

韓國企業在越南社會責任(CSR)初探

鄭惠英* / 陳氏水*

With the innovation and integration in Vietnam, the number of foreign-funded enterprises has grown rapidly. In recent years, South Korea has become the largest investment partner in Vietnam, and the number of Korean companies has continued to increase. In Vietnam, Korean companies not only make great contributions to solve domestic employment problems, economic development and expand international exchanges, but also promote social progress in Vietnam through corporate social responsibility activities. This article analyzes the social responsibility of Korean companies in Vietnam based on the concept of social responsibility (CSR), the Vietnamese government's point of view, and the comparison on Korean and Northeast Asian countries' corporate social responsibility (CSR).

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Social Responsibility (SR), Vietnam CSR, Korean companies

1. “企業社會責任”(Corporate Social Responsibility - CSR) 概念

企業社會責任在概念化過程中的核心論述就是企業以利益追求為導向或社會責任為導向。但是近年來企業日益以社會責任為營銷手段之一，成為了經營策略中重要的一環。Porter & Kramer (2006) 指出社會責任的反應以及社會責任的策略將其重點放置未來發展，並且社會責任管理的趨勢被視為企業可持續發展的出發點。同時，社會責任亦被視為獲取利潤的經營單位。對社會成員之一來講，社會責任成為企業扮演社會公民的角色這觀點的基石。這意味著若企業無法履行社會所要求的價值，會失去其原本的價值。加上，社會責任也意味著展開財務與社會活動的相關行為者。

2000年起，聯合國（UN）、歐盟（EU）、經合組織（OECD）、全球報告倡議組織（GRI）、國際標準化組織（ISO）以及其他非政府組織（NGO）針對社會責任進行規範化，諸如：類似GRI、G3.0、SA800、ISO2600認證的企業營運原則，SR運作的指導，以及報告撰寫方法。國際標準化組織已發布了包括公平交易、企業管理機制、消費者權利保護、環境保護、人權、勞方與資方關係、當地活動參與以及社會發展等的七項企業原則。成立於1997年的全球報告倡議組織（GRI）已製定了世界通用的社會責任報告之製定方式，自2015年起，GRI公佈了該議題的第四版。這意味著企業應該採用GRI第四版。2012年，中國社科院所提出的CASS-CSR 3.0或GD/T3600已成為引導中國企業社會責任的指導文件。不是採用國際所規定

* 韓國建國大學 中國研究室 博士

* 越南社會科學翰林院 中國研究所 文化歷史研究室 副主任

的社會責任規範或GRI規範，而是採用中國政府所規定的社會責任規範(彭華崗，2011)。

按企業的社會責任類型可以分為(1)守勢性的社會責任，(2)反應性社會責任，(3)戰略性社會責任等主要類型。在守勢性企業社會責任的情況下，社會福利和企業利潤是相互兼容的，也遊戲(zerosum game)關係的。公司將它們的部分利潤投資於社會而形成了單行授予關係。以及對特定國家或社區要求的法律和法規專注於合規，以最小的公共投資期待著最大的宣傳效果。另一方面，在反應性CSR當中，企業應能夠識別營利活動影響的直接受害者而相對更重視。在許多情況下，他們積極尊重特定國家或特定社區的非正式規範與傳統價值觀。在戰略性企業社會責任中，企業基於社會利益與企業利潤之間的共存與合作，為重視互惠互利的協同作用。因此，在戰略性企業社會責任中，社會與企業之間有可能會出現「利益融合(A Convergence of Interests)」。(Porter & Kramer,2002)

表 1 三個基於五個決定因素的社會責任種類

決定因素	守勢性的社會責任 Defensive CSR	反應性社會 責任 Responsive CSR	戰略性社會責任 Strategic CSR
① 對社會公益和企業利益的認知	(Zero Sum Game)" . 零和遊戲中的關係， 衝突與不安的關係	不安的關係和相互 協助的關係並存	通過並存的相互 協作關係塑造協調
② 社會責任的對象	不明確，對社會有自 願的責任，不確定義 務	明確，重視直接影響 到企業營運的對象 管理	明確，各既得利 益者(stakeholder)的 義務
③ 社會責任的目的	遵守法規，避免為企 業造成不良的輿論， 塑造良好的輿論	盡量減少社會在企業營 運中的相關反應	帶來持續增長， 尋求企業利益與 社會公益的共同 點
④ 社會責任的方式	將社會義務以及慈善 活動看成一種經濟和 法律的責任來履行	制定短期計劃，自行 調整對社會公益不利 的活動	建立長期計劃， 重視履行過程以 及反饋意見 (feedback)
⑤ 企業對社會責任 的角色	幾乎沒有	(被動)有限的角色	積極角色

資料來源: Choi Byung Hun (2008: 396).

2. 越南社會對跨國企業社會責任的認知

- 越南社會的認知:

在越南，「企業的社會責任」由各非政府組織(NGO)、跨國企業在越南營運所應用。雖然企業的社會責任是壹個新的議題，但是最近幾年越南管理界、

企業家、以及社會逐步對此議題表示關注。2000 年代初，越南政府已明確在區域乃至世界經濟融入過程中務必有效地落被視為挑戰包括越南在內的發展中國家的企業社會責任，旨在向可持續發展方向發展。¹

2005 年，越南貿易與工業處、越南勞動榮軍與社會部、越南工商部以及鞋業協會、紡織協會等共同創辦了「走向可持續發展的企業社會責任獎」，其目的是鼓勵各投資企業和越南企業在融入世界的背景下落實好社會責任。該獎項每年皆在舉辦，並引起了跨國企業和越南企業的關注。2015 年，評估可持續發展企業指標(Corporate Sustainability Index - CSI)的制定對跨國企業和越南企業社會責任的內容有所提升。該指標由越南貿易與工業處與越南企業委員會共同制定，針對跨國企業和越南企業的三個面向進行評估；包括：(1)經濟、(2)環境、(3)社會、勞務以及人權。同時，該指標的制定和 100 家獲得社會責任高分數評估的排行榜已說明企業對社會責任認知的變遷，從將社會責任視為營運成本之壹轉變成了壹種投資方式。由於對社會責任的總體規範然有待完善的空間，越南內所有的企業基本上乃以全球報告倡議組織（GRI）、聯合國全球契約（UNGC）或 ISO2600 等國際標準，制定其可持續發展的營運報告。

- 跨國企业在越南社会责任過程中的問題：

雖然對社會責任有了進壹步的了解，但是多數越南企業乃未盡其自己社會責任。其具體行為就是作假賬、忽略工人安全、生產劣劣質產品、環境汙染等等。最明顯的例子是 MIWON 公司、行楊皮鞋公司、越池紙醬公司、越南海洋船舶公司等公司排放出未進過汙水處理的行為，造成河流環境汙染，影響到民眾的身體健康，或是含毒食品的案件；含致癌 3-MCPD 的醬油、含三聚氰胺的奶粉等。²最嚴重的案例是 2016 年河靜臺塑鋼鐵廠排放出未處理的汙水，造成當地海洋汙染的事件，影響到當地漁民的生計與旅遊業的發展³。除此之外，欠缺社會責任的另壹種象征就是違反薪資、保險、工作環境等規定，這些行為日益嚴重。

以下將從法律、經濟、認知等三個方面來看越南企業為何尚未盡社會責任的主要原因。首先，經濟方面，許多人認為越南企業的社會責任尚未規範化。對於擁有出口市場分額的大型企業而言，由於客戶的要求，他們務必要履行社會責任。對於中小企業來講，由於資金困境、缺乏法律的約束等原因，所以它們將社會責任當作壹種社會慈善捐款的方式。其二，就經濟方面來說，各企業、尤其是中小企業缺乏資金、技術，旨在履行社會責任的準則。這意味著越南在內的發展中國家在全球化背景下努力吸引更多外商，所以降低了對社會和環境保護的門坎。最後，就認知方面而言，越南人企業對社會責任的認知存有差異。不少企業認為社會責任的履行會增加企業成本，減少企業初始的競爭力，而將其視為增加社會對企業本身的責任感的投資成本，但它是企業可持續發展的基

¹ Văn phòng doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững(2012), Giải thưởng trách nhiệm xã hội doanh nghiệp lần thứ 5 năm 2012, <http://sd4b.vn/detail.asp?id=101>

² PGS.TS. Phạm Văn Đức (2009), Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Việt Nam – Một số vấn đề lý luận và thực tiễn cấp bách, Tạp chí Triết học, số 2 (213)

³ Wikipedia, Cá chết hàng loạt ở biển Việt Nam năm 2016, https://vi.wikipedia.org/wiki/Cá_chết_hàng_loạt_ở_Việt_Nam_năm_2016

石。目前，越南和越南當地的企業家是在認識企業社會責任的積極作用日益活躍。

・越南社會對跨國企業的社會責任期望：

以下的分析內容來自於筆者的“越南南北兩地民眾對企業社會責任的認知之比較研究”的研究結果。(Jung Hye young, Tran Thi thuy 2018) 該研究採用由韓國 Posco 集團基金會協助並且執行社會調查於 2017 年 9 月到 2017 年 11 月。其所選的研究方法為實證法，並針對河內和胡志明市兩地發放 628 份問卷。該問卷的內容主要分為三大部分：(i)社會責任的調查(認知度、迫切性、期望度、價值觀測量)；(ii)評估比較日本、韓國、中國企業的社會責任履行；(iii)考察日本、韓國、中國企業，各國家企業在越南的社會責任之期望比較。

表 2: 越南社會對跨國企業社會責任的期望理由

頻率: 人數(百分比%)

企業社會責任的期望理由	河內	胡志明	全國合計
由於外國企業的經濟利益高	74(27.4%)	40(18.4%)	114(23.4%)
由於外國企業的社會影響很大	73(27.0%)	47(21.7%)	120(24.6%)
由於外國企業配備好了CSR立法系統	46(17.0%)	43(19.8%)	89(18.3%)
因為企業營銷手段與企業社會責任活動有關	26(9.6%)	49(22.6%)	75(15.4%)
外國企業在當地社區活躍時往往缺乏道德性	27(10.0%)	16(7.4%)	43(8.8%)
其他	24(8.9%)	22(10.1%)	46(9.4%)
合計	270(100%)	217(100%)	487(100%)

資料來源: 2017 年 9 月-11 月 作者進行的河內・胡志明社會調查結果

表3: 越南社會對企業社會責任方式的期望

頻率: 人數(百分比%)

CSR 進行方式	河內	胡志明	全國合計
企業自願履行，市場與消費者會有效監督	57(16.9%)	52(18.1%)	109(17.4%)
政府制定，並監督企業社會責任的活動	131(38.8%)	92(31.9%)	223(35.6%)
通政府與企業達成協議，企業的社會責任會有效的履行	132(39.1%)	128(44.4%)	260(41.5%)
不知道/其他	18(5.3%)	16(5.6%)	34(5.4%)
合計	338(100%)	288(100%)	626(100%)

資料來源: 2017年9月-11月 作者進行的河內・胡志明社會調查結果

雖然越南社會對企業社會責任的認知尚未全面，並缺乏法律規範，但是越南社會對跨國企業履行社會責任的目的和方式做出樂觀的評估。越南社會，在影響評估跨國企業社會責任履行的因素，經濟因素和社會因素方面被認為相似的影響。（見表 2）此外，最期望的社會責任方式就是越南政府與企業達成共識的認知，這是受訪者的 41.6% 所選擇的結果。近受訪者的 1/3 選擇「企業自願履行，市場和消費者對其進行監控」作為對社會責任履行的期望，為了企業本身的發展。在表 3 可以看出，政府的作用仍被認為是越南企業社會責任的重要領域。（見表 3）

3. 韓國企業的越南社會責任

3.1. 韓國企業在越南經營的發展

據越南統計局的數據顯示，1986-2016 年階段，韓國是越南直接投資最大的外商(FDI)，目前，共有註冊投資資金總額 505.339 億美元的 5773 投資項目。雖然每個投資項目的平均投資總額為 876 萬美金，低於越南 FDI 投資項目的平均額度，但是韓國企業的 FDI 在越南投資中扮演重要的角色⁴。最有名的投資項目當數三星(Samsung)，樂金(LG)、或樂天(Lotte)。截至 2018 年 5 月，韓國仍維持對越南第壹大的投資來源國地位，其投資總額為 26.3 億美元，占越南投資總額的 26.50%。韓國各主要大型企業均向越南進行了投資，諸如：三星（Samsung），LG 电子，（現代）Hyundai Motor, SK,（樂天）Lotte, Posco, CJ, Hanwha, LH Corp, Shinhan, Kumho, Hyosung... 韓國企業為越南創造了 700000 個工作機會，其出口量占越南出口總量的 30%。⁵

表4. 1998年1月-2018年1月 越南引进的FDI投資累積額
(投資累積額, 单位: 一百万美元 USD)

	在 數	投資累積額 (USD, 100萬美元)
韓國	6,610	58,099
日本	3,629	49,456
新加坡	1,980	42,666
臺灣	2,535	30,885
維京島(英)	746	22,570
香港	1,289	17,948
馬來西亞	571	12,269
中國	1,833	12,039
美國	8,862	10,000
泰國	489	9,285

⁴ Báo mới (2017), Thực trạng thu hút FDI tại Việt Nam giai đoạn 1988-2016, <https://baomoi.com/thuc-trang-thu-hut-fdi-tai-viet-nam-giai-doan-1988-2016/c/24383751.epi>

⁵ Ngọc Hà (2018), Dòng vốn FDI Hàn Quốc vào Việt Nam vững "ngôi vương", <http://enternews.vn/dong-von-fdi-han-quoc-vao-viet-nam-vung-ngoi-vuong-127183.html>

荷蘭	309	8,161
總計	24,941	320,304

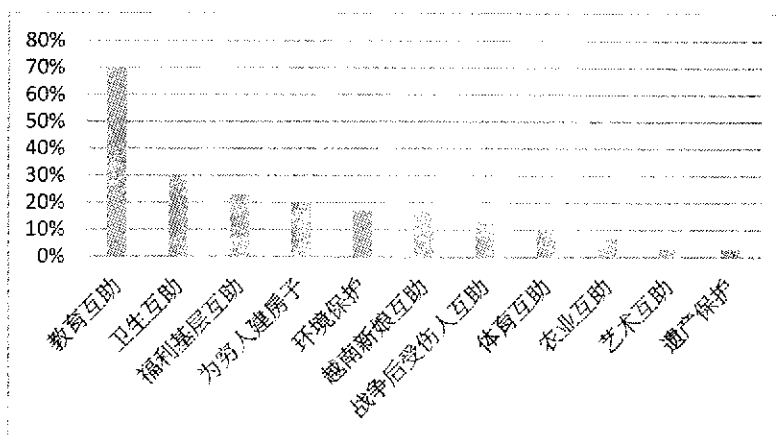
資料來源: 越南统计局, 越南投资计划部 MPI: Ministry of Planning & Investment

3.2. 韓國企業在越南社會責任的活動

在進入越南市場的初期，韓國企業已推動其社會責任，旨在給越南民眾留下良好的印象。韓國企業在越南的社會責任的內容和方式是非常豐富的。

其壹，韓國企業的社會責任非常廣泛:2011年，據韓國貿易投資促進辦公室對116家在越南投資的韓國企業進行關於履行社會責任的調查，調查結果顯示:在越南的韓國企業的88.8%以投入社會福利為主要的社會責任活動，其他的37.2%以教育、校園、學術研究等補助為履行社會責任的方式，其余18.6%卻以環境保護為社會責任。⁶2014年，針對30家韓國企業的類似考察結果顯示，韓國在越南投資的企業對社會責任的方式日益豐富，其中教育補助成為了最優先的社會責任行為，隨後則是提供醫療服務，提供公益房屋等(見表2)。

圖 1: 2014年韓國企業在越南履行社會責任



資料來源: Lê Thị Việt Hà (2015), Ý thức trách nhiệm xã hội của doanh nhân Hàn Quốc tại Việt Nam năm 2014, Tạp chí Nghiên cứu Đông Bắc Á, số 7, tr.46

其二，韓國在越南投資的企業履行社會責任的形式日益多樣化。他們通過不同社會責任的形式對越南社會發展做出貢獻。這些企業通過對社會責任的完善來改善韓國曾經參與越戰的形象，塑造“陪伴越南經濟發展夥伴形象”。從而，韓國國家形象不斷得到改善，韓國商品不斷深受越南消費者的青睞。

⁶ Nhóm kinh doanh thương hiệu KOTRA (2011), Điều tra về tình hình tiến hành CSR của các doanh nghiệp Hàn Quốc thâm nhập ra nước ngoài – Lấy trọng tâm là các doanh nghiệp đang đầu tư tại Việt Nam, tr.15

表 5 韓國企業在越南履行社會責任的活動情況

企业名称	領域	社會責任的主要內容
Dusan	医疗/环保	▪ 打開越南中部市場/為廣南省綜合醫院建設項目補助兩百五十萬美元，並給廣南省以及附近地區病人免費看診。 ▪ 為貧水地區居民捐贈價值為壹百萬美金的海水轉換成淡水的設備。
三星电子	教育/医疗	▪ 配合韓越文化交流舉辦為嫁給韓國人的新娘教授韓語及其文化。為胡誌明以及越南南部地區教授輻射診斷技術。用該技術給病人進行治療，並擴大服務到邊遠地區。配合聯合國文化組織補助壹百萬美金購買網絡教材。與河內工業大學建立友誼關係，頒發國家大學學生獎學金。
Tackwang (TK)	教育/当地义工活动	▪ 促進成立職業學校。按計劃，每個月會贈送兩套愛心房子給貧窮者。越南Tackwang對越南社會的貢獻獲得了越南國家主席參觀和表示致謝。
CJ	教育/体育	▪ 協助45000名越南學生學習文化知識，開設CJ烘焙面包學院。按該CJ烘焙面包學院的計劃，未來5年會培訓1640學員，對當地經濟發展提供大量的勞動資源。支持2012年參與倫敦奧運會的運動員。2013年，為寧順省農民教授農業培養技術。
LG电子	教育	▪ 為河內大學、海防航海、經濟大學等大學頒發講學金。
乐天	医疗保险/当地义工活动	▪ 協助艾滋病病人治療，受自然災害的人，贈送愛心房子
Lotteria	体育	▪ 協助Lotteria年轻足球运动员的训练
Posco	当地义工活动	▪ 協助Posco企業附近居民的生活，贈送愛心房子。

資料來源：整理自 <http://www.yonhapnews.co.kr> và 'Trao thưởng CSR cho doanh nghiệp Hàn Quốc tại Việt Nam' năm 2014 (下載于: 18.02.2015)

4. 越南社會對日本企業CSR評價與韓國企業的啟示

4.1. 對跨國公司越南社會的評估

越南的南北兩地對企業社會責任的認知比較研究結果顯示，雖然韓國是越南外資投資最多的國家，但是韓國企業並不是越南社會所期望的履行社會責任的對象，而日本企業則是越南社會所期待的對象。46.9%的受訪者的表示期望看到日本企業在越南的社會責任行為(見表5)。

表6. 跨國企業社會責任的評價值

頻率: 人數 (百分比%)

比較國家企業	河內	胡志明	全國合計
日本	174 (51.5%)	119 (41.5%)	293 (46.9%)
韓國	77 (22.8%)	52 (18.1%)	129 (20.6%)
歐盟國家	40 (11.8%)	52 (18.1%)	92 (14.7%)
中國(香港)	15 (4.4%)	16 (5.6%)	31 (5.0%)
美國	9 (2.7%)	18 (6.3%)	27 (4.3%)
新加坡	8 (2.4%)	15 (5.2%)	23 (3.7%)
其他國家	9 (2.7%)	10 (3.5%)	19 (3.0%)
澳洲	3 (0.9%)	3 (1.0%)	6 (1.0%)
臺灣	3 (0.9%)	2 (0.7%)	5 (0.8%)
合計	338 (100%)	287 (100%)	625 (100%)

資料來源: 2017年9月-11月 作者進行的河內・胡志明社會調查結果

表7. CSR可信度評估

頻率: 人數 (百分比%)

比較國家企業	河內	胡志明	全國合計
韓國企業	55 (16.2%)	47 (16.3%)	102 (16.3%)
日本企業	246 (72.6%)	195 (67.7%)	441 (70.3%)
中國企業	17 (5.0%)	20 (6.9%)	37 (5.9%)
其他國家企業	6 (1.8%)	3 (1.0%)	9 (1.4%)
未知	15 (4.4%)	23 (8.0%)	38 (6.1%)
合計	339 (100%)	288 (100%)	627 (100%)

資料來源: 2017年9月-11月 作者進行的河內・胡志明社會調查結果

表8 CSR優秀國家評估

頻率: 人數 (百分比%)

比較國家企業	河內	胡志明	全國合計
韓國企業	75 (22.2%)	59 (20.5%)	134 (21.4%)
日本企業	199 (58.9%)	162 (56.3%)	361 (57.7%)
中國企業	16 (4.7%)	22 (7.6%)	38 (6.1%)
其他國家企業	8 (2.4%)	4 (1.4%)	12 (1.9%)
未知	40 (11.8%)	41 (14.2%)	81 (12.9%)
合計	338 (100%)	288 (100%)	626 (100%)

資料來源: 2017年9月-11月 作者進行的河內・胡志明社會調查結果

我們繼續提出針對日・韓・中企業在越南北南兩地履行社會責任的評估指標。因為中國、日本、韓國都是世界經濟發達國家，對越南投資的力度日益攀升。研究結果顯示日本企業在越南獲得了社會責任最好的信任度，其後則是韓國企業。中國雖然是越南貿易重要夥伴之壹，但其企業在越南的社會責任獲得了最低的信任度，只有5.9%的受訪者選擇中國。(見表6、7、8)

實際上，當進行越南、韓國、日本等企業的社會責任的對比時，我們可以再次強調上述的論述。

4.2. 通過越、韓、日本企業SR類型比較給韩国企业启示

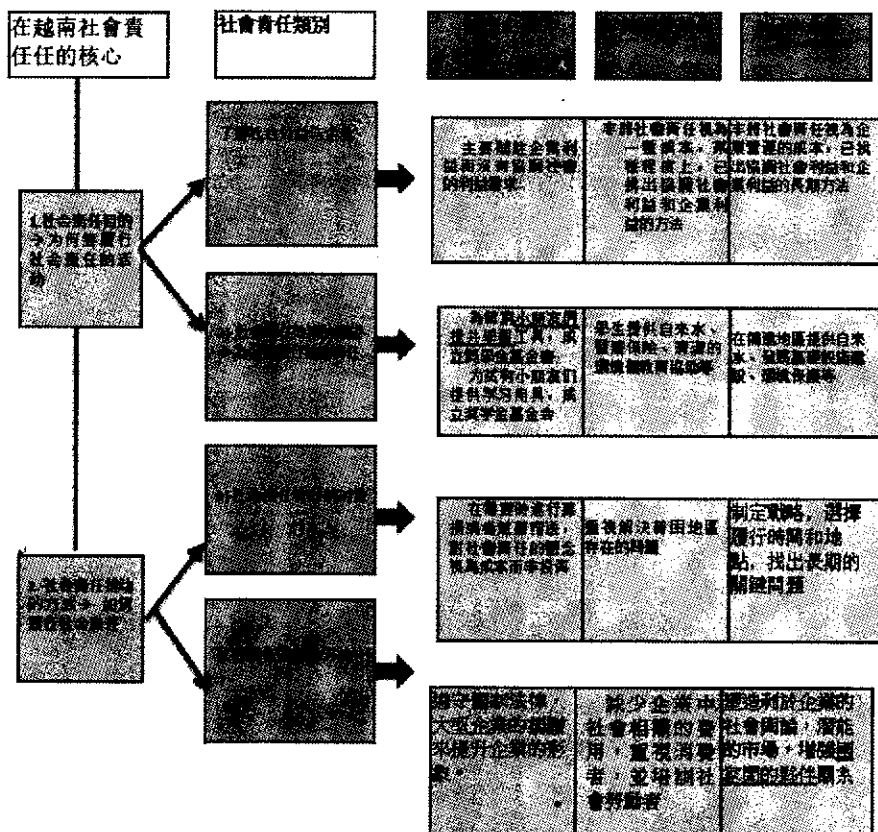
從社會責任的類型以及目的來講，越南、韓國、日本企業的社會責任類型比較，是理解典型企業社會責任方法的基本理論的典型例子。(見圖3)通過越南、韓國、日本企業社會責任類型的比較，可以獲得對韓國公司以及台灣和越南公司的社會責任管理方法的理解和改進。

首先，總體來講，越南企業社會責任維持了「守勢性社會責任」的傾向，韓國企業社會責任傾向於「反應性社會責任」的類型。日本企業的則是「反應性社會責任」和「戰略性社會責任」模式的結合。具體而言，從社會公益與企業利益間的關係來看，越南企業應當設法調節自身利益和社會利益的差異，但他們比較關注努力將其自身利益最大化並社會責任最小化。韓國、日本企業卻較為關注提供社會公益品，並將其視為打開越南新市場的成本。近期，日本企業在積極推動共同價值(CSV)，旨在找出新方法來協助企業提升其利益和越南社會的福利。

其二，對於社會責任的期望效率，越南企業認為大型企業所遵守的規範；例如：給社會捐贈財物，對社會貢獻。那就是提升企業形象。反之，韓國企業或日本企業卻將越南社會未來具有潛能的市場，同時也是提供勞動的重要來源。盡社會責任則是他們在越南民眾心裏留下的良好印象。尤其是日本政府積極推動其企業社會責任的活動，旨在增強與越南貿易夥伴關係。

最後，越南企業履行社會責任的對象主要是為貧窮家庭小朋友提供學習用具，獎學金。但是，韓國企業則針對貧窮地區小朋友們提供學習用具、自來水、醫療保險等活動。日本企業積極針對企業附近及越南邊遠等地區推動基礎設施建設；諸如通訊系通，提供自來水，垃圾處理等活動。

圖2.分析越南、韓國、日本企業社會責任的活動



資料來源: Jung HyeYeong, Choi Byung Hun(2016 :180)

5. 結論

在越南，社會責任的標準不斷提升，國際相關規定日益普及化。隨之而來跨國企業也在面臨社會責任的轉變。針對日本、韓國、中國等企業履行社會責任的評估，日本企業獲取了最高的評價。越南企業已經了解社會責任的重要性，但是許多企業乃將社會責任視為壹種成本而並非壹種投資。韓國企業的社會責任在越南民眾的認知中已大大變化。韓國是「陪伴越南經濟發展的夥伴」。韓國公司正在為越南的社會和經濟發展做出重大貢獻。它們提供許多如教育、醫療、愛心公寓等社會責任方式。但是在壹些專有的社會責任類型以其推動社會責任的中長期目標尚未明確。日本企業尋找出了符合越南特殊情況的履行社會責任的模式，解決了壹些社會存在問題、與具有共同利益者建立夥伴關係。這些行為獲得了越南民眾的認可。日本企業的社會責任的最大成功案例就是贏得越南民眾的喜愛。日本企業履行社會責任的模式是壹種「反應式社會責任」與「戰略式社會責任」模式的結合。加之他們以塑造出共同價值。這意味著日本企業的社會責任遙遙領先於其他國家企業的社會責任，尤其是與共同利益者建

立關係，來解決壹些社會問題。但是越南企業仍將社會責任視為壹種成本。韓國企業也正在尋找提升越南民眾對韓國企業的認知和看法，旨在進壹步打入越南市場。

參考文件：

1. Audrey, Chia. 2015. Potential and Prospects for Philanthropy in Implementing Post-2015 Development Goals. ADB Sustainable Development Working Paper Series No. 38, April.^[1]
2. Bilowol, Jade & Doan, Mai Anh. 2015. "Multinational Corporations" Role in Developing Vietnam's Public Relations Industry through Corporate Social Responsibility." *Public Relations Review* 41(5): 825-832.
3. Brigitte, Hamm. 2012. "Corporate Social Responsibility in Vietnam Integration or Mere Adaptation?" *Pacific News* 38 (July/Aug): 4-8.^[1]
4. Brown, T. J. & P. A. Dacin. 1997. "The Company and Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses." *Journal of Marketing* 61(Jan): 68-84.^[1]
5. Carroll, A. B. 1999. "Corporate Social Responsibility." *Business and Society* 38(3): 268-295.^[1]
6. Choi Byung Hun 2008. "Study on Type and Impact of Corporate Social Responsibility(CSR) in China" *The Chinese Studies* 45: 387-422.
7. Jung HyeYeong, Choi Byung Hun.2016. "Study on Corporate Social Responsibility(CSR) Trend and Type of Vietnam:Korean,Vietnamese,Japanese Firms'SR Activities" *The Southeast Asian Review* 26(2): 145-196.
8. Jung Hye young , Tran Thi thuy.2018,"A Difference of Social Awareness between Northern and Southern Vietnam for Corporate Social Responsibility Activities" *The Southeast Asian Review* 28(3): 159-212.
9. Long, Hoang. 2015. "The Impact of Market Orientation And Corporate Social Responsibility On Firm Performance: Evidence From Vietnam." *Academy of Marketing Studies Journal* 19(1): 265-277.
10. Porter, M.E. & Kramer, M.R. 2002. "Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility." *Harvard Business Review* 80(12): 56-68.
11. Ross III, J. K. Paterson L.T., and Stuffs. 1992. "Consumer Perceptions of Organizations That Use Cause Related Marketing and Product." *Journal of the Academy of Marketing Science* Vol.20: 93-97.
12. Shizuo Fukada. 2007. "Corporate Social Responsibility in Vietnam: Current Practices, Outlook, and Challenges for Japanese Corporations," *Observations from the Leader of the CBCC Dialogue Mission on CSR to Vietnam.* <http://www.keidanren.or.jp> (Accessed 11 December 2015)
13. Thi Lan Huong Bui. 2010. "The Vietnamese Consumer Perception on Corporate Social Responsibility." *Journal of International Business Research*

- 9(Special Issue 1): 75-87.
14. Thi Van Nguyen. 2016. "Factors of Corporate Social Responsibility Affect Brand Reputation Of The Service Businesses: A Case Study In Vietnam." *International Journal of Economics, Commerce and Management* 4(1): 160-174.^[1]
 15. VBCSD. 2013. "Sustainability Report Formation." Vietnam Chamber of Commerce and Industry. <http://www.vcci.com.vn> (Accessed 26 December 2013)
 16. 彭华岗 等. 2011. 「中国企业社会责任报告编写指南 CASS-CSR 2.0」. 北京: 经济管理出版社.
 17. 刘俊海. 1999. 「企业的社会责任」. 北京: 法律出版社.
 18. 环境与发展研究所. 2004. 「企业社会责任在中国」北京: 经济科学出版社.
 19. 郝 琴. 2015. 「社会责任国家标准标准解读」. 北京: 中国经济出版社.
 20. 范文德. 2009. : 越南企业的社会责任 - 理论与实践的几个问题, 哲学期刊 (2) .
 21. 黎氏越河. 2015. : 2014年韩国企业家在越南的社会责任, 东北亚研究期刊 (7) .
 22. 新报. 2017. : 越南外资企业在 1988 - 2016 阶段的状况.
<https://baomoi.com/thuc-trang-thu-hut-fdi-tai-viet-nam-giai-doan-1988-2016/c/24383751.epi>
 23. 新报. 2017. : 越南外资企业在 1988 - 2016 阶段的状况,
<https://baomoi.com/thuc-trang-thu-hut-fdi-tai-viet-nam-giai-doan-1988-2016/c/24383751.epi>
 24. 玉河. 2018. : 韩国投资在越南站稳第一名.
<http://enternews.vn/dong-von-fdi-han-quoc-vao-viet-nam-vung-ngoi-vuong-127183.html>

投稿截止：2018 年 10 月 30 號

刊登日期：2018 年 11 月 30 號