

姓名	唐嘉偉		
學歷	大學	義守大學	系所 國際商務學系
	碩士	義守大學	系所 管理研究所
	博士	國立高雄科技大學	系所 管理研究所博士
聯絡電話	(H) : (06) 9264115 轉 5522		
電子郵件	jiawei@gms.npu.edu.tw		
學術專長	消費者行為、流通管理、數位行銷、行銷科技、多屬性決策模式、決策分析		
任教科目	消費者行為、零售管理、流通管理、虛實整合通路管理、行銷科技與數位行銷		
經歷	服務機關與學校	職務	起訖年月日
	國立澎湖科技大學 (行銷與物流管理系)	專任副教授	2018/08/01 至今
	國立澎湖科技大學 (行銷與物流管理系)	系主任	2020/02/01 至 2026/01/31
	國立澎湖科技大學 (教務處 教學資源中心)	教資中心主任	2016/08/01 至 2018/01/31
	國立澎湖科技大學 (行銷與物流管理系)	專任助理教授	2014/08/01 至 2018/07/31
	國立澎湖科技大學 (行銷與物流管理系)	專案助理教授	2013/09/12 至 2014/07/31
獲獎事項	(1) 國立澎湖科技大學 104 學年度 教學優良教師 (2) 國立澎湖科技大學 103 學年度 優良導師 (3) 國立澎湖科技大學 103 學年度 輔導績優導師 (4) 103 年度－105 年度 教育部大專院校實施特殊優秀人才彈性薪資		
政府機關計畫	(1) 114 年度國科會計畫：建構全通路零售媒體網絡配置之綜合型多準則決策分析模式:基於任務-科技適配模型與媒體豐富度理論，執行期間 2025/08/01－2026/07/31。 (2) 澎湖縣 113 年度中高齡者求職取向及需求委託調查實施計畫，澎湖縣政府，計畫主持人，執行期間 2024/04/24－2024/11/23。 (3) 澎湖縣 113 年身心障礙者生活需求調查實施計畫，澎湖縣政府，協同計畫主持人，執行期間 2024/07/02－2024/12/31。		

- (4) 112 年度國科會計畫：後疫時代離島地方品牌之重塑再造：地方農漁業產製銷系統及虛實通路整合管理之多準則決策模式建構，國科會，計畫主持人，執行期間 2023/08/01－2024/07/31。
- (5) 111 年度教學實踐研究計畫：運用 TBL-PBL 模式及 ARCS 動機模式建構線上整合線下(OMO)混成教學情境：以媒體豐富度理論與社會臨場感理論作為觀點，教育部，計畫主持人，執行期間 2022/08/01－2023/07/31。
- (6) 110 年度科技部計畫：建構離島零售通路採用行動支付之關鍵影響因素多準則決策模型：以延伸型整合科技接受模式與價值共創觀點作為應用，科技部，計畫主持人，執行期間 2021/08/01－2022/07/31。
- (7) 110 年度教學實踐研究計畫：應用合作學習策略及同儕互評機制對於科技大學生學習投入與心流體驗之成效影響，計畫主持人，教育部，執行期間 2021/08/01－2022/07/31。
- (8) 109 年度學界協助中小企業科技關懷計畫：海洋島嶼產業轉型升級與復甦振興，經濟部技術處，計畫主持人，執行期間 2020/06/01－2020/12/13。
- (9) 108 年度教學實踐研究計畫：跨領域情境教學及學生人格特質對於校外實習成效與就業能力培養之關聯性研究：以離島科技大學為例，教育部，計畫主持人，執行期間 2019/08/01－2020/07/31。
- (10) 108 年澎湖縣身心障礙者生活需求調查實施計畫，澎湖縣政府社會處，共同主持人，執行期間 2019/06/16－2019/12/15。
- (11) 108 年樂活澎湖二重奏－校園食安紮根暨社區銀髮健康教育推廣計畫，教育部，共同主持人，執行期間 2018/01/01－2018/12/31。
- (12) 107 年農村再生新農業示範計畫－澎湖高麗菜酸產業化計畫，行政院農業委員會，共同主持人，執行期間 2018/02/01－2018/12/31。
- (13) 107 年度委託辦理澎湖優鮮團購活動推廣，澎湖縣政府農漁局，計畫主持人，執行期間 2018/10/01－2018/12/31。
- (14) 深耕、創新、永續：建構離島社會發展新典範（3/3），科技部，共同計畫主持人，執行期間 2018/01/01－2018/12/31（編號：MOST 105-2420-H-346-003，三年期計畫）。
- (15) 深耕、創新、永續：建構離島社會發展新典範（2/3），科技部，共同計畫主持人，執行期間 2017/01/01－2017/12/31（編號：MOST 105-2420-H-346-002，三年期計畫）。
- (16) 「106 年失業者職業訓練計畫」微型流通企業創業人才訓練實務班，澎湖縣政府，共同計畫主持人，執行期間 2017/03/14－2017/12/31。
- (17) 離島地方特色產品行銷通路佈建之圖像化動態決策模式，科技部，計畫主持人，執行期間 2016/08/01－2017/07/31（編號：MOST 105-2410-H-346-005）。
- (18) 「105 年失業者職業訓練計畫」門市服務人員訓練實務班，澎湖縣政府，共同計

	<p>畫主持人，執行期間 2016/07/25 – 2016/09/15。</p> <p>(19) 深耕、創新、永續：建構離島社會發展新典範 (1/3)，科技部，共同計畫主持人，執行期間 2016/01/01 – 2016/12/31 (編號：MOST 105-2420-H-346-001，三年期計畫)。</p> <p>(20) 財政部南區國稅局澎湖分局為民服務意見調查，財政部南區國稅局澎湖分局，計畫主持人，執行期間 2016/04/01 – 2016/08/31。</p> <p>(21) 利用模糊關聯認知地圖模式建構離島免稅購物商店之通路夥伴關係管理，科技部，計畫主持人，執行期間 2015/08/01 – 2016/07/31。</p>
產學合作計畫	<p>(1) 金屬扣件產業綠色生產轉型之綠色營運工作圈，工研院，計畫主持人，執行期間 2025/08/01 – 2025/12/31。</p> <p>(2) 機械設備製造工作效能提升之精實管理服務計畫，工研院，計畫主持人，執行期間 2025/03/01 – 2025/09/30。</p> <p>(3) 金屬產業綠色行銷暨數位轉型服務研究計畫，工研院，計畫主持人，執行期間 2024/05/01 – 2024/10/31。</p> <p>(4) 澎湖地區低碳綠能多元問卷調查試驗計畫，台灣電力公司，協同主持人，執行期間 2022/02/14 – 2022/08/14。</p> <p>(5) 規劃馬公第二、三漁港各類船舶停泊區域方案，台灣整合防災工程技術顧問有限公司，計畫主持人，執行期間 2018/10/01 – 2018/11/30。</p> <p>(6) 智慧透明顯示系統應用之問卷調查，工業技術研究院，計畫主持人，執行期間 2017/04/01 – 2017/06/30。</p> <p>(7) 澎湖郵局滿意度改進調查計畫，中華郵政澎湖郵局，計畫主持人，執行期間 2016/04/01 – 2016/07/31。</p> <p>(8) 澎湖郵局滿意度問卷調查計畫，中華郵政澎湖郵局，，2015/06/01 – 2015/11/30，計畫主持人。</p>
產業/學術服務	<p>(1) 擔任國際期刊 Transportation Business & Management 審查委員</p> <p>(2) 擔任國際期刊 Financial Innovation 審查委員</p> <p>(3) 擔任國際期刊 Consumer Behavior in Tourism and Hospitality 審查委員</p> <p>(4) 擔任國際期刊 Journal of Financial Services Marketing 審查委員。</p> <p>(5) 擔任國際期刊 Financial Innovation 審查委員。</p> <p>(6) 擔任國際期刊 Computational and Mathematical Organization Theory 審查委員。</p> <p>(7) 擔任國際期刊 Mathematical Problems in Engineering 審查委員。</p> <p>(8) 擔任國際期刊 Journal of Retailing and Consumer Services 審查委員。</p> <p>(9) 擔任國際期刊 Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics 審查委員。</p> <p>(10) 擔任國際期刊 Journal of Small Business Management 審查委員。</p> <p>(11) 擔任國際期刊 Telecommunication Systems 審查委員。</p> <p>(12) 經濟部商業發展署服務業創新研發計畫 (SIIR) 審查委員。</p> <p>(13) 澎湖縣地方產業創新研發推動計畫(地方型 SBIR)審查委員。</p>

	(14) 勞動部勞動力發展署高屏澎東分署「多元就業開發方案」諮詢輔導委員、訓練課程講師。
專業證照	<p>一、國內證照</p> <p>(1) EEC 系列-企業電子化助理規劃師／證照編號：AP-21481-0209</p> <p>(2) EEC 系列-企業電子化規劃師(一級)／證照編號：EP-00606-0103</p> <p>(3) TBSA 商務企劃能力初級檢定／證照編號：B1200315</p> <p>(4) TBSA 商務企劃能力進階檢定／證照編號：A1400088</p> <p>(5) TQCDK-電子商務概論／取得日期 2011 年 5 月</p> <p>(6) 中華民國技術士（門市服務乙級）／證號：181-001836</p> <p>(7) 初級物流運籌人才－物流管理／物協證字第（物）20140866</p> <p>(8) 初級物流運籌人才－倉儲與運輸管理／物協證字第（倉）20140107</p> <p>(9) 食品安全管制與採購管理師證書／食安鏈字第 D1090507063008 號</p> <p>(10) 流通冷鏈管理師／證號：DC20200206</p> <p>二、國際證照</p> <p>(1) Strategy Dynamics Associate Analyst (SDA21011T)（發照機構: iiLABs）</p> <p>(2) International Introductory Award in Customer Service(011110/8415-75/820224/RJY2227/M/11/11/81)（發照機構: The City and Guilds of London Institute）</p> <p>(3) International Introductory Award in Selling(011110/8416-76/820224/RJY2227/M/11/11/81)（發照機構: The City and Guilds of London Institute）</p> <p>(4) ISO 10002 Quality Management – Customers Satisfaction – Guidelines for Complaints Handling in Organization Implementation Training Course (2015/IN15256S/12020)（發照機構: SGS）</p> <p>(5) Qualicert Service Certification Course Mystery Shopper (2015/IN15256S/11029)（發照機構: SGS）</p>
研究期刊著作	<p>(1) Tsai, P. H., Hsieh, M. C., & Tang, J. W. (2025). Utilising podcast digital content marketing to influence consumer purchasing behaviour on e-commerce platform: A study on social presence and media richness theories. <i>Electronic Commerce Research and Applications</i>, 101529.</p> <p>(2) Tsai, P. H., & Tang, J. W. (2025). Creating an operational evaluation model for catering delivery platforms using an expanded BOCR theory. <i>Research in Transportation Business & Management</i>, 59, 101267.</p> <p>(3) Tsai, P. H., Tang, J. W., & Ou, M. L. (2024). Applying the extended UTAUT-2 to assess the factors contributing to consumers' usage intention towards over-the-top video streaming platforms. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i>, 81, 103995.</p> <p>(4) Tang, J. W., & Tsai, P. H. (2024). Exploring critical determinants influencing businesses' continuous usage of mobile payment in post-pandemic era: Based on the</p>

- UTAUT2 perspective. *Technology in Society*, 77, 102554. (SSCI)
- (5) Tang, J. W., & Tsai, P. H. (2024). An Empirical Study of Sustainable Development Model for Recreational Fishery Based on Multiple Perspectives. *International Journal of Tourism Research*, 26(5), e2754. (SSCI)
- (6) Wu, J. C., Tsai, P. H., Tang, J. W., & Chen, C. J. (2024). Do Store and Brand Attachments Influence Customer Loyalty? Evidence From Migrant Workers in Taiwan. *SAGE Open*, 14(1), 21582440241234794. (SSCI)
- (7) Tsai, P. H. & Tang, J. W. (2023). Consumers' switching intention towards E-commerce platforms' store-to-store pickup services: The application of the extended PPM model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103535. (SSCI)
- (8) Tsai, P. H., Kao, Y. L., & Tang, J. W. (2023). Key factors influencing mass willingness to use CESPs under green concept: ECOCO smart recyclers as a case study. *Technological Forecasting and Social Change*, 195, 122796. (SSCI)
- (9) Hsu, T. H., Tang, J. W., & Chen, C. H. (2023). An SEM-ANP multi-criteria evaluation model for mobile advertising that affect purchase intentions: Perspectives on the values of context awareness and flow experience. *Journal of Promotion Management*, 29(3), 383-404. (Scopus)
- (10) Kuo, S. Y., Kao, Y. L., Tang, J. W., & Tsai, P. H. (2023). Impacts of emotional regulation, adaptive selling and customer-oriented behavior on sales performance: the moderating role of job resourcefulness. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(5), 1075-1092 (SSCI)
- (11) Tsai, P. H., Tang, J. W., & Chen, C. J. (2022). Partnerships that go places: How to successfully market products from vendor partners at retail stores from the vendors' perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102806. (SSCI)
- (12) Chen, C. J., Tsai, P. H., & Tang, J. W. (2022). How informational based readiness and social influence affect usage intentions of self-service stores through different routes: an elaboration likelihood model perspective. *Asia Pacific Business Review*, 28(3), 1-42. (SSCI)
- (13) Tang, J. W., Chen, C. J., & Tsai, P. H. (2022). Development of hybrid fuzzy multi-criteria decision approach to evaluate key factors for marketing strategic alliance formation based on multiple theories. *Managerial and Decision Economics*, 43(1), 241-261. (SSCI)
- (14) Tsai, P. H., Chen, C. J. and Tang, J. W. (2021). Key factors influencing talent retention and turnover in convenience stores: A comparison of managers' and employees' perspectives. *SAGE Open*, 11(4), 1-20. (SSCI)
- (15) Hsu, T. and Tang, J. W. (2020). Development of hierarchical structure and analytical model of key factors for mobile app stickiness. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(1), 68-79. (SSCI)
- (16) Hsu, T. and Tang, J. W. (2019), Applying fuzzy LinPreRa cognitive map to evaluate strategic alliance partnerships for outlying island duty-free shop, *Asia Pacific Journal*

	<p><i>of Marketing and Logistics</i>, 31(4), 730-758.</p> <p>(17) 唐嘉偉、薛巧柔，2018年，應用方法一目的鏈探究澎湖島嶼目的地意象與地方品牌建立，行銷評論，第15卷，第1期，133-165頁。</p> <p>(18) Tang, J. W. and Hsu, T. H. (2018), Utilizing the Hierarchy Structural Fuzzy Analytical Network Process Model to Evaluate Critical Elements of Marketing Strategic Alliance Development in Mobile Telecommunication Industry, <i>Group Decision and Negotiation</i>, 27: 251-284. (https://doi.org/10.1007/s10726-018-9554-1) (SSCI)</p> <p>(19) Tang, J. W. and Hsu, T. H. (2015, Sep). A fuzzy preference relations model for evaluating key supplier relationships in TFT-LCD TV panel manufacturing industry. <i>Management Decision</i>, 53(8), 1858-1882. (SSCI)。</p> <p>(20) 徐村和、唐嘉偉，2014年，顧客關係管理策略發展分析模式，管理評論，第33卷，第1期，1-17頁。(TSSCI)</p> <p>(21) Hsu, T. H., Hung, L. C. and Tang, J. W. (2012), The Multiple Criteria and Sub-Criteria for Electronic Service Quality Evaluation: A interdependence perspective, <i>Online Information Review</i>, 36(2), 241-260. (SSCI)</p> <p>(22) Hsu, T. H., Hung, L. C. and Tang, J. W. (2012). An Analytical Model for Building Brand Equity in Hospitality Firms, <i>Annals of Operations Research</i>, 195(1), 355-378. (SCI)</p> <p>(23) Hsu, T. H., Hung, L. C. and Tang, J. W. (2012). A Hybrid ANP Evaluation Model for Electronic Service Quality, <i>Applied Soft Computing</i>, 12(1), 72-81. (SCI)</p> <p>(24) 許麗玲、徐村和、唐嘉偉、陳嘉奇，2011年，「社會影響與社群特性對於部落客任務價值及 Blog 持續使用意圖之影響」，電子商務學報，第13卷，第4期，781-816頁。(TSSCI)</p> <p>(25) Hsu, T. H. and Tang, J. W. (2011). A Model of Marketing Strategic Alliance to Develop Long-Term Relationship for Retailing, <i>International Journal of Business and Information</i>, 5(2), 151-172. (ABI/Inform)</p> <p>(26) 許麗玲、徐村和、唐嘉偉、梁智勇，2010年，「Blog 體驗價值對使用者持續使用意向之研究」，資訊管理學報，第17卷，第4期，89-118頁。(TSSCI)</p>
<p>研討會論文著作</p>	<p>(1) Tang, J. W., Tsai, P. H., & Kuo, S. Y. (2024). The Role of Media Richness Theory and Task-Technology Fit Model: A Comprehensive Analysis of Strategic Pillars for E-Commerce Optimization. 20th Academy of Innovation, Entrepreneurship, and Knowledge (ACIEK) Conference, 4-6 June, Paris, France.</p> <p>(2) Tsai, P. H., & Tang, J. W. (2023). Developing an operational evaluation model for catering delivery platforms using an expanded BOCR theory: A hybrid multi-attribute decision-making approach. 7th World Research Summit for Hospitality and Tourism. 8-11 December, Florida, USA.</p> <p>(3) Tang, J. W., & Tsai, P. H. (2023). Are business owners willing to use mobile payment services in the post-pandemic period? Analysis using the extended UTAUT and MCDM model. 18th Academy of Innovation, Entrepreneurship, and Knowledge (ACIEK) Conference, 21-23 June, Pozuelo de Alarcón.</p>

- (4) Hsu, T. H. & Tang, J. W. (2022). Establishing a Brand Resonance Evaluation Model for Franchise Convenience Stores based on Consumer-Based Brand Equity. The 16th ACIEK Academy Conference. Greening, Digitizing and Redefining Aims in an Uncertain and Finite World, June 28-30, 2022, Virtual.
- (5) Tang, J. W., Hsu, T. H., Tsai, P. H. & Chen, C. H. (2021). Exploring key factors for the sustainable development of Penghu's recreational fishery: Service-dominant logic and consumer value co-creation. The 14th ACIEK Academy Conference. Innovation, Management And Governance For Sustainable Growth, June, 14-16, 2021, Virtual.
- (6) Tang, J. W. & Hsu, T. H. (2019), Exploring Destination Image of Outlying Island Agriculture from Service-Dominant Logic Perspective, 2019 Academy of Marketing Science World Marketing Congress, The University of Edinburgh, Edinburgh, Scotland, U.K., July 9-12. (獲科技部專題研究計畫出席國際學術會議補助，補助文號：MOST 108-2914-I-346-002-A1)
- (7) Hsu, T. H. & Tang, J. W. (2018), Development of Hierarchical Structure and Analytical Model of Key Factors for Mobile App Stickiness, 8th Global Innovation and Knowledge Academy (GIKA), Valencia, Spain, June 25-27.
- (8) Tang, J. W. & Hsu, T. H. (2017), Establishing Channel Partnership for Outlying Island Duty-Free Shop by Using the Fuzzy Cognitive Map Model, 2017 Summer AMA Conference, San Francisco, U.S.A., CA on August 4-6, 2017.