



# 目錄

<b>第一章 緒論</b> .....	3
第一節 研究背景與動機 .....	3
第二節 研究目的 .....	5
第三節 研究架構與流程 .....	6
<b>第二章 文獻探討</b> .....	8
第一節 企業社會責任 .....	9
第二節 企業社會責任之演變 .....	13
第三節 企業社會責任之相關法律 .....	16
第四節 消費者的消費意願 .....	18
第五節 使用變數以及變數間的關係 .....	20
<b>第三章 研究方法與步驟</b> .....	22
第一節 研究架構 .....	22
第二節 研究便項之影響 .....	23
第三節 研究對象 .....	26
第四節 資料分析方法 .....	29
第五節 企業社會責任 .....	31
<b>第四章 實證資料研究分析與結果</b> .....	32
第一節 性別與年齡 .....	32
第二節 不同性別及年齡於基礎假設之下，企業社會責任對消費者消費意願之影響 .....	34
第三章 不同性別及年齡於進階假設之下，企業社會責任對消費者消費意願之影響 .....	42
<b>第五章 研究結論與建議</b> .....	49

第一節 研究結論 .....	50
第二節 研究建議 .....	52
第三節 研究限制 .....	53
<b>文獻探討</b> .....	<b>56</b>
<b>問卷</b> .....	<b>57</b>