

# 影響企業社會責任基金首次申購行為意向之研究

林語辰·王慧美·李建裕\*

(收稿日期：99 年 11 月 9 日；第一次修正：99 年 12 月 14 日；  
接受刊登日期：100 年 1 月 14 日)

## 摘要

企業社會責任基金在歐美及日本已發展多年且日益受到重視；然而，台灣地區投資人對於企業社會責任基金相對陌生，市場反應也未如預期。有鑑於此，本研究針對台灣地區投資人申購企業社會責任基金之動機進行研究，希望藉此發掘影響其首次申購行為意向之因素，並提出具體建議。

本研究除以計畫行為理論為基礎，推導出研究假說外，並以 EMBA 學生為樣本，進行各項統計分析與假說驗證，結果發現投資人態度為影響企業社會責任基金投資行為意向之最大關鍵因素，其中社會面態度較經濟面態度影響力為大，主觀規範對申購行為意向也有正向顯著影響，然而，知覺行為控制對申購行為意向沒有顯著影響；此外，男性投資企業社會責任基金行為意向較女性強，有聽過企業社會責任基金者，其申購行為意向也較強。本研究填補現有文獻對於企業社會責任基金申購行為了解之不足，對實務界人士掌握銷售此類基金之關鍵因素亦有幫助。

關鍵詞彙：社會責任投資，行為意向，計畫行為理論

## 壹·研究動機與目的

自 2001 年美國爆發恩隆 (Enron) 假帳事件以來，一連串的企業弊案一方面引發投資人對企業道德的懷疑，一方面也喚醒了社會大眾對於公司治理和資訊透明等企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, 簡稱 CSR) 的重視，加以近年來全球暖化極端氣候現象日益嚴峻，企業經營對於環境造成的影響也格外受到關切；因此，愈來愈多投資人決定投資標的時，除了關心獲利表現之外，也關切這些利潤是如何產生，以及該企業在環保、社會參與、公司治理的做法，這種同時兼顧利潤與企業道德的投資方式，即是所謂的社會責任投資 (socially responsible investing, 簡稱 SRI)，或是道德投資 (Ellmen, 1987)。

事實上，社會責任投資 (SRI) 的概念出現得很早；早在 1920 年代，衛理教派開創退休養老基金時，就排除經營菸酒、製造或販賣武器、博奕等企業，

---

\* 作者簡介：林語辰，輔仁大學管研所碩士；王慧美，輔仁大學金融與國際企業系副教授；李建裕，輔仁大學金融與國際企業系副教授。

1971 年成立的 World Fund 和 1972 年成立的 Third Century Fund，則皆不投資於利用越戰發財的公司，同時也強調勞工權益的問題。近年來，歐美日本也出現一些秉持社會責任投資準則，用道德投資觀念作為篩選投資標的之基金，無論是所謂的生態基金，或是本研究鎖定的企業社會責任基金（簡稱 CSR 基金），都受到國外投資人青睞，成長十分迅速 (Social Investment Forum, 2010)。一般而言，此類企業社會責任基金特色在於基金經理選股時，會將企業之在公司治理、環境保護，社會參與等社會責任表現評比，納入決定是否成為投資標的之重要依據 (池祥麟、陳庭萱，2004)。雖然近年來台灣已經普遍重視企業社會責任的概念，但是，遲至 2009 年 3 月 19 日，台灣才出現第一檔企業社會責任投資基金--「富邦台灣企業社會責任證券投資信託基金」<sup>1</sup>，然而，根據該基金網站統計，該基金成立時規模為 6.11 億台幣，然而，到 2010 年 9 月 30 日規模只剩 1.58 億台幣 (富邦投信，2010)，相較其他富邦國內基金規模明顯較小。僅由數字看來，似乎台灣地區投資人並不熱衷於社會責任投資，但是，近年來臺灣社會日益重視企業社會責任，也是有目共睹的事實。因此，究竟影響台灣投資人申購此類社會責任基金意願的主要因素為何？值得深入探討。

過去文獻雖不乏有關探討台灣地區投資人申購基金行為之研究，然主題多集中於一般共同基金申購行為 (林佩蓉，2007；張倉祥，2009)，少數有關影響投資人申購企業社會責任基金因素之研究，或局限於其績效表現 (蕭美娟，2004)，或以消費者行為與行為財務模式理論角度探討其動機 (陳眉衣，2008)。由於投資基本上為自利之理性行為，而一般消費者行為包含衝動性購買，未必全為理性行為，因此，本研究採用延伸自理性行為理論的計畫行為理論 (Theory of Planned Behavior，簡稱 TPB) 觀點 (Ajzen, 1991)，探討影響投資人申購企業社會責任基金行為意向之決定因素，除提出理論預測與假說外，並實地蒐集到一百九十份有效問卷資料進行統計分析，進一步驗證申購者的態度、主觀規範、知覺行為控制對投資行為意向之影響，期望能彌補現有學術文獻之不足，研究結果顯示大致符合理論預期，申購者的態度與主觀規範確實對行為意向有顯著正向影響，研究發現亦可供實務上推廣社會責任投資基金之參考。

---

<sup>1</sup> 該基金公開說明書顯示：「本基金為首檔以社會責任概念為投資主題的國內股票型基金，首先篩選出具備社會責任概念之企業，再精選出穩健獲利或具備長期成長趨勢的個股，透過資產組合的適當配置，規避產業集中的風險，尋求風險與報酬配比的最佳化。」

## 貳·文獻回顧

### 一、社會責任投資

所謂企業社會責任，根據世界永續發展協會 (World Business Council for Sustainability and Development, WBCSD) 的定義，係指企業承諾持續地遵守道德規範，為經濟發展做出貢獻，並且改善員工及其家庭、當地社區、社會的生活品質及環保議題。Drucker (1993) 認為企業社會責任指的是企業在社區、社會、國家上所應負的責任。也有學者認為企業社會責任還包含了積極性的行動如預防污染和社會影響評估，期望在達到企業最佳利益的情況下，亦能改善或避免對環境及社會的不良影響 (Warhurst & Mitchell, 2000)。

而社會責任投資 (SRI)，如前所述，意謂著做投資決策時，除了考慮財務利益外，同時會將投資標的企業對環境、社會、經濟、倫理等方面的影響納入評估 (Epstein, 1987; Wood, 1991; Sparkes, 2001; Schwartz & Carroll, 2008)。換言之，社會責任投資其實是一種藉由投資以反映個人價值的方式，此類投資人又稱為道德投資人；Anand & Cowton (1993) 針對 125 位道德投資人的實證研究顯示，有五個因素會使道德投資人缺乏投資意願：產業因素 (例如核能)、邪惡 (例如酒精)、負面影響 (例如輿論)、一些不信任因素 (例如廣告) 以及人權與和平主義的顧慮 (例如南非)。過去文獻也顯示，社會責任投資人會因為道德理由而避開特定的投資，且其投資組合會較偏好具良好社會責任概念，重視環保與公司治理等議題的企業 (Vyvyan, Ng, & Brimble, 2007)。

至於影響投資人的購買意願之因素，除了社會責任及獲利潛力之外，部分個人及外在的因素也會影響投資者的投資意願。吳耀宗 (2008) 發現當投資者透過金融機構購買共同基金時，會因服務品質的良好與否而對購買意願產生影響，且顧客對共同基金的涉入程度對購買意願有顯著的正向影響；劉承梓 (2008) 則發現不同的人口統計變項與生活型態區隔對於基金購買意願有顯著的差別；此外，對金錢的態度、資訊以及投資知識也會影響投資者對基金的評估及購買意願 (Burgess, et al., 2005; Kozup et al., 2008)。

事實上，除了順應投資人愈來愈高的道德標準外，企業遵守企業社會責任也可能為自身帶來新契機。過去研究顯示，善盡社會責任的企業比較容易吸引到高素質員工 (Greening & Turban, 2002)；Schrader (2006) 認為未來專注於道德產品的小公司會成長茁壯，而且會成為該市場佔有率上相當重要的角色。然而，企業社會責任對企業財務績效的影響仍未有定論 (Dowell, Hart, &

Yeung, 2000 ; Griffin & Mahon, 1997) 。Mahapatra (1984) 指出企業績效和企業社會責任呈現負相關，但有更多的研究顯示出，善盡企業社會責任和公司的財務績效具有正向關係 (e.g. Chih, Shen, & Kang, 2008; Seifert, Morris, & Bartkus, 2004) ，過去多篇實證研究亦顯示社會責任投資基金的報酬並不低於一般市場共同基金 (Cummings, 2000; Hutton, D'antonio, & Johnsen, 1998; Dowell, Hart, & Yeung, 2000; Rivoli, 2003) 。以社會責任標準篩選出來的市場指數為例，目前國際市場上所公認最具權威 CSR 指數代表--道瓊永續性指數 (Dow Jones Sustainability index, 簡稱 DJSI) ，其中道瓊永續世界指數 (DJSI-World I) 長期以來的投資績效表現，都打敗投資人所熟悉的道瓊工業指數及 S&P500 指數 (Bloomberg, 2009) 。因此，鎖定善盡企業社會責任的企業進行投資，除了可滿足投資人的道德需求外，也可能同時滿足投資人經濟利益需求。

## 二、計畫行為理論

計畫行為理論主要探討決定個人行為意向 (Behavior Intention, 簡稱 BI) 與實際行為 (Behavior) 的因素 (Ajzen, 1991) 。其理論基本架構顯示，影響個人行為意向的主要前因有三：個人對該行為的態度 (Attitude, 簡稱 AT)、社會主觀規範 (Subjective Norm, 簡稱 SN)、知覺行為控制 (Perceived Behavior Control, 簡稱 PBC) ；此外，行為意向也會影響到實際行為，而知覺行為控制同時影響行為意向與實際行為。

事實上，計畫行為理論脫胎自 Ajzen & Fishbein (1975) 共同提出的理性行為理論 (Theory of Reasoned Action ; 簡稱 TRA) ，其運用的範圍相當廣，包括心理學或社會行為的研究 (Ajzen & Fishbein, 1980 ; Ajzen, 1991) 。雖然基本上計畫行為理論採用的假設與理性行為理論相同，都是認為人是理性的，但是，計畫行為理論認為，即使在理性的情況下，仍有許多個人行為並非全然可由自我所控制，可能會受限於能力或資源不足等因素；換言之，雖然個人行為意向強度會正向影響到該行為實際出現的機率，但是，由於個人的行為決策，並非完全可在自我意志控制下完成，往往是介於完全與不完全為個人意志所能控制的範圍內，因此，計畫行為理論擴充理性行為理論，增加了一個變數，並以知覺行為控制 (PBC) 命名，以捕捉此一不確定的決定性因素。由於該變數提供了行為當事人感受到行為限制程度的資訊，因此，一般認為，計畫行為理論比理性行為理論更能解釋實際行為的發生，且更能說明為何行為意向未必能夠與實際上發生的行為相符 (Ajzen, 1985; Armitage & Conner, 2001) 。過去多個實證

研究也顯示，計畫行為理論具有良好的解釋與預測行為意向與實際行為能力 (Gopi & Ramayah, 2007; Conner、Norman & Bell, 2002)。

如前所述，Ajzen (1991) 認為，影響個人行為意向的關鍵因素有三，首先是個人對該行為的態度，指個人對該行為所持有的正面或負面的感覺，若是個人對某一個行為的態度愈正面，則進行該行為的意向愈強，也愈有可能去從事該行為。其次是主觀規範，意即個人在考慮是否採取某種行為時，所感受到的社會相關團體與同儕之對此行為觀感之壓力。第三個因素則是知覺行為控制，這項因素是理性行為理論所沒有的，也是兩個理論間主要差異。同時，此三因素的基礎都是所謂的信念 (Belief)，態度的來源是行為信念 (Behavior Belief)，主觀規範的來源是觀範信念 (Normative Belief)，而知覺行為控制的來源則是控制信念 (Control Belief)。

若僅僅針對行為意向的預測，計畫行為理論基本架構可以函數表示為：

$$BI = b1 * AT + b2 * SN + b3 * PBC \quad (1)$$

函數等式左邊的變數 **BI** 代表行為意向，是個人判斷執行該特定行為的主觀機率，本研究所謂的行為意向指的是投資人對申購企業社會責任基金此行為的傾向。

函數等式右邊的第一個變數 **AT**，代表行為態度，Fishbein and Ajzen (1975) 認為，態度為個人的行為信念和結果評價 (Outcome Evaluation) 兩者的乘積所組合而成的。第二個變數 **SN** 代表主觀規範，指的是個人在考慮執行某特定行為時，所感受到的重要他人或團體對該行為之觀感壓力；Fishbein and Ajzen (1975) 指出，主觀規範的衡量由個人的規範信念和依從動機兩者的乘積組合而成。其中規範信念是指個人在做某項特定行為時受到重要關係人或團體給予的壓力，依從動機則是個人在做某項特定行為時，對於重要的人或團體所給予之壓力的依從程度。

至於函數等式右邊的第三個變數中的 **PBC**，指的是知覺行為控制，知覺行為控制定義為個人在採取該行動時可以控制或掌握的資源、機會程度 (Ajzen, 1991)。知覺行為控制通常架構在個人過去的經驗能力，或是可能會遇到的障礙上，主要包含兩部分，分別為個人的控制信念和控制因素知覺強度 (perceived power of control factors)。控制信念是指當個人相信當其執行某項特定行為時，能夠擁有的資源以及可能遭遇障礙之程度 (如資訊、能力、技術、情緒、機會、對他人的依賴度或障礙)，控制因素知覺強度則是指個人知覺到這些資源或障礙會影響該特定行為的程度。

綜上所述，本研究將以計劃行為理論作為基礎，採用該提供的三個因素：行為態度、主觀規範以及知覺行為控制，來探討其對投資人申購企業社會責任基金行為意向之影響。

## 參·研究假說發展

### 一、行為態度與申購行為意向

一般而言，個人的行為態度往往取決於其對採取某一特定行為的信念與預期結果，不過，此處指的態度並非人們對一般事物的廣泛態度，而是對所關注行為的特定態度 (齊國瑛, 2007)，而本研究中所指的特定態度，即為投資人對申購企業社會責任基金此行為之態度。態度是由個人的行為信念和結果評價兩者所構成 (Ajzen & Fishbein, 1997)；前者，也就是所謂行為信念，本研究定義為投資人相信申購社會責任基金可以達到對社會正向影響的程度，例如，相信申購企業社會責任基金會對社會有幫助，或是相信此一基金風險較低、獲利較穩定；而後者，也就是所謂結果評價，則類似權重概念，行為信念與結果評價共同形成個人對該特定行為的態度。

過去研究指出，內在報酬在企業社會責任行為上，扮演很重要的角色 (Wood, 1991; Sparkes, 2001; Schwartz & Carroll, 2008)。相較於外在的報酬 (如金錢上的誘因)，內在報酬是指人們會從參與活動中得到滿足，包括自我成就感，有利社會的感覺，與團體成員共有歸屬感的心理利益，對於內在報酬的重視程度因人而異，本研究稱之為社會面態度。但是，隨著理財觀念日益普及，外在報酬 (如基金之獲利) 對於投資人之影響力也愈來愈重要，對於獲利狀況的重視程度，本研究稱為經濟面態度，也是構成申購企業社會責任基金態度的重要因素。

根據計畫行為理論，當投資人對於申購企業社會責任基金此一行為所抱持態度愈正面時，其行為意向愈強，反之則愈弱 (Ajzen, 1991)。因此，本研究認為，無論社會面或經濟面態度，對於投資人申購企業社會責任基金之行為意向皆有正面之影響。

**H1a**：投資人對申購企業社會責任基金的社會面態度愈強，則對該基金之申購行為意向愈高。

**H1b**：投資人對申購企業社會責任基金的經濟面態度愈強，則對該基金之申購行為意向愈高。

## 二、主觀規範與申購行為意向

所謂主觀規範係指重要的他人或是團體對於個人是否應該採取該行為的看法 (Ajzen, 1991)。過去研究顯示，不同的參考群體會給予個人不同的影響力 (Burnkrant & Page, 1988 ; Grube, Morgan & McGree, 1986)。本研究將主觀規範定義為投資人在申購社會企業責任投資基金時，感到的社會壓力，以及個人依從重要團體或他人期望的強度。

計畫行為理論表示當個人受到主觀規範越強，其行為意向越強。例如，若週遭親朋好友對個人申購社會企業責任基金此行為的評價甚高，則有可能加強其申購該基金的行為意向；反之，當重要他人或是一般參考群體對於申購社會企業責任基金此行為並不肯定，甚至有負面評價時，則有可能降低其申購該基金的行為意向。因此，本研究推論投資人申購社會企業責任投資基金時所感受到的主觀規範，會正向地影響投資人申購的行為意向。

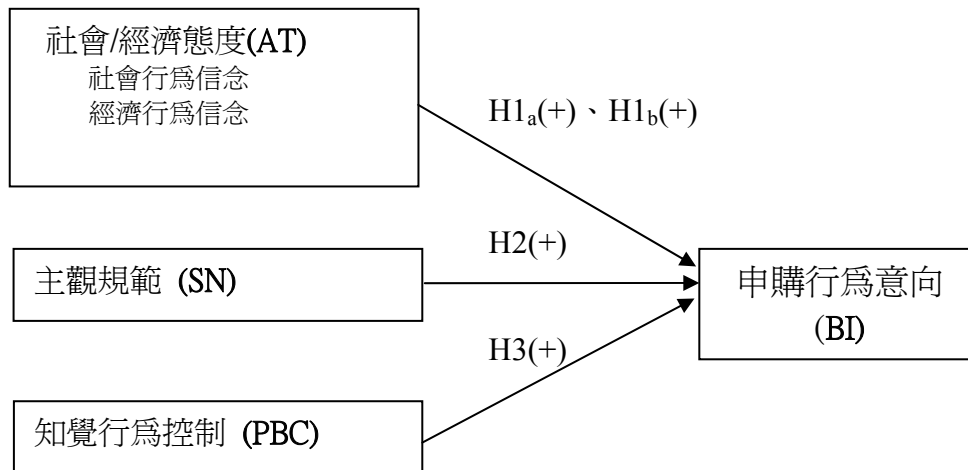
**H2**：投資人認知到的申購企業社會責任基金主觀規範愈正面，則對該基金之申購行為意向愈高。

## 三、知覺行為控制與申購行為意向

計畫行為理論認為，即使具備正面的態度與主觀規範，個人仍未必能真正實現該行為，因為，並非所有的行為都可在個人意志控制下完成的，必須有足夠的資源、機會與能力配合 (Ajzen, 1991 & 2002)，換言之，行為並非全然可由自我控制的，個人的行為控制程度可能因人而異。

本研究將知覺行為控制定義為投資人在申購社會企業責任投資基金時，相信自己所掌握的資源、機會或是能力的程度。同時，知覺行為控制是由控制信念與控制因素強度兩者共同形成，前者為投資人相信自己所掌握的資源、機會的信念，後者則為對上述資源、機會或障礙會影響該行為執行強度的主觀評估。一般而言，當個人自認為缺乏資源與機會去完成某一特定行為時，其知覺行為控制會較低，因而對於進行該行為的意向會有打擊，即使自己對該行為抱持正向之態度，且認為重要的參考對象對該行為的發生也表示贊成時亦然。反之，若自認本身資源能力豐富，則該當事人打算進行該行為的意向也會較強，因此，知覺行為控制的高低，對於個人行為應有一定程度的影響。

**H3**：投資人對申購企業社會責任基金的知覺行為控制愈強，則對該基金之申購行為意向愈高。



圖一 本研究觀念架構圖

## 肆·研究方法

### 一、研究變數定義與衡量

依據計劃行為理論，本研究擬訂出以下三大問題主軸，再應用 Roberts (1996) 的 18 個問項與相關文獻，整理出行為態度 (行為信念、主觀評價)、主觀規範 (規範信念、依從動機)、知覺行為控制 (控制信念、控制信念強度)、行為意向等相關因素，設計出問卷初稿。採用李克特 (Likert Scale) 七點量表計分，由「非常不同意」、「不同意」、「有點不同意」、「普通」、「有點同意」、「同意」、「非常同意」，分別給予 1 至 7 分。

#### (一)行為態度

本研究對申購社會企業責任基金的態度定義為：「個人對於選擇申購社會企業責任基金行為所抱持多少正面或負面評價」。採用的衡量為個人的「行為信念」(用  $b$  表示) 和「結果評價」(用  $e$  表示) 兩者的乘積所組合而成的，即將主觀評價當作對行為信念之加權之權數概念，以函數的表示如下：

$$AT \propto \sum_{i=1}^n b_i e_i \quad (2)$$



$b_i$  = 從事某行為第  $i$  之行為信念， $e_i$  = 個人對第  $i$  項主觀的評價

依據過去文獻，投資人對於社會企業責任共同基金申購之因素主要考量環境、人權、企業社會責任以及風險、獲利等等。故態度問卷中衡量項目第一部分型為信念共六題，其中 1 到 4 題為態度中的社會信念，5、6 兩題為經濟信念；第二部份為主觀評價共六題，作為對行為信念之加權。

## (二)主觀規範

本研究採用 Ajzen & Fishbein (1997) 對主觀規範的定義：個人認為重要的他人或是團體對於其是不是應該採取該行為的看法。因此，本研究對申購企業社會責任基金的主觀規範定義為：「個人在選擇申購企業社會責任基金時，感受到重要關係人 (家人、朋友、鄰居、社會團體) 的認同程度」。主觀規範的衡量為個人的規範信念 (用  $n$  表示) 和依從動機 (用  $m$  表示) 兩者的乘積所組合而成的。

$$SN \propto \sum_{i=1}^n n_i m_i \quad (3)$$

$n_i$  = 個人覺得第  $i$  個參考對象認為他是否應該從事特定行為的規範信念， $m_i$  = 個人依從第  $i$  個參考對象的動機

在主觀規範問卷中衡量項目有兩部分共 12 題。第一部分規範信念共六題；第二部份為依從動機共六題，作為對規範信念之加權。

## (三)知覺行為控制

Ajzen (2002) 認為知覺行為控制指的是個人在採取該行動時可以控制或掌握的程度。所以，本研究對申購企業社會責任基金的行為意向定義為：「個人對於申購企業社會責任基金的行為所能控制的主觀評量」，根據 Fishbein & Ajzen (1975) 提出，知覺行為控制的衡量為個人的「控制信念」(用  $c$  表示) 和「控制因素強度」(用  $p$  表示) 兩者的乘積所組合而成的。控制因素強度為控制信念之權數。

$$PBC \propto \sum_{i=1}^n c_i p_i \quad (4)$$

$c_i$  = 個人覺得會影響從事行為的第  $i$  個控制信念

$p_i$  = 個人覺得第  $i$  個控制因素對將採取行動的影響或重要性

問卷中衡量知覺行為控制項目有兩部分共八題，皆是採用 Ajzen (2002) 所提出的問項，包含風險、獲利性，以及相關訊息的不易等等因素。第一部分控制信念共四題；第二部份為控制信強度共四題，作為對控制信念之加權。

#### (四)申購行為意向

本研究定義申購社會企業責任基金的行為意向為：「個人評估自己未來會申購企業社會責任基金行為的意願與可能性」。在問卷中衡量項目共有四題，皆是採用 Ajzen (2002) 之問項。此一變數之衡量沒有加權。

#### (五)控制變數

控制變數有五個，三個與基金申購個人經驗有關，另外兩個分別為性別與收入，全部採虛擬變數。基金申購經驗包含：是否曾申購過基金、是否聽過企業社會責任基金、是否申購過企業社會責任基金等三題，1 代表是，0 代表否。性別則以男性為 1，女性為 0；收入方面月入六萬元以上者為高收入，以 1 為代表，月入六萬元以下為 0。

## 二、樣本與問卷對象

由於企業社會責任投資基金在台灣尚屬新型之金融商品，目前只有一支「富邦台灣企業社會責任基金」，於 2009 年上市迄今不滿兩年，具有實質申購經驗者並不多，故本研究調查對象不宜侷限曾經實際申購過社會企業責任基金之投資人，否則樣本數可能過小，同時，考量個人接觸企業的程度與經濟能力，本研究決定以 EMBA 學生為問卷發放之對象。

問卷共分為電子檔與紙本兩種，蒐集歷屆輔仁大學管理學研究所在職專班之畢業校友名單，以網路全面寄發電子檔問卷，共寄發 330 份，回收 108 份電子問卷；紙本問卷則針對在學之 EMBA 學生，採課堂現場發放方式並當場回收，回收 164 份紙本問卷。問卷施測時間為 2010 年 4 月 10 日至 2010 年 5 月 16 日，共計回收 272 份問卷。由於問卷設計時有加入反向問題，經檢查比對後，凡是回答自相矛盾，或是回答不完整者皆加以刪除，最後共得有效問卷共計 190 份。

### 三、統計分析方法

本研究除使用 SPSS15.0 版套裝軟體信度效度檢定、Pearson 相關係數檢定外，另採複迴歸 (multiple regression) 檢定所有假說。

## 伍·研究結果

### 一、信效度分析

由於內部一致性是多項目衡量變數的基本要求，本研究首先進行信度分析。根據分析結果，檢測構面的組成信度，全部構面測量變數 Cronbach's  $\alpha$  係數均達建議值 0.7 以上 (Nunally, 1978)，詳表一。本研究同時以主成分分析法 (Principal Component Analysis)，進行變異數極大化為原則進行因素抽取 (factor extraction)；進行因素分析之前，必須確定資料是否適合做因素分析，方法之一是採用 Bartlett 球面性檢定，若卡方值  $\chi^2$  值達顯著，則資料適合進行因素分析；另外還可以採用 KMO 指數 (Kaiser-Meyer-Olkin index) 來考察因素分析是否適用，當 KMO 值越大時 (越接近 1) 表示變項間的共同因素越多，越適合進行因素分析 (吳明隆，2008)。統計分析結果 Bartlett's test 之卡方檢定值為 2575.888，結果達顯著水準 ( $p=.000$ )；同時 KMO 值為 0.836，顯示此模型足夠穩定，適合進行因素分析。

經過轉軸後結果共得五個因素，由表一的成份矩陣表可發現，其因素負荷量值均大於 0.5。其中因素三~五符合本研究原來採用之計畫行為理論，故繼續分別命名為「主觀規範因素 (SN)」、「知覺行為控制因素 (PBC)」，以及「行為意向 (BI)」等。而在態度部分則區分為兩個因素，分別命名為「社會面態度 (AT1)」與「經濟面態度 (AT2)」，前者包含四個題項，分別為「我認為申購企業社會責任基金可以減少企業對環境及生態的破壞」、「我認為申購企業社會責任基金不可以保障勞工權益與人權」、「我認為申購企業社會責任基金可以讓社會更美好」、「我認為申購企業社會責任基金可以改變企業，讓其具有社會企業責任」等。後者經濟面態度則包含兩個題項，分別為「我認為申購企業社會責任基金 (相較於一般基金)，投資風險更低」，以及「我認為申購企業社會責任基金 (相較於一般基金)，投資報酬更穩定」(詳表一)。

表一 因素分析與信度分析結果

	因素一 AT1	因素二 AT2	因素三 SN	因素四 PBC	因素五 BI
<b>我認爲申購「企業社會責任基金」，</b>					
1. 可以減少企業對環境及生態的破壞	.828	.006	.325	.007	.192
2. 可以保障勞工權益與人權	.857	.073	.265	.074	.074
3. 可以讓社會更美好	.822	.110	.197	.069	.071
4. 可以改變企業，讓其更有社會企業責任 (CSR)	.772	.205	.264	.036	.160
5. 投資風險更低	.141	.876	.213	.140	.139
6. 投資報酬更穩定	.163	.878	.202	.148	.082
<b>對於申購「企業社會責任基金」這件事，</b>					
13. 我的親友認爲是應該的	.381	.112	.771	.221	.052
14. 我的同學師長認爲是不應該的	.025	.276	.631	.094	.038
15. 我具投資經驗的朋友認爲是應該的	.286	.177	.762	.192	.009
16. 我的專家 (理專) 認爲是應該的	.298	.154	.777	.159	.168
17. 社會大眾認爲是應該的	.244	.128	.790	.152	.169
18. 媒體廣告認爲是應該的	.201	.084	.789	.080	.099
25. 我充分了解企業社會責任基金	.016	.075	.137	.848	.092
26. 我可輕易辨識出企業社會責任基金	.074	.043	.016	.874	.075
27. CSR 基金相關資訊取得容易的	.096	.057	.135	.828	.044
28. 有足夠經濟能力申購 CSR 基金	-.088	.263	.096	.607	.068
33. 我認爲我會立即申購 CSR 基金	.307	.290	.425	.445	.809
34. 我認爲一年內將會申購 CSR 基金	.245	.003	.169	.039	.873
35. 我認爲一年後將會申購 CSR 基金	.190	.139	.217	-.048	.895
36. 整體而言，我申購 CSR 基金的意願相當高	-.004	.101	-.012	.127	.872
<b>Cronbach's alpha</b>	<b>.844</b>	<b>.798</b>	<b>.797</b>	<b>.893</b>	<b>.851</b>

資料來源：本研究彙整

效度方面，由於設計問卷時，除參考過去文獻的衡量指標外，並透過其他學者對內容審慎檢視，問卷之內容效度應可獲支持。另外，我們可從態度（社會面態度、經濟面態度）、主觀規範以及知覺行爲控制等自變項對依變項-行爲

意向-之關係係數均達顯著正相關，推斷量表應具有效標關聯效度，分析結果詳見表二。

表二 相關係數表與敘述性統計

構面名稱	平均數	標準差	1	2	3	4	5	6	7	8
1.性別	.63	.484								
2.收入	.44	.497	-.251**							
3.基金經驗一	.84	.370	-.012	-.042						
4.基金經驗二	.30	.459	.048	-.067	.134					
5.態度 (社會信念)	28.56	8.88	-.027	-.156*	.009	-.145*				
6.態度 (經濟信念)	25.14	10.91	-.048	-.083	-.013	-.042	.346**			
7.主觀規範	21.80	7.16	.038	-.201**	-.041	-.112	.536**	.383**		
8.知覺行為控制	24.14	7.54	.121	-.133	.139	.242**	.209**	.277**	.362**	
9.行為意向	26.53	7.56	.142	-.116	.082	.072	.409**	.340**	.381**	.224**

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 二、迴歸分析與結果

本研究基礎模型僅將四個控制變數 (性別、所得高低、是否申購過基金、是否聽過企業社會責任基金) 與依變數 (申購意向) 納入迴歸式中。完整模型則除了控制變數外，再將自變數 (社會信念態度、經濟信念態度、主觀規範、知覺行為控制) 放入迴歸模式中，迴歸分析結果詳表三。

表三顯示完整模型當中，社會面態度 (Beta= .272,  $p = .001$ )、經濟面態度 (Beta= .196,  $p = .006$ )、主觀規範 (Beta= .181,  $p = .028$ ) 對申購基金行為意向皆有顯著影響，且與預測方向相符。換言之，除「知覺行為控制」外，其餘自變項均達顯著水準，同時，該完整模型之判定係數 R 平方為.279，顯示該模型預測企業社會責任基金申購行為意向有 27.9%的解釋力，模型 F 檢定也達顯著水準 ( $F(4,181)=15.248, p \leq .000$ )。因此，假說 H1a, H1b, H2 與 H3 皆獲得支持，但 H4 未獲支持。

此外，完整模型中，控制變數「性別」與「是否聽過企業社會責任基金」對行為意向有顯著正向影響，換言之，男性較女性傾向於申購企業社會責任金 (Beta= .155,  $p = .020$ )，而有聽過企業社會責任基金者其申購企業社會責任基

金的意向也較強 (Beta= .126,  $p = .063$ )；完整模型中其他控制變數皆不顯著 (詳表三)。

表三 迴歸分析結果

(依變數：申購意向)	基礎模型	完整模型	
控制變數：			VIF
性別	.121 (1.616)	.155** (2.349)	1.093
收入	-.079 (-1.060)	.029 (.426)	1.128
基金經驗一	.074 (1.011)	.077 (1.202)	1.043
基金經驗二	.051 (.700)	.126* (1.867)	1.148
自變數：			
態度 (社會信念)		.272*** (3.543)	1.482
態度 (經濟信念)		.196** (2.771)	1.253
主觀規範		.181* (2.216)	1.672
知覺行為控制		-.009 (-.126)	1.350
F-value	1.731	8.756	
R 平方	.036	.279	
調整過後的 R 平方	.015	.247	
R 平方改變量		.243	

\* $p < .10$ , \*\* $p < .05$ , \*\*\* $p < .01$  括弧內為 t 值

資料來源：本研究彙整由於本研究回收樣本中，有 57 名受訪者 (占有效樣本 30%) 表示曾經聽過企業社會責任基金，代表其對於企業社會責任基金之了解程度可能較高，為了避免樣本認知差異所造成的偏差，本研究進一步針對這部份的樣本獨立進行完整模型的迴歸分析，並將分析結果與整體樣本的分析結果進行比對，結果彙整於表四。由表四的比較結果可以發現，兩種樣本的

分析結果一致性相當高，態度依舊為影響投資人申購意向之最主要因素，進一步提高本研究結果之可信度。

表四 整體樣本與部份樣本之迴歸分析結果比較表

(依變數：申購意向)		完整樣本 (n=190)	曾經聽過企業社會責任基金之部份樣本 (n=57)
控制變數	性別	0.155 ** (2.349)	0.345** (2.961)
	收入	.029 (0.426)	-0.145 (-1.345)
	基金經驗	0.077 (1.202)	0.012 (0.117)
自變數	態度 (社會信念)	0.272*** (3.543)	0.444** (2.923)
	態度 (經濟信念)	0.196** (2.771)	0.430*** (3.640)
	主觀規範	0.181* (2.216)	-0.139 (-0.807)
	知覺行為控制	-0.009 (-0.126)	-0.062 (-0.543)
F-value		8.756	7.452
R 平方		0.279	0.516
調整過後的 R 平方		0.247	0.446

\*p<.10, \*\*p<.05, \*\*\*p<.01 括弧內為 t 值

資料來源：本研究彙整

## 陸·結論與建議

本研究結果顯示，影響台灣地區投資人申購企業社會責任基金之行為意向之顯著因素其影響強度依序為：社會面態度、經濟面態度、以及主觀規範。換言之，投資人態度為影響企業社會責任基金投資申購行為意向之最大關鍵因素，其中社會面態度較經濟面態度影響力為大，此結果支持過去文獻所謂的道德投資概念 (Ellmen, 1987)。

雖然經濟面態度對申購行為意向的影響力不及社會面，但兩者差距不大；同時，值得注意的是，雖然投資人的主觀規範，亦即投資人感到的社會壓

力，例如重要團體或他人對於該投資人申購 CSR 基金的看法，也對其申購行為意向產生相當影響，但是，主觀規範對申購企業社會責任基金行為意向的影響力仍不及經濟面態度，由此可見，企業社會責任基金之獲利績效表現，仍為投資人相當關切的重點，這也證明了申購企業社會責任基金本職上為一理性自利行為。

本研究實證結果支持所謂的社會責任投資 (SRI) 觀點，亦即道德投資人會同時考慮該基金之獲利表現，以及投資標的是否對社會造成正面之影響 (Sparkes, 2001; Schwartz & Carroll, 2008)；換言之，就社會責任道德面觀之，若投資人認為購買企業社會責任基金可對所居住之環境、生態或保障勞工權益帶來正向的影響，或可使社會更美好時，則其申購該基金之行為意向會愈強；但是，就經濟利益面觀之，若投資人認為申購企業社會責任基金，也可以獲得更低的風險和更穩定的報酬，則其申購該基金的行為意向也會更強。因此，要強化申購企業社會責任基金的行為意向，必須同時滿足投資人的社會與經濟面雙重動機。

然而，統計分析結果也顯示，知覺行為控制對投資人的申購行為意向影響為負，但不顯著，此發現與理論預測方向相反。造成實證結果與理論預測不符的可能原因為本研究之應變數為行為意向，然而，行為意向不等同於實際行為。計畫行為理論當中，知覺行為控制是影響實際行為的重要變數，但是，本研究並未將實際申購行為納入研究架構中；之所以未將實際行為做為應變數，主要是考慮到目前台灣只有一支「富邦台灣企業社會責任基金」，且 2009 上市迄今約兩年，實際申購者有限，若將實際申購行為納入研究架構，因為樣本數有限資料蒐集恐有困難，故僅探討申購行為意向的決定因素；然而，由於本研究探討的是行為意向，不是實際申購行為，因此，是否具有執行該申購行為之資源與能力，也許就不是那麼重要。

整體而言，本研究主要貢獻為填補了現有文獻對於企業社會責任基金申購行為了解之不足；現有文獻雖不乏探討投資共同基金行為之研究 (e.g. 林佩蓉, 2007; 張倉祥, 2009)，但是，針對企業社會責任基金投資行為與行為意向之探討則付之闕如，究竟投資人申購此類基金的重要決定因素為何仍有待求證；同時，雖然計畫行為理論已被廣泛應用來探討各種理性行為之動機，然而，本研究首度將該理論延伸應用於投資社會責任基金行為，並以實證資料驗證該理論之適用性。

雖然與國外相較，台灣推出企業社會責任基金時間明顯落後，但是，國外經驗也顯示，此類基金會隨著觀念推廣成熟而增加，且全球此類基金投資規



模不斷擴大，未來市場潛力不容小覷；有鑑於企業社會責任觀念在台灣日益獲得重視，此類基金日後市場潛力仍大，本研究之結果不僅提供學術研究文獻參考，對實務界人士掌握銷售此類基金之關鍵因素亦有幫助。

本研究之實務意涵為：在銷售企業社會責任基金時，發行公司宜加強對大眾溝通社會責任投資的概念，強化道德投資訴求，除詳細說明其投資標的篩選方式、特色，以及持股內容外，並明確指出投資這些企業對環境和社會的正面影響力，以及企業社會責任投資基金的績效和大盤相比並不遜色的事實 (Rivoli, 2003)，以吸引不同態度取向的投資人；此外，由於社會大眾與相關參考團體的看法，亦為影響申購行為意向的重要因素，因此，相關金融機構和基金發行公司在行銷此基金時，不可忽視這些重要參考群體之影響力，應加強公關媒體宣傳效果，同時可遊說政府或學校在相關課程或活動融入企業社會責任的概念，一旦年輕一代了解企業社會責任的重要性，日後對於投資一些願意負起社會責任企業的可能性也會提高。

本研究受到人力、時間與環境等因素限制，可提供作為後續研究之參考。首先，在研究變數的選取上，影響首次申購企業社會責任基金的因素可能很多，然而受限於問卷長度及受訪者填答時間之考量，無法納入所有可能的因素，因此本研究以計畫行為理論為依據，聚焦於態度、主觀規範、及知覺行為控制等因素，後續研究可以考慮納入其他可能的變數加以驗證。其次，根據有效問卷資料，190 位受訪者當中僅有 57 人 (30%) 聽過是企業社會責任基金，雖然本研究設計問卷時，特別在問卷開頭對企業社會責任基金定義加以說明，但仍然可能有部分受訪者不甚清楚。同時，本研究問卷發放對象為輔仁大學管理學院 EMBA 之學生，是否能夠代表一般投資人不無疑問，因此，本研究結果也許無法一般化。最後，本研究主要探討影響投資人行為意向的因素，由於行為意向與實際行為仍有差距，後續研究可以考慮針對實際上申購過企業社會責任基金的投資人蒐集資料，應有助於對此議題做更深入之了解。

## 參考文獻

- 池祥麟、陳庭萱，「銀行業企業社會責任之探討」，*臺灣金融財務季刊*，5(2)。2004 年，頁 111-127。
- 吳耀宗，「金融機構理財服務品質與顧客共同基金購買意願之研究」，高苑科技大學經營管理研究所碩士論文，2008 年。
- 林佩蓉，「投資人購買共同基金之選擇特性與影響因素之研究」，銘傳大學管理研究所碩士在職專班碩士論文，2007 年。

- 張倉祥，「共同基金購買行為意向之研究-計劃行為理論之應用」，國立高雄第一科技大學金融營運系碩士論文，2009 年。
- 陳眉衣，「影響投資人購買社會責任投資基金之因素」，國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文，2008 年。
- 富邦投信，<http://www.fubon.com/asset-management/Fund>，2010 年。
- 齊國瑛，「中華民國消費者文教基金會成員採行倫理消費之行為意向」，國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文，2007 年。
- 劉承梓，「消費者對壽險業務員銷售共同基金之購買意願研究-以某壽險公司之保戶為例」，樹德科技大學金融與風險管理所碩士論文，2008 年。
- 蕭美娟，「社會責任投資共同基金績效探討-以美國資產管理業者為例」，國立中興大學高階經理人碩士在職專班碩士論文，2004 年。
- Ajzen, I., "From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior", In J. Kuhl & J. Beckman (Eds.), *Action-control: From cognition to behavior*. Heidelberg, Germany: Springer, 1985, pp. 11- 39.
- Ajzen, I., "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991, pp.179211.
- Ajzen, I., "Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior", *Journal of Applied Social Psychology*, (32), 2002, pp.1-20.
- Ajzen, I., and Fishbein, M., "Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior", *Englewood Cliffs*, 1980, NJ: Prentice-Hall.
- Ajzen, I. & Fishbein, M., "Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research", *Psychological Bulletin*, (84), 1997, pp.888-918.
- Anand, P. & Cowton, C.J., "The Ethical Investor: Exploring Dimensions of Investment Behaviour", *Journal of Economic Psychology*, 14(2), 1993, pp.377-385.
- Armitage, C. J., & Conner, M., "Social Cognitive Determinants of Blood Donation". *Journal of Applied Social Psychology*, 31, 2001, pp. 1431-1457.
- Burges, S. M., Battersby, N., Gebhardt, L. & Steven, A., "Money Attitude and Innovative Consumer Behavior: Hedge Funds in South Africa", *Advances in Consumer Research*, 2005, 32(1), pp.315-321.
- Burnkrant, R. E., & Page, T. J., "The Structure and Antecedents of the Normative and Attitudinal Component of Fishbein's Theory of Reason Action", *Journal of Experimental Social Psychology*, 1988,(24), pp. 66-87.
- Chih, H., Shen, C., & Kang, F., "Corporate Social Responsibility, Investor Protection, and Earnings Management: Some International Evidence", *Journal of Business Ethics*, 2008, 79(1), pp.179-198.
- Conner, M., Norman, P., & Bell, R., "The Theory of Planned Behavior and Healthy Eating", *Health Psychology*, 2002, 21, pp.194-201.

- Cummings, L. S., "The Financial Performance of Ethical Investment Trusts: An Australian Perspective", *Journal of Business Ethics*, 2000, 25(1), pp. 79-92.
- Dowell, G., Hart, S., & Yeung, B., "Do Corporate Global Environmental Standards Create or Destroy Market Value? ", *Management Science*, 2000, 46(8), pp. 1059-1074.
- Drucker, P. F, "Post-capitalist Society", *NY: Harper Business*, 1993.
- Ellmen, E., "How to Invest your Money with a Clear Conscience: The Canadian Guide to Profitable Ethical Investing", *Toronto; Canada: Lorimer*, 1987.
- Epstein, E. M., "The Corporate Social Policy process: Beyond Business Ethics, Corporate Social Responsibility and Corporate Social Responsiveness", *California Management Review*, 1987, 29(3), pp. 99-114.
- Fishbein, M., & Ajzen, I., "*Belief, Attitude, Intention, and Behavior*", *An Introduction to Theory and Research*, 1975, MA: Addison-Wesley.
- Gopi, M. & Ramayah , T., "Applicability of Theory of Planned Behavior in Predicting Intention to Trade Online; Some Evidence from a Developing Country", *International Journal of Emerging Markets*, 2007, 2(4), pp. 348-360.
- Greening, D. W., & Turban, D. B., "Corporate Social Performance as a Competitive Advantage in Attracting a Quality Workforce", *Business & Society*, 2002, 39(3), pp. 254-280.
- Griffin, J. J., & Mahon, J. F. , "The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance Debate", *Business & Society*, 1997, 36(1), pp. 5-31.
- Grube, J. W., Morgan, M., & McGree, S. T., "Attitudes Normative Beliefs as Predictor of Smoking Intentions and Behavior: A Test of Three Models", *British Intention of Social Psychology*, 1986, (25), pp. 81-93.
- Hutton, R., D'antonio, L., & Johnsen, T., "Socially Responsible Investing", *Business & Society*, 1998, 37(3), pp.281-305.
- Kozup, J., Howlett, E. & Pagano, M., "The Effects of Summary Information on Consumer Perceptions of Mutual Fund Characteristics", 2008, 42(1), pp.37-59.
- Kumar, R., Lamb, W. B., & Wokutch, R. E., "The End of South African Sanctions, Institutional Ownership, and the Stock Price Performance of Boycotted Firms: Evidence on the Impact of Social-ethical Investing", *Business & Society*, 2002, 41(2), pp.133-165.
- Mahapatra, S., "Investor Reaction to a Corporate Social Accounting", *Journal of Business Finance & Accounting*, 1984, 11(1), pp.29-40.
- Nunnally, J. C., "Psychometric Theory". NY: McGraw-Hill, 1978.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L., "Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis", *Organization Studies*, 2003, 24(3), pp. 403-441.
- Pava, M., & Krausz, J, "The Association between Corporate Social- responsibility and Financial Performance: The Paradox of Social Cost", *Journal of Business Ethics*, 1996, 15(3), pp.321-357.

- Rivoli, P., "Making a Difference or Making a Statement? Finance Research and Socially Responsible Investment", *Business Ethics Quarterly*, 2003, 13(3), pp. 271-287
- Roberts, J. A., "Will the Real Socially Responsible Consumer Please Step Forward?", *Business Horizons*, 1996, 39(1), pp.79-83.
- Schrader, U., "Ignorant Advice: Customer Advisory Service for Ethical Investment Funds", *Business Strategy and the Environment*, 2006, 15(3), pp.200-214.
- Schwartz, M. S., & Carroll, A. B., "Integrating and Unifying Competing and Complementary Frameworks the Search for a Common Core in the Business and Society Field", *Business & Society*, 2008, 47(2), pp.148-186.
- Seifert, B., Morris, S. A., & Bartkus, B. R. "Having, Giving, and Getting: Slack Resources, Corporate Philanthropy and Firm Financial Performance", *Business & Society*, 2004, 43(2), pp. 135-161.
- Social Investment Forum, 2010 <http://www.socialinvest.org/>
- Sparkes, R., "Ethical Investment: Whose Ethics, which Investment?", *Business Ethics: A European Review*, 2001, 10(3), pp. 194-205.
- Vyvyan, V., Ng, C., & Brimble, M, "Socially Responsible Investing: The Green Attitudes and Grey Choices of Australian Investors", *Corporate Governance: An International Review*, 2007, 15(2),pp. 370-381.
- Warhurst, A., & Mitchell, P., "Corporate Social Responsibility and the Case of Summitville Mine", *Resources Policy*, 2002, 26(2), pp.91-102.
- Wood, D. J., "Toward Improving Corporate Social Performance", *Business Horizons*, 1991, 34(4), pp. 66-73.

# The Determinants of CSR Fund Purchasing Intention

YU-CHEN LIN, HUI-MEI WANG, BRUCE C.Y. LEE \*

## ABSTRACT

In Europe and Japan, the Corporate Social Responsibility (CSR) fund has been developed for years. In contrast, most investors in Taiwan are not familiar with the CSR fund. The purpose of this study is to explore investor's motivation and intention of purchasing CSR fund, and investigate the determinants of their purchasing intention.

Based on Reasoned Action Theory, the present study proposes some theoretical hypotheses and uses EMBA students as sample to empirically test them. Study results reveal that investor's attitude is the key driver of purchasing intention of CSR fund. However, the influence of social attitude is stronger than that of economic attitude on purchasing intention. Subjective norm has positive influence on purchasing intention, while the effect of perceived behavior control on purchasing intention is not significant. In addition, male investors have higher purchasing intention of CSR fund than female. Investors who knew CSR fund before have higher purchasing intention than others. The current study improves our understanding on purchasing behavior of CSR fund and helps practitioners promote the fund.

Keywords: corporate social responsibility, behavior intention, reasoned action theory

---

\* Yu-Chen LIN, MBA, Graduate Institute of Management, Fu Jen Catholic University. Hui-Mei WANG, Associate Professor, Department of Finance and International Business, Fu Jen Catholic University. Bruce C.Y. LEE, Associate Professor, Department of Finance and International Business, Fu Jen Catholic University.

