

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：沈奕捷

资格证号：81040804

专业名称：世界经济

拟定学位论文题目：企业社会责任对我国零售业出口贸易的影响

报告日期：2021.12.29

一、选题依据

|  |
| --- |
| 1.目的及意义（800字以内）  目的：企业在创造利润、对股东和员工承担法律责任的同时，还要承担对消费者、社区和环境的责任，强调要在生产过程中对人的价值的关注，强调对环境、消费者、对社会的贡献。企业的社会责任要求企业必须超越把利润作为唯一目标的传统理念，然而这必将对企业的对外贸易产生影响。这种影响究竟是积极地还是消极的，本文会就零售业这个领域进行分析。  理论意义  国内学术界对企业社会责任的研究晚于国外，并且目前国内的企业社会责任评价体系还未完善，所以实证研究中采集数据比较困难。本文会通过作者工作接触的平台，选取具有代表性和可获得性的指标，使用相关模型分析建立企业社会责任评价指标体系，使企业社会责任的度量方法更加多样和完善。  通过对企业社会责任与出口贸易关系的分析，还可以丰富社会责任经济后果的研究，丰富关于经济发展的研究，使企业社会责任与经济发展的研究更细致深入。  现实意义：  近些年来，人们越来越关注企业履行社会责任的情况，企业社会责任也成为人们对企业进行评判的参考标准之一。本文探索企业社会责任对我国零售业出口贸易的影响，了解企业为什么热衷于履行社会责任，也能为那些看重公司履行社会责任的投资者、各利益相关方包括雇员、消费者、政府等提供参考。  不同环境下，企业社会责任对企业营收的影响可能会有所不同，引入产品市场竞争这一公司外部治理机制，能更深入地了解企业热衷于履行社会责任的原因。同时也能让政府监管部门意识到产品市场竞争的重要性，为监管部门引导市场健康发展提供建议。 |

|  |
| --- |
| 2.文献综述（3000字左右）  1 企业社会责任理论综述  1.1 企业社会责任的界定  “企业社会责任”最早由美国学者 Sheldon（1924）提出，在他看来，企业社会责任应该与企业经营者满足消费者需求的各种责任联系起来，该定义是学术界对“企业社会责任”研究的起点。1953年，“企业社会责任”之父伯文（Howard R.Bowen）将企业社会责任定义为：商人按照社会的目标和价值，向有关政策靠拢、作出相应的决策、采取理想的具体行动的义务。1960年，Davis 提出 “商人的社会责任要与他们的社会能力相匹配”，人们称之为“责任铁律”(Iron Law ofResponsibility)。  关于企业社会责任定义的新观点在 20 世纪 70 年代之后又得到了扩充。著名学者 Carroll 提出了企业社会责任的金字塔分析模型，将企业社会责任从低到高分为四个方面的责任——经济责任、法律责任、伦理责任和慈善责任。企业首先是要承担起经济责任，保障经济利益；其次在经营过程中要遵纪守法，然后是在经营过程中不得损害利益相关方的利益，最后企业可以考虑履行慈善责任。这一观点从利益相关方的角度去界定企业社会责任，被国内许多学者沿用。80 年代之后，对企业社会责任的定义已经基本成熟，学术界开始研究企业社会责任的内容以及它所带来的经济影响。  国内学者刘俊海（1999）的观点是企业不能将为股东利益作为企业存在唯一目的，而应最大限度地为其他利益者谋利，例如员工、环境和公共利益等，这是企业社会责任对企业提出的要求。邓健和任文举（2005）从三个不同的层面对企业社会责任进行界定——狭义层面的经济责任和法律责任，中观层面是利益相关方的利益，广义层面泛指企业在经营过程中对社会应当承担且能够承担的一切责任以及合乎道德的行为。  综上可知，当前对学术界多是强调“企业社会责任”是要考虑各利益相关方的利益，而不仅仅是为股东谋取利益，这也是目前国内研究认可的主流的定义，认为企业社会责任即是站在利益相关方的角度考虑问题。  1.2 企业社会责任的度量  企业社会责任的度量是该研究的重要问题之一，目前主要提出以下几种方法。  ①内容分析法。该方法主要是通过收集企业公开的信息资料，从中获取企业履行社会责任的信息，对各项内容进行打分，最后通过赋予权重得出总得分。这种方法评分依据较为科学，但是获取企业的信息资料这一过程工作量大。  ②问卷调查法。根据 Carroll 提出的企业社会责任的金字塔分析模型，形成量表，进行问卷调查。  ③KLD 指数法。这是广泛使用的社会责任的一种方法，该方法基于利益相关方理论，从雇员、顾客、环境、社区和社会五个维度构造社会责任评价体系，对企业社会责任进行打分排序。  ④社会责任评级机构评分法。该方法根据上市公司的财务信息和披露的社会责任信息，考虑利益相关方的各个方面，进行评价指标的设计，计算出企业履行社会责任的得分。  2 国际贸易理论综述  2.1 国际贸易理论的演进  国际贸易理论是以国际贸易产生、发展的原因，贸易利益及贸易格局变化为研究对象的理论，其发展历程主要可以分为两个阶段：第一阶段是传统国际贸易理论，始于亚当·斯密，从各国劳动生产率及资源禀赋的差异出发，以完全竞争市场等假设为前提，强调贸易的互利性，主要解释了产业间贸易，属于静态或比较静态的国际贸易理论。第二阶段是新国际贸易理论。二战后，以全球贸易的新态势为契机，从不完全竞争、规模经济、技术进步等角度解释了新的贸易现象，对国际贸易采用动态分析方法，新贸易理论应运而生。  2.2 国际贸易的主流理论  ①古典贸易理论  1817 年大卫·李嘉图提出成比较成本论，又称为比较优势论，指出了国际分工的基础取决于各国在生产成本上的相对差异，即只要两国同时生产两种产品的成本或劳动生产率之比存在差异，那么两国就应该选择生产自身有较大优势的产品，这样双方均可获益。该理论揭示了国际贸易产生的根本原因是各国在劳动生产率上存在比较差异，弥补了绝对成本理论的局限性，为各国参加国际分工和国际贸易的必要性作出了理论上的论证，因此一直被视为国际贸易理论的基石。  但比较成本理论也存在一些缺陷，如未揭示国际分工形成和发展的主要原因；研究方法上，采用的静态分析方法在刻画多变的经济活动时略显不足；无法解释“比较优势陷阱”产生的原因。  ②新贸易理论  二战后，国际贸易出现了与传统贸易理论不相符的三个显着特征：一是发达国家间的贸易成为国际贸易的主流；二是产业内贸易、公司间贸易不断发展；三是跨国投资亦更加频繁。  以克鲁格曼为代表的新贸易理论主要有三大重要贡献：首先，其最重要的理论创新在于引入产业组织理论，在不完全竞争和规模经济报酬递增的前提下揭示国际分工格局的形成和国际贸易的新动因。其次，充分论证了战略性国际贸易政策所倡导的政府干预的必要性，通过保护进口、促进出口，并配合其他相关政策，能够实现经济福利最大化。此外，新贸易理论引入了研发要素、技术创新改变经济函数的关系变化，并作为一个重要的规模报酬变量，将技术和贸易的分析与新贸易理论相结合，阐释了二战后，尤其是 20 世纪 70 年代以后，科学技术创新所带来的报酬递增对国际贸易发展的重要影响。  ③产业内贸易理论  进入 20 世纪 90 年代以后，人们对贸易成本、贸易壁垒以及企业生产国际化的研究进一步深入，产业内贸易理论得到重大发展，新模型不断涌现。产业内贸易的概念也由同质产品、水平差异产品、垂直差异产品等的的产业内贸易，逐渐拓展到边际产业内贸易、企业内产业内贸易等。  3 国际贸易理论中的企业社会责任研究  3.1 国际贸易中涉及的主要企业社会责任议题  ①在劳工权益方面  在国际上，保护劳工权益的方法主要有三种：贸易条件限制方法，不公平贸易实践方法，国际协定方法。  贸易限制条件主要来自国家层面的得到公认的最低国际劳工标准。第二种方法是以劳工权益为评判标准，对不公平贸易行为进行制裁的方法。劳工问题涉及到劳动权益、劳工待遇等多各方面，如果在有确凿的证据表明生产某一种产品的工人受到了不公平的对待，低于国际公认的标准，该批次产品可能被定性为“劳动力倾销”。  相比之下，国际协定方法似乎可行性更强（Lance 等人，1996），通过公平协商，在各国可接纳的范围内，将对于劳工权益保护的条款写入贸易契约，以推动劳工权益的保护。  ②在环境保护方面  企业的环境责任现已称为国际贸易领域的热点问题，而且一般是通过对产品是否符合环境标准进行认证来实现的。从全球来看，绝大多数产品的环境标准是由非政府机构国际标准化组织（ISO）制定和发布，由各国标准化机构推行。尽管 ISO 制定的产品环境标准具有非强制性，但在世界范围内具有权威性、指导性和通用性，对世界产品的标准化进程起着决定性的作用。  3.2 企业社会责任对出口贸易的影响  在宏观层面，许春燕（2007）等立足于我国国情认为，企业社会责任诉求已经转化为一种新的国际贸易规则，国际竞争已进入企业社会责任竞争时代；遵守国际社会责任通行准则是提高企业可持续发展能力的内在要求。  因此，对于广大的发展中的、资源有限的中国企业，尤其中小企业而言，履行必要的企业社会责任任重而道远。目前，这些企业应该立足实际，更新观念、澄清认识，变革现有经营管理模式，通过主动履行社会责任提升企业在国际市场的竞争实力。  在中观层面，刘新荣（2007）等从我国对外贸易相关产业的发展视角，探讨了企业社会责任与构建企业可持续竞争优势之间的关系，提出企业社会责任主要影响我国的劳动密集型产业，尤其是零售业等行业。企业社会责任将对我国出口贸易的影响不容忽视。政府和企业应根据形势制定有利于企业及国际贸易长远发展的贸易战略，以技术进步和制度创新为动力，以产业结构升级为特征全面提升本国产业的国际竞争力，以具有竞争优势的产品参与国际竞争，分享更多国际贸易利益，主动以局部改善和整体策略相结合的方式协调经济与道德之间的矛盾，促进贸易的可持续稳定发展。  总之，必须提高企业的社会责任意识，根据国际通行社会责任规范建立和完善企业内部的社会责任管理体系，以适应对外贸易业务发展的需要。 |

二、研究方案

|  |
| --- |
| 1.论证方法及数据来源  论证拟采用的方法：回归模型  数据主要来源：Social Ethic Supplier Ethical Data Exchange,缩写Sedex，企业社会责任数据库。其余数据从CSMAR数据库收集。 |
| 2.核心观点  企业在创造利润、对股东和员工承担法律责任的同时，还要承担对消费者、社区和环境的责任，强调要在生产过程中对人的价值的关注，强调对环境、消费者、对社会的贡献。  企业重塑内部治理结构和管理体系，与采购商沟通、合作，开展供应链改进的相关项目，遵守社会责任有关法律法规和准则倡议，最终会对企业的对外贸易产生正向的影响。 |
| 3.创新之处  方向创新：  供应链合规是企业社会责任建设的起码要求，其中主要包括劳动权益、环境保护、健康安全和商业道德等模块。  观点创新：  在满足供应链合规的基础上，企业如何开展更多的社会责任相关项目，并结合企业自身或行业的特色与优势，将自身影响力与社会问题的解决相挂钩，为社会、环境，及供应链上的人们带来福祉。 |

|  |
| --- |
| 4.参考文献  1. 书  [1][英]Sheldon O. The Social Responsibility of Management in the Philosophy of Management, London, Sir Isaac Pitman and Sons Ltd, 1924.  [2][美]Bowen, Howard R. Social Responsibility of the Businessman, New York, Harper& Row, 1953.  [3]保罗·克鲁格曼，《克鲁格曼新国际贸易理论》，北京，中国社会科学出版社，2001。  2. 期刊  [1]Carroll A. Corporate Social Responsibility - Evolution of a Definitional Construction, Business and Society 38(3), 1999, 268-295.  [2]Salewski M., Zulch H. The Association between Corporate Social Responsibility (CSR) and Earnings Quality - Evidence from European Blue Chips, Journal of Accounting and Auditing 4(3), 2013, 55-96.  [3]Atul G., Lalatendu M., Yitun S. Product - market Competitiveness and Investor Reaction to Corporate Governance Failures, International Review of Economics and Finance 48, 2017, 134-147.  [4]陈婕，“内部控制有效性、企业社会责任与企业价值”，《合作经济与科技》，2021年第01期，96-99页。  [5]齐秀辉，孙政凌，权飞，“国际化经营企业社会责任、研发投入与财务绩效”，《会计之友》，2021年第05期，107-112页。  [6]门中敬，“信誉及社会责任：社会信用的概念重构”，《东方法学》，2021年第02期，135-144页。  [7]公彦德,陈梦泽，“考虑企业社会责任和公平偏好的绿色供应链决策”，《控制与决策》，2021年第3607期，1743-1753页。  [8]何音，李健，蔡满堂，张曦，“企业社会责任与企业价值：营销竞争力与顾客意识的作用机理”，《管理工程学报》，2020年第3402期，84-94页。  [9]陈承，王宗军，叶云，“信号理论视角下企业社会责任信息披露对财务绩效的影响研究”，《管理学报》，2019年第1603期，408-417页。  [10]肖红军,李平，“平台型企业社会责任的生态化治理”，《管理世界》，2019年第3504期，120-144页。  [11]李文茜，贾兴平，廖勇海，刘益，“多视角整合下企业社会责任对企业技术创新绩效的影响研究”，《管理学报》，2018年第1502期，237-245页。  [12]李茜，熊杰，黄晗，“企业社会责任缺失对财务绩效的影响研究”，《管理学报》，2018年第1502期,255-261页。  [13]秦续忠，王宗水,赵红，“公司治理与企业社会责任披露——基于创业板的中小企业研究”，《管理评论》，2018年第3003期，188-200页。  [14]阳镇，“平台型企业社会责任：边界、治理与评价”，《经济学家》，2018年第05期，79-88页。  [15]肖红军，阳镇，“共益企业：社会责任实践的合意性组织范式”，《中国工业经济》，2018年第07期，174-192页。 |

|  |
| --- |
| 5.论文提纲  题目：企业社会责任对我国零售业出口贸易的影响  主题词：企业社会责任 对外贸易 供应链合规  绪论（引言）  第1章 导论  1.1 研究的背景和意义  1.2 研究的内容和方法  1.3 研究的创新与不足  第2章 文献综述  2.1 企业社会责任理论综述  2.2 国际贸易理论综述  2.3 国际贸易理论中的企业社会责任研究  第3章 我国外贸零售企业的社会责任现状与问题  3.1 我国外贸零售企业的社会责任现状  3.2 我国外贸零售企业面临的社会责任问题  第4章 企业社会责任对我国零售业出口贸易可持续性的影响  4.1 企业社会责任与企业形象  4.2 企业社会责任与竞争优势  4.3 企业社会责任与经济效益  第5章 企业社会责任对我国零售业出口贸易影响的实证分析  5.1 数据和样本选择  5.2 变量定义  5.3 模型分析  第6章 研究结论与建议  6.1 主要研究结论  6.2 相关建议  参考文献  致谢  附录 |