

Corporate Social Responsibility: Arguments For and Against

Hasmik Melikyan, Erasmus Mundus PhD Scholar
University of Ruse
e-mail: hasikosun@yahoo.com

Корпоративная социальная ответственность: Аргументы за и против

**Асмик Меликян, аспирант-исследователь по
программе Erasmus Mundus**
Русенский университет
e-mail: hasikosun@yahoo.com

Abstract: *Corporate Social Responsibility (CSR) is one of the concepts constantly being in use under various names, such as "philanthropy" and "patronage". Now this concept is presented also as "corporate responsibility," "corporate governance" and "responsible business." The UN Global Compact presents ten principles as a set of values in human rights, labor standards, environment and anti-corruption. In a modern world there is a big debate regarding the issue of responsibility, namely, whom or what the corporations should be responsible to if they have to be responsible at all. It has many proponents, especially representatives of transnational and multination corporations (TNCs and MNCs) claiming that they are more and more involved with CSR activities. However, CSR also has opponents who argue that corporations are behaving very irresponsibly towards their employees, environment and society at large while at the same time TNCs are putting good examples of their CSR activities on their websites.*

Key words: *Corporate social responsibility, codes of conduct; codes of ethics; employees; stakeholders; shareholders; transnational corporations; child labor; sustainability; environment; society.*

Абстракт: *Корпоративная социальная ответственность (КСО) - одна из концепций, известная под различными названиями, такими как филантропия и патронаж. Сегодня эта концепция известна так же как „корпоративная ответственность“, „корпоративное управление“ и „ответственный бизнес.“ UN Global Compact представляет десять принципов как систему ценностей, связанных с защитой прав человека, трудовых отношений, окружающей среды и анти-коррупционных мер. В современном мире продолжают споры относительно проблемы ответственности, а точнее, перед кем или чем корпорации должны нести ответственность, если они вообще должны быть ответственны. Концепция КСО имеет много сторонников, особенно среди представителей транснациональных и мультинациональных корпораций (ТНК и МНК), утверждающих о все большем своем вовлечении в деятельность, связанную с корпоративной социальной ответственностью. Однако КСО также имеет множество оппонентов, утверждающих, что корпорации очень безответственно относятся к своим работникам, окружающей среде и обществу в целом и, в то же самое время, в своих вебсайтах ТНК приводят множество ярких примеров своей деятельности, связанных с КСО.*

Ключевые слова: *Корпоративная социальная ответственность (КСО), кодекс поведения, кодекс этики, работники, заинтересованные стороны, акционеры, детский труд, устойчивое развитие, окружающая среда, общество.*

I. Introduction

There have been a lot of ideas, concepts and notions in the history of human civilisation that have been developed cyclically and have passed through various transformations changing their names but their core essence has remained the same.

One such concept is "corporate social responsibility," "corporate responsibility," or "corporate governance." It is named differently but the overall idea is the following: "Corporate Social Responsibility (CSR) is a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis." ([European Commission, 2009](#)).

Broadly speaking, it means that corporations and businesses in general, no matter how big they are or where they are located, while working on their main goal of maximizing their shareholders' profit should also keep in mind the societal concerns and needs and act responsibly towards the society in which they operate.

This concept is not a novelty: it has been used for centuries in various countries mostly as philanthropic contributions or charities by business enterprises. However, not all people have had a strong belief that private businesses could act for the society's sake. For example, Marx was sure that private businesses were not able to behave in socially respectful way and thus, had to be replaced by collective enterprises.

Another important issue related to CSR and raised by Milton Friedman is the following: whom or what should the corporations be responsible to.

He argued that since the only goal for the corporations is to maximize their shareholders' profit, the responsibility should be only towards the shareholders.

I. Введение

В истории цивилизации существовало множество концепций и идей, которые развивались циклично и прошли через различные формы трансформации, меняя названия, но основная суть которых осталась неизменна.

Одна из таких концепций "корпоративная социальная ответственность", "корпоративная ответственность" или корпоративное управление. Она имеет различные названия, но в целом идея следующая: „Корпоративная социальная ответственность – это концепция, согласно которой компании добровольно интегрируют социальные и экологические проблемы в свою бизнес деятельность и в свои взаимоотношения с заинтересованными лицами.“ ([European Commission, 2009](#)).

Иными словами, корпорации и бизнес в целом, независимо от своей величины и места деятельности, в процессе работы над своей основной целью, состоящей в максимальном увеличении прибыли своих акционеров, всегда обязаны также помнить о социальных проблемах и нуждах и действовать ответственно по отношению к обществу, в котором существуют.

По своей сути данная концепция не нова: в различные века и в разных странах она являлась формой филантропии или добровольных благотворительных пожертвований со стороны бизнес компаний. Однако не все люди верили в то, что частный бизнес может служить на благо обществу. Например, Маркс был уверен, что частные компании не могли быть социально ответственными и, следовательно, должны были быть заменены коллективными хозяйствами. Существует другой, не менее важный аспект, связанный с КСО и рассматриваемый Милтоном Фридманом: перед кем или чем корпорации должны нести ответственность, если они вообще должны быть ответственны. Он утверждал, что так как единственная цель корпораций - увеличение прибыли акционеров, следовательно, и ответственность должна быть только перед ними.

"The discussions of the "social responsibilities of business" are notable for their analytical looseness and lack of rigor. What does it mean to say that "business" has responsibilities? Only people have responsibilities.

A corporation is an artificial person and in this sense may have artificial responsibilities, but "business" as a whole cannot be said to have responsibilities.

Presumably, the individuals who are to be responsible are businessmen, which mean individual proprietors or corporate executives. In a free-enterprise, private-property system, a corporate executive is an employee of the owners of the business. He has direct responsibility to his employers. That responsibility is to conduct the business in accordance with their desires, which generally will be to make as much money as possible while conforming to their basic rules of the society, both those embodied in law and those embodied in ethical custom." (Friedman, 1970).

Friedman could question the level of private businesses' responsibility and their main goals in the 1970s when the corporations were not that widespread and did not have such a huge, sometimes negative impact on the society in general. In modern society, in the era of globalisation corporate social responsibility has broader meaning. For example, as Michael McComb presents, "The notion of companies looking beyond profits for their role in society is generally termed corporate social responsibility (CSR)

It refers to a company linking itself with ethical values, transparency, employee relations, compliance with legal requirements and overall respect for the communities in which they operate.

„Дискуссии по поводу „социальной ответственности бизнеса“ несостоятельны из-за слабости аналитической обоснованности и отсутствия точности. Что подразумевается под утверждением „бизнес“ имеет какую-то ответственность? Только люди могут иметь ответственность.

Корпорация – это искусственное образование и в этом смысле может иметь искусственную ответственность, но невозможно утверждать, что бизнес может быть ответственным.

По-видимому, лица, имеющие ответственность – это бизнесмены, т.е. единоличные владельцы или исполнительные директора. В частном секторе, в системе частного бизнеса, исполнительный директор является наемным работником владельцев бизнеса. Он напрямую ответственен перед своими работодателями. Эта ответственность - ведение бизнеса согласно желанию работодателей, которая состоит в получении максимального дохода и в одновременном соблюдении основных законов общества и этических норм." (Friedman, 1970).

Фридман мог подвергать сомнению уровень ответственности частного бизнеса и его главные цели в 70-е годы, когда корпорации не были так распространены и не имели такого огромного, порой негативного влияния на общество в целом.

Однако сейчас, в эпоху глобализации, корпоративная социальная ответственность имеет более широкий смысл. Например, как утверждает Майк Маккомб: „Точка зрения компаний, для которых собственная роль в обществе не ограничивается лишь получением прибыли, является концепцией корпоративной социальной ответственности (КСО).

Это утверждение относится к компаниям, связывающим свою деятельность с этическими ценностями, прозрачностью, честными трудовыми взаимоотношениями, соблюдением закона и ответственностью к сообществу, в котором они действуют.

It goes beyond the occasional community service action, however, as CSR is a corporate philosophy that drives strategic decision-making, partner selection, hiring practices and, ultimately, brand development.” (McComb, 2002).

II. Why corporate social responsibility?

Today a lot of business entities admit out loudly that the concept of corporate social responsibility is extremely important in their day-to-day operations and is reflected in their various codes of conduct, codes of ethics and in their business strategies in general. However, there are a lot of questions, such as:

- Do these transnational or multinational corporations (TNCs or MNCs) and businesses follow what is written in these codes of conduct?
- Do they really believe in what they are presenting in the codes of conduct?
- Do the corporations really follow up with the ideas of sustainability, respect of their employees’ rights and Ten Principles presented in the UN Global Compact and other CSR documents?
- Do the corporations operating in a given country respect this country’s laws and regulations?
- Are these businesses really responsible for the society in which they operate?
- Or perhaps all this is just a perfect wording having nothing in common with their real activities; just a way to improve their brand name, their image and to increase their profit?
- In other words, is it just a fashion trend to have the codes of conduct and CSR reports perfectly presented in their websites or these

Однако эта концепция выходит за пределы редких услуг сообществу, так как КСО является корпоративной философией, движущей силой и основой для принятия стратегических решений, выбора бизнес-партнеров, наема работников и, в конечном итоге, для развития бренда.” (McComb, 2002).

II. Для чего необходима социальная ответственность?

Сегодня многие бизнесмены громгласно заявляют, что концепция корпоративной социальной ответственности очень важна в их деятельности и отражена в их кодексах поведения, кодексах этики и в их бизнес стратегиях в целом. Однако в связи с этим возникает много вопросов, например:

- Действительно ли эти транснациональные и мультинациональные (ТНК и МНК) корпорации и бизнесмены следуют тому, что написано в кодексах поведения?
- Действительно ли они верят в то, что пишут в своих кодексах поведения?
- Действительно ли корпорации следуют идеям устойчивого развития, уважения прав своих работников и десяти принципам, представленным в UN Global Compact и других документах?
- Следуют ли корпорации, работающие в какой-то зарубежной стране, законам и требованиям данной страны?
- Действительно ли представители бизнеса ответственны перед обществом, в котором действуют?
- Или может быть все это – лишь красивые слова, не имеющие ничего общего с их реальной деятельностью; всего лишь способ улучшить свой бренд, свой престиж и увеличить доходы?
- Иными словами, является ли данью моде наличие кодекса поведения, кодекса этики и КСО отчетов, представленных в наилучшем виде в корпоративных вебсайтах, или

TNCs or MNCs have a serious approach towards the concept of corporate social responsibility?

All these are very important and arguable questions taking into account the current world economic crisis. Some proponents of corporate social responsibility, especially representatives of the business world, present this concept almost as a magic wand, a miraculous panacea for solving all economic and social problems and, at the same time, for improving their corporate strategies and business images.

As Marcello Palazzi and George Starcher write in their work "Corporate Social Responsibility and Business Success" presented for the European Baha's Business Forum, "In Western Europe, Japan, and North America, an increasing number of companies are finding that it makes good business sense to fully integrate the interests and needs of customers, employees, suppliers, communities, and our planet – as well as those of shareholders – into corporate strategies. In the long term, this approach can generate more profits and growth." (Palazzi & Starcher, 1997; 2006).

The same idea of respect towards the principles of corporate social responsibility and conducting numerous CSR initiatives are presented in the web sites of various IT companies, mobile operators and other business entities, such as Vodafone Malta Limited, VivaCell-MTS Armenia, etc.

For example, among other issues, such as using energy efficiency, responsible marketing, supply chain and others, Vodafone Malta's second Corporate Responsibility (CR) Report is putting a big emphasis on its employees' and their families' well being (Vodafone Malta, 2010).

Another interesting example of CSR activities conducted by a big company is MTS,

ТНК и МНК действительно очень серьезно относятся к концепции корпоративной социальной ответственности?

Эти вопросы очень актуальны и спорны, имея ввиду современный мировой экономический кризис. Некоторые сторонники корпоративной социальной ответственности, особенно представители бизнеса, преподносят данную концепцию как волшебную палочку, панацею для решения всех экономических и социальных проблем и, в то же самое время, как способ улучшения корпоративной стратегии и бизнес имиджа.

Марцелло Палази и Джордж Старшер пишут в своей работе „Корпоративная социальная ответственность и бизнес успех“, представленной на Европейский бизнес форум в Баха: „В Западной Европе, Японии и Северной Америке все большее число корпорации приходит к убеждению, что интеграция в бизнес стратегию интересов и нужд клиентов, работников, партнеров, общества, нашей планеты в целом и, конечно же, интересов акционеров является прекрасным бизнес решением. В долгосрочной перспективе такой подход может увеличить доход и обеспечить рост компании.“ (Palazzi & Starcher, 1997; 2006).

Такое же уважение принципов корпоративной социальной ответственности и многочисленные примеры проведения КСО инициатив представлены в вебсайтах различных IT компаний, мобильных операторов и других бизнес представителей, таких как Vodafone Malta limited, VivaCell – MTS Armenia и т.д.

Например, во втором КСО отчете Vodafone Malta, помимо вопросов, связанных с энергоэффективностью, ответственным маркетингом, цепочкой ценностей и т.д., большое внимание уделяется проблеме благополучия своих работников и их семей (Vodafone Malta, 2010).

Другим интересным примером, связанным с проведением КСО мероприятий большой компанией и представленным на корпоративном вебсайте, является опыт MTS –

the largest mobile operator in Russia and the Commonwealth of Independent States (CIS). Since 2005 it has also been presented in Armenia as VivaCell-MTS (MTS, 2010).

It has been one of the very few among the Armenian business community which was and is raising the issue of CSR.

As Ralph Yirikian, a general manager of this company and a very active proponent of CSR, is constantly asserting, for VivaCell - MTS corporate social responsibility means returning a fraction of its earnings to society by "investing sweat equity into projects that benefit those less fortunate in society ...as well as we maintain our homes, we must also maintain the greater community in which we live." (MTS, 2010).

This company has launched various programs targeting especially the less fortunate people. In 2008 it presented the "VivaCell - MTS for regions" program which included assistance to the villages to get gas and water, to improve infrastructure and to renovate some schools and hospitals.

In 2009 it fulfilled another program entitled „VivaCell-MTS for children" directed to improve the life of children in Armenia, as well as to increase their environmental education.

Perhaps these and many other programs and CSR activities are the reason why this company has two million subscribers (the total population of Armenia is 3 million people) and is considered as number one tax payer in the country.

Another country that is showing more and more interest in CSR is Bulgaria. In 2007 the Economic Policy Institute in Sofia presented the results of a survey entitled "Reporting on Corporate Social Responsibility (CSR) by the Forty Largest Listed Companies in Bulgaria."

самого большого мобильного оператора в России и в странах СНГ (Содружество Независимых Государств). С 2005 года эта компания представлена также в Республике Армения как VivaCell – MTS (MTS, 2010).

Эта компания - одна из немногих представителей бизнес сообщества в Армении, которая поднимала и поднимает проблему КСО.

Ральф Ерикян, генеральный менеджер и самый активный проводник идей КСО непрестанно утверждает, что для его компании КСО означает возврат обществу некоторой части дохода в форме инвестиций в различные проекты, предназначенные для улучшения благосостояния малоимущих слоев населения: „...как хорошо мы относимся к собственному дому, так же хорошо мы должны относиться к нашему обществу, в котором живем." (MTS, 2010).

На протяжении нескольких лет эта компания осуществляла социальные программы, целью которых были главным образом малоимущие слои населения. В 2008 г. она представила программу „VivaCell-MTS для регионов", которая позволила нескольким деревням получить газ и воду, улучшила инфраструктуру, помогла в ремонте некоторых школ и больниц.

В 2009 г. эта компания осуществила еще один проект „VivaCell-MTS для детей", направленный на улучшение жизни детей Армении, а также на улучшение их экологического образования.

Возможно, осуществление этих и многих других программ, связанных с КСО, является причиной того, что она имеет 2 миллиона пользователей (общее население Армении 3 миллиона человек) и является налогоплательщиком номер один в стране.

Болгария является другой страной, проявляющей все больший интерес к КСО. В 2007 году Институт Экономической Политики в Софии представил результаты опроса под названием «Отчетности 40 самых больших компаний Болгарии по корпоративной социальной ответственности (КСО)».

According to this Report, "In the recent years, the interest towards Corporate Social Responsibility issues in Bulgaria has increased considerably. As a part of the so-called New Europe, the state and the Bulgarian business in particular, has begun to pay more attention to how companies manage their impact on the environment and how they contribute to the society as a whole." (Spassova et al., 2007).

This survey shows how the Bulgarian companies' websites present the concept of CSR and reveal information regarding three specific areas: Corporate Governance; Environmental Policy and Social Policy.

The survey analyses 15 questions, among which are the following:

- Does the company disclose details on its corporate governance structure?
- Does the company disclose and report on its internal Code of Business Conduct/Code of Ethics;
- Does the company report on its environmental performance, including efficient use of resources, emissions and waste?
- Does the Company integrate environmental aspects into its supply chain management policy?
- Does the company report any community patronage/sponsorship programs?
- Does the company list its health and safety policy, and other questions?

The survey results show that "... in the process of searching for capital, customers and employees ...the companies surveyed disclose more information on corporate governance than on environmental and social policy. This could be partially explained by companies' familiarity with the corporate governance principles espoused by the Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD)" (Spassova et al., 2007).

Согласно данному опросу, «в последние годы в Болгарии значительно возрос интерес к проблеме корпоративной социальной ответственности (КСО). Как часть так называемой «Новой Европы», увеличился интерес государства и болгарских бизнесменов к влиянию компаний на окружающую среду и вклад, который они вносят в общество в целом» (Spassova et al., 2007).

Данный опрос показывает как концепция КСО и информация, связанная с тремя специфическими областями: корпоративным управлением, экологической политикой и социальной политикой, представлена в вебсайтах болгарских компаний. Опрос анализирует 15 вопросов, в числе которых:

- Раскрывает ли компания детали, связанные со структурой своего корпоративного управления?
- Представляет ли компания информацию и отчеты по своему внутреннему кодексу поведения/кодексу этики?
- Отчитывается ли компания в связи со своей экологической деятельностью, включая вопросы эффективного использования ресурсов, а также проблемы выбросов и отходов?
- Включает ли компания в свой менеджмент цепочки ценностей экологические проблемы?
- Отчитывается ли компания в связи с проведением каких-либо благотворительных/спонсорских программ?
- Раскрывает ли компания свою политику, связанную с вопросами здравоохранения и безопасностью на работе и т.д.

Результаты опроса показывают, что «в процессе поиска нового капитала, клиентов и работников ...опрошенные компании представляют больше информации о своем корпоративном управлении, чем об экологической и социальной политиках. Это частично объясняется знакомством компаний с принципами корпоративного управления, представленными Организацией по Экономической Кооперации и Развитию (ОЭКР).» (Spassova et al., 2007).

Another two important surveys entitled "Corporate Social Responsibility within the Bulgarian Context" have been commissioned by the Global Compact Bulgaria and Bulgarian Charities Aid Foundation.

Quantitative and qualitative research methods have been combined in these surveys: the first stage involved one focus group with 8 participants and 29 in-depth interviews with representatives managing CSR in medium and big-size companies.

The aim was to establish the understanding of CSR, the motivations behind it, the ways in which it is practiced and the problems related to it in the country. Qualitative research was in the form of standardized interviews with CSR managers in 121 medium and big-sized companies,

"At the second stage the hypotheses formulated during the first stage were verified with the aim to analyse business attitudes and practices in implementing CSR by means of quantitative indicators." (UN Global Compact, 2007).

Indeed, CSR is a global phenomenon. Across the ocean, some businesses in Latin America are also actively participating in CSR.

Estrella Peinado-Vara presents two successful cases: Procter & Gamble in Venezuela and Union Fenosa (a Spanish company) in Colombia.

Both companies realised that they were losing a big chunk of "would be" profits by not working with the poorest people. P&G identified a previously unattended market niche.

First, the company realised the need to listen to these communities and it changed its strategy. For example, it started to sell shampoo in large containers which led to creation of hairdressing centers in poor communities and, of course,

Два других опроса «Корпоративная Социальная Ответственность в Болгарском Контексте» были заказаны Global Compact Болгарии и Болгарским Фондом Благотворительной Помощи.

Качественные и количественные исследовательские методы были использованы в данных опросах. Первый этап состоял из отбора фокус-группы из 8 участников и 29 интервью (in depth interviews) с представителями, ответственными за КСО в средних и больших компаниях.

Целью опросов было внедрение понятия КСО, мотивации, связанные с КСО, пути реализации этой концепции и проблемы, связанные с ее осуществлением в стране. Количественное исследование включало интервью с КСО менеджерами из ста двадцати одной средней и большой компаний.

„На втором этапе гипотезы, сформулированные на первом этапе были проверены с помощью цифровых индикаторов с целью анализа бизнес отношений и деятельности, связанной с применением КСО.“ (UN Global Compact, 2007).

Действительно, корпоративная социальная ответственность - глобальное явление. По ту сторону океана некоторые бизнес компании Латинской Америки также очень активно вовлечены в КСО.

Эстрела Пейнадо-Вара приводит два примера удачного применения концепции КСО: Procter and Gamble в Венесуэле и испанской компанией Union Fenosa в Колумбии.

Обе компании в процессе своей деятельности поняли, что теряют большой процент „возможной“ прибыли, не включая в свою деятельность беднейшие слои населения этих стран. Компания Procter and Gamble определила неисследованную до того нишу рынка.

В первую очередь компания поняла, что нужно прислушаться к мнению людей из беднейших районов и изменила стратегию. Например, она стала продавать шампуни в больших контейнерах, что позволило создать парикмахерские салоны в бедных кварталах и, в конечном итоге,

helped to have more jobs. The company also trained the hairstylists from these poor communities which, at the same time, has also increased the use of the company's products (Peinado-Vara, 2006).

Union Fenosa (presented as Energia Social) since its entrance to Colombian energy market in 2000 has suffered higher energy losses and lower-than-expected revenues.

Soon the company found out that 269,000 families (or about 2 million people) have illegal access to electricity which also caused safety problems.

After a very close analysis of the market, Energia Social developed a new method of collecting revenues "... through small enterprises ...created within the communities to measure usage, collect payments and provide customer and repair services.

The company is outsourcing opportunities that can be met by local contractors using their knowledge of the community's own dynamics. According to the company's annual report the fiscal year ended with a 60 per cent increase in revenues from billing (US \$2,914 million increase)." (Peinado-Vara, 2006).

There are many other examples of a successful implementation of the CSR concept by corporations and of their responsible attitude toward their employees, other stakeholders and the society in general.

One of the most important issues that is constantly underlined by corporations, related to their CSR activities, is that these activities are voluntary. However, as it is stated In OECD, 2001 report, "Some initiatives are more voluntary than others. Although the [CSR] initiatives are often referred to as "voluntary, some firms are under strong pressures to adopt them." (OECD, 2001).

содействовало увеличению рабочих мест. Компания также организовала курсы для стилистов из бедных районов, что одновременно увеличило количество потребления продукции компании (Peinado-Vara, 2006).

Испанская компания Union Fenosa (представленная как Energia Social) с 2000 года, т.е. со времени своего освоения энергетического рынка Колумбии, испытала существенные потери электроэнергии и получила намного меньше ожидаемой прибыли.

Вскоре компания обнаружила, что 269.000 семей (или около двух миллионов людей) имели нелегальный доступ к электроэнергии, что создавало также проблемы безопасности.

После очень внимательного анализа рынка Union Fenosa разработала новую систему сбора доходов „используя небольшие компании, созданные в данных районах, с помощью которых проводились замеры электроэнергии, собиралась плата и проводились ремонтные и сервисные работы.

Компания проводила аутсорсинг с помощью местных подрядчиков, используя их знание динамики жизни данных общин. Согласно ежегодному отчету компании, в конце фискального года доходы от платы за электричество увеличились на 60 процентов (US \$2,914 million increase)" (Peinado-Vara, 2006).

Существует много других примеров удачного внедрения корпорациями концепции КСО и их ответственного отношения к своим работникам, другим заинтересованным лицам и обществу в целом.

Один из самых главных аспектов, связанных с КСО является то, что эта деятельность имеет добровольный характер. Однако, как указывается в докладе ОЭКР от 2001 года, некоторые инициативы более добровольны, чем другие. Хотя КСО деятельность корпораций часто рассматривается как „добровольная активность“, однако некоторые компании занимаются этой деятельностью вынужденно, под большим давлением (OECD, 2001).

The constantly increasing interest of public governments of various countries in the activities of corporations keeps them under control. The governments of EU member countries are paying closer attention to CSR issues in their countries and starting to implement stricter policies.

For example, in Denmark "by November 2005, the Danish Government has included CSR as one of six prioritized topics in its annual review of economic growth, along with topics such as innovation and entrepreneurship. This indicates the government's strong emphasis on CSR as one of several strategies with regard to globalisation.

The review states the importance of CSR as a driver for growth and a strategy for Danish companies in a global market." ([European Commission, 2007](#)).

Another EU country, Sweden is also promoting corporations' activities related to sustainability and global change, specifically in protection of employees' rights, fair trade, child labor, job equality, etc.

„Since 1999, companies of a certain size have been required to include in their annual financial accounts information on their environmental impact (e.g. on emissions to air, water, and the use of manufactured chemicals). This provision applies to more than 20,000 sites.

There are a number of financial reporting frameworks, such as Global Reporting Initiatives (GRI) on economic, environmental, and social aspects in order to promote sustainability.

The Swedish Government provides a State ownership policy, which includes principles for an ethical, environmental and gender equality policy, and engages in diversity work. Under the policy companies are managed and monitored,

Возрастающий интерес населения и правительств разных стран держит деятельность корпораций под неустанным контролем. Правительства стран Европейского Союза стали обращать больше внимания на деятельность различных компаний и стали применять более жесткую политику.

Например, в Дании, с ноября 2005 года Датское правительство включило КСО в качестве одной из шести наиболее приоритетных тем годового обзора экономического роста, наряду с такими темами, как инновации и предпринимательство. Это - показатель того, что правительство рассматривает КСО как одну из стратегий, связанных с глобализацией.

Данный годовой обзор подчеркивает значимость КСО как движущую силу и стратегию развития датских компаний в рамках глобального рынка ([European Commission, 2007](#)).

Швеция также поощряет деятельность корпораций, связанную с устойчивым развитием и глобальными изменениями, особенно связанными с защитой прав работников, честной/открытой торговлей, детским трудом, трудовым равноправием и т.д.

„С 1999 года компании определенных размеров обязаны включать в свой годовой финансовый отчет информацию, связанную с влиянием их деятельности на окружающую среду (например, уровень эмиссии в воздухе, в воде и использование химической продукции). Это требование относится к более 20.000 объектам.

Существуют различные виды финансовых отчетов, такие как Global Reporting Initiative (GRI) по экономическому, экологическому и социальным вопросам с целью поощрения идеи устойчивого развития. Шведское правительство проводит политику государственной собственности, которая включает этические и экологические принципы и принцип гендерного равноправия и включается в работу по разнообразию. Менеджмент и мониторинг компаний проводится на основе данной политики;

and there are reports about ethical activities in a number of state-owned companies.” (European Commission, 2007).

And, as usual, together with a positive evaluation of CSR there is also a negative approach. More specifically, there are individuals who are actively opposing the idea of CSR or are sure that businesses are hypocritical and dishonest in their CSR activities.

They state that some TNCs are acting like “state within the state;” are lobbying for their corporate interests even if they may cause environmental damage and other problems for society at large.

Opponents are also pointing out that some TNCs have been enrolled in numerous economic and political scandals; also very often they are collaborating with the government in a negative way, such as bribing the government officials for favorable tax breaks or tax holidays; or avoiding payment of taxes in their own countries. Sometimes TNCs are also involved in corruption scandals. A negative image of some TNCs’ activities is presented in documentary movies, on the Internet, in consumers’ blogs and other sources of mass media.

One of the very active opponents of CSR, Gerard Fonteneau, advisor to the European trade Union Confederation [ETUC] states that, “...this strategy [CSR] is developing at a moment when the multinational economic and financial groups, and indeed the global market economy itself, are going through a serious internal crisis; many socially and ethically “irresponsible” practices are witnessed: fraudulent bankruptcies, questionable purchases, cheatings in the accounts, very high manager salaries, disrespect for basic values. Instead of law, international conventions,

существуют также доклады об этической деятельности некоторых государственных компаний” (European Commission, 2007).”

И, как всегда, наряду с положительной оценкой проблемы КСО, существует и негативное отношение. Конкретнее, есть люди, которые активно выступают против идеи КСО или уверены, что представители бизнеса лицемерны и нечестны в своей КСО деятельности.

Они утверждают, что некоторые транснациональные корпорации (ТНК) действуют «как государство в государстве»; лоббируют свои корпоративные интересы, даже если они могут причинить экологический вред или станут источником других проблем.

Оппоненты также указывают на то, что некоторые ТНК были вовлечены в многочисленные экономические и политические скандалы; также очень часто они негативно сотрудничают с правительством, например, дают взятки государственным чиновникам в обмен на налоговые послабления и освобождение от налогов; либо полностью уклоняются от уплаты налогов в своих странах. Иногда ТНК также вовлечены в коррупционные скандалы. Отрицательная деятельность некоторых ТНК представлена в документальных фильмах, Интернете, блогах потребителей и других источниках массовой информации.

Один из ярких противников КСО Жерар Фонтеню, являющийся советником Европейской Конфедерации Профсоюзов, утверждает следующее: «данная стратегия (КСО) развивается в момент, когда мультинациональные экономические и финансовые группы и вся рыночная экономика в целом проходят через серьезный внутренний кризис и являются свидетелями многочисленных социально и этически «безответственных» действий, таких как мошеннические банкротства, сомнительные покупки, фальшивая финансовая отчетность, очень высокие зарплаты менеджеров, неуважение к основным ценностям ...вместо того, чтобы подчиняться законам, международным конвенциям и

collective agreements, they sing the praise to codes of conduct, social labels, social sponsoring..." (Fonteneau, 2003).

He also claims that corporations use CSR concept as a means to diminish public authorities and to weaken their role in the society; to downgrade the role of trade unions; as well as to replace public laws and regulations by corporate Codes of Ethics or Codes of Conduct, which do not have any legal value.

Besides, transnational corporations (TNCs) collaborate with partners who conduct auditing and evaluation of their activities in favor of these corporations. He also states that corporations do not act responsibly towards employees, which leads to the issue of sweatshops, child labor, work harassment and other problems.

According to this author "...power is not shared in the company - at least not in the essence. It is the shareholders and managers who determine the policy, decide and do not share their decisions." (Fonteneau, 2003).

Rhys Jenkins, another specialist questioning the principles of CSR is sure that CSR activities are not directed to poverty reduction and are concentrated more on sustainability, environmental problems and human rights.

She claims that TNCs usually do not hire poor people or do not organise trainings for disadvantaged groups of society since it is not profitable for their short-term activities in a given country; they do not produce goods for the poor; also they operate mostly in capital cities, which is an obstacle for developing rural areas.

As she writes, "By the 1990s the heyday of neo-liberal policies had passed in the North, and corporations started to attract criticism for their global environmental and labor practices ...companies responded to bad publicity surrounding their activities by espousing corporate social responsibility."

коллективным соглашениям, они поют дифирамбы кодексу поведения, социальной этике, социальному спонсорству" (Fonteneau, 2003).

Он также утверждает, что корпорации используют концепцию КСО как средство ослабления роли органов государственной власти, представляют в невыгодном свете роль профсоюзов, пытаются заменить государственные законы корпоративными кодексами поведения или кодексами этики, не имеющими никакой юридической значимости.

Кроме того, транснациональные корпорации сотрудничают с партнерами, которые проводят аудит и оценку деятельности в пользу данных корпораций. Он также утверждает, что корпорации безответственно относятся к своим работникам, что приводит к проблеме детского труда, домогательствам на работе и т.д.

Согласно утверждениям данного автора, "... власть в компаниях не делима. Во всяком случае, она неделима по своей сути. На самом деле, акционеры и менеджеры определяют политику, принимают решения и ни с кем не делятся своими решениями". (Fonteneau, 2003).

Риз Дженкинс, другой специалист, ставящая под сомнение принципы КСО, уверена, что деятельность КСО не направлена на сокращение уровня бедности и больше концентрирована на проблеме экологии и прав человека.

Она утверждает, что ТНК обычно не нанимают бедных людей или не организуют тренинги для бедных слоев общества, так как это не прибыльно для их краткосрочной деятельности в данной стране; они также не производят товары для бедных; в большинстве случаев они развивают свою деятельность в столицах, что является барьером для развития регионов.

Она пишет: „К 90-ым годам, когда на Севере нео-либеральная политика пошла на спад, когда корпорации стали подвергаться резкой критике за свою экологическую и трудовую деятельность ...они, в ответ на негативные публикации, стали использовать принципы корпоративной социальной ответственности.“

The mid-1990s saw further revelations concerning the use of sweatshops and child labor by leading US brands such as Gap, Katie Lee, Gifford, Nike, Disney and others." (Jenkins, 2005).

Only due to the combined and constant efforts of various NGOs, human right organisations and concerned consumers the corporations have started to show more responsible attitude to their employees in particular and to the society in general.

However, she thinks that even leading organisations dealing with the concept of CSR do not pay enough attention to the issues of poverty. "Even the UN Global Compact does not explicitly refer to key development concerns such as poverty reduction or equity." (Jenkins, 2005).

What are the ten principles of the UN Global Compact after all? They are presented in the GC's web page "... as a set of values related to the issues of human rights, labor standards, the environment and anti-corruption.

- Principle 1: Businesses should support and respect the protection of internationally proclaimed human rights;
- Principle 2: make sure that they are not complicit in human rights abuses.
- Principle 3: Businesses should uphold the freedom of association and the effective recognition of the right to collective bargaining;
- Principle 4: the elimination of all forms of forced and compulsory labour;
- Principle 5: the effective abolition of child labour;
- Principle 6: the elimination of discrimination in respect of employment and occupation.
- Principle 7: Businesses should support a precautionary approach to environmental challenges;
- Principle 8: undertake initiatives to promote greater environmental responsibility;

В середине 90-х стало больше случаев разоблачения „светшопов“ (sweatshops) и использования детского труда ведущими американскими компаниями, такими как Gap, Katie Lee, Gifford, Nike, Disney и т.д." (Jenkins, 2005).

Только благодаря совместным и постоянным усилиям различных неправительственных организаций, организаций по правам человека и заинтересованным потребителям корпорации стали проявлять больше уважения к своим работникам в частности и к обществу в целом.

Однако данный автор считает, что такие ведущие организации, занимающиеся проблемами КСО, не обращают должное внимания на проблему бедности. „Даже UN Global Compact не в полной мере рассматривает такие важнейшие проблемы развития, как снижение уровня бедности или равенство.“ (Jenkins, 2005).

В чем же суть десяти принципов UN Global Compact? Они представлены в вебсайте „как система ценностей, связанных с защитой прав человека, трудовых отношений, окружающей среды и анти-коррупционных мер.

- Принцип #1: Бизнес обязан защищать и уважать права человека, провозглашенные на международном уровне;
- Принцип #2: Быть уверенным, что не замешан в нарушении прав человека;
- Принцип #3: Бизнес обязан поддерживать свободу ассоциаций и признавать права на ведение коллективных переговоров;
- Принцип #4: исключение всех форм принудительного и обязательного труда;
- Принцип #5: эффективное аннулирование детского труда;
- Принцип #6: исключение дискриминации, связанной с трудовой деятельностью и родом занятий;
- Принцип #7: Бизнес должен поддерживать меры предосторожности при экологических проблемах;
- Принцип #8: проявлять инициативу в поддержке большей экологической ответственности;

- Principle 9: encourage the development and diffusion of environmentally friendly technologies;
- Principle 10: Businesses should work against corruption in all its forms, including extortion and bribery." (UN Global Compact, 2010).

In general, the major advantages and disadvantages of CSR could be summarised as follows:

Advantages:

- Companies are acting more responsibly towards their employees, environment and society at large;
- CSR helps to bring the companies and society closer through various community directed projects and are in echo with the motto: "Think globally, act locally;"
- Companies' activities are presented in their codes of conduct and codes of ethics put on their websites, which leads to transparency of their operations;
- CSR activities help companies to improve their brand images, to get more customers, which, in its turn, in most cases leads to increasing of the companies' profit; etc.

Disadvantages:

- Some companies are presenting very good examples of their CSR activities and show a responsible attitude towards the society. However, in pursuing corporate interests, these companies are very often acting very irresponsibly and are causing big damages to the environment and people. For example, British Petroleum is one of the most active proponents of CSR but it created a huge damage in the Gulf of Mexico, although the employees have warned the top management about a possible oil spill;

- Принцип #9: поощрять развитие и распространение экологически приемлемых технологий;
- Принцип #10: Бизнес должен противостоять всем формам коррупции, включая вымогательство и взяточничество.". (UN Global Compact, 2010).

Итак, можно сделать следующее обобщение основных преимуществ и недостатков корпоративной социальной ответственности:

Преимущества:

- Компании с большим уважением относятся к своим работникам, окружающей среде и обществу в целом;
- КСО сближает компании и общество через осуществление различных проектов и сочетается с призывом „думай глобально, действуй локально“;
- КСО деятельность компаний представлена в их кодексах поведения и кодексах этики, которые, в свою очередь, представлены в вебсайтах, что ведет к большей прозрачности их деятельности;
- Деятельность компаний, связанная с КСО, позволяет улучшить бренд, получить больше клиентов, что, в свою очередь, в большинстве случаев ведет к увеличению дохода и т.д.

Недостатки:

- Некоторые компании приводят множество ярких примеров своей деятельности, связанные с КСО и создают видимость уважительного отношения к обществу. Однако в целях достижения своих корпоративных интересов, они действуют очень безответственно и наносят большой вред окружающей среде и людям. Таким примером может служить British Petroleum, которая является одним из самых ярких сторонников КСО, однако Мексиканскому заливу был нанесен огромный ущерб в связи с ее деятельностью, хотя работники компании предупреждали руководство о возможной утечке нефти;

- Some big corporations are conducting CSR activities on a community (minor) level but are damaging the planet on a large scale.

III. Conclusions

Corporate social responsibility is definitely one of today's most debatable concepts adopted by a lot of corporations and businesses.

Although it is a voluntary activity and is presented in corporations' Codes of Conduct or Codes of Ethics, which do not have any legal value, still it is one of the most important leverages to make companies have more responsible attitude towards their employees, sustainability, environment and to voluntarily improve society in general; to avoid as much as possible hypocritical behavior of the companies by putting perfect ideas in their websites and acting very irresponsibly in practice.

Also, corporations should be more active in building partnership with the governments of the countries in which they are operating; they should pay taxes and follow the laws and regulations of a given country.

CSR activities are very important means by which a company thinking in a long-term strategic way will be distinguished from that of the competitors.

In spite of the fact that CSR is a time and money consuming activity, companies should be concerned about their employees and the society if they are really concerned about their profit and their future existence in such a highly competitive globalised world.

If they do not think about today they will not have tomorrow.

- Некоторые компании занимаются КСО деятельностью на уровне общин (на микро уровне), однако наносят непоправимой ущерб нашей планете на глобальном (макро) уровне.

III. Заключение

Очевидно, что корпоративная социальная ответственность – одна из самых спорных концепций, принятых многими корпорациями и бизнесменами.

Хотя это - добровольная деятельность и представлена в кодексе поведения и в кодексе этики, не имеющих юридического значения, однако она является одним из важнейших инструментов, заставляющих компании с большим уважением относиться к своим работникам, устойчивому развитию, окружающей среде и на добровольных началах улучшить общество; по возможности избегать лицемерного поведения компаний, когда их реальная деятельность и информация, представленная в них вебсайтах не совпадают.

Корпорации должны более активно сотрудничать с правительствами стран, в которых действуют и обязаны платить налоги и уважать законы данной страны.

КСО является очень важным средством, благодаря которому компания, имеющая долгосрочную стратегию, сможет выгодно отличаться от своих конкурентов.

Несмотря на то, что КСО – деятельность, требующая вложений и времени, однако компании обязаны заботиться о своих работниках и обществе в целом, если они действительно заботятся о своих доходах и своем будущем существовании в таком глобализированном и конкурентном мире.

Если они не позаботятся о сегодняшнем дне, у них не будет завтра.

Reference/ Список литературы:

- [1]. **European Commission** (2007), Corporate Social Responsibility – National public policies in the European Union, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 94 p.

- [2]. **European Commission** (2009), Corporate Social Responsibility (CSR), MEMO/09/109, Brussels, 16 March 2009
- [3]. **Fonteneau, G.** (2003), Corporate Social Responsibility: Envisioning its Social Implications, TJSQA/TLWNSI Essay, 2003, October, pp. 1-11
- [4]. **Friedman, M.** (1970), The Social Responsibility of Business Is to Increase its Profits, New York Times, September 13, 1970, pp. 122-126
- [5]. **Jenkins, R.** (2005), Globalization, Corporate Social Responsibility and Poverty, International Affairs, 81(3) : 525-540
- [6]. **McComb, M.** (2002), Profit to be Found in Companies that Care, South China Morning Post, April 14, 2002, p. 5
- [7]. **MTS** (2010), Corporate social responsibility, Retrieved from [<http://www.mtsgsm.com/about/csr>] in April 2011.
- [8]. **OECD** (2001), Corporate Responsibility: Private Initiatives and Public Goals, Paris.
- [9]. **Palazzi, M., Starcher, G.** (1997). Corporate social responsibility and corporate success. Via Europa, 1-13.
- [10]. **Palazzi, M., Starcher, G.** (2006), Corporate social responsibility and business success, European Bahai Business Forum, France
- [11]. **Peinado-Vara, E.** (2006), Corporate Social Responsibility in Latin America, The Journal of Corporate Citizenship, 21, 61-69
- [12]. **Spassova, Pl., Y. Georgiev, K. Marinov, M. Panayotova** (2007), Reporting on Corporate Social Responsibility (CSR) by the Forty Largest Listed Companies In Bulgaria, Sofia: Economic Policy Institute
- [13]. **UN Global Compact** (2007), Corporate Social Responsibility within the Bulgarian Context: Baseline survey of the United Nations' Global Compact and the Bulgarian Charities Aid Foundation September - October 2006, Retrieved from [http://www.unglobalcompact.org/docs/networks_around_world_doc/Annual_Reports_2007/Bulgaria_Annual_Activity_Report_2007.pdf] in March 2011.
- [14]. **UN Global Compact** (2010), The Ten Principles, Retrieved from [<http://www.unglobalcompact.org/aboutthegc/thetenprinciples/index.html>] in April 2011.
- [15]. **Vodafone Malta** (2010), A Review of Corporate Responsibility, Retrieved from [<https://www.vodafone.com.mt/magazine/corporate-resposability.html>] in April 2011.