

目次

第一章 緒論	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的與待答問題.....	5
第三節 名詞釋義.....	6
第四節 研究方法與步驟.....	7
第五節 研究範圍與限制.....	10
第二章 文獻探討	13
第一節 非營利組織之相關研究.....	13
第二節 關係行銷策略之相關研究.....	33
第三節 關係品質之相關研究.....	47
第四節 關係行銷策略與關係品質之相關研究.....	56
第三章 研究設計與實施	63
第一節 研究架構.....	63
第二節 研究對象.....	66
第三節 研究工具.....	68
第四節 實施程序.....	78
第五節 資料處理與統計分析.....	79
第四章 研究結果分析與討論	83
第一節 非營利組織關係行銷策略與關係品質之現況分析.....	83
第二節 不同基金會特性關係行銷策略關係品質差異分析.....	88
第三節 不同人口變項關係行銷策略與關係品質之差異分析.....	109
第四節 非營利組織關係行銷策略與關係品質之線性關係.....	126
第五章 結論與建議	131
第一節 研究結論.....	131
第二節 研究建議.....	136
參考文獻	141
壹、中文部分.....	141
貳、英文部分.....	145
附錄	151
壹、非營利組織關係行銷策略與關係品質專家效度調查問卷.....	151
貳、非營利組織關係行銷策略與關係品質預試問卷.....	159
參、非營利組織關係行銷策略與關係品質調查問卷.....	163

表 次

表 2-1 組織的分類.....	20
表 2-2 非營利組織的特徵.....	22
表 2-3 非營利導向行銷與營利導向行銷.....	27
表 2-4 非營利組織與關係行銷.....	35
表 2-5 關係行銷的層次.....	38
表 3-1 專家效度審查名單一覽表.....	70
表 3-2 非營利組織關係行銷策略量表之專家內容效度審查統計表.....	72
表 3-3 非營利組織關係品質量表之專家內容效度審查統計表.....	73
表 3-4 非營利組織關係行銷策略與關係品質調查問卷信度分析摘要表.....	74
表 3-5 樣本大小與因素負荷量之關係.....	75
表 3-6 關係行銷策略量表轉軸後因素分析摘要表.....	76
表 3-7 關係品質量表轉軸後因素分析摘要表.....	77
表 4-1 基金會關係行銷策略及其因素之平均數與標準差.....	84
表 4-2 基金會關係行銷策略題目之平均數與標準差.....	85
表 4-3 基金會關係品質及其因素之平均數與標準差.....	86
表 4-4 基金會關係品質題目之平均數與標準差.....	87
表 4-5 不同宗教背景基金會關係行銷策略之差異分析摘要表.....	89
表 4-6 不同宗教背景基金會關係行銷策略各向度之差異分析摘要表.....	90
表 4-7 不同成立年限基金會關係行銷策略之差異分析摘要表.....	91
表 4-8 不同成立年限基金會關係行銷策略各向度之差異分析摘要表.....	92
表 4-9 不同服務區域基金會關係行銷策略之差異分析摘要表.....	92
表 4-10 不同服務區域基金會關係行銷各向度之差異分析摘要表.....	93
表 4-11 不同服務項目基金會關係行銷策略之差異分析摘要表.....	94
表 4-12 不同服務項目基金會關係行銷策略各向度之差異分析摘要表.....	95
表 4-13 不同資金來源基金會關係行銷策略之差異分析摘要表.....	95
表 4-14 不同資金來源基金會關係行銷策略各向度之差異分析摘要表.....	96
表 4-15 不同治理與領導方式基金會關係行銷策略之差異分析摘要表.....	96
表 4-16 不同治理與領導方式基金會關係行銷策略各向度之差異分析摘要表.....	97
表 4-17 不同宗教背景基金會關係品質之差異分析摘要表.....	98
表 4-18 不同宗教背景基金會關係品質各向度之差異分析摘要表.....	98
表 4-19 不同成立年限基金會關係品質之差異分析摘要表.....	99
表 4-20 不同成立年限基金會關係行銷各向度之差異分析摘要表.....	99
表 4-21 不同服務區域基金會關係品質之差異分析摘要表.....	100
表 4-22 不同服務區域基金會關係品質各向度之差異分析摘要表.....	100
表 4-23 不同服務項目基金會關係品質之差異分析摘要表.....	101
表 4-24 不同服務項目基金會關係品質各向度之差異分析摘要表.....	102
表 4-25 不同資金來源基金會關係品質之差異分析摘要表.....	103

表 4-26 不同資金來源基金會關係品質各向度之差異分析摘要表	103
表 4-27 不同治理與領導方式基金會關係品質之差異分析摘要表	104
表 4-28 不同治理與領導方式基金會關係品質各向度之差異分析摘要表	104
表 4-29 不同基金會特性在關係行銷策略之差異分析	108
表 4-30 不同基金會特性在關係品質之差異分析	108
表 4-31 不同性別基金會成員運用關係行銷策略各向度 T 考驗摘要表	109
表 4-32 不同年齡成員運用關係行銷策略之差異分析摘要表	110
表 4-33 不同年齡成員運用關係行銷策略各向度之差異分析摘要表	111
表 4-34 不同教育程度運用關係行銷策略之差異分析摘要表	111
表 4-35 不同教育程度成員運用關係行銷策略各向度之差異分析摘要表	112
表 4-36 不同宗教信仰成員運用關係行銷策略之差異分析摘要表	113
表 4-37 不同宗教信仰成員運用關係行銷策略各向度之差異分析摘要表	113
表 4-38 不同服務年資成員運用關係行銷策略之差異分析摘要表	114
表 4-39 不同服務年資成員運用關係行銷策略各向度之差異分析摘要表	115
表 4-40 不同職務性質基金會成員運用關係行銷策略各向度 T 考驗摘要表	115
表 4-41 不同工作報酬成員運用關係行銷策略各向度 T 考驗摘要表	116
表 4-42 不同性別基金會成員知覺關係品質各向度 T 考驗摘要表	117
表 4-43 不同年齡成員知覺關係品質之差異分析摘要表	117
表 4-44 不同年齡成員知覺關係品質各向度之差異分析摘要表	118
表 4-45 不同教育程度成員知覺關係品質之差異分析摘要表	118
表 4-46 不同教育程度成員知覺關係品質各向度之差異分析摘要表	119
表 4-47 不同宗教信仰成員知覺關係品質之差異分析摘要表	120
表 4-48 不同宗教信仰成員知覺關係品質各向度之差異分析摘要表	120
表 4-49 不同服務年資成員知覺關係品質之差異分析摘要表	121
表 4-50 不同服務年資成員知覺關係品質各向度之差異分析摘要表	121
表 4-51 不同職務性質基金會成員知覺關係品質各向度 T 考驗摘要表	122
表 4-52 不同工作報酬基金會成員知覺關係品質各向度 T 考驗摘要表	123
表 4-53 不同人口變項在關係行銷策略之差異分析	125
表 4-54 不同人口變項在關係行銷策略之差異分析	126
表 4-55 模式適配度分析摘要表	128
表 4-56 估計值摘要表	129

圖 次

圖 1-1 研究流程.....	9
圖 2-1 非營利組織、政府與企業對社會需求的回應.....	16
圖 2-2 非營利組織的範疇.....	19
圖 2-3 行銷組合.....	29
圖 2-4 策略性行銷規劃程序 (SMPP).....	31
圖 2-5 關係行銷的顧客忠誠度階梯.....	37
圖 2-6 關係行銷的定義.....	41
圖 2-7 關係行銷與交易行銷的特性.....	42
圖 2-8 關係銷售架構.....	44
圖 2-9 關係品質模型.....	49
圖 2-10 關係行銷的 KMV 模型	50
圖 2-11 BTC 關係行銷的結果集合.....	52
圖 2-12 關係品質模型.....	53
圖 3-1 研究架構圖.....	63
圖 3-2 問卷架構與題數.....	69
圖 4-1 非營利組織關係行銷策略與關係品質之假設模式.....	127
圖 4-2 非營利組織關係行銷策略與關係品質之路徑模式.....	128