

摘要

時代進步，科技進化，人類進行追求自我權益，企業的社會責任日益加重，市場上出現有瑕疵的產品時，企業則須對產品負責將它召回，其召回對企業的影響難以衡量。本研究樣本是利用車輛安全資訊網取得台灣車輛召回次數與召回原因，並利用台灣經濟新報（TEJ）與資訊觀測站取得台灣汽車公司之財報資料。以2003年至2010年為樣本的期間。企業績效的部分是使用Tobin's Q來衡量；股價變化方面則是使用股價市值來衡量與瞭解召回對其企業的影響。實證結果發現，產品召回對於企業績效在當季所受召回影響較多，股價市值在當季與下一季有同樣顯著地影響。

關鍵字：產品召回、Tobin's Q、股價市值