# 在华跨国公司经营义利观探究(1)论文

来源：网络 作者：静水流深 更新时间：2024-01-15

*【论文摘要】 随着中国加入WTO，国际间的贸易交流越来越频繁。在一定的程度上促进中国经济的发展，但跨国公司在我国进行贸易活动中引起道德方面的问题也随之而来。本文从宏观调控、微观治理着手解决跨国经营的伦理问题。 【论文关键词】 道德 跨国经营...*

【论文摘要】 随着中国加入WTO，国际间的贸易交流越来越频繁。在一定的程度上促进中国经济的发展，但跨国公司在我国进行贸易活动中引起道德方面的问题也随之而来。

本文从宏观调控、微观治理着手解决跨国经营的伦理问题。 【论文关键词】 道德 跨国经营 随着国际间经济交往的范围日益扩大，跨国公司的伦理道德越来越受到人们的重视，到目前为止还不存在一种被普遍接受的伦理体系可以作为跨国公司管理者进行涉及伦理问题的决策指南。

一、国外的经营道德理念 国外对跨国经营道德的评价一般存在两大理论。一是功利论，主要以行为后果来判断行为的道德合理性。

二是道义论，主要从处理事物的动机来审查是否道德，行为的后果则不作为依据。并从直觉和经验中归纳出人们应当共同遵守的责任和义务，以这些义务的履行与否来判断行为正确与否。

理查德·T·德·乔治列举了美国的跨国公司在跨国经营问题上通常所持有的三种观点：

(1)“入乡随俗”（WheninRome）的观点。持这种观点的人认为，伦理规范是因地而异的，不存在任何普遍的伦理规范。在他国从事经营，应当服从该国所实施的法律。

(2)“正义美国人”（Rightous American）的观点。这一观点认为在国外经营的美国公司应当像在美国一样，严格坚持在美国适用的行为准则。（

3)“天真不道德者”（Naiveimmoralist）的观点。这一观点认为跨国公司不必服从任何道德准则，因为那会导致公司在竞争中处于不利地位。

对跨国经营道德的评价还包括托马斯·唐纳森和托马斯·Ｗ·邓斐提出的综合社会契约论，它认为行为规范是从人或社会共有的目标、观念和态度中产生的，用以维护社会道德秩序所必需的社会契约。综合社会契约论主张事物对与错及某行为恶与善的判断标准，要因不同社团而有异。

二、跨国公司在华营销中的产品所引发的相关道德问题 1.可持续发展问题。尤其是经济的可持续发展，指环境问题。

一些跨国公司将会对母国的环境造成污染的产业和产品转移到中国境内进行生产，然后再返销母国，对中国的自然环境造成巨大的污染。 2.跨国公司滥用市场优势地位限制竞争行为。

跨国公司已对我国各行业的垄断达到惊人的程度，其表现在：一是直接遏制了我国民族企业的发展；二是有可能获取到关系国计民生重要行业不宜对外披露的信息，大大增加了国家经济安全的潜在风险。 3.侵犯发展中国家的主权。

发达国家的跨国公司利用自己强大的经济实力，通过对资金和技术的垄断，控制着发展中国家的许多经济部门。甚至控制着这些国家的经济命脉，从而侵蚀着发展中国家的经济主权。

三、跨国公司义利观调节措施 为更好实现互利双赢，跨国公司在自身的经营活动中，首先应了解并遵守东道国的道德规范，至少不能违背所在国家的伦理道德要求。这能体现出：在“正其义，而利自在”中保证经济活动的方向；“谋其利，而有其义”中，增加经济活动效益。

要提高在华跨国公司的营销道德水准，我们应从宏观调控、微观治理两大方面着手处理： 1.国家宏观调控监管机制

(1)完善中国的市场机制。中国改革开放时间只有20多年，市场竞争程度、市场体系与市场机制发育的程度远远比不上发达国家。

市场竞争越激烈，企业在竞争中的行为越是受到其他企业和消费者的监督和制约，市场机制的优化为道德营销决策提供了良好的市场环境。

(2)建立完善的法律制度。目前我国尚不完善的法律制度也纵容了在华跨国公司的不道德行为。

道德不像法律那样有国家的强制力做后盾去实施，道德的约束在巨大的商业利益面前有时对于跨国公司来说是那么的微不足道。只有通过健全的法律和法规才能做到既对不法商家给予应有的制裁又能督促道德更好地在它们的商业活动中加以实施。

2.微观方面的调节方法

(1)跨国公司的自我约束。道德准则的最终实施者还是跨国公司自身，并且要与公司的营销功能相适应并做到具体化。

跨国公司可以制定相应的措施和政策来督促道德营销的实施，跨国公司通过设计伦理工具来支持和评价管理者决策的道德性，并且通过科学的分析方法来评定和筛选候选方案，最终可得出最符合伦理道德的营销决策方案。这样就能确保最终决策的道德水平。

(2)加强消费者教育。实际上消费者自身素质的提高最为关键，如果大多数消费者不关心自己的权利或不知道如何行使自己的权利，保护自己的权益，那么即使有完善的法律也难以解决营销中的不道德行为。

加强消费者的教育不仅要加强消费者的维权意识帮助消费者识别营销道德缺失行为并做有力的斗争，同时要教育我们的消费者成为一个聪明的消费者，让他们在消费中培养正确的价值判断和合理的消费方式。 3.企业家经营德性中仁爱情怀的培育。

由于受儒家及墨家思想的影响，中国传统文化中向来以仁义作为基本的德性要求。这个德性要求体现在具体的德目中就是要在人格品性中形成仁爱的情怀。

在某种意义上讲，如果我们能把儒家所推崇的“仁爱”与西方文化中形成的“自爱”情感这两者内在统一起来，那么我们就可以期待在人格修养中出现一种新的德性境界。这种自爱与仁爱相统一的人格塑造情感正是一个真正跨国经营企业家在自我德性中所必须具备的。

4.社会舆论监督。在现代社会生活中，新闻媒体是一支重要的监督力量。

在规范跨国公司的营销行为方面，媒体发挥着重要的作用，这在很大程度上也起到了约束跨国公司非道德营销行为的蔓延。因此，我们应该鼓励媒体在宣传跨国公司投资带来的积极影响的同时，监督其的某些不良行为，抑制其行为对中国市场、中国消费者甚至是中国政治的影响。

参考文献： 谭世中:经济全球化与发展中国家.社会科学文献出版社，202\_年2月版 张喜民:跨国公司在华营销的道德缺失与防范 工会论坛，202\_年5月 孙同超:跨国公司伦理及其决策机制探讨.国际贸易，202\_年 宾建成:跨国营稍道德状况及其影响因素分析.未来与发展，202\_年5月

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！