

## 附錄：問卷



# 以分析層級程序法衡量圖書出版業導入 顧客關係管理系統之關鍵因素研究

各位業界先進您好：

顧客關係管理（Customer Relationship Management, CRM）是近年引進台灣並廣為實務界運用的名詞，CRM 系統能整合、分析和預測企業由種各通道蒐集的顧客資料，用以協助制訂一種吸引、提升與維持長期顧客關係之策略，並實行於不同的顧客群，進而達成降低成本與提高利潤目的；CRM 系統包含網路服務系統、客服支援系統及行銷業務支援系統，依功能可區分為一對一行銷、資料庫行銷、資料倉儲、資料挖掘、電腦電話整合式客服中心等。

本問卷的目的，在透過分析層級程序法（Analytic Hierarchy Process, AHP）評量出影響出版社導入 CRM 系統因素的相對重要性，並找出關鍵影響因素，進而能對不同出版社導入 CRM 系統之可行性，提供看法與建議。

本問卷純供統計分析用，絕對保密且不單獨對外發表。您所提供的資料對本研究具有決定性的影響，且將是本研究得以順利完成的最大助力。懇請您能於百忙之中撥冗惠填問卷，衷心感謝您的支持與協助！

南華大學出版學研究所

指導教授：王祿旺博士

研究生：林晉祺敬上

聯絡電話：0917-256-025

E-mail：[fan.n557@msa.hinet.net](mailto:fan.n557@msa.hinet.net)

## 一、說明

本問卷採用名目尺度 (Nominal Scale)，對每一層級要素兩兩作簡明的成對比較評估 (Pairwise Comparison)。此名目尺度劃分為五項：(1) 等強 (Equal Strong)、(2) 稍強 (Weak Strong)、(3) 頗強 (Strong)、(4) 極強 (Very Strong)、(5) 絕強 (Absolute Strong)，再加上介於每兩者間的強度，總共可區分為九個等級，分別給予評點比重 1 至 9。

## 二、問卷填寫範例

問題：研究一般台灣消費者對飲料的喜好程度為何？

假設小林對可樂、果汁、茶三種飲料喜好不同。其極為偏好可樂，而果汁還算可以，對茶則極不喜歡。以成偶比對之喜好程度如下：

評估喜好	絕強	極強	頗強	稍強	等強	稍強	頗強	極強	絕強	評估喜好
可樂			v							果汁
果汁		v								茶
茶									v	可樂

(一) 就可樂和果汁而言，小林喜好可樂的程度頗強於果汁。

(二) 就果汁和茶而言，小林喜好果汁的程度極強於茶。

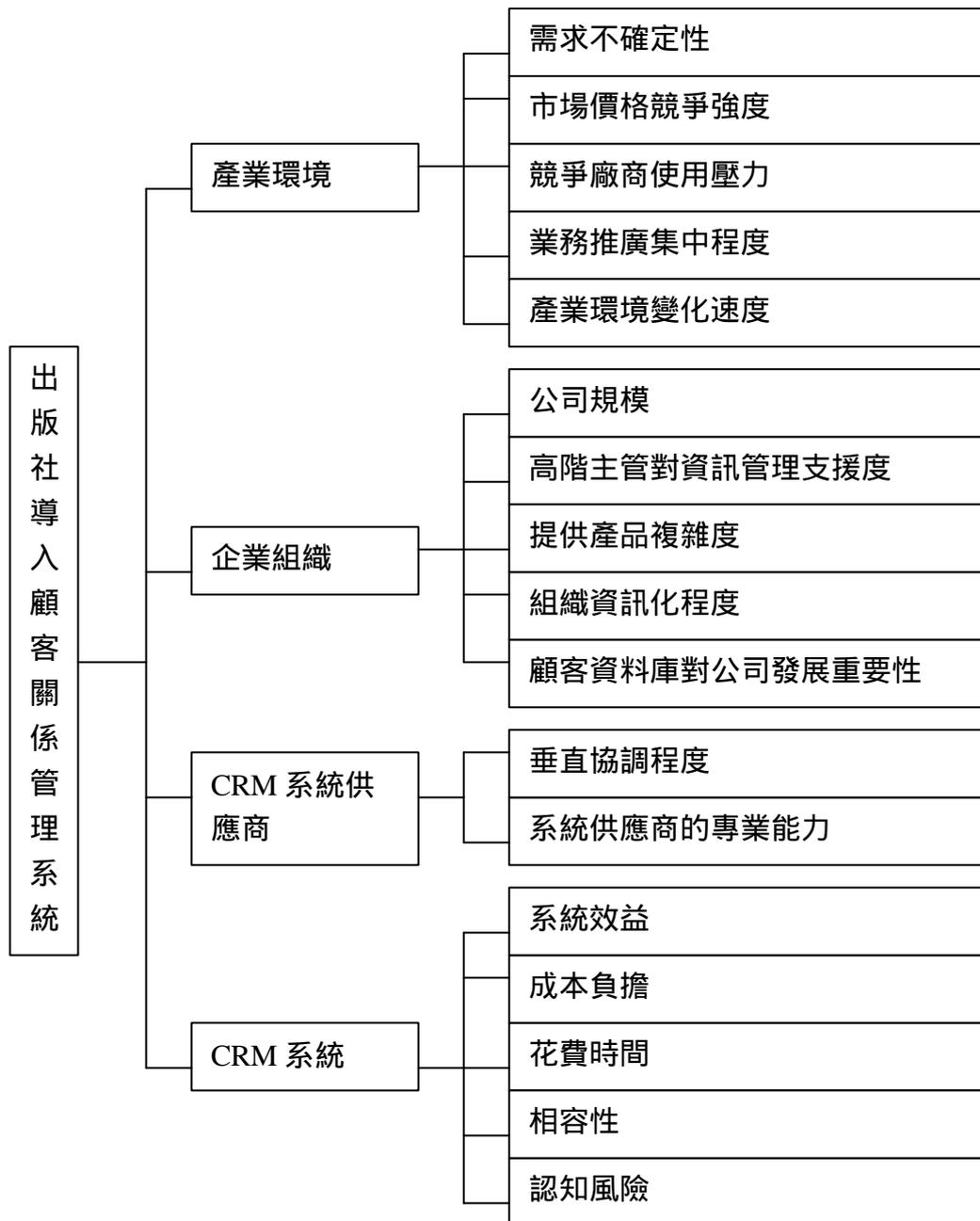
(三) 就茶而言，小林喜好可樂的程度及絕強於茶。

## 三、本問卷分為三大主要部分

第一部分：分析第一層級—歸納企業在導 CRM 系統可行性之主要組成構面，並評估其相對重要性。

第二部分：分析第二層級—分析各構面的組成因素，並評估其相對重要性。

第三部分：出版社導入 CRM 系統現況與採用意願。



附圖一：衡量出版社導入 CRM 系統之 AHP 分析架構圖

## 二、問卷內容

第一部份—請判斷出版社在導入 CRM 系統時，最主要考量構面的相

對重要程度：

1. 產業環境 (D<sub>1</sub>):

企業所面對的外部產業環境特性。以需求不定性、市場價格競爭強度、競爭廠商使用壓力、業務推廣集中程度與環境變化速度等五個因素考量。

2. 企業組織 (D<sub>2</sub>)

企業的組織特性。以公司規模、高階主管對資訊管理支持度、提供產品的複雜程度、組織資訊化程度與顧客資料庫對公司發展影響程度等五個因素考量。

3. CRM 系統供應商 (D<sub>3</sub>)

企業對 CRM 系統供應商特性的認知。以垂直協調程度與系統供應商的專業能力等二個因素考量。

4. CRM 系統 (D<sub>4</sub>)

企業對 CRM 系統在創新知覺特質上的認知。以系統效益、成本負擔、花費時間、不相容性與認知風險等五個因素考量。

考量因素	絕 強	極 強	頗 強	稍 強	等 強	稍 強	頗 強	極 強	絕 強	考量因素
D <sub>1</sub> ：產業環境										D <sub>2</sub> ：企業組織
D <sub>1</sub> ：產業環境										D <sub>3</sub> ：CRM 系統供 應商
D <sub>1</sub> ：產業環境										D <sub>4</sub> ：CRM 系統
D <sub>2</sub> ：企業組織										D <sub>3</sub> ：CRM 系統供 應商
D <sub>2</sub> ：企業組織										D <sub>4</sub> ：CRM 系統
D <sub>3</sub> ：CRM 系統供 應商										D <sub>4</sub> ：CRM 系統

第二部份—請評估主要考量構面之內，各因素間的相對重要程度：

(一) 請比較「產業環境」構面之內，所屬下列五項因素在導入 CRM 系統時，所考量的相對重要程度。

1. 需求不確定性 (F<sub>1</sub>)  
消費者需求或偏好是否容易改變。
2. 市場價格競爭強度 (F<sub>2</sub>)  
圖書產品在市場中與其他同類產品的價格競爭情形。
3. 競爭廠商使用壓力 (F<sub>3</sub>)  
同業廠商導入 CRM 系統的數目多寡。
4. 業務推廣集中程度 (F<sub>4</sub>)  
業務依賴某項通路的程度。
5. 產業環境變化速度 (F<sub>5</sub>)  
顧客需求與生產技術的變化速度。

考量因素	絕強	極強	頗強	稍強	等強	稍強	頗強	極強	絕強	考量因素
F <sub>1</sub> ：需求不確定性										F <sub>2</sub> ：市場價格競爭強度
F <sub>1</sub> ：需求不確定性										F <sub>3</sub> ：競爭廠商使用壓力
F <sub>1</sub> ：需求不確定性										F <sub>4</sub> ：業務推廣集中程度
F <sub>1</sub> ：需求不確定性										F <sub>5</sub> ：產業環境變化速度
F <sub>2</sub> ：市場價格競爭強度										F <sub>3</sub> ：競爭廠商使用壓力
F <sub>2</sub> ：市場價格競爭強度										F <sub>4</sub> ：業務推廣集中程度
F <sub>2</sub> ：市場價格競爭強度										F <sub>5</sub> ：產業環境變化速度
F <sub>3</sub> ：競爭廠商使用壓力										F <sub>4</sub> ：業務推廣集中程度
F <sub>3</sub> ：競爭廠商使用壓力										F <sub>5</sub> ：產業環境變化速度



F <sub>9</sub> : 組織資訊化程度																					F <sub>10</sub> : 顧客資料庫對公司發展重要性
--------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---------------------------------

(三) 請比較「CRM 系統供應者」構面之內，所屬下列三項因素在導入 CRM 系統時，所考量的相對重要程度。

1. 垂直協調程度 (F<sub>11</sub>)  
系統供應商主動和企業互動之協調程度。
2. 系統供應商的專業能力 (F<sub>12</sub>)  
供應商是否能提供企業員工教育訓練、系統維護與配合企業長期發展的整合軟體。

考量因素	絕強	極強	頗強	稍強	等強	稍強	頗強	極強	絕強	考量因素
F <sub>11</sub> : 垂直協調程度										F <sub>12</sub> : 系統供應商的專業能力

(四) 請比較「CRM 系統」構面之內，所屬下列五項因素在導入 CRM 系統時，所考量的相對重要程度。

1. 系統效益 (F<sub>13</sub>)  
CRM 系統導入後，較導入前在公司業務提升的程度、使公司迅速調整資源配置，有效因應顧客需求變化來降低營運成本的程度。
2. 成本負擔 (F<sub>14</sub>)  
導入 CRM 系統所需要的建置費用、維持費用與顧客資料的取得成本。
3. 花費時間 (F<sub>15</sub>)  
CRM 系統資料庫的建置時間長短。
4. 相容性 (F<sub>16</sub>)  
導入 CRM 系統後會使原系統、組織文化、組織架構及組織工作流程的變化程度
5. 認知風險 (F<sub>17</sub>)  
導入 CRM 系統失敗的機率。

考量因素	絕 強	極 強	頗 強	稍 強	等 強	稍 強	頗 強	極 強	絕 強	考量因素
F <sub>13</sub> ：系統效益										F <sub>14</sub> ：成本負擔
F <sub>13</sub> ：系統效益										F <sub>15</sub> ：花費時間
F <sub>13</sub> ：系統效益										F <sub>16</sub> ：相容性
F <sub>13</sub> ：系統效益										F <sub>17</sub> ：認知風險
F <sub>14</sub> ：成本負擔										F <sub>15</sub> ：花費時間
F <sub>14</sub> ：成本負擔										F <sub>16</sub> ：相容性
F <sub>14</sub> ：成本負擔										F <sub>17</sub> ：認知風險
F <sub>15</sub> ：花費時間										F <sub>16</sub> ：相容性
F <sub>15</sub> ：花費時間										F <sub>17</sub> ：認知風險
F <sub>16</sub> ：相容性										F <sub>17</sub> ：認知風險

**第三部分：貴公司導入 CRM 系統現況與導入意願，請依照貴出版社**

**截至 2002 年 7 月 31 日之情形作答。**

(1) 貴公司是否已導入 CRM 系統？

是，且已採用約\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月（問題已全部結束，謝謝）

否（請續答下題）

(2) 據您估計，貴公司於一年內導入 CRM 系統的機率為：

20%以下    20    40%    40    60%    60    80%    80%以上

本問卷至此已全部完畢，衷心感謝您的支持與協助！