

姓名：劉財龍

職稱：副教授

分機：2123

聯絡信箱：jasonliu@tajen.edu.tw



學歷

義守大學管理學博士

美國Azusa Pacific大學企業管理碩士

經歷

大仁科技大學人力資源發展處處長

秘書室稽核組組長

研究發展處企劃組組長

行政院勞動部勞動力發展署人才發展品質管理系統(TTQS)評核委員

嘉豐冷凍冷藏股份有限公司外銷事業處副總經理、管理部經理

燦坤集團股份有限公司經營管理部副理、總經理室專員

專長領域

行銷管理

策略管理

消費者行為

行銷研究

企業經營模擬

人力資源管理

專業證照

- ◆ 服務品質管理師(SQMM)甲級證照
- ◆ 顧客關係管理師(CRMM)甲級證照
- ◆ 文創產業行銷策略管理師(CCIMKTM)甲級證照
- ◆ 創業管理(EMM)甲級證照
- ◆ 綠色管理師(GMM)甲級證照
- ◆ 觀光餐旅人力資源管理師(THHRM)甲級證照
- ◆ 觀光休閒經營管理師(TLMM)甲級證照
- ◆ 餐飲衛生安全管理師(FHSAFM)甲級證照
- ◆ 旅館管理師(HOTMM)甲級證照
- ◆ 餐飲服務管理師(HOSSM)甲級證照
- ◆ 餐飲管理師(RESMM)甲級證照
- ◆ 創新商品行銷企劃師乙級證照
- ◆ 顧客關係管理企劃師乙級證照
- ◆ 創意創新創意企劃師乙級證照
- ◆ 社群經營管理師乙級證照
- ◆ 企業財務企劃師乙級證照

國科會研究計畫、產學計畫

1. 顧客服務制度建立及行銷推廣輔導，仁合計畫案，108 仁合108045，2019/10/1~2020/5/31，計畫主持人。
2. 中臺灣產業幸福科技化之研究與調查，企業委訓計畫案，2013/9/4~2013/12/20，協同計畫主持人。
3. 102年墾丁春天音樂活動遊客、居民及商家意向訪問調查計畫，政府產學計畫案，2013/3/12~2013/9/30，協同計畫主持人。
4. 紅豆晶Q品牌行銷計畫，政府產學計畫案，2012/5/1~2012/10/31，計畫主持人。
5. 100年度教育部特色典範-子計畫2雲端行動商務實驗室，教育部計畫型獎助案，2011/3/18~2011/12/10，協同計畫主持人。
6. 價格策略與提升顧客購買意願之教育訓練，企業產學計畫案，仁合98059，2009/9/29~2010/7/31，計畫主持人。

7. 行政院勞委會職訓局98學年度流通業人才培育就業學程計畫，政府部會其他案，2010/7/1~2011/8/31，計畫主持人。
8. 企業策略聯盟之形成動機、夥伴選擇、統治機制及價值創造：經濟、社會及政治理性觀點之比較性研究，企業產學計畫案，仁研98021，2009/5/4~2009/11/30，計畫主持人。
9. 行動商務便利性與知覺風險對行為意圖之影響：以行動電話為例，企業產學計畫案仁研98100，2009/5/4~2009/11/30，計畫主持人。
10. 量販店商店形象與服務補救對顧客滿意之影響，企業產學計畫案，仁研98101，2009/5/4~2009/11/30，計畫主持人。
11. 百貨公司價格促銷對行為意圖之影響--知覺風險之干擾效果，企業產學計畫案，仁研98102，2009/5/4~2009/11/30，計畫主持人。
12. 行政院勞委會職訓局98學年度流通業人才培育就業學程計畫，政府部會其他案，2009/7/1~2010/8/31，計畫主持人。
13. 行動商務便利性對消費者購買意願之研究，企業產學計畫案，仁合96011，2007/8/1~2008/7/31，計畫主持人。
14. 商店形象與顧客滿意指標之建構及改善，企業產學計畫案，仁合96015，2007/9/12~2008/3/31，計畫主持人。
15. 價格策略對顧客購買行為之分析，企業產學計畫，企業產學計畫案，仁合96025，2007/10/11~2008/5/31，計畫主持人。

期刊論文發表(2000~)

1. 郭嘉珍、劉財龍，2021 社會責任與品牌形象對購買意願之影響，大仁學報，第五十五期，頁 17-35。
2. 郭嘉珍、劉財龍，2020 工作壓力與休閒參與對工作滿意度之影響，大仁學報，第五十四期，頁 101-124。
3. 郭嘉珍、劉財龍，2019。消費者認知與善因行銷對購買意願之影響，大仁學報，第五十三期，頁 1-25。
4. 郭嘉珍、劉財龍，2019。正念對員工創造力之影響，大仁學報，第五十三期，頁 51-71。
5. 郭嘉珍、劉財龍，2017。人格特質與知覺風險對網路團購意願之影響，大仁學報，第五十一期，頁 91-112。
6. 劉財龍、郭嘉珍，2016。量販店價格促銷對購買意願之影響，大仁學報，第四十九期，頁 83-107。
7. Lee, Y. K., Liu, T. L., Chung F. T., and Ho, H. H. 2015. Investigating the Role of Government Policy and the Environment on Locals' Loyalty to Spring Music Festivals, *Contemporary Management Research*, 11(1): 33-52.
8. 劉財龍，2014。遊憩吸引力與遊憩衝突對旅遊行為意圖之影響--以民營觀光遊樂業為例，人文數位與創意創新管理國際期刊，第二卷，第二期，頁 57-92。

- 9.劉財龍，2013。提升便利商店商店形象之研究，大仁學報，第四十三期，頁 41-62。
- 10.劉財龍、郭嘉珍，2013。量販店服務價值之研究，大仁學報，第四十三期，頁 81-102。
- 11.劉財龍、郭嘉珍，2013。遊客行為意圖之研究：以主題樂園為例，大仁學報，第四十二期，頁 31-48。
- 12.劉財龍，2013。生活百貨業顧客滿意之研究：以宜家家居為例，大仁學報，第四十二期，頁 49-66。
- 13.劉財龍，2012。手機產業品牌形象之研究，大仁學報，第四十期，頁 75-100。
- 14.劉財龍、郭嘉珍，2012。服務業顧客價值構念之研究，企業管理學報，第九十二期，頁 39-62。
- 15.劉財龍、郭嘉珍，2011。知識移轉績效之前因及其對顧客資本之影響，企業管理學報，第九十一期，頁 29-73。
- 16.劉財龍，2011。強化零售業顧客資本之研究，大仁學報，第三十八期，頁 69-86。
- 17.劉財龍，2010。百貨公司價格促銷對行為意圖之影響：知覺風險之干擾效果，中華管理學報，第十一卷，第四期，頁 1-36。
- 18.劉財龍，2010。行動商務便利性與知覺風險對行為意圖之影響：以行動電話為例，電子商務學報(TSSCI)，第十二卷，第四期，頁 739-774。
19. Liu, T. L. 2010. Moderating influence of perceived risk on relationships between extrinsic cues and behavioral intentions. *The Journal of Global Business Management*, 6(2): 75-89.
- 20.劉財龍，2009。價格保證與便利性對購買意願之影響：以零售業為例，行銷評論，第六卷，第四期，頁 547-588。
- 21.劉財龍，2009。經濟理性觀點之中小企業策略聯盟夥伴選擇行為對價值創造之影響：統治機制之干擾效果，中華管理學報，第十卷，第一期，頁 57-92。
- 22.劉財龍，2009。商店形象與服務補救對顧客滿意之影響：以量販店為例，輔仁管理評論，第十六卷，第二期，頁 119-158。
- 23.劉財龍，2008。產品來源國形象、廣告訊息內容及消費者知覺價格對消費者購買行為之影響：以行動電話品牌為例，中華管理學報，第九卷，第四期，頁 27-58。
- 24.劉財龍，2008。社會理性觀點之中小企業策略聯盟夥伴選擇行為對價值創造之影響：統治機制之干擾效果，經營管理論叢，第四卷，第二期，頁 65-99。
- 25.郭嘉珍、劉財龍，2008。交易成本理論：回顧與未來方向，大仁學報，第三十三期，頁 15-34。
26. Lee, Y. K., and Liu, T. L. 2008. The effects of innovation diffusion on customer loyalty, *The Business Review*, 10(1): 254-262.
- 27.Liu, T. L., and Kuo, C. C. 2008. Impacts of knowledge integration on new product development. *The Journal of Global Business Management*, 4(1): 27-38.
- 28.劉財龍，2007。百貨公司服務補救與顧客滿意之研究，大仁學報，第三十一期，頁 1-26。
- 29.劉財龍、李耀奎，2007。價格促銷與顧客知覺價值之研究：以西式速食業為例，大仁學報，第三十一期，頁 43-67。

30. Liu, T. L. 2007. International strategic alliance: past research and future directions. *Journal of International Management Studies*, 2(2): 66-77.
31. Liu, T. L. 2007. Knowledge transfer: Past researches and future directions. *The Business Review*, 7(1): 273-281.
32. Liu, T. L. 2007. International diversification: Past research and future direction. *The Journal of Global Business Management*, 3(1): 200-210.
33. Liu, T. L. 2007. Impacts of product country image, consumer perceived pricing, and advertising information content on consumer purchase behavior: The linkage among international product, pricing, and advertising strategy. *Journal of International Management Studies*, 2(1): 22-36.
34. Liu, T. L. 2006. Impacts of country-of-origin image, price level, and advertising information content on consumer purchase behavior. *The Journal of Global Business Management*, 2(3): 177-188.
35. Liu, T. L. 2006. Business environment of host country, strategic transition of MNC, and foreign subsidiary performance. *The Business Review*, 6(2): 286-295. (Listing in ABI/INFORM, EBSCO, CABELL'S and ULRICH'S DIRECTORIES)
36. 劉財龍、李耀奎，2006。量販店商店形象與顧客再購意願之研究，大仁學報，第二十九期，頁 203-225。
37. Liu, T. L., and Kuo, C. C. 2006. Reducing agency problem and improving organizational value-based decision-making model of inter-organizational strategic alliance. *Computational Economic: A Perspective from Computational Intelligence*, Hershey, PA: Idea Group Inc, 1(1): 290-307.
38. Liu, T. L. 2005. Impacts on improvement of organizational synthetic value caused by social network relationship. *The Journal of American Academy of Business*, 6(1):102-109. (Listing in ABI/INFORM, EBSCO, and CABELL'S DIRECTORIES)
39. 劉財龍、譚大純，2004。知識管理電子化對提昇顧客關係管理品質之影響，電子商務研究，第二卷，第四期，頁 401-423。
40. Liu, T. L. 2004. Enhancement of customer network relationship via governance mechanism of inter-organizational core resource and core knowledge strategic alliance. *The Journal of American Academy of Business*, 5(1): 220-229. (Listing in ABI/INFORM, EBSCO, and CABELL'S DIRECTORIES)

國內/國際學術研討會發表 (近五年)

1. 郭嘉珍、劉財龍，2021。便利商店服務價值因素之差異研究，2021 全球商業經營管理學術研討會。
2. 郭嘉珍、劉財龍，2020。企業社會責任與品牌形象對購買意願之影響，2020 全球商業經營管理學術研討會。
3. 郭嘉珍、劉財龍，2019。Effects of Total Quality Management Implementation and Supply Chain Management Capability on Customer Capital，2019 全球商業經營管

理學術研討會。

4.郭嘉珍、劉財龍，2019。遊憩涉入對重遊意願之影響：以主題樂園為例，2019 全球商業經營管理學術研討會。