

# 逢甲大學學生報告 ePaper

負責任旅遊行程對旅行社之財務績效影響

The impact of responsible travel itineraries on the  
financial performance of travel agencies

作者：王婉怡、倪滂晏

系級：企四乙、企碩一

學號：D0787584、M1003688

開課老師：楊曉琳 老師

課程名稱：財務管理

開課系所：企業管理學系

開課學年：110 學年度 第 2 學期

## 中文摘要

近年來旅遊相關的議題備受關注，其中又以負責任旅遊為提倡重心，呼籲大家在旅遊時減少對於環境的衝擊，而台灣旅遊業者也基於此概念，開始提出友善環境、保護文化與自然遺產、提供在地社區實質社經利益的旅遊行程，以落實永續觀光之理念。因此本研究以台灣上市櫃旅行社燦星旅、雄獅、易飛網、山富、五福、鳳凰六間旅行社所推出的責任旅遊相關行程與其公司的財務報表進行資產報酬率(ROA)、股東權益報酬率(ROE)、每股盈餘(EPS)三項指標的財務績效分析，欲了解旅遊業者與其推出的負責任旅遊行程之中的關連性。除此之外，由於新冠疫情致使旅遊業面臨到嚴重衝擊，因此亦將研究區分為疫情前(2016~2018年)與疫情期間(2019~2021年)，來探討疫情是否會影響消費者選擇責任旅遊與否，進而對旅行社的財務績效產生不同程度間的影響。在研究方法部分，預計以迴歸分析進行，期望可以依據研究的結果提出學術與實務貢獻。

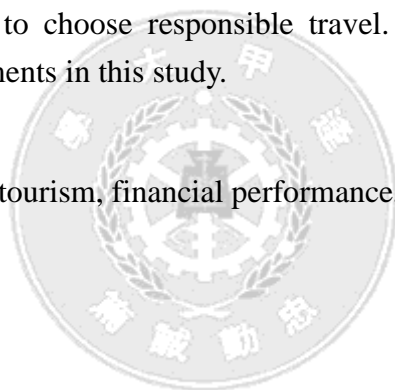
**關鍵字：**負責任旅遊、財務績效、永續觀光



## Abstract

In recent years, tourism-related issues have attracted much attention especially for Responsible Tourism. Responsible Tourism advocates that people should reduce the negative impact on the environment when traveling. Based on this concept, Taiwan's tourism industry has begun to propose environmentally friendly itineraries that could protect cultural, natural heritage and provide tangible socio-economic benefits to local communities. The environmentally friendly travel itineraries can also implement the concept of sustainable tourism. Therefore, in this study, we observe six travel agencies in Taiwan, including Star Travel, Lion Travel, Ezfly, Richmond Tours, Lifetour, and Phoenix Tours. We would like to examine the relationship between the travel itineraries of Responsible Tourism and the company's financial performance. In addition, due to the serious impact of COVID-19 epidemic on the tourism industry, we will divide the sample into pre-epidemic period (2016~2018) and epidemic period (2019~2021) and would like to explore whether the epidemic will increase the willingness of consumers to choose responsible travel. Finally, we use regression analysis to verify the arguments in this study.

**Keyword :** Responsible tourism, financial performance, sustainable tourism



## 目 錄

壹、研究動機.....	4
貳、文獻回顧.....	5
一、負責任旅遊(Responsible Tourism).....	5
二、公司財務績效(Financial Performance).....	6
參、研究方法.....	9
一、研究架構.....	9
二、研究範圍與資料來源.....	9
三、研究假說與變數定義.....	10
肆、實證模型.....	12
一、財務績效.....	12
二、負責任旅遊之實踐友善環境的作為.....	12
三、負責任旅遊之保護文化與自然遺產.....	13
四、負責任旅遊之提供在地社區實質社經利益.....	13
五、控制變數.....	13
伍、預期結果.....	13
參考文獻.....	14
工作分配說明.....	17

## 壹、研究動機

觀光產業是受到世界各國重視的無煙囪工業，其與科技產業共同被視為是 21 世紀的明星產業，於 2018 年更帶來 8 兆 8000 億美元的全球經濟產值，占全球經濟活動的 10.4%(WTTC, 2018)，旅遊常被我們視為是短期且暫時遠離日常生活工作或活動地點的移轉行為(Holloway, 1988)。近年來隨著經濟快速成長、高性價比航班優惠及便利的簽證等條件，全球旅遊人數於 2018 年相較於前年增加 6% 到達 14 億人次(UNWTO, 2018)，人們生活在一定水準的社會下，除了物質的享受外，更重視充實精神與心靈的滿足(楊明賢, 2008)，因此旅遊成為越來越多人必備的休閒活動。在國內旅遊中，根據交通部觀光局(2019)報告指出 2019 年國人旅遊時主要從事的遊憩活動以自然賞景比率最高(65.7%)，其中森林步道健行、登山、露營、溯溪占其中 40.6%。2020 年在新冠肺炎的肆虐下，國人更大量轉向國內旅遊，加上安心旅遊補助，致使國內旅遊人數迅速增加。然而，觀光旅遊人數的倍增，使熱門景點的遊客量超載，逐漸形成「過度旅遊」，進而對於景點居民原先所認可的生活品質造成影響，在旅遊體驗中亦帶來不同程度之負面衝擊(UNWTO, 2019)，造成環境汙染、野生動植物棲息地受到干擾、自然景觀破壞甚至消失等(宋秉明, 2000)。

如何在旅遊與生態環境取得平衡? 學者們紛紛呼應「負責任旅遊」的重要性，1991 年國際生態旅遊學會聲明遊客應在旅遊過程中對環境負起責任，強調旅遊者旅行時應盡量選擇不對環境產生負面衝擊的方式(Fennell, 2008)；聯合國為了落實永續觀光的發展理念，確保觀光帶來的經濟利潤，對地球的生態環境進行保育、保護及重建，更將 2002 年訂定為「國際生態旅遊年」，也因此致使各國開始倡導生態旅遊及環境保護的作法，希望能使遊客在旅遊中降低對於生態的破壞。

隨著企業社會責任的觀念興起，台灣的旅遊業者也紛紛針對環保永續、經濟繁榮、社會公益三個面向推出不同的旅遊組合安排，如：環保旅遊、綠色旅遊、責任旅遊、低碳足跡旅遊、原住民文化旅遊等。誠如雄獅旅遊，其以「減碳移動」、「在地體驗」，及「緩慢旅遊」來了解在地文化特色，與東南旅遊提出的綠色旅遊安排，以新的體驗、環境友善的方式，落實 ESG(環境保護、社會責任與公司治理)理念，用以評估企業永續經營的指標及投資決策，在推動不同新型態的旅遊方式，來符合目前永續社會、保護環境的趨勢進而切中消費者。然而，在過往研究探討中卻顯少針對旅遊業者所推出環境友善旅遊是否與公司財務績效間具

有相關性。因此，本研究將試圖探討當旅遊業者在推出負責任旅遊行程時，是否會提升或降低旅遊業者財務績效，並以台灣六家上市櫃旅行社，燦星旅、雄獅、易飛網、山富、五福、鳳凰作為分析企業。

本研究之研究目的如下：

1. 旅行社的財務績效與旅行社推出的負責任旅遊行程是否有相關。
2. 疫情前後推出負責任旅遊行程其公司的財務績效是否增加，亦或是減少。

## 貳、文獻回顧

### 一、負責任旅遊(Responsible Tourism)

近年來隨著觀光旅遊的盛行，各國在獲得經濟利潤的同時也面臨到人文、社會、環境等多方面的負面衝擊，如何在經濟成長與永續發展間取得平衡成為一門重要的議題，創新旅遊方式勢必是未來旅遊市場的趨勢，世界旅遊組織曾特別提及旅遊業可以在永續發展目標(SDGs)中做出貢獻，特別是「體面工作和經濟增長」、「確保永續消費和生產模式」和「保育及維護海洋資源」，減少負面環境旅遊，兼顧經濟成長、社會進步與環境保護三者，因此在落實永續觀光的發展理念下學者們相繼提出低碳旅遊、生態旅遊、綠色旅遊、負責任旅遊等新的旅遊概念(吳忠宏，2008)。

負責任旅遊，一種對環境有責任的旅遊方式，旅遊者、旅遊地的居民及旅遊業者三方在獲得最大利益的同時也要對環境及社會利益的破壞降到最低，並且保護與保存旅遊地的生態環境及人文資產。學者們也從多重角度進行解釋，例如以倫理責任為核心，從生態、經濟、社會文化三個面向去探討負責任旅遊的範疇，Hetzler(1965)認為除了滿足遊客的觀光休閒旅遊利益外，也應重視過程中伴隨來的環境破壞，盡力降低對當地文化和環境的衝擊。當人們對於自己的行為有更高層次的道德責任要求(張帆，2006)，將會自願性地盡可能在旅遊的過程中減少對環境的傷害，並實踐有助於環境生態與社會人文的行為(Steg & Vlek，2009)，而這也是人與自然共存的責任。因此，負責任旅遊是一種重要的旅遊觀念，人們應考慮自身在旅遊時對於旅遊地帶來的負向影響，在旅遊過程中尊重當地居民，避免影響他們原有的生活，保護生態環境及文化古蹟，減少個人行為帶來的負面衝擊及環境破壞，並以環境永續為目標。這些皆與聯合國將 2002 年訂為「國際生

態旅遊年」之目標相互呼應，達到落實永續觀光的理念，全球各國也極力倡導並實踐生態旅遊及環境保護。

儘管大家都能接受並知道負責任旅遊的重要性，卻仍然會在旅遊過程中無意識地破壞環境，過往研究指出透過計劃行為理論(planned behavior)、價值信念規範理論(value-belief-norm theory)、場所依戀理論(place attachment theory) 得以說明人們的行為意圖會受到負責任環境態度的影響，生態旅遊教育亦可提升人們對於生態保育的社會責任與規範，更可提高在旅途過程中帶來負面影響的自我控制能力，並促使遊客對旅遊地有更深層的認知，建立與旅遊地的情感依附，最終激發對於當地環境的負責任行為(曹勝雄、孫君儀，2009)。

而隨著政府所推行永續發展政策，提升優質觀光進行產業的轉型，近年旅行社積極推出各式各樣的旅遊行程來增加選擇滿足市場上消費者的需求，亦透過嶄新的旅遊模式、友善生態環境，保護人文資產，甚至是幫助旅遊地居民的生活條件，利用規劃好完善的綠色行程，營造感動的體驗過程，以永續為旅遊主軸，更強調深度旅遊與在地生活，來落實永續、負責任的旅遊。

## 二、公司財務績效(Financial Performance)

在財務績效研究中主要評估企業於財務報表上所釋出的公開資訊，利用簡單的財務指標，來反應企業是否達到經濟目標，如：盈利能力、營運能力、償債能力、抗風險能力等，並透過分析可以提供企業管理者、投資者、以及債權人適當的財務資訊(Bernstein & Wild, 1998)。此類資料取得具有公開客觀的性質且較易於量化。學者們也藉此指出當提供公司管理與政策執行的方向與建議時，可以參考多種的獲利衡量標準，包含資產報酬率、權益報酬率、毛利率、稅前淨利率、淨利成長率等(Davidson & Worrell, 2001)，而在各行各業中投資報酬、財務槓桿、資本周轉性、短期流動率、現金流動性、存貨周轉率與應收帳款週轉率，常被視為是最具解釋的七項指標(Pinches et al., 1973)。

近年企業所扮演的角色逐漸增加，除了追求利潤外，亦必須對社會、環境負責任(Hopfenbeck, 1992)，因此，在過往研究中常探討當企業從事企業社會責任(CSR)是否為其財務績效帶來正、負面的影響，誠如 Waddock & Graves (1997)在股東權益報酬率、資產報酬率與營業淨利率的研究結果中發現企業社會責任與財務績效存在正向的相關性。學者們指出當企業投入企業社會責任時可以為公司豎立起優良的正面形象，且增加聲望，藉此提升企業的競爭力 (Fombrun &

Shanley, 1990)。然而，卻也僅有財務績效較佳的公司能夠負擔企業社會責任的成本(Schuler & Cording, 2006)。且發現已參與企業社會責任的公司，其研發經費的投入比例亦明顯高於其他公司(Jo & Harjoto, 2011)。

企業社會責任以經濟繁榮、社會公益、環保永續三個目標，亦符合在旅遊觀光衍伸出的負責任行為的觀點，為了能夠實踐環境友善、保護自然文化遺產與提供旅遊社區實質的社經幫助，因此，本研究試圖了解在旅行社的上市櫃公司中，負責任旅遊是否如同 CSR 相關過往研究，幫助旅行社的企業形象與聲譽提升，而刺激消費者提升參加旅遊行程的意願，藉此為企業的財務績效帶來效益，或是增加其成本卻不符合盈利，故產生不利之影響，為本研究欲探討之問題。另外，由於近三年旅遊深受新冠疫情的影響，故也從疫情前後的財務績效進行比較，欲得知疫情是否使旅遊者轉變原先的消費習性，而影響旅行社推出負責任旅遊行程活動的公司安排，亦對於其公司的財務績效產生如何程度之影響。

H1：旅行社的財務績效與旅行社推出的負責任旅遊行程是否有相關。

H2：疫情前後推出負責任旅遊行程後是否與旅行社的財務績效具有影響。

### 財務績效衡量指標選定：

財務績效的衡量中，學者們常使用資產報酬率(ROA)、股東權益報酬率(ROE)與每股盈餘(EPS)來作為公司績效的衡量指標(吳雅菁, 2015；李青樺, 2013)，誠如方錦雯(2014)提出管理營運資金與公司績效間是否有調節關係。透過資產報酬率(ROA)和股東權益報酬率(ROE)的數據可呈現出公司利潤的產生與其所擁有的資產之重要關係(王亦君, 2020)。而財務績效被視為是用來檢視企業營運策略是否以正確的方式運作的重要指標，其提供企業內部成員及投資人評估該企業是否有符合預期經營的象徵(謝璧而, 2018)。而旅行社亦屬於此企業範疇，可使用財務績效來評估，故企業經理人、投資者、債權人等皆可透過旅行社所公佈之財務報表的相關資訊進行分析與評估(劉巧娟, 2018)，故本研究以資產報酬率(ROA)、股東權益報酬率(ROE)、每股盈餘(EPS)作為衡量指標。

衡量指標公式如下：

#### (一) 資產報酬率(Return on Assets, ROA)

資產報酬率(ROA)被大眾用於檢視一家公司的資產是否有被充分使用，以其進行生產活動，藉此獲取收益，並反映於稅後淨利，可探討一家公司在資產上之



營運是否具有效率。當資產報酬率越高時，表示公司對於資產的營運與配置越有效率(游家偉，2012)。故資產報酬率越高，通常公司藉由資產運用所產生的獲利越大，但仍需與同業間比較，其參考價值較高。當比率低於市場標準利率時，亦反映出公司對於投資風險的承擔能力低於無風險性的報酬，其公司資產未被適當運用。此衡量指標適合評估資產較重的企業(如：製造、航運)，可方便投資人了解公司是如何使用其資產來創造收入。

$$\text{資產報酬率(ROA)} = \text{稅後淨利} / \text{平均總資產} \times 100\%$$

H1a：在其他條件不變下，旅行社推行負責任旅遊行程，則可使旅行社的財務績效(ROA)愈佳。

## (二)股東權益報酬率(Return On Equity，ROE)

股東權益報酬率(ROE)代表企業運用資源產生利潤的效率，可以幫助投資人評估，投資的錢到是否有獲利。當股東權益報酬率越高時，股東能回收其投入於企業的報酬就越高，此代表獲利能力佳，因此股東能得到公司所給予之獲利越多。Clash(1998)指出股東權益報酬率可以做為預測性的指標來預期公司未來的成長率。誠如股神巴菲特曾說過股東權益報酬率是判斷一家公司財務方面的重要指標。而股東權益報酬率越高，其公司通常具有較好的公司治理。

$$\text{權益報酬率(ROE)} = \text{稅後盈餘} / \text{股東權益} \times 100\%$$

H1b：在其他條件不變下，旅行社推行負責任旅遊行程，則可使旅行社的財務績效(ROE)愈佳。

## (三)每股盈餘(Earnings Per Share，EPS)

每股盈餘(EPS)是一種用於衡量獲利能力與股東投資風險的指標，顯示股東所持有每股於企業中能享有的利潤或虧損承擔能力，當其越高時，單位資本額獲利越高，故每股盈餘通常被視為是企業決定發放現金股利的標準。而不同期間的每股盈餘亦可發現普通股的獲利動向，企業可決定是否發放給投資人，或是保留另作規劃。在過往研究常藉由每股盈餘分析提高企業績效的可能性(Khan et al.，2014；Kadar & Rikumahu，2017；Almeida，2019)。

$$\text{每股盈餘} = \text{本期稅後淨利} / \text{普通股在外流通股數}$$

H1c：在其他條件不變下，旅行社推行負責任旅遊行程，則可使旅行社的財務績效(EPS)愈佳。

## 參、研究方法

### 一、研究架構

本研究以財務績效為依變數，負責任旅遊行程作為自變數，探討旅遊社的財務績效與所推出的旅遊行程之關係，財務績效指標以總資產報酬率(ROA)、權益報酬率(ROE)與每股盈餘(EPS)，而負責任旅遊行為行程指標以三大支柱：實踐友善環境的作為、保護文化與自然遺產、提供在地社區實質社經利益，透過三大支柱衍伸八個變數作為負責任旅遊指標，包含是否有零碳足跡行程、是否在過程中進行環保回收、是否重視生態環境多樣性、是否有文化傳承活動、是否參觀歷史文物古蹟、是否進行食農教育、是否創造當地就業機會、是否幫助改造當地環境，有則設為 1，無則設為 0，研究架設如圖 1 所示。

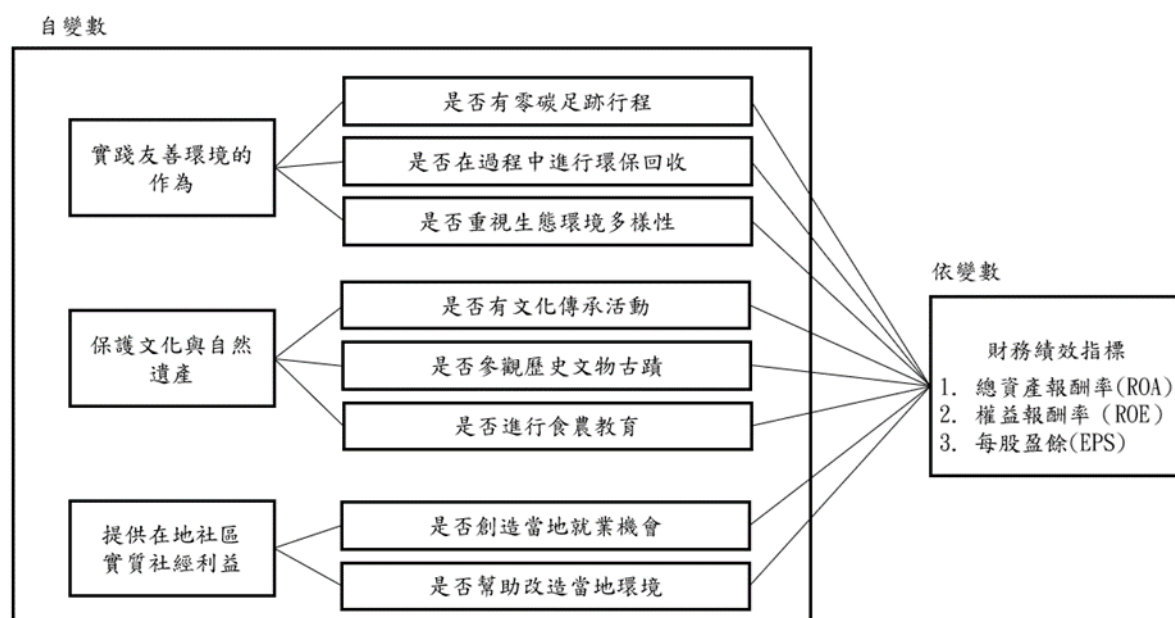


圖 1 研究架構圖

### 二、研究範圍與資料來源

#### (一)研究範圍

本研究以台灣上市櫃旅行社燦星旅、雄獅、易飛網、山富、五福、鳳凰，六家於疫情前財務報表(2016年至2018年)與疫情期間財務報表(2019年至2021年)作為財務績效的分析，並依據實踐友善環境的作為、保護文化與自然遺產、提供在地社區實質社經利益作為三大負責任旅遊概念。本研究欲探討旅行社推出負責任旅遊行程與旅行社自身財務績效兩者的相關性，並欲了解疫情前後的變化。

## (二)研究對象

本研究對象針對台灣目前上市櫃旅行社，包含燦星旅、雄獅、易飛網、山富、五福與鳳凰，共六家進行研究探討。

## (三)資料來源

各家旅行社財務報表的資料取自於臺灣經濟新報資料庫(TEJ)，負責任旅遊行程則從各家旅行社的官方網站可選擇的旅遊行程類型進行判斷。

## 三、研究假說與變數定義

### (一)假說建立

H1：旅行社的財務績效與旅行社推出的負責任旅遊行程是否有相關。

H1a：在其他條件不變下，旅行社推行負責任旅遊行程，則可使旅行社的財務績效(ROA)愈佳。

H1b：在其他條件不變下，旅行社推行負責任旅遊行程，則可使旅行社的財務績效(ROE)愈佳。

H1c：在其他條件不變下，旅行社推行負責任旅遊行程，則可使旅行社的財務績效(EPS)愈佳。

H2：疫情前後推出負責任旅遊行程後是否在財務績效有相關。

### (二)變數定義

#### 1.依變數：

本文探討旅行社所推出負責任旅遊行程對於財務績效的影響，財務績效以資產報酬率(ROA)、權益報酬率(ROE)與每股盈餘(EPS)三項財務比率進行衡量。三項比率皆被使用於判斷企業的獲利能力，因此透過資產報酬率可從中了解公司資產的使用情況與所創造的利潤，與權益報酬率來衡量股東權益的投資報酬，學者們指出 ROA 與 ROE 相較於外部市場的影響，更能夠反映出企業內部決策過程與營運績效(Orlitzky et al., 2003)，兩者可用於評估公司從投資中產生收益的效率，卻又能發現公司不同的財務狀況。每股盈餘衡量為公司當年度的獲利，而國內超過一半的上市公司其每股盈餘與股價存在著長期穩定的關係(葉金成、李冠豪，2001)，故此為股東衡量公司獲利之關鍵。

上述三項財務比率計算公式如下：

資產報酬率(ROA)=稅後淨利／平均總資產× 100%

權益報酬率(ROE)=稅後淨利／股東權益× 100%

每股盈餘(EPS)=本期稅後淨利／普通股在外流通股數

## 2.自變數：

參考過往學者提出的負責任旅遊分類，以實踐友善環境的作為、保護文化與自然遺產、提供在地社區實質社經利益三大面向，衍伸出八個自變數，自變數皆為虛擬變數，符合條件的旅行設為 1，不符合則為 0。

三大面向如下：

### (1)實踐友善環境的作為

- A. 旅行社是否有提供零碳足跡(Zero Carbon Footprint, ZCF)行程，有提供則為 1，無提供則為 0。
- B. 旅行社是否在過程中進行環保回收(Environmental Protection Recycling, EPR)，有進行則為 1，無進行則為 0。
- C. 旅行社是否重視旅遊地的生態環境多樣性(Ecological Diversity, ED)，有則為 1，無則為 0。

### (2)保護文化與自然遺產

- A. 旅行社是否有文化傳承(Cultural Heritage, CH)活動，有則為 1，無則 0。
- B. 旅行社是否有參觀歷史文物古蹟(Historical Landmark, HL)活動，有則為 1，無則為 0。
- C. 旅行社是否進行食農教育(Food and Agriculture Education, FAE)類似活動，有則為 1，無則為 0。

### (3)提供在地社區實質社經利益

- A. 旅行社是否為當地創造就業機會(Job Opportunity, JO)，有則為 1，無則為 0。
- B. 旅行社是否幫助改造旅遊地環境(Improve the environment, IE)，有則為 1，無則為 0。

## 3.控制變數

本研究除了以總資產報酬率(ROA)、權益報酬率(ROE)與每股盈餘(EPS)為應變數之外，還以公司規模大小和公司成立年數去作為控制變數。

### (1)公司規模大小(Size)

當公司的規模越大且知名度越高時，所受到社會大眾的關注越多，因此要承擔的責任壓力更高，而推行負責任旅遊行程亦屬於旅行社從事企業社會責任的一環，於過往學者即提出公司規模的大小與從事社會責任兩者呈現正關係(李秀英、劉俊儒和楊筱翎，2011)。

### (2)公司成立年數(Age)

當公司成立年數越長時，其相較於年數短的公司，會較能即時反應市場資訊且有效地提供訊息給予社會大眾(Calantone et al., 2002)。而擁有穩定的獲利能力，也較易擁有好的企業聲譽(李秀英、劉俊儒和楊筱翎，2011)。

## 肆、實證模型

以下為本研究架構與研究假設的迴歸模型，以了解當期旅行社的負責任旅遊行程與財務績效之相關性。

公式如圖 2 所示：



$$FP_{i,t} = \alpha_0 + \beta_1 ZCF_{i,t} + \beta_2 EPR_{i,t} + \beta_3 ED_{i,t} + \beta_4 CH_{i,t} + \beta_5 HL_{i,t} + \beta_6 FAE_{i,t} + \beta_7 JO_{i,t} + \beta_8 IE_{i,t} + \beta_9 Size_{i,t} + \beta_{10} Age_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

圖 2 本研究公式

### 一、財務績效

FP：旅行社地 t 年的財務績效，分別以總資產報酬率(ROA)、權益報酬率 (ROE) 與每股盈餘(EPS)來衡量。

ROA：i 旅行社第 t 年的總資產報酬率，以稅後淨利除以平均總資產來衡量。

ROE：i 旅行社第 t 年的權益報酬率，以稅後淨利除以股東權益來衡量。

EPS：i 旅行社第 t 年的每股盈餘，以稅後淨利除以流通在外普通股股數衡量。

### 二、負責任旅遊之實踐友善環境的作為

ZCF：旅行社第 t 年是否有提供零碳足跡行程。

EPR：旅行社第 t 年是否在過程中進行環保回收。

ED：旅行社第 t 年是否重視旅遊地的生態環境多樣性。

### 三、負責任旅遊之保護文化與自然遺產

CH：旅行社第 t 年是否有文化傳承活動。

HL：旅行社第 t 年是否有參觀歷史文物古蹟活動。

FAE：旅行社第 t 年是否進行食農教育類似活動。

#### 四、負責任旅遊之提供在地社區實質社經利益

JO：旅行社第 t 年是否為當地創造就業機會。

IE：旅行社第 t 年是否幫助改造旅遊地環境。

#### 五、控制變數

Size：旅行社總資產取自然對數。

Age：旅行社成立至今的年數。

### 伍、預期結果

#### 一、本研究預期旅行社的財務績效與所推出的負責任旅遊行程有正向影響。

在現今的社會中企業從事社會責任，落實其應該負起的責任有助於提升消費者對品牌與企業的消費參與意願，在過往研究中發現企業社會責任對於公司的經營績效，不論是在財務績效或股票報酬等方面都具有正面的幫助。而旅行社推出責任旅遊，以符合市場上目前的消費趨勢，藉由環境友善的理念，從旅行社做起，回饋社會之義務與職責，永續經營的目標使旅行社可藉此提升旅行社的名譽，也可增加消費者的信任，為台灣的旅遊業帶來新氣象，故預期此行程能為公司帶來好的績效。

#### 二、預期疫情前與疫情後旅行社所推出的責任旅遊行程增加，且財務績效上升。

由於新冠疫情肆虐，人們在旅遊時不再只是注重自身的旅遊享受，而是會考慮環境與生態破壞等問題，因此本研究預期旅行社在疫情後會增加不同的旅遊選擇，並提倡責任旅遊的方式，針對不同消費族群給予不同的選擇，如：綠色旅遊、生態旅遊、低碳足跡旅遊、遠離人群的旅遊等，在滿足消費者情況下也強調責任旅遊，既可保護環境也可教育消費者除了自身利益，也要保護環境、文化、社會，與大自然和平共存，將永續的觀念傳達給每一位消費者，保護生態與人文環境不僅僅是口號，而是需要大家共同承擔的責任。

## 參考文獻

### 中文文獻

- 方錦雯(2014)。公司治理推展進程對營運資金管理與公司績效影響之研究—以台灣上市公司為例。中央大學企業管理學系碩士在職專班學位論文，1-59。
- 王亦君(2020)。財務績效與公司治理對股票報酬率的影響—以台灣上市公司為例。國立中正大學財務金融研究所。
- 世界旅遊觀光協會報告(2018)。全球旅遊業仍將突飛猛進 成長速度僅次製造業。中央通訊社，取自：<https://www.cna.com.tw/news/aopl/201903020215.aspx>。
- 吳忠宏(2008)。生態旅遊的內涵與定義。國教輔導，45(2)，14-27。
- 吳雅菁(2015)。產品保固資訊與公司績效。國立台北大學會計系研究所學位論文。
- 宋秉明(2000)。永續觀光發展的原則與方向。觀光研究學報，6(2)，1-14。
- 李秀英，劉俊儒，楊筱翎(2011)。企業社會責任與公司績效之關聯性。東海管理評論，13(1)，77-112。
- 李青樺(2013)。公司治理、公司經營績效與機構投資人持股之研究。國立高雄應用科技大學財富與稅務管理系碩士在職專班學位論文。
- 張帆(2006)。負責任旅遊概念的起源與發展。旅遊科學，20(6)，9-14。
- 曹勝雄、孫君儀(2009)。建構地方依附因果關係模式。地理學報，(55)，43-63。
- 游家偉(2012)。壽險業資產與保險配置對資產報酬率與損失率之縱橫面資料分析。逢甲大學統計學系統計與精算碩士班。
- 楊明賢(2008)。觀光學概論。台北市：揚智文化事業股份有限公司。
- 葉金成、李冠豪(2001)。盈餘與股價因果關係之實證研究。淡江大學會計學系。
- 劉巧娟(2018)。新聞報導對台灣觀光旅館營運績效影響之研究。天主教輔仁大學餐旅管理學系。
- 聯合國世界旅遊組織(2019)。訪客成災煞風景 過度旅遊淪世界新公害。中央通訊社，取自：<https://www.cna.com.tw/topic/newsworld/135/202001310005.aspx>。
- 聯合國世界旅遊組織報告(2018)。世界旅遊組織最新報告：2018 年全球國際旅遊人數達 14 億。每日頭條，取自：<https://kknews.cc/zh-tw/travel/oabgnj6.html>。
- 謝璧而(2018)。公司財務績效指標與股價關係之研究—以台灣 50 成分股為例。國立高雄師範大學成人教育研究所。

## 英文文獻

- Almeida, H. (2019). Is it time to get rid of earnings-per-share (EPS)? *Review of Corporate Finance Studies*, 8(1), 174-206.
- Bernstein, L. A., & Wild, J. J. (1989). *Financial statement analysis: Theory, application, and interpretation* (Vol. 212, pp. 213-573). Homewood: Irwin.
- Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial marketing management*, 31(6), 515-524.
- Clash, J. M. (1998). The ROE formula. *FORBES*, 162(10), 372-373.
- Davidson III, W. N., & Worrell, D. L. (2001). Regulatory pressure and environmental management infrastructure and practices. *Business & Society*, 40(3), 315-342.
- Fennell, D. A. (2008). Responsible tourism: A Kierkegaardian interpretation. *Tourism Recreation Research*, 33(1), 3-12.
- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of management Journal*, 33(2), 233-258.
- Hetzer, N. D. (1965). Environment, tourism, culture. *Links*, 1(3), 1-3.
- Jo, H., & Harjoto, M. A. (2011). Corporate governance and firm value: The impact of corporate social responsibility. *Journal of business ethics*, 103(3), 351-383.
- Holloway, J. C. (1988). *The Business of Tourism*. London: Pitman.
- Hopfenbeck, W. (1992). *The Green Revolution: Lesson in Environmental Excellence*.
- Khan, T. R., Islam, M., Choudhury, T. T., & Adnan, A. M. (2014). How earning per share (EPS) affects on share price and firm value. *European Journal of Business and Management*, 17(6), 97-108.
- Kadar, K., & Rikumahu, B. (2017). Relationship Analysis Between EVA, EPS, ROA, ROE to MVA for Measuring Financial Performance (Case Study on Telecommunication Companies Listed in IDX 2011-2016). *e-Proceedings of Management*, 4(3).
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization studies*, 24(3), 403-441.
- Pinches, G. E., Mingo, K. A., & Caruthers, J. K. (1973). The stability of financial patterns in industrial organizations. *The Journal of Finance*, 28(2), 389-396.



- Schuler, D. A., & Cording, M. (2006). A corporate social performance–corporate financial performance behavioral model for consumers. *Academy of management Review*, 31(3), 540-558.
- Steg, L., & Vlek, C.(2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of environmental psychology*, 29(3), 309-317.
- Waddock, S. A., & Graves, S. B. (1997). The corporate social performance–financial performance link. *Strategic management journal*, 18(4), 303-319.



### 工作分配說明

工作 \ 成員	倪涔晏	王婉怡
摘要		✓
研究動機		✓
文獻回顧	✓	✓
研究方法	✓	✓
實證模型		✓
預期結果	✓	✓
參考文獻	✓	✓
PPT 製作、WORD 統整		✓
報告		✓