製而成之問卷。運用描述性統計、變異數及多元迴歸等統計方法進行分析，研究結果發現如下：一、問卷結果經信效度檢驗，皆呈現可信賴之結果，並經因素分析發現內部行銷之構面為「教育訓練」、「管理支持」、「內部溝通」、「人力資源管理措施」及「外部溝通」；工作滿足之構面為「內部滿足」及「外部滿足」；國防自主之構面為「整體後勤支援」、「國防資源釋商」、「科技技術備便水準」及「螺旋式發展」。二、有關「國防自主」國內外並無相關研究探討其影響之構面為何，本研究透過探索式因素分析找出影響因素為「整體後勤支援」、「國防資源釋商」、「科技技術備便水準」及「螺旋式發展」等四個準則。再以多元迴歸分析後，依序影響國防自主為「整體後勤支援」、「國防資源釋商」、「螺旋式發展」及「科技技術備便水準」。三、組織執行內部行銷策略推動對員工工作滿足確實有高度正向影響。四、員工的工作滿足之成就感越高，將會高度正面影響國防自主政策的落實成效越高。五、組織推動內部行銷的策略越落實，並再輔以透過工作滿足之中介影響，越能高度正面影響國防自主政策的執行成效。故採行間接影響之路徑，越能發揮其功效。六、另本研究亦發現與前研究者不同處為以推行「內部行銷」之綜效最具高度正向關係影響「工作滿足」之效益，其次是「教育訓練」，惟此構面為高度顯著負相關，應加以注意，再其次是「人力資源管理措施」，呈現高顯著正相關。而「工作滿足」亦是綜效最具高度正向關係影響「國防自主」之落實。七、綜上研究發現，有關「管理意涵與建議」、「研究限制」與「後續研究建議」文後仍有許多研討可供參考。

關鍵詞：內部行銷；工作滿足；國防自主；整體後勤支援；國防資源釋商；科技技術備便水準；螺旋式發展

## 目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	vi	誌謝.....	viii	目錄.....	ix	圖目錄.....	xi	表目錄.....	xii																																								
第一章 緒論 第一節 研究背景與動機.....	1	第二節 研究目的.....	2	第三節 研究範圍.....	3	第四節 研究流程.....	3	第二章 文獻探討 第一節 政府機關概述.....	5	第二節 內部行銷.....	9	第三節 工作滿足理論.....	17	第四節 國防自主.....	21	第五節 小結.....	27	第三章 研究方法 第一節 研究架構.....	28	第二節 研究假說.....	30	第三節 操作性定義.....	32	第四節 研究對象與抽樣設計.....	38	第五節 資料蒐集方式.....	39	第六節 資料分析方法.....	44	第四章 資料分析 第一節 樣本結構分析.....	45	第二節 問卷樣本與信效度分析.....	50	第三節 描述性統計.....	53	第四節 變異數分析.....	56	第五節 多元迴歸分析.....	90	第五章 結論與建議 第一節 研究結論.....	100	第二節 研究發現.....	102	第三節 管理意涵與建議.....	103	第四節 研究限制.....	109	第五節 後續研究建議.....	111	參考文獻.....	114	附錄一.....	123

## 參考文獻

1. 方文昌、朱素玟、李賜郎（2000）。內部行銷之研究—以百貨公司為例，國立屏東商業科技學報，第三卷，頁139-150。
2. 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，中山大學，博士論文。
3. 吳志淵（1998）。企業內部行銷之探索性研究-以國內某石化廠為例，中正大學，碩士論文。
4. 吳定（2004）。公共政策辭典，台北市：五南圖書出版股份有限公司。
5. 吳明隆（2005）。SPSS統計應用實務，台北市：松崗電腦圖書資料股份有限公司。
6. 林忠家（2005）。內部行銷知覺、工作滿足與服務導向組織公民行為關係之研究-以壽險業為例，真理大學，碩士論文。
7. 邱皓政（2002）。量化研究與統計分析，台北市：五南圖書出版股份有限公司。
8. 孫傳宗（2004）。內部行銷作為、員工角色壓力、組織承諾與工作滿足間之關係研究-以銀行業為例，南台科技大學，碩士論文。
9. 涂惠娟、羅榮司（2002）。銀行員工工作滿足感之研究-以台中地區為例，產業金融，第114期，頁80-93。
10. 國防部（2002）。中華民國91年國防白皮書。台北市：行政院。
11. 國防部（2004）。中華民國93年國防白皮書。台北市：行政院。
12. 國防部（2006）。中華民國95年國防白皮書。台北市：行政院。
13. 國防部（2002）。國防部組織法。台北市：國防部。
14. 國防部（2004）。國防部結合民間發展國防科技工業保密作業規定。台北市：國防部。
15. 國防部（2001）。

。國防部科技工業機構與法人團體從事研發產製維修辦法。台北市:國防部。16.國防部(2001)。國防部科技工業機構產品銷售辦法。台北市:國防部。17.國防部(2001)。國防部科技工業機構委託民間經營管理辦法。台北市:國防部。18.國防部(1998)。國軍後勤要綱。台北市:國防部。19.國防部(2004)。國軍武器系統與裝備整體後勤支援教則。台北市:國防部。20.國防部(2003)。國軍主要武器系統與裝備系統工程管理教則。台北市:國防部。21.國防部(2003)。國軍主要武器系統與裝備獲得專案管理教則。台北市:國防部。22.國防部(2003)。國軍主要武器系統與裝備測試評估教則。台北市:國防部。23.范森等著(1998)。後勤管理導論,台北市:黎明出版社。24.陳文宗(2004)。內部行銷與領導風格對工作滿意度及顧客導向行為影響之研究-以桃園縣消防局為例,元智大學,碩士論文。25.陳盈成(2000)。分紅入股之滿意度、工作投入、工作滿意度、工作壓力與離職傾向之相關研究,交通大學,碩士論文。26.康譽瓊(2001)。內部行銷作為、作為評估、工作滿足和顧客導向之研究-以證券營業員為例,中山大學,碩士論文。27.黃淑琴(1998)。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。28.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意感的關係,政治大學,碩士論文。29.許士軍(1977)。「工作滿足、個人特徵與組織氣候-文獻探討與實證研究」,國立政治大學學報,第三十五期,頁13-56。30.葉世明(2004)。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,碩士論文。31.張孝武(2005)。內部行銷作為與情緒能力對服務態度與工作績效影響之研究-以軍用機場航行管制人員為例,大葉大學,碩士論文。32.張世宗(1998)。「不同激勵制度對新世代工作族群之激勵效果及其對其公面與組織承諾之影響-以電腦製造公司為例」,中央大學人力資源管理研究所,碩士論文。33.詹宜今(2000)。由內部行銷探討銀行業採用資訊技術之組織創新成效,東吳大學,碩士論文。34.蕭富峰(1997)。內部行銷,台北市:天下文化出版。35.韓建玲(1998)。內部行銷對顧客導向行為影響之研究-以民營銀行業為例,中山大學,碩士論文。

二、英文部分

1. Bak, C. A., Vogt, L. H., George, W. R. & Greentree, I. R. (1994), Management by Team: An Innovative Tool for Running a Service Organization Through Internal Marketing, *Journal of Services Marketing*, Vol. 8, No. 1, pp. 37-47.
2. Berry, L. L. (1981), The Employee as Customer, *Journal of Retail Marketing*, 3 (March), pp. 25-28.
3. Berry, L. L. & Parasuraman A. (1991), *Marketing Services: Competing through Quality*, New York: The Free Press.
4. Brown, S. P. & Peterson, R. A. (1993), Antecedents and Consequences of Salesperson Job Satisfaction: Meta-Analysis and Assessment of Causal Effects, *Journal of Marketing Research*, 30 (February), pp. 63-77.
5. Bryman, A. & Cramer, D. (1997), *Quantitative Data Analysis with SPSS for Windows*. London: Routledge.
6. Buffum, W. E. & Konick, A. (1982), Employees' Job Satisfaction, Residents' Functioning and Treatment Progress in Psychiatric Institutions, *Health and Social Work*, Vol. 7, pp. 320-327.
7. Bussing, A., Bissels, T., Fuchs, V. & Perrar, K. (1999), A Dynamic Model of Work Satisfaction: Qualities Approaches, *Human Relations*, Vol. 52, pp. 999-1028.
8. Cahill, D. J. (1996), *Internal Marketing: Your Company's Next Stage of Growth*. Binghamton, N.Y. and London: Haworth Press.
9. Campbell (1970), *Managerial behavior performance and effectiveness*. New York: Mc Graw-Hill.
10. Churchill, G. A., Neil, Jr., Ford, M., Hartley, S. W. & Orville, C. Walker, Jr. (1974), Measuring the Job Satisfaction of Industrial Salesmen, *Journal of Marketing Research*, Vol. 11 (August), pp. 254-260.
11. Comrey, A. L. (1973). *A first course in factor analysis*. New York: Academic Press.
12. Conduit, J. & Mavondo, F. T. (2001), How Critical is Internal Customer Orientation to Market Orientation, *Journal of Business Research*, Vol. 51, pp. 11-24.
13. Cooper, J. & Cronin J. (2000), Internal Marketing: A Competitive strategy for the long-term care industry, *Journal of Business Research*, Jun, pp. 177-181.
14. Dessler, G. (1976). "Organization and Management: A Contingency Approach." Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
15. Gay, L. R. (1992). *Educational Research Competencies for Analysis and Application*. New York: Macmillan.
16. George, W. R. & Gronroos, C. (1989), "Developing Customer-Conscious Employee at Every Level-Internal Marketing," in *Handbook of Services Marketing*, Carole A. Congram and Margaret L. Friedman, (eds.), AMACOM, New York.
17. George, W. R. (1990), Internal Marketing and Organizational Behavior: A Partnership in Developing Customer-Conscious Employees at Every Level, *Journal of Business Research*, Vol. 20, pp. 63-70.
18. Gorsuch, R. L. (1983). *Factor analysis*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
19. Gronroos, C. (1981), Internal Marketing- Theory and Practice, in *American Marketing Association Services Marketing Conference Proceedings*, pp. 41-47.
20. Gronroos, C., (1985), Internal Marketing-Theory and Practice, in *Service Marketing in Changing Environment*, T.M. Bloch et al., American Marketing Association, Chicago, pp. 41-47.
21. Gronroos, C. (1994), From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing, *Asia-Australia Marketing Journal*, Vol. 2, No. 1, pp. 9-30.
22. Gummesson, E. (1992), Using Internal Marketing to Develop a New Culture - The Case of Ericsson Quality. *Journal of Business Horizons*, May-Jun, pp. 52-59.
23. Herzberg, F., Mausner, B. & Synderman, B. (1959), *The motivation to work*. New York: Wiley.
24. Heskett, J. L. (1987), Lessons in the Service Sector, *Harvard Business Review*, Vol. 65, Mar-Apr.
25. Hoppock, R. (1935), *Job Satisfaction*. New York: Harper and Row. p. 271.
26. Hom, P. W., Prussia, G. E. & Griffeth, R. W. (1992), A Meta-Analytical Structural Equations Analysis of a Model of Employee Turnover, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 77, pp. 890-909.
27. Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*. Vol. 39, pp. 31-36.
28. Kelley, S. W. (1992), Discretion and the Service Employee, *Journal of Retailing*, Vol. 69, No. 1, pp. 104-126.
29. Kotler P. & Armstrong, G. (1991). *Principles of Marketing*, 5th, Ed. Englewood, NJ, Prentice-Hall.
30. Kotler, P. & Scheff, J. A. (1998). *Standing Room Only*, New York: Wiley.
31. Kohli, A. L. & Jaworski, B. J. (1990), Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Management Implications. *Journal of Marketing*, Vol. 54, pp. 34-36.
32. Kurtz, D. L., Dodge, H. R. & Klompfacker, J. E. (1976), *Professional Selling*, Dallas: Business Publicans Inc.
33. Locke, E. A. (1976), "The Nature and Causes of Job Satisfaction," in *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, Marvin Dunnette, ed. Chicago: Rand McNally, pp. 1297-1350.
34. Mitchell, J. B. (1989), Teacher job satisfaction and teacher rapport with the principal in relationship to principals' leadership styles and school enrollment size in Tennessee public secondary schools. *DAI*, Vol. 50, No. 6, 1512A.
35. Mulaik, S. A. (1975). *The foundations of factor analysis*. New York: McGraw-Hill.
36. O'Reilly, Chatman, & Caldwell (1991), People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-environment fit, *Academy of Management Journal*. Vol. 34, No. 3,

pp.487-516. 37.Piercy, Nigel, & Neil M., ( 1991 ) . Internal Marketing – The Missing Half of the Marketing Program, Long Range Planning, Vol.24, No.2,pp.82-93. 38.Pitt, L. F. & Foreman, S. K. ( 1999 ) . Internal Marketing role in organizations:transactional cost perspective, Journal Business Research, Vol.44, No.1,pp.25-36. 39.Porter, L. W. and Lawler, E. E. (1968 ) , What Job Attitudes Tel About Motivation, Harvard Business Review, Vol. 46,No 1,pp.118-126. 40.Quester, P. G. & Kelly, A. (1999 ) , Internal marketing practices in the Australian financial sector: an exploratory study, Journal of Applied Management Studies, Dec, pp.217-229. 41.Rafiq, M. & Ahmed, P.K.(1993 ) , The Scope of Internal Marketing :Defining the Boundary Between Marketing and Human Resource Management, Journal of Marketing Management,Vol.9,pp.219-232. 42.Rafiq, M. & Ahmed, P. K. ( 2000 ) . Advances in the internal marketing concept:definition, synthesis and extension, Journal of Service Marketing,Vol.14,No.6,pp.449-462. 43.Robbins, S. L. & Morrison, E. W. (1995 ) . Psychological Contracts and OCB:The Effect of Unfulfilled Obligations on Civic Behavior, Journal of Organizational Citizenship Behavior, Vol.16,No.3,pp.289-298. 44.Saxes, Robert, & Barton, A. W.(1982 ) , The SOCO Scale: A Measure of the Customer Orientation of Salespeople, Journal of Marketing Research, Vol.19, August,pp.343-351. 45.Seal, F. E., Knight, P. A. (1988 ) . “ Industrial/Organization Psychology:Science & Practice,Pacific Grove of California ” ,Brooks/Cole. 46.Seashore, S. E. & Taber, T. D. (1975 ) , Job Satisfaction Indicators and their Correlates,American Behavioral Scientist, Vol.18, pp.333-368. 47.Smith, Kendell, & Hulin,(1969 ) , A Linear Model of Job Satisfaction, Journal of Applied Psychology. Vol.49,pp.209-216. 48.Steers, Richard, M. (1994 ) , Introduction to Organizational Behavior, 4thed., New York: Harper Collins Publishers Inc. 49.Tansuhaj, Patriya, Donna, R. & McCullough, J. (1988 ) , A Services Marketing Management Model: Integrating Internal and External Marketing Functions, 50.The Journal of Services Marketing, Vol. 2, No. 1, ( Winter ) , pp.31-38. 51.Vroom (1964 ) , Work and Motivation. New York: John WileySons.pp.99-190 . 52.Wernimont (1972 ) , A system view of job satisfaction, Journal of Applied Psychology,Vol.56,p.174. 53.Winter,J.P ( . 1985 ) , “ Getting your house in order with internal marketing: a marketing prerequisite, ” Health Marketing Quarterly,Vol.3,No.1,PP.69-77. 三、網路部分 1.林勤經 ( 2005 ) 。強化國防科技體系，促進國防軍備發展。2005年1月10日，取自2006年5月19日 <http://www.nsc.gov.tw/pla/tc/Files/9401briefing-9.pdf> 2.東森新聞報 ( 2006 ) 。國防部大動作，現役將領為買官說告立委。取自2006年6月1日 <http://news.yam.com/cna/politics/200606/20060601781342.html> 3.鄭繼文(2003) 。國艦國造、國機國造、軍品國造談國防自主。2003年11月7日，取自2006年5月19日 <http://www.diic.com.tw/comment/921107-1.htm> 4.中華民國國防部網站。取自95年4月19日 <http://www.mnd.gov.tw/> 5.國防部軍備局中山科學研究院網站。取自2005年12月19日 <http://cs.mnd.gov.tw/> 6.國防部軍備局生產製造中心網站。取自2005年12月10日 <http://www.mnd.gov.tw/division/mnd/mpd/product.htm> 7.全球防衛資訊網。取自2005年1月15日 <http://www.diic.com.tw/>