

中国人民大学经济学院以研究生毕业同等学力

申请硕士学位论文写作报告

姓名：潘星

资格证号：71041147

专业名称：企业经济学

拟定学位论文题目：消费者对再生油产品购买意愿的影响因素研究。

报告日期：2021年01月14日

一、选题依据

|  |
| --- |
| 1.目的及意义（800字以内）（主要内容：阐述选题要解决什么问题，选题有何理论和现实意义）  润滑油产品是应用在汽车、机械设备上以减少摩擦，保护机械及加工件的液体或半[固体润滑剂](https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%BA%E4%BD%93%E6%B6%A6%E6%BB%91%E5%89%82/3395034" \t "_blank)。随着我国经济的快速发展，我国每年产生接近500万吨的废弃润滑油，据环保部门数据显示目前国内拥有废矿物油回收处理资质的专业化企业和综合处理企业大多呈现规模小、处理能力不足的状态，大部分由无资质企业进行处理或无任何环保处理措施直接排放。废弃润滑油是国家明确规定的危险废物，其中含有多种有毒有害的物质，如重金属、苯系物、难降解的支链烷烃、芳香烃等有毒有害有机物，如果将废矿物油随意倾倒至水体或土壤中，会破坏水体和土壤的生态平衡，严重威胁人类健康和动植物生长。  “十四五规划”中提出到2025年，循环型生产方式全面推行，绿色设计和清洁生产普遍推广，资源综合利用能力显著提升，资源循环型产业体系基本建立。废旧物资回收网络更加完善，再生资源循环利用能力进一步提升，覆盖全社会的资源循环利用体系基本建成。目前废弃润滑油再生后更多是作为中低端产品的原材料使用。且废弃润滑油再生技术需要较大的前期投资。国家目前只是鼓励企业自主回收处理利用。并没有强制措施。企业认为回收再利用会是一种负担所以对于废油再生项目参与度低，更多地是投入到高端产品的研发追求更高的产品利润。  本文的研究目的：以计划行为理论为基础，将消费者质量感知、消费者绿色消费偏好作为内部因素，政府环境规制、企业社会责任感作为外部因素。引入到消费者对再生油产品购买意愿的影响因素研究中，以再生润滑油产品为问卷对象进行实证研究，确定各个因素是如何影响消费者对再生油产品购买行为，以期为润滑油企业制定再生油项目与循环经济发展战略提供借鉴。  本文研究意义：目前对于再生油项目大多是建立在传统财务模型基础上进行分析，本文通过对消费者购买意愿的研究，得到影响消费者购买行为的因素的作用机理。使企业在今后的发展中通过对这几个关键要素着重研究，不但能提高和国际厂商的竞争能力而且能提升企业社会责任感的同时还能实现企业利润增长。避免了只循环、不经济的尴尬局面，加强了企业接受政府推动循环经济的意愿。因此本文研究具有现实意义。 |

|  |
| --- |
| 2.文献综述（3000字左右）（主要内容：做文献梳理和研究动态的综述，归纳已有的研究所做的工作，形成了哪些共识？列举出在哪些问题上仍未形成共识？各种不同的观点是什么？针对目前的研究，你发现了哪些问题想要继续研究？）  我国正处在工业化中期,在传统发展模式中,企业普遍存在着“重市场、轻生态”,甚至是以牺牲生态环境利益来换取“利润最大化”的短视行为。2015年5月，国务院发布了《中国制造2025》，提出“全面推行绿色制造”，明确了“加大先进节能环保技术、工艺和装备的研发力度，加快制造业绿色改造升级；积极推行低碳化、循环化和集约化，提高制造业资源利用效率；强化产品全生命周期绿色管理，努力构建高效、清洁、低碳、循环的绿色制造体系”的总体发展思路。到2025年，循环型生产方式全面推行，绿色设计和清洁生产普遍推广，资源综合利用能力显著提升，资源循环型产业体系基本建立。废旧物资回收网络更加完善，再生资源循环利用能力进一步提升，覆盖全社会的资源循环利用体系基本建成。  曹华军,李洪丞,曾丹,等［1］在绿色制造研究现状及未来发展策略中提出了绿色制造是制造业和绿色创新的融合，会成为新一轮工业革命竞争的重要领域，作者从绿色制造创新模式、产品绿色设计、工艺以及资源化与再制造等几个方面详细阐述了绿色制造包含的主要内容，并围绕国内外绿色制造发展战略、绿色制造创新机构、绿色制造标准体系及规范以及绿色制造企业实践等几个方面分析了绿色制造发展现状，最后给出了我国绿色制造未来发展建议策略。指出绿色制造已经成为全球共识，是驱动我国经济高质量发展的利器，将环保材料与绿色制造工艺技术创新作为研发的重点，快速发展和推广应用能效优化技术以及大力发展循环经济产业。循环经济是Boulding在1966年首先提出的理念［2］，但是他并没有对其完成整个体系的研究，后来学者们不断围绕着环境问题来完善着循环经济体系。到20世纪末循环经济理念被系统地引入中国，王国印［3］从不同视角审视循环经济提出循环经济﻿的本质是以资源循环再利用为核心的自循环经济，是一种模仿自然生态系统通过物质循环机制和能量梯级利用规律而重构经济系统，达到环境影响和寿命周期成本最小化、价值最大化，经济与环境协调发展的技术经济模式。按照循环经济客观要求，推动循环经济主要是资源化技术，如：回收处理技术、再利用技术、再制造技术。根据产业间关系进行整体优化设计使产业或企业之间耦合链接，实现更广阔范围内的循环再利用，提升资源配置效率和经济效率。马杰［4］将循环经济问题本土化，指出我国目前面临复合型生态环境问题。随着我国环保战略思想的与时俱进,由末端治理转向源头和过程。所以国家希望通过倡导发展循环经济来解决环境问题。这也必然引起循环经济从企业绿色生产起步。通过各级政府制定计划，国家给予技术支持，人们思想提高给予行动支持等一些列行动实现经济可持续发展。  近年来，我国的润滑油产品消耗量在不断攀升。截止2020年我国润滑油产量达到780万吨，按照60%的废油量计算，在未来每年产生接近500万吨的废润滑油。废矿物油中含有多种有毒有害物质，如重金属、苯系物、多环芳烃等［5］处理不当会污染水源与土壤，对人们的健康造成很大影响。2005年重庆城区出现了四起重大润滑油污染事故，调查发现是废润滑油处理不当造成的。由于废润滑油具有回收再利用价值，长期存在非法收集、贮存、转移、利用及处置行为。国内具有资质的处理企业也是呈现规模小、处理能力不足的状态，基本上处于“小作坊式”阶段，﻿废润滑油中80%可通过再生技术实现回收利用［6］﻿，使用再生基础油还可减少CO2排放量40%。但是徐大鹏等［7］﻿通过对比目前主流的废油再生工艺提出了制约企业发展再生回收的主要问题是当前技术仍然存在较大的前期投资成本。矫云阳等［8］在对废油回收分析中﻿建议国家鼓励矿物油生产企业依托其销售网络开展废矿物油收集利用。润滑油厂商利用已有的销售网络回收废油，运用再生技术重新变成原材料投入到新的生产中，这种在技术上可以说是相当成熟，但是企业还需要解决很多棘手的问题。  废油再生可视为再制造，再制造是相对于制造而言的。传统制造是利用原材料加工成产品；再制造是把完成使用寿命的产品通过一定的技术使其变成新产品。再制造产品质量和性能上要达到甚至超过新品是其重要的特征［9］。当消费者面对市场上众多商品进行选择时。再制造商品能否被消费接受，是企业在投资生产前需要重点考虑的问题。对于再制造领域的研究中涉及消费者购买意愿并不算多。Wang等［10］发现财务风险、时间风险、绩效风险和资源风险影响着消费者购买再制品的意愿；Michaud和Llerena［11］关注了再制品的绿色属性以及消费者对再制品的估值；绿色购买行为［12］是指消费者在满足需求并实现更好生活质量的基础上，最大限度地实现自然资源损耗减少以及污染物、有害物质产生的购买行为。庞英等［13］认为，绿色购买意愿是个体选择绿色产品的偏好以及愿意为购买绿色产品付出的努力程度。这些研究缺乏从内外部促进和抑制因素的角度进行展开。王玺禧,高鹏［14］利用实证方法结合结构方程模型从内外部促进和抑制因素的角度对消费者购买再制品意愿的影响因素进行研究，发现﻿我国消费者对再制品的购买意愿不强。外部促进因素最重要的是政策支持。各类风险感知抑制了消费者购买。学者俞明南等［15］利用理论和案例相结合的研究方法相，发现阻碍消费者接受再制品的主要因素包括：对再制造产品的信任度低、感知价值低、存在抵触心理。除此之外产品的价格以及再制造企业的声誉也是重要的影响因［16］。对于企业来说，提升企业的社会责任感﻿可以提升消费者对价值认同，降低感知风险，建立消费者和企业的信任关系。﻿Ioanna等［17］提出企业社会责任政策，通过支持与利益相关者的各种对话渠道，提高沟通和合作，是不需要付出任何重大财务成本就可以提高企业社会责任绩效的。因此本文将企业社会责任感引入外部环境激励。李勇等［16］在对绿色消费认知和意愿的行为学调查与分析中提到了政策导向对购买意愿的关键作用，强调用好宣传载体。因此本文在研究中引入外部环境激励。  ﻿ 从以上述研究来看，学者们从多种角度分析了影响消费者购买再制品的因素。但是缺乏把企业社会责任、政府环境规制、消费者绿色购买行为、消费者质量感知综合在一起的研究，因此本文将企业社会责任、政府环境规制这种外部激励的因素定为外部影响因素；将消费者绿色购买行为、消费者质量感知这种与消费者价值观有关的因素定为内部影响因素，即把消费者的绿色购买行为、质量感知作为自变量，把消费者对再制造产品的购买意愿作为应变量，而把外部环境激励作为中介变量。 |

二、研究方案

|  |
| --- |
| 1.论证方法及数据来源（主要内容：说明论证拟采用的方法，如数理模型法、计量分析法等等，以及需要用到的数据及其来源）  本文以计划行为理论为基础，结合循环经济、再制造理论、消费者绿色购买理论、企业社会责任感理论构建消费者对再制造产品购买意愿的模型。在模型构建的基础上，以再生油产品作为问卷研究对象进行实证分析。  数据来源则根据已有文献结合自我设计调查问卷测量量表。采用5级李克特量表法。  数据收集设计的调查问卷通过线上发送给同事以及朋友进行自填，受访者独立完成问卷后进行收集调查。  数据分析主要运用SPSS统计分析软件，通过探索性因子分析、信度和效度检验、回归分析、独立样本检验以及方差分析来验证模型的有效性以及本文所提出的理论假设是否成立。 |
| 2.核心观点（主要内容：初步阐述可能得到的观点及结论）  在对企业的信任以及政府的倡导下消费者自身也认同购买再制造产品有助于改善环境状况，愿意为做过的环保事业贡献自己的一份力量，但如果再制造产品的质量较差、价格偏高，消费者的购买意愿就会下降。 |
| 3.创新之处（主要内容：简要阐述创新点，比如方法创新、方向创新、观点创新等等）  对于润滑油行业来说，经销商渠道的影响较大，所以目前大家重点还是在建设销售渠道、技术升级和供应链问题的研究，面对社会经济的发展与变化，企业要了解消费者的需求。把握住影响消费者购买的因素，本文在总结学者们研究的消费者对再制造产品购买意愿基础上，结合我国大力发展循环经济现状和润滑油行业的特点，对影响消费者购买再生油产品意愿的因素及其作用机理进行了系统分析。为企业在竞争日益激烈的市场中提供一定的理论依据。 |

|  |
| --- |
| 4.参考文献（顺序和格式参考模板如下，参考文献应当主要是近5年的相关资料，填写时，删掉以下参考模板）  [1]曹华军,李洪丞,曾丹,等.绿色制造研究现状及未来发展策略[J].中国机械工程,2020,31(2):10.  [2]Jarrett H.Environmental Quality in a Growing Economy［M］.Baltimore:The Johns Hopkins University Press，1966．  ﻿[3]王国印.论循环经济的本质与政策启示［J］.中国软科学，2012，(1):31－43．  [4]马杰.中国循环经济内涵及有关理论问题探讨[J].黑龙江科技信息,2015(16):1.  [5]王琪．废矿物油贮存豁免量限值研究［J］．环境工程技术学报，2013，V3(01): 41－45．  ﻿[6]刘建芳，赵源，顾卡丽，等．废润滑油再生技术与研究进展［J］．武汉工业学院学报，2010，29(3):38-43．  [7]徐大鹏、闫厚春、韩媛媛、桂欢欢、李青松.废润滑油再生技术现状[J].应用化工, 2020,49(9):4.  [8]矫云阳,许涓,周强,等.机动车维修行业废矿物油回收管理现状分析及对策研究[J].环境与可持续发展,2021,46(4):4.  ﻿[9] 徐滨士. 装备再制造工程[M]. 北京：国防工业出版社，2013  [10] Wang Y , Wiegerinck V,Krikke H , et al. Understanding the purchase intention towards remanufactured product in closed-loop supply chains: An empirical study in China[J].International Journal of Physical Distribution & Logistics Management,2013,43(10):866-888.  [11] Michaud C,D Llerena. Green consumer behaviour: an experimental analysis of willingness to pay for remanufactured products[J]. Business Strategy and the Environment,2011.  ﻿[12]Ｒoman T,Bostan I,Manolic A,et al．Profile of green consumers in Ｒomania in light of sustainability challenges and opportunities．Sustainability,2015,7(6): 6394－6411．  [13]庞英、盛光华、张志远:《环境参与度视角下情绪对绿色产品购买意图调节机制研究》,《软科学》，2017年2期。  [14]王玺禧,高鹏.消费者再制造产品购买意愿影响因素实证分析[J].现代商业,2021(18):15-17.‍  [15]俞明南,王成成,高翔.消费者对再制造产品购买意愿的形成机制——基于官翻手机的扎根理论研究[J].管理案例研究与评论, 2016,9(4):368-382  [16]JIMÉNEZ-PARRA B,RUBIO S,VICENTE-MOLINA M A.Key drivers in the behavior of potential consumers of remanufactured products: a study on laptops in Spain[J].Journal of Cleaner  ﻿[17]Ioanna Boulouta，Christos N. Pitelis. Who Needs CSR? The Impact of Corporate Social Responsibility on National Competitiveness[J].Journal of Business Ethics,2014,119(3):349-364.  [18] 李勇,胡冬雯,马啸洋.绿色消费认知和意愿的行为学调查与分析[J].城市环境与城市生态,2014(2):15-18.  ﻿[19]周评.企业家的社会责任：做最好的产品和服务[J].中国流通经济，2011（12）：65-68. |

|  |
| --- |
| 5.论文提纲（写到二级标题）  题目：消费者对再生油产品购买意愿的影响因素研究  主题词：循环经济 计划行为 绿色消费 企业社会责任感 废油再生  摘要  Abstract  第1章绪论  1.1研究背景  1.2研究目的与意义  1.3研究的创新性  第2章关于再生油与消费者购买因素的文献综述  2.1废弃润滑油对环境污染相关文献  2.2废弃润滑油再生技术相关文献  2.3影响消费者购买再制品意愿相关文献  2.4本章小结  第3章消费者对再生油产品购买意愿理论分析  3.1循环经济与再制造理论分析  3.2计划行为理论分析  3.3绿色消费行为理论分析  3.4本章小结  第4章再制造产品购买意愿的影响因素研究模型与数据来源  4.1模型构建与主要变量定义  4.1模型假设  4.2问卷设计与数据收集  4.3问卷统计分析与检验  4.4本章小结  第5章再生油购买意愿影响因素的模型检验分析  5.1再生油产品购买意愿影响因素的统计结果描述分析  5.2均值与方差分析  5.3回归分析  5.4假设验证与模型修正  5.5本章小结  第6章影响消费者对再生油购买意愿因素的作用机理分析  6.1消费者质量感知作用于再生油购买意愿路径分析  6.2政府环境规制作用于再生油购买意愿路径分析  6.3企业社会责任感作用于再生油购买意愿路径分析  6.5本章小结  第7章研究结论与建议  7.1研究结论与政策建议  7.2研究局限与展望  参考文献  附录  致谢  在读期间科研成果目录 |