

## 編者的話

《資訊管理學報》係中華民國資訊管理學會出版之學術期刊，為國科會 TSSCI 收錄之期刊，旨在提供資訊管理學者之學術研究論文發表與分享。

本期學報為 28 卷 3 期，各篇的主題簡述如下：

周軒逸、廖冠聿之「第一或第三人稱視角：業配文圖片視角對於消費者產品態度與購買意願之影響」：此篇論文以兩個實驗結果發現：相較於單純產品圖片，第一人稱視角圖片經由心理模擬，第三人稱視角圖片透過模仿機制，產生較佳的產品態度、購買意願；當消費者的自我-品牌關聯度為低、業配產品為象徵型或低涉入時，用第一人稱視角圖片效果較佳；而當產品為功能型或高涉入時，應用第三人稱視角圖片；而對高自我-品牌關聯度的消費者與享樂型產品，兩種視角效果相當。研究結果擴增圖片視角於行銷領域之應用，並提供業者與網紅在選擇圖片搭配品牌產品之參考。

陳小芬、周苓棋之「電商直播之購買意圖研究－賦能理論觀點」：本論文的架構基於賦能理論及 SOR 模型來推展，藉由對熱門直播主進行長達半年的線上觀察後，提出一個電商直播的顧客交易意圖架構，以電商直播所提供的三種賦能（社交賦能、商業賦能及享樂賦能），分析不同賦能如何刺激觀眾的內心反應（信任感），在短時間內促使觀眾產生衝動性購買或被直播主說服而產生購買意圖及願意向他人推薦的忠誠態度。本研究共回收 325 份有效問卷，透過 PLS 驗證模型。結果顯示觀眾因為直播主提供的社交及商業賦能而增加信任感，進而促使衝動購買及交易意圖及忠誠度；另外，直播主帶來的享樂功能亦能有效誘發觀眾的衝動購買。結論中提供了相關的管理意涵討論。

林淑瓊、曾筱珽與沈岱祥之「以服務導向觀點探討網路購物平台客戶服務中心之人力需求規劃模式」：以服務導向觀點，透過營業收入及其客戶服務人員配置，開展對網路購物平台客戶服務中心的人力需求規劃的新解。目的為採用營運中的網路購物平台之實際資料，建立營業收入對應其客戶服務需求之計算模式、建立客戶服務人員產能供給計算模式、建立主控式及非主控式服務佇列之計算模式、與建立客戶服務需求與供給差距之計算模式。研究結果證明，網路購物平台經營不僅可以量化客戶服務中心的產值，同時可以透過運算模式建立企業營業收入與客戶服務中心配置人數關聯模型，以預估未來客戶服務人力的需求。本研究更具體建立「斷線率對照表」，用於預估服務缺口的工具，提供給予管理者做為人力配置和效率量測使用。期望本研究結果能提供現今電子商務經營者，進行客戶服務中心人員管理之參考，以及對學術界在服務品質研究領域有所貢獻。

林金賢、顏素絹與徐曉頡之「結合文字探勘與量化工具從線上留言挖掘旅館業者的競爭優勢」：此篇論文針對 TripAdvisor 網站，利用爬蟲程式擷取台中市西區著名的五家星級旅館從 2019 年 9 月到 11 月三個月期間的線上評論各

100 則作為分析對象，利用文字探勘工具找出消費者在乎的旅館屬性，各旅館在各屬性上的表現，並利用對應分析找出消費者心中各旅館的群組歸屬，最後結合消費者購買行為與邏輯斯迴歸找出各旅館的競爭優勢。最後論文說明如何從線上評論找出各旅館在消費者心目中的策略群組歸屬，並找出各旅館在其所屬的策略群組中的競爭優勢，在實務上對品牌定位決策可以提供具體作法之外，在學術上也可以填補文獻上在品牌策略制定上的缺口。

總編輯

范錚強 教授

資訊管理學系

國立中央大學

台灣，桃園

2021 年 7 月

## Editor's Introduction

Journal of Information Management is an academic journal published by Chinese Society of Information Management as a platform for information management researchers' publication and research sharing. Since the first issue published in 1994, this journal has been published over two decades, and each year has four volumes published at the first month of each quarter, namely, January, April, July, and October, respectively. Journal of Information Management is a TSSCI journal of National Science Council. This Volume 28, No 3 issue contains four papers from various areas, as follows: Chou, H.-Y. and Liao, K.-Y. "First- or Third-Person Perspective: The Influence of Picture Perspective of Sponsored Posts on Consumers' Product Attitude and Purchase Intention;" Chen, H.J. and Chou, L.C. " Investigating Purchase Intention in E-commerce Live Streaming: An Affordance Perspective;" Lin, S.C. Tseng, H.T. and Shen, T.H "A Service-Oriented Approach for Manpower Requirement Planning of Call Center in the Online Shopping Websites;" and Lin, C.S., Yeh, S.C. and Syu, S.J. "Combining Text Mining and Quantitative Methods to Explore the Hotels' Competitive Advantage through Online Reviews."

Chief Editor,  
Farn, Cheng-Kiang,  
Professor,  
National Central University, Taiwan  
July, 2021