

員工對內部行銷、組織承諾、組織創新認知之研究

—以 T 銀行為例

研究生：蔡順興

指導教授：謝坤民

國立高雄應用科技大學金融資訊研究所

摘要

良好的服務品質為企業獲得競爭優勢的成功關鍵，在內部行銷逐漸受到重視之時，服務人員表現的優劣與否，對於顧客滿意、行銷成效，乃至於企業興衰具有決定性影響，內部行銷將公司視為一內部市場，將員工視為內部顧客，重視內部顧客的需求，採取行銷觀點，企業透過實施內部行銷的措施來滿足員工（內部顧客）的需求，來促進組織承諾轉化為實質的組織創新。本研究乃探索內部行銷、組織承諾與組織創新間關係。

本研究採問卷調查法，以票據集中作業中心高雄區員工為研究對象，並以描述性統計、卡方檢定交叉分析、獨立樣本t檢定與單因子變異數分析來進行統計分析，實証結果如下：

卡方檢定交叉分析結果：

- 一、員工之分行位置、年齡會影響其內部行銷感受。
- 二、員工之分行位置、職稱與收入會影響其組織承諾感受。
- 三、員工之分行位置會影響其組織創新感受。

獨立樣本t檢定與單因子變異數分析結果：

- 一、員工之分行位置、年齡、職稱會影響其內部行銷感受。
- 二、員工之分行位置、年齡、工作年資、職稱與收入會影響其組織承諾感受。
- 三、員工之分行位置會影響其組織創新感受。

關鍵字：內部行銷、組織承諾、組織創新

Internal marketing , organization promises and organizational innovation-A Case Study in T Bank

Student : Tsai .Shun- hsing

Advisor : Hsieh,Kun-min

**Institute of Finance and Information
National Kaohsiung University of Applied Sciences**

Abstract

Good quality of service for the enterprise to gain a competitive advantage key to success, gradually in the service marketing attention of service personnel performance excellent or not, depending on the company for customer satisfaction, marketing effectiveness, and even has a decisive influence on the success of enterprise, internal marketing of the company as an internal market, and employees as internal customers, attention to the needs of internal customers to take a marketing point of view, through the implementation of the measures of internal marketing to meet the needs of employees, to promote organizational commitment intoreal organizational innovation.

This study is to explore the internal marketing, organizational relationship between commitment and organizational innovation. In this study, a questionnaire survey, centralized operations center for bills Kaohsiung District employees as the research object, and analyzed using descriptive statistics, and chi-square , independent sample t-test and one way avova , the studyfound as follows:

Cross Analysis :

- 1.The branch location, age, of employees will affect the internal behavior marketing feel.
- 2.The branch location, job title and income of Employees will affect their organizational commitment feelings.
- 3.The branch location of employees will affect their organizational innovation experience.

t-test and one way avova :

- 1.The branch location, age, job title of Eemployees will affect the internal behavior marketing feel.
- 2.The branch location, age, work experience, job title and income of Employees will affect their organizational commitment feelings.
- 3.The branch location of employees will affect their organizational innovation experience.

Keyword : Internal Marketing , Organizational Commitment , Organizational Innovation

目錄

摘要	i
Abstract	ii
誌謝	iii
目錄	iv
表目錄	v
圖目錄	vii
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	2
第三節 研究流程	3
第二章 文獻探討	5
第一節 內部行銷	5
第二節 組織承諾	9
第三節 組織創新	14
第三章 研究方法	18
第一節 研究架構與研究假設	18
第二節 研究變數說明	20
第三節 問卷設計內容	21
第四節 抽樣方法	23
第五節 信度分析	24
第六節 效度分析	25
第七節 資料分析與統計方法	29
第四章 實證結果分析	32
第一節 敘述性統計	32
第二節 交叉分析	37
第三節 獨立 t 檢定及單因子變異數分析及 Post Hoc 多重比較	52
第五章 結論與建議	80
第一節 結論	80
第二節 研究建議	84
第二節 研究限制	86
參考文獻	87
附錄一 問卷	111

參考文獻

一、中文部份

1. 王世璋(2006)，國小校長轉型領導、學校組織學習與學校組織創新關係之研究，國立政治大學教育系碩士論文。
2. 朱素珮(2002)，內部行銷之研究—以百貨業為例，國立台中技術學院學報，3期，頁287-299。
3. 何武恭(2003)，學校行政人員工作輪調、工作滿足與組織承諾之相關性研究—以南部地區私立大學為例，義守大學工業工程與管理學系博士論文。
4. 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研究所博士論文。
5. 巫喜瑞、周逸衡(2001)，內部行銷導向在醫院護理人員管理上之應用，醫院，1卷34期，頁42-56。
6. 林俊傑(2007)，組織承諾的理論與相關研究之探討，學校行政，51期，頁35-53。
7. 林煥民(2008)，知識管理在學校創新經營之應用，學校行政雙月刊，54期，頁73-93。
8. 林俊瑩、侯雅婷、謝亞恆、徐蕙瑩(2010)，工作特質與學前教師工作投入的因果關聯：組織承諾的中介角色研究，教育與社會研究，20期，頁105-143。
9. 邱淑芬、張莉慧、陳雲隆(2003)，組織文化、組織知識創造情境與組織創新之間關連性研究—以台灣資訊硬體產業為例，管理與系統，4卷10期，頁389-410。
10. 范熾文(2007)，教師組織承諾：概念、發展、類別及其啟示，學校行政，50期，頁128-144。
11. 吳容輝(2002)，高階領導者更迭下員工認知及領導型態與組織承諾、士氣關聯性之研究—以某地方政府為例，國立中正大學企業管理研究所碩士論文。
12. 吳清山、林天祐(2006)，教育e辭書，高等教育出版社出版。
13. 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。
14. 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，2卷7期，頁249-270。
15. 陳光榮(2003)，精省後中部辦公室就地安置之公務人員的心理知覺、工作滿足與組織承諾之研究，國立中正大學勞工研究所碩士論文。

16. 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，元智大學管理研究所碩士論文。
17. 陳岳男(2006)，內部行銷策略對組織承諾的影響歷程之研究--以台南縣、市國小為例，國立台南大學教育經營與管理研究所碩士論文。
18. 黃淑琴(2000)，台灣壽險業內部行銷與經營績效之關聯性探討，私立靜宜大學碩士論文。
19. 黃志中(2004)，高雄市國民小學行政人員團隊學習、組織承諾與學校行政效能關係之研究，國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。
20. 黃素惠(2006)，組織承諾談提升教師組織承諾之啟示，教育暨外國語文學報，3期，頁1-21。
21. 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碩士論文。
22. 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，國立嘉義大學管理研究所碩士論文。
23. 張明輝(2006)，創新管理與學校經營，教育研究月刊，145期，頁41-47。
24. 蔡啟通(1997)，組織因素、組織成員整體創造性與組織創新之關係，台灣大學商學研究所博士論文。
25. 蔡進雄(2005)，超越轉型領導：國民中小學校長新轉型領導影響教師組織承諾之研究，國民教育研究集刊，13期，頁37-63。
26. 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碩士論文。
27. 賴姿蓉(2000)，二十一世紀變革的新趨勢--組織創新，人事月刊，1卷30期，頁26-36。

二、英文部份

1. Ahmed, P. K., Rafiq, M. and Saad, N. M. (2003), Internal marketing and the mediating role of organisational competencies, *European Journal of Marketing*, 37(9), pp. 1221-1241.
2. Bartlett, K. R. (2001), The relationship between training and organizational commitment: A study in the health care field. *Human Resource Development Quarterly*, 12(4), pp. 335-352.
3. Bharadwaj, M. (2000), Making innovation happen in organizations: Individual creativity mechanisms, organization creativity mechanisms or both? *Journal of Production Innovation Management*, 17, pp. 424-434.
4. Casey, E. G., & Philip, M. W. (2008), The relationship between organizational commitment, perceived relatedness, and intentions to continue in Canadian track and field officials. *Journal of Sport Behavior*, 31(1), pp. 44-63.
5. Chang, S.C. and Lee, M.S. (2008), The linkage between knowledge accumulation capability and organizational innovation, *Journal of Knowledge management*, vol 12(1), pp. 3-20.
6. Cohen, A. D. (2003), The learner's side of foreign language learning: Where do styles, strategies, and tasks meet? *IRAL Journal*, 41(4), pp. 279-292.
7. Greene, W. E. ; Walls, G. D. & Schrest, L. J. (1994), Internal Marketing: The Key to External Marketing Success, *The Journal of Services Marketing*, 8(4), pp. 5-13.
8. Grönroos, C. (2000), *Service Management and Marketing—A Customer Relationship Management Approach*, (2nd Ed.), pp. 340-344, Wiley, New York, NY.
9. Hamel, G. and Skarzynski, P. (2001), Innovation: the new route to new wealth, *Leader to Leader*, 19, pp. 16-21.
10. satisfaction and international hotel performance: An empirical study, *International Journal of Management*, 22(2), pp. 285-293.

11. Jaramillo, F., Mulki, J. P., & Marshall, G. W. (2005), A meta-analysis of the relationship between organizational commitment and salesperson job performance: 25 years of research. *Journal of Business Research*, 58, pp. 705-714.
12. Kotler, P. (1972), A Generic Concept of Marketing, *Journal of Marketing*, 36(2), pp. 46-54.
13. McAdam, Rodney, Peter S., & Gren A. (2000), Innovative Change Management in SMEs: Beyond Continuous Improvement, *Logistics Information Management*, 13(3), pp. 138-149.
14. O' Reilly, Chatman, & Caldwell (1991), People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-environment fit, *Academy of Management Journal*, 34(3), pp. 487-516.
15. Robbins, S. P. (2001)., *Organizational behavior*. Upper Saddle River, NJ: Ablex Publishing.
16. Sasser W. & F. Arbeit. S. E. (1976), Selling Jobs in the Service Sector, *Business Horizons*, 19(6), pp. 61-65.
17. Schumpeter, J. A. (2002), *The Economy as a Whole: Seventh Chapter of the Theory of Economic Development*, *Industry and Innovation*, 9, pp. 93-145.
18. Steers, R. M. .(1977), Antecedents and outcomes of organizational commitment. *Administrative Science Quarterly*, 22, pp. 46-56.
19. Tansuhaj, Patriya; Randall, Donna; McCullough, Jim (1991), Applying the Internal Marketing Concept within Large Organizations: As Applied to a Credit Union, *The Journal of Professional Services Marketing*, 6(2), pp. 193-202
20. Hoye, G., & Lievens, F. (2007), Social influences on organizational attractiveness: Investigating if and when word of mouth matters. *Journal of Applied Social Psychology*, 37(9), pp. 2024-2047.