

第一章 緒論

本章將依序說明研究的動機、研究目的與待答問題、研究步驟、研究範圍與限制，及重要名詞的解釋。內容呈現如後：

第一節 研究緣起

一、顧客是企業創造利潤的最主要來源

Dunning(1997)指出「知識」將成為20世紀末到21世紀企業獲取財富的最重要來源。隨著知識時代的來臨，企業不但要妥善運用內部技術與人力的資源配置外，對於外部與顧客的關係更要去重視（張健豪，2003），尤其在現今競爭激烈的環境下，企業要想成功的永續經營，就必須不斷地提昇企業本身的競爭力，而顧客正是企業創造利潤最主要、最直接的來源（衛南陽，2001a）。

二、顧客關係管理是現今任何企業所關注的重要課題

Berry（1995）提出，企業80%的商品銷售業績是來自20%的顧客消費購買。Stone, Woodcock 和 Wilson（1996）曾指出，去尋求一位新顧客的發掘成本比去保有一位舊顧客的維持成本還要高。安迅資訊科技有限公司（2004）也發現到只要增加5%舊顧客的留置率，就能增加60%—100%的利潤。企業要如何跟顧客保持良好的關係，讓顧客能繼續長期的跟企業合作往來成為永久的伙伴。因此，顧客關係管理(customer relationship management, CRM) 已成為現今任何企業所關注的重要課題。

三、「人」是顧客關係管理成功的關鍵因素

要做好顧客關係管理，從事顧客關係管理的工作者即需要配合；拜科技所賜，顧客關係管理這幾年被企業界廣泛地採用與推動；事實上，導入顧客關係管理最關鍵的成功要素企業內部的「人」（黃以孟、賴士奇，2001）。因為不論是透過對企業與顧客互動過程的管理、顧客資料的收集與應用，或是區隔最有價值的顧客，掌握顧客的終身價值等顧客關係管理在追求創造顧客價值極大化目標的過程中，所必須發揮的課題，都要不斷地與企業組織內部負責與顧客接觸第一線人員的溝通，獲得百分之百的瞭解與支持，才能確保顧客關係管理日後執行上成功的基礎。這是深化顧客關係管理最關鍵的第一步（陳文華，2000a、遠擎企管顧問公司，2001a）。

四、顧客關係管理專業人員之職能的重要性

要達成所設定的目標，企業必須要專注於改善員工的工作環境、提供員工適當的工具、以幫助員工做好工作與管理作業流程所需的資訊，以及旨在發展員工知識和技能的教育訓練（賴士奇、吳嘉哲、劉揚愷、楊子蕙，2001）。

基於上述探討發現，顧客關係管理專業人員職能需求是相當值得深入研究的，其中又以服務業所需接觸顧客的機會最為頻繁，然而從文獻中對服務業顧客關係管理專業人員所須具備之職能需求的探討又相對闕如，故引發本研究之動機，希望能藉此研究深入探討服務業顧客關係管理專業人員之職能需求。

第二節 研究目的與待答問題

本研究旨在探究服務業顧客關係管理專業人員職能之主要意涵，有關欲達成的研究目的及待答問題，分別呈現如後。

一、研究目的

本研究之研究目的有三：

- (一) 藉由文獻探討，了解服務業顧客關係管理專業人員之主要工作內容與顧客關係管理活動。
- (二) 探討服務業顧客關係管理專業人員應具備之重要職能。
- (三) 根據研究結果研提對學術界和實務界後續發展服務業顧客關係管理職能之參考建議。

二、待答問題

為利於研究設計及達成研究目的，分別針對各項研究目的研擬出相關的待答問題，進行資料蒐集與探討。

針對研究目的（一），提出以下問題：

1. 服務業顧客關係管理專業人員之主要工作內容為何？
2. 服務業顧客關係管理之主要活動為何？

針對研究目的（二），提出以下問題：

1. 服務業顧客關係管理專業人員應具備那些構面之重要職能？
2. 服務業顧客關係管理專業人員應具備那些項目之重要職能？

針對研究目的及各項待答問題，本研究擬定了各項資料蒐集方式或來源，呈現如表1-1所示。

表1-1 本研究各類資料蒐集方式或來源

研究目的別及待答問題	資料來源	
	文獻	問卷
<i>目的之一 了解服務業顧客關係管理專業人員之主要工作內容與顧客關係管理活動</i>		
問題1-1 服務業顧客關係管理專業人員之主要工作內容為何	✓	
問題1-2 服務業顧客關係管理之活動為何	✓	
<i>目的之二 探討服務業顧客關係管理專業人員應具備之重要職能</i>		
問題2-1 服務業顧客關係管理專業人員應具備那些構面之重要職能	✓	✓
問題2-2 服務業顧客關係管理專業人員應具備那些項目之重要職能	✓	✓

第三節 研究步驟

本研究之研究流程大致有如下步驟，從蒐集相關文獻、擬定論文計畫、擬出研究架構與方法、專家審查、實問卷調查、進行問卷回收及資料整理分析，到歸納研究發現，完整流程如圖1-1所示：

1. 蒐集顧客關係管理及職能相關文獻

集合各方有關顧客關係管理及職能之資料，再從中篩選適合本研究的内容，來進行研究之探討及文獻背景。

2. 擬定論文計畫

在初步文獻蒐集及後，擬出研究計畫大綱，以建立本研究之初稿架構。

3. 審查論文計畫

研究計畫大綱擬訂後，經由專家及口試委員指導建議，以使研究計畫更臻可行性及完整性。

4. 進行文獻探討

開始著手本研究之文獻内容更深入之蒐集分析及探討，鞏固本研究之理論基礎，並使其為發展問卷之重要依據。

5. 擬出研究架構與方法

發展出本研究在理論基礎建立後，接下來的研究程序及研究方法，使研究計畫能循序漸進來進行。

6. 設計問卷初稿

利用文獻探討初步結果及參考相關的職能研究問卷，擬訂本研究問卷大綱及項目。

7. 實施專家審查

透過學界及實務界專家學者之建議及指導，檢驗問卷初稿内容的適切性。

8.完成正式問卷編製

經專家學者指導及修訂後，於此階段完成調查研究對象之正式問卷。

9.實問卷調查及回收

進行問卷發放工作—包括從實施到催覆，以進行資料蒐集工作。

10.進行資料整理編碼與統計分析

問卷整理回收後，即進行資料編碼建檔等工作，並透過統計軟體，針對各項待答問題進行統計分析。

11.歸納主要研究發現

將根據文獻探討及問卷調查資料統計分析結果整理後，歸納出主要研究發現，並研擬研究結果與建議。

12.撰寫研究報告

將資料分析結果及研究發現結論呈現於本研究中，並紀錄完整之研究過程。

13.提交論文審查

請專家及口試委員評審本研究之內容，給予指導及修正。

14.完成本研究

完成本研究報告的印製與繳交工作。

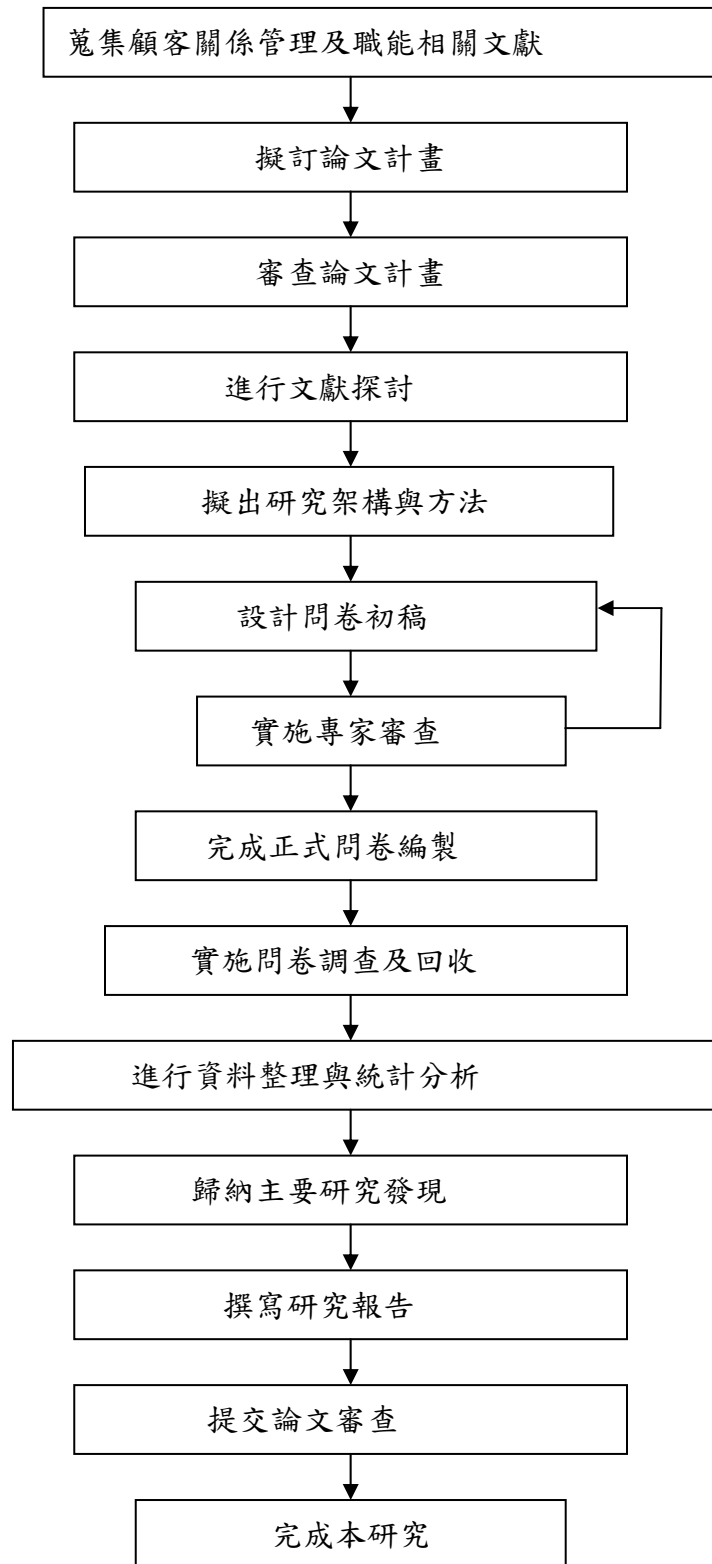


圖 1-1 研究步驟

第四節 研究範圍與限制

一、研究範圍

- (一)本研究欲探討的是顧客關係管理專業人員應具備的職能，其他專業人員所需的職能並不在本研究範圍內。
- (二)本研究乃是針對目前在台灣地區從事顧客關係管理的專業人員進行調查研究，其他國家或地區之顧客關係管理專業人員並不在本研究的調查範圍。
- (三)本研究是針對有導入顧客關係管理之服務業為研究調查的行業範圍，其他行業並不在本研究範圍。

二、研究限制

有關本研究在執行過程可能遭遇的限制與因應規劃，分別呈現如後。

(一)問卷回收率、信度與效度的限制

因本研究將採用問卷調查法蒐集研究對象的資料，在問卷回收率及填答者能否據實回答的程度方面較難以控制，故研究結果可能產生誤差。針對此一可能限制，本研究將先以電話邀請及電子郵件聯繫等方式，與研究樣本所選定之企業溝通，以提高填答意願，進而提高問卷之信度。在效度方面，本研究先以文獻探討歸納結果為基礎，設計問卷初稿，再以專家審查方式，進行專家效度、建構效度及區別效度的檢驗。

(二)受訪者主觀認知的限制

因在本研究過程將會採用專家訪談部分進行問卷專家效度的檢視，基於受訪專家個人認知及價值判斷存在的主觀認知，將可能造成某些程度的偏頗，而對此項檢視工作造成影響。因此，本研究將透過

至少邀訪四位專家，來歸納出修訂意見，作為修訂研究問卷的參考依據，以降低此項限制的可能程度。

第五節 重要名詞詮釋

針對本研究探討內容及過程中使用的重要名詞，為利於研究之溝通了解，以及操作執行，茲將其分別界定如後。

一、顧客 (customer)

顧客是一個與企業交換價值的團體或個人，與之交易後會為企業帶來利潤。

二、顧客關係管理 (customer relationship management, CRM)

顧客關係管理是透過公司資源來發現價值，並經一連串對顧客的了解來為其服務，維持關係並留住顧客以追求利潤的成長。

三、專業人員 (professional worker)

專業人員一般所指的是有能力有條件的專業人士。他們一般都是被公司找進來擔任某個要職，在其單位發揮所長，以技能換取表現。

四、職能 (competency)

職能是執行特定功能或工作所包含的必需知識、個人價值、技能及態度；是足以完成主要工作結果的一連串知識、技術與能力。本研究中所提及之職能，在西文中有 competence 和 competency 兩字，其中文意義乃為同意字，在本研究中將統一以 competency 呈現。