

『顧客滿意學刊』文稿規定

一、章節

論文章節之編號以壹、一、(一) 1. (1) a.(a)為序。論文內容依序為中英文論文題目、中英文摘要與關鍵字、正文、註解、參考文獻、附錄，說明如下。

中文稿

大段落之標明(Level one heading)應置於每行正中央，如下：

壹、緒論(16 級)

中段落之標明(Level two heading)應置於每行之最左方，如下：

一、品牌策略(12 級)

小段落之標明(Level three heading)應置於每行之最左方，如下：

(一)企業品牌導向(12 級)

其他更小層級請按：(12 級) 1. (1) a. (a) 等順序排列。

英文稿

(Level one heading)

1. Introduction (16 Times New Roman)

(Level two heading)

1.1 Research Design (12 Times New Roman)

(Level three heading)

1.1.1 Instrument (12 Times New Roman)

二、圖表

- (一) 圖表製作以簡明為原則，表格標題置於表之上方並置中，圖標題置於圖之下方並置中，並以阿拉伯數字區分不同的圖、表。
- (二) 對圖、表內容（如表中之符號）做簡要說明時，請置於圖、表下方。
- (三) 太過細節與繁多之圖表請放在附錄。
- (四) 文章或表、圖中，數字中若出現小數點，請一律四捨五入進至小數點第二位。

範例：

表 1 能力衡量指標表

成本管理能力衡量指標	製程觀點 點權重	排序	工程觀點 點權重	排序	彙總權重	排序
價格	0.42	2	0.47	2	0.46	2
財務能力	0.58	1	0.53	1	0.54	1
C.R.值	0.00 < 0.10		0.00 < 0.10		0.00 < 0.10	

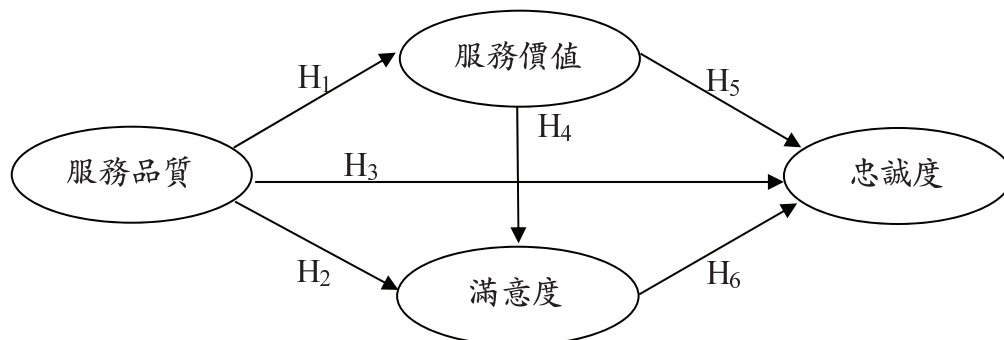


圖 1 本研究觀念性架構

三、註釋

- (一) 文中所有參考文獻請以()表示，在()內寫明文獻作者及年代，如(Porter, 1980)、(Porter et al., 1980) 或 (池文海, 2002)、(池文海等人, 2002)。文中若有註腳，英文稿請以阿拉伯數字標名於文字的右上方；中文稿請以〔 〕表示，在〔 〕中寫“註”及“編號”，並將註腳內容集中於文末，參考文獻之前。

(二) 文中提及參考文獻，若作者有三人以上(含三人)，第一次提及時必須寫出三人所有的 Last Name (英文)或姓(中文)，第二次提及則只需寫第一位作者，後面兩位作者以上則以 et al.(英文)或等人(中文)呈現，四人以上以此類推。

1.英文範例：

(1) 三位作者

第一次提及：

Kuo, Temponi, and Corley (1996)

第二次提及：

Kuo et al. (1996)

(2) 四位作者

第一次提及：

Deng, Lu, Wei, and Zhang (2010)

第二次提及：

Deng et al. (2010)

2.中文範例：

第一次提及：

余泰魁、吳桂森、楊淑斐(2004)

第二次提及：

余泰魁等人(2004)

四、參考文獻

文獻之順序請依中、英文先後排序，中文按姓氏筆畫，英文按字母順序，無論中、英文之參考書目，皆以西元年標示，文獻格式列舉數例如下，以供參考。

(一) 書籍

吳必虎、顏建平、戴光全、談三平(譯)，1996，Smith, S. L. J.著，**遊憩地理學：理論與方法**，臺北市：田園。

洪順慶，2001，**行銷管理**，臺北市：新陸書局。

Bollen, K. A., 1989, **Structural Equation Modeling with Latent Variables**, New York, NY: John Wiley & Sons, Inc.

- French, W. and Bell, C. Jr., 1999, *Organization Development: Behavior Science Interventions for Organization Improvement*, 6th (Ed.), Mahwah, NJ: Prentice Hall.
- Hammer, M. and Champy, J., 1993, *Reengineering the Corporation*, London, UK: Nicholas Brealey.
- Holmes-Smith, P., 2001, *Introduction to Structural Equation Modeling Using LISREL*, Perth, Australia: ACSPRI-Winter Training Program.
- Iacobucci, D. and Swartz, T. A., 2000, *Handbook of Services Marketing and Management*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- IATA, 2006, *Simplifying the Business: 2006 StB Horizontal Campaign*, Montreal, Canada: International Air Transport Association.
- Simon, H. A., 1997, *Administrative Behavior: A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organizations*, 4th (Ed.), New York, NY: The Free Press.

(二) 書籍內文章

- Holmes, J. G. and Rempel, J. K., 1989, Trust in Close Relationships, in Hendrick, C. (Ed.), *Review of Personality and Social Psychology: Close Relationships*, 10, 187-220, Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Leventhal, G. S., 1980, What Should be Done with Equity Theory? in Gergen, K. J., Greenberg, M. S., and Willis, R. H. (Eds.), *Social Exchange: Advances in Theory and Research*, 27-55, New York, NY: Plenum.
- Prentice, R., 2003, The Distant Familiar? Young British Adults' Imaginings of Australia, in Braithwaite, R. and Braithwaite, R. (Eds.), *Riding the Wave of Tourism and Hospitality Research*, Lismore, NSW, Australia: Southern Cross University.

(三) 期刊

- 池文海、陳瑞龍，2002，運用類神經網路於醫院服務品質之研究—以花蓮地區醫院為例，*品質學報*，第九卷第一期，頁 53-81。
- 張淑青、鍾育民，2005，遊客多構面知覺價值、整體顧客價值與後續行為意圖的關係—年齡的干擾效果，*企業管理學報*，第六十七期，頁 106-136。

楊朝堂、唐資文、王美慧，2007，上海地區行動電話使用者之服務品質認知與滿意度分析，*顧客滿意學刊*，第三卷第一期，頁 1-24。

Chen, Z. and Dubinsky, A. J., 2003, A Conceptual Model of Perceived Customer Value in E-commerce: A Preliminary Investigation, *Psychology and Marketing*, 20(4), 323-347.

Cronin, J. J. Jr. and Taylor, S. A., 1992, Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.

Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. W., Sasser, W. E. Jr., and Schlesinger, L. A., 1994, Putting the Service-profit Chain to Work, *Harvard Business Review*, 72(2), 164-174.

Jarvenpaa, S. L., Tractinsky, N., and Vitale, M., 2000, Consumer Trust in an Internet Store, *Information Technology and Management*, 1, 45-71.

(四) 未發表論文

蕭煥龍，2009，*影響納稅義務人採用網路報稅行為意向之探討*，國立東華大學企業管理學系未出版碩士論文。

Lin, K. Y., 1996, *The Relationship between Attributes Having Nothing with Product Benefit, Product Classification, Amount of Information and Evaluation of the Product*, Master Thesis, Graduate Institute of Business Administration, National Taiwan University, Taipei, Taiwan, R. O. C. (Chinese).

Chen, Y. K., 1976, *A Network Approach to the Capacitated Lot-Siz Problem*, Unpublished Manuscript, The Wharton School, University of Pennsylvania, Philadelphia, PA.

(五) 學術研討會論文

池文海、黃庭鍾、關國宏，2005，品牌權益、關係品質對於顧客自發行爲及銷售績效之影響——以線性結構模式探討台灣壽險業爲例，*第二屆服務管理與創新學術研討會論文集*，頁 247-278，民國九十四年九月九、十日，澎湖：國立澎湖科技大學。

Barcia, E. and Striuli, A., 1996, Quality as a Measurement of Customer Perception and Satisfaction in Mobile TLC, *Proceeding of International Conference on Communication Technology*, 400-403, Beijing, China: IEEE Electronic Industry Publishing House.

Dorai, R. and McMurray, A., 2002, An Exploratory Study on Employee Roles as Determinants of Organizational Learning and Innovation: The Australian Experience, *Proceeding of the Third European Conference on Organizational Knowledge, Learning and Capabilities*, Athens, Greece.

(六) 報告

交通部觀光局，2006，*中華民國九十四年國人旅遊狀況調查報告*，交通部觀光局。

行政院主計處，2002，*中華民國社會指標統計*，行政院主計處。

池文海，2009，*全面品質管理推行對員工情感性承諾之研究*，國科會補助研究報告 NSC 97-2221-E-259-023。

Liu, S. S., 1984, *Product Planning and Strategy Adaptation*, Course Notes, Taipei, Taiwan, R.O.C. (Chinese).

Bullema, J. E., Hehl, C. J. G., Klomp, C., and Nederhand, B. R. P., 1994, *Total Productive Maintenance: Towards Development of a Proactive Maintenance Concept*, Technical Report, Philips.

ECSI Technical Committee, 1998, *European Customer Satisfaction Index: Foundation and Structure for Harmonized National Pilot Projects*, Report prepared for the ECSI Steering Committee.

(七) 網路資料

台灣網路資訊中心，2008，*九十七年度台灣寬頻網路使用調查報告*，台灣網路資訊中心，<http://www.twNIC.net.tw/download/200307/0801a.doc>，2008/06/12 取得。

周文卿，2007a，*2007 年台灣線上購物市場規模將達 1,855 億元*，資策會，<http://www.itis.org.tw/rptDetailFree.screen?rptidno=E862720A216E704C48257380002E6911>，2008/06/13 取得。

周文卿，2007b，*2006-2007 年台灣網路購物市場發展分析*，資策會，<http://www.itis.org.tw/rptDetailFree.screen?rptidno=BA520A257ED6E303482573030039CA98>，2008/06/12 取得。

周文卿，2007c，*2006 台灣網路購物行為分析*，資策會，<http://www.itis.org.tw/rptDetailFree.screen?rptidno=7D019360A9E991FC4825731000298BC3>，2008/06/13 取得。

(八) 上述未舉例者請類推處理。

『顧客滿意學刊』評審程序

- 一、來稿之評審由編輯委員及相關研究領域之學者擔任。
- 二、總編輯就來稿性質，諮詢各領域之編輯委員，決定評審委員。
- 三、每篇文稿至少由兩位專家學者評審，除了陳述審查意見之外，並於下述四項審查建議勾選其中一項：

- 接受
- 修正後接受
- 修正後再審(送交原審查人)
- 不宜接受

四、審查處理方式：

處 理 方 式		第 二 位 評 審 意 見			
		接 受	修正後接受	修正後再審	不宜接受
第一位評審意見	接 受	刊 登	寄回修改	寄回修改 再行複審	第三位評審*
	修正後 接 受	寄回修改	寄回修改	寄回修改 再行複審	第三位評審*
	修正後 再 審	寄回修改 再行複審	寄回修改 再行複審	寄回修改 再行複審	退 稿
	不宜 接受	第三位評審*	第三位評審*	退 稿	退 稿

* 編輯委員會得就評審意見決定是否刊登、退稿或另請第三位評審委員。

五、各項評審意見將函送投稿人，並說明處理方式。

『顧客滿意學刊』投稿規則

- 一、顧客滿意學刊（Journal of Customer Satisfaction）為具嚴謹審查制度之專業學術期刊，每年定期於三月、九月出刊兩期。
- 二、歡迎一切與顧客滿意、品質管理、行銷管理、人力資源管理、策略管理等相關領域之學術論文投稿。
- 三、來稿應未投稿於其他刊物，文稿一經採用刊登，其著作財產權屬於本學刊，除商得本學刊同意外，不得轉載於其他學術刊物。稿件投稿後，視同授權本學刊複製或儲存該論文，稿件一經接受後，本學刊擁有將該稿件轉載與儲存於網站、光碟、資料庫或發行於其它書籍、刊物、各類媒體等之權利。本學刊稿件至少經過二位審查者匿名審查。
- 四、來稿稿件請按下列順序書寫：
 - （一）來稿包括首頁、摘要頁、正文、參考文獻及附錄，並請依序編入頁碼。
 - （二）來稿首頁請載明中英文論文名稱、中英文作者姓名、中英文任職機構與職稱、通訊地址、電話、傳真、電子郵件地址。為便於匿名送審，請勿於首頁外標示作者姓名。
 - （三）摘要頁包括論文名稱、摘要及關鍵詞（中英文各一），摘要以三百字為原則，其應包含研究問題與目的、研究方法、研究發現，關鍵詞以五個為限。
 - （四）文字力求精簡，文章總頁數（含文字、圖表、參考文獻）不得超過 25 頁或文章總字數（含文字、圖表、參考文獻）不得超過 16,000 字，每超過一頁，另加收 500 元工本費。
 - （五）來稿請打字，編年請採西元。論文來稿請寄二份稿件及電子檔，另外 mail 稿件至 whchih@mail.ndhu.edu.tw，其電子檔請以 Word 6.0 或更高版本編輯，並自行留底，相關撰寫格式請參閱本刊之格式說明書。
- 五、依國際慣例，本刊不另致稿酬，出刊後致贈發表者論文抽印本 5 份。

六、論文排版後之校對，由作者負責稿件校對。

七、來稿採隨到隨審，無截稿日期之限制，歡迎各學術先進踴躍賜稿。

八、來稿請寄至：

國立東華大學企業管理學系（所）教授 池文海 博士 收

中華顧客滿意學會 總編輯

花蓮縣97401 壽豐鄉志學村大學路二段1號（國立東華大學企業管理學系）

電話：（03）8633022

網址：www.cscs.org.tw

E-mail:whchih@mail.ndhu.edu.tw

著作權授權書

一、授權內容：

以下簽名立書著作人已徵得其他共同著作人同意，將發表於「顧客滿意學刊」第____卷第____期之著作

篇 名:

無償授權中華顧客滿意學會及華藝數位藝術股份有限公司，進行數位化、重製等加值流程後收錄於資料庫，以電子形式透過單機、網際網路、無線網路或其他公開傳輸方式，提供用戶進行檢索、瀏覽、下載、傳輸、列印等。惟著作人仍保有未來集結出版、教學及網站等個人使用之權利，如：

- 一、本著作相關之商標權與專利權。
- 二、本著作之全部或部分著作人教學用之重製權。
- 三、出版後，本著作之全部或部分用於著作人之書中或論文集中之使用權。
- 四、本著作用於著作人受僱機關內部分送之重製使用權。
- 五、本著作及其所含資料之公開口述權。

二、著作權聲明：

本授權書為非專屬授權，著作人仍擁有上述著作之著作權。立書人擔保本著作係著作人之原創性著作，有權依本授權書內容進行各項授權，且未侵害任何第三人之智慧財產權。若因審稿、校稿因素導致著作名稱變動，著作人同意視為相同著作，不影響本讓與書之效力。

本人承諾本著作經 貴刊刊登後，不再以同一稿件，或將題目更改，或將內容改編，轉投其他國內、外刊物登載，如有違反，同意 貴學會得公布本人姓名並永不再接受本人投稿。

[illegible]

立書人簽章：(任一並列作者簽名即有效，但建議每人都簽)

中華民國 年 月 日

著作權諮詢電話：(02)8228-7701 分機 19、22 Email: copyright@airiti.com