【2018研討會論文格式說明】

【封面頁-請撰寫中、英文標題，作者中、英文姓名、服務單位與職稱；中文字標楷體，大小12pt ，英文Times New Roman, 12pt，單行間距，靠左對齊。不含本頁請勿超過15頁】

討好顧客還是友善社會？企業社會責任、關係投資、關係品質對顧客公民行為的影響

To please customers or to contribute to the society？The impact of corporate social responsibility, relationship investment, and relationship quality on customer citizenship behavior

吳師豪

Shih-Hao Wu

國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系副教授

Associate Professor, Marketing and Distribution Management, National Kaohsiung First University of Science and Technology

方佩云

Pei-Yun Fang

國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系碩士生(通訊作者)

Master, Marketing and Distribution Management, National Kaohsiung First University of Science and Technology (correspondence author)

摘要

中文摘要，三百字以內。

【例】在企業行銷策略中，除了投入心力服務顧客，建立良好關係外，投入資源關懷社會的企業社會責任已成為一種趨勢，亦為企業永續發展的重要策略。本研究採便利抽樣法，以網路問卷方式共取得465位在星巴客咖啡消費經驗的有效樣本，研究發現：(1)企業社會責任對滿意、信任的影響力大於關係投資的影響力；(2)信任為影響顧客公民行為三構面(推薦、幫助和回饋)最主要的因素，對企業信任的顧客較容易產生公民行為；(3)滿意需透過信任的中介，才能發揮其對顧客公民行為的影響力。亦即，企業將資源投入友善社會的企業社會責任，比企業推動討好顧客的關係投資，更能獲得消費者青睞，並引發其自願產生顧客公民行為，本研究據此，提出具體的理論與實務意涵。

**關鍵字：論文關鍵字**

ABSTRACT

The abstract of paper and the limitation is three hundred words.

【e.g.】Aside from providing unforgettable service experience hoping to build good relationships with customers, corporate social responsibility (CSR) has become a new trend for business organizations to maintain their competitive advantages through participating in social care. This study used convenience sampling method to collected 465 questionnaires through online survey from customers of Starbucks. The results show that (1) CSR holds a greater impact on satisfaction and trust than relationship investment does, (2) trust is the key factor to trigger CCB, (3) satisfaction influences CCB only through the mediation of trust. In other words, corporates obtain more consumer “likings” and generate more CCB when they allocate resources on CSR rather than on relationship investment. Accordingly, this study provides theoretical and managerial implications.

**Keywords: English keywords.**

【e.g.】Corporate social responsibility (CSR)、Relationship investment、 Customer satisfaction、Customer trust、Customer citizenship behavior (CCB)

【論文各章節格式參考】

壹、標題內容

【壹、標題-體例說明：標楷體，大小22pt，單行間距，與前後段各距離0.5行高，對齊置中。】

許多學者提出信任為主要影響組織公民行的前置因素(Konovsky & Pugh, 1994; Podsakoff, MacKenzie, Moorman, & Fetter, 1990)。而探討顧客公民行為中，Deluga (1994)和Yukl (1989)均主張顧客公民行為是基於信任，顧客認為企業應獲得其付出和投資後相同的回饋，因而提升顧客本身實踐公民行為的意願；同樣地，Bove et al.(2009)也認為顧客知覺到服務提供者是具善意的 (Benevolence)(可信任)，顧客較有可能從事公民行為；而且，實證發現，即使在線上的 (Online)環境脈絡下，顧客信任與顧客公民行為也被驗證是正向相關 (Liang et al., 2008; Mukherjee & Nath, 2007)；Huang et al. (2010)研究指出，當顧客信任商店時，會影響其表現出顧客公民行為；Walsh and Bartikowski (2013)指出，當消費者感到滿意時，會將滿意轉變為口碑推薦行為；Kim and Min (2015)研究發現，若社群網站使用者信任網站，將會驅動其在該網站從事顧客公民行為。綜合上述，本研究發展以下假設：

【內文體例說明：中文字標楷體，大小12pt ，英文Times New Roman, 11pt，單行間距，左右對齊，每段第一行位移點數兩字元。】

一、標題內容

【一、標題-體例說明：中文字標楷體，大小16pt，單行間距，靠左對齊。內文格式請參考前述”第壹章”格式】

(一) 標題內容

【一、標題-體例說明：中文字標楷體，大小14pt，單行間距，靠左對齊。內文格式請參考前述”第壹章”格式】

1. 標題內容

【1、標題-體例說明：中文字標楷體，大小12pt，單行間距，靠左對齊。內文格式請參考前述”第壹章”格式】

1.1.1章節標題

【1.1.1、標題-體例說明：中文字標楷體，大小12pt，單行間距，靠左對齊。內文格式請參考前述”第壹章”格式】

參考文獻

【參考文獻標題-體例說明：標楷體，大小22pt，行距單行間距，對齊置中】

林素綉(2012)。從顧客知覺關係利益觀點探討壽險業顧客關係加強努力對關係結果之影響。**管理學報，29**(3)，207-228。

Anaza, N. A., & Zhao, J. (2013). Encounter-based antecedents of e-customer citizenship behaviors. *Journal of Services Marketing, 27*(2), 130–140.

【參考文獻內文-體例說明：標楷體，英文Times New Roman, 11pt，行距單行間距，左右對齊，每段凸排位移點數兩字元。依作者姓氏筆劃排列，並依APA 第6版格式撰寫】