

## 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 29 卷 1 期，各篇的主題簡述如下：

郭英峰、蔡宗訓之「善因行銷與正向線上口碑對無為慣性之影響-以線上購物為例」：本篇研究探討機會來源、善因行銷、以及正向線上口碑對線上購物無為慣性效果之影響，於亞馬遜人力外包平台(MTurk)進行線上實驗，並以 ANOVA 進行資料分析。研究結果顯示，當消費者錯過較佳的促銷機會後，當前的次佳促銷機會(1)來自同一購物平台的無為慣性效果，會大於不同購物平台(實驗一-分析一)；(2)使用善因行銷可以降低無為慣性效果(實驗一-分析二)；(3)來自不熟悉的網路購物平台，當消費者搜尋到其線上口碑多數是正向時，可以降低其無為慣性效果(實驗二)。本研究的結果證實，過往有關線下購物的無為慣性效果之研究結果，在機會來源方面仍然適用於線上購物。除此之外，我們將善因行銷與線上正向口碑的研究擴展至無為慣性，且發現其可以有效地降低無為慣性效果，研究結果也豐富了無為慣性的文獻。在實務上，線上購物平台業者可以進一步了解線上消費者行為，並可參考本研究結果來降低無為慣性效果，以提高經營績效。

許文錦、李牧衡、呂明聲之「運用 BERT 深度學習模型於衛教謠言檢測之研究」：本篇研究運用深度學習技術 BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers) 發展新一代衛教謠言檢測系統。實作上，首先收集包括衛福部等 15 個政府與民間單位衛教謠言資料，經資料前處理後，運用 BERT 結合 Bidirectional Long Short-Term Memory (BiLSTM) 進行模型訓練與驗證，最後將此 BERT-BiLSTM 闢謠模型佈署於 Line 聊天機器人上供使用者試用。實驗結果顯示本研究提出之 BERT-BiLSTM 模式可準確辨識出 90% 的衛教謠言，本研究結果將有助於緩解醫護人員衛教解說時間不足、與滿足民眾查證衛教資訊之需求。

李家瑩、李淑美、傅旋鈞之「遊戲好好玩!遊戲化顧客契合機制對購買意圖之影響」：本篇研究以遊戲化顧客契合體驗環境模型為理論基礎，探討電商應用程式之遊戲化顧客契合機制對於社交互動、成就、享受與顧客忠誠度的影響，並更進而探討顧客在平台購買產品之意圖。本研究以曾體驗過蝦皮遊戲之顧客為研究對象，進行問卷調查，共回收 482 份有效問卷，並以 SmartPLS 進行分析，結果顯示遊戲化顧客契合機制對於社交互動、成就與享受有正向顯著影響；成就對享受有正向顯著影響；社交互動、成就與享受分別對顧客忠誠度有正向顯著影響；顧客忠誠度對購買意圖有正向顯著影響。最後，並進一步發現顧客忠誠度可以做為社交互動、成就與享受分別影響購買意圖的中介變數。本研究之結果將有助於業者在電子商務平台中推行遊戲化策略時之參考。

陳育仁之「企業資產掏空偵測」：本篇研究主要考量企業財務結構、償債能力、經營能力、獲利能力、現金流量與成長力等財務性指標以及公司治理方面之股權結構、董監事組成、關係人交易與管理型態等非財務性指標，並經由主成分分析與逐步迴歸進行資產掏空偵測指標之建立，再整合支援向量機與改良式基因演算法進行企業資產掏空之偵測，以提供投資大眾選擇目標企業投資時之決策參考，進而降低投資者之投資風險。針對上述目的，本研究主要研究項目包括：(i) 資產掏空偵測特徵指標之建立，(ii) 資產掏空偵測方法之發展以及(iii) 資產掏空方法之驗證與評估。

總編輯

范錚強 教授

資訊管理學系

國立中央大學

台灣，桃園

2022 年 1 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 29, No 1 contains four papers from various areas, as follows: Kuo, Y.F. & Tsai, T.H "Impact of cause-related marketing and positive online word-of-mouth on inaction inertia - A case of online shopping." Hsu, W.C., Lee, M.H. & Lyu, M.S "A study on using BERT to identify health care rumors." Li, C.Y., Lee, S.M., & Fu, H.C. "Game is so Fun! The Influence of Gamified CE Mechanism on Purchase Intention." Chen, Y.J "Fraud detection for corporate asset misappropriation."

Chief Editor,  
Farn, Cheng-Kiang,  
Professor,  
National Central University, Taiwan  
January, 2022