

2022經營管理與行銷創新學術研討會研討會審查結果通過接受發表論文列表

| 序號 | 主要註冊者 | 論文名稱                                   |
|----|-------|----------------------------------------|
| 1  | 王奕翔   | 新冠肺炎疫情有助行動支付使用?以Line Pay為例             |
| 2  | 黃淑敏   | 電信服務業三大業者之存股策略與績效之探討                   |
| 3  | 葉哲宏   | 以雙因子理論探討電動車之轉換行為                       |
| 4  | 劉雅云   | 服務失誤、服務補救與顧客再購意願關係之研究-以外送平台為例          |
| 5  | 吳婉如   | 利用層級分析法建構供應商評選模式-以美容沙龍為例               |
| 6  | 王彥涵   | 轉換型領導與組織公民行為：基本心理需求的中介效果               |
| 7  | 孫智嫻   | World Gym健身俱樂部消費滿意度及其後疫情消費行為影響分析       |
| 8  | 郭昱宏   | 員工居家辦公薪酬滿意度及工作績效研究                     |
| 9  | 柯佳妤   | 員工導向企業社會責任對應徵吸引之研究                     |
| 10 | 陳嘉珣   | 遠距辦公對職場友誼、職家衝突與幸福感影響之研究                |
| 11 | 王愷    | 網購習慣、品牌評價與網路信任對再購意願影響之研究-以蝦皮購物為例       |
| 12 | 楊博凱   | 代理學習與從眾行為對購買意圖之研究 —以外送平台為例             |
| 13 | 吳安婷   | COVID-19疫情期間影響消費者使用自助結帳機台意願之因素         |
| 14 | 林郁翰   | 便利商店與消費者生活型態之探討                        |
| 15 | 葉人瑜   | 知覺同事辦公室戀情對自我揭露與信任之研究                   |
| 16 | 蔡易桓   | 工作雕琢、休閒雕琢與工作敬業                         |
| 17 | 邱景煌   | 傳統工藝運用於NFT行銷之研究-以刺繡工藝技法為例              |
| 18 | 曾書南   | 台灣股市之存股策略與績效探討-以海運股為例                  |
| 19 | 朱柏彥   | 應用AHP層級分析法探討企業社會責任關鍵因素                 |
| 20 | 梁碩而   | 國軍人力招募策略研究                             |
| 21 | 傅樟竣   | 組織氣候與組織效能關聯性之研究-以海巡某單位為例               |
| 22 | 尤喬誼   | 軍訓教官職涯轉換與因應策略相關性之研究                    |
| 23 | 黃婉婷   | 服務品質、品牌形象與顧客滿意度關係之研究－以IKEA高雄店為例        |
| 24 | 何佩妤   | 非典型聘僱人員對生涯不確定感與工作滿意度關係之研究-以工作倦怠為調節變項   |
| 25 | 潘沛芸   | 泛公股銀行行員領導風格認知、工作投入與留任意願之研究——以職場友誼為調節變項 |
| 26 | 彭敬雯   | 推動ESG關鍵成功因素-以半導體公司為例                   |

|    |     |                                                     |
|----|-----|-----------------------------------------------------|
| 27 | 王欣怡 | 外送平台消費者使用習慣之研究分析—以Foodpanda為例                       |
| 28 | 吳宇軒 | 金融業從業人員職家衝突因應策略之研究 一以C 銀行高雄市員工為例                    |
| 29 | 邱筱涵 | 建構社群媒體內容取向：市場基礎資產與社會滲透理論為基礎之內容分析                    |
| 30 | 林佳萱 | 應用層級分析法評估商店位址關鍵因素                                   |
| 31 | 紀柏羽 | 綠色效益和綠色品牌透明度對綠色購買意願的影響：綠色品牌價值的作用                    |
| 32 | 鐘維伸 | 購買外匯車及全新國產車意願之探討                                    |
| 33 | 陳雅琪 | 疫情下產業對消費者行為改變之因應－台灣觀光產業為例                           |
| 34 | 楊惠如 | 決定房仲服務購買意願因素之探討                                     |
| 35 | 邱芸煊 | 決定百貨專櫃女鞋購買意願之因素探討                                   |
| 36 | 程賢德 | T公司機場地勤員工工作滿意度之探討                                   |
| 37 | 曾湘婷 | 輕食低卡消費者動機與消費者行為對購買意願影響之研究                           |
| 38 | 蘇湘婷 | 探討綠色餐飲企業經營之社會責任                                     |
| 39 | 林琦恩 | 臉部辨識顧客互動系統於智慧商店之應用與實作                               |
| 40 | 蕭秀芸 | 高齡者網路購買通路與購買決策之關係-以購買行為為中介                          |
| 41 | 舒菲亞 | 防疫險之亂保戶心聲大調查                                        |
| 42 | 林華楠 | 品牌形象、從眾行為、排隊行為知覺 與購買意願之關係研究-以御香屋為例                  |
| 43 | 陳旖妤 | 探討複合式美容沙龍經營績效                                       |
| 44 | 陳孟修 | 探討不同個人特徵的大學教職員工在轉換型領導行為、同事關係、組織認同與工作績效的差異性研究        |
| 45 | 陳孟修 | 探討不同個人特徵的Vtuber消費者在行銷組合、關係行銷、顧客滿意度、顧客認同與顧客忠誠度的差異性研究 |
| 46 | 陳孟修 | 探討不同個人特徵的金融業消費者在Fintech、顧客關係管理、商業友誼與顧客保留的差異性研究      |
| 47 | 黃俞誠 | 可不可熟成紅茶與50嵐手搖飲料滿意度調查                                |
| 48 | 陳孟修 | 探討保險公司消費者不同個人特徵在服務創新、服務品質、顧客認同與顧客忠誠度的差異性研究          |
| 49 | 陳孟修 | 以相關分析探討知覺組織支持與倫理氣候對心理賦能、組織承諾與留任意願之關聯性研究             |
| 50 | 陳怡雯 | 社群媒體顧客投契度之內容分析：市場基礎資產與社會滲透理論為基礎                     |
| 51 | 陳孟修 | 以相關分析探討二因子理論、組織承諾、工作活力與離職意圖之關聯性研究                   |
| 52 | 陳孟修 | 以相關分析探討人格特質、人際關係、情緒智力與正向管教之關聯性研究                    |
| 53 | 陳孟修 | 探討不同素食餐廳消費者在「餐廳消費行為調查」對研究變項的差異性研究                   |
| 54 | 徐嘉珮 | 以創新抵制理論探討消費者在O2O商業模式下的使用轉移行為-以連鎖便利商店為例              |
| 55 | 林千又 | 探討回收單質硫防治白粉病及介殼蟲，促進農業循環永續發展                         |

|    |     |                                      |
|----|-----|--------------------------------------|
| 56 | 陳慈晏 | 探討保險從業人員對防疫險亂象看法之研究                  |
| 57 | 蘇湘婷 | 在地餐廳經營行銷策略之分析                        |
| 58 | 王柏霽 | 消費者偏好與最佳產品組合分析- 以TINO 'S PIZZA堤諾披薩為例 |
| 59 | 李明穎 | 品牌形象、服務品質、顧客滿意度及顧客忠誠度之關係- 以「無印良品」為例  |
| 60 | 胡傑瀚 | 建立規則式模糊推論系統排序風險值                     |
| 61 | 呂文琴 | 以大數據分析冬山良食農創園區之顧客線上評論                |
| 62 | 蘇湘婷 | 串流影音平台之行銷策略分析                        |