

## **Эволюция корпоративной социальной ответственности: от 1700 до н.э до 21 века**

Авторы: А.Трипати, А.Бейнс

Источник: International Journal of Advanced Research (2013), Volume 1, Issue 8, 788-796

**Аннотация.** В 21 веке мир более взаимосвязан, более глобализирован, чем когда-либо. В исследовании изучался исторический обзор событий, связанных с корпоративной социальной ответственностью (КСО). Некоторые авторы, исследователи, мыслители и корпорации считают, что практика КСО является неуместной и дорогостоящей стратегией для бизнеса, в то время как другие считают ее важным инструментом выживания организации. Цель этого исследования - получить представление о пути корпоративной социальной ответственности с 1700 г. до н.э. до 21-го века, о том, как филантропия движется к корпоративной социальной ответственности и становится важной частью бизнеса. Исследование для этой статьи будет проводиться путем изучения различных статей, литературных источников, доступных в различных журналах, книг, рукописей и веб-сайтов. Это исследование служит связующим звеном между древним и современным способом реализации практики КСО, оно также направляет различных исследователей, академиков, мыслителей и различные организации на то, как КСО выступают в качестве стратегического инструмента для роста организации. В заключительной части документа представлены возможности для дальнейших исследований, которые требуют более подробной истории КСО и могут быть распространены также на МСП.

### 1.1 Эволюция концепции КСО

Корпоративная социальная ответственность была определена и концептуализирована несколькими способами в течение последних четырех столетий после процесса анализа, дебатов и научной конфронтации вокруг темы.

В настоящем разделе прослеживается эволюция КСО в академических исследованиях, чтобы обеспечить основу для лучшего понимания последующей дискуссии. Концепция КСО не нова и возникла в древней Месопотамии около 1700 г. до н. В Древнем Риме сенаторы ворчали по поводу неспособности предприятий вносить достаточные налоги для финансирования своих военных кампаний, а в 1622 году недовольные акционеры Голландской Ост-Индской компании начали выпускать брошюры с жалобами на секретность управления и «самообогащение» (Narasimhan, R. 2006; БРАСС Центр, 2007; Асонгу, 2007; Суран и Рао, 2011). В 1790 году в Англии был проведен первый крупный бойкот для потребителей, который, в конечном итоге, вынудил импортеров принять бесплатную систему поиска рабочей силы. В течение нескольких лет более 30000 британцев бойкотировали сахар, основной продукт британских западно-индийских рабских плантаций. Почти 400 000 подписанных петиций в Парламент с требованием положить конец работорговле, и в 1792 году Палата общин стала первым национальным законодательным органом в мире, который проголосовал за прекращение работорговли (Hochschild, 2005; Lau, 2007; William et al.). ., 2011). В 18-м веке шотландский философ и экономист по имени Адам Смит написал множество статей о социальной ответственности, его великое произведение - «Исследование природы и причин богатства народов», в котором он выразил мнение о том, что потребности и желания общества могут Лучше всего встретить свободное взаимодействие отдельных лиц и организаций на рынке. Однако он также признал, что участники рынка должны действовать честно (Arthaud-day, 2005; Yehia, 2007 Panda and Kajilal, 2012). Признавая эту концепцию, корни корпоративной социальной ответственности можно найти в реальных бизнес-практиках успешных компаний в восемнадцатом веке. Семья производителей шоколада Cadbury внедрила практику социальной ответственности в пользу своей рабочей силы, которая включает научно управляемые аналитические лаборатории, медицинский отдел «Образование пенсионных фондов и обучение сотрудников» (Franks et al., 2004; Katsoulakos et al., 2006; История Cadbury; Ella, 2009).

К началу XIX века началась индустриализация, а новые технологии привели к созданию рабочих мест и повышению уровня жизни, что также повлияло на бизнес, общество и окружающую среду. Бизнес процветал, а промышленники в Европе и США накопили огромные состояния. Однако немногие из этих богатых новых промышленников были обеспокоены благополучием своих работников, общества и окружающей среды. В 1906 году, когда основание Kellogg Company показало, как современная компания участвовала в КСО более ста лет, она осознала свою социальную ответственность. Обширные области деятельности компании в области КСО включают защиту окружающей среды, продажу питательных продуктов и пропаганду здорового образа жизни, обеспечение безопасной и здоровой рабочей силы. Компания понимает, что ее социальная ответственность распространяется на качество своей продукции, и заявляет, что Kellogg - это компания, на которую ее покупатель может рассчитывать на отличные вкусовые качества и высокое качество продуктов питания (Asongu, 2007). До 1920-х годов очень немногие крупные компании, такие как Cadbury и Kellogg, начали применять концепцию социальной ответственности, а в 1929 году декан Гарвардской школы бизнеса Уоллес Б. Донхэм сосредоточился на проблеме и прокомментировал ее в обращении в Северо-Западном университете. (Ghiga, 2006; Szuster, 2008; Johnson, 2010): «Бизнес начался за много веков до рассвета истории, но бизнес, как мы теперь знаем, является новым - новым в расширяющемся масштабе, новым по своей социальной значимости. Бизнес не научился справляться с этими изменениями и не осознает масштаб своих обязанностей за будущее цивилизации».

К началу 20-го века мощные корпорации испытали негативную реакцию против своей широко распространенной эксплуатации. Профсоюзы были сформированы, давая голос рабочим, и правительства начали брать на себя больше ответственности за благосостояние и инфраструктуру, постепенно внедряя антимонопольное законодательство (Broom hill, 2007; Petrášková, 2012). В 1950-х годах, благодаря появлению «потребительской власти», компании начали проявлять новый интерес к социальным и человеческим аспектам своих рынков -

примерно в это же время ученые и экологи стали замечать некоторые тревожные изменения в окружающей среде (Simon et al., 2012 ). Историки корпоративной социальной ответственности в целом согласны с тем, что эта концепция возникла в 1930-х и 1940-х годах, но она формализовалась в 1953 году с публикацией книги Говарда Боуэна (Asian News International, 2010; Отчет по КСО, 2010), в которой была предпринята попытка определить КСО как « Социальная ответственность предпринимателя »и поставил вопрос« какую ответственность перед обществом можно разумно ожидать от деловых людей? »(Боуэн, 1953). В конце 1950-х и 1960-х гг. Произошел сдвиг в отношении к правительству и бизнесу, было принято множество законодательных актов для регулирования ведение бизнеса и защита работников и потребителей (например, Закон об идентификации изделий из текстильного волокна 1958 года, Закон о справедливой упаковке и маркировке 1960 года, Закон о равной оплате труда 1963 года, Закон о национальной безопасности дорожного движения и безопасности транспортных средств 1966 года, Закон о национальной экологической политике 1969 года Закон об истине в кредитовании 1969 года, Закон о чистом воздухе 1970 года и т. Д.). Более того, растущее число протестов потребителей привело к созданию движения за права потребителей, которое непосредственно бросило вызов корпоративной власти (Lee, 2008).

В 1970 году большинство акционеров не были обязаны только одной компании, а держали их во многих компаниях, чтобы распределить риск. Поэтому они не были заинтересованы в максимизации прибыли только одной компании за счет других компаний, в которых они владели акциями. Другими словами, владелец диверсифицированных портфелей хотел бы достичь социальной оптимизации посредством совместной максимизации прибыли и хотел бы равномерно распределить «социальные расходы компаний в целом так, чтобы предельные издержки равнялись предельным приемлемым выгодам» (Wallich and McGowan, 1970). Был экономический аргумент против КСО американским экономистом Милтоном Фридманом, лауреатом Нобелевской премии, который опубликовал свой скандальный «Капитализм и свобода», в котором он утверждал,

что главная ответственность бизнеса состоит в том, чтобы получать прибыль для его владельцев, хотя и соблюдая закон (Фридман, 1970).

До 1975 года многие авторы утверждали, что в сфере бизнеса и общества по-прежнему отсутствовала общепринятая теоретическая парадигма, и призывали к более осязаемому прогрессу в концептуализации, исследованиях и разработке политики в области КСО (Preston, 1975), а в конце 70-х годов Организация Организации Экономическое сотрудничество и развитие (ОЭСР), а также Центр Организации Объединенных Наций по транснациональным корпорациям (UNCTC) начали разработку кодексов поведения в попытке контролировать различные аспекты корпоративной глобализации. В 1976 году ОЭСР, группа из 30 мощных промышленно развитых стран, осознавая сложности, связанные с трансграничными компаниями, разработала ряд руководящих принципов, облегчающих работу глобализации; установление «правил игры» для прямых иностранных инвестиций и создание атмосферы доверия и предсказуемости в зарубежных корпорациях (Fauset, 2006). «Руководство ОЭСР для многонациональных предприятий» охватывает такие области, как бухгалтерский учет, налоговые платежи и деятельность в соответствии с местным законодательством. Руководящие принципы ориентированы на страны, а не на компании, и их соблюдение может иметь важное значение для получения листингов на определенных фондовых биржах и экспортных кредитов (Подотчетность, 2004 год) и Кодекса поведения КПК ООН, однако, направлено на регулирование корпоративных злоупотреблений, а не на содействие корпоративным Доступ к новым рынкам, что неудивительно, был менее успешным. Кодекс мог бы быть полезным инструментом для контроля над корпоративным избытком, но этот орган был демонтирован под давлением корпораций и вместо этого был объединен с Конференцией ООН по торговле и развитию - органом, который продвигает иностранные инвестиции (Corporate Watch). Многие исследователи предпринимали постоянные усилия по разработке модели корпоративной социальной ответственности, и первый плод таких усилий был сделан Кэрроллом, 1979 г., в журнале *Academy of Management Review*, под

названием «Трехмерная концептуальная модель корпоративной социальной эффективности (CSP)», который сразу получил признание. Три аспекта модели касаются основных вопросов, которые волнуют как ученых, так и менеджеров: (1) что входит в корпоративную социальную ответственность? (2) Какие социальные проблемы должна решать организация? (3) Какова философия организации или способ социального реагирования? Основной вклад его модели заключался в том, что трехмерная модель не рассматривает экономические и социальные цели корпораций как несовместимые компромиссы (Carroll 1979; Branco и Rodrigues, 2007; Shengtian, 2010).

Рост антикорпоративной активности по вопросам экологии и прав человека сделал необходимым изменение корпоративного отношения к социальным и экологическим проблемам. В 70-х и 80-х годах произошли крупные международные бойкоты компаний, инвестирующих в Южную Африку, в частности, Barclays Bank, и бойкот Nestlé в связи с агрессивными маркетинговыми стратегиями молочных смесей компании на глобальном Юге. Этот период был типизирован для конфронтационной кампании путем нападков на бренды (Bruno, 1992; Bendell, 2004; Fauset, 2006), считая, что в 1980 году МСОП (Всемирный союз охраны природы) опубликовал «Всемирную ассоциацию охраны природы» как «модификацию биосферы и применение потребностей профсоюзов и повышение качества жизни людей », раздел « На пути к устойчивому развитию » определяет основных факторов разрушения среды обитания, таких как бедность, демографическое давление, социальное неравенство, достижение более динамичной и стабильной мировой экономики и условий торговли. , Он призывает к новой международной стратегии развития с целью устранения неравенства, достижения более динамичной и стабильной мировой экономики, стимулирования ускорения экономического роста и противодействия худшим последствиям бедности. В 1984 году Питер Друкер, известный как отец современного менеджмента, писал о необходимости превратить социальную проблему в экономические возможности, которые принесут пользу как компаниям, так и обществам.

До 1990-х годов КСО обычно ограничивалась корпоративной благотворительностью. Именно с начала 1990-х годов в силу вступили расширенные концепции и практики КСО. 1990-е годы характеризовались быстрым расширением глобализации после распада Советского Союза и окончания холодной войны, революция в области информационных технологий повысила экономическую производительность, а высокий уровень частных инвестиций на фондовых рынках увеличил индивидуальное благосостояние (Thinking Shift, 2007). По мере усиления глобализации экологическая осведомленность и появление ответственной деловой практики привели к таким ключевым событиям, как Комиссия Брундтланд, создание Всемирного совета предпринимателей по устойчивому развитию и Глобальный договор Организации Объединенных Наций (Simon et al., 2011). В 1991 году известный исследователь Кэрролл перестроил свою концепцию корпоративной социальной ответственности и разделил ее на четыре уровня в форме пирамиды, которые представляют собой экономическую, юридическую, этическую и филантропическую ответственность. Экономическая ответственность относится к прибыльности организации, в то время как юридическая ответственность в основном соответствует законам и нормам. Что касается этической точки зрения, деятельность организаций должна выходить за рамки законов, где от них ожидают, что они поступят правильно и справедливо. Филантропическая ответственность относится к добровольному пожертвованию и служению обществу. Пирамида КСО изображала экономическую категорию в качестве основы (основы, на которой покоятся все остальные), а затем развивалась вверх посредством правовой, этической и филантропической деятельности. Он дал понять, что бизнес не должен выполнять их последовательно, но каждый должен выполняться всегда. Он также отметил, что пирамида была скорее графическим изображением КСО, чем попыткой добавить новое значение в четырехчастное определение. Он резюмировал: «Фирма по КСО должна стремиться получать прибыль, подчиняться закону, быть этичной и быть хорошим корпоративным гражданином. (Кэрролл, 1991; Кэрролл и Шахбана, 2010). В частности, саммит

Земли 1992 года в Рио-де-Жанейро помешал цели саммита найти способы остановить разрушение природной среды и ее ресурсов. Сорок восемь компаний были специально созданы для участия и влияния на итоги Саммита, в частности, для перехода к добровольной отчетности (Thinking Shift, 2007). Первой компанией, которая фактически опубликовала социальный отчет, были Бен и Джерри в 1989 году, а первой крупной компанией была Shell в 1998 году (The Shell Report 1998). Будучи преемником ГАТТ, ВТО возникла 1 января 1995 года, чтобы обеспечить как можно более плавные, предсказуемые и свободные торговые потоки между государствами-членами. ВТО широко стимулировала различные «реактивные» корпоративные социально ответственные инициативы среди стран-членов, влияя на их экспортно-импортную политику, вводя различные экологические и социальные ограничения на товары. КСО конкретно формировалась в результате тщательных исследований с получением импульса от кодексов и принципов, изданных многосторонней организацией. Это было десятилетие, когда были разработаны альтернативные темы, такие как корпоративная устойчивость, корпоративная социальная деятельность и темы «Тройка итог» (Srivastava and Sahay, 2008). В конце 90-х годов как потребители, так и НПО также узнали об этом и начали активно участвовать в практике социальной ответственности, принятой компаниями. В течение этого десятилетия возникают различные проблемы, связанные с правами человека и условиями труда работников на фабриках в развивающихся странах. Одна из крупнейших и старейших компаний Nike Inc, занимающаяся производством обуви, одежды, оборудования и аксессуаров для спортивного и спортивного рынка (Woxman, 2012), имеющая производственные мощности в Китае, Тайване, Корее, Мексике, а также в США и Италии. условия для этих работников были источником горячих споров со стороны различных НПО и утверждений, сделанных компаниями в отношении плохих условий, обычного домогательства и злоупотреблений (Mallenbakers.net). Перед лицом постоянных проблем была создана Ассоциация справедливого труда, и более десяти лет ее членские организации - организации гражданского общества, университеты и социально ответственные компании -



объединили свои усилия для защиты работников и решения трудовых проблем в цепочках поставок (Heerden, 2012), и рассмотрел различные обвинения, которые организации начали сообщать на корпоративном веб-сайте, улучшая условия на контрактных фабриках, стремясь к углеродной нейтральности.

Официальное внимание к корпоративной социальной ответственности (КСО) усилилось с 2000 года и далее, с растущим признанием ряда глобальных добровольных правил, кодексов, руководящих принципов и инициатив, таких как Глобальная инициатива по отчетности (GRI), Глобальный договор ООН, Принципы Ответственные инвестиции (PRI), переработанные руководящие принципы Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) для многонациональных предприятий, индекс устойчивости Доу-Джонса и, в августе 2010 года, - с прямыми последствиями для бухгалтеров и финансовых специалистов - Международный комитет по комплексной отчетности ( IIRC), сотрудничество GRI и Принца Уэльского разработало проект «Бухгалтерский учет для устойчивого развития» (A4S) с участием основных органов бухгалтерского учета и других ключевых заинтересованных сторон (Всемирный конгресс бухгалтеров, 2010).

В основном в течение последних нескольких лет движение за КСО продолжало развиваться, как и ожидалось. Удалось вспомнить о достижениях в ходе саммита «Рио + 10» по устойчивому развитию в Йоханнесбурге, Южная Африка, в 2002 году. Акцент был сделан на основной поток. Индекс корпоративной ответственности (CRI) является ведущим инструментом управления бизнесом и сравнительного анализа, который позволяет компаниям эффективно измерять, отслеживать, отчетываться и улучшать свое влияние на общество и окружающую среду (Bichtha, 2003). С конца 1990-х годов 20-го века наблюдался значительный рост числа индексов (обычно называемых «ориентирами») с главной целью описать экономическое положение компаний, отвечающих определенным требованиям КСО. Первые индексы КСО были разработаны в Соединенных Штатах. Пионером в этой области был Dow Jones, который в сентябре 1999 года начал публиковать SI (Индекс устойчивости). Год

спустя фонд Calvert начал публиковать индекс CSR, тогда как в июле 2001 года первый индекс (FTSE4Good) был опубликован английской компанией FTSE (Respect Index). CSR также помогает зеленым образом отмыть имидж компании, чтобы скрыть негативные последствия, насыщая СМИ позитивными изображениями учетных данных компании по CSR (Fauset, 2006). В 2002 году Christian Aid задокументировал способ, которым обсуждение вопроса корпоративного регулирования в повестке дня саммита изменилось с работы на «многостороннее соглашение», на разработку «рамочной основы» и на простую «пропаганду наилучшей практики». Однако среди активистов и неправительственных организаций недовольство моделью КСО было очевидным. В то время как многие НПО продолжают заниматься бизнесом, требования к корпоративной ответственности растут вместе с такими кампаниями, как Международная кампания за право на знание в США, Коалиция CORE в Великобритании и другие международные инициативы, требующие более юридически обязательного, а не добровольного регулирования.

Во всем мире растет понимание того, что производственные процессы и промышленная организация бизнеса имеют важный отдел социального обеспечения (Комитет по делам Индии Нидерландов, 2002 г.). Взаимодействие с заинтересованными сторонами является ключевым аспектом корпоративной социальной ответственности, поскольку оно позволяет совместно с заинтересованными сторонами и компанией получить общее представление о влиянии на деятельность отрасли (Tinto, 2006). Для этого необходимо, чтобы отрасль продемонстрировала, как она понимает долгосрочное развитие сообщества как часть своих основных обязанностей и компетенций. Недавнее возрождение интереса к улучшению жизни малоимущих работающих людей и поощрению использования набора стандартов или определенного кодекса поведения является результатом растущей глобальной осведомленности об этических и социальных проблемах, особенно среди партнеров, занимающихся трансграничной торговлей (Satyarthi, 2008). Обращаясь к совести и желаниям клиентов, CSR помогает компаниям укрепить лояльность к бренду и установить

личную связь со своими клиентами. Многие корпоративные благотворительные акции дают компаниям доступ к целевым рынкам, а участие в благотворительности придает компании большую значимость. В культуре, насыщенной средствами массовой информации, компании ищут все более инновационные способы донести свою информацию, а КСО предлагает множество потенциальных возможностей, таких как реклама из уст в уста или партизанский маркетинг, для тонкого охвата потребителей. Экономическое обоснование важности социально ответственной деловой активности в настоящее время также широко распространено даже среди лидеров бизнеса. «В последнее десятилетие» Корпоративная социальная ответственность »(CSR) стала нормой в советах директоров компаний в богатых странах, и все чаще в развивающихся странах», - признал The Economist в конце 2007 года (Horrigan, 2007).

Комиссия Европейских Сообществ 2002 года предлагает следующее общее определение:

«Корпоративная социальная ответственность - это то, что компании несут ответственность и предпринимают действия, выходящие за рамки их юридических обязательств и экономических / деловых целей. Эти более широкие обязанности охватывают целый ряд областей, но часто их называют социальными и экологическими, где социальное означает широкое определение общества, а не просто вопросы социальной политики. Это можно суммировать как тройной подход: то есть экономические, социальные и экологические.

В этих рамках корпоративная благотворительность (или корпоративное пожертвование) рассматривается как особый вид деятельности в сфере КСО. Это относится к акту корпораций, предоставляющих прибыль или ресурсы некоммерческим организациям. Корпорации чаще всего жертвуют деньги, но также могут пожертвовать на использование объектов, имущества, услуг и рекламной поддержки. Некоторые корпорации создают группы добровольцев, которые отдают свое время конкретным проектам. Корпоративные пожертвования часто обрабатываются корпорацией напрямую; однако это также может быть сделано через фонд компании.

Всемирный деловой совет по устойчивому развитию (1999): «КСО - это этическое поведение компании по отношению к обществу; руководство действует ответственно в отношениях с другими заинтересованными сторонами, которые имеют законный интерес к бизнесу, и бизнес обязуется вести себя этично и вносить вклад в экономическое развитие, улучшая при этом качество жизни рабочей силы и их семей, а также местных жителей. сообщество и общество в целом ».

## **1.2 Вывод**

Социальная ответственность не должна рассматриваться как исключительная сфера деятельности правительства, а пассивная благотворительность более не является социальной ответственностью. Развивающиеся рынки, такие как Индия, привлекли внимание крупных ТНК к потенциалу роста рынка. Эти рынки неиспользованы и дают совершенно новый домен для операций. Однако многие ТНК также воспринимают рынки как должное и используют гибкость в нормах операций в своих интересах. Отсутствие заботы о местном сообществе, потребителях и окружающей среде со стороны этих корпораций вызвало широкомасштабные общественные дебаты и действия. В этом контексте важно понимать, что устойчивый рост бизнеса связан с заботой о сообществе и рынках, на которых работают корпорации. Различные агентства, такие как GRI (Global Reporting Initiatives), ISO, выступают в качестве наставника для всей организации, занимающейся этим. Практика отчетности по КСО. В наши дни малые и средние предприятия (МСП) сегодня составляют очень важный сегмент экономики любой страны. Сектор МСП быстро рос за эти годы. Концепция КСО распространилась и на МСП. Этот сектор никогда не принимался во внимание для обсуждения, и обычно предполагается, что традиционный подход к КСО является частью крупных компаний. Хорошо известен тот факт, что МСП производят значительную долю продукции страны, обеспечивают огромную занятость и приносят значительные доходы правительству не только в развитых, но и в развивающихся странах. На малые и средние предприятия приходится около 90 процентов предприятий по всему миру, на которые

приходится около 50–60 процентов занятости. Они потенциально оказывают существенное влияние на социальное обеспечение.

### **1.3 Предложения для дальнейшего исследования**

Необходимо провести дополнительные исследования по конкретным факторам КСО, которые способствуют развитию передовой практики, стимулам, которые, по-видимому, способны стимулировать деятельность в сфере КСО, и инновационному использованию добровольных соглашений, способствующих продвижению передовой практики. Это, по сути, требует дополнительных исследований бизнес-обоснования КСО, особенно в контексте МСП. Глубокие целевые исследования по КСО, проводимые на организационном уровне, могут стать отличным источником обучения для высшего руководства различных компаний. Взаимосвязь между МСП и более крупными организациями может быть изучена на национальном и международном уровнях.

### **1.4 Ссылки**

1. Accountability UNIDO (2004), “Strategic Challenges for business in the use of Corporate Responsibility Codes, Standards and Framework, October 2004, pp16-19.

2. Aras, G., Crowther, D. (2010), “A Handbook of Corporate Governance and Social Responsibility”, Gower Publishing Limited.

3. Arthaud-Day, M. L. (2005), "Transnational Corporate Social Responsibility: A Tri-Dimensional Approach to International CSR Research", Business Ethics Quarterly 15 (2005), pp 1–22

4. Asian News International (2010), “Corporate social responsibility evolved in the early of 20th century”, retrieved on dated: 14 May, 2012 from <http://www.thefreelibrary.com/Corporate+Social+Responsibility+evolved+in+the+early+20th+century.-a0235367519>.

5. Asongu, J. J., (2007), “The History of Corporate Social Responsibility”, Journal of Business and Public Policy, Vol. 1, Issue 2, pp 1-18.

6. Asongu, J. J., (2007), “The History of Corporate Social Responsibility”, Journal of Business and Public Policy, Vol. 1, Issue 2, pp 1-18.

7. Bendell, J. (2004), “Barricades to Boardrooms: A Contemporary History of the Corporate Accountability Movement”, United Nations Research Institute for Social Development, June 2004, pp 14.

8. Bichta, C. (2003), "Corporate Social Responsibility: A Role in Government Policy and Regulation?" Research Report 16, Centre for the study of regulated Industries, The University of Bath, retrieved on dated: 17 July, 2012 from [http://www.bath.ac.uk/management/cris/pubpdf/Research\\_Reports/16\\_Bichta.pdf](http://www.bath.ac.uk/management/cris/pubpdf/Research_Reports/16_Bichta.pdf).

9. Bowen, H.R. (1953), "Social Responsibilities of the Businessman", Harper & Row. 1953 p xi, retrieved on dated: 15 July, 2012 from <http://www.corporatewatch.org/?lid=2682>.

10. Branco, M, Rodrigues, L. (2007), "Positioning Stakeholder Theory within the debate on Corporate Social responsibility", *Electronic Journal of Business ethics and organization studies*, Vol. 12, Issue 1, pp. 5-15.

11. Broomhill, R. (2007), "Corporate social responsibility: Key issues and debates", Dunstan papers, retrieved on dated: 15 May, 2012 from [http://firgoa.usc.es/drupal/files/Ray\\_Broomhill.pdf](http://firgoa.usc.es/drupal/files/Ray_Broomhill.pdf).

12. Bruno, K. (1992), "The Corporate Capture of the Earth Summit", *Multinational Monitor*, vol. 7 Jul/Aug 1992.

13. Business Relationships, Accountability Sustainability and Society (BRASS), (2007), "History of Corporate Social Responsibility and Sustainability", retrieved on dated: 13 May, 2012 from [http://www.brass.cf.ac.uk/uploads/History\\_L3.pdf](http://www.brass.cf.ac.uk/uploads/History_L3.pdf).

14. Carroll, A. B. (1979), "A Three dimensional conceptual model of Corporate Performance", *Academy of Management Review*, Vol. 4, Issue 4, pp. 497-505.

15. Carroll, A.B. (1991), "The pyramid of Corporate Social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders", *Business Horizons*, July–August, pp. 39–48.

16. Carroll, A.B., Shabana, M.K. (2010), "The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice", *International Journal of Management Reviews*, pp 85-104.

17. Christian Aid, "A World Summit for Business Development?-2002", retrieved on dated: 10 July from <http://www.christian-aid.org.uk/indepth/0208wssd/index.htm>.

18. Corporate Watch, (n.d.), "Evolution of CSR", retrieved on dated 20 August, 2012 from <http://www.corporatewatch.org/?lid=2682>.

19. CSR Report (2010), "Corporate Social Responsibility Evolved in the early 20th Century", retrieved on dated: 20 July, 2012 from <http://news.oneindia.in/2010/08/24/corporatesocial-responsibility-evolved-in-the-early-20thce.html>

20. Ella, J. (2009), "Cadbury: The Legacy in Birmingham", retrieved on dated: 20 May, 2012 from [http://news.bbc.co.uk/local/birmingham/hi/people\\_and\\_places/history/newsid\\_8412000/8412655.stm](http://news.bbc.co.uk/local/birmingham/hi/people_and_places/history/newsid_8412000/8412655.stm).

21. European Communities (2002), "Corporate Social Responsibility Main Issues", retrieved on dated: 18 July, 2012 from [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-02-153\\_en.htm#PR\\_metaPressRelease\\_bottom](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-02-153_en.htm#PR_metaPressRelease_bottom).

22. European Union, (2004), Euro abstract: Corporate social responsibility, Vol. 42–1, February. European Commission: Directorate-General for Enterprise.

23. Fauset, C., (2006), "What's wrong with Corporate Social Responsibility", Corporate Watch Report 2006, pp 8.
24. Frank, F.D., Finnegan, R.P., Taylor, C.R. (2004), "The race for talent: retaining and engaging workers in the 21st century", Human Resource Planning, Vol. 27, issue 3, p.12.
25. Frederick W., Post J., Davis, K. E. (1992), "Business and Society", Corporate Strategy, Public Policy, Ethics, 7th edn. McGraw-Hill: London.
26. Friedman, M. (1970), "The social responsibility of business is to increase its profits". The New York Times Magazine 13 September, p 32-33, p 122-126.
27. Ghiga, O., (2006), "Integrating Sustainable Development and Corporate social responsibility" Romanian Economic Journal, 2006, Vol. 9, Issue 21, pp 57-63.
28. Heerden, A. (2012), "The next Generation of Social Responsibility Leaders", retrieved on dated: 20 July, 2012 from [http://www.ihrb.org/commentary/board/next\\_generation\\_of\\_social\\_responsibility\\_leaders.html?gclid=CNH7-Y2upbMCFUV66wodZiAAxg](http://www.ihrb.org/commentary/board/next_generation_of_social_responsibility_leaders.html?gclid=CNH7-Y2upbMCFUV66wodZiAAxg).
29. Hochschild, A. (2005), "How the British Inspired Dr. King's Dream", OP-ED contributor, The New York Times, retrieved on dated: 14 May, 2012 from <http://www.nytimes.com/2005/01/17/opinion/17hochschild.html?page-wanted=print&position=&r=0>.
30. Horrigen, B. (2007), "21st Century Corporate Social Responsibility Trends-An Emerging Comparative Body of Law and Regulation on Corporate Responsibility, Governance and Sustainability", MQJB, Vol.4, pp 92.
31. India Committee of the Netherlands, (2002), "Labour standards in the Sports Goods Industry in India- with Special reference to Child Labour (A Case for Corporate Social Responsibility)", Final Report, Tata Consultancy Services, retrieved on dated: 20 September, 2012 from <http://www.indianet.nl/tatarep.html>.
32. Johnson, T., (2010), "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits and More! Revisiting Milton Friedman Forty Years Later", Business for good, retrieved on dated: 15 May, 2012 from <http://www.businessforgood.co/2010/10/social-responsibility-of-business-is-to.html>.
33. Katsoulakos, P., Katsoulakos, S. (2006), "A Multi Dimensional View of Corporate Responsibility", The 4cr Strategic Approach to Corporate Responsibility, 4 CR Working Papers retrieved on dated: 20 June, 2012 from <http://www.csrequest.net/uploadfiles/4CR%20A1.5.pdf>.
34. Keinert C., (2008), "Corporate Social Responsibility as an International Strategy", Physica-Werlag A Springer Company, Heidelberg Christina Keiner.
35. Khoury G, Rostami J, Turnbull J, P. (1999), "Corporate Social Responsibility: Turning Words into Action", Conference Board of Canada: Ottawa.
36. Kotler, P. and Lee, N. (2005), "Corporate Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause", Wiley, Hoboken, New Jersey.

37. Lau, S. (2007), "Corporate Social responsibility: The New Business Model", Issues in Contemporary Society, 30 August, 2007, retrieved on dated: 25 June, 2012 from <http://sannylau.brinkster.net/092007-corporatesocialresponsibility.pdf>.
38. Lee, M. (2008), "A Review of Theories of Corporate Social Responsibility: Its Evolutionary Path and The Road Ahead", Internal Journal of Management Reviews, Vol.10, Issue 1, pp53-73.
39. Mallenbaker.net, "Corporate Social Responsibility- Companies in the News", retrieved on dated: 10 May, 2012 from <http://www.mallenbaker.net/csr/CSRfiles/nike.html>.
40. McWilliams, A. and Siegel, D. (2001), "Corporate responsibility: a theory of the firm perspective", The Academy of Management Review, Vol. 26, Issue 1, pp. 117–127.
41. Michael Mc Comb (2002), "Profit to be found in companies that care", South China Morning Post, April 14, 2002, p. 5.
42. Moon, U. (2011), "Corporate Social Responsibility in India", National Conference on Corporate Social Responsibility Issues and Challenges", Marathas Mandir's Babasahed Gawde institute of Management Studies, retrieved on dated: 20 August, 2012 from [http://www.mmbgims.com/docs/full\\_paper/36\\_Urmila%20Moon\\_ab.pdf](http://www.mmbgims.com/docs/full_paper/36_Urmila%20Moon_ab.pdf).
43. Narasimhan, R. (2006), "Practicing the principles", CSR Bulletin for the ICT Sector Volume 1, Issue 2, pp 2.
44. Panda, S., Kanjilla, A. (2012), "CSR making good business sense in India with special reference to the Vedanta Langigarh", International Journal of Human resource management and research, Vol2, Issue 3, 2012, pp 1-12.
45. Pearce, J., Doh. J. (2005), "The High Impact of collaborative Social initiatives", Magazine: Spring 2005, Retrieved on 19 August, 2011 from <http://sloanreview.mit.edu/article/the-high-impact-of-collaborative-social-initiatives/>.
46. Petrášková, L. (2012), "Corporate Social Responsibility and Competiveness", Diploma Thesis, Faculty of Economics and Administration and Masaryk University Internal Guidelines.
47. Preston, L. E. (1975), "Corporation and Society: The Search for a Paradigm", Journal of Economic Literature, Vol. 13, Issue 2, pp. 434–454.
48. Respect Index (n.d.), "CSR Indices Worldwide, Respect index", retrieved on dated: 08 July 2012 from [http://www.odpowiedzialni.gpw.pl/csr\\_indices\\_worldwide](http://www.odpowiedzialni.gpw.pl/csr_indices_worldwide).
49. Ruth Lea, "Corporate Social Responsibility: IoD Member Opinion Survey," The Institute of Directors, UK, November 2002, p. 10.
50. Satyarthi, K., (2008), "Offside: Child labor in football stitching-A case study in Meerut District", Bachpan Bachao Andolan (BBA), retrieved on dated 09 November, 2012 from <http://www.globalmarch.org/news/061008.php>.
51. Shell Report (1998), "Shell 'Profit and Principles - Does there have to be a choice?'"



52. Shengtian, H., Weihui, F., Xiaosong, L. (2010), "Achieving Sustainability with a stakeholder- based assessment model for FIEs in China", *Journal; of international business ethics*, Vol3, No. 1, pp 43.
53. Shrivastava, V. and Sahay, A., (2008), "The Evolutionary Journey of CSR", 11th annual convention of Strategic Management Forum, May 8-10, 2008.
54. Simon, S., Jamakiraman, Sudhahar, C. (2011), "A Feasibility Study of Implementing Corporate Social Responsibility from employee perspective with special reference to marg properties, Chennai", *International Journal of Research in Social Science*, Vol. 1, Issue 1, pp 1-20.
55. Souran, j., Rao, S. (2011), "Corporate Social Responsibility: A Management Strategy for Sustainable Business", *KKIMRC IJRHRM*, Vol-1, No-2 Dec-Feb 2011-2012, retrieved on dated: 15 June, 2012 from [http://thavan.org/ subjects/hr/Corporate%20Social%20Responsibility.pdf](http://thavan.org/subjects/hr/Corporate%20Social%20Responsibility.pdf).
56. Szuster, D., (2008), "Green Marketing: A case study of British Airways", A Master Thesis in Culture, Communication and Globalization at Aalborg University, January 2008.
57. The story of Cadbury, retrieved on dated: 15 June, 2011 from <http://www.cadbury.com.au/About-Cadbury/The-Story-of-Cadbury.aspx>.
58. Thinking Shift, (2007), "The Evolution of CSR", retrieved on dated: 20 May, 2012 from <http://thinkingshift.wordpress.com/2007/03/27/the-evolution-of-csr/>.
59. Toyne, P. (2006), "Rio Tinto Plc", CSR Case studies, article 13, *Invigoration through Innovation* retrieved on dated 20 September, 2012 from [http://www.article13.com/CBI/CBI\\_CSR\\_Case\\_Study\\_RioTinto\\_March\\_06.pdf](http://www.article13.com/CBI/CBI_CSR_Case_Study_RioTinto_March_06.pdf)
60. Wallich, H. C., McGowan, J. J. (1970), "Stockholder interest and the corporation's role in social policy", *A New Rationale for Corporate Social Policy*, pp. 39-59. W. J. B. e. al. (Ed.), New York: Committee for Economic Development.
61. William, B., Werther, Jr., Chandler, D. (2011), "Strategic Corporate Social Responsibility: Stakeholders in a Global Environment", Sage Publication, 2nd edition, pp.10
62. World Business Council for Sustainable Development, (1999) "Corporate Social Responsibility: Meeting Changing Expectations", World Business Council for Sustainable Development: Geneva.
63. World Congress of Accountant, (2010), "Sustainability in Emerging markets: Lessons from South Africa", retrieved on dated: 05 June, 2012 from [http://www.cimaglobal.com/Documents/Thought\\_leadership\\_docs/Sustainability\\_emerging\\_markets.pdf](http://www.cimaglobal.com/Documents/Thought_leadership_docs/Sustainability_emerging_markets.pdf).
64. Woxman (2012), "Nike"s Current CSR issue", retrieved on dated: 2 November, 2012 from <http://www.allbest essays.com/Business/Nikes-Current-CSR-Issue/26781.html>.
65. Yehia, A., M. (2007), "Corporate social responsibility (CSR) Managers involvement and influence", MBA Project, Suliman S. Olayan School of Business, American University of Beirut, pp7.