

論文摘要集

行銷與流通管理(I)

【主持人—林陽助 教授】

- 1、 產品屬性、品牌知名度與產品知識程度對消費者之影響-以復刻 球鞋 Air Jordan 系列為例(陳昱豪/林陽助)
- 2、 家外數位看板之廣告態度研究以西門町商圈為例(王睿清/王超弘)
- 3、 無人複合式商店與消費者接受度探討-以 X-STORE 為例(陳又嘉/許舒婷/吳岳錚)
- 4、 台灣小型室內設計業行銷策略之探討(黃盈裕/黃文宏/王頌評)
- 5、 負面選舉廣告與幽默訴求對罷免之廣告效果影響以選民怕被笑特質為干擾變項(林耀南/謝宜瑾)

場次：行銷與流通管理 (I)

時間：13:00-14:20

主持人：林陽助 教授

5512 室

產品屬性、品牌知名度與產品知識程度對消費者之影響—

以復刻球鞋 Air Jordan 系列為例

The Effect of Product Attributes, Brand Awareness and Product Knowledge on Consumers - A Case of Air Jordan Retro Shoes

陳昱豪 Yu-Hao Chen 林陽助 Yang-Chu Lin

摘要

近年來，許多企業開始推出以「復刻」為風格的產品。本研究以喬丹 Air Jordan 復刻球鞋為例，採用問卷調查法研究產品屬性、品牌知名度對消費者購買意願與知覺價值的影響，以及消費者的產品知識程度是否在產品屬性、品牌知名度在購買意願與知覺價值的影響是否有干擾效果。本研究結果發現：1. 產品屬性中表現效用屬性比工具效用屬性能讓消費者產生較高的購買意願與知覺價值 2. 品牌知名度對消費者購買意願與知覺價值有正向顯著影響 3. 產品知識程度在產品屬性對消費者購買意願與知覺價值上不具有干擾效果 4. 產品知識程度在品牌知名度對消費者購買意願與知覺價值上不具有干擾效果。

關鍵字：復刻、產品屬性、品牌知名度、產品知識程度、購買意願、知覺價值

場次：行銷與流通管理 (I)
主持人：林陽助 教授

時間：13:00-14:20
5512 室

家外數位看板之廣告態度研究以西門町商圈為例

A Study on the Advertisement Attitude of Digital out of Home Take the Ximending as an example

王睿清 Wang, Jui Ching 王超弘 Wang, Chau Hung

摘要

在數位浪潮襲來之下，已經沒有傳統媒體，家外數位看板以多媒體和互動方式呈現廣告果，取代傳統的平面看板，成為炙手可熱的推銷利器。本研究以 Brackett & Carr 廣告態度模型為基礎來探討消費者在觀看家外數位看板後，所產生的廣告價值及廣告態度，是否會影響消費者購買慾望及上網搜尋之行為。為使內容切合產業界需求，以西門町商圈消費者為實證對象，中影數位看板為場域工具，於紅樓廣場執行問卷調查，將所蒐集的資料分析歸納驗證結果。從數據中萃取最有價值的觀點。賦予數字實質上的意義，進而提供實務界，在多元的家外數位看板產業中找尋最佳的投資戰略與媒體策略。因數據分析，數位看板的測試、創意輪替、鎖定客群、即時購買、計算都將自動化。唯有運用所有工具，提出創意、執行概念，讓家外數位看板的銷售和盈利大幅增加。

場次：行銷與流通管理 (I)

時間：13:00-14:20

主持人：林陽助 教授

5512 室

無人複合式商店與消費者接受度探討-以 X-STORE 為例

A Study of Compound Self-Service Store and Consumers' Acceptance-As an Example of X-STORE.

陳又嘉 You-Jia Chen 許舒婷 Shu-Ting Hsu 吳岳錚 Yueh-Cheng Wu

摘要

在科技發展日新月異的時代下，隨著人工智慧，機器視覺等新興技術逐漸成熟。以無人零售為代表的新零售開始受到關注。台灣傳統零售市場趨於飽和，各方面發展及服務皆可滿足消費者需求，而智慧化的服務為一創新概念，不僅改變傳統經營模式，更可藉由導入電子技術、通訊科技、資訊產品等科技應用，更加了解消費者購物型態及喜好並且提供消費者全新的購物經驗。本研究以「X-STORE 智慧型無人商店」為研究雛形，透過科技接受模型分析結果顯示消費者對於複合式無人商店為正向接受度，透過問卷分析法進一步探討無人商店及複合式無人商店對複合式無人商店之間相關性，研究結果顯示無人商店相較複合式商店有較大影響力，而複合式服務又以「咖啡廳」、「餐廳」及「藥妝店」較受消費者喜愛。

關鍵字：無人商店

場次：行銷與流通管理 (I)
主持人：林陽助 教授

時間：13:00-14:20
5512 室

台灣小型室內設計業行銷策略之探討

黃盈裕 黃文宏 王頌評

摘要

本研究以國內 10 間小型室內設計公司為研究對象，透過業者深度訪談，發現室內設計業在執行行銷策略時有以下幾點特色：(1)室內設計公司初期取得案件來源多以親朋好友為主，之後透過轉介紹的口碑行銷拓開新的案件來源。(2)倚賴室內設計師對於設計理念溝通、專業施工法說明、並加上網路與資訊媒體的傳播增加設計師曝光率，為目前室內設計業所使用的最有效的行銷策略。(3)因設計師同時兼任公司行銷、工程管理、監督工程、發包工程等工作。繪製施工圖說方面設計師也必須參與其中，時間緊迫時，會採用繪製施工圖這部分會採用發包制度去解決。(4)與業主簽約前的問題為收費標準不認同，業主會因此而打退堂鼓。簽約後的常見問題是要追加項目、追減項目、施工方式認知不同等問題所形成的消費糾紛。未簽約成功的原因業主因無裝修經驗價格不清楚導致超出預算、以比價格的心態來估價或者是來拿免費設計圖說。(5)工程方面採發包方式施作，設計師於開工前編排施工工進表，開工後使用通訊軟體聯絡工班進場施作，並監督工程進度。施作中產生問題，外包工班會先通知設計師由設計師的專業判斷後如何施作後再告知業主。業主對施工品質的好感度提升，即時解決問題，讓業主自然產生口碑行銷也是一種行銷策略方式。

關鍵字：室內設計、行銷策略

場次：行銷與流通管理 (I)

時間：13:00-14:20

主持人：林陽助 教授

5512 室

負面選舉廣告與幽默訴求對罷免之廣告效果影響

—以選民怕被笑特質為干擾變項

The Impact of Negative Appeals and Humorous Appeals on the Remove Advertising Effectiveness – The Moderating Effects of Gelophobia Tendency

林耀南 Yao-nan Lin 謝宜瑾 Yi-Chin Hshieh

摘要

近幾年台灣選民除了擁有投票權外，亦會使用罷免權，「開除」不適任的政治人物，隨著罷免活動的進行，不論是罷免團體廣告訴求或是選民個人特質，均對罷免結果有重大的影響。因此本研究希望能就罷免活動相關議題進行探討，欲探討罷免活動中：負面選舉廣告類型（形象攻擊/議題攻擊）、幽默廣告類型（有/無）以及選民怕被笑特質（高/低）之 2*2*2 之實驗設計，其對廣告效果之影響。本研究以三因子變異數進行分析，並使用 SPSS20.0 為分析工具，有效樣本共 228 份。本研究結果如下：(1) 議題攻擊型廣告相較於形象攻擊型廣告有較佳之廣告效果；(2) 幽默廣告會比非幽默廣告有較佳的廣告效果；(3) 不論廣告幽默與否，議題攻擊型廣告相較於形象攻擊型廣告有較佳之廣告效果；(4) 不論選民怕被笑特質高低，議題攻擊型廣告相較於形象攻擊型廣告有較佳之廣告效果；(5) 對怕被笑特質傾向低的選民來說，幽默廣告會比非幽默廣告有較佳的廣告效果；對怕被笑特質傾向高的選民來說，幽默廣告與非幽默廣告之廣告效果沒有差異。

關鍵字：罷免廣告、負面選舉廣告、幽默廣告、選民怕被笑特質、嘲笑風格

生產與作業管理(I)

【主持人—王超弘 教授】

- 1、具碳補償、不完美品質生產以及運輸容量限制下供應商管理存貨之買賣整合最佳生產存貨模式(蔡登茂/王建凱)
- 2、探討在共享經濟何種因素促使人們願意投入協同消費(曾郁涵/王超弘)
- 3、工業 4.0、科技創新對企業永續發展影響之研究(陳坤成/李昊餘)
- 4、考量碳稅與不同回收品質與價格之最佳訂購及再製生產策略(蔡登茂/林怡君)
- 5、以方法目的鏈分析餐飲外送平台價值之研究(蕭鈺錦/蔡斐暉/白九芸/林哲鵬)

場次：生產與作業管理 (I)

時間：13:00-14:20

主持人：王超弘 教授

5513 室

具碳補償、不完美品質生產以及運輸容量限制下供應商管理存貨 之買賣整合最佳生產存貨模式

蔡登茂 Deng-Maw Tsai 王建凱 Jian-Kai Wang

摘要

為了減緩全球暖化所帶來的威脅，各國發展出無數的減碳策略，其中碳補償在國際上是一項相當重要且知名的策略，且在眾多的領域當中已受到廣泛的研究。本研究以供應商管理存貨 (Vendor Managed Inventory, VMI) 角度建構一考慮碳補償、不良品及運輸車種容量限制之買賣整合生產存貨模型，並以買賣整合總成本最小化為目標，發展一可求得最適決策變數之演算法。本研究也以數值範例進行模式的應用說明，並分別針對 8 個重要參數進行敏感度分析，觀察決策變數與最佳聯合總成本之變化。最後，比較本研究所提出之 VMI 模型與傳統買賣整合模型之優劣。

關鍵詞：碳補償、買賣整合、供應商管理存貨

場次：生產與作業管理 (I)
主持人：王超弘 教授

時間：13:00-14:20
5513 室

探討在共享經濟何種因素促使人們願意投入協同消費

What Factors Make People be Willing to Participate in Collaborative Consumption in the Sharing Economy

曾郁涵 Yu-Han Tseng 王超弘 Chau-Hong Wang

摘要

本研究的主旨在於探討共享經濟中，何種因素會促使台灣民眾願意投入協同消費，探討的因素有永續性、滿意度、經濟利益、信譽、好奇心及進取心。本研究採用問卷調查法，其中網路問卷與紙本問卷各佔一半，有效問卷 270 份。並以敘述性統計、變異數分析、迴歸分析及路徑分析等統計方法來分析數據。研究結果顯示，在共享經濟中影響人們實際投入協同消費的主要因素有滿意度與好奇心、其次為永續性與進取心。此外，人們的參與態度與實際行為之間依舊存有若干落差。由這些研究結果可以得知，台灣共享經濟的發展過程將分成三個階段，現階段會以好奇心與滿意度為主要投入活動的因素，下一階段會以追求環境資源上的永續與積極奮發的進取心為主，至於利益與信譽可能是最後階段的考量因素。

關鍵字：共享經濟、協同消費、使用權、態度與行為之鴻溝

場次：生產與作業管理 (I)

時間：13:00-14:20

主持人：王超弘 教授

5513 室

工業 4.0、科技創新對企業永續發展影響之研究

The impact of industry 4.0 and technology innovation on the development of sustainable enterprises

陳坤成 James K. C. Chen 李昊餘 Howard H. Y. Lee

摘要

發展工業 4.0 目的是傳統製造業運用 IT 技術提昇能量，使其轉型成具有適應性、資源效率及人因工程學基因的全面自動化生產的智慧工廠。工業 4.0 的精神是連結與優化，以增進企業競爭力與獲利。企業永續經營需靠企業的創新 (Innovation) 不落窠臼跳脫傳統經營模式。本研究探討工業 4.0、科技創新、創新經營模式對企業永續經營的影響。

結果顯示，發展工業 4.0 對企業永續經營有正顯著的影響；重視科技創新對企業永續經營有正顯著的影響；創新經營模式對企業永續經營有正顯著的影響；當發展工業 4.0 結合創新經營模式後企業永續經營有加強效果，所以在此處創新經營模式有中介變數效果；當重視科技創新結合創新經營模式時，並沒有顯著強化效果，因此在此處創新經營模式並沒有中介變數效果。當導入科技創新時，可能因新科技的引進已形成經營模式的創新，所以沒有強化作用。其中發展工業 4.0 對企業永續經營之影響係數特別高，如能加以配合創新經營模式更能發揮永續經營的成效。

關鍵字：工業 4.0、物聯網、企業永續經營、科技創新、創新經營模式。

場次：生產與作業管理 (I)
主持人：王超弘 教授

時間：13:00-14:20
5513 室

考量碳稅與不同回收品質與價格之最佳訂購及再製生產策略

An optimal ordering and re-manufacturing strategy considering carbon emission costs and quality difference for recycled products

蔡登茂 Deng-Maw Tsai 林怡君 Yi-Chun Lin

摘要

由於人類生活品質逐漸提升，使得人類更加關注環境與生態之變化，珍惜資源與資源回收再利用的觀念已逐漸在大部分人類心中形成習慣。再者，由於聯合國及環境保護組織多年的呼籲與透過具體的法規簽署，使得溫室氣體排放的議題受到各國的關注。一些抑制企業排放二氧化碳的法規也由各國相繼提出。企業面臨這些外在經營環境的改變也紛紛開始尋找對應策略。本研究以資源回收再利用為概念，探討賣方除了利用購置的新品來滿足買方的需求外，也可搭配利用回收使用過之產品作為再製生產的原料來源，經過再製生產後以新品方式售出來滿足買方的需求。藉此不僅可降低生產成本，亦能降低碳排放產生，為地球盡一份心力。因此本研究將資源回收再利用以及碳稅兩個重要的議題加入於新品訂購及再製生產問題之中，並將回收品具有不同品質與不同的回收價格做為考量因素，提出以總成本最小化為目標的一次新品訂購與多次再製生產模式。研究中將推導可求得最佳訂購數量與再製生產次數之公式，並透過演算法之設計，進行最佳回收品質與價格之搜尋，本研究也將透過數值範例進行模式的應用說明與敏感度分析，以提供企業經營者決策之重要參考。

關鍵詞：碳排放、逆物流、再製生產。

場次：生產與作業管理 (I)

時間：13:00-14:20

主持人：王超弘 教授

5513 室

以方法目的鏈分析餐飲外送平台價值之研究

Exploring the Value of Food Delivery Platform through Means-End Chain

蕭鈺錦 Yu-Chin Hsiao 蔡裴昶 Pei-Hsuan Tsai

白允芸 Fan-Yun Pai 林哲鵬 Che-Peng Lin

摘要

本研究目的為在於瞭解合作夥伴（餐廳）於參與餐飲外送平台體驗中價值形成的歷程，並進一步檢測價值在體驗屬性、體驗結果及購買意圖與持續參與意圖中所扮演的角色。不同合作夥伴所看重平台提供的屬性不同則直接影響其所重視的服務結果，因而結果亦不相同，因此較為核心的價值會直接影響其他較具體的服務結果。本研究將利用一對一階梯式深度訪談法，尋求合作夥伴參與外送平台之屬性及結果，最後利用內容分析法繪製出最終之價值階層圖。本研究最後將依據研究結果，分析合作夥伴之心理行為、並提出管理意含，以供國內餐飲外送平台業者預測潛在的合作夥伴的意圖、或平台營運之建議。

關鍵字：餐飲外送平台、方法目的鏈、階梯訪談法、階層價值圖

組織與人力資源管理(I)

【主持人—陳禹辰 教授】

- 1、 正念、真誠領導、心理賦權、自我效能與個人創新行為之關聯性研究(林耀南/蘇珮婷)
- 2、 華人員工的加班心理感受：質性研究的初探結果(許書瑋/周庭佑)
- 3、 營造業之領導型態、組織承諾、工作滿意度與離職傾向關係之研究(賴明政/吳珮妍/詹家毓)
- 4、 An Exchange Student's 100 days: The moderating effect of Foreign Language Communication Anxiety on the relationship between Cultural Exposure and Cultural Intelligence (Marta Małgorzata Grabowska / Yi-chun Lin)
- 5、 酒類專賣店採用新零售成功關鍵因素之研究(李建德/王銘泉/葉清江)

場次：組織與人力資源管理 (I)

時間：13:00-14:20

主持人：陳禹辰 教授

5516 室

正念、真誠領導、心理賦權、自我效能與個人創新行為 之關聯性研究

The Relationships among Mindfulness, Authentic Leadership, Psychological Empowerment, Self-Efficacy, and Innovative Behavior

林耀南 Yao-Nan Lin 蘇珮婷 Pei-Ting Su

摘要

「正念」近幾年已漸漸受全球的重視，除了在醫學、心理學領域得到良好的效果之外，也逐漸觸及至企業之組織管理的應用上，且在職場方面的研究已有初步的成效與驗證。另一方面，領導與創新在組織管理也是值得討論的重要議題，具真誠領導特質之領導者之創新行為表現，過往研究從未深入探討。真誠領導者之正向心理（心理賦權與自我效能），也值得做進一步討論。本研究主要目的在探討正念、真誠領導、心理賦權、自我效能與個人創新行為之間的關聯性。研究對象則以台灣地區在職工作者為樣本，共得有效樣本 401 份問卷，並進一步以 SPSS 及 LISREL 進行資料分析，驗證結果顯示：(1) 個體的正念與真誠領導之間為正相關；(2) 個體的真誠領導與心理賦權之間為正相關；(3) 個體的真誠領導與自我效能之間為正相關；(4) 個體的心理賦權與個人創新行為無顯著相關；(5) 個體自我效能與個人創新行為之間為正相關；(6) 個體的正念與個人創新行為無顯著相關。本研究根據上述之結果，給予實質的建議與方案。

關鍵字：正念、真誠領導、心理賦權、自我效能、個人創新行為

場次：組織與人力資源管理 (I)

時間：13:00-14:20

主持人：陳禹辰 教授

5516 室

華人員工的加班心理感受：質性研究的初探結果

The Psychological State of Chinese Employees Who Work Overtime: Preliminary Findings of a Qualitative Study

許書瑋 Ryan Shuwei Hsu 周庭佑 Ting-Yu Chou

摘要

超時工作（或稱加班）是華人社會明顯的工作場域特徵之一，也經常被列為華人社會重要的社會問題。許多研究針對員工出現加班的原因進行探討，但仍然缺乏員工出現加班行為的整體性架構。本研究從心理感受的角度提供一整體性員工加班行為的架構，針對在台灣的 22 位員工進行訪談研究，初步的分析結果為員工對加班產生七種心理感受：(1) 安心感；(2) 無奈感；(3) 一體感；(4) 精進感；(5) 成就感；(6) 掌控感；(7) 無效率感，從中發現工作相依性、民族習性與工作自主性提供許多合理化超時工作的基礎。

關鍵字：質性研究、加班行為、心理感受

場次：組織與人力資源管理 (I)

時間：13:00-14:20

主持人：陳禹辰 教授

5516 室

營造業之領導型態、組織承諾、工作滿意度與離職傾向關係之研究

賴明政 Ming-Cheng Lai 吳珮妍 Pei-Yan Wu 詹家毓 Chia-Yu Chan

摘要

在現今工業發展的過程中，營造業不只是推動工業快速發展的重要產業，也是在總體經濟中占有相當重要的地位，更是推動民生經濟重要的火車頭。但由於造成營造業從業人員離職因素很多，除營造業從業人員之個人因素或外在經濟環境變化等因素外，許多研究顯示人員離職因素與管理者的領導型態、或無法產生工作滿足、以及對組織無法認同等因素有關且具有影響性，因此針對營造業的領導型態、組織承諾、工作滿意度與離職傾向之研究目前並不多見，此為引發本研究的主要目的、動機與興趣。本研究透過問卷方式進行調查，有效問卷共 165 份。研究結果發現：1.領導型態對工作滿意度有顯著正向影響。2.領導型態對組織承諾有顯著正向影響。3.領導型態對離職傾向有顯著負向影響。4.工作滿意度對離職傾向有負向影響。5.組織承諾對離職傾向有負向影響。6.工作滿意度對組織承諾有顯著正向影響。本研究針對上述的發現提出建議，供實務運用與後續研究之參考。

關鍵詞：領導型態、組織承諾、工作滿意度、離職傾向、營建業

場次：組織與人力資源管理 (I)

時間：13:00-14:20

主持人：陳禹辰 教授

5516 室

An Exchange Student's 100 days: The moderating effect of Foreign Language Communication Anxiety on the relationship between Cultural Exposure and Cultural Intelligence

Marta Małgorzata Grabowska Yi-chun Lin

Abstract

Because of the growing number of international companies, employees with high levels of cultural intelligence are crucial to succeed. The aim of this study was to examine the moderating effect of foreign language communication anxiety on the relationship between cultural exposure (breadth and depth) and cultural intelligence. The data was collected from Taiwanese students who have experienced studying abroad. Hierarchical regression was used to run the analysis and the data consisted of 40 valid responses. The outcomes presented that only depth of exposure was positively correlated to cultural intelligence and this relationship was negatively moderated by foreign language communication anxiety.

Keywords: Cultural Exposure, Cultural Intelligence, Foreign Language Communication Anxiety, Taiwanese International Students

摘要

由於國際企業的數量上升，獲得成功對於富含文化智能的員工至關重要，這項研究的目的是調查外語溝通焦慮對於文化揭露(深度與廣度)與文化智能關係的調節作用。問卷資料來自於有海外留學經驗的台灣學生；此研究使用層次迴歸分析分析有效的 40 份問卷資料。研究結果顯示只有文化揭露的深度與文化智能有顯著的正向影響；而此正向影響受到外語溝通焦慮的負向調節效果影響。

關鍵字：文化揭露，文化智能，語溝通焦慮，臺灣學生

場次：組織與人力資源管理 (I)

時間：13:00-14:20

主持人：陳禹辰 教授

5516 室

酒類專賣店採用新零售成功關鍵因素之研究

The Critical Success Factors to Adopt New Retail for Liquor Specialty Store

李建德 Jian-De Li 王銘泉 Ming-Chuan Wang 葉清江 Ching-Chiang Yeh

摘要

新零售是阿里巴巴馬雲於 2016 年提出的概念，此一概念吸引各界探討，然而除了馬雲本身有給予定義外，各界也出現非常多不同對於新零售的定義。因此本研究透過新零售結合酒類專賣店的概念，找出酒類專賣店新零售的關鍵成功因素，作為本文研究重點。研究方法採取專家意見調查、模糊德爾菲法對構面與因素進行篩選，並且使用模糊多準則決策法，來確認酒類專賣店新零售之權重與排序。

關鍵字：新零售、酒類專賣店、模糊多準則決策、模糊德爾菲法

創新與創業管理

【主持人—王俊賢 教授】

- 1、價值共創在服務作為之角色(王俊賢/張景行/許洵軫/林柏妘)
- 2、複合商業模式創新：台灣 OTT 個案之比較性研究(歐素華/邱昱婷/黃宛琳)
- 3、從創新與融資策略談董事會特性對公司經營績效之影響(王鈺婷/葉立仁)
- 4、創業教育新設組織之策略回應與正當性建立研究：以 P 實驗室為例(蕭仲傑/謝如梅/林玟媛)

場次：創新與創業管理

時間：13:00-14:20

主持人：王俊賢 教授

5517 室

價值共創在服務作為之角色

The Role of Value Co-creative in Service Implementation

王俊賢 Chun-Hsien Wang 張景行 Ching-Hsing Chang

許涓軫 Yeeh-Tzen Khor 林柏妘 Po-Jin Lin

摘要

在過去的十年，廠商的經營活動在生產和服務已產生快速的變化，尤其是顧客參與此類活動產生了顯著影響。因此，這種快速發展刺激生產者和消費者兩者進行共創，來提高產品和服務的價值。共創已經被視為廠商在產品和服務生態系統中重要部份，且是供應商與客戶資源整合過程。通過共創過程，參與者在合作活動和互動過程中分享他們的資源和知識，實踐共創價值。本研究發展一個情境架構，來探討服務作為如何驅動共創價值與企業績效。我們採用 127 個服務導向的廠商為我們的實證樣本作為實證分析之用。研究結果發現，兩項服務實施活動（服務品質與服務創新）對影響價值共創有正面影響。價值共創在服務實施和企業績效間扮演中介作用。

關鍵字：服務導向經濟、服務創新、服務品質、價值共創、需求不確定性

場次：創新與創業管理
主持人：王俊賢 教授

時間：13:00-14:20
5517 室

複合商業模式創新：台灣 OTT 個案之比較性研究

Hybrid Business Model Innovation: Comparative Case Studies of OTT in Taiwan

歐素華 Su-Hua Ou 邱昱婷 Yi-Ting Chiu 黃宛琳 Wan-Ling Huang

摘要

本研究在探討新興的網路電視服務（OTT）如何發展類型化的複合商業模式。相較於傳統電視台以廣告收益或用戶收費為主的商業模式，網路電視業者在投資龐大電信與科技基礎建設，同時又要投入內容經營的現實下，已無法僅靠廣告或會員收益獲利。本研究提出，網路電視必須發展兩種以上的商業模式，一則因單一模式無法生存，二則因目標客群的需求成長而有與時俱進的跨域服務價值。本文以 myVideo 發展電信服務與網路電視的複合商模，CHOCO TV 發展手機 APP 與網路電視的複合商模，說明兩種以上商模的複合綜效如何形塑，並提出類型化複合創新機制之策略思考。

關鍵字：複合商業模式、OTT、跨域創新、分眾需求、開放商業模式創新

場次：創新與創業管理

時間：13:00-14:20

主持人：王俊賢 教授

5517 室

從創新與融資策略談董事會特性對公司經營績效之影響

The Influence of Board Characteristics on the Company's Operating Performance from the Perspective of Innovation and Financing Strategies

王鈺婷 Yu-Ting Wang 葉立仁 Li-Jen Yeh

摘要

董事會成員擁有組織需要的特定知識與資源，使得董事會成為公司長期決策制定及企業控制系統的中心，並於公司治理領域中扮演重要角色。本研究乃著重於如何適當運用董事會特性所帶來之效果，來規畫合宜的研究發展強度與公司重要決策，包括創新融資決策等，進而提升企業財務績效。

本研究以 2010 年至 2016 年間，在大陸上市上櫃之公司扣除資料不全者共計 13750 筆為研究樣本，進行經營績效與各變數間之實證研究，利用 Panel Data 迴歸模型觀察不同產業之董事會特性，以及研究發展投入與財務績效之關聯性，是否因不同產業而有異質表現。

關鍵字：董事會特性、研發投入決策、融資決策、財務績效、公司治理。

場次：創新與創業管理
主持人：王俊賢 教授

時間：13:00-14:20
5517 室

**創業教育新設組織之策略回應與正當性建立研究：
以 P 實驗室為例**

**The Study of Strategic Responses and Legitimacy Building in New
Organization of Entrepreneurship Education: A Case Study of P-Lab**

蕭仲傑 Zhong-Jie Hsiao 謝如梅 Ru-Mei Hsieh 林玟媛 Wen-Yuan Lin

摘要

創新創業教育成為政府高等教育的重要議題，政府積極引導大學發展校園創新創業生態環境與各項教學、輔導措施，並成立推動創新創業教育相關計畫、組織或單位。然而創業教育風靡各校，但是這類新設立的創業教育組織不易契合於大學的制度，因而有著缺乏資源與正當性困境。故此，欲探究大專校院內之創業教育計畫組織，如何在現行組織制度與結構之資源分配與結構限制下，取得存在的正當性。本研究採取質性個案研究方法，以組織結構與制度完整之某國立科技大學創業教育新設組織（P實驗室）為研究對象。研究發現個案對象以彈性的策略回應，回應制度壓力的挑戰，並與大學制度相互影響與改變。

關鍵字：創業教育、策略回應、正當性、制度理論

網路經營與電子商務

【主持人—李智明 教授】

- 1、社交媒體使用行為與安全設定之關係研究—以 Facebook 為例
(何煒華/王寶璿)
- 2、消費者選擇 OTT 影音服務平台之關鍵因素—使用 AHP 方法
(李智明/紀彥斌)
- 3、化學品雲端管理系統之開發與應用(陳柏凌/李傳珍)
- 4、探究電商網紅直播新商機的影響因素(魏久峰/陳泳廷)
- 5、探討網紅在線直播之黏著度因素(余家融/林勝為)

場次：網路經營與電子商務

時間：14:30-15:50

主持人：李智明 教授

5511 室

社交媒體使用行為與安全設定之關係研究

- 以 Facebook 為例

Research on the Relationship between Social Media Usage Behaviors and Security Settings - Case Study of Facebook

何煒華 Wei-Hua He 王寶璿 Pao-Hsuan Wang

摘要

網路社交媒體已超越各類資訊、購物網站，成為國人上網的最大比例。但使用社交媒體可能導致隱私、安全問題的產生，因此社交媒體應保障用戶之帳號安全。然而使用者可能不清楚安全設定，或因各種因素而無使用意願。本論文將以 Facebook 為例，探討一般使用者使用社交媒體時，對於其提供的安全設定之認知，以及對於這些設定之使用意願，最後提供安全設定之建議。

關鍵字：社交媒體、Facebook、安全設定

場次：網路經營與電子商務
主持人：李智明 教授

時間：14:30-15:50
5511 室

消費者選擇 OTT 影音服務平台之關鍵因素—使用 AHP 方法

The Study of the Key Factors Affecting Consumer's Selection of OTT Services- Using AHP Method

李智明 紀彥斌

摘要

網路發展日趨成熟，帶動網路影音服務需求，消費者收看影視節目再也不受限於有線電視。透過網路平台收視影視節目，不但改變人們「看電視」的習慣，更嚴重衝擊有線電視系統與頻道業者。所以本研究想瞭解影響消費者選擇 OTT 影音服務平台的關鍵因素有哪些。本研究經由文獻探討建立 5 個構面以及 20 項關鍵因素，並使用 AHP 層級分析法來探討影響消費者購買 OTT 影音服務平台的關鍵因素，企圖從這 5 個構面以及 20 項關鍵因素中，找出消費者選擇 OTT 影音服務平台關鍵因素，讓政府相關單位及影音平台業者能瞭解顧客需求以及做決策時的優先順序，設計出令消費者更滿意的影音平台，提高顧客滿意度。經研究結果分析，影響消費者之構面中，重要性依序為「產品」、「網站設計」、「服務」、「企業」和「功能」；而前 4 個關鍵因素依序為「價格」、「促銷」、「網站安全性」、「略過廣告」。最後，本研究結果，希望可以提供政府相關單位及影音平台業者在做決策時，當做一個有用的參考，將影響消費者選擇 OTT 影音服務平台之關鍵因素考量進去，提高消費者使用平台的意願。

關鍵詞：OTT 影音服務平台、關鍵因素、層級分析法

場次：網路經營與電子商務

時間：14:30-15:50

主持人：李智明 教授

5511 室

化學品雲端管理系統之開發與應用

The Development and Application of Cloud Management System for Chemicals

陳柏凌 Bae-Ling Chen 李傳珍 Chuan-Chen Lee

摘要

本論文說明研究團隊如何利用智慧化雲端技術，將化學品的消費模式與供應商的關係進行深化。透過將實驗室藥品管理雲端化，建置「化學品雲端管理平台」。供應商及各學校實驗室消費者透過雲端，即可協同管控化學藥品資料圖文。建置完成的系統可讓學校、研究人員與教師落實實驗室管理，增進化學品安全。化學品供應商經由雲端數據的收集與分析，可瞭解顧客消費趨勢，並對顧客庫存提供建議，由降低成本提高客戶的收入和行業競爭力。化學品供應商因此除了可以建立新商業服務模式，亦同時提升公司產業競爭力。

關鍵字：化學品、雲端技術、協同管理、商業模式

場次：網路經營與電子商務
主持人：李智明 教授

時間：14:30-15:50
5511 室

探究電商網紅直播新商機的影響因素

魏久峰 Chiou-Fong Wei 陳泳廷 Chen Yong Ting

摘要

電商網紅崛起帶來了新一輪經濟效益，張大奕在直播兩個小時獲得兩千萬利潤，引起社會熱烈討論。本研究回顧國內外相關文獻，以網路互動性、訊息來源可信度、社會臨場感、消費者認同感、價格合理性對消費者購買意願之影響，來探究電商網紅直播新商機。共收集 329 份有效問卷，結果顯示，直播臨場感對網路互動性和訊息來源可信度有顯著正向影響，網路互動性、訊息來源可信度對認同感有顯著正向影響，認同感和價格合理性對消費者購買意願也存在正向顯著影響，價格合理性會對認同感與消費者購買意願產生仲介作用。最後，本研究根據發現，對電商網紅直播的相關推廣提供建議。

關鍵字：網紅、電商經濟、消費者認同感、臨場感、購買意願

場次：網路經營與電子商務

時間：14:30-15:50

主持人：李智明 教授

5511 室

探討網紅在線直播之黏著度因素

Exploring the stickiness factors of internet celebrity live streaming

余家融 Chia-Jung Yu 鄭楷騰 Kai-Teng Cheng 林勝為 Sheng-Wei Lin

摘要

網紅直播興起後，企業透過直播的內容以及網紅的吸引力來創造更大的商業價值，而網紅也藉由代言商品來增加自身知名度，因此直播變成當紅的網路行銷方式。本研究將針對網紅在線直播之黏著度進行探討，並使用調查法作為研究方法，將黏著因素分成兩大構面(共4個因素)，直播內容(臨場性、即時性)、直播主吸引力(好感度、聲譽)，並且套用承諾信任理論至架構中，進行黏著度探討。研究結果顯示，網紅直播內容的「即時性」以及網紅吸引力的「好感度」對於信任有顯著影響；而網紅吸引力的「好感度」跟承諾也有顯著影響。透過本研究結果，希望企業跟網紅能在直播當中做為參考。

關鍵字：網紅直播、網紅吸引力、承諾信任理論、黏著度

企業經營管理(I)

【主持人—尚榮安 教授】

- 1、多角化策略與公司績效之再探：新調節變數之確立(黃彥智/李振宇)
- 2、虛擬語音助理市場研究-以 Siri 與 Google Assistant 為例 (吳岳錚/王欣瑜/許芷菱)
- 3、環境策略、環境管理、公司治理關聯性之研究-以台灣上市櫃製造業為例(黃振豐/孔繁華/周純伊)
- 4、綠建築與建築績效之關聯探討(謝惠元/江倩儀/黃琳/文家豪/葉思柔)
- 5、群眾募資籌資金額之探討 (曾昭玲/郭迺鋒/侯學宏)

場次：企業經營管理 (I)

時間：14:30-15:50

主持人：尚榮安 教授

5512 室

多角化策略與公司績效之再探：新調節變數之確立

Revisiting the relationship between diversification strategy and performance: identifying new moderators

黃彥智 Yen-Chih Huang 李振宇 Cheng-Yu Lee

摘要

本文藉由探索新的調節變數進一步了解科技多角化策略對企業績效的影響。本研究以台灣高科技公司為樣本，經資料收集與分析後，發現科技多角化策略與企業績效的關係呈現曲線型態。而本研究的主要貢獻為確認執行長權力與創新效率為此關係的新調節變數。換言之，執行長權力與創新效率會對科技多角化策略與企業績效的關係產生正向的調節效果。我們也提出相應的管理意涵與建議。

關鍵字：執行長權力、科技多角化、創新效率

場次：企業經營管理 (I)
主持人：尚榮安 教授

時間：14:30-15:50
5512 室

虛擬語音助理市場研究-以 Siri 與 Google Assistant 為例

王欣瑜 Hsin-Yu Wang 許芷菱 Hsu-Chih Ling

吳岳錚 Yueh-Cheng Wu

摘要

隨著科技的發展，手機扮演了重要角色。加入人性化所發展出來的虛擬語音助理，為生活上帶來便利與生活品質，藉由兩大廠商所研發的 Siri 與 Google Assistant 為研究進行比較，藉由文獻分析以及針對台灣市場做問卷調查法來探討使用者使用習慣與虛擬語音助理在實質生活中對使用者所帶來的影響，以及未來創新發展與改善空間。初步研究結果發現，大多數的人都未聽過 Google Assistant。但在語音辨識方面以及問題回答能力 Siri 比起 Google Assistant 略顯不足。經由本研究調查結果顯示兩者對於使用者都會帶來實質生活上的幫助，可見虛擬語音助理還有發展及改善空間，為使用者帶來生活化的機能與便利。

關鍵字：虛擬語音助理

場次：企業經營管理 (I)

時間：14:30-15:50

主持人：尚榮安 教授

5512 室

環境策略、環境管理、公司治理關聯性之研究-以台灣上市櫃製造業為例

**The Relationships Between Environmental Strategy, Environmental
Management And Corporate Governance-The Publicly-Listed
Manufacturing Companies In Taiwan**

黃振豐 Cheng-Li Huang 孔繁華 Fan-Hua Kung 周純伊 Chun-Yi Chou

摘要

本研究旨在探討台灣上市櫃製造業環境策略、環境管理及公司治理之間的關聯性，以 2015 年及 2016 年發行企業社會責任報告書之公司為樣本，發展環境策略及環境管理評分量表，採內容分析法對企業社會責任報告書進行評分；公司治理狀況則是採證券交易所公司治理中心評鑑之結果衡量。本研究採二階段估計方法探討企業環境策略與環境管理之關聯性，研究結果指出，環境策略與環境管理之間有正向之關聯性，彼此相互影響，而公司治理與環境策略之間則無直接顯著之關聯性，但公司治理與環境管理會交互影響環境策略。本研究之結果除了補充相關文獻之不足外，亦可作為企業對環境保護採取之策略及管理上之參考。

關鍵字：環境策略、環境管理、公司治理。

場次：企業經營管理 (I)
主持人：尚榮安 教授

時間：14:30-15:50
5512 室

綠建築與建築績效之關聯探討

The Relationship of Green Building and Performance of the Construction Industry in Taiwan

謝惠元 Henry Hsieh 江倩儀 Kong Sin Yee 黃琳 Huang Lin
文家豪 Jia Hao-Wen 葉思柔 Si-Rou, Ye

摘要

本研究從綠建築的角度以綠深度來衡量企業社會責任之程度，以 SCP 模型作為研究架構，探討綠建築對建築業績效的關聯，以 2012 年至 2016 年 48 家上市建設公司共 240 個樣本進行研究。本研究選取公司各年度之營業收入、稅後淨利兩個產出變數與存貨以及員工人數兩個投入變數，以平衡計分卡之模型作為衡量企業策略績效的指標，應用資料包絡法(Data Envelop Analysis, DEA)分析 2016 年建築業上市公司之績效並將其定位，研究發現上市建設公司的平均綠深度偏低。本研究進而以 Malmquist 生產力分析衡量 2012 年至 2016 年之五年的生產力變動情形，將 48 家上市建設公司進行績效定位為績優成長型、技術成長型、效率成長型和規模效率型四類，並進行綠深度平均值的比較。經研究發現，這四類公司的綠深度偏低，顯示了績效好的公司，不一定會重視綠建築所帶來的績效以及永續發展，其社會責任偏低。從目前的趨勢分析可以得知建商重視績效遠大於綠建築，從綠建築的程度來看，建築業並未達到 Carroll(1999)企業社會責任階段較高的階段。

關鍵字：建築業、綠建築、績效評估、綠深度、企業社會責任。

場次：企業經營管理 (I)

時間：14:30-15:50

主持人：尚榮安 教授

5512 室

群眾募資籌資金額之探討

The Analysis of Fundraising Amount of Crowdfunding

曾昭玲 Jauling Tseng 郭迺鋒 Nai-Fung Kuo 侯學宏 Xue-Hong Hou

摘要

由於過往文獻鮮少論述影響群眾募資成功籌資金額的因素，本研究將從群眾募資平台之條件因素出發，進而深入補強銀行金融變數、科技環境變數與總體經濟變數之於群眾募資成功籌資與籌資金額的影響。本研究援引 flyingV 與 ditfunding 兩群眾募資平台之統計資料進行研究，實證結果發現群眾募資平台之目標金額越低，backer 數、comment 數、update 數越高，過去成功經驗越多抑或過去失敗經驗越少，均將顯著提升募資成功機率，而 backer 數越高與過去成功經驗越多抑或過去失敗經驗越少亦可提高成功籌資金額。其次，全體銀行存款餘額對群眾募資成功籌資機率與籌資金額均有顯著的負向影響，台灣金融業隔夜拆款利率對成功籌資機率具顯著正向影響，故銀行存款總量越少越易促使群眾募資成功籌資並提升籌資金額，而隔夜拆款利率上升，銀行營運成本上升亦將提升成功籌資機率。再則，因群眾募資屬於電子商務的一環，台灣若具有較佳的網路與科技能力確實有助於提升群眾募資籌資金額與成功籌資機率，但手機門號數越多則降低籌資金額。最後，台灣物價水準越高，所募得資金越高，但台股指數下跌將有效提升成功籌資機率與籌資金額。

關鍵字：群眾募資、電子商務、網路就緒指數、樣本選擇模型

公司理財

【主持人—林祝英 副教授】

- 1、探討商業型以房養老貸款的成功因素(林士棋/王超弘)
- 2、更換會計師原因與審計品質之關聯性(鄭莉/劉加恩/許元嘉/吳宜陵)
- 3、公司治理對企業社會責任資訊揭露之影響：審計監督之調節效果(邱秀清/汪進揚/魏誌遠)
- 4、企業節能減碳的動力？-主動還是被動(蔡美盈/劉美纓)
- 5、投資人情緒與分析師推薦股票之從眾行為(蔡汶君/吳靖東)

場次：公司理財

時間：14:30-15:50

主持人：林祝英 副教授

5513 室

探討商業型以房養老貸款的成功因素

Exploring the success factors of commercial reverse mortgage

林士棋 Shih-Chi Lin 王超弘 Chau-Hung Wang

摘要

自 104 年起多家銀行陸續推出改良型的「商業型以房養老貸款」，希望能透過金融業的參與以及不同特色的產品包裝，打破先前政府推出「公益型以房養老方案」的政策局限，來吸引潛在臺灣高齡之需求者，以提升申請的意願。本研究蒐集歸納國內以房養老相關文獻，比較臺灣已經實施之公益型以房養老及後續銀行業推出商業型以房養老相關貸款條件，運用問卷調查、敘述性統計分析、變異數分析、迴歸分析及路徑分析等方法，來找尋會影響申請人願意申請之關鍵因素。迴歸分析研究結果顯示，申請以房養老貸款的意願主要會受申請人的需求及政府政策影響，至於銀行貸款條件因素則不會影響申請意願，但由路徑分析得知，若銀行貸款條件先能考慮申請人的需求及政府政策，將會影響貸款的意願。

關鍵字：商業型以房養老貸款、公益型以房養老貸款

場次：公司理財

時間：14:30-15:50

主持人：林祝英 副教授

5513 室

更換會計師原因與審計品質之關聯性

The Relationship Between the Reason for Auditor Changes and Audit Quality

鄭莉 Li Cheng 劉加恩 Chia-En Liu

許元嘉 Yuan-Jia Syu 吳宜陵 Yi-Lin Wu

摘要

本研究主要探討更換會計師原因與審計品質之關聯性，將會計師查核報告與財務報表重編作為審計品質的代理變數來分析更換會計師原因。收集 2008 年至 2016 年間有更換會計師的樣本公司，採 1：1 配對樣本，以 Logistic 迴歸模型分析。實證結果顯示，有更換會計師的公司，越可能收到修正式意見。因事務所內部調整而更換會計師的公司，越不會收到修正式意見。因公司管理需求而更換會計師的公司，越可能收到修正式意見。因其他原因而更換會計師的公司，越可能收到修正式意見。因公司管理需求而更換會計師的公司，越可能發生財務報表重編。

關鍵字：會計師更換、審計品質、會計師查核報告、財務報表重編

場次：公司理財

時間：14:30-15:50

主持人：林祝英 副教授

5513 室

公司治理對企業社會責任資訊揭露之影響：審計監督之調節效果

Corporate Governance and Social Responsibility: The Moderating Effect of Audit Supervision

邱秀清 Hsiu-Ching Chiu 汪進揚 Jinn-Yang Uang 魏誌遠 Chih-Yuan Wei

摘要

本研究探討公司治理與審計監督對企業自願性揭露社會責任資訊之影響，並探討審計監督對調節公司治理績效與自願性揭露企業社會責任之效果。實證結果顯示公司治理對企業自願性揭露社會責任資訊有正向影響，顯示公司治理較佳之企業，對自願性資訊揭露採取較為積極態度。而審計監督對企業自願性揭露社會責任資訊有正向影響，顯示審計監督可促進企業自願性揭露社會責任資訊，即大會計師事務所查核之公司有較高自願性揭露企業社會責任資訊意願。另外，發現審計監督對公司治理與自願性揭露企業社會責任資訊具有負向調節效果。

關鍵字：公司治理、企業社會責任、審計監督

場次：公司理財

時間：14:30-15:50

主持人：林祝英 副教授

5513 室

企業節能減碳的動力-主動還是被動？

What's the Motivation of Energy - saving or Carbon Reduction for Firms. - Active and Passive ?

蔡美盈 Mei-Ying Tsai 劉美纓 Mei-Ying Liu

摘要

本研究針對台灣 2012 年至 2014 年有揭露企業排放量的上市(櫃)企業，探討在何種原因與情況下，企業會主動或被動的進行減碳的行為。本研究從企業績效、政府政策與國際油價三大面向進行探討。而實證結果指出，一般企業並不會因為企業本身績效高而主動進行減碳行為，但高耗能產業的企業卻願意在本身績效高的狀態下，進行減碳的研發與投資；而台灣整體上市櫃企業均會因為政府相關法令的宣告而採取減碳行為。故研究結果支持政府政策對於企業減碳的宣告效果，也顯示出台灣目前進行減碳的行為的上市櫃企業，較多數為被動而非主動。

關鍵字：碳排放量、公司績效、國際油價、政府政策

場次：公司理財

時間：14:30-15:50

主持人：林祝英 副教授

5513 室

投資人情緒與分析師推薦股票之從眾行為

Investor Sentiment and the Herding Behaviors of Recommending Stocks by Analysts

蔡汶君 Wen-Chun Tsai 吳靖東 Jing-Tung Wu

摘要

本論文探討分析師對於台灣上市櫃公司的股票推薦是否有從眾行為的現象，並且找出其所追蹤之股票屬性(成長股或價值股)是否會影響從眾行為。研究期間為 2007 年至 2015 年，總共包含 49,438 筆分析師報告。過去研究分析師從眾行為的文獻，普遍忽略投資人情緒所扮演的角色，為增進對於分析師的從眾行為之解釋能力，本研究加入投資人情緒變數。並且以 Christie and Huang (1995)的 CSSD 模型、Chang et al (2000)提出的 CSAD 模型，以及 Jegadeesh and Kim(2009)所提出的模型進行實證分析。研究結果發現分析師對於台灣企業的股票推薦有從眾行為的現象且與投資人情緒有關聯。分析師會因為整體市場投資人情緒對未來預期之不同，例如：投資人對未來恐慌程度與對未來投資看好度之不同，對於分析師從眾行為方向存在差異。進一步根據各別公司討論，發現分析師會有報酬的誘因進行從眾行為。而且，分析師對於股票投資建議評等之修正行為，會受到股票不同屬性產生差異。

關鍵字：投資人情緒、從眾行為、分析師、投資建議

生產與作業管理(II)

【主持人—蘇雄義 教授】

- 1、兩階段加工單位不一致流程型工廠排程(鍾世軒/駱景堯)
- 2、使用隨機森林及多準則決策方法改善綠色供應商績效(倪薇芳
/劉建浩/徐瀟禧)
- 3、國際交換生選擇學校因素之分析-以 AHP 方法為例(陳怡伶/李
智明)
- 4、消費者對行動支付使用意圖(趙玫儒/林建州)

場次：生產與作業管理（II）

時間：14:30-15:50

主持人：蘇雄義 教授

5516 室

兩階段加工單位不一致流程型工廠排程

Inconsistent Processing Unit on Two-stage Flow Shop Scheduling

鍾世軒 Shih-Hsuan Chung 駱景堯 Chin-Yao Low

摘要

表面黏著技術(surface mount technology, SMT) 製程中的自動置件機面對不同的產品時，其供料器需更換不同的零件配置，造成多次執行整備動作；使得自動置件機成為生產流水線中的瓶頸機台。本研究從降低瓶頸機台整備時間的觀點著眼，考量某些產品上的零件配置可能相似或完全一致，即將這些產品視為一個工件族(job family) 進行自動置件機的群組加工，並經過一系列如：加熱迴焊機、自動光學檢驗機與收板機等以個別工件為單位的流程型機台。

本研究考量實務上會碰到生產系統中加工單位不一致的情況，探討兩階段下非固定排列式流程型工廠排程問題，提出符合問題情境之數學模式；並以變動鄰域搜尋演算法為架構，嵌入 IG 與 NEH 兩種區域搜尋機制，提出 VNS-IG 與 VNS-NEH 演算法。

實驗結果指出數學模式確實可以解決問題，但是當問題規模變大時，已無法在一個可接受的時間內求得最佳解。在演算法部分，在小型問題時，兩個演算法的差異不大，但是在大型問題時，VNS-NEH 不論在解的品質方面還是在 CPU 運算時間方面都優於 VNS-IG。

關鍵字：變動鄰域搜尋演算法、工件族、排程

場次：生產與作業管理 (II)

時間：14:30-15:50

主持人：蘇雄義 教授

5516 室

使用隨機森林及多準則決策方法改善綠色供應商績效

Using random forests and multi-criteria decision method for improving green supplier performance

倪薇芳 Wei-Fang, NI 劉建浩 James Liou 徐瀟禧 Jing-Si, SYU

摘要

全球化的影響下，企業所面臨最重要的挑戰即是供應商管理。此外，綠色環境績效也逐漸成為供應商管理的必要項目。供應商管理要有適當定期的評量以確保能達到各種品質系統績效評估的指標，本研究為針對合格供應商以持續合作為前提，專注於品質系統的績效指標進行客觀篩選與供應商的績效改善。使用隨機森林(Random Forest, RF) 給予指標重要度觀念，篩選出關鍵的品質系統指標。再使用決策實驗室分析法 (Decision Making Trial and Evaluation Laboratory, DEMATEL)瞭解指標間的因果關係結構，並結合決策實驗室分析基礎之網路層級分析法 (DEMATEL-based Analytic Network Process, DANP)，獲取指標相互影響作用後的權重。最後，使用 VIKOR 探討各供應商的績效與渴望水準間的差距。結果顯示「最終產品控制」、「品質管理與策劃」、「出貨檢驗」為前三項重視的準則。在供應商績效評估中，也提出改善供應商績效的建議與方向。經由實際運算後，證明此模式之有效性。

關鍵字：績效指標、資料探勘、隨機森林、多準則決策分析

場次：生產與作業管理（II）

時間：14:30-15:50

主持人：蘇雄義 教授

5516 室

國際交換生選擇學校因素之分析-以 AHP 方法為例

The Study of the Key Factors Affecting Exchange Students' Selection of Exchange Schools Using AHP Method

陳怡伶 Yi-Ling Chen 李智明 Chih-Ming Lee

摘要

本文係以 AHP 層級分析法探討國際交換生選擇學校之重要因素及權重排序，藉以了解主要影響國際交換生的因素為何，以利日後教育或政府相關部門能以此研究結果做為參考依據，促進交換生之國際交流及發展。

關鍵字：AHP 層級分析法、國際交換生

場次：生產與作業管理 (II)
主持人：蘇雄義 教授

時間：14:30-15:50
5516 室

消費者對行動支付使用意圖

The Consumers' Intention of Using Mobile Payment

趙玫儒 Mei-Ju Chao 林建州 Joe J.J. Lin

摘要

行動支付在全球興起一股熱潮，但交易支付模式的改變並非一蹴可幾。臺灣於 2013 年初金融監督管理委員會才宣布開放金融機構申請辦理手機信用卡業務，以及「電子支付機構管理條例」於 2015 年 5 月生效，與許多已開發國家相比相對較晚，亟待業者急起直追。2017 年 4 月，美國 Payments Source 調查指出，行動支付能成功讓消費者持續使用的一大因素是取得消費者信任。一旦失去信任，即使再方便的行動支付消費者也不一定採用，由此可知消費者信任會影響對行動支付使用意願。本研究大致分為兩階段，本論文為第一階段結果，主要目的在探討在不同性別、年齡以及過往有無使用經驗族群中，行為意圖與本研究架構中的各構面(績效期望、付出期望、個人信任傾向、結構保證、公司聲望以及初始信任)是否有顯著差異。研究結果發現，不同生理性別族群在採用行動支付之行為意圖與本研究架構中的各構面(績效期望、付出期望、個人信任傾向等等)較無顯著差異，而不同消費者年齡及有無使用過行動支付的經驗，對採用行動支付之行為意圖與本研究架構中的各構面(績效期望、付出期望、個人信任傾向等等)則存在明顯差異。

關鍵字：行動支付、整合科技接受模型、初始信任、行為意圖

組織與人力資源管理(II)

【主持人—劉敏熙 副教授】

- 1、旅行業轉換型領導對服務創新之影響(洪春吉/謝亞娟)
- 2、The Mediating Effect of Organizational Socialization on Proactive Personality and Organizational Citizenship Behavior among Temporary Workers in Taiwan (莊智翔/林怡君)
- 3、The Missing Link of Proactive Personality and Subjective Well-being among Foreign Workers in Taiwan (黃子君/林怡君)
- 4、The Relationship among Psychological Ownership, Organizational Commitment, Organizational Citizenship Behavior and Organizational Performance in Medium and small enterprises (楊承諺)
- 5、工作上的好關係—敬業貢獻與自我效能之中介機制(童惠玲/張瑞君)

場次：組織與人力資源管理(II)

時間：14:30-15:50

主持人：劉敏熙 副教授

5517 室

旅行業轉換型領導對服務創新之影響

A Comparative Empirical Research on Transformation Leadership and Service Innovations between the Travel Agency Industry

洪春吉 Chuen-Jyi Horng Ph.D 謝亞娟 Ya -Juan Hsieh

摘要

本研究實證探討旅行業轉換型領導對服務創新之影響，本研究採用學者所發展的轉換型領導對服務創新量表，經學者測試後具有良好的信效度。本研究結果發現：(1) 旅行業轉換型領導對服務創新有顯著影響。(2) 旅行業轉換型領導「支持領導」最能影響服務創新。(3) 旅行業轉換型領導「才智啟發」亦能影響服務創新。(4) 旅行業之轉換型領導在「職位階層」上有顯著差異，主管認知高於非主管人員；旅行業之服務創新在「職位階層」上有顯著差異，主管認知高於非主管人員。(5) 旅行業之轉換型領導在「不同性別」上有顯著差異，主管認知高於非主管人員；旅行業之服務創新在「不同性別」上有顯著差異，主管認知高於非主管人員。(6) 旅行業之轉換型領導在「不同教育程度」上有顯著差異，大學學歷員工認知高於高中職學歷員工；旅行業之服務創新在「不同教育程度」上有顯著差異，大學學歷員工認知高於高中職學歷員工。

關鍵字：轉換型領導、服務創新、旅行業

場次：組織與人力資源管理(II)
主持人：劉敏熙 副教授

時間：14:30-15:50
5517 室

The Mediating Effect of Organizational Socialization on Proactive Personality and Organizational Citizenship Behavior among Temporary Workers in Taiwan

莊智翔 Chih-Hsiang Chuang 林怡君 Yi-Chun Lin

Abstract

The number of the temporary workers are increasing in Taiwan also. This research aims to investigate the relationship between proactive personality and organizational citizenship behavior (OCB) and mediates the effect of organizational socialization among temporary workers. Data were collected 85 samples are temporary workers from public sectors in Taiwan. This study adopted quantitative research design and online, paper-based questionnaires to test the hypotheses. Data analysis will use SPSS 23.0, descriptive analysis factor analysis and correlation analysis.

Keywords: Temporary workers, proactive personality, organizational socialization, organizational citizenship behavior (OCB).

摘要

約聘員工的議題近年來討論的非常熱烈，而台灣的約聘員工也越來越多，進而產生的議題也越來越廣闊。本研究主要是探討以組織社會化為中介，藉由積極主動性的人格進而去影響組織公民行為，探討約聘人員即便有組織社會化。本研究採用便利抽樣發放問卷蒐集資料，回收 85 個受訪者皆為政府機關約聘人員，接著以 SPSS 來分析數據以及驗證假設。

關鍵字：約聘員工、積極主動性人格、組織社會化、組織公民行為

場次：組織與人力資源管理(II)

時間：14:30-15:50

主持人：劉敏熙 副教授

5517 室

The Missing Link of Proactive Personality and Subjective Well-being among Foreign Workers in Taiwan

黃子君 Cze Chiun Wong 林怡君 Yi-Chun Lin

摘要

本研究係為探究積極型人格與幸福感之間的關係，進而了解職涯適應力在其中的影響。共有 38 位在臺灣工作的外國專業人員完成本研究之紙本問卷。本研究所蒐集的資料使用階層回歸分析作進一步的檢驗。研究結果發現，積極性人格與幸福感有顯著且正向相關，然而職涯適應力部分中介該段關係。本研究表明，積極型人格與職涯適應力在如何獲得較高的幸福感中扮演著重要的角色。

關鍵字：積極型人格、幸福感、職涯適應力、外國專業人員、臺灣

場次：組織與人力資源管理(II)
主持人：劉敏熙 副教授

時間：14:30-15:50
5517 室

The Relationship among Psychological Ownership, Organizational Commitment, Organizational Citizenship Behavior and Organizational Performance in Medium and small enterprises.

Yang Cheng-Yen

Abstract

Small and medium enterprises are the main business model in Taiwan. The factor that effect behaviors of employee and manger is the main purpose of this research. Level of management and level of employee usually has different point of view when it comes to helping behavior and indirectly effect performance. Also, feeling of ownership for department and company can be recognized differently between these two level. The final purpose is to see which aspect can affects performance. Psychology ownership, organizational citizenship behavior and organizational commitment can represent different aspect of motivation to both employees and managers' performance.

Keywords: Psychological ownership, Organizational commitment, Organizational citizenship Behavior, Business Performance

摘要

中小企業是台灣最主要的企業體系，將近百分之九十在台灣之企業屬之。此研究專研於探討影響中小企業之員工與管理者行為的因素。管理階層與一般員工階層在擁有感、互助行為和認同感上會有不同影響工作表現上之差異。而本研究便是在尋找並證實心理擁有感、組織公民行為及組織認同感之間的關係，而進而探討組公民行為和組織認同感如何在不同的階層中影響員工及管理者的工作表現。

關鍵字：心理擁有感、組織認同感、組織公民行為、企業績效

場次：組織與人力資源管理(II)

時間：14:30-15:50

主持人：劉敏熙 副教授

5517 室

工作上的好關係－敬業貢獻與自我效能之中介機制

Good Relationship at Work: The Mediating Mechanisms of Work Engagement and Self-Efficacy

童惠玲 Hui-Ling Tung 張瑞君 Shui-Kiun Chong

摘要

雖然主管部屬交換與組織成果之間的關聯已經確立，但在這種關係下的個人層次機制仍然是不明朗。根據角色與內部效能理論，本研究擴展理解主管部屬交換如何產出任務績效與朝向組織之公民行為之雙元機制的整合模式。作為社會交換與角色擴大的歷程，高品質主管部屬交換激勵出互惠義務，而這些義務則表現在員工敬業貢獻，進而提升更多的朝向組織之公民行為。又透過第二過程中，高品質主管部屬交換強化部屬的自我效能感，從而提高任務績效。研究樣本來自 194 服務業員工與 89 位主管配對資料，問卷採三段時間發放。研究假設檢定結果顯示，主管部屬交換分別對朝向組織之公民行為與任務績效皆具有正向關係；又主管部屬交換連結到敬業貢獻，進而提高朝向組織之公民行為；而自我效能對主管部屬交換與任務績效關係則不具有中介效果。

關鍵字：主管部屬交換、敬業貢獻、自我效能

行銷與流通管理(II)

【主持人—劉秀雯 副教授】

- 1、品牌形象與品牌忠誠度對再購意願之影響-以智慧型手機為例
(許淑鴻/郭舒甄)
- 2、消費者購買社會企業商品動機之研究(陳柏亨)
- 3、產品類型、品牌聯盟配適度與人格特質對消費者品牌態度及購買意願之影響—以 Spotify 為例(蔡虹霓/林陽助)
- 4、盜版電子書下載意圖之前因及其對合法電子書購買意圖影響之研究(林南宏/王舒仙/陳宥仔)

場次：行銷與流通管理（II）

時間：16:00-17:10

主持人：劉秀雯 副教授

5511 室

品牌形象與品牌忠誠度對再購意願之影響-以智慧型手機為例

Effects of Brand Image and Brand Loyalty on Repurchase Intentions- Example of Smartphone

許淑鴻 Shu-Hung Hsu 郭舒甄 Shu-Zhen Guo

摘要

手機隨著科技的進步以及人們追求越來越便利的生活，已轉變為多功能的智慧型手機。而在當今智慧型手機普及化的市場當中，要如何贏得消費者的喜愛並滿足其需求，是相當重要的。本研究旨在探討智慧型手機的品牌形象是否會影響消費者對品牌的忠誠，而最後影響消費者的再次購買意願。本研究透過對在嘉義縣市地區之消費者進行問卷調查，共發放 150 份問卷，有效回收 131 份，並採用統計分析軟體 SPSS 22.0 進行統計資料分析。研究結果顯示，品牌形象對品牌忠誠度有正向影響，品牌忠誠度對再購意願有正向影響。而品牌形象透過品牌忠誠度對再購意願則是具有中介之效果。

關鍵詞：品牌形象、品牌忠誠度、再購意願

場次：行銷與流通管理（II）

時間：16:00-17:10

主持人：劉秀雯 副教授

5511 室

消費者購買社會企業商品動機之研究

Research on the Motivation of Consumers Purchasing Social Enterprise

Products

陳柏亨 Bo-Heng Chen

摘要

近年來，社會企業受到全球的關注而形成一種新的思維。過去企業與非營利組織是兩種截然不同的經營模式，現在透過社會企業的方式模糊兩者的界線，改變非營利組織經營的思維。目前社會企業在全球蔚為風潮，在臺灣，社會企業也以多樣的商業模式存在，故探討消費者選擇購買社會企業商品動機之研究對於社會企業的發展為重要議題。本文從消費者對於社會企業商品的印象以及企業社會責任為出發點，進而探討消費者對於社會企業商品的信任以及品牌認同，最後探討消費者對於社會企業商品的再購意願及願付價格。本研究採取問卷調查法，針對實際購買過或是使用過社會企業商品的消費者進行問卷，並將問卷結果進行資料分析、信效度檢定、各項假說檢定及結構方程模型分析。最後，本研究亦進行分群分析並結合研究結論，提供社會企業未來爭取消費者對於品牌印象、品牌信任以及消費者購買意願之建議，俾使社會企業在臺灣永續發展。

關鍵字：企業社會責任、感官效用、品牌認同、品牌信任、再購意願

場次：行銷與流通管理（II）

時間：16:00-17:10

主持人：劉秀雯 副教授

5511 室

產品類型、品牌聯盟配適度與人格特質對消費者品牌態度及購買意願
之影響－以 Spotify 為例

The Effects of Product Categories, Brand Alliance Fitness and Personality Traits on Customer's Brand Attitude and Purchase Intentions: A Case of Spotify

蔡虹霓 Hung-Ni Tsai 林陽助 Yang-Chu Lin

摘要

本研究以 Spotify 為主要品牌，探討不同產品類型（享樂性產品／功能性產品）、品牌聯盟配適度與內外控人格，對消費者品牌態度及購買意願之影響。本研究共回收 309 份有效問卷，研究結果顯示，不同的合作品牌產品類型，對消費者的品牌態度及購買意願有顯著差異，享樂性產品能使消費者產生較佳的品牌態度與購買意願；內外控人格則在部分情況下具有干擾效果。而根據以上研究結果，本研究提出 Spotify 在進行品牌合作時之行銷實務建議，並針對後續研究者提出研究建議。

關鍵字：產品類型、品牌聯盟配適度、內外控人格特質、品牌態度、購買意願

場次：行銷與流通管理（II）

時間：16:00-17:10

主持人：劉秀雯 副教授

5511 室

盜版電子書下載意圖之前因及其對合法電子書購買意圖影響之研究

A Study on the Antecedents of the Intention to Download Pirated E-books and its Impact on the Intention to Purchase Legal E-books

林南宏 Nan-Hong Lin 王舒仙 Shu-Hsien Wang 陳宥仔 You-Yu Chen

摘要

隨著時代的快速變遷，電子書的發展，成為一個顛覆人類從古至今接觸資訊習慣的產業，創新歷史帶來無限可能的商機。然而在電子書商未來可預見的龐大商機下，隨之而來的盜版問題也日益猖獗，造成經濟上的損害不容小覷。因此，本研究根據計畫行為理論，延伸探討行為態度(社會重要性、道德義務、知覺風險)、主觀規範(規範敏感性、集體主義)、以及知覺行為控制(自我效能、便利條件)等前因要素來預測盜版電子書的下載意圖，並加入偶像崇拜的干擾因素來檢驗盜版與購買意圖之間的關聯性。

本研究發放230份問卷，實際回收225份，有效問卷數為225份，有效問卷率為97.8%。經彙整相關資料後本研究以國內的網際網路使用者為研究對象，透過網路問卷進行資料蒐集。經過一個月的問卷回收，扣除無效問卷33份後，獲得有效問卷227份。實證資料採用SPSS 21.0和Smart PLS 2.0進行分析。研究結果顯示：(1)道德義務、規範敏感性對盜版電子書下載意圖有顯著的負向影響。(2)集體主義、自我效能、便利條件對盜版電子書下載意圖有顯著正向影響。(3)社會重要性、知覺風險對盜版電子書下載意圖的影響並不顯著。(4)盜版電子書下載意圖對合法電子書購買意圖有顯著負向的影響，而偶像崇拜在盜版電子書下載意圖對合法電子書購買意圖影響的干擾效果並不顯著。本研究最後也根據實證結果提出相關討論，並說明理論面與管理面的意涵與未來研究方向的建議。

關鍵詞：盜版電子書、計畫行為理論、偶像崇拜

企業經營管理（II）

【主持人—吳吉政 副教授】

- 1、台灣企業之動態能耐路徑觀點的驗證(夏侯欣鵬/蔡秦倫/黃韻雯)
- 2、膠帶業商業模式分析之探索性研究(曾瀚緯/吳吉政)
- 3、學術創業生態系統發展之發展與治理：公私部門夥伴關係觀點
(謝如梅/黃意丹/謝伊婷)
- 4、多層次傳銷事業關鍵成功因素之研究-以八馬國際事業為例
(徐國楨/葉清江)

場次：企業經營管理（II）

時間：16:00-17:10

主持人：吳吉政 副教授

5512 室

台灣企業之動態能耐路徑觀點的驗證

The Empirical Study in the Pathways Perspective of Dynamic Capabilities of Taiwanese companies

夏侯欣鵬 Hsin-Peng Shiahhou 蔡泰倫 Chin-Lun Tasi 黃韻雯 Yun-Wen Hang

摘要

隨著進入高競爭的時代，企業能取得競爭優勢日漸重要，面對競爭的環境，企業如何取得競爭優勢是當代必須要關注的課題。過去學者提及競爭優勢係憑藉資源、組織能耐、職能、價值鏈等不同之論點，然競爭優勢並非是由單一資源之價值性，稀少性與不可模仿性所造成，而是不同的知識與不同的技術、資產以及特殊能力養成，方能擁有核心競爭力；亦即，必須訴諸於組織動態能耐觀點，才得以於高變動與競爭環境，保有競爭優勢。

過去研究多指出組織動態能耐的組成成分，其包括學習能耐、創新能耐、適應能耐。然而，台灣企業大多以中小企業為主，其與擁有豐富資源的全球大型企業相比，必須先學習新事物，進行創新，最後使得組織內部行為能與外部環境一致，得以於高競爭的環境中生存，本研究稱之為動態能耐路徑觀點。

因此，本研究以台灣企業為研究對象，共計回收 236 份有效樣本，驗證組織動態能耐的路徑觀點與競爭優勢的關係。本研究發現，台灣企業之學習能耐影響創新能耐，進而影響適應能耐；此外，亦證實組織學習能耐影響適應能耐，進而影響該組織的競爭優勢。亦即，本研究證實台灣企業之動態能耐路徑觀點。

關鍵字：組織動態能耐、組織競爭優勢、路徑觀點

場次：企業經營管理（II）
主持人：吳吉政 副教授

時間：16:00-17:10
5512 室

膠帶業商業模式分析之探索性研究

An Exploratory Study of the Business Model Analysis of the Tape Industry

曾瀚緯 Han-Wei Tseng 吳吉政 Jei-Zheng Wu

摘要

臺灣膠帶產業發展至今已近七十年，與石化產業、塑膠基材、化工原料及黏著劑等形成完整的產業鏈，產能與銷量在全球膠帶市場均占了舉足輕重的地位。然而，競爭環境變化，為臺灣膠帶產業結構帶來相當大的衝擊，臺灣產業鏈為了取得低廉的勞工與土地成本等競爭優勢紛紛外移，造成成本、產業群聚等傳統優勢流失，再加上中國企業以量產價低的模式蠶食全球市場，讓臺灣膠帶產業的競爭力及獲利能力遭受嚴格考驗。本研究目的係透過臺灣膠帶產業之商業模式分析，協助其建立競爭優勢，則有機會達到經營轉型的目標。研究結果歸納整理得知，膠帶商業生態系統過度依靠扮演少數關鍵者的基材製造商，連帶降低膠帶商業生態系統的健康程度。膠帶產業應以品牌為基礎來建立平台商業模式，並透過強化專業分工來組成商業生態系統。

關鍵字：商業模式、商業生態系統、膠帶業

場次：企業經營管理（II）

時間：16:00-17:10

主持人：吳吉政 副教授

5512 室

學術創業生態系統發展之發展與治理：公私部門夥伴關係觀點

**The Study of Development and Governance on Academic
Entrepreneurship Ecosystem: The Perspective of Public-Private
Partnerships**

謝如梅 Ru-Mei Hsieh 黃意丹 Yi-Dan Huang 謝伊婷 Yi-Ting Hsieh

摘要

本研究根據公私部門夥伴關係觀點(PPPs)探討大學基礎之創業生態系統(U-BEES)，並以 PPPs 之特質與社會性困境加以探討臺灣學術創業生態系統發展現況與治理機制。本文採用質性研究方法，針對國內兩所頂尖研究型大學及一所發展創新創業成果優良的私立大學進行資料收集與訪問。研究結果顯示在 PPPs 之特質中，公共性與異質性的影響，將會造成新創成員缺乏合作意願與利益衝突等問題，使 U-BEES 之運作成效不彰。

關鍵字：大學基礎之創業生態系統、學術創業、公私部門夥伴關係

場次：企業經營管理（II）
主持人：吳吉政 副教授

時間：16:00-17:10
5512 室

多層次傳銷事業關鍵成功因素之研究-以八馬國際事業為例

The Critical Success Factors for Multi-level Marketing Industry: an Empirical Study of Total Swiss International

徐國楨 Kuo-Hsuan Hsu 葉清江 Ching-Chiang Yeh

摘要

影響一家企業的成功因素非常多，包含領導人的意志、團隊的士氣、公司產品的優劣等等。但最終影響一個企業成功最大的關鍵點，還是在於「人」。再好的產品、再好的研發，若沒有好的領導人、好的營運團隊，也難以成事。由於多層次傳銷產業有其特殊的性質，和傳統產業的組織架構、人力資源界定乃至於勞資關係，都不相同。本研究以八馬國際為研究對象，在研究方法上，透過已有多方面學術研究證實效果之平衡計分卡(Balance Scorecard, BSC) 平衡計分卡，結合模糊層級分析法 (Fuzzy Analytic Hierarchy Process, FAHP)取得其對應的關鍵指標之間的權重。最後，本研究發現核心產品、公司形象及產品認證最受肯定，同時，包含社會責任、培訓制度以及差異化，還有售後服務及市場營收成長，也都構成八馬國際成功的要素。其結論也可有助於其他多層次傳銷企業做為提升經營改善的參考。

關鍵字：多層次傳銷、關鍵成功因素、平衡計分卡、模糊層級分析法

跨領域管理 (I)

【主持人—歐素華 副教授】

- 1、以地方食物系統及行動者網絡理論探討澎湖地方品牌價值之
建立(唐嘉偉/許毓軒/黃莉婷)
- 2、以實用價值、享樂動機為中介探討行動支付之行為意圖(牛涵
錚/林思彤/陳美仁)
- 3、偶像粉絲群體認同、偶像崇拜及演唱會門票購買意願之關聯-
以價格敏感度與社群信任為干擾變項(林子雯/王昱凱)
- 4、開放創新商業模式：以無人機創新變革為例(歐素華/陳文昕/
簡均庭)

場次：跨領域管理 (I)

時間：16:00-17:10

主持人：歐素華 副教授

5513 室

以地方食物系統及行動者網絡理論探討澎湖地方品牌價值之建立

Utilizing Local Agricultural Food System and Actor Network Theory to Investigate Development of Local Brand Value for Penghu

唐嘉偉 Jia Wei Tang 許毓軒 Yu Syuan Syu 黃莉婷 Li Ting Huang

摘要

地方品牌價值的概念愈來愈盛行，許多業者會直接以產地為命名方式，讓消費者對於產地有認同感。但是受資本主義的影響，使得大部分食品加工能透過標準化生產流程，加以大量快速複製生產，進而形成愈來愈多同質化的產品流通，而呈現出「去地方化」的產品，致使消費者與在地生產者喪失之間的關聯性。而澎湖擁有豐富的地方農特產，但因農產品供需不穩定、同質性過高，且大部分的農民多採自產自銷的方式販售農產品，明顯缺乏品牌形象與行銷通路策略，故本研究針對澎湖縣湖西鄉農業者作為研究對象，根據「地方食物系統」與「行動者網絡理論」的學理基礎，透過深度田野調查與訪談分析，探討影響澎湖地方農業食物系統脈絡的重要元素，以及影響地方農業食物系統發展的重要角色與遭遇問題，並且找尋出影響澎湖地方品牌價值的關鍵因素。藉由本研究提出的「澎湖地方品牌價值行動網絡知覺圖」，可探討出影響澎湖地方農業食物系統發展的重要因素，進而找尋出關鍵性影響因素，同時拓展適合自家農產品的目標客群及行銷通路，並且可以提供農業生產者面臨決策時，制定出對於合宜的產品或適合消費者市場反應且可行性高的決策，增加產品曝光度及提升知名度。

關鍵字：地方品牌價值、地方農業食物系統、行動者網絡理論

場次：跨領域管理 (I)
主持人：歐素華 副教授

時間：16:00-17:10
5513 室

以實用價值、享樂動機為中介探討行動支付之行為意圖

Exploring the behavioral intention of mobile payment with utilitarian value and hedonic motivation

牛涵錚 Han-Jen Niu 林思彤 Szu-Tung Lin 陳美仁 Mei-Jen Chen

摘要

行動支付的消費模式是今日消費者與經營者互利的消費者模式，引起了產官學界的探討與研究。電子交易的消費行為模式，已經深入影響我們的日常生活，預計人類應會更適應行動設備的使用，利用行動設備進行日常交通運輸、購物行為，而人們也將越來越依賴這些設備，使得『行動』帶來了巨大的挑戰和機遇。本研究是探討外籍勞工使用行動支付的行為意圖，根據研究目的以問卷調查方式進行，研究對象為湖口工業區之菲律賓外籍勞工共 220 份，回收 190 份，回收率 86.36%，有效樣本為 184 份。研究結果發現 UTAUT 模型中的四個構面，除了付出預期外其餘三個績效預期、社會影響、有利條件皆對行為意圖有顯著正向關係。個人創新與整合型科技接受使用模型 UTAUT 相互有正向影響，個人創新於 UTAUT 模型與行為意圖間扮演部分中介效果。與過去研究相同是整體風險對行為意圖具有調節作用，性別與享樂動機是 PIIT 與 BI 之間的調節因子。

場次：跨領域管理 (I)

時間：16:00-17:10

主持人：歐素華 副教授

5513 室

偶像粉絲群體認同、偶像崇拜及演唱會門票購買意願之關聯-
以價格敏感度與社群信任為干擾變項

**The Relationships among Idol Fans of Group Identification, Idol Worship
and Purchase Intention of Concert Tickets
-Price Sensitivity and Community Trust as Moderators**

林子雯 Tzu-Wen Lin 王昱凱 Yu-Kai Wang

摘要

近年來在社群網絡的快速傳播與發展下，偶像透過各種社群平台吸引粉絲參與到偶像與粉絲彼此之間的互動中，偶像藉由社群平台與粉絲進行互動，也進一步拉近偶像與粉絲之間的距離。因此本研究欲探討粉絲群體認同、偶像崇拜、演唱會門票購買意願、價格敏感度與社群信任之間的影响性。本研究結果實際有效總問卷數量共達1,625份，並證實粉絲群體認同對於偶像崇拜產生正向顯著的影响，而偶像崇拜對演唱會門票購買意願也具有正向影响。另外研究結果也顯示粉絲群體認同對於價格敏感度與社群信任皆具有正向顯著影响，而價格敏感度與社群信任則對於偶像崇拜與購買意願之間產生明顯的干擾效果。

關鍵字：粉絲群體認同、偶像崇拜、價格敏感度、社群信任、購買意願

場次：跨領域管理 (I)
主持人：歐素華 副教授

時間：16:00-17:10
5513 室

開放創新商業模式：以無人機創新變革為例

Open Innovation Business Model : The case study of UAV technology enterprise transformation

歐素華 Su-Hua Ou 陳文昕 Wen-Hsin Chen 簡均庭 Jun-Ting Jian

摘要

台灣科技產業正遭遇轉型變革困境，如何回應新興的智能科技成為創新挑戰的重要里程碑。本研究以具代表性的無人機個案研究，雷虎科技，調查該科技公司如何由遙控飛機技術轉型到牙鑽器、救災用無人機、與潛艇監控防護服務等。研究發現，科技產業欲求創新突破，不但必須有系統地導入跨領域資源，以力求技術升級，也必須在商業模式上同步變革。核心技術的一元多用，來自於開放性導入其他專業領域資源，以推動技術轉型升級；而商業模式的創新變革則伴隨著核心技術的演化而生。一元多用的技術創新、商業與技術的複合創新，是本研究對開放創新文獻做出之重要貢獻。在實務貢獻上，本研究則倡議面對新興的智能科技，台灣科技產業必須讓自己的核心科技更具智慧產能，而升級之道，便是向其他專業領域汲取智慧。越懂得各產業發展脈絡者，越能掌握產業中尚未滿足之需求痛點者，越能有智慧地應用創新科技。

關鍵字：開放創新、無人機、商業模式創新、一元多用、科技變革

跨領域管理(II)

【主持人—樊學良 助理教授】

- 1、文化創意產業行銷策略之國際比較與研究-以博物館為例(蔣成/褚芸霈)
- 2、文創園區與文創業者的行為分析：以隨創觀點探討(洪緯典)
- 3、建構利用大數據提升企業績效之決策模型(李坤璋/林郁涵)
- 4、從服務科技接觸模式探討餐飲外送與服務模式(黃俊瑋/林昌濬)

場次：跨領域管理(II)

時間：16:00-17:10

主持人：樊學良 助理教授

5516 室

文化創意產業行銷策略之國際比較與研究－以博物館為例

Comparative Study on Marketing Strategies of Cultural and Creative Industry: A Case Study of Museum

褚芸霈 Chu Yun-Pei 蔣成 Jiang Cheng

摘要

在全世界發展文化創意產業的浪潮之下，博物館亦在文創產業中為重要一環，掌握住文創產業的特點，產生新型態文創展覽與產品。本研究藉由質性研究，以不同國家具有代表性之博物館為個案，利用 4P 分析與 SWOT 比較探討各博物館行銷策略，了解博物館是否與文創產業結合進而發展出新型態的行銷模式，博物館利用社群媒體提供即時資訊或影音分享，調整過往被動式的推廣手法，達到博物館全球行銷、資源共享以及教育推廣無國界。本研究結果發現博物館與文化創意產業結合，不僅為民眾帶來不同以往的參觀體驗，讓民眾願意主動走進博物館，亦可以提高館內收入與經濟效益，利用社群媒體給予最即時的消息分享，創造新型態博物館行銷的方式。

關鍵詞：博物館、文創產業、社群媒體、行銷策略

場次：跨領域管理(II)

時間：16:00-17:10

主持人：樊學良 助理教授

5516 室

文創園區與文創業者的行為分析：以隨創觀點探討

Cultural and creative industry parks and behaviors of entrepreneurs in creative industries: an analysis by a bricolage perspective

洪緯典 Wei-Tien Hung

摘要

長期以來，文創產業的發展皆仰賴政府投注大量的資源，主要原因在於台灣的文創業者的資源限制。而政策制定者又以文創園區為主要的產業發展政策，意圖降低創業的門檻與風險，同時，也希望產生群聚的效應，能提升文創產業創新與創業的成效，以提升競爭力，成為經濟的推動引擎。然而，目前文創產業仍是處於高風險與高退出率的產業。有鑑於此，本研究以隨創（bricolage）的觀點，探討兩個主要的問題。第一、文創業者的創業動機與創業行為過程。第二、在這樣的過程中，文創園區是否以及如何影響文創業者的創新與創業行為。本研究除了理論貢獻之外，更希望能帶來實務上的效益。

關鍵字：文創產業、文創園區、隨創、創業家精神

場次：跨領域管理(II)

時間：16:00-17:10

主持人：樊學良 助理教授

5516 室

建構利用大數據提升企業績效之決策模型

Using Big Data to Build A Decision Model of Improving Business Performance

李坤璋 Lee Kuen-Chang 林郁涵 Lin Yu-Han

摘要

2017年創業家兄弟電子商務公司憑藉大數據，成功於雙十一購物節大幅提升銷售額，而平衡計分卡被視為全球最具公信力的管理學工具，不僅被用來衡量企業績效，亦被用來管理企業策略，因此，本研究結合大數據及平衡計分卡，旨在探討企業如何應用大數據以提升企業績效。本研究運用決策實驗室分析法(DEMATEL)發現，從企業績效之角度，平衡計分卡之「學習與成長構面」及「內部流程構面」會影響「顧客構面」及「財務構面」；進一步再運用分析網路程序法(ANP)發現，「任用願意利用數據制定決策的管理者」、「利用大數據針對個別顧客給予專屬之建議」、「利用大數據發現顧客洞見及顧客行為」及「利用大數據推動個性化行銷」能有效提升企業績效。

關鍵詞：大數據、企業績效、平衡計分卡、決策實驗室分析法、分析網路

場次：跨領域管理(II)

時間：16:00-17:10

主持人：樊學良 助理教授

5516 室

從服務科技接觸模式探討餐飲外送與服務模式

Discussion on Food Delivery and Service Model from Service Technology Contact Mode

黃俊瑋 Jun-Wei Huang 林昌濬 Chang-Jyun Lin

摘要

過去，電子商務的發展帶來實體經濟的重大的影響力，而經過長時間的演變加上科技的進步，發展出了以在地經濟為概念，強調上線消費線下體驗的 O2O 模式。而在本文以 O2O 模式出發點探討餐飲外送平台，飲食是滿足人生活所需的基本需求，在餐飲外送的市場越來越大下，餐飲外送結合了 O2O 模式改變了過去傳統的銷售模式。構成 O2O 模式的三個因素消費者、平台、商家，而在餐飲外送平台多了一個第三方服務者—外送員，使服務的價值貢獻內涵有所改變。本研究透過對 O2O 的文獻探討進行研究歸類出 O2O 的優缺點，並分析國內一餐飲外送平台以了解餐飲外送平台的商業模式與一般 O2O 模式的不同，本研究以服務科技接觸模式來分析每個因素之互相關連性。

關鍵字：O2O、服務科技接觸模式、餐飲外送

證券市場

【主持人—郭人誌 助理教授】

- 1、ETF 所有權對台灣股票市場品質之影響(陳薇如/褚愛平)
- 2、總體經濟與內部因素對中國企業債券價格影響分析(陳冠志/
林倚敏)
- 3、恐慌指數影響因子之研究(連育民/鍾洵至/王博玄/呂瑋芯/陳宣
宏/呂芷寧)
- 4、國際資金流和亞洲股市(郭人誌)

場次：證券市場

時間：16:00-17:10

主持人：郭人誌 助理教授

5517 室

ETF 所有權對台灣股票市場品質之影響

ETF Ownership on the Taiwan Stock Market's Quality

陳薇如 Wei-Ju Chen 褚愛平 Ai-Ping Chu

摘要

本研究探討 ETF 所有權對台灣股票市場品質之影響，分別採用股票流動性、波動性以及定價效率作為市場品質之衡量。流動性之衡量變數為 Amihud 的流動性不足比率，波動性以報酬率之標準差作為衡量，並以股票報酬同步性來衡量定價效率。本研究實證結果發現，ETF 所有權增加會使得流動性不足上升，代表股票市場流動性下降，投資人交易成本增加。也會使得報酬率標準差上升，意旨股票市場波動性上升。另外，亦會導致股票報酬同步性上升，表示股票市場定價效率下降。綜上所述，本研究發現增加 ETF 所有權會導致流動性下降，波動性上升及定價效率變差，說明被 ETF 大量持有之股票其市場品質為差。

關鍵詞：指數股票型基金、流動性不足、波動性、股票報酬同步性、定價效率

場次：證券市場

時間：16:00-17:10

主持人：郭人誌 助理教授

5517 室

總體經濟與內部因素對中國企業債券價格影響分析
An Analysis of the Impacts of Macroeconomics and Internal Factors on
Corporate Bond Prices

陳冠志 Guan-Chih Chen 林倚敏 Yi-Min Lin

摘要

本文主要研究總體經濟因素與內部因素對企業債券價格的影響。選取上海證券交易所交易上市的101支企業債券2013年到2015年的季度資料作為樣本。首先運用描述性統計對企業債券價格以及總體經濟和內部各變數進行初步的分析，再利用多元線性迴歸分析深入研究總體經濟因素與內部因素對企業債券價格的影響，通過比對縮減模式與全模式下迴歸後的偏判定係數來驗證總體經濟因素所能解釋企業債券價格的比例。實證研究結果顯示，內部因素方面，發行期限對債券價格有顯著負向影響；名義利率、總資產收益率對企業債券價格有顯著正向影響。總體經濟因素方面的，廣義貨幣供應量對企業債券價格有顯著正向影響；工業品出廠價格指數對企業債券價格有顯著負向影響。

關鍵字：企業債券、債券價格、總體經濟因素、內部因素

場次：證券市場

時間：16:00-17:10

主持人：郭人誌 助理教授

5517 室

恐慌指數影響因子之研究

The Study of VIX Impact Factors

連育民 Yu-Min Lian 鍾滄至 Yu-Jhih Jhong 王博玄 Po-Hsuan Wang

呂瑋芯 Wei Hsin Lu 陳宣宏 Syuan-Hong Chen 呂芷寧 Zhi-Ning Lu

摘要

恐慌指數(Volatility Index ,VIX)為芝加哥選擇權交易所(CBOE)市場波動率指數，通常用於衡量標準普爾 500 指數選擇權的隱含波動性指數，也作為預期未來 30 天市場波動性的一種指標，此外也被認為可以反映投資人情緒。本研究主要探討標準普爾 500 指數(S&P500 Index)、那斯達克隱含波動率指數(NASDAQ Volatility Index , VXN)、以美元計價的黃金、以美元計價的白銀、歐元兌美元匯率與美元指數等變數因子的波動對 VIX 的影響。資料時間採用 2007 年到 2017 年的日資料，並以切時間段的方式來檢視本研究樣本全期間、全球金融海嘯發生期間、歐債危機發生期間以及後續期間，共 4 個時間段中各因子對 VIX 指數的波動影響。本研究發現當經濟波動小時，VIX 指數處在低點，市場上投資人會傾向進入標普 500 指數與白銀等投資商品，本文根據文獻回顧找出 VIX 會與標普 500 指數和白銀價格指數呈顯著負相關；當經濟波動大時，VIX 指數位在高點，市場上投資人傾向持有美元、黃金等避險商品，此時市場上投資情緒低迷，VIX 指數會與那斯達克隱含波動率指數、美元指數、歐元兌美元匯率還有黃金價格間呈現顯著正相關。本研究運用 Python 編寫 APT(套利定價理論)模型，進行多因子迴歸分析，並以各因子系統性風險 β 係數(Beta)測量其波動影響程度。本研究結果顯示，標普 500 指數、那斯達克隱含波動率指數、黃金價格、白銀價格、歐元兌美元匯率與美元指數對於 VIX 指數是具有顯著的影響關係。

關鍵詞：VIX、全球金融海嘯、系統性風險 β 、APT(套利定價理論)模型、多因子迴歸分析

場次：證券市場

主持人：郭人誌 助理教授

時間：16:00-17:10

5517 室

國際資金流和亞洲股市

International fund flows and Asian stock markets

郭人誌 Jen-Chih Kuo

摘要

本研究檢視國際資金流對東亞國家(或經濟體)主要股票市場指數值的影響。研究對象包含南韓、台灣、泰國、菲律賓、新加坡、香港等國。我控制各國的國內實質總體經濟變數，代表著這些國家的經濟活動，和貨幣兌換比例與利率，以及國外部門變數的可能影響，包括同時的與前期的兩種情形。實證結果顯示，在控制本國變數或沒有控制變數時，外國證券投資與前期的股票市場指數對東亞國家主要股票市場指數值有顯著影響。但是，若控制外國部門變數或國內外變數都控制時，外國證券投資流的影響轉而變弱或變成不顯著。研究結果顯示，外國證券投資流對這些東亞國家主要股票市場的指數值有同向影響；然而，外國證券投資流可能與外國部門變數具相關性，前者可能受後者所支配。

關鍵字：國際資金影響、投資組合資金流、亞洲經濟體