

目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iii
表目錄	vi
圖目錄	viii
第一章	緒論.....	1
1.1	研究背景.....	1
1.2	研究動機與目的.....	2
1.3	研究範圍.....	3
1.4	研究流程.....	4
1.5	名詞解釋.....	6
第二章	文獻探討.....	8
2.1	圖書出版業概況.....	8
2.2	顧客關係管理.....	12
2.2.1	顧客關係管理的定義.....	13
2.2.2	顧客關係管理的架構.....	17
2.2.3	顧客關係管理的功能模組.....	22
2.2.4	顧客關係管理的執行步驟.....	23
2.2.5	顧客關係管理階段.....	26
2.2.6	導入顧客關係管理的優點.....	27
2.2.7	導入顧客關係管理系統的阻礙與失敗原因.....	30
2.3	創新採用理論.....	31
2.3.1	創新的定義.....	31
2.3.2	創新的分類.....	34
2.3.3	採用的定義.....	35
2.3.4	創新採用理論與模型.....	36
2.4	企業導入顧客關係管理系統之影響因素.....	40
2.4.1	產業環境構面.....	40

2.4.2	企業組織構面.....	43
2.4.3	CRM 系統供應商構面.....	45
2.4.4	CRM 系統構面.....	47
第三章	研究設計.....	50
3.1	研究架構.....	50
3.2	研究變數.....	53
3.2.1	考量構面.....	53
3.2.2	考量因素.....	54
3.3	資料分析方法.....	57
3.3.1	分析層級程序法.....	57
3.3.2	AHP 基本假設.....	58
3.3.3	AHP 操作流程.....	60
3.4	問卷設計.....	69
3.4.1	考量構面部份.....	69
3.4.2	考量因素部份.....	70
3.4.3	採用現況與意願部分.....	74
3.5	研究對象與問卷發收.....	75
3.5.1	研究對象.....	76
3.5.2	問卷發收.....	76
3.6	信度與效度.....	78
3.6.1	信度.....	78
3.6.2	效度.....	79
3.7	研究限制.....	79
第四章	資料分析與研究結果.....	81
4.1	影響構面分析.....	81
4.2	影響因素分析.....	86
4.2.1	產業環境構面下之影響因素分析.....	86
4.2.2	企業組織構面下之影響因素分析.....	91
4.2.3	CRM 系統供應商構面下之影響因素分析.....	95
4.2.4	CRM 系統構面下之影響因素分析.....	98

4.2.5	影響因素之綜合權重.....	102
4.3	出版社導入顧客關係管理系統之現況與意願.....	110
第五章	結論與建議.....	112
5.1	結論.....	112
5.2	研究建議.....	115
5.2.1	對出版社的建議.....	115
5.2.2	對CRM系統供應商的建議.....	116
5.2.3	對後續研究者的建議.....	117
5.3	對後續研究者的建議.....	118
參考文獻	研究貢獻.....	119
附錄	130
個人簡歷	139

表目錄

表 2.1	各年度台灣圖書市場概況.....	10
表 2.2	顧客關係管理定義表.....	13
表 2.3	客戶服務通道.....	21
表 2.4	CRM 應用功能模組.....	23
表 2.5	產業環境構面下之影響因素與參考依據.....	42
表 2.6	企業組織構面下之影響因素與參考依據.....	45
表 2.7	CRM 系統供應商構面下之影響因素與參考依據.....	46
表 2.8	CRM 系統構面下之影響因素與參考依據.....	49
表 3.1	AHP 評量尺度意義與說明.....	62
表 3.2	AHP 評量表.....	63
表 3.3	R.I. 值表.....	68
表 3.4	問卷中影響構面之 AHP 評量表.....	70
表 3.5	問卷中產業環境構面下之影響因素 AHP 衡量表.....	71
表 3.6	問卷中產業環境構面下之影響因素 AHP 衡量表.....	72
表 3.7	問卷中 CRM 供應商構面下之影響因素 AHP 衡量表..	73
表 3.8	問卷中 CRM 系統構面下之影響因素 AHP 衡量表....	74
表 3.9	問卷中第三部份之問項與答項內容敘述.....	75
表 3.10	問卷發收情形表.....	78
表 4.1	整體樣本之影響構面分析表 (1).....	83
表 4.2	整體樣本之影響構面分析表 (2).....	83
表 4.3	未導入樣本之影響構面分析表 (1).....	84
表 4.4	未導入樣本之影響構面分析表 (2).....	84
表 4.5	已導入樣本之影響構面分析表 (1).....	85
表 4.6	已導入樣本之影響構面分析表 (2).....	85
表 4.7	整體樣本在產業環境構面下之因素分析表 (1).....	88
表 4.8	整體樣本在產業環境構面下之因素分析表 (2).....	88
表 4.9	未導入樣本在產業環境構面下之因素分析表(1)....	89
表 4.10	未導入樣本在產業環境構面下之因素分析表(2)....	89

表 4.11	已導入樣本在產業環境構面下之因素分析表(1).....	90
表 4.12	已導入樣本在產業環境構面下之因素分析表(2).....	90
表 4.13	整體樣本在企業組織構面下之因素分析表(1).....	92
表 4.14	整體樣本在企業組織構面下之因素分析表(2).....	92
表 4.15	未導入樣本在企業組織構面下之因素分析表(1).....	93
表 4.16	未導入樣本在企業組織構面下之因素分析表(2).....	93
表 4.17	已導入樣本在企業組織構面下之因素分析表(1).....	94
表 4.18	已導入樣本在企業組織構面下之因素分析表(2).....	94
表 4.19	整體樣本在 CRM 提供者構面下之因素分析表(1)...	95
表 4.20	整體樣本在 CRM 提供者構面下之因素分析表(2)...	96
表 4.21	未導入樣本在 CRM 提供者構面下之因素分析表(1)...	96
表 4.22	未導入樣本在 CRM 提供者構面下之因素分析表(2)...	96
表 4.23	已導入樣本在 CRM 提供者構面下之因素分析表(1)...	97
表 4.24	已導入樣本在 CRM 提供者構面下之因素分析表(2)...	97
表 4.25	整體樣本在 CRM 系統構面下之因素分析表(1).....	99
表 4.26	整體樣本在 CRM 系統構面下之因素分析表(2).....	100
表 4.27	未導入樣本在 CRM 系統構面下之因素分析表(1)...	100
表 4.28	未導入樣本在 CRM 系統構面下之因素分析表(2)...	101
表 4.29	已導入樣本在 CRM 系統構面下之因素分析表(1)...	101
表 4.30	已導入樣本在 CRM 系統構面下之因素分析表(2)...	102
表 4.31	整體樣本之各影響因素綜合權重分析表.....	104
表 4.32	未導入樣本之各影響因素綜合權重分析表.....	106
表 4.33	已導入樣本之各影響因素綜合權重分析表.....	108
表 4.34	三類樣本綜合權重排名表.....	109
表 4.35	出版社導入 CRM 系統現況.....	110
表 5.1	權重排名總表.....	114

圖目錄

圖 1.1	研究流程圖.....	5
圖 2.1	顧客關係管理定義內涵.....	17
圖 2.2	CRM 架構.....	18
圖 2.3	顧客關係管理相關者.....	19
圖 2.4	創新傳佈模型.....	37
圖 3.1	研究架構.....	51
圖 3.2	AHP 架構圖.....	52
圖 3.3	AHP 操作流程圖.....	60
圖 3.4	問卷實施流程圖.....	77