

# The Influence of the Internal Marketing on the Job Satisfaction and Organization Identification

廖怡綾、唐啟發

E-mail: 9606945@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

Internal marketing is a concept that business treats employees as the internal customers. The enterprises, which manage to satisfy the requirements of their internal customers (employees). To satisfy the requirements of their internal employees. The internal product, including job design of employees, company 's product/service, salary, service culture and company 's desire. The employee is the major factor to its performance. However, the high turnover rate is always the major problem in the company resource management. The development of bank industry depends on the quality of human resource closely. How enterprises in bank industry operate human resources usually to make efficiently. This study tries to take an office worker of bank industries in the central section as research subjects. This research tries to find out how the performance of internal marketing impacts on the job satisfaction. This research tries to find out how the performance of internal marketing impacts on the organizational identification.

Keywords : internal marketing ; job satisfaction ; organizational identification ; bank industry

## Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iv
誌謝辭	v	內容目錄	vi
目錄	viii	圖目錄	ix
第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	3	第三節 研究限制	3
第四節 研究流程	4	第二章 文獻探討	6
第一節 內部行銷	6	第二節 工作滿足	20
第二節 組織認同	30	第三章 研究方法	36
第三節 研究架構	36	第二節 研究假設	37
研究變數與操作型定義	38	第四節 研究範圍及對象	41
第一節 研究變數之操作型定義	41	第五節 資料蒐集方式	49
第二節 信度分析	51	第六節 問卷設計	42
第三節 效度分析	53	第七節 資料分析方法	49
第四節 獨立樣本t 檢定	55	第一節 樣本特性分析	51
第五節 各研究變項之相關分析	60	第二節 各研究變數之描述性統計分析	53
第六節 實證結果彙整	68	第三節 各研究變數之描述性統計分析	55
第七節 迴歸分析	71	第四節 單因子變異數分析	60
第八節 結論	86	第五節 迴歸分析	68
第一節 結論	89	第五章 結論與建議	86
第二節 研究建議	90	第一節 結論	89
第三節 後續研究建議	92	第二節 研究建議	90
附錄 研究問卷	103	第三節 後續研究建議	92
		參考文獻	93

## REFERENCES

一、中文部份 王志民(2005), 內部行銷、員工反應、組織服務性氣候與經營績效之關係, 國立成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。王啟州(2005), 內部行銷知覺、工作滿足、組織承諾與工作績效結構關係之研究-以壽險業為例, 國立中正大學成人及繼續教育研究所未出版之碩士論文。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未出版之碩士論文。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未出版之碩士論文。行政院主計處(2005), 員工進退率[線上資料], 來源: <http://www.dgbas.gov.tw/mp.asp?mp=1> 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-銀行業為例, 國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。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研究所未出版之碩士論文。林建忠(2003), 組織承諾與工作滿足之調查研究-嘉義縣市警察和消防人員之比較, 國立中正大學政治學研究所未出版之碩士論文。洪紹榮(2004), 組織認同、領導風格與海外派遣員工工作投入關係之研究, 私立大葉大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。孫令

凡(2000), 人口屬性、報酬激勵效果與工作滿足間之關係, 國立政治大學公共行政研究所未出版之碩士論文。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關係之研究-以銀行業為例, 私立南台科技大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。許士軍(1995), 管理學, 台北:東華書局。張世平(2006), 內部行銷作為、員工工作滿意與員工顧客導向行為之研究-以國泰世華銀行台中地區員工為研究對象, 國立嘉義大學管理學院碩士在職專班未出版之碩士論文。張桂芳, 1995, 員工對推動企業識別系統之態度分析-以電信事業為例, 國立中興大學企業管理研究所未出版之碩士論文。梁雙蓮(1984), 中央行政機關公務人員組織認同的研究, 國立台灣大學政治學研究所未出版之碩士論文。陳川正(2000), 非營利組織的認同管理-以基督教的「細胞小組模式」等教會為例, 國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文。許寶源(1996), 國民小學教師角色衝突與學校認同關係之研究, 國立台灣師範大學教育學系研究所未出版之碩士論文。曾倩玉(1995), 國際觀光旅館員工工作滿足、工作績效與離職傾向關係之研究, 私立銘傳大學管理科學研究所未出版之碩士論文。游旻羲(2003), 國際觀光旅館內部行銷作為與員工工作滿足及離職傾向之研究-以台北市為例, 私立銘傳大學觀光研究所未出版之碩士論文。湯玲郎, 黃英忠, (1991), 企業員工離職原因與對策探討, 就業與訓練期刊, 9(2), 58-64。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, 私立朝陽科技大學企業管理研究所未出版之碩士論文。鄧惠君(2002), 海陸輪調制度對海陸勤人員工作滿足與組織承諾之相關探討-以A公司海陸勤人員為例, 國立中山大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文。蔡依倫(2000), 宗教醫院志工組織認同與組織承諾之研究 - 與非宗教醫院志工作比較, 國立中山大學公共事務管理研究所未出版之碩士論文。蕭富峰(1997), 內部行銷, 台北:天下文化。薛皓(2005), 內部行銷、工作滿足與組織承諾關係之研究-以東森電視台為例, 私立銘傳大學傳播管理研究所未出版之碩士論文。簡竹屏(2005), 內部行銷、顧客導向、工作關係之研究-公、民營企業之比較, 私立朝陽科技大學企業管理研究所未出版之碩士論文。

二、英文部份 Adams, J. S. (1963). Toward an understanding of inequity. *Journal of Abnormal Psychology*, 74(Spring), 11-19. Alderfer, C. P. (1972). Existence Relatedness and Growth: Human need in organizational setting. New York: Free Press. Berry, L. L. (1981). The Employee as Customer. *Journal of Retail Banking*, 3(March), 25-28. 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*, 8(1), 37-47. Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1991). *Marketing Service: Competing through quality*. New York: Free Press. Bussing, A., Bissels, T., Fuchs, V., & Perrar, K. (1999). A Dynamic Model of Work Satisfaction: Qualitative approaches. *Human Relations*, 52(8), 999-1028. Cahill, D. J. (1996). *Internal marketing: Your company's next stage of growth*. Binghamton, New York and London: Haworth Press. Cribbin, J. J. (1946). *Effective management leadership*. Boston: American Management Association Inc. Cooper, J., & Cronin, J. (2000). Internal marketing: A competitive strategy for the long-term care industry. *Journal of Business Research*, 48(3), 177-181. Conduit, J., & Mavondo, F. T. (2001). How critical is internal customer orientation to market orientation. *Journal of Business Research*, 51(1), 11-24. Campbell, J. P. (1970). Managerial behavior performance and effectiveness. New York: Mc Graw-Hill. Cheney, G. (1982). On the various and changing meaning of organizational membership: A Field study of organizational identification. *Communication Monographs*, 50(1), 342-362. Dunn, J. D., & Stephens, E. C. (1972). *Management of personnel: Manpower management and organizational behavior*. New York: McGraw-Hill. Greenberg, J., & Baron, R. A. (1995). *Behavior in Organization*. Englewood Cliff, New Jersey: Prentice Hall. Green, W. E., Walls, G. D., & Schrest L. J. (1994). Internal Marketing: The Key to External Marketing Success. *Journal of Services Marketing*, 8(4), 5-13. Gummesson, E. (1992). Using internal marketing to develop a new culture: The case of Ericsson quality. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 2(3), 23-28. Gronross, C. (1981). Internal Marketing-Theory and practice. In American Marketing Association Services Marketing Conference Proceedings, 41-47. George, W. R., & Gronroos, C. (1989). Developing customer-conscious employee at every level internal marketing, in handbook of services marketing. New York: AMACOM. Gronroos, C. (1994). From marketing mix to relationship marketing: Towards a paradigm shift in marketing. *Management Decision*, 32(2), 4-22. Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B.B. (1959). *The motivation of work*. New York: Wiley. Hoppock, R. (1935). *Job Satisfaction*, New York: Harper & Row Inc. Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1975). Development of the job diagnostic survey. *Journal of Applied Psychology*, 60(2), 159-170. Ironson, G. H., Smith, P. C., Brannick, M. T., Gibson, W. T., & Paul, K. B. (1989). Constitution of a job in general scale: A comparison of global, composite, and specific measures. *Journal of Applied Psychology*, 74, 193-200. Johnson, E. M., & Seymour, D. T. (1985). The impact of cross selling on the selling on the service encounter in retail banking. In the service encounter. John, A. C. & Carol E. S., eds, Lexington. Massachusetts: District of Columbia Heath. Johnson, E. M., Scheuing, E. E., & Gaida K.A. (1986). *Profitable services marketing*. Homewood, Illinois: Dow-Jones Irwin. Joseph, W. B. (1996). Internal Marketing Builds Service Quality. *Journal of Health Care Marketing*, 16(1), 54-59. Kalleberg, A. L. (1977). Work values and job reward: A theory of job satisfaction. *American Sociological Review*, 42, 124-143. Knippenberg, D., & Schie, E. C. M. (2000). Foci and correlates of organizational identification. *Journal of Organizational Psychology*, 73(1), 137-147. Lum, L., Kervin, J., Clark, K., Reid, F., & Sirola, W. (1998). Explaining nursing turnover intent: Job satisfaction, pay satisfaction or organizational commitment. *Journal of Organizational Behavior*, 19(3), 305-320. Lock, E. A. (1969). What is job satisfaction? *Organizational Behavior and Human Performance*, 4, 309-336. Lee, S. M. (1971). An empirical analysis of organizational identification. *Academy of Management Journal*, 14, 213-226. Maslow, A. H. (1954). *The motivation and personality*. New York: Harper & Brothers Pub. 146-150. Morse, N. C. (1953). *Satisfaction in the white collar job*. Ann Arbor: University of Michigan, Institute for Social Research Center. Mael, F. A. & Ashforth, B. E. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39. Piercy, N., and Morgan, N. (1991). Internal Marketing: The Missing Half of the Marketing Programme, *Long Range Planning*, 24(2), 82-93. Porter, L. W., & Smith, F. J. (1970). The Etiology of Organizational Commitment. University of California, Irvine. Porter, L. W., & Lawler, E. E. (1968). *Managerial attitudes and performance*. Homewood, Illinois: Dorsey Press. Patchen, M. (1970). *Participation, achievement, and involvement on the job*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall. Robbins, S. P. (1996). *Organizational behavior, concept, controversies, and application*. 7th ed., New Jersey: Prentice-Hall, Inc. Spector, P. E. (1985). Measurement of

human service staff Satisfaction: Development of the job satisfaction survey. *American Journal of Community Psychology*, 13(6), 693-713. Smith, P. C., Kendell, L. M., & Hulin, C. L. (1969). *The Measurement of satisfaction in work and retirement*. Chicago: Rand McNally. Thomas, D. R. E. (1978), Strategy Is Different in Service Industries, *Harvard Business Review*, Jul-Aug. p160. Tansuhaj, P., Randall D., & McCullough J. (1988). A service marketing management model: integrating internal and external marketing functions. *The Journal of Service Marketing*, 2(1), 31-38. Taylor, S. L., & Cosenzal, R. M. (1997). Internet marketing can reduce employee turnover. *Supervision*, 58(12), 3-5. Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. John Wiley and Sons, 369. Weiss, D. J., Dawis, R. V., England, G. W., & Lofquist, L. H. (1967). *Manual for the minnesota satisfaction questionnaire* Minneapolis: university of minnesota. Industrial Relations Center. *Manual for the minnesota satisfaction questionnaire* Minneapolis: university of minnesota. Industrial Relations Center.