

由表 5.1 的結果，本研究發現以整體出版社的觀點來看，關鍵的考量構面是 CRM 系統構面，考量因素則是以顧客資料庫對公司發展重要性、成本負擔、系統效益、垂直協調程度與產業環境變化速度為前五名關鍵因素；已導入 CRM 系統的出版社認為產業環境構面最關鍵，考量因素則是以垂直協調程度、成本負擔、競爭廠商使用壓力、高階主管對資訊管理支持度與系統供應商的專業能力為前五名；未導入 CRM 系統的出版社認為導入 CRM 系統的關鍵影響構面是 CRM 系統，考量的前五名關鍵因素依序為顧客資料庫對公司發展重要性、系統效益、成本負擔、產業環境變化速度與相容性。

5.2 研究建議

本節藉由研究結果對出版社、CRM 系統供應商與後續研究者提出建議。

5.2.1 對出版社的建議

本研究發現，已導入 CRM 系統的出版社認為，與 CRM 系統供應商的良好互動是導入 CRM 系統最重要的考量因素，所以未導入的出版社在評估是否導入時，可藉由已導入者的觀點，主動參加相關產品發表會與

研討會，增加與供應商的互動並加深對 CRM 系統的瞭解，一旦決定導入時，選擇合適的供應商與維持長期的良好合作關係是很重要的。

成本負擔對出版社在考量導入 CRM 系統時是一個重要的因素，出版社應該先對自身需求、組織內部情形與工作流程、公司財務與其他資源、所處產業環境特性等等來考量，決定導入時，可選擇導入全部或部份的模組，或是分期導入不同模組來減輕建置成本的負擔。

想獲得成功的 CRM，不止需要導入 CRM 系統，也需要建立以顧客為中心的觀念，並改變組織文化、架構與工作流程等來配合實行，CRM 系統僅是提供管理者制訂決策參考資訊的工具。

5.2.2 對 CRM 系統供應商的建議

由研究結果可知，已導入 CRM 系統的出版社認為與 CRM 系統供應商的良好互動是導入 CRM 系統最重要的考量因素，即是指 CRM 系統供應商與出版社的良好互動會大大提升出版社的導入意願，所以未來 CRM 系統供應商應下功夫多瞭解圖書出版業特性，提出針對圖書出版業的 CRM 系統建置方案，或提供低價的 ASP 方案，減輕出版社導入成本的負擔，並且針對圖書出版業不定期舉辦產品發表會或座談會，增加出版社

對 CRM 系統的認識，提高出版社的導入意願。

5.3.3 對後續研究者的建議

在研究過程中發現幾個方向可供後續研究者參考，分述如下：

1. 增加 CRM 系統供應商的想法

本研究問卷施測對象為 CRM 系統之應用者—圖書出版業，後續研究者可以 CRM 系統供應商為對象，針對買賣雙方觀點進行意見綜合與差異分析。

2. 針對不同出版單位做調查

本研究之對象為營利事業單位，對於非營利組織如政府出版品或是學校、基金會與法人機構出版品，未來可進行類似研究。

3. 不同研究方法

本研究採 AHP 法處理 CRM 之因素及權重分析，雖然有將問題系統化之優點，但也受限於該法因素不宜太多的限制，可能會影響研究結果，建議後續研究者可試著用其他方法進行研究，比較不同方法之結果。

4. 針對不同產業進行研究

本研究是以圖書出版業為研究對象，後續研究者可以雜誌、音像等出版品或是其他產業為對象進行研究，探討影響其他產業導入 CRM 系統時的關鍵因素，並比較不同產業的差異性。

5. 顧客關係管理績效評估

雖然導入 CRM 系統的企業仍屬少數，但基於一對一行銷的趨勢以及資訊科技的快速發展，CRM 系統的建置成本必將急遽降低，CRM 的應用普及率終將提高，未來 CRM 系統的績效衡量指標與衡量方式將為重要的議題。

5.3 研究貢獻

本研究具有以下之貢獻：

1. 有別於先前學者採用之研究方法，本研究以 AHP 法來探討出版社導入顧客關係管理系統之影響因素，以不同的角度來探究導入顧客關係管理系統之決策制訂。
2. 提供出版社對於未來是否導入顧客關係管理系統時，一個簡單清楚之參考，並幫助出版社瞭解本身的企業體質。
3. 提供顧客關係管理系統業者對圖書出版業制訂行銷策略之參考依據。

參考文獻

中文部份

書籍

行政院文化建設委員會 (2000), 中華民國八十八年台灣圖書出版市場研究報告 , 台北 : 行政院文化建設委員會 , 頁 157-159。

行政院文化建設委員會 (2001), 中華民國八十九年台灣圖書出版市場研究報告 , 台北 : 行政院文化建設委員會。

翁秀琪 (1992), 大眾傳播理論與實證 (修訂二版) , 台北 : 三民書局 , 頁 79-89。

楊和炳 (1988), 市場調查 , 台北 : 五南 , 頁 202。

期刊

王力加 (2001), 避開 CRM 的陷阱與迷思 , 資訊與電腦 , 254 期 , 2001.9 , 頁 12-14。

方國定、吳智鴻 (1997), 影響連鎖體系 EDI 擴散程度之實證研究 , 科技管理學刊 , 第二卷 , 第二期 , 1997.12 , 頁 127-152。

安迅資訊系統公司 (1999), 整合企業經營策略與顧客關係管理 , 電子化企業經理人報告 , 1999.11 , 頁 20-25。

李宗諺(2001), 不景氣下的顧客關係管理, 資訊與電腦, 254期, 2001.9, 頁 27。

李慕雲(2001), 建立顧客間「互相培育關懷與尊敬」的運作架構, 以執行顧客關係管理, 電子企業經理人報告, 25期, 2001.9, 頁 59-65。

孟樊(1998), 台灣出版業的世紀末, 出版界, 53期, 頁 64-66。

翁啟燦(1995), 二十世紀末台灣出版行銷趨勢分析, 出版界, 43/44期, 頁 6-9。

陳文華(1999), 應用資料倉儲系統建立 CRM, 資訊與電腦, 1999.5, 頁 122-127。

郭宏國(2001), 避開 CRM 的陷阱與迷思, 資訊與電腦, 254期, 2001.9, 頁 17。

童啟晟(2000), 1998-2003 年全球 CRM 市場之預估, MIC 軟體與運用, 2000.4。

曾順雄(1988), 圖書出版業現代化的契機, 出版界, 55期, 頁 14-16。

曾國雄、鄧振源(1989), 層級分析法(AHP)的內涵特性與應用(上), 中國統計學報, 第 27 卷第 6 期, 頁 5-22。

曾國雄、鄧振源(1989), 層級分析法(AHP)的內涵特性與應用(下), 中國統計學報, 第 27 卷第 7 期, 頁 1-15。

經濟部商業司 (2000), 1999 年度台灣「顧客關係管理」運用現狀調查報告, 電子商務導航, 第二卷, 第 13 期。

廖志德(1999), 互動時代的顧客關係管理, 能力雜誌, 1999.10, 頁 24-30。

叡揚資訊(2000), CRM 客戶關係管理相關名詞探討, 網際先鋒, 2000.1, 頁 100-101。

翻譯作品

邱振儒 (1999) 譯, 客戶關係管理, 第一版, 台北: 商周, 譯自 Robert & Cole (1999)。

姜怡如(1999)譯, 1999 年度台灣業者之顧客關係管理應用現狀調查, 電子化企業: 經理人報告, 第 3 期, 1999.11, 頁 9-15, 譯自 Brian Spengler (1999)。

楊鴻儒 (2001) 譯, CRM 戰略執行手冊, 遠擎, 頁 38-60, 譯自日本 HR Institute 人力資源學院 (2001)。

賴士奇、吳嘉哲、劉揚凱、楊子蕙 (2001) 譯, 深化顧客關係管理, 遠擎, 譯自 Ronald S. Swift (2001)。

學位論文

王學弘 (1995), 以分析層級程序法進行彈性製造系統製造商之評選, 中

原大學工業工程研究所碩士論文，頁 29。

王希寧 (2000), 網際網路對 B2C 企業顧客關係管理的影響 -- 以券商及書店為例，國立政治大學科技管理研究所碩士論文。

李章偉 (2000), 資料庫行銷之顧客價值分析：以 3C 流通業為例，國立台灣大學國際企業研究所碩士論文，頁 12-18。

李詩欽 (2001), 策略定位影響電子券商顧客關係管理之研究，國立中山大學資訊管理研究所碩士論文。

何佳芬 (2001), 整合行銷模式應用於顧客關係管理之研究，實踐大學企業管理研究所碩士論文，頁 26-27。

余彬誠 (1998), 應用分析層級程序法 (AHP) 評估平版印刷業印前作業人員績效考核之研究，中國文化大學造紙印刷研究所碩士論文。

吳克清 (1999), 桃園縣分縣治理之可行性研究 - 分析層級程序法(AHP)之應用分析，元智大學管理研究所碩士論文，頁 32。

吳欣穎 (2000), 企業導入顧客關係管理之研究，國立台北大學企業管理研究所碩士論文。

洪建志 (2001), 金融業顧客關係管理系統建置之研究，義守大學管理科學研究所碩士論文。

柳萬傑 (2001), 台灣地區大型服務業採用顧客關係管理系統 (CRM) 影

- 響因素之研究，國立交通大學經營管理研究所碩士論文，頁 21。
- 徐正予 (1999)，AHP 模式應用於招生策略與學生特質分析之研究，中原大學工業工程學系碩士論文，頁 30。
- 許文科 (2000)，企業導入 ERP 的成功關鍵因素探討，國立台灣科技大學工業管理研究所碩士論文。
- 陳巧佩 (2001)，企業導入顧客關係管理決策之研究，國立政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 黃元鵬 (1999)，文化基因與網路出版研究，南華大學出版學研究所碩士論文，頁 10-13。
- 黃振廷 (2002)，利用分析層級層序法探討台灣中草藥製造業之關鍵成功因素，國立中央大學資訊管理學研究所碩士論文。
- 萬曉琪 (2000)，顧客關係品質影響因素之研究：以台灣地區行動電話服務產業為例，朝陽科技大學企業管理研究所碩士論文，頁 12-13。
- 閔庭祥 (2001)，顧客關係管理系統之價值模型建構，國立中央大學資訊管理學研究所博士論文。
- 楊珮伶 (2001)，企業整體顧客關係管理運作模式之研究，國立政治大學資訊管理學研究所碩士論文。
- 盧坤利 (2000)，台灣地區企業採用顧客關係管理系統之影響因素研究，

國立台灣大學商學研究所碩士論文。

謝宏恩 (2002), 顧客關係管理於固網產業之應用-以國際電話業務為例 ,

實踐大學企業管理研究所碩士論文 , 頁 4-5。

蘇郁琇 (1999), 台灣地區企業採用企業資源規劃系統 (ERP) 之影響因

素研究 , 國立臺灣大學會計學研究所碩士論文。

網站

台經院產經資料庫 , <http://www.ibisworld.com.tw>

行政院主計處 , <http://www.dgbasey.gov.tw/>

全國新書資訊網 , <http://lib.ncl.edu.tw/isbn/index.htm>

資策會網際網路調查中心 , <http://www.find.org.tw>

英文部份

書籍

Bhatia, A. (1999), Customer Relationship Management , 1st ed. .

Brown, S. A. (2000), Customer Relationship Management : A Strategic Imperative in the World of e-Business, N. Y. : John Wiley & Sons.

Dick , L. (1999) , The Customer Relationship Management Planning Guide , High-Yield Marketing Press .

Kalakota, R. & M. Robinson (1999) , e-Business: Roadmap for Success , 1st ed. , U.S.A. : Mary T. O' Brien .

Kolter, P. (1997) , Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, 9th ed., New Jersey: David Borkowsky.

Lionberger, H. F. (1960) , Adoption of New Ideas and Practices ,The Iowa State university Press, p.5 .

Rogers, E.M. (1962) , Diffusion of Innovations, New York: Free Press, pp.79-86 .

Rogers, E. M. (1983) , Diffusion of Innovations, 3rd, New York : Free Press .

Ronald , S. S.(2001) , Accelerating Customer Relationships-Using CRM and Relationship Technologies, Prentice-Hall .

Saaty ,T. L. (1980) , The Analysis Hierarchy Process , New York : McGraw Hill .

Schiffman , L. G. & L. L. Kanuk (1994) , Consumer Behavior, 5rd ,
Prentice-Hall .

Teklitz, F. & R. McCarthy (1999) , Analytical Customer Relationship
Management, A Whitepaper from Sybase, Inc., 1999 .

期刊

Abernathy, W. & J. Utterback (1978) , Patterns of industrial innovation,
Technology Review, No.80, 1978, pp. 40-47 .

Carter, J. R. & L. D. Fredenall (1990) , The Dollars and Sense of Electronic
Data Interchange , Production and Inventory Management Journal, pp.
22-25 .

Conlon , G.(1999), No Turning Back, Sales and Marketing Management, May
1999, pp. 50-55.

Damanpour, F. (1987) , The adoption of technological, administrative, and
ancillary innovations : Impact of orgainzational facators, Journal of
Management, No.13, 1987, pp. 675-688 .

Damanpour, F. (1991) ,Organizational innovation: a meta-analysis of effects
of determinants and moderators, Academy of Management Journal , Vol.
34, pp.555-590 .

Davisd, M. (1999) , How to Avoid the 10 Biggest Mistake in CRM , Journal
of Business Strategy , 1999.11 , pp22-26 .

- Dewar, R. D. & J. E. Dutton(1986), The adoption of radical and Incremental Innovations : An Empirical Analysis, Management Science, No32. 1986, pp. 1422-1433 .
- Galbreath, J. & T. Rogers (1999) ,Customer Relationship Leadership : A leadership and motivation model for the twenty-first century business , The TQM magazine, No : 11, pp. 161-171 .
- Gatignon, H. & S. T. Robertson(1989), Technology Diffusion: An Empirical Test of Competitive Effects , Journal of Marketing, Vol.53, No.1, pp.35-49 .
- Gordon , L.(1999),The Intelligence Behind CRM , Inform, Nov / Dec, 1999, pp.19-24 .
- Grover, V. & M. Goslar (1993) , The Initiation, Adoption, and Implementation of Tele communications Technologies In U.S. Organization , Journal of Management Information System, Vol.10, No. 1,Summer 1993, pp.141-163 .
- Grover, V. & M. Goslar (1995) , Adopters of Telecommunications Initiatives : A Profile of Progressive US Corporations , International Journal of Information Management , Vol.15, No.1, 1995, pp.33-46 .
- Khirallah, K. (1999), Should Retail Banks Race Toward the One-to-One Future ? Bank Technology News, Vol. 12, No. 4, p.41.
- Levitt,T.(1966), Innovative Limitation , Harvard Business Review, Sep-Oct , pp.63 .

- Mannakee & Williams (1999) , Taking advantage of a powerful CRM technology , Bank Systems & Technology, Vol. 36, p.s8 .
- Peppers, D. & M. Rogers (1993) , The One to One Future : Building Relationships One Customer at a Time, New York : Doubleday .
- Peppers, D., M. Rogers & B. Dorf (1999), Is Your Company Ready for One-to-One Marketing ? , Harvard Business Review, Jan.-Feb., pp. 51-160 .
- Philipson, G. (1999) , Just another Day at the Evolutionary Office, Business Online, Nov., pp. 27-28.
- Pivotal Co. (1999) , Electronic business relationship management, Business Report , 1999.10 .
- Premkumar, G. , K. Ramamurthy & S. Nilaknta (1994) , Implementation of Electronic Data Interchange , Journal of Management Information System, Vol.11,No.2,Fall 1994, pp.157-186 .
- Ryan, B. & N. C.Gross (1943) , The Diffusion of Hybrid Seed corn in Two Iowa Communities , Rural Sociology , vol.8, pp.15-24 .
- Sand, S. & L. M. Warwick(1977), Successful Business Innovation: A Survey of Current Professional View , Californian Management Review, Vol.20, No.2, pp.5-16 .
- Swanson, E. B. (1994) , Information Systems Innovation among Organizations, Management Science, Sep. 1994, pp. 1609-1092 .

Thong, J. Y. L. & C. S. Yap (1995) , CEO Characteristics, Organizational Characteristics and Information Technology Adoption In Small Business, Omega, Vol.23, No.4, pp. 429-442 .

Thong, J. Y. L. & C. S. Yap (1996) , Top Management Support, External Expertise and Information Systems Implementation In Small Business , Omega , June , pp. 248-267.

網站

Amazon, <http://www.amazon.com> .

Gartner Group , <http://www4.gartner.com/Init>

Goff, L. (2000) , CRM : The cutting edge of servicing customers. Computer world , <http://global.umi.com/pqdweb>

HP (1999) , HP Announces Asia' s Most Complete Solution for Customer Relationship Management , <http://www.hp.com.sg/news/1999-08-16.html>

Robinson, R.(2000) , Vendors scramble in a fractured CRM market Computer world , <http://global.umi.com/pqdweb>

Solomon, H. (2000.8) , Battle waged over state of CRM Computing Canada, <http://global.umi.com/pqdweb>

