

Corporate Social Responsibility of Multinational Corporations: Status Quo and Promotion Strategy

Yaohua Song, Mingxian Wang, Qiang Wang

Tianjin University of Commerce, Tianjin

Email: 13516102580@163.com

Received: Aug. 16th, 2018; accepted: Aug. 30th, 2018; published: Sep. 10th, 2018

Abstract

As the main driving force of world economic integration, multinational corporations are the direct beneficiaries of trade system and investment opening, multinational corporations have an increasing influence, and their corporate social responsibility has become one of the important factors influencing the development of the world economy. Corporate social responsibility of multinational corporations has a profound impact on the conflicts caused by globalization and the establishment of global production system by multinational corporations. In China, the term "corporate social responsibility" has only attracted much attention in the academic world, and many multinational companies have performed poorly in China. This paper first introduces the definition and content of corporate social responsibility, then analyzes the problems of transnational corporations in China, and puts forward corresponding suggestions.

Keywords

Multinational Companies, Corporate Social Responsibility, Sustainable Development

跨国公司的企业社会责任现状与提升策略

宋耀华, 王明贤, 王 强

天津商业大学, 天津

Email: 13516102580@163.com

收稿日期: 2018年8月16日; 录用日期: 2018年8月30日; 发布日期: 2018年9月10日

摘 要

跨国公司作为世界经济一体化的主要推动力量, 也是贸易体制和投资开放的直接受益者, 跨国公司有着

不断上升的影响力,跨国公司的企业社会责任也必不可少地成为影响世界经济发展进程的重要因素之一。跨国公司的企业社会责任对于全球化进程中引发的冲突以及跨国公司建立全球化生产系统有着深远影响。在中国,企业社会责任这一名词仍只在学界引起重视,许多跨国公司的在华表现很不理想。本文首先通过企业社会责任的定义、内容等介绍,再分析跨国公司在我国出现的问题,并提出相应的意见和建议。

关键词

跨国公司, 企业社会责任, 可持续发展

Copyright © 2018 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在经济全球化不断深化的今天,跨国公司是世界经济发展的主要力量来源,全世界最大的经济体中只有一半是国家,其余的则是大公司。据财富杂志调查,2011年世界500强名单中,沃尔玛单个企业的营业收入就达到421.849亿美元,这个额度甚至超过了一些小国家的国家GDP总额。跨国公司的发展势头不断增强,跨国公司的发展和经营对于社会、经济、政治环境都产生了巨大影响[1]。从全球发展的角度来看,如果有良好的企业社会责任体系来规范跨国公司的发展,那么对全球商业环境以及生存环境都有十分重要的意义。从跨国公司的角度来看,传统的国际市场格局已经改变,对跨国公司的要求除了成本和质量上的竞争优势外,对企业的美誉度、环保贡献度、生产环境改善等方面也都要求具有竞争优势,而这些优势的获取,必定促使跨国公司履行其企业社会责任。所以随着跨国公司扩张程度的不断加深,对跨国公司企业社会责任的研究是具有重要意义的,跨国公司的企业社会责任研究已经成为理论研究的活跃方向。

2. 企业社会责任

2.1. 企业社会责任的概念

企业社会责任最早出现在美国学者谢尔顿的著作《管理的哲学》中。1953年,“企业社会责任之父”博文在《商人的社会责任》一书中,对企业社会责任进行了最初的定义,他认为,商人有义务按照社会所期望的目标和价值来制定政策,进行决策或采取行动[2]。企业社会责任是一种伦理概念在企业管理上乃至经济学上的应用,其目的在于协调企业和社会的发展,最大化其同步程度,获得共赢。

企业社会责任考虑的是企业与社会需求和社会发展的关系及企业对社会发展目标的影响。在社会的变革中,每个社会团体都因时制宜地执行着相应的社会角色分工。跨国公司在这种社会变革中的角色变化更加迅速,因为随着全球化进程的加剧,它们的角色功能在不断地扩张。因此跨国公司的企业社会责任标准和绩效是一个良好稳定全球化社会的重要组成部分。

2.2. 跨国公司的企业社会责任

跨国公司,顾名思义就是在世界范围内以多元化的社会为背景运行的企业。跨国公司需要适应和遵守不同的社会文化及经济环境,也因此常常经历不同国家的文化冲突。所以跨国公司企业社会责任的内涵应该是建立在多元的社会环境和复杂的社会期望基础上的。

跨国公司的企业社会责任是随着世界贸易和跨国投资的发展而逐渐加深的,最显著的推进就是世界

性组织拟定的各项契约和协议。1999年,联合国秘书长科菲安南在达沃斯世界经济论坛中要求全世界企业界遵循一些普遍的商业价值观和原则,其中就包含了企业社会责任的一些重要方面。从联合国1999年的全球契约来看,跨国公司的企业社会责任主要的关注点在于人权,劳工以及环境方面,主要从具体范畴出发,以倡导的形式来推动跨国公司企业社会责任的发展,环境方面的里约宣言则在较大程度上影响了各国跨国公司的经营,特别是发展中国家的环境保护进程。当然,跨国企业有在当地本土化的性质,所以跨国公司的企业社会责任往往不能脱离东道国的范围。

人权、劳工以及环境保护已经成为了跨国公司企业社会责任的三大主题,其实这三者是联合国提出的具有全球普遍适应性的全球契约,所以在企业社会责任方面也具有同样的适应性。保护员工的健康和安全,公平对待员工的劳动,拒绝使用童工和强迫劳动,保障员工的生活工资等,这些都属于劳动及人权范畴的社会责任内容;而倡导保护环境,包括自然和社会环境,采取措施防治污染,拒绝贿赂和腐败等都是环境范畴的企业社会责任内容;但跨国公司企业社会责任的范畴不仅仅于此三项,跨国公司企业社会责任还可以细分为经济责任、法律责任、平等和社会捐赠慈善事业等几个方面,这些具体内容隶属于人权,劳工及环境的范畴。

3. 跨国公司企业社会责任的现状问题及原因

跨国公司的发展之势迅猛,当着眼于社会责任时,大部分跨国公司倡导积极履行社会责任,推动了国内企业社会责任运动的发展。而在研究企业社会责任时,我们会发现一些令人费解的现象,即越是在中国这样迫切需要企业社会责任的发展中国家,企业社会责任越是普遍缺失,而在发展中国家,轻视或者忽视社会责任,实施社会责任逆行或社会责任的双重标准几乎成为跨国公司的普遍选择。在我国,跨国公司陆续发生行贿、食品安全、化妆品质量超标以及工会组建障碍等事件,例如雀巢奶粉持续超标、宝洁事件、肯德基使用苏丹红事件等,这些问题的产生是因为跨国公司企业社会责任感缺失。这种社会责任感缺失实际让相关跨国公司付出了惨痛的代价。但越是在欧美这样的发达国家,企业越是广泛地承担社会责任。在欧美发达国家,竞相承担社会责任成为提升企业形象,增强企业“软实力”的重要手段。

跨国公司社会责任双重标准的问题引起了越来越多学者的关注,这些研究多从三个方面展开。一是从政府监管与法律制度方面进行分析,认为跨国公司社会责任双重标准源于政府监管与法律规制的差异。特别是发展中国家政府为了争取外来投资而竞相降低社会责任标准所形成的社会责任监管上的“向底部竞争”;二是从社会公众压力的视角进行分析,认为跨国公司社会责任双重标准源于社会公众,如非政府组织、媒体、消费者、投资人等对企业行为监管压力的不同;三是将问题归结为跨国公司或管理者的价值观念。

由于各国国情不同,对于跨国公司的社会责任的立场和主张也不尽相同,使得国际社会目前并没有统一的规则 and 标准。主要的问题在于发展中国家与发达国家在法律和意识层面均有较大的差距,所以在制定标准时难以协调,此外,发展中国家的经济发展因素也是需要顾及的一大原因,难以达到一个平衡的标准。另一方面,在国际经济的发展中,缺少一个监督主体对跨国企业履行社会责任进行有效监督,也是跨国公司规避社会责任的一大原因[3]。

4. 跨国公司承担企业社会责任的必要性

随着全球化经济的发展,对企业社会责任问题的重视日渐显著,尤其对于跨国公司,企业的社会责任也逐渐融入企业价值核心和长期战略体系中。企业社会责任的政治理论认为,企业作为一个社会机构,由于社会赋予其权力或者与社会之间存在一系列隐含着义务规定的契约,必须以负责任的方式运用其权力,否则企业就会丧失其存在的合法性基础。跨国公司应该采取全球标准化的企业社会责任策略,通过

实施社会责任行为赢得制度上的合法性。政治理论提出的社会权力方程指出企业家的社会责任伴随着其所拥有的社会权力而产生的,其核心思想是社会赋予企业权力,而企业必须承担与权力相对的责任。企业的力量越强、影响力越大,包括消费者在内的利益相关者对企业的期望也越高,企业也应该承担更多、更大的社会责任,而不仅是在法律的框架内寻求利润的最大化。

大部分研究表明,消费者对企业社会责任行为具有正向的积极响应。因此,定位于企业社会责任,并将企业社会责任战略整合进其核心业务战略的品牌,较之仅从事企业社会责任活动的品牌而言,能够获取更大的消费者利益(Du *et al.*, 2007) [4]。对于技术强大、资金雄厚的跨国公司,社会公众已经认可其提供产品和服务的能力,而对其社会责任的承担有着更高的期望和关注,从战略层面开展企业社会责任活动能够为跨国公司提供一条可持续发展的道路。在中国,当跨国公司的目标市场为年轻人时,采取企业社会责任战略定位尤其有意义,年轻人往往接受更多的教育,具有更多了解企业信息的途径,在产品评价和判断的过程中,会更多地运用企业社会责任的信息作为线索;处于快速消费品行业的跨国公司也适合采取企业社会责任战略定位,消费者在购买产品卷入度低、风险小的商品时会更多地利用企业社会责任信息作为产品评价和购买的重要依据。消费者利用企业社会责任信息进行产品评价时会出现一种基于效价的不对称现象,即一旦消费者感知到企业不负责任的信息,则企业或其产品形象便会严重受损。

5. 跨国公司企业社会责任的提升

对企业化社会责任进行战略上的有效管理能够降低风险,并提升公司形象。与此同时,企业社会责任的管理失败也会对公司造成经济上的失败。当前,多种环境、生态等问题使得中国整个社会对企业社会责任理念倍加重视并广泛倡导。因此,如何管理企业的社会责任行为,对企业,特别是跨国公司而言,至关重要。

随着我国对社会责任的认识及重视,跨国公司核心竞争力也发生了变化。在企业社会责任不断的制度化发展过程中,对于跨国公司来说,需要同时应对社会责任的全球化和当地化问题。一方面,作为经济全球化主要受益者的跨国公司,人们对其在世界范围内承担社会责任的期望更高;另一方面,由于企业化社会责任与本土的文化背景及经济发展水平密切相关,因此,跨国公司在外国实施社会责任必须针对他国的国情和文化风俗等,做适应性调整。具体地,跨国公司的全球化企业社会责任是指基于整个社会所普遍认为的标准承担企业的责任和义务,如在世界范围内保护人权、保护环境等;跨国公司的当地化企业社会责任是指基于当地社区的标准承担相应的企业责任和义务,具有明显的地域性。针对如何提升跨国公司的社会责任履行可以总结出以下几点建议:

5.1. 加强与外界各方面的合作

由于跨国公司的根本目的是利润的最大化,从跨国公司本身主观性上讲,主动承担社会责任的可能性及成效应该是微乎其微的,因此主要从国际法规制和东道国自身两个方面来提出加强对跨国公司承担社会责任的促进。

由于跨国公司是一个全球性的经济组织,涉及到各个方面,因此加强各方面的合作,能够更有效地促进跨国公司承担社会责任。首先,国际组织和团体对跨国公司的社会责任有重要作用,东道国政府应加强与其交流和沟通,将国际组织相关的规则和原则引入本国,促进本国相关规则的制定,并加强与国际上跨国公司社会责任的统一。其次,跨国公司的母国对于跨国公司起着重要的规制作用,东道国加强与跨国公司的母国的合作可以使得跨国公司更好地遵守相关责任规定,履行社会责任。再次,跨国公司本身是承担社会责任的主体,作为有独立人格的全球性经济体,东道国如果直接与跨国公司达成合作,将有利于实现跨国公司和东道国共同发展的双赢局面,使跨国公司自觉承担社会责任。包含在跨国公司管理经营之中的

社会责任分为内部和外部，还涉及法律和道德的责任，以及国内和国外的责任。崔新健教授(2007)从普遍的宏观层面，用空间细分方法构建了跨国公司社会责任的概念框架[5]。在他看来，跨国公司母国的社会责任、东道国的社会责任以及国际的社会责任这三个范畴组成了跨国公司社会责任的概念。

5.2. 完善企业社会责任评估

作为跨国公司总体评价的一部分，企业自身或第三方机构发布的企业社会责任评估有着极为重要的意义：第一，通过关注消费者对其企业社会责任评价的态度和反馈，跨国公司能及时地发现自己的关注点，从而有助于提高企业社会责任管理的科学性；第二，由于跨国公司的企业社会责任报告是消费者做购买决策的相关依据，良好的评估结果将对公众和消费者有着较好的消费指导意义。跨国公司在实施企业社会责任的过程中必须要考虑消费者的态度和评价，根据消费者关注的重点采取针对性的措施，将达到事半功倍的成效。基于消费者的视角，从消费者身份认同的角度剖析消费者对在华跨国公司实施社会责任行为的也理和态度。研究表明，不同身份认同的消费者对于实施不同类型社会责任跨国公司的品牌评价具有显著性的差异。因此，建议跨国公司应在对目标市场消费者进行充分调查的基础上，根据自身的营销策略针对性地采取不同类型的企业社会责任以及不同的宣传方式。第三，对于责任投资者而言，健全的企业社会责任评估制度也可作为其责任投资的重要参考。

在中国的跨国公司应该借鉴西方发达国家的成熟做法，建立起专口的企业社会责任部口，定期或不定期开展相关的调查，以及时发现消费者的诉求或关注点并尽快加以解决。另外，由于跨国公司对社会责任的关注与消费者对企业社会责任报告的关注紧密相关，因此，只有不断提高公众，特别是直接消费者对企业社会责任的关注和认知，才能监督和助推跨国公司在更广泛的领域承担企业社会责任。

5.3. 完善相关法律制度

完善跨国公司履行社会责任相关法律制度。我国现行法律存在不完善、监管不严等问题，给了外资企业更多的可乘之机，导致跨国公司的违法成本低，由此出现了大量的旁观者。首先，作为政府部门要解决跨国公司“双重”标准，应当加强立法，完善《公司法》、《劳动法》、《环境保护法》、《消费者权益保护法》等法律，来规范跨国公司的行为[6]；其次，建立专门机构加强监管，完善外资企业社会责任的管理与监管需要建立专门机构对跨国公司进行管理，以相关法律、制度作为保障，加快外资企业社会责任的监管步伐，建立外资企业履行企业社会责任评估机制，要求跨国公司在中国子公司进行社会责任报告制度等。

6. 结语

总之，企业的社会责任已经成为企业核心竞争力的要素之一，直接作用于企业的生存与发展。跨国公司在华子公司的企业竞争力有其特殊含义，通过践行企业社会责任，促进企业内部发展，协调企业与外部的关系，才能够使企业不断发展进步，达到可持续发展的要求。

参考文献

- [1] 温淼. 跨国公司企业社会责任的动因阐释[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江大学, 2013.
- [2] 黄雪婷. 跨国公司社会责任对企业核心竞争力的影响[J]. 现代企业教育, 2014(14): 499.
- [3] 孙悦. 跨国公司的责任研究[J]. 法制博览, 2017(20): 76-77.
- [4] 侯丽敏. 跨国公司企业社会责任营销策略研究——基于消费者响应的视角[J]. 研究与探讨, 2014(6): 27-30.
- [5] 崔建新. 大力倡导企业和行业协会履行社会责任[J]. 中国经贸导刊, 2008(11): 34.
- [6] 王洁. 在华外资企业履行社会责任分析[J]. 合作经济与科技, 2016(3): 112-113.

知网检索的两种方式：

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择：[ISSN]，输入期刊 ISSN：2169-2556，即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入，输入文章标题，即可查询

投稿请点击：<http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱：ass@hanspub.org