跨國食品企業於非母國之顧客參與、關係利益與關係品質之研究

劉玉萍、顏昌華

摘 要
近年來由於企業面臨的激烈競爭的市場環境，使得關係行銷的議題受到學術和實務界的重視。本研究目的是從關係行銷之觀點，探討跨國食品企業之顧客參與對於顧客關係利益和關係品質之影響。本研究是透過問卷的方式，針對台灣中部地區參與孕媽咪講座的孕婦進行問卷調查，總共發放400份問卷，共計回收問卷350份，扣除作答不完全的問卷28份，有效問卷共計298份，有效回收率為88%。研究結果顯示，顧客參與對顧客關係利益具有顯著的正向影響，在關係參與對顧客關係利益的三個構面，信心利益、社會利益和特殊對待利益上也具有顯著的正向影響。顧客參與對顧客關係品質具有顯著的正向影響，在顧客參與對顧客關係品質的三個構面，信任、滿意度、承諾也具有顯著的正向影響。此外，顧客關係利益對顧客關係品質也具有顯著的正向影響。最後，本研究進一步提出對跨國食品業者進行顧客關係之管理實務建議。

關鍵詞 : 顧客參與 ; 關係利益 ; 關係品質

目錄
中文摘要 ..................... iii 英文摘要 .................... iv 請謝辭  ..................... vi 內容目錄 .................... vii 表目錄  ..................... ix 圖目錄  ..................... x 第一章  緒論................... 1   第一節  研究背景與動機........ 1   第二節  研究問題與目的............ 4 第三節 研究重要性............ 5   第四節  研究流程圖.............. 6 第二章  文獻探討................ 7   第一節  顧客參與............... 7   第二節  關係利益............ 33   第三節  關係品質............... 40   第四節  顧客參與、關係利益和關係品質之關係.. 47 第三章  研究方法................. 50   第一節  研究架構......... 50   第二節  研究假設............... 51   第三節 變數之操作性定義與衡量......... 54   第四節  樣本與資料收集方法.......... 61   第五節  資料分析方法... 62   第六節  信度與效度測試............ 63 第四章  實証結果分析.... 69   第一節  基本資料分析............. 69   第二節  顧客參與和關係利益、關係品質、顧客關係傾向之相關分析................... 71   第三節  顧客參與和顧客關係利益之關係..... 73   第四節  顧客參與和顧客關係品質之關係... 76   第五節  關係利益和顧客關係品質之關係... 80 第五章  結論與建議................ 81   第一節  結論................. 81   第一節  建議................. 84 參考文獻..................... 87 附錄  問卷.................... 116

參考文獻


