



2024 中小企業經營管理研討會手冊

Program of 2024 Conference on Small and Medium
Business Management

主辦單位：佛光大學管理學系

會議日期：2024 年 5 月 25 日(星期六)

會議時間：09:00-15:00

目錄

目錄.....	1
序言.....	2
壹、研討會議程.....	3
一、議程簡表、議事規則.....	3
二、議程總表.....	4
貳、發表場次與摘要.....	6
一、財務金融場次.....	6
二、行銷管理場次.....	13
三、人力資源管理與運健場次.....	17
四、經營管理場次.....	21

序言

民國 98 年 5 月由前任佛光大學管理學系系主任孫遜教授假本校德香樓舉辦第一屆中小企業經營管理研討會，之後在歷任系主任陳谷協、蔡明達及陳志賢及現任系主任羅智耀用心承辦下，已舉辦 15 屆研討會。今年個人續受命，負責主辦 2024 第 16 屆中小企業經營管理研討會，實為惶恐。幸賴系上老師的分工審查投稿論文及擔任各場次主持人，使得本次研討會能順利舉行。

首先，感謝國立宜蘭大學應用經濟與管理學系陳志鈞教授給予專題演講。其次，特別感謝來自校外的教授：元智大學王維康教授、中國科技大學企管系劉明德教授、明志科技大學陳心田教授、崇右影藝科技大學朱艷芳教授，分別擔任財務金融、行銷管理、人力資源管理與運健及經營管理等場次與談人。同時，研討會秘書處成員（曾婉婷、熊凱琳及張佑穎）申請 ISBN、結報費用、編製會議手冊、摘要集、論文集、製作接受函及發表證明，在此一併感謝。最後，感謝來自國立台北大學、國立宜蘭大學、銘傳大學、玄奘大學、東南科技大學及本校等 6 所大學參加論文發表人。

本次研討會共分為「經營管理」、「財務金融管理」、「人力資源管理與運健」、「行銷管理」等四大議題。本次安排發表的文章共計 15 篇：「財務金融」6 篇、「行銷管理」3 篇、「人力資源管理與運健」3 篇及「經營管理」3 篇。本會邀請國立宜蘭大學應用經濟與管理學系陳志鈞教授以「事件研究之應用：從財務領域走向一般管理」為題作專題演講。藉由此次研討會邀請學者及業界先進共襄盛舉，透過實務應用與理論研究的經驗分享與心得交流集思廣益，開創中小企業更先進的管理技術，更完善的管理思維，以及更創新的經營模式。

本會期待透過實體論文發表，能促使各校的管理學術交流。

2024 中小企業經營管理研討會主辦人
孫遜

中 華 民 國 1 1 3 年 5 月 2 5 日

壹、研討會議程

一、議程簡表、議事規則

議程簡表

會議日期：民國 112 年 5 月 25 日(星期六)

會議地點：佛光大學雲起樓

會議方式：實體發表

	時間	議程	教室
上午	08:50-09:00	致詞	
	09:00-10:00	專題演講	
	10:00-10:20	茶會	雲起樓玄關
	10:20-12:20	Session 1: 財務金融議題	101
	10:20-12:20	Session 2:行銷管理議題	311
	10:20-12:20	Session 3:人力資源管理與運健議題	313
	12:30-13:30	中午休息	317
下午	13:30-15:30	Session 4: 經營管理議題	311
	13:30-15:30	Session 5: 財務金融議題	101
	15:30	賦歸	

議事規則

發表人	1. 發表時間：30 分鐘
	2. 按鈴時間：(1)倒數 3 分鐘，按鈴 1 次； (2)時間到，按鈴 2 次
與談人	1. 與談時間：10 分鐘
	2. 按鈴時間：(1)倒數 3 分鐘，按鈴 1 次； (2)時間到，按鈴 2 次

二、議程總表

時間		議程	
上午	09:00-10:00	專題演講	致詞：校長何卓飛教授(佛光大學管理學系) 主講人：陳志鈞教授(國立宜蘭大學應用經濟與管理學系) 講題：事件研究之應用：從財務領域走向一般管理
	10:20-12:20	Session 1: 財務金融 議題	主持人：李銘章副教授(佛光大學管理學系) 與談人：王維康教授(元智大學管理學院) 1. TCRI 信評成份變數對財務危機模型預測能力之研究－羅吉斯迴歸及 ROC_AUC 之應用 2. 台灣 ETF 擇時選股能力之研究 3. 股市參與與金融知識之關聯性分析－以資訊素養為中介變數
	10:20-12:20	Session 2: 行銷管理 議題	主持人：韓傳孝副教授(佛光大學管理學系) 與談人：劉明德教授(中國科技大學企業管理系) 1. 電動機車採用因素之探討－以 Gogoro 為例 2. GoShare 是產品還是服務? 產品創新、服務創新二元性之採用行為研究 3. 米其林餐廳消費者的用餐體驗、感受及願付價值分析
	10:20-12:20	Session 3: 人力資源 管理與運 健議題	主持人：呂龍潭副教授(佛光大學管理學系) 與談人：陳心田教授(明志科技大學經營管理系) 1. 從勞動薪資面探討新冠肺炎疫情對產業的衝擊 2. 國軍人才招募中心招募績效與行銷績效之評估 3. 網路使用頻率及心理健康危險因子對網路成癮衍生習慣之影響
中午	12:30-13:30	休息	
下午	13:30-15:30	Session 4: 經營管理 議題	主持人：陳志賢副教授(佛光大學管理學系) 與談人：朱艷芳教授(崇右影藝科技大學經營管理系) 1. 在淨零與 ESG 浪潮下我國中小企業的永續策略與實踐 2. 坪林地區旅遊品質與滿意度之關聯性研究 3. Impact of board diversity to bank performance: An empirical in Vietnam

	13:30-15:30	<p>Session5: 財務金融 議題</p>	<p>主持人：孫遜教授(佛光大學管理學系) 與談人：王維康教授(元智大學管理學院) 專題演講論文：管理特質與企業績效之關聯性-台灣半導體業實證</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 以科技接受模型探討金融從業人員間職務不同影響機器人理財接受度之研究 2. 颱風對觀光類股之影響-假日觀點 3. 傳染病大流行與奧運贊助公司之股價：證據來自過去 19 屆奧運會 	
	15:30	賦歸		

貳、發表場次與摘要

一、財務金融場次

場次:Session 1

時間：10:20-12:20

地點：101 教室

主持人：李銘章副教授(佛光大學管理學系)

與談人：王維康教授 (元智大學管理學院)

No.	論文名稱 / 發表人
1	TCRI 信評成份變數對財務危機模型預測能力之研究－羅吉斯迴歸及 ROC_AUC 之應用/邵浩恩
2	台灣 ETF 擇時選股能力之研究/傅筠婷
3	股市參與與金融知識之關聯性分析－以資訊素養為中介變數/郭庭璋

場次:Session 5

時間：13:30-15:30

地點：101 教室

主持人：孫遜教授(佛光大學管理學系)

與談人：王維康教授 (元智大學管理學院)

No.	論文名稱 / 發表人
專題演講	管理特質與企業績效之關聯性-台灣半導體業實證/王維康教授
4	以科技接受模型探討金融從業人員間職務不同影響機器人理財接受度之研究/林晏廷
5	颱風對觀光類股之影響-假日觀點/陳郁婷
6	傳染病大流行與奧運贊助公司之股價：證據來自過去 19 屆奧運會/游育翔

TCRI 信評成份變數對財務危機模型預測能力之研究 —羅吉斯迴歸及 ROC_AUC 之應用

邵浩恩

國立臺北大學企業管理學系碩士生

ewba.shao@gmail.com

古永嘉

國立臺北大學企業管理學系教授

Jamesgoo02@gmail.com

摘要

本研究探討 TCRI 信評成份變數對財務危機預警模型的影響。研究樣本以台灣經濟新報(TEJ)資料庫 2010 年至 2022 年的 31 組財務危機及對應之正常公司為研究對象，並追溯其前五年相關變數之資料。依變數為財務危機公司(Y=1)或正常公司(Y=0)，自變數包括：TCRI 評等、TCRI 總分、企業規模、企業獲利、企業安全、企業效率等六個變數。通過羅吉斯迴歸模型，分別估算前五年至前一年命中率，並取得顯著變數。並以 ROC(Receiver operating characteristic curve 接收者操作特徵曲線)及 AUC(Area Under Curve 曲線下面積)探討各分項模型之預測準確度，得到以下結論：

- 一、TCRI 評等及企業獲利對財務危機預警模型具有顯著的影響關係。
- 二、前五年至前一年之預測命中率，以財務危機前一年命中率最高 95.16% 為最佳。
- 三、由 ROC 特徵曲線之 AUC 發現，前一年 AUC 面積為最高 0.72，顯示前一年具有極高預測正常公司及危機公司的綜合能力。

關鍵詞：TCRI 信評分數、財務危機預警、ROC 特徵曲線、財務危機公司

台灣 ETF 擇時選股能力之研究

傅筠婷

國立臺北大學企業管理學系碩士生

loveatin100@gmail.com

古永嘉

國立臺北大學企業管理學系教授

goo@mail.ntpu.edu.tw

摘要

本研究旨在探討台灣指數股票型基金 (Exchange-traded funds, ETF) 的擇時和選股能力。選擇台灣 35 檔股票型 ETF 為研究對象, 包含與大盤、ESG、高股息, 及半導體 AI 相關之熱門 ETF, 資料來源為台灣經濟新報(TEJ)。研究期間為 2010/01 至 2023/12 之月資料。自變數為大盤報酬率及其平方項。控制變數為個股週轉率及成交量。第一階段以 ETF 報酬率為依變數執行迴歸分析, 取得 Intercept 及平方項 Slope 之參數估計值。第二階段以 ETF 報酬率及 ETF 夏普指數為依變數, 以 Intercept 及平方項 Slope 為自變數, 驗證台灣股票型 ETF 之擇時選股能力。

研究發現：

- 一、ETF 的擇時及選股能力對於 ETF 超額報酬具正向影響之假說得到驗證。可知, 對於各檔 ETF 的擇時及選股能力的研究, 在學術及實務上, 均擁有其重要性。
- 二、擇時能力的前三名為 006203 元大 MSCI 台灣、00730 富邦臺灣優質高息、006204 永豐臺灣加權; 有選股能力前三名為 00900 富邦特選高股息、00892 富邦台灣半導體、00888 永豐台灣 ESG。另外, ETF 超額報酬前三名為 006201 元大富櫃 50、00730 富邦臺灣優質高息及 00690 兆豐臺灣藍籌 30。夏普指數前三名為 00730 富邦臺灣優質高息、006201 元大富櫃 50 及 00690 兆豐臺灣藍籌 30。擇時選股能力較高之 ETF, 其超額報酬及夏普指數也會相對較佳。

關鍵字：擇時選股、台灣股票 ETF、夏普指數、二次迴歸

股市參與與金融知識之關聯性分析--以資訊素養為中介變數

郭庭璋

國立宜蘭大學應用經濟與管理學系經營管理碩士班研究生

Kuodondon880427@gmail.com

林瓊華

銘傳大學通識教育中心 副教授

chihlin@mail.mcu.edu.tw

吳中峻

國立宜蘭大學應用經濟與管理學系 副教授

wucc@niu.edu.tw

摘要

本研究基於「金融知識與股票市場參與關聯性之研究-台灣地區的實證分析」，深入探究台灣民眾的金融知識水準與其參與股市活動的程度之間的關聯性。研究中特別引入「資訊素養」這一變項作為中介變數，透過線性迴歸及羅吉斯迴歸兩種實證模型進行嚴謹驗證。本研究採用問卷調查法，對象為台灣地區 20 歲以上具完全行為能力之民眾，共計回收 270 份有效問卷。研究結果顯示，金融知識水準對於民眾參與股市投資的影響具有顯著正向效應，尤其在金錢管理與儲蓄、信用與貸款管理以及理財與投資規劃的相關知識構面上，這種影響更為明顯。同時，資訊素養水準亦對於民眾參與股市投資展現出顯著的正向促進作用，其五個子構面均對股市投資意願有著明顯的正向影響，尤其是在確認所需資訊及搜尋資訊能力較強的群體中，這種正向影響更為突出。當我們將資訊素養與金融知識水準同時考量時，發現這兩者對於提高民眾參與股市投資的意願具有一定程度的中介作用。此結果不僅豐富了金融知識與市場參與關聯性的研究領域，也為金融教育及資訊素養提升策略的制定提供了實證基礎。

關鍵詞：金融知識、資訊素養、股市參與。

以科技接受模型探討金融從業人員間職務不同影響機器人理財接受度之研究

林晏廷

佛光大學管理碩士班 碩士生

mtingting96@gmail.com

曲靜芳

佛光大學管理學系 副教授

cfchi@mail.fgu.edu.tw

摘要

近來全球財經焦點集中在人工智慧領域，對 AI 服務更深層次的發展充滿期待。金融業作為這波浪潮的一部分，人工智慧與大數據的運用一直是其中重要的項目。生成式人工智慧在近期的崛起標誌著金融業的 AI 應用進入了全新的境界。本研究基於機器人理財在國內投資者行為中的新應用，認為其屬於創新性應用。在探討其發展過程時，參考了 2003 年 Everett M. Rogers 的新事物採用模型，搭配 Davis 提出的 TAM 模型，探討個體對於科技使用的態度形成與影響因素，如何創造使用者價值並成為業界翹楚並不容易。如何建立透明度和信任，並確保投資產品的質量和安全性，是金融業在這一領域取得成功所必須面對的挑戰。

關鍵字：機器人理財、科技接受模型、AI 信任、新事物採用模型

颱風對觀光類股之影響-假日觀點

陳郁婷

國立宜蘭大學應用經濟與管理學系經營管理碩士班 研究生

R1112035@ems.niu.edu.tw

陳志鈞

國立宜蘭大學應用經濟與管理學系 教授

chihchun@niu.edu.tw

摘要

颱風無疑會對許多國家的經濟造成重大影響，尤其是位於颱風要衝的臺灣，而諸多的研究也證實颱風除了對經濟造成影響外，更進一步直接影響到我國上市櫃公司之股價反應，但其中對觀光類股之影響應該是最大也最直接。最主要的原因是，颱風的侵襲可能會造成民眾取消原本的出遊計畫，進而影響觀光類股之公司無法售出或提供其產品與服務，造成營業收入之損失，且此類商品與服務，最大的特質為具有時效性，這些損失皆無法在未來進行回補。從上述的特質可見，如颱風侵襲的期間遇到假日，對觀光類股之股票報酬影響應該更大。因此，本研究透過事件研究法與迴歸模型，分析 1998 年至 2023 年間交通部中央氣象署所發布之 81 個颱風警報，對我國 64 間上市櫃觀光類股股票報酬之影響，而本研究更進一步加入「假日效應」，探討颱風侵襲期間如果遇到假日，是否會加劇對觀光類股股票報酬之負向影響，即為本研究之重點。實證結果發現，颱風警報發布前後確實會對股價造成負向影響，而其中有停班停課之颱風影響程度又比沒停班停課之颱風大。而最重要的發現，即為停班停課之颱風如發生在國定假日或周休二日，則影響力會加劇。此結果可發現，未來在探討觀光類股相關事件之影響時，須將假日因素納入考量。

關鍵詞：颱風、假日效應、事件研究、股票報酬

傳染病大流行與奧運贊助公司之股價： 證據來自過去 19 屆奧運會

游育翔

國立宜蘭大學應用經濟與管理學系應用經濟學碩士班 碩士生

wese5102@gmail.com

陳志鈞

國立宜蘭大學應用經濟與管理學系 教授

chihchun@niu.edu.tw

摘要

奧林匹克運動會 (The Olympic Games) 是世界上參與國家數 (地區) 最大的體育賽事，因此許多全球知名的企業都會積極爭取取得奧委會的 TOP (The Olympic Programmer, TOP) 計畫行銷權，過去諸多研究都證實了具有 TOP 計畫行銷權的企業在奧運舉辦前後股價都會有正向影響。但 2020 年 COVID-19 打亂了 2020 年東京奧運的 TOP 計畫延後至 2021 年，顯見傳染病大流行對 TOP 計畫或相關企業之股票可能會產生負面影響即為本研究之重點。根據 1985 年到 2022 年冬、夏季奧運會共發生 6 次全球性大規模傳染病，因此本研究蒐集此段期間冬、夏季奧運會共 118 個 TOP 贊助商的股價資料，透過事件研究法與迴歸分析探討傳染病大流行是否會對奧運 TOP 贊助商股票產生影響。實證結果發現奧運會的舉辦確實會對 TOP 贊助商的股價在開幕期間會有正向顯著異常報酬，而夏季和冬季奧運會則沒有差異。在傳染病的部分，本研究發現當 TOP 計畫在奧運舉辦期間遇到有傳染病流行的情況下，會減弱其贊助商股價的漲跌。而本研究進一步將 COVID-19 和非 COVID-19 的傳染病區分出來並加以分析，也發現到 COVID-19 和非 COVID-19 的傳染病皆會削弱贊助商股價的正向效果。

關鍵詞：傳染病、奧運會、贊助商股價、TOP 計畫

二、行銷管理場次

場次：Session 2

時間：10:20-12:20

地點：311 教室

主持人：韓傳孝副教授(佛光大學管理學系)

與談人：劉明德教授 (中國科技大學企業管理系)

No.	論文名稱 / 發表人
1	電動機車採用因素之探討－以 Gogoro 為例/陳世芬
2	GoShare 是產品還是服務? 產品創新、服務創新二元性之採用行為研究/劉玫吟
3	米其林餐廳消費者的用餐體驗、感受及願付價值分析/楊采晴

電動機車採用因素之探討-以 Gogoro 為例

陳世芬

國立臺北大學企業管理學系碩士班 研究生

n1091701@ntub.edu.tw

彭奕農

國立臺北大學企業管理學系 助理教授

pengyn@gm.ntpu.edu.tw

摘要

隨著全球對環境問題的關注不斷提高，人們對於減少空氣污染和溫室氣體排放的意識隨之提高。相較於傳統的燃油機車，電動機車具有較低的碳排放和空氣污染，因而得到更多人的青睞。電動機車品牌 Gogoro 憑藉著創新科技，積極推動綠色能源，引領電動機車取代傳統燃油機車的趨勢，因其產品性能卓越，外觀時尚，並具備出色的續航里程和加速表現，這些特點使得 Gogoro 持續保持著台灣市場佔有率第一的地位。

彭奕農和林育暄(2022)在其研究中指出，消費者對於 GoShare 品牌的獨特性和地位提升的需求越高，就越有可能採用綠色創新，但僅僅就品牌獨特性和地位提升進行探討並不夠完備。根據消費者研究者假設，產品形象與消費者的自我概念之間的相互作用會導致自我形象/產品形象的一致性，進而影響消費者的產品偏好和購買意向(例如，Thorbjørnsen, Pedersen 和 Nysveen, 2007)。當消費者的自我概念與品牌的個性或形象之間的一致性較強時，購買意圖的機率就越大，自我一致性會影響顧客品牌滿意度、品牌偏好、購買意圖和品牌選擇 (Parker, 2005)。因此本研究援用「新擴張理論」(Rogers, 2013)、「環境意識」(Dunlap et al., 2000) 並加入「自我一致性理論」(Sirgy, 1986) 探討影響電動機車 Gogoro 採用行為之因素，檢測此模式中產品的創新特色，消費者的自我一致性及環境意識對採用行為的影響，並研究自我一致性在創新擴散及環境意識對採用行為之間的調節效果。

關鍵字：電動機車、創新擴散理論、環境意識、自我一致性理論

GoShare 是產品還是服務? 產品創新、服務創新二元性之採用行為研究

劉玟吟

臺北大學企業管理學系碩士班 研究生

s711131319@gm.ntpu.edu.tw

彭奕農

臺北大學企業管理學系 助理教授

pengyn@gm.ntpu.edu.tw

摘要

企業透過研發創新以滿足顧客需求，進而取得消費者青睞，提升其市場競爭力。近年來，因資訊科技（Information and Communication Technology (I.C.T.)) 的進步，產品創新，非但常提供消費者新的產品功能，更提供消費者透過整體創新平台，給予客戶直接與平台互動及客製化的機會。例如，電動機車租賃平台的創新，實以產品創新為基礎，加以資訊科技創新，以達到提供客戶即時、互動、客製化的體驗。因此種產品及資訊科技平台的創新發展，故有循環經濟創新的形成。然而，當消費者採用此類創新的決策過程中，到底是源於產品創新元素部分亦或是服務創新面向，過去文獻實無確定之結論。

為了解此種創新之二元性，本研究以 GoShare 為研究對象，探討消費者面對具產品及服務二元性之創新時，其採用決策之特性。另外，因 GoShare 之綠色環保特性，是否有助於解釋消費者採用之決策。

關鍵詞：產品創新、服務創新、共創意願、資訊科技、以技術為基礎的服務、消費者行為

米其林餐廳消費者的用餐體驗、感受及願付價值分析

楊采晴

佛光大學應用經濟學系 碩士生

caiqing1120@gmail.com

李杰憲

佛光大學應用經濟學系 副教授

leech@mail.fgu.edu.tw

摘要

《米其林指南》吸引了餐旅學者對法國(Batat, 2021)、西班牙(Castillo-Manzano et al., 2021)和韓國(Kiatkawsin & Han, 2019)等地的豪華餐飲體驗進行各種不同的研究。然而，在顧客如何感知米其林星級餐廳的奢華價值以及不同奢華價值組成如何影響其願付價格，則較少有文獻提及。本研究將運用次級資料及經濟模型，針對臺灣地區米其林餐廳的消費者，其用餐體驗、用餐感受對於米其林餐廳的願付價格進行分析。研究目的如下：

- 一、運用國家科學委員會所釋出的劉瓊如(2021-2022)「自我擴展 vs. 由衷感謝：驗證米其林餐廳顧客溢價購買意願的心理機制路徑」之研究調查次級資料，探討臺灣地區消費者到米其林餐廳用餐體驗價值及用餐整體感受之重要因素。
- 二、利用因素分析及集群分析模式，賦予本研究消費者體驗價值及整體感受之不同的集群因素，以虛擬變數表示，並藉由 Logit Model，探討上述消費者之體驗價值及整體感受之不同消費集群因素和社會經濟變數，對於米其林餐廳的願付價值影響。
- 三、嘗試探討不同消費集群因素之差異，對於米其林餐廳之願付價值的改善效益。

結果顯示，消費者的「居住地區」及「平均每月外出用餐的支出」顯著影響其對於米其林餐廳的願付價值，價值性型態的消費者比聲望性型態的消費者對於米其林餐廳有著較高的願付價值，溢價型態消費者、服務型態消費者、增值型態消費者也比一般型態消費者有著較高的費付價格。

至於改善效益部分，我們的到以下結論：

- 一、非北部地區的消費者比北部地區的消費者對於米其林餐廳的價格有著超過 16% 的溢價意願
- 二、米其林餐廳的消費者，其平均每月外出用餐的支出每增加 3000 元，就會增加約 4% 的溢價意願
- 三、價值性型態的消費者比聲望性型態的消費者對於米其林餐廳的價格有著超過 13% 的溢價意願
- 四、溢價型態消費者、服務型態消費者、增值型態消費者也比一般型態消費者有著超過 29%、27%、25% 的溢價意願

以上結論或可提供米其林餐廳之顧客消費管理之些許依據。

關鍵詞：網路成癮、心理健康危險因子、網路使用頻率

三、人力資源管理與運健場次

場次：Session 3

時間：10:20-12:20

地點：313 教室

主持人：呂龍潭副教授(佛光大學管理學系)

與談人：陳心田教授(明志科技大學經營管理系)

No.	論文名稱 / 發表人
1	從勞動薪資面探討新冠肺炎疫情對產業的衝擊/盧慧真
2	國軍人才招募中心招募績效與行銷績效之評估/周育麒
3	網路使用頻率及心理健康危險因子對網路成癮衍生習慣之影響/ 游炳楠

從勞動薪資面探討新冠肺炎疫情對產業的衝擊

盧慧真

國立宜蘭大學應用經濟與理學系應用經濟學碩士班研究生

eden4009@gmail.com

林瓊華

銘傳大學通識教育中心 副教授

chihlin@mail.mcu.edu.tw

吳中峻

國立宜蘭大學應用經濟與管理學系 副教授

wucc@niu.edu.tw

摘要

2020 年新冠肺炎疫情大流行，世界各國大規模實施公共衛生措施，造成全球經濟自大蕭條以來最嚴重的衰退，疫情對經濟產生的巨大衝擊，除了經濟衰退或是經濟型態發生變化之外，各個產業因為疫情造成不同程度的衝擊而導致產業衰退的程度為何，透過每月的經常性薪資直接反映疫情對於一般民眾最直接的衝擊。

本研究採用 2017 年至 2019 年臺灣工業及服務業 16 個產業經常性月平均薪資，以古典時間序列分解法模型預測 2020 年至 2021 年的經常性月平均薪資作為疫情未發生的對照數據，以實際薪資及預測薪資透過多元線性迴歸觀察各產業薪資受疫情影響變動狀況及各產業薪資受疫情衝擊狀況。

透過研究顯示疫情發生後出版、影音製作、傳播及資通訊服務業和營建業兩個產業薪資截距未跌反漲，而另外 14 個產業的薪資則在疫情發生後呈現下跌，跌幅介於 0.08%~3.29% 之間。16 個產業每月的薪資漲幅趨勢在疫情前除了醫療保健及社會工作服務業為負成長之外，其餘 15 個產業皆呈現緩慢上升的趨勢；疫情發生後醫療保健及社會工作服務業為正成長且係數大於疫情前的負成長係數，顯示醫療保健及社會工作服務業在疫情發生後每月薪資漲幅趨勢由下跌轉變為緩慢上升；但藝術、娛樂及休閒服務業和電力及燃氣供應業在疫情後的係數為負且大於疫情前的正係數，表示這兩個產業的在疫情發生後每月薪資以持續下降的趨勢惡化。

關鍵詞：新冠肺炎、薪資、時間序列

國軍人才招募中心招募績效與行銷績效之評估

周育麒

佛光大學管理學系碩士在職專班研究生

chouyuchi177@gmail.com

孫遜

佛光大學管理學系教授

ssun@mail.fgu.edu.tw

摘要

本研究旨在探討112年國軍人才招募中心所屬18家招募站的招募績效及行銷績效，招募績效選擇2個投入項（現員數、辦公室面積）及2個產出項（年度報名人數、年度報到數）評估，行銷績效選擇2個投入項（現員數、作業費）及2個產出項（年度報名人數，年度舉辦活動場次）。

本研究探討下述四個研究問題：

- 一、 探討國軍人才招募中心所屬招募站的招募績效為何？
- 二、 探討國軍人才招募中心所屬招募站的行銷績效為何？
- 三、 比較國軍4個地區招募中心的招募績效何者較佳？
- 四、 比較國軍4個地區招募中心的行銷績效何者較佳？

上述的研究問題屬於多投入與多產出的問題，適合使用資料包絡分析法(Data Envelopment Analysis, DEA)來作為分析的工具。本研究採產出導向差額變數模式來探討招募績效與行銷績效，再以對比模式來比較地區招募中心的招募績效與行銷績效何者較佳。

研究發現如下：

- 一、 招募站招募績效的平均績效好，因有高的技術效率、純平均技術效率及平均規模效率；13個無技術效率的招募站，係由無純技術效率及無規模術效率所致。
- 二、 招募站行銷績效的平均績效好，因有高的技術效率、純平均技術效率及平均規模效率；14個無技術效率的招募站，係由無純技術效率及無規模術效率所致。
- 三、 北部地區及外島地區招募中心有相同的招募績效，且比其他二個地區招募中心較佳；中部地區及南部地區有相同的招募績效。
- 四、 北部地區招募中心行銷績效優於外島地區、中部地區及南部地區；外島地區行銷績效優於中部地區及南部地區；南部地區行銷績效優於中部地區。

最後，本研究提出重要的結論與建議。

關鍵字：國軍人才招募中心、招募績效、行銷績效、資料包絡分析法、差額變數模式、對比模式

網路使用頻率及心理健康危險因子對網路成癮衍生習慣之影響

游炳楠

國立宜蘭大學應用經濟與管理學系應用經濟學碩士班研究生

b0712089@gmail.com

林豐政

國立宜蘭大學應用經濟與管理學系教授

fjlin@niu.edu.tw

王俊如

國立宜蘭大學應用經濟與管理學系副教授

cjwang@niu.edu.tw

摘要

近年來隨著科技進步，人們對於網路的使用越加頻繁，與此同時網路成癮與心理問題等等字眼也隨之出現在大眾的眼中。本研究欲瞭解網路使用與心理健康之間的影响關係，故研究方式採用結構方程模型進行分析。本研究係參考樣本數為 1126 份之「國家發展委員會 110 年網路沉迷研究調查報告」的原始資料，提出「網路使用頻率」與「心理健康危險因子」對「網路成癮衍生習慣」的關係模式，並進行檢測與探討。實證結果顯示：研究中所提之關係模式於各項衡量指標上皆具不錯的適配度，且在構面的路徑方面，「網路使用頻率」與「心理健康危險因子」對「網路成癮衍生習慣」均呈現正向影响效果。其中又以「身心健康危險因子」到「網路成癮衍生習慣」的影响相對最大。本研究主要結果如下：一、網路使用頻率與心理健康好壞有顯著關聯性；二、網路使用頻率與心理健康好壞對網路成癮衍生習慣有顯著關聯性。根據本研究結果，對政府相關調查問卷及未來研究方向提出建議。

關鍵詞：網路成癮、心理健康危險因子、網路使用頻率

四、經營管理場次

場次：Session 4

時間：13:30-15:30

地點：311 教室

主持人：陳志賢副教授(佛光大學管理學系)

與談人：朱艷芳教授(崇右影藝科技大學經營管理系)

No.	論文名稱 / 發表人
1	在淨零與 ESG 浪潮下我國中小企業的永續策略與實踐/邱子宇
2	坪林地區旅遊品質與滿意度之關聯性研究/陳筠縈
3	Impact of board diversity to bank performance: An empirical in Vietnam /Lam Trong Nhan

在淨零與 ESG 浪潮下我國中小企業的永續策略與實踐

邱子宇

玄奘大學法律系助理教授

jimmy1992tw@gmail.com

摘要

中小企業作為臺灣經濟發展的重要核心，且是我國城鄉發展與都市規劃當中不可或缺的經濟重心，隨著淨零轉型的趨勢下，除指標性大型企業已著手實行永續作為外，中小企業在零碳發展與環境保護上，亦亟需積極轉型。

為此，在中小企業的永續議題上，本研究以國內外淨零路徑為核心，並以我國中小企業之淨零策略作為研究基礎，從能源開發、節能減碳、綠色設施建置，以及法遵調適等 4 大面向，剖析中小企業在淨零與 ESG 之實踐作法，並透過法制規範與政策配合的加速推動，裨益我國數位與淨零雙軸轉型發展。

透過本研究之實踐分析、法制調適與最新科技運用，並盤點指標廠商在永續運作上可資借鏡之亮點，建構企業在永續經營之整體發展。如在政策管理面，藉由 ESG 永續報告書撰寫與揭露，並搭建數位整合平臺，建立更有效率的能源管理機制；在技術運作面，以積極開發再生能源與產業循環共生，帶動能資源轉型；並在實際執行與輔導面，藉由能耗診斷與減碳輔導，協助企業達成淨零碳排目標。期能藉由本研究在制度與實踐層次之研析，為我國中小企業之永續發展提供助益。

關鍵字：中小企業、ESG、永續發展、節能減碳、淨零轉型

坪林地區旅遊品質與滿意度之關聯性研究

陳筠縈

東南科技大學產業經營管理研究所研究生

zb19771205@gmail.com

林秋堂

東南科技大學產業經營管理研究所副教授

lincht@mail.tnu.edu.tw

摘要

本研究以坪林地區旅遊為例，探討旅遊品質與滿意度之相關性，是坪林旅遊及坪林餐飲業者作為參考。此研究以紙本問卷並進行調查，已採不計記名，按照受訪者親身體驗及感受作答。探討在不同背景的變項中對各構面之間的關聯性差異情況，問卷題項採用李恪特五點量表進行設計，總計發放 267 份問卷，一共回收 267 份，有效問卷為 267 份，有效回收率 100%，問卷調查結果以敘述統計分析、信度分析、因素分析、獨立樣本 t 檢定分析、單因子變異數分析、皮爾森相關分析及迴歸分析等方法，經進行實證分析。其研究結果顯示： a. 不同個人背景變項對遊客品質、滿意度有部分顯著性差異； b. 不同個人背景變項對服務品質各構面對整體滿意度有部分顯著性差異； c. 不同個人背景變項對滿意度各構面間具有部分顯著性差異； d. 不同個人背景變項對再次造訪各構面間無顯著性差異； e. 遊客知覺對旅遊具有顯著正相關及影響性； f. 遊客知覺對旅遊品質具有顯著正相關及影響性； g. 遊客知覺對再來意願具有部份顯著正相關及影響性； h. 坪林旅遊品質具有部份顯著正相關及影響性； i. 坪林旅遊再來意願具有顯著正相關及影響性； j. 坪林旅遊用餐店家滿意度具有部份顯著正相關及影響性。

關鍵字：旅遊滿意度、旅遊品質、再次造訪意願、顧客知覺

IMPACT OF BOARD DIVERSITY TO BANK PERFORMANCE: AN EMPIRICAL IN VIETNAM

Lam Trong Nhan

Department of Applied Economics and Management, National Yilan University Postgraduate student

trongnhan036@gmail.com

Chun-Ju Wang

Department of Applied Economics and Management, National Yilan University Associate Professor

cjwang@niu.edu.tw

Abstract

My paper finds out the impact of board diversity in terms of age, gender, and nationality diversity on bank performance in the Vietnam banking industry throughout 2012 – 2022, data and board information of 29 Vietnamese commercial banks over 11 years by using the Generalized Method of Moments. The objective of this study is to study the impact of board diversity based on factors such as age, nationality, and gender that affect the performance of commercial banks in Vietnam.

The results show that the presence of women directors leads to higher bank performance. Regarding nationality diversity and age diversity, this study found that the existence has a significant and negative relationship with the bank's performance. By looking at this, the regulation in Vietnam should pay more attention to the inclusion of women directors on their boards to improve bank performance. However, the presence of foreign directors is supposed to lead the bank to worse performance. The reason may come from the difficulty in communication between board members which leads to lower cohesion between groups, slowing the decision process and finally decreasing bank performance. Another reason can be determined that overseas directors have limited apprehension of domestic market characteristics, which reduces the amount of information required to identify and solve business problems. Contrary to expectations prior research contends that age diversity can improve bank performance but this study shows that age diversity within boards appears to have negative effects. Such diversity is linked to communication barrier obstacles and interpersonal tensions ultimately undermining bank performance.

Some contributions are made in this paper which gives perspective on Vietnam as an emerging market, especially in the financial industry, while most of the studies are conducted in developed countries such as the U.S., Europe, and China.

Keywords: board diversity, age diversity, nationality diversity, gender diversity, bankperformance, Vietnam.