



東吳企管2021 第21屆

科際整合管理 研討會

尋找創新典範 3.0： 人文創新的理論與實踐

主持人：王昱凱（東吳企管系系主任）

主講人：吳思華（政治大學科技管理與智慧財產研究所教授）

與談人：吳仁麟（管理顧問、作家、東吳企管系兼任教師）

| 研討會會議日期 |

06,05

活動議程

| 08:30-09:20 | 線上網址開放登入

| 09:20-10:10 | 開幕暨大會演講

| 10:10-10:20 | 公布最佳論文

| 10:20-10:40 | 東吳企管系學生參與競賽經驗分享

主持人：遲淑華（東吳企管系助理教授）

學生團隊 1：

學生團隊 2：

| 10:40- | 論文發表（由發表人上傳個人簡報）

活動網址 /

主辦單位 | 東吳大學企業管理學系 協辦單位 | 財團法人東吳企管文教基金會



東吳企管2021 第21屆

科際整合管理 研討會

| 研討會會議日期 |

06,05 活動議程



學術論文摘要集

組織與人力資源管理

- 1、知識管理應用於組織管理強化安全知能對學習態度、學習成效與課程滿意度之研究-以台灣中油公司八大事業部為例(廖福中/謝文英)
- 2、成就動機、工作投入與訓練遷移成效關係之研究-以機構化影響力為干擾效果(郭志儀/江慧萍/余坤東)
- 3、公司治理相似性對併購績效的影響(陳柏霖/王昱凱/許以禔)
- 4、Linking Transformational Leadership and Workplace Digitalisation: The Roles of Innovative Culture and Rewards – Recognition(詹愛珠/許麗雲)
- 5、Pathways to corporate entrepreneurship: Do HRM practices and organizational learning capability matter?(許麗雲)
- 6、公司治理對企業慈善宣告效果之影響-以捐款為調節變數(簡旭生/陳麗宇)
- 7、台灣工具機產業高階經理人人才培育個案研究(謝依倫)
- 8、The Study of Value Creation of Electric Mobility in Taiwan(許彩霞/莊皓鈞/廖宜慶)
- 9、台灣自發型外派者成就目標、外派職涯承諾與再派意願之關聯(吳欣蓓)
- 10、Investigating the Relationship between Workplace Incivility and Turnover Intention: The Mediating Roles of Emotional Exhaustion and Surface Acting(林裕勛/李雪芳)

知識管理應用於組織管理強化安全知能對學習態度、學習成效 與課程滿意度之研究-以台灣中油公司八大事業部為例

Knowledge management applied to organizational management to strengthen
safety knowledge to study attitudes, learning effectiveness, and course
satisfaction-taking the eight business divisions of China National Petroleum
Corporation in Taiwan as an example

廖福中 Fu-Chung Liao¹

謝文英 Wen-Ying Hsieh²

摘要

本研究旨在探討知識管理應用於組織管理強化安全知能對學習態度、學習成效與課程滿意度之關係。本研究選取台灣中油公司八大事業部為研究對象，採問卷調查及蒐集相關資訊，以典型相關及多元逐步迴歸進行資料分析。知識管理應用於組織管理強化安全知能對學習態度、學習成效兩者之間呈顯著正相關；學習態度的「學習心態」和學習成效的「情意學習」、「認知學習」與「技能學習」是預測課程滿意度的重要因素。學習態度越好則學習成效越高，且學習態度、學習成效會影響課程滿意度，建議本公司未來教育訓練可參酌本研究之發現作為參考與改進之依據。

關鍵字：知識管理、組織管理、學習態度、情意學習、認知學習

¹ 國立雲林科技大學技術及職業教育研究所(聯絡地址：80605 高雄市前鎮區廣西路 203 號 8 樓之 3，
手機：0973559880，E-mail: 241725@cpc.com.tw/s0979035160@gmail.com)。

² 國立雲林科技大學技術及職業教育研究所教授。

成就動機、工作投入與訓練遷移成效關係之研究-以機構化影響力為干擾效果

A Study on Relationship among Achievement Motivation, Job Involvement, and Effectiveness of Training Transfer : Moderating Effect of Institutional Influence

郭志儀 Chih-Yi Kuo³

江慧萍 Hui-Ping Chiang⁴

余坤東 Kung-Don Ye⁵

摘要

教育訓練常被組織視為是用以提升績效與創造競爭優勢的有效途徑，組織在花費許多人力與經費在教育訓練之規劃與執行上，最終所期望的是員工能應用在工作領域上，以達訓練遷移效果，惟在實務上可能存在著機構化力量影響著個人對於訓練遷移成效間之關並且驗證機構化影響力之干擾效果，採取判斷抽樣方式進行問卷調查，共計回收 220 份有效問卷，以 SPSS 統計套裝軟體作為資料分析之工作，再以敘述性統計分析、信度分析、相關分析及層級迴歸分析等方法進行檢驗。實證結果如下：個人之成就動機和工作投入均會正向影響訓練遷移效果，另外，本研究亦發現機構化影響力僅部分影響成就動機與訓練遷移成效之關係，然而機構化影響力不影響工作投入與訓練遷移成效之關係。

最後，依據本研究實證結果，提供管理實務上建議之參考，並且提出後續相關研究之建議。

關鍵字：訓練遷移成效、成就動機、工作投入、機構化影響力

³ 海洋大學航運管理研究所碩士生 (聯絡地址：202 基隆市中正區北寧路 2 號，聯絡電話：02-24622192 轉 1025~1030，E-mail: chihyi860102@gmail.com)。

⁴ 海洋大學航運管理研究所碩士

⁵ 海洋大學航運管理學系教授。

公司治理相似性對併購績效的影響

The Impact of Corporate Governance Similarity on M&A Performance

陳柏霖 Bo-Lin Chen⁶

王昱凱 Yu-Kai Wang⁷

許以禎 Yi-Ti Hsu⁸

摘要

為了瞭解市場對於併購事件的反應，因此本研究以事件研究法衡量併購宣告事件對股價的影響，並探討主併公司與目標公司的公司治理相似性如何影響併購績效。過往研究以資源基礎理論觀點，認為併購雙方的資源相似能增加併購績效，整合相關研究也指出雙方企業相似的文化與制度能夠加速併購整合。本研究主張併購雙方具備相似的公司治理制度時，可降低併購成本，增加併購綜效，因此提升併購績效。本研究主張獲得部分支持，實證結果顯示雙方的經理人持股比與董事會規模相似能產生正向的併購宣告效果，展現公司治理的相似性對併購績效能的影響具有重要的實務意涵。

關鍵字：公司治理、併購宣告效果、併購績效、累積異常報酬

⁶ 東吳大學企業管理學系研究生(聯絡地址：100 台北市貴陽街一段 56 號，聯絡電話：E-mail: jonathan2779@gmail.com)。

⁷ 東吳大學企業管理學系副教授。(聯絡地址：100 台北市貴陽街一段 56 號，聯絡電話：02-2311-1531#3603，E-mail:ywang012@scu.edu.tw)。

⁸ 東吳大學企業管理學系研究生(聯絡地址：100 台北市貴陽街一段 56 號，聯絡電話：0956474332，E-mail:09353004@scu.edu.tw)。

Linking Transformational Leadership and Workplace Digitalisation: The Roles of Innovative Culture and Rewards – Recognition

詹愛珠 Chan Ai Joo⁹

許麗雲 Hooi Lai Wan¹⁰

Abstract

This study examines the mediating and moderating processes through which transformational leadership is linked to workplace digitalisation. A total of 256 valid samples were used in the structural equation modeling tests. The respondents were the management-level executives from companies in Selangor/Kuala Lumpur, Malaysia. Our model reveals that the transformational leadership-workplace digitalisation relationship is mediated by innovative culture. Besides, rewards and recognition moderates the transformational leadership-innovative culture relationship. This study unveils new insight into how the prominent organisational factors interplay in shaping employees' perception and acceptance of workplace digitalisation. The findings also enrich the interdisciplinary literature on how transformational leadership, rewards-recognition and innovative culture interplay towards employees' perception and acceptance of workplace digitalisation.

Keywords: Transformational leadership, innovative culture, workplace digitalisation, rewards and recognition

⁹ PhD Student, Faculty of Business, Design and Arts, Swinburne University of Technology, Sarawak Campus, Malaysia.

¹⁰ 長榮大學管理學院國際企業學系教授(聯絡地址：71101 台南市歸仁區長大路1號(第三教學大樓7樓 - T30737)，聯絡電話：06-2785123 轉 2153，E-mail: hooicarol@mail.cjcu.edu.tw)。

Pathways to corporate entrepreneurship: Do HRM practices and organizational learning capability matter?

Hooi Lai Wan(許麗雲)¹¹

Abstract

The present study aims to examine which aspects of human resource management practices and organizational learning capability are crucial for corporate entrepreneurship of retail SMEs. A cross-sectional design was adopted, where data was collected from a sample of 271 managerial staff of retail SMEs, utilizing a survey questionnaire. Hypotheses were tested using structural equation modelling. The results reveal that both human resource management and organizational learning capability are crucial in influencing corporate entrepreneurship, albeit partially. The study advances knowledge on entrepreneurship of retail SMEs by proposing aspects of human resource management practices and organizational learning capability that enhance each dimension of corporate entrepreneurship.

Keywords: organizational learning capability, corporate entrepreneurship, SMEs, human resource management, structural equation modellin

¹¹ 長榮大學管理學院國際企業學系教授，聯絡電話：06-2785123 轉 2153, e-mail: hooicarol@mail.cjcu.edu.tw

公司治理對企業慈善宣告效果之影響-以捐款為調節變數 Corporate Governance on the Effect of Market Reaction to Corporate Philanthropy Announcements- the Moderator of Donations

簡旭生 Hsu-Sheng Chien¹²

陳麗宇 Li-Yu Chen¹³

摘要

企業進行慈善捐款時，董事在企業中扮演著重要的角色，因為董事能夠代表股東，並提供良好的監控，亦能夠降低企業異常捐款的情況，因此本研究主要是在探討公司治理與關係人對企業慈善宣告效果之影響，以 341 筆臺灣上市櫃公司進行捐款為樣本，期間為 2013 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，使用迴歸分析法進行實證研究，並利用事件研究法計算慈善捐款的宣告效果，用來衡量慈善捐款可產生的效益。

實證結果顯示，公司治理對慈善捐款宣告效果有顯著影響，雖捐款金額會調節兩者之間的關係，但較高的捐款金額，卻會使公司治理對宣告效果產生負向影響。本研究貢獻為補足先前研究未探討過之議題，為企業提供捐款金額如何影響績效之依據，建議企業可以根據公司治理狀況調整捐款金額，才能使企業反應出較好的價值。

關鍵字：企業慈善、公司治理、捐款金額

¹² 東吳大學企業管理學系研究生(聯絡地址：100 台北市貴陽街一段 56 號，聯絡電話：0905-051-773，E-mail: 08353022@gm.scu.edu.tw)。

¹³ 東吳大學企業管理學系教授(聯絡地址：100 台北市貴陽街一段 56 號，聯絡電話：02-2311-1531 轉 3609，E-mail:lychen@scu.edu.tw)。

台灣工具機產業高階經理人人才培育個案研究

A case study on talent cultivation of executive managers in Taiwan's machine tool industry

謝依倫 Yi-Lun Hsieh¹⁴

摘要

台灣工具機產業生產規模已達兆元台幣，在此產業高速發展的同時，企業所處的經營環境中也面臨不少挑戰，應對不確定的環境中所產生的變化，取決於管理者的決策與能力。而管理者是公司最重要的資產，其培育養成過程將是企業前景和未來發展的根基。因此本研究將運用深度訪談的方式探討台灣工具機產業高階經理人人才培育的過程，以及瞭解工具機產業結構變化，並加以分析提出因應策略。

歸納資料的結果，台灣工具機產業擁有善用完整的零件供應體系及協力互助模式，使生產具有彈性還能配合客戶需求客製化訂製。另外台灣廠商應積極的投入技術研發，使產品進入高階機械的市場，將產品做出差異化以提高產品競爭力。再則，智慧機械的使用也能減緩對人力的需求。其次是無法整機輸出的機械廠商，可配合客戶的需求各類部品代客調達以創造更大利潤。

再依據個案研究的結果，台灣工具機產業對於高階經理人的培育過程，缺乏完整的傳承計畫以及有系統的培育程序。所訪談的企業對於員工的職務訓練以基層員工及基層主管為主，並未隨著企業的發展，定義出未來的管理需求，以及現有的高階經理人及未來管理者應具備的職能需求，再輔以企業的人力資源規劃加以教育訓練。

關鍵詞: 工具機產業、高階經理人、人才培育

¹⁴ 大葉大學人力資源暨公共關係學系碩士生（聯絡地址：500 彰化市線東路一段 701 巷 31 號，聯絡電話：0978010287，E-mail: luen5051@gmail.com

The Study of Value Creation of Electric Mobility in Taiwan

許彩霞 Vera Jessica¹⁵
莊皓鈞 Hao-Jun Chuang¹⁶
廖宜慶 Dr. Yi-Ching Liaw¹⁷

Abstract

This research presents an empirical study of Taiwan consumers' perspective on e-scooter products and services by examining the user experiences of Gogoro, eMoving, and conventional gasoline scooter owners using focus group method. Using our field data and the existing literature on demand-side value creation, we advance a two stages process model of value creation. It is crucial for the e-scooter firms to understand their consumers' perspective so that their demands could be better satisfied. In addition, this research contributes to strategic management literatures and empirical issues.

Keywords: demand-side, value creation, e-scooters, consumers

¹⁵ International Master of Business Management Department, Ming Chi University of Technology (Mailing address: 243 新北市泰山區工專路 84 號, Email: Verajessical604@gmail.com).

¹⁶ Adjunct Assistant Professor, hiPower GreenTech Co., Ltd. (Mailing address: 302 新竹縣北竹市博愛街 805 巷 28 號, Email: haojun@hipower.pro)

¹⁷ Associate Professor, Ming Chi University of Technology (Email: ycliaw@mail.mcut.edu.tw)

台灣自發型外派者成就目標、外派職涯承諾與再派意願之關聯

Achievement goals, expatriate career commitment and future expatriation

吳欣蓓 Hsin-Pei Wu¹⁸

摘要

本研究依據自我決定論探討台灣自發型外派者的成就目標、外派職涯承諾與再派意願之關聯。本研究以台灣自發型外派者為研究對象，外派地點為中國地區。取樣結果共回收 307 份問卷，其中自發型外派者 209 人，有效回卷率為 68.07%。結果發現，學習導向成就目標可以預測自發型外派者之外派職涯承諾與再派意願，外派職涯承諾在兩者間具有部分中介效果。

關鍵字：自發型外派者、成就目標、外派職涯承諾、派任意願

¹⁸ 亞洲大學經營管理學系助理教授(聯絡地址：413 台中市霧峰區柳豐路 500 號，聯絡電話：04-23323456 轉 48027，E-mail: bessiewu@asia.edu.tw)。

Investigating the Relationship between Workplace Incivility and Turnover Intention: The Mediating Roles of Emotional Exhaustion and Surface Acting

林裕勳 Yu-Hsun Lin¹⁹

李雪芳 Steffi Gein²⁰

Abstract

This study aims to have a better understanding of the workplace incivility effect on the turnover intention by demonstrating the mediating effects of surface acting and emotional exhaustion. It is a quantitative study conducted in Indonesia and Taiwan. An online questionnaire with Indonesian and English versions was developed to collect data. A total of 202 samples from the service employees were collected and validated, which was analyzed using SmartPLS 3.0. The result indicated that Emotional exhaustion has a positive relationship with turnover intention. Moreover, the positive relationship between workplace incivility and turnover intention will be mediated by emotional exhaustion and surface acting. The implications of theoretical and practical are also discussed in this study.

Keyword: Emotional Exhaustion, Turnover Intention, Workplace Incivility, Surface Acting

¹⁹ Ming Chi University of Technology, Advisor, +886 935 936 638, yhsunlin@gmail.com

²⁰ Ming Chi University of Technology, Master Degree Student, +886 908 040 683, steffigein56@gmail.com

財務與金融業經營與管理

1. 影響 ESG 關鍵因素與股價連動分析之研究-以金控業為例(林欣柔/洪佳誼/許巧昀/李勝榮)
2. 外國組合投資在台灣股市的投資績效(郭人誌)
3. 行為財務機器人理財模型與台灣股市實證分析-三階段遞迴演算法(林忠機)
4. 股利益酬與回購溢酬之研究(蕭慧玲/陳維任)
5. The Impacts of Financial Distress on Earning Management: In the context of Indonesian Manufacturing Firms(廖宜慶/陳姝君)

影響 ESG 關鍵因素與股價連動分析之研究-以金控業為例

林欣柔 Hsin-Rou Lin²¹

洪佳誼 Jia-Yi Hong²²

許巧昫 Ciao-Yun Syu²³

李勝榮 Sheng-Jung Li²⁴

摘要

環保意識抬頭，綠色不僅存在於日常生活，更滲透商業活動。近期「ESG」頻頻見於各新聞媒體、財經專欄、企業報告與金融商品等處，顯見 ESG 蔚為世界關注之企業發展重點之一。我國金管會亦發布兩大相關政策，分別為「公司治理 3.0」及「綠色金融 2.0」，期盼台灣透過金融機制，引導企業及投資人重視環境、社會及公司治理（ESG）議題。而實際查看國際金融機構中 ESG 評價原則，以 MSCI ESG 為例，評價指標多達 35 項；故本研究欲運用層級分析法，邀請產官學界專家學者一同探討多達 35 項的評價指標中，影響金控業公司價值之 ESG 關鍵因素排序，再以關鍵因素與股價進行迴歸分析，分析關鍵因素對股價之影響。研究結果顯示金控業 ESG 三大主構面中，最重要之構面為「公司治理」，前三重要因素為「公司治理」、「公司行為」及「環境因素商機」。多元迴歸分析結果顯示，經理人持股比率與股價報酬率呈現正相關之顯著影響。本研究依結果提出建議，供業者與投資人作為經營或投資決策時之參考。

關鍵詞：金控業、ESG、公司治理3.0、綠色金融2.0。

²¹ 樹德科技大學金融管理系學士生（聯絡地址：高雄市燕巢區橫山路 59 號，聯絡電話：0938189955，E-mail：s18305127@stu.edu.tw）。

²² 樹德科技大學金融管理系學士生。

²³ 高雄科技大學金融系學士生。

²⁴ 樹德科技大學金融管理系副教授。

外國組合投資在台灣股市的投資績效

The Performance of Foreign Portfolio Investment in Taiwan stock market

郭人誌 Jen-Chih Kuo²⁵

摘要

本研究檢視了投資在台灣股市的國際資本流的表現。文獻告訴我們，國際投資者通常偏好大型股票。因此，本研究使用台灣 50 指數的大部分成分股來形成樣本。然後採用回歸模型檢驗外國投資者持股比例的月/週變動與持股比例變動時的同時或下個月/週報酬率之間的關係。實證結果顯示，外國投資者的交易對同時的股票報酬產生正向影響。在每週的基礎上，同時的影響是在整個樣本期內發現的，但是在每月的基礎上，只能在經濟衰退期間發現。然而，在每月的基礎上，外國投資者交易對未來股票報酬的影響是負面的，而且在統計上並不顯著，並且在每週的基礎上，影響甚至可能顯著為負。這些研究結果表明，國際資本流可能對相對短期內的股價同步變動產生同向影響；然而，這些資本流沒有更好的預測股價變動或市場時機的能力。

關鍵字：國際資本流、國際資金績效、持股比例

²⁵ 元智大學管理學院助理教授(聯絡地址：32003 桃園市中壢區遠東路 135 號，聯絡電話：03-463-8800 轉 6369，E-mail: jkuo@saturn.yzu.edu.tw)。

行為財務機器人理財模型與台灣股市實證分析 -三階段遞迴演算法

Behavior Finance Robo Advisor Model and Taiwan Stock Market Empirical Tests - Three-Stage Recursive Algorithm

林忠機 Chung-Gee Lin²⁶

摘要

本研究整合行為財務理論、最佳化演算法，建構出三階段的「行為財務機器人理財模型(BF-Robo)」。BF-Robo 三階段模型首先為「資產挑選」、其次為「最佳化資產配置」、最後是「自動再平衡」。第一階段「資產挑選」方面，本研究以 Alpha、Beta、Skewness 等不同的行為財務指標，由數量眾多的資產之中篩選出具有增值潛力的少數個別資產；第二階段「最佳化資產配置」方面，本研究主要以修正的 Markowitz-Skewness 最佳化資產配置演算法，估算出第一階段所挑選出之個別資產的最適權重；第三階段「自動再平衡」方面，本研究建構「波動率自動再平衡」、「停損自動再平衡」數種演算法，一旦資產組合價值變動過劇，則 BF-Robo 可以根據不同的演算法啟動投資組合的自動再平衡機制，重新進入三階段演算法起始流程，形成一套標準化的作業程序。

BF-Robo 目前已經實際測試過：富蘭克林基金、中國華夏基金、法國巴黎人壽投資型保單基金、美國 ETF、台灣 50-ETF 成分股、台灣中 100-ETF 成分股，數個具有代表性的金融市場。經過超越 10 年以上的實證結果顯示，BF-Robo 的績效指標皆顯著超越標竿指數。由 2021 年 10 月 1 日開始，BF-Robo 與國內券商進行產學合作，實際操作 5000 萬的帳戶，前半年的累積報酬率超越 40%，年化報酬率逾 98%，投資績效遠超越標竿指數。實測證明 BF-Robo 確實可以協助投資人達到穩健獲利的目標。

關鍵詞：行為財務、偏態、資產挑選、最佳化、自動再平衡。

²⁶ 東吳大學財務工程與精算數學系教授、科技部人工智慧普適研究中心(PAIR Labs)研究員 (聯絡地址：100 台北市貴陽街一段 56 號，聯絡電話：02-23111531 轉 3629，E-mail: cglin@scu.edu.tw)。

股利溢酬與回購溢酬之研究

Dividend Premium and Repurchase Premium

蕭慧玲 Huey-Ling Shiau²⁷

陳維任 Wei-Ren Chen²⁸

摘要

本文以 2000 年至 2019 年台灣非金融業之上市櫃公司為研究樣本，並採用 Karpavičius and Yu(2018)所提出的股利溢酬衡量方法，從資產和權益兩方面來探討股利政策與公司價值的相關性，衡量股利溢酬及回購溢酬。接著探討股利發放多寡和回購金額大小對股利溢酬和回購溢酬的影響，以及公司財務特性是否會影響股利溢酬和回購溢酬。本研究發現台灣股票市場存在正的股利溢酬效果以及負的回購溢酬效果，支持股利訊號傳遞理論。並發現發放股利水平越高的公司所帶來的股利溢酬效果也越高。但股利溢酬受到發放現金股利公司家數不斷上升的影響，出現鈍化效果。最後發現企業規模、淨利、現金持有較高的公司以及負債、固定資產、風險較低的公司所帶來的股利溢酬效果較高。因此本文證實台灣企業的股利政策確實會影響公司價值，支持股利政策有關論。而此一發現也代表在台灣股票市場，相較於股票回購，公司更適合採取發放現金股利來達到提升公司價值的目標。

關鍵字：股利溢酬、回購溢酬、股利政策

²⁷ 東海大學財務金融系副教授(聯絡地址：407 台中市西屯區台灣大道四段 1727 號，聯絡電話：04-23590121 轉 35813，E-mail: shl@go.thu.edu.tw)

²⁸ 東海大學財務金融系研究所研究生。

The Impacts of Financial Distress on Earning Management: In the context of Indonesian Manufacturing Firms

Yi-Ching Liaw, Phd ²⁹

Masena Angelina ³⁰

Abstract

Using a sample of 546 firm-year observation during 2014 to 2018 in Indonesia stock market, this study aims to examine the impact of financial distress to earnings management, focusing on the emerging and competitive manufacturing industry in Indonesia. Multiple linear regression is performed by utilizing SPSS and E-views software. This paper indicates that financially distressed firms are more likely to manage their earnings upward while good financially performed firms will more likely to manipulate their earnings downward. The results are robust after include control variables such as size, leverage, return on assets, and big four auditors. This study contributes to the previous literature on how financially distressed firms influence the choices of earnings management in the emerging country and the effect of financial distress to earnings management is crucial to external stakeholders such as financial regulators, investors, creditors to assess bankruptcy risk, and the worthiness credit of a firm.

Keywords: earnings management, bankruptcy risk, financial distress, Indonesia manufacturing industry

²⁹ Yi-Ching Liaw ycliaw@mail.mcut.edu.tw Department of Business and Administration, Ming Chi University of Technology, Associate Professor.

³⁰ Masena Angelina luckysena777@gmail.com Department of International Business and Administration, Ming Chi University of Technology.

行銷與流通管理

- 1、消費者選擇擴增實境產品之關鍵因素(李智明/曾心燕)
- 2、知覺風險、產品類型與促銷類型對購買意願及品牌態度影響之研究
—以網路購物為例(劉羽淳/林陽助)
- 3、台灣消費者購買電動機車之主要影響因素(白凡芸/朱志傑/黃昱鈞)

消費者選擇擴增實境產品之關鍵因素

The Study of Key Factors Affecting Consumer's Selection of Augmented Reality Products

李智明³¹

曾心燕³²

摘要

隨著 5G 的推動，更加速 AR/VR 創新應用的發展，全球科技大廠也紛紛加入投資與研發的行列中。於美國聖荷西 McEnery 會議中心舉辦的 2019 WWDC 大會，科技大廠展示擴增實境應用的升級，引發相關媒體爭相報導與消費者關注。其中擴增實境將虛擬的世界與真實的世界彼此之間的界線模糊化，未來更是可以融入生活當中。但擴增實境目前還不普及，所以本研究想了解影響消費者購買擴增實境產品的關鍵因素，以協助業者判定更有效的產品發展和行銷的策略。

本研究先藉由文獻探討，找出影響消費者購買決策之關鍵因素，接著建構關鍵因素之層級架構，得到五個構面和 22 個關鍵因素。接著使用 AHP 問卷調查法，依問卷結果，將構面與因素權重進行排序與分析。研究結果顯示，影響消費者選擇擴增實境之關鍵構面排序為：功能、內容、產品、服務、行銷。22 項關鍵因素之前四名排序為「易用性」、「資訊安全」、「品質」、「趣味性」。最後，本研究依問卷分析結果，建議業者和政府相關機構在產品設計操作的易用性、資訊安全防護、品質控管與安全，內容設計發展趣味性，能制定有效的改善方案，以提高消費者的購買意願，並希望能對台灣科技產業提出貢獻。

關鍵字：擴增實境、層級分析法、因素

³¹ (李智明)聯絡電話(02)23111531ext.3414、e-mail: cmlee@scu.edu.tw，東吳大學企業管理學系教授。

³² 東吳大學企業管理學系碩士在職班研究生。

知覺風險、產品類型與促銷類型對購買意願及品牌態度影響之 研究－以網路購物為例

The Effects of Perceived Risk、Product Type and Promotion Type Research on The Influence of Purchase Intentions and Brand Attitude - A Case of Online Shopping

劉羽淳 Yu-Chun Liu³³

林陽助 Yang-Chu Lin³⁴

摘要

本研究知覺風險、產品類型與促銷類型的不同對購買意願及品牌態度影響之研究-以網路購物為例。本研究共回收 250 份有效問卷，研究結果顯示，知覺風險對於消費者的購買意願及品牌態度沒有影響；產品類型及促銷類型對於消費者的購買意願及品牌態度有正向顯著影響，且在購買產品時會受促銷類型干擾。而根據以上研究結果，本研究提出行銷實務之建議，並針對後續研究者提出研究建議。

關鍵字：知覺風險、產品類型、促銷類型、購買意願、品牌態度

³³ 東吳大學企業管理學系碩士生(E-mail: sharon19961021@yahoo.com.tw)。

³⁴ 東吳大學企業管理學系教授。(聯絡地址：100 台北市貴陽街一段 56 號，聯絡電話：02-23111531 轉 3424，E-mail: linyc@scu.edu.tw)。

The Main Factors Influencing Taiwanese Consumers Purchasing Electric Scooters

台灣消費者購買電動機車之主要影響因素

白允芸 Fan-Yun Pai³⁵

朱志傑 Chih-Chieh Chu³⁶

黃昱鈞 Yu-Chun Huang³⁷

Abstract

The number of electric-powered scooters (ES) in Taiwan is climbing. The Taiwan government also published several subsidy policies to promote the purchase intention of consumers. However, the main factors influencing consumers' purchase intention is remaining unclear. We reviewed the literature to filter out the influencing factors and strengthen them by ES consumers' focus group. Furthermore, we highlight the critical factors among existing and potential ES customers by using the questionnaire based on the modified Delphi method. The results would provide guidelines for policymakers and manufacturers to improve the policy and the ES's design.

Keywords: Electric Scooters, Consumer Decision-Making, Focus Group, Modified Delphi Method.

³⁵ 國立彰化師範大學企業管理學系教授

³⁶ 國立彰化師範大學企業管理學系助理教授。

³⁷ 國立彰化師範大學企業管理學系研究生(聯絡地址：500 彰化市師大路 2 號，聯絡電話：04-7232105 轉 7405，E-mail: m0863101@gm.ncue.edu.tw)。

網路經營與電子商務(IE)

- 1、聊天機器人服務類型之於用戶影響持續使用意向-以過度擬真為干擾變項(吳家儀/王信文)
- 2、網路使用動機與行為意圖之初探(張松山/謝季霖/周汎濤)
- 3、電競遊戲實況主觀賞動機對品牌認知與購買意願之影響:以台灣電競品牌為例(陳子豪/謝昶君)
- 4、HOW USERS BECOME ADDICTED TO SOCIAL NETWORKING SITES: THE CASE OF FACEBOOK(林裕勛/武松)
- 5、台灣 YouTube 網紅受歡迎程度與周邊產品適配度對於觀眾態度與購買意願之影響(白凡芸/朱志傑/李欣樺)
- 6、社群媒體中訊息來源可信度對消費者電子口碑與購買意圖之影響：Facebook 的社團與粉絲專頁之比較(彭涵憶/江家瑜)
- 7、網路社群媒體對摩托車購買意願之影響-以白牌打檔車為例(莊智晞/林建州)

聊天機器人服務類型之於用戶影響持續使用意向-以過度擬真為干擾變項

The type of chatbot service Affects the User's continued Use intention- Using excessive simulation as Moderator Variables

吳家儀 Chia-Yi Wu³⁸

王信文 Hsing-Wen Wang³⁹

摘要

聊天機器人逐漸以個人化互動以及精準地提供個性化服務，藉由機器學習能精準完成人類交辦之代辦事項，本研究將針對現有聊天機器人四大基本服務類型進行探討，並瞭解影響消費者對於聊天機器人產生之不確定性進行對於信任的轉移、知覺愉悅以及認知程度進行探索，然而，正因為消費者對於知覺的不透明性，本研究想探討是否可能產生因聊天機器人過度擬真，導致消費者感到不舒服或異常的感覺，而影響消費者的持續使用意向。

本研究使用 2x2 階層設計，使用綠野仙蹤實驗法於彰化師範大學教室內進行人機交互實驗，實測結束後請受測者進行問卷分發填寫，最後回收 36 份實驗結果及問卷，並將對話及問卷進行結構方程模組採 SPSS23.0 統計軟體進行分析，結果表明聊天機器人服務系統可以正向提升使用者認知程度、知覺愉悅以及信任轉移；其中，知覺愉悅以及信任轉移都會正向提升使用者使用意圖並進而影響持續使用意向；但是認知程度並不會正向影響使用者其使用意圖，以及在本研究的干擾變項中，過度擬真此變項並不會弱化使用者的知覺愉悅而影響使用意圖。跟隨聊天機器人研究的展開越來越廣泛下，要落實真正的人工智慧成為眾多學者的目標與通關門票，因此本研究希望藉由本研究結果對實務面產生貢獻，以及未來學者進行相關領域研究時有所助益。

關鍵字：聊天機器人、信任轉移、知覺愉悅、過度擬真、持續使用意向

³⁸ 國立彰化師範大學企業管理學系行銷與流通管理所研究生(聯絡地址：彰化縣和美鎮面前里 132 號，聯絡電話：0933010957，E-mail:hemei20091228@gmail.com)。

³⁹ 國立彰化師範大學企業管理學系教授。

網路使用動機與行為意圖之初探

A Preliminary Study of Internet Use Motivation and Behavioral Intention

張松山 Sung-Shan Chang⁴⁰

謝季霖 Chi-Lin Hsieh⁴¹

周汎濤 Fan-Hao Chou⁴²

摘要

本研究目的主要在探討網路使用動機與行為意圖之認知現況、變項相互間之關聯性與預測力等。係以「理性行為理論」為理論架構依據，採用「網路使用動機」與「行為意圖」等量表為研究工具。本研究採用問卷調查研究法，以臺灣南部某醫學大學部分學院學生為研究母群體，以分層抽樣方式，合計發出 730 份問卷，共回收有效問卷 665 份，有效回收率為 91%。回收之問卷採用 SPSS 統計軟體，建立資料檔案並進行描述統計、變異數分析、相關與迴歸等進行各項統計分析。經對研究假設進行驗證，獲致以下結論：一、最常使用的網路資源依序為看影片、使用搜尋引擎找資料與社群網站；二、網路行為態度對行為意圖與行為意圖對使用行為具預測力；以及三、主觀規範對使用動機與使用動機對使用行為具預測力。依研究發現提出具體結論與建議，做為家長、學校教育人員服務輔導協助學生與未來學術研究的參考。

關鍵字：網路使用動機、理性行為理論、行為意圖

⁴⁰ 高雄醫學大學軍訓室主任(聯絡地址：807 高雄市三民區十全一路 100 號，聯絡電話：07-3210571，0922585625 E-mail: sushch@kmu.edu.tw)。

⁴¹ 高雄醫學大學學務處/專案助理。

⁴² 高雄醫學大學學務長/護理學系特聘教授。

競遊戲實況主觀賞動機對品牌認知與購買意願之影響:以台灣電 競品牌為例

The Influence of E-Sports Streamer Watching Motivation on Brand Awareness and Purchase Intention: Using E-Sports Brands in Taiwan as Example

陳子豪 Tsz-Ho Chan⁴³

謝昶君 Ying-Jiun Hsieh⁴⁴

摘要

隨著電競產業在全球逐漸受到重視，消費者在做購買電競相關產品決策前往往會透過網路搜尋相關資訊以了解產品的功能、評價及他人的使用心得做為參考。然而因為台灣電競市場的成熟及普及，相關各大品牌也必須考量到如何透過網路讓自家產品獲得消費者青睞。過往的研究大多著重在社群平台上放置廣告所產生的效益，例如重疊廣告、串場廣告或廠商資訊卡等，較少探討關於實況主影片如開箱、使用心得及功能評測影片所產生的廣告效益。因此本研究主要探討在台灣的電競遊戲市場中，實況主的各式相關影片如開箱、使用體驗心得或功能評測等影片，會否影響消費者的品牌認知與購買意願。

在本研究的實驗中會透過網絡論壇、社群平台(Facebook、Twitch 和 Youtube)及通訊軟體發放調查問卷，研究主要對象為會觀看電競遊戲實況主的觀眾，並以少量問卷進行前測分析調整問卷，再發放完整問卷蒐集樣本。經過研究文獻探討後在本研究中會加入影響電競遊戲實況主產品介紹影片的三個變數：娛樂性、資訊性及實況主本身的吸引力，以及研究能否透過電競遊戲實況主影響消費者的品牌認知進而提升購買意願。

本研究將採用結構方程模式 (Structure Equation Model, SEM)模型為主要分析方法，分析變量之間的關係，包括測量潛在變量，以及測試研究模型中的假設。

關鍵字： 電競遊戲實況主、觀賞動機、品牌認知、購買意願

⁴³ 國立中興大學科技管理研究所研究生(聯絡地址:402 台中市南區興大路 145 號，聯絡電話:0938809776，E-mail:chantszho0816@gmail.com)

⁴⁴ 國立中興大學管理學院院長(聯絡地址:402 台中市南區興大路 145 號社管大樓 829，聯絡電話:(04)2284-0547 轉 829，E-mail: arborfish@dragon.nchu.edu.tw)

HOW USERS BECOME ADDICTED TO SOCIAL NETWORKING SITES: THE CASE OF FACEBOOK

Yu-Hsun Lin (林裕勳)⁴⁵

Vo Nhu Tung (武松)⁴⁶

Abstract

This study aims to explore the relationship between deficient self-regulation and Facebook addiction. Besides, the author also researched this relationship in the context of a social factor - social comparison, and how this relationship would affect human behaviors. Stressor - Strain - Outcome (SSO) framework was applied to investigate the impact of Facebook addiction on the experiences of users; with social comparison as a stressor, deficient self-regulation as a strain, phubbing as an outcome. The empirical result proved that self-regulation played an important role as an immune system to prevent SNS users including Facebook users from being addicted to Facebook. People with deficient self-regulation are more likely to be hooked on Facebook. Social comparison was verified to cause Facebook addiction with deficient self-regulation having a role as mediator. Moreover, the empirical result manifested that Facebook addiction could cause phubbing which consequently damage human behaviors and human relationship.

Keywords: Deficient Self-regulation, Social Network Sites, Facebook Addiction, Social Comparison and Phubbing.

⁴⁵ Associate Professor, Ming Chi University of Technology 明志科技大學，Email: yslin@mail.mcut.edu.tw。

⁴⁶ International Master of Business Management Department, Ming Chi University of Technology，Mailing. address: 243 新北市泰山區工專路 84 號, Email: nhutungacc@gmail.com.

台灣 YouTube 網紅受歡迎程度與周邊產品適配度對於觀眾態度 與購買意願之影響

A Case Study of Taiwanese YouTubers About The Effects of Influencer Reputation, Typology and Product Fitness on Attitude and Purchase Intention

白允芸 Fan-Yun Pai⁴⁷

朱志傑 Chih-Chieh Chu⁴⁸

李欣樺 Hsin-Hua Lee⁴⁹

摘要

近年來網路的蓬勃發展，使得傳統媒體的轉變，全球線上影音平台使用者紛紛加入市場，帶動使用者成為各大社群媒體平台創作者的風潮，YouTube 截至 2020 年已經擁有超過 20 億名使用者，為現今主流影音平台之一。從前邀請名人代言的行銷方式已經被大量取代，選擇網路紅人業配或拍攝影片，已經是現今許多品牌的首選，更有許多網路紅人會推出個人的周邊產品，利用自己的專長以吸引更多消費者的目光。本研究主要探討網紅的受歡迎程度、類型及網紅與周邊產品匹配度對於觀眾後續行為之影響，並加入產品態度與品牌態度作為中介變數，來探究研究架構中變數的影響效果。

本研究採 2×2×2 之實驗設計，共回收之有效問卷為 283 份。本研究使用統計軟體 SPSS 進行相關資料分析，結果顯示：當網紅受歡迎程度高時，觀眾將會對網紅和其周邊產品產生良好的態度；且相較於娛樂型網紅，知識型網紅更能使觀眾對該網紅和其周邊產品產生良好的態度。最後，網紅與周邊產品適配度高時，觀眾也將會對其周邊產品產生良好的態度，但與網紅態度之間並沒有顯著的關係。

關鍵字：受歡迎程度、匹配假說、產品態度、品牌態度、購買意願

⁴⁷ 國立彰化師範大學企業管理學系教授。

⁴⁸ 國立彰化師範大學企業管理學系助理教授。

⁴⁹ 國立彰化師範大學企業管理學系研究生(聯絡地址：500 彰化縣彰化市師大路 2 號，聯絡電話：0919891506，E-mail: m0863111@gm.ncue.edu.tw)。

社群媒體中訊息來源可信度對消費者電子口碑與購買意圖之影響：Facebook 的社團與粉絲專頁之比較

The influence of the Effects of Source Credibility in social media on Consumer Electronic Word-of-Mouth and Consumer Purchase Intentions: a comparison between Facebook groups and fan page

彭涵憶 Han Yi Peng⁵⁰

江家瑜 Chia-Yu Chiang⁵¹

摘要

在社群媒體十分受到關注的時代，消費者每天都會接受到不同的訊息來源，而不一定所有資訊都是可信的並影響消費者口碑的。產品宣傳的方式可以透過官方的行銷人員，也可能透過消費者的使用心得分享作為廣告，這兩種方式所帶來的影響是否有不同，是本研究的研究動機。本研究主要探討在社群媒體中 Facebook 社團與粉絲專頁的訊息來源可信度之下，是否會造成消費者產生不同的電子口碑，並且影響消費者去購買此公司產品的意圖。本研究以台灣有使用社群網站 Facebook 的用戶為實驗對象，透過問卷調查的方式收集本研究資料。本研究結果為消費者接收到社團中使用者分享之心得比粉絲專頁發布之產品貼文有較高的可信度，因此會使消費者的電子口碑有更高的正向影響。而社團之消費者電子口碑也會比粉絲專頁對消費者購買意圖的影響更大。

關鍵字：社群媒體、訊息來源可信度、消費者電子口碑、消費者購買意圖

⁵⁰ 國立彰化師範大學企業管理研究所學生(聯絡地址：435 台中市梧棲區四維中路 246 號，聯絡電話：0934-323321，E-mail: e10021452@gmail.com)。

⁵¹ 國立彰化師範大學企業管理研究所副教授。

網路社群媒體對摩托車購買意願之影響-以白牌打檔車為例

The Impact of Online Social Media on Purchase Intention of Quarter-Liter Motorcycle

莊智晞 Chih-Hsi Chuang⁵²

林建州 Joe Lin⁵³

摘要

在台灣，機車是民眾在交通上不可或缺的工具。但是因為操控的難易差異，自排形式的速克達機車形成市場的主流，而較少人將須人工變換檔位控制變速機構之摩托車當作日常使用之交通工具。但是在網路社群媒體上面，有許多團體以打檔摩托車作為主題，形成人數不小的社群。本研究以臉書上的大型網路社團「輕檔車俱樂部」為基礎來探討網路社群媒體對於使用者在白牌打檔車購買意願之影響。

本研究採用 SPSS 與 AMOS 統計軟體作為分析工具。經過問卷的發放，共計回收 1794 份有效問卷，並以統計分析及結構方程模型對研究假說進行驗證後，結果發現社群媒體的資訊分享與參與行為對消費者購買意願呈現正向且顯著的影響；而娛樂性、網路互動性與參與動機對消費者購買意願的影響則不顯著。另外本研究的問卷資料統計結果也顯示，在選擇摩托車時男性較注重排氣量或馬力扭力等車輛性能的因素，而女性則是較注重座高與車重等車輛的實用性。

關鍵字：摩托車、社群媒體、娛樂性、資訊分享、網路互動性、社群參與、參與動機、參與行為、購買意願

⁵² 東吳大學企業管理學系碩士 (E-mail: chuangoala@gmail.com)

⁵³ 東吳大學企業管理學系助理教授 (聯絡地址：100 台北市貴陽街一段 56 號，聯絡電話：02-23111531 轉 3671，E-mail: linjj@scu.edu.tw)

服務科學與服務管理

- 1、 應用服務設計方法優化非營利組織之作業流程(劉宛欣/顧宜錚/高義芳)
- 2、 工業物聯網的「服務品質」與「客戶忠誠度」關係之研究(李純心/劉宗哲)

應用服務設計方法優化非營利組織之作業流程

Utilize service design to optimize the operation process of non-profit organizations

劉宛欣 Wan-Hsin Liu⁵⁴

顧宜錚 Yi-Chen Ku⁵⁵

高義芳 Yi-Fang Gao⁵⁶

摘要

非營利組織運作與第三方參與者有密切關係，但服務標準以及服務提供不穩定是非營利組織現今遇到的問題，本研究透過個案研究法展示 AIESEC 日常運作及所面臨的困難。為探尋第三方參與者需求，運用服務設計方法從參與者角度出發，探討在服務流程中值得優化的地方與建立信任的關鍵點。由分析得知，AIESEC 可在宣傳中加入先前參與者的貢獻以吸引新的參與者，以及應著重加強 EP Buddy 的訓練來增進與第三方參與者的緊密關係，並經 EP Buddy 蒐集資訊設計歸國研習生會議，幫助參與者總結旅程成就。本研究優化 AIESEC 的服務流程，同類型的非營利組織可參考個案改善自身服務流程。

關鍵字：非營利組織、個案研究、服務設計

⁵⁴ 輔仁大學企業管理學系學生(聯絡地址：242 新北市新莊區中正路 510 號，聯絡電話：02-29053141，E-mail: s10441410@cycu.org.tw)。

⁵⁵ 輔仁大學企業管理學系專任教授，通訊作者。

⁵⁶ 輔仁大學企業管理學系專任副教授。

工業物聯網的「服務品質」與「客戶忠誠」關係之研究

The Effects of Service Quality on Customer Loyalty – A Study on Industrial Internet of Things.

李純心 Chun-Shin Lee⁵⁷

劉宗哲 Chung-Tzer Liu⁵⁸

摘要

工業物聯網的應用可協助企業提升競爭力，其前提是能提供新的商業模式或服務的創新。本研究係針對工業物聯網相關應用廠商與消費者間，探討消費者對其服務品質與顧客忠誠之間的關係。透過線上問卷的研究方式，以兩個不同產業公司的服務(一個是皮鞋公司的動態足壓量測，另一個是工業電腦的工業物聯網相關服務)，分別針對有使用經驗的消費者取的問卷資料。藉由 SPSS 22.0 與 LISREL 10.3.3.26 來進行統計與使用結構方程式進行路徑分析。研究結果顯示，消費者同意服務品質對提高顧客忠誠有高度正相關。

關鍵字：工業物聯網、顧客忠誠、品牌形象、知覺價值、服務品質

Abstract

The application of the Industrial Internet of Things (IIoT) can help companies enhance their competitiveness, and the premise is to provide new business models or new innovative service. This research focuses on the relationship between manufacturers and consumers in the IIoT industry, and explores the relationship between service quality and customer loyalty. We apply an online survey method to two companies in different service and industries (One is the dynamic foot pressure measurement of the shoe company, another one is IIoT services of industrial computers), data were collected with experienced consumers. We use SPSS and LISREL for statistics analysis and use Structural Equation Modeling for path analysis. The results show that service quality is highly positively correlated with customer loyalty.

Keywords: IIoT, Customer Loyalty, Brand Image, Perceived Value, Service Quality

⁵⁷ 東吳大學高階經營碩士在職專班學生(聯絡地址：100 台北市貴陽街一段 56 號，E-Mail: 07700004@gm.scu.edu.tw，連絡電話：0933728422)。

⁵⁸ 東吳大學商學院 EMBA 專任教授兼主任。(聯絡地址：100 台北市貴陽街一段 56 號，E-Mail: kevinl@scu.edu.tw，連絡電話：02-23111531 轉 2870/3605)

創新與創業管理

- 1、策略配對：新創企業的多元商模設計(歐素華/閻品君)
- 2、探討社會企業家精神如何驅動社會創新(王安礫/鄭啟均)
- 3、A Study on Taiwanese Entrepreneurs' Motivations of Publicly Sharing Failures on FuckUp Nights(詹顏寧/鄭菲菲)

策略配對：新創企業的多元商模設計

Strategic Coupling: Multiple Business Models for SME

歐素華 Su-Hua Ou⁵⁹

閻品君 Chih-Wei Lin⁶⁰

摘要

新創企業如何善用有限資源以創新商業模式，是當代有志於創新者之重要議題。本研究提出，新創企業應由策略配對角度尋求策略夥伴資源以改變劣勢並創新價值。而辨識機會以爭取策略合作、轉換資源以交換取得夥伴資源、並由此發展多元取價機制，是本研究提出之重要貢獻。本研究以一家物理治療新創業者與上游復健、接近同業之健身房、與異業阿瘦皮鞋之策略合作過程，分析其創新多元商模之策略實務。由此，本研究就新創或劣勢者提出四項策略實務貢獻，一是獲客，由領先使用者黏著場域客群；二是創價，由合作夥伴轉化核心資源價值；三是傳價，由合作場域延伸服務體驗；四是取價，由跨域知識創新取價模式。

關鍵字：策略配對、商業模式、資源交換、機會辨識、新創企業

⁵⁹ 東吳大學企業管理學系副教授(聯絡地址：100 台北市貴陽街一段 56 號，聯絡電話：02-23111531 轉 3697，E-mail: suhua.scu@gmail.com)。

⁶⁰ 東吳大學企業管理學系碩士班研究生。

探討社會企業家精神如何驅動社會創新

Exploring How Social Entrepreneurship Drives Social Innovation

王安璣 An-Li Wang⁶¹

鄭啟均 Colin Cheng⁶²

摘要

實踐社會創新的角色並不侷限於特定組織，這些非營利性組織數量逐年攀升且型態也更多元化，而過去研究中顯示，社會企業家精神與社會創新之間有著密切關係，但當組織面臨社會創新實務時，仍然難以知道如何具體運用社會企業家精神。因此，本研究旨在探討社會企業家精神如何驅動社會創新，針對不同組織型態以立意抽樣之方式挑選三個個案進行研究，透過個案之次級資料的蒐集加上深度訪談與參與觀察法的進行，本研究歸納整理其結果後發現：不同類型組織且其提供的服務與對象也不同，但有助於驅動社會創新之社會企業家精神的特質皆擁有持續學習、耐心、無私奉獻、主動傾聽、以誠待人，以及親自實踐。此外，組織對外關係之經營、組織成員對社會目的之共識，以及組織經營者所具備持續學習及親自實踐之特質，對社會創新的執行與成功也有著一定的影響力。

關鍵字：社會企業家精神、社會創新

⁶¹ 國立臺北大學企業管理學系碩士生(聯絡地址：104080 臺北市中山區民生東路三段 67 號(企業管理學系)，聯絡電話：0903-567-539，E-mail: a0903567539@gmail.com)。

⁶² 國立臺北大學企業管理學系教授。

A Study on Taiwanese Entrepreneurs' Motivations of Publicly Sharing Failures on FuckUp Nights

詹顏寧 Yen-Ning Chan⁶³

鄭菲菲 Fei-Fei Cheng⁶⁴

Abstract

Failure is a common occurrence in entrepreneurship, yet stories of business failure are seldom made public due to the possible stigmas that they may create for the entrepreneurs. However, in recent years, this attitude seems to have shifted. Many entrepreneurs have started sharing their experiences of failure via the global platform FuckUp Nights. This paper aims to understand Taiwanese entrepreneurs' motivations of publicly sharing their experiences of failure. Our research framework is based on Omarzu's Disclosure Decision Model, from which we derived the structure to conduct in-depth interviews with three FuckUp Nights speakers. We categorized the interview data through content analysis, and the results revealed insights about the entrepreneurs' motivations and their perceived benefits of publicly disclosing failures. We suggest that more entrepreneurs should be encouraged to share their failures in public events, which could allow the general public, future entrepreneurs, and the speakers themselves to learn from these valuable experiences.

Keywords: entrepreneurship, self-disclosure, failure

⁶³ 國立中興大學科技管理研究所研究生(聯絡電話：0975-820915，E-mail: vivalavida117@gmail.com)

⁶⁴ 國立中興大學科技管理研究所教授(聯絡電話：04-22840547#618，E-mail: ffcheng.ec@dragon.nchu.edu.tw)

供應鏈與生產與作業管理

- 1、半導體晶圓廠之綠色產能規劃與風力及太陽能用電分析(蘇佳寶/吳吉政)
- 2、光纖網路佈線人員工作姿勢之分析(林伯鴻/林政憲)

半導體晶圓廠之綠色產能規劃與風力及太陽能用電分析

Analysis of Green Power Production Capacity Planning with Wind and Solar Power in Semiconductor Fabs

蘇佳寶 Chia-Pao Su⁶⁵

吳吉政 Jei-Zheng Wu⁶⁶

摘要

「環境保育」一直是國際之間所認同且努力的核心價值，且台灣在近幾年來也提出了許多與綠能、環保相關的政策，例如行政院提出的前瞻基礎建設計畫，帶動經濟發展的同時也能為環保盡一份心力。本研究計畫的目標是以綠能為基礎，進行策略性半導體晶圓廠產能與能源規劃，其中綠能包括臺灣政府近年來積極推動的風力發電及太陽光電發電。本研究建立一混合整數線性規劃模型(Mixed Integer Linear Program, MILP)，在滿足晶圓廠的訂單需求及能源需求進行生產的前提之下，考慮綠電建置成本、變動成本及躉售費率之變化，決定綠電的發電機組應建置多少，以確保滿足最低的綠能滲透率，並以總利潤最大化為目標。本研究之分析結果將有助於半導體晶圓廠在規劃綠能時，能綜合考量各種綠電建置方案的可能性，而相關結果也將有助於能源與經濟發展主管機關政策擬定之參考。

本研究結果顯示，隨著綠電的建置數量增加，其建置成本、發電成本、維護成本等也隨之上升，會造成晶圓廠的總利潤隨之下降。且觀察綠電建置的模式，得知為了能夠讓綠能的發電量最大化，在各綠電的發電高峰期之前(風力發電為冬季，太陽光電為夏季)，需將綠電發電機組建置完成，並將多餘的發電量售回至電力公司賺取利潤。

關鍵字：半導體、智慧製造、綠能、太陽能發電、風力發電

⁶⁵ 東吳大學企業管理學系大學部學生。

⁶⁶ 東吳大學企業管理學系特聘教授兼推廣部主任(聯絡地址：100 台北市貴陽街一段 56 號，聯絡電話：02-23111531 轉 3403，E-mail: jzwu@scu.edu.tw)。

光纖網路佈線人員工作姿勢之分析

Analysis of working posture for optical-fiber network cabling staffs

林伯鴻 Po-Hung Lin⁶⁷

林政憲 Jheng-Sian Lin⁶⁸

摘要

本研究以北部公共智慧住宅資訊與溝通科技 (Information and Communication Technology, ICT) 光纖網路佈線人員為例，透過深度訪談，研究方法採用工作姿勢分析系統 (Ovako Working Posture Analysis System, OWAS) 及肌肉骨骼傷害檢核表 (Musculoskeletal Disorders, MSDs) 兩種工具，然而勞工在長時間工作中，因不當工作姿勢易造成骨骼肌肉傷害及疾病，輕則影響生活日常，重則家庭收入減少影響甚劇。最後依照分析結果，判斷姿勢危害分析，了解影響肌肉骨骼傷害程度，並提供相關作業建議，以降低光纖網路佈線人員肌肉骨骼傷害發生頻率。

關鍵字：光纖網路佈線作業人員、職業性肌肉骨骼傷害、OWAS、MSDs

⁶⁷ 明志科技大學工業工程與管理系副教授(聯絡地址：243 新北市泰山區工專路 84 號，聯絡電話：02-29089899 轉 3121，E-mail: frank.phlin@mail.mcut.edu.tw)。

⁶⁸ 遠傳電信股份有限公司系統整合分公司職業安全管理師(聯絡地址：114 台北市內湖區瑞光路 218 號 5F，聯絡電話：0958-538516，E-mail: yaris0516@gmail.com)。

地方創生/大學社會責任

- 1、社區經濟視野下地方創生的內涵(邱淮璟)
- 2、建構職場霸凌之員工協助方案措施徑(戴慧如/王羿棋/陳殷哲)
- 3、雙輪行徑體驗-活化桑葚產業(甘兆欽/邱清爐/余浚源/宋錦玉/郭品汝/
黃珮瑜/林品侖)

社區經濟視野下地方創生的內涵

Regional revitalization from the Perspective of Community Economy

邱淮璟 Huai-Ching Chiu⁶⁹

摘要

2019 年行政院正式確立為「地方創生元年」，政策目標在於解決人口遞減、城鄉平衡發展等課題，同時必須創造可持續的地方經濟發展模式，藉以作為城市化、現代化發展邏輯下的替代方案。

本研究以台灣四個實踐社區經濟的個案為例，透過文獻探討、參與觀察與訪談方法，逐步歸納社區經濟的屬性與運作模式，作為建構地方創生經濟邏輯與組織型態論述的基礎。社區經濟是由地方認同、互惠原則、價值導向為前提，並仰賴混合價值的經濟組織，作為實踐理念與形塑共識的中介平台，使得經濟秩序與組織文化，朝向平權、合作、互惠等發展方向。

關鍵字：社區經濟、地方創生、創新管理

⁶⁹ 政治大學民族學系博士生(聯絡地址：桃園市八德區豐德路 170 號 7 樓，聯絡電話：0932-658267，E-mail: 103259503@nccu.edu.tw)。

建構職場霸凌之員工協助方案措施

Constructing Employee Assistance Program Measures Against Workplace Bullying

戴慧如 Hui-Ju Tai⁷⁰

王羿棋 Yi-Chi Wang⁷¹

陳殷哲 Yin-Che Chen⁷²

摘要

職場霸凌時有所聞，若長期處於職場霸凌的環境，對其身心健康傷害不容小覷，若能及早發現職場霸凌的存在，並加以預防及妥善處置，實為建構友善職場環境的重要事項。此外，職場霸凌形式與員工協助方案關聯之實證研究仍闕如。因此，本研究目的旨在探討不同職場霸凌形式下之員工協助方案措施，並能透過員工協助方案促進受職場霸凌者職場心理健康、維護員工權益。研究方法首先以修正式德爾菲法邀請 15 位人力資源學者與實務專家確認不同職場霸凌形式下之員工協助方案措施，接續以詮釋結構模式與層級分析法，邀請 125 位曾遭受職場霸凌的工作者，分析職場霸凌類型間彼此的關係與各措施權重及實施員工協助方案時的優先順序。資料分析指出在上行式霸凌中，言語霸凌以工作面權重值 0.45 最重，網路霸凌以生活面權重值 0.35 最重，關係霸凌以工作面權重值 0.37 最重；平行式霸凌中，言語霸凌以健康面權重值 0.47 最重，性霸凌以生活面權重值 0.42 最重，網路霸凌以生活面權重值 0.51 最重，關係霸凌以工作面權重值 0.38 最重；下行式霸凌中，言語霸凌以健康面權重值 0.42 最重，性霸凌以健康面權重值 0.4 最重，關係霸凌以健康面權重值 0.36 最重。最後，希冀由本研究建構具體之不同職場霸凌形式下的員工協助方案措施為目標，提供企業實施員工協助方案措施之參考與可行性，並對於受到職場受霸凌的對象能提供更為結構化與理論基礎的協助。

關鍵詞：職場霸凌、員工協助方案、詮釋結構模式、層級分析法

⁷⁰ 國立清華大學教育心理與諮商學系研究生(聯絡地址：300044 新竹市光復路二段 101 號，聯絡電話：03-5715131 轉 76808，E-mail: christine110685@gmail.com)。

⁷¹ 彰化基督教醫療財團法人彰化基督教醫院體系人力資源處管理師。

⁷² 國立清華大學教育心理與諮商學系副教授。

雙輪行徑體驗-活化桑葢產業

Experiencing Mulberry Renovation on Two Wheels

甘兆欽 Chao-Chin Kan⁷³、邱清爐 Chin-Lu Chyu⁷⁴

余浚源⁷⁵ Jun-Yuan Yu³、宋錦玉 Jin-Yu Song⁴、郭品汝 Pin-Yu Guo⁵、

黃珮瑜 Pei-Yu Huang⁶、林品倫 Pin-Lun Lin⁷

摘要

本文依據 2019 年獲得文化部、臺南市政府文化局補助，執行雙輪田厝文化桑葢故鄉漫遊的 13 站路線規劃，再配合南臺科大 USR 實踐課程實際騎腳踏車體驗採桑葢樂趣，並透過異業結盟來活化地方桑葢產業。因此，透過複雜理論、敘說探究法與行動研究法，修正雙輪體驗遊憩路線並實際進行採桑葢樂趣活動。深度訪談仁德區文賢里里長、桑農以及兩家在地農場發現，修正雙輪漫遊 13 站的規劃為「雙輪漫遊活化桑葢產業」的行徑有利於實驗執行，透過南臺科大工管與資訊系、行流系師生與桑農等共同參與，以實踐大學社會責任並增進整體社會的價值。

關鍵詞：複雜理論、敘說探究法、行動研究法、桑葢產業、大學社會責任

⁷³ 南臺科技大學工管與資訊系副教授。

⁷⁴ 南臺科技大學工管與資訊系副教授。Corresponding Author, Associate Professor in Department of Industrial Management and Information, Southern Taiwan University of Science and Technology, E-mail: chaochin@stust.edu.tw)。

⁷⁵ ³⁻⁷ 南臺科技大學工管與資訊系學生。

後疫情時代的管理

- 1、 新冠肺炎疫情衝擊下國防產業之企業診斷與風險評估：財務五力分析與 GARCH 模型之應用(丁裕家/張哲瑋)

新冠肺炎疫情衝擊下國防產業之企業診斷與風險評估：財務五力分析與 GARCH 模型之應用

Enterprise Diagnosis and Risk Assessment of the National Defense Industry under the Impact of COVID-19 : Financial Five Forces Analysis and Application of GARCH Model

丁裕家 Yu-Jia Ding⁷⁶

張哲瑋 Che-Wei Chang⁷⁷

摘要

2019 年末新冠肺炎病毒(Covid-19)在中國武漢被發現，隨即在 2020 年迅速襲捲全球，疾病讓各國政府為防疫工作疲於奔命，世界各國針對此現象紛紛祭出防疫政策，試圖阻止疫情蔓延。然而接腫而來的鎖國及限縮政令，對高度仰賴進出口貿易類型之國家，國防產業企業財務五力有何種程度的影響，本研究以多元迴歸分析並建立時間序列 GARCH 模型，以疫情爆發時間點及全球確認人數變化為自變數，對國防相關產業企業財務五力進行企業診斷及風險評估，證實相關企業確實受到疫情波動的影響。

關鍵字：新冠肺炎、事件研究法、時間序列研究、財務五力、GARCH 模型、國防產業

⁷⁶ 國防大學管理學院運籌管理學系副教授(聯絡地址：112 台北市北投區中央北路 2 段 70 號，聯絡電話：02-2896-6301 轉 604889，E-mail: dingyujia67@gmail.com)。

⁷⁷ 國防大學管理學院運籌管理學系碩士研究生。

其他跨領域管理

- 1、人格特質對公共服務動機之影響(陳奕涵)
- 2、結合健康運動與飲食管理於行動應用程式之研究(姚慶邦/郭乃文/李兆軒/周俊安/陳宥沂/陳佩玲)
- 3、以 AI 操控遊戲引擎：以永續食魚教育為例(汪素卿/鍾運承)

人格特質對公共服務動機之影響

The Influence of Personality Traits on Public Service Motivation

陳奕涵 Yi-Han Chen⁷⁸

摘要

在公共管理與企業管理的世界中，皆重視其組織行為與管理等方式，故進一步了解其員工的工作動機與激勵因素有助於預測工作的績效與面對負面壓力的能力；另一方面，對公務人員而言，在日常工作中需要大量處理公共事務，故對於甄選的人格特質應該兼顧工作者特質和文官核心特質，但我國的公務員工作穩定等誘因，從事公部門的人員不一定都具備其工作崗位的特質，進一步，影響其公部門之公共性和工作績效表現。因此，本研究之目的，探討我國公務人員的人格特質，透過不同的人格量表探究不同的人格特質對於公共服務動機之影響。

本研究以問卷調查法進行之，針對 120 名之公務人員做為研究對象且進行霍根人格量表、廉貞量表和公共服務動機量表等施測，使用相關分析與迴歸分析探討其人格特質和公共服務動機的關聯性，以「公務人員之人格特質」做為研究自變項，並以「公共服務動機」依變項，欲探究人格特質的差異性，是否會影響其公務人員對於公共服務動機之程度，並思考未來國家考試的測試中是否應納入人格測驗，以注重公務人員對於工作績效與文官價值層面。

關鍵字：人格測驗；人格特質；公共服務動機

⁷⁸ 國立政治大學公共行政學系碩士生(聯絡地址:116 臺北市文山區指南路二段 64 號，連絡電話:0970748817，E-mail:danachen12131997@gmail.com)。

結合健康運動與飲食管理於行動應用程式之研究

The Study of Combing Healthy Exercise and Diet Management in Mobile Application

姚慶邦⁷⁹ Ching-Bang Yao

郭乃文⁸⁰ Nai-Wen Kuo

李兆軒、周俊安、陳宥沂、陳佩玲⁸¹

摘要

本研究結合運動、飲食、社群與玩遊戲，開發一個健康運動與飲食管理之行動應用程式於 Android 平台，來記錄運動過程及飲食狀況，讓使用者可更清楚自己身體狀況及適合的飲食，達到身體保健及健康飲食的目的。使用者除可藉由系統提供之運動及飲食狀況，了解適合自己的運動與飲食標準外，也可設定挑戰目標，以激勵使用者提升運動頻率及補充健康的食物，另外系統也提供與身邊的好友分享運動資料及運動排行榜相關功能，這不僅可與好友彼此鼓勵與良性競爭，也可藉此提升彼此的運動意願。

關鍵詞：行動應用程式、健康運動、飲食管理

⁷⁹ 文化大學資管系助理教授

⁸⁰ 文化大學資管系助理教授(聯絡地址：111 台北市陽明山華岡路 55 號，聯絡電話：02-28610511 轉 35931，E-mail:neven@ulive.pccu.edu.tw)

⁸¹ 文化大學資管系學生

以 AI 操控遊戲引擎：以永續食魚教育為例

A Game Engine Enabled by AI: A Case Study of Sustainable Seafood Education

汪素卿 Shu-Ching Wang⁸²

鍾運承 Yun-Cheng Jhong⁸³

摘要

因應人工智慧 (AI) 與新興資通訊科技的快速發展，即時手勢追蹤的新 AI 模型應用已成為人機互動與影像辨識技術應用的重要議題之一，且應用領域亦日益增廣。此外，因氣候變遷及人為因素 (如：過度捕撈) 導致海洋生態永續發展遭受嚴峻威脅，各國政府開始積極呼籲民眾重視海洋生態與資源維護及永續發展的意識覺醒。因此，本研究旨在運用即時動態手勢追蹤的新 AI 模型結合遊戲引擎及相關人機介面技術，研發永續食魚教育「護魚趣」線上遊戲，以寓教於樂的方式向社會大眾宣導食用在地、當季且產量豐沛的海鮮，以達海洋資源永續之目的。

關鍵字：人工智慧、影像辨識、AI 手勢辨識、遊戲引擎、食魚教育

⁸² 國立高雄科技大學商務資訊應用系副教授。

⁸³ 國立高雄科技大學商務資訊應用系研究生 (聯絡地址：81157 高雄市楠梓區海專路 142 號，聯絡電話：07-3617141 轉 23906，E-mail: f109193101@nkust.edu.tw)。

大會工作人員表

◆ 會議主席

東吳大學企業管理學系 王昱凱 主任

◆ 執行團隊

執行長：樊學良 副教授

☞ 論文組

召集人—鄭鈞云 助理教授、林智偉 助理教授

行政支援-張裕蓮秘書

研究生-張允中、楊立豪、秦子貽、翟珮君

☞ 議程組大專生成果展演組

召集人—遲淑華 助理教授

行政支援-黃丹嫻助教

☞ 網頁暨場地組

召集人—林智偉 助理教授、林建州 助理教授

行政支援-洪薔薇秘書

☞ 財務暨接待組

召集人—樊學良 副教授

行政支援-莊明琪秘書、林慈盈助教

The poster features a dark blue background with a glowing blue circuit board pattern. On the left is the Sookuh University crest, which is a shield divided into four quadrants with a lion rampant in the center and the text 'SUBA 1968' on a banner below. A yellow banner across the crest contains the text '東吳企管2021 第21屆'. The main title '科際整合管理 研討會' is written in large, bold, yellow characters. Below the title, the text '| 研討會會議日期 |' is followed by '06,05' in large yellow font and '活動議程' in smaller yellow font.

東吳企管2021 第21屆

科際整合管理 研討會

| 研討會會議日期 |
06,05 活動議程