

# 兩岸員工工作滿意度差異研究-以內部服務品質評量觀點

鄧維兆, 馬郁淇

餐旅管理學系

管理學院

simond@chu.edu.tw

## 摘要

外部顧客整體產品與服務之消費滿意度是建立於內部顧客滿意之先行達成，因當內部顧客對其工作感到滿意時，其將會傳送高價值的服務給其他內部顧客或外部顧客，進而帶來外部顧客整體產品與服務之消費滿意與滿足。而在能使企業利潤成長與內部顧客工作滿意提升的內部行銷作法中，強化提升內部服務品質為最整體與源頭之行動。對於投資大陸之台商公司而言，其在內部行銷作法上，勢必先行研究兩岸員工在於內部服務品質與員工工作滿意度上之影響關係和差異，才能正確掌握推行內部行銷之作法，而達促進內部顧客工作滿意度、公司效益營運與獲利成長之目的。本研究經問卷調查之分析結果顯示，兩岸公司在員工工作滿意度上無顯著差異，但整體員工工作滿意度上有顯著差異。且於內部服務品質構面上，無任一項構面達顯著差異。最後，對大陸分公司而言，有形性是其促進公司員工工作滿意度之內部服務品質重點構面。

關鍵字：內部服務品質、工作滿意度、內部行銷