

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	1
專題題目	疫情下的 LINE 使用行為分析之研究		
<p>審查意見:</p> <p>一、 優點</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 內容結構清楚，有將問卷分析的問題，表達出重點的說明。 <p>二、 建議</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 統計分析的結果，只有不同人數和百分比統計，較難看出顯著差異的內容，研究深度會較為不足。 2. 研究目的，LINE 和其他通訊軟體的差異，較無明確用比較的方式來做說明，故較難清楚知道比較客觀性。 3. 分析比較沒有針對不同族群對應不同分析問題的差異，了解不同統計變數對不同研究問題的答案，可加深研究深度。 4. 研究建議和研究結論和調查間，關聯性較沒這麼高，感覺分析會比較單點式，若能有更清楚邏輯，會加強分析的嚴謹性。 			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	2
專題題目	以科技接受模式探討新冠肺炎對行動支付之影響		
<p>審查意見:</p> <p>一、 優點</p> <p>1. 統計分析深度高，有清楚結合理論含研究架構來進行分析。</p> <p>二、 建議</p> <p>1. 總共收回 448 份，但書審資料問卷只有 224 份，不確定哪一個數字才是正確的。</p> <p>2. 研究建議的部分，若可對應研究結論有更清楚的說明，會有更清楚的幫助。</p> <p>3. 無說明出問卷抽樣的資料分析來源，較無法了解填寫問卷人員的全貌。</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	3
專題題目	YouTuber 對大眾的消費影響力之研究		
<p>審查意見:</p> <p>一、 優點</p> <p>1. 回收 371 份問卷，圖表豐富，看起來很清楚。</p> <p>二、 建議</p> <p>1. 報告結論沒有分點標示，讀起來較辛苦，無法快速掌握重點。</p> <p>2. 只有用百分比來做分析，就難有具體證明可說明研究目的準確。</p> <p>3. 較難看出研究架構的準確性，若能針對 Youtuber 類別，及首訪者類型，更清楚將不同類別及不同類型來對應到「消費可能性」、「觀光經濟影響力」及「產品關注度」的影響，能提升分析的深度。</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	4
專題題目	大學生人格特質和行為-以 Netflix 之研究		
<p>審查意見:</p> <p>一、 優點</p> <p>1. 題目有趣，連結五大人格特質，是不錯的方向。</p> <p>二、 建議</p> <p>1. 本研究題目「大學生人格特質和行為-以 Netflix 為例」，可調整為「大學生人格特質和型為-以觀看 Netflix 族群為例」會更聚焦。</p> <p>2. 研究採用統計分析的數據結果，沒有帶到相關的說明，會比較不確定每個結論的統計資訊。</p> <p>3. 說明採取個別訪談的研究方法，又說明本次研究方法為問卷發放，下次可以改為個別訪談，受訪者分別為五位大學生，每位代表不同人格，就沒有更深入說明，不是很理解個別訪談的結論。</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	5
專題題目	長照結合人工智慧機器人		
<p>審查意見:</p> <p>一、 優點</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 分析內容有深度，理論引用的部分有花心思。 2. 研究假設與統計分析，看得出有花不少時間，很用心。 <p>二、 建議</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 書面資料文字太過密集，建議字元間距可以再大一點。 2. 研究結論可跟建議更清楚說明關聯性，提升說明的準確度。 3. 研究結論就邏輯上有清楚說明，可惜因疫情緣故無法到機構訪視參訪及問卷發放,並與長照使用者、機構人員進行深入訪談。若有機會搭配實地訪查與抽樣，相信此份報告會具有更高實用價值。 			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	6
專題題目	電子商務之體驗行銷與顧客關係管理對消費者購買意願影響之研究—以蝦皮為例		
<p>審查意見:</p> <p>一、 優點</p> <p>1. 報告邏輯清楚，統計分析內容完整。</p> <p>二、 建議</p> <p>1. 報告內容提到 TOP10 購物網站，拼成 T10P，再做修正。</p> <p>2. 研究結果對企業之其它實務建議提到的內容，可在更清楚說明建議理由，分點來描述。</p> <p>3. 文獻內容與報告的連結性沒有太高，文獻篇幅還不少，可再思考如何有更具體連結。</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	7
專題題目	外送平台廣告與企業形象關聯性之研究－以 Uber Eats 與 Foodpanda 為例		
<p>審查意見:</p> <p>一、 優點</p> <p>1. 運用雷達圖分析，還滿特別的分析方式，能看出重點。</p> <p>二、 建議</p> <p>1. 特別有介紹到不同廣告代言人，但並未有分析到這些不同代言人的內容，放入相關介紹有一點多餘。</p> <p>2. 問卷抽樣並未說明抽樣調查人數，不確定實際回收數量多寡</p> <p>3. 屬性類別，包括:實用的、便利的、娛樂的、有效率的、吸引人的、不可靠的、有購買慾望的、昂貴的、優惠的、無趣的，可說明來源的理論基礎，連結引用文獻說明。</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	8
專題題目	YouTuber 的經營模式及未來發展性之研究		
<p>審查意見:</p> <p>一、 優點</p> <p>1. 簡報的視覺畫面有特色，較活潑。</p> <p>二、 建議</p> <p>1. 內容無量化的資料分析，為文獻探討與資料收集來產生結論，較無法顯示出結論是具備可信度。</p> <p>2. 建議的部分較無法看出是如何從研究中的發現，有明確的關聯之處。</p> <p>3. 在文獻中有提到使用與滿足理論，但無明確的連結到相關內涵，較為可惜。</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	9
專題題目	電商設立實體店面之消費意願-以蝦皮「電」到「店」為例		
<p>審查意見:</p> <p>一、 優點</p> <p>1. 書面資料中有許多表格，針對不同內容做出相關分析說明。</p> <p>二、 建議</p> <p>1. 書審資料文字較多，建議重點說明可以分點描述，更清楚展現必要的說明。</p> <p>2. 問卷調查欄位資料不少，目前分析較無交叉分析的內容說明，若能針對不同屬性的填答者進行分析，可加深研究深度。</p> <p>3. 蝦皮藉由店到店來提高銷售，這部分的策略是值得探討與研究，但更多顧客願意使用蝦皮店到店，長期能夠獲利，這部分需要更嚴謹的推論。</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	10
專題題目	影響消費者使用外送平台因素之探討		
<p>審查意見:</p> <p>一、 優點</p> <p>1. 內容中規中矩，結構分明，容易理解。</p> <p>二、 建議</p> <p>1. 分析沒有跑相關統計分析，只用長條圖方式呈現次數分析，內容較為單薄。</p> <p>2. 建議問卷調查結果圖示，可用表格呈現，不一定每個結果都要用圖。</p> <p>3. 研究結論描述較為簡單，無法讓前面的分析與研究結論有所呼應或連結。</p> <p>4. 描述圖示說明，應該將每張圖示，列出重點的結論，而非只是寫出調查的數據。</p>			
備註			

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	11
專題題目	疫情下宅經濟之研究-foodpanda		
<p>審查意見:</p> <p>一、 優點</p> <p>1. 有運用不少理論(SWOT、4P)，連結所要探討的議題來清楚說明</p> <p>二、 建議</p> <p>1. 本組認為因應此趨勢探討出未來的潛在商機以及 foodpanda，如何持續推出更多方案,不論是維持現有消費者或增加,都有更好的使用體驗，有點太快下結論，可再思考。</p> <p>2. 未來研究方向若鼓勵可以使機器人，參考國外的案例後，可以說明未來在台灣若要測試，能過說出具體的內涵</p> <p>3. 研究目的有提到，瞭解 foodpanda 在疫情之中成長及消費模式的改變、探究 foodpanda 在疫情的經營行銷策略與經營成功之道、推出優惠活動使消費者提高使用率，分析消費者在疫情時對，可再思考研究結論與不同目的的對應如何更清楚。</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	12
專題題目	探究使用音樂平台免費與付費市場之研究-以 Spotify、KKBOX、Apple Music 為例		
<p>審查意見:</p> <p>一、 優點</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 對三個平台有整理出的具體比較，對分析目的有清楚說明 2. 研究結論有針對相關分析做出連結，並做出具體的說明 <p>二、 建議</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 結論中有提到行銷推廣策略為「串流音樂平台業者推出不同產品的價格組合包」,代表優惠價格相關的行銷策略會對於消費者較有購買之吸引力，若能有非價格因素也能證明對消費者有吸引力的推論，本研究會更有所更有所貢獻。 2. EDM 行銷、兒童相關產品和集點換取優惠對於消費者而言,皆無法成功刺激消費者的購買慾望,對於促進轉換率來說,並無實質正面效益，這部分若除了問卷回收分析，可思考背後原因。 			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	1
專題題目	疫情下的 LINE 使用行為分析之研究		
<p>審查意見:</p> <p>研究目的(一) 為探討 Line 與其他通訊軟體的差異, 但書面內容, 並沒有回應研究目的, 結論中也沒有找出“與其他通訊軟體的差異在哪?” 只有寫到 Line 有什麼功能.</p> <p>請同學思考: Line 的競爭對手是誰? 你們心中的假想敵: 其他通訊軟體是指誰? 競爭品牌必須先定義出來, 才能比較出 Line 與“他牌”的“差異”!</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	2
專題題目	以科技接受模式探討新冠肺炎對行動支付之影響		
<p>審查意見:</p> <p>研究目的和結論建議, 在實務上並無太大參考價值</p> <p>因為 Covid 19 加速行動支付的成長, 已是顯學. 此外, 許多機構, 例: 新聞資策會產業情報研究所 (MIC) 亦有消費者研究支持.</p> <p>若要進一步做為專題去探討原因, 提出觀點, 也許可從如何以資安的角度, 去解除消費者痛點去深究.</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	3
專題題目	YouTuber 對大眾的消費影響力之研究		
<p>審查意見:</p> <p>研究目的的命題很有趣, 會吸引目光. 但在撰寫結論和建議前, 不要只是看數字描述, 可以再加強深度思考.</p> <p>例如思考點: 會影響消費者購物的 Youtuber 和影響力小的 Youtuber 相比, 為何其中會有何差異? 再扣回: 是否因為”信任度”因子而影響其決定? (研究目的 3&4 的關聯性)</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	4
專題題目	大學生人格特質和行為-以 Netflix 之研究		
<p>審查意見:</p> <p>研究命題吸引人, 文中研究目的有提到“消費者是否因為長時間專於觀看影片, 而不擅於社交及動態活動 (P.3)” 只可惜在書面內容, 並沒有看到相關分析. 以問卷調查的方式進行研究, 多數受訪者很少會說自己整天都在家裡看電視. 因此問卷設計上, 如何將其生活上的時間分配, 有多少花在生活/學習/運動/旅行的面向, 讓由受訪者填答, 才能真正找到相關性, 確認因果關係, 更厲害的是, 若能與沒有觀看 Netflix 的大學生相比. 二組相對照, 結論會更有深度</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	5
專題題目	長照結合人工智慧機器人		
審查意見： 長照機器人要從“使用者需求”出發，建議未來先進行質化深度訪談，讓專題的學習收穫更大！			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	6
專題題目	電子商務之體驗行銷與顧客關係管理對消費者購買意願影響之研究—以蝦皮為例		
<p>審查意見:</p> <p>根據文中 P.8 購物車行為分析的結果: 買家沒立即購買的最大原因為“免運”。根據此研究結果, 對應的建議是什麼? 畫面報告中沒有提及, 然而 P.10 寫的建議 (例: AR 體驗,卡通聯名), 和研究結果 (P.8) 沒有相關</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	7
專題題目	外送平台廣告與企業形象關聯性之研究－以 Uber Eats 與 Foodpanda 為例		
<p>審查意見：</p> <p>研究結果發現“優惠的”“有效率的”屬性：廣告與平台不一致，表示沒有相關。針對此點未來研究的建議為何？最後的研究建議需再加強</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	8
專題題目	YouTuber 的經營模式及未來發展性之研究		
審查意見： 此專題僅用”文獻探討”來做為研究方法，而 P.6 參考文獻卻只有少數連結。在尋找答案的過程和內容準備上，皆顯不足。			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	9
專題題目	電商設立實體店面之消費意願-以蝦皮「電」到「店」為例		
<p>審查意見:</p> <p>研究目的為了解“蝦皮顧客的消費型態和習慣”，但問卷回覆中有78%的受訪者皆為女性，抽樣太過偏斜，也影響了最後的結論.</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	10
專題題目	影響消費者使用外送平台因素之探討		
<p>審查意見:</p> <p>研究結論並沒有回答原本設定的研究目標!</p> <p>研究目標為: 消費者對各平台的使用感受如何? 找出什麼服務指標對滿意度和訂購頻率有顯著影響?-->但文中皆沒有回答, 只有簡單的重要.普通.不重要的百分比分布. 再來, 樣本數 108 份, 無法形成有效抽樣.</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	11
專題題目	疫情下宅經濟之研究-foodpanda		
<p>審查意見:</p> <p>研究目的為了解 FoodPanda 的行銷策略, 其中 4P 中的 Place 通路 (P.6) 同學寫了 1. 與知名明星合作 2. 電視廣告 3. 網路, 為明顯錯誤.</p> <p>SWOT analysis 在撰寫時, 最好要有預設假想敵! 若 FoodPanda 最大的競爭對手為 UberEat. FoodPanda 和他相比其優勢和劣勢到底為何? P.5 針對 FoodPanda 寫的優/劣勢, 是否也適用於 UberEat? 如果是, 代表沒有深度思考最核心的競爭差異. 思考點: 如果今天命題為: 請寫出“二家”的 SWOT, 同學會如何下筆?(可以與第 12 組同學討論, 他們有用心寫 SWOT)</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	12
專題題目	探究使用音樂平台免費與付費市場之研究-以 Spotify、KKBOX、Apple Music 為例		
<p>審查意見:</p> <p>第 12 組的專題內容和簡報技巧為 12 組內最佳團隊. 原因:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 內文切題, 研究目的和結論相符 2. 統計內容和分析較完整 3. 上台簡報用心準備 <p>在研究建議的部份, 消費者不願意購買付費平台很大的原因是”使用頻率低”. 同學則建議以使用次數計費. 評審的看法是: 現代人生活忙碌, 計次計價過於複雜. 若採”影音結合”的方式, 例 KKTV +KKBOX, 讓消費者產生綜合的使用頻率, 也許是一個思考點。相信你們在專題花了很多時間, 但貴組的收穫也是最多的。簡報者的言談之間, 透露了對此主題的熱愛和好奇心, 請保持下去。</p>			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	1
專題題目	疫情下的 LINE 使用行為分析之研究		
<p>審查意見:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 題目契合目前消費趨勢,提供之建議足以為業者參考. 2. 未說明發放問卷的方式,如透過什麼社團或什麼方式發送 GOOGLE 表單. 3. 樣本族群的比例不適合推論到母體,因為是採便利抽樣. 4. 應可以進一步分群來剖析消費行為,如男生的使用與女生有何不同? 			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	2
專題題目	以科技接受模式探討新冠肺炎對行動支付之影響		
審查意見: 1.研究架構及假說的設定是符合論文規範. 2.未呈現樣本的人口統計變數,如性別,年齡,....等基本資料. 3.未能交代假說的推論.			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	3
專題題目	YouTuber 對大眾的消費影響力之研究		
審查意見： 1.題目有趣且符合潮流 2.分析結果輔以圖形,更具閱讀性. 3.可以進一步分群來分析其消費影響力,如男生的反應可能與女生的反應是不同的.			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	4
專題題目	大學生人格特質和行為-以 Netflix 之研究		
審查意見： 1. 未能說明如何作到隨機抽樣 2. 由於有蠻多變數,建議要畫架構圖 3. 若能呈現何種人格特質的消費者在 Netflix 的觀賞行為是如何之不同,相信定更具管理意涵.			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	5
專題題目	長照結合人工智慧機器人		
<p>審查意見:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.研究架構頗完整,問項題數偏多,顯見研究之企圖心. 2.文中提及以 PEST 分析,但後續並未於此有所著墨. 3.文中提及分層隨機抽樣,但並未敘述如何執行. 			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	6
專題題目	電子商務之體驗行銷與顧客關係管理對消費者購買意願影響之研究—以蝦皮為例		
<p>審查意見:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 未說明問卷如何發放,是一大缺點. 2. 未能列出三大構面之問卷題項,實無法說明如何在購物網頁呈現體驗行銷. 3. 提供之實務性建議具參考性. 			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	7
專題題目	外送平台廣告與企業形象關聯性之研究－以 Uber Eats 與 Foodpanda 為例		
<p>審查意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.未列出問卷題項,無法精準的判讀構面的定義. 2.計算各個廣告/平台共同出線的次數,定義不清. 3.實務性結論可提供給兩家外送平台作參考. 			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	8
專題題目	YouTuber 的經營模式及未來發展性之研究		
審查意見： 1.文中所提及的“使用與滿足理論”及“SOR 理論”似乎與主題之研究無關。 2.本文之研究方法為文獻探討,但綜觀全文,似乎是實務性資料的搜集居多,並未有文獻探討之實.參考文獻亦都為網站資料.			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	9
專題題目	電商設立實體店面之消費意願-以蝦皮「電」到「店」為例		
審查意見： 1.屬實務性研究,問卷調查許多蝦皮的消費者行為,足以為業者參考. 2.建議可以用消費者的個人基本變項再與其消費行為或偏好作交叉分析,如男性消費者的偏好或滿意度可能與女性是不一樣的,這樣更能豐富研究的結果.			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	10
專題題目	影響消費者使用外送平台因素之探討		
審查意見： 1. 樣本數 108 份,過少. 2. 本問卷之區間尺度僅分為重要,普通及不重要,太簡略了. 3. 結論部分應可就重要的服務要素進行排名與分析,才能產生更豐富的實務意涵.			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	11
專題題目	疫情下宅經濟之研究-foodpanda		
審查意見： 1. 有效問卷僅有 81 份,過少. 2. 第一頁有提及要分析消費者對 foodpanda 的滿意度,但後續並未看到研究結果. 3. 本文僅是對問卷資料作分析,並未作到大數據分析(第一頁提及).			
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十三屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	B 場次	報告順序	12
專題題目	探究使用音樂平台免費與付費市場之研究-以 Spotify、KKBOX、Apple Music 為例		
<p>審查意見:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 有效問卷達 422 份,顯見研究之用心程度. 2. 未說明為何購買決策及行銷策略的填答人數都只有 241 人? 3. 研究結論具參考價值 			
備註			