Business Environment and Legal Framework

Concept of business ethics and CSR Theories and importance of corporate social responsibility of business ethics.

Dr. Santosh Kumar Lal



Concept of Business Ethics

Meaning: Business ethics refers to the moral principles, values, and standards that guide the behaviour and decisions of a business organisation. It helps businesses distinguish between right and wrong practices and encourages honesty, fairness, integrity, and responsibility in business activities.

Main principles of business ethics:

- 1. Honesty: Providing truthful information and avoiding deception.
- 2. Integrity: Following moral values in every business activity.
- 3. Fairness: Treating employees, customers, suppliers, and investors fairly.
- 4. Transparency: Disclosing accurate and relevant information.
- 5. Accountability: Accepting responsibility for business decisions.
- 6. Respect: Protecting the dignity and rights of employees and customers.
- 7. Social responsibility: Considering the effects of business activities on society and the environment.

Example: A company that provides correct product information, pays employees fairly, and avoids misleading advertisements follows business ethics.

व्यावसायिक नैतिकता की अवधारणा

अर्थ: व्यावसायिक नैतिकता से तात्पर्य उन नैतिक सिद्धांतों, मूल्यों एवं मानकों से है, जो किसी व्यावसायिक संगठन के व्यवहार और निर्णयों का मार्गदर्शन करते हैं। यह व्यवसाय को सही एवं गलत कार्यों में अंतर करने में सहायता करती है तथा ईमानदारी, निष्पक्षता, सत्यनिष्ठा और उत्तरदायित्व को प्रोत्साहित करती है।

व्यावसायिक नैतिकता के प्रमुख सिद्धांत:

- 1. ईमानदारी: सही जानकारी देना तथा धोखाधड़ी से बचना।
- 2. सत्यनिष्ठा: व्यावसायिक गतिविधियों में नैतिक मूल्यों का पालन करना।
- 3. निष्पक्षता: कर्मचारियों, ग्राहकों, आपूर्तिकर्ताओं एवं निवेशकों के साथ उचित व्यवहार करना।
- 4. पारदर्शिता: सही एवं प्रासंगिक जानकारी उपलब्ध कराना।
- 5. जवाबदेही: व्यावसायिक निर्णयों की जिम्मेदारी स्वीकार करना।
- 6. सम्मान: कर्मचारियों एवं ग्राहकों के अधिकारों तथा गरिमा की रक्षा करना।
- 7. सामाजिक उत्तरदायित्व: समाज एवं पर्यावरण पर व्यावसायिक गतिविधियों के प्रभावों को ध्यान में रखना।

उदाहरण: जो कंपनी उत्पाद की सही जानकारी देती है, कर्मचारियों को उचित वेतन देती है तथा भ्रामक विज्ञापनों से बचती है, वह व्यावसायिक नैतिकता का पालन करती है।

Concept of Corporate Social Responsibility (CSR)
(कॉरपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व की अवधारणा)



Meaning: Corporate Social Responsibility (CSR) refers to the responsibility of businesses to contribute to social welfare and environmental sustainability while conducting their economic activities. It encourages companies to consider the interests of society, employees, customers, communities, and the environment, rather than focusing only on profit.

CSR activities may include educational support, healthcare services, environmental protection, skill development, rural development, and poverty reduction.

Example: A company funding school education, planting trees, providing medical camps, or supporting vocational training is undertaking CSR activities.

अर्थ: कॉरपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (CSR) से तात्पर्य व्यवसायों के उस दायित्व से है, जिसके अंतर्गत वे आर्थिक गतिविधियाँ संचालित करते समय समाज के कल्याण एवं पर्यावरण संरक्षण में योगदान देते हैं। यह कंपनियों को केवल लाभ कमाने के बजाय समाज, कर्मचारियों, ग्राहकों, समुदाय तथा पर्यावरण के हितों पर भी ध्यान देने के लिए प्रेरित करता है।

CSR की गतिविधियों में शिक्षा, स्वास्थ्य सेवाएँ, पर्यावरण संरक्षण, कौशल विकास, ग्रामीण विकास तथा गरीबी उन्मूलन शामिल हो सकते हैं।

उदाहरण: किसी कंपनी द्वारा विद्यालयों को आर्थिक सहायता देना, वृक्षारोपण करना, चिकित्सा शिविर लगाना या व्यावसायिक प्रशिक्षण देना CSR गतिविधियाँ हैं।

Theories of Corporate Social Responsibility (CSR के सिद्धांत)

1. Shareholder Theory (शेयरधारक सिद्धांत)

- This theory, associated with Milton Friedman, argues that the primary responsibility of business management is to conduct business in accordance with the law and accepted ethical customs while pursuing shareholder interests and profitability.
- यह सिद्धांत मिल्टन फ्रीडमैन से संबंधित है। इसके अनुसार व्यवसाय प्रबंधन का प्रमुख दायित्व कानून एवं स्वीकृत नैतिक मानदंडों का पालन करते हुए शेयरधारकों के हितों तथा लाभप्रदता को बढ़ावा देना है।

2. Stakeholder Theory (हितधारक सिद्धांत)

- Associated with R. Edward Freeman, this theory states that businesses should consider the interests of all stakeholders, including employees, customers, suppliers, shareholders, local communities, and the environment.
- आर. एडवर्ड फ्रीमैन से संबंधित इस सिद्धांत के अनुसार व्यवसाय को केवल शेयरधारकों ही नहीं, बल्कि कर्मचारियों, ग्राहकों, आपूर्तिकर्ताओं, स्थानीय समुदायों तथा पर्यावरण सहित सभी हितधारकों के हितों का ध्यान रखना चाहिए।

3. Carroll's CSR Pyramid (कैरोल का CSR पिरामिड)



Archie B. Carroll explained CSR through four levels of responsibility:

- 1. Economic responsibility: To produce goods and services and earn profits.
- 2. Legal responsibility: To obey laws and regulations.
- 3. Ethical responsibility: To act fairly and avoid harmful practices, even where the law does not expressly prohibit them.
- 4. Philanthropic responsibility: To voluntarily contribute to community welfare through donations and social initiatives.

आर्ची बी. कैरोल ने CSR को चार प्रकार के उत्तरदायित्वों के माध्यम से समझाया है:

- 1. आर्थिक उत्तरदायित्व: वस्तुओं एवं सेवाओं का उत्पादन करना तथा लाभ अर्जित करना।
- 2. कानूनी उत्तरदायित्व: कानूनों एवं नियमों का पालन करना।
- 3. नैतिक उत्तरदायित्व: निष्पक्ष व्यवहार करना तथा हानिकारक गतिविधियों से बचना, भले ही कानून में उनका स्पष्ट निषेध न हो।
- 4. परोपकारी उत्तरदायित्व: दान एवं सामाजिक कार्यक्रमों के माध्यम से स्वेच्छा से समाज के कल्याण में योगदान देना।

4. Triple Bottom Line Theory (ट्रिपल बॉटम लाइन सिद्धांत)

Developed and popularised by John Elkington, this approach evaluates business performance through three dimensions known as the 3Ps:

- - People: Social welfare and employee well-being.
- - Planet: Environmental protection and sustainability.
- - Profit: Economic performance and financial viability.

जॉन एल्किंगटन द्वारा विकसित एवं लोकप्रिय बनाया गया यह दृष्टिकोण व्यवसाय के प्रदर्शन का मूल्यांकन तीन आधारों पर करता है, जिन्हें 3Ps कहा जाता है:

- - People (लोग): सामाजिक कल्याण एवं कर्मचारियों का हित।
- - Planet (पृथ्वी): पर्यावरण संरक्षण एवं सतत विकास।
- - Profit (लाभ): आर्थिक प्रदर्शन एवं वित्तीय स्थिरता।

5. Social Contract Theory (सामाजिक अनुबंध सिद्धांत)

- This theory suggests that businesses operate with the acceptance and support of society. Therefore, they have a moral obligation to respect social values, protect public interests, and contribute to social welfare.

- इस सिद्धांत के अनुसार व्यवसाय समाज की स्वीकृति एवं सहयोग से संचालित होते हैं। इसलिए उनका नैतिक दायित्व है कि वे सामाजिक मूल्यों का सम्मान करें, जनहित की रक्षा करें तथा समाज के कल्याण में योगदान दें।

Importance of Corporate Social Responsibility (CSR का महत्त्व)

CSR is important because it connects business success with social welfare and environmental protection.

- 1. Improves corporate image: Responsible activities build a positive reputation.
- 2. Builds customer trust: Customers are more likely to trust businesses that act responsibly.
- 3. Enhances employee satisfaction: Ethical and socially responsible workplaces can improve morale and retention.
- 4. Protects the environment: CSR can support waste reduction, conservation, and sustainable resource use.
- 5. Promotes community development: It supports education, healthcare, employment, and skill development.
- 6. Attracts investors: Strong ethical and social practices may improve investor confidence.
- 7. Reduces business risks: Responsible practices can help prevent misconduct, disputes, and reputational damage.
- 8. Supports sustainable development: CSR encourages businesses to balance economic growth with social and environmental needs.

CSR का महत्त्व इसलिए है क्योंकि यह व्यावसायिक सफलता को सामाजिक कल्याण एवं पर्यावरण संरक्षण से जोड़ता है।

- 1. कॉरपोरेट छवि में सुधार: जिम्मेदार गतिविधियों से कंपनी की प्रतिष्ठा बढ़ती है।
- 2. ग्राहकों का विश्वास: सामाजिक रूप से जिम्मेदार कंपनियों पर ग्राहकों का विश्वास बढ़ सकता है।
- 3. कर्मचारी संतुष्टि: नैतिक एवं जिम्मेदार कार्यस्थल कर्मचारियों के मनोबल और संगठन में बने रहने की प्रवृत्ति को बढ़ा सकते हैं।
- 4. पर्यावरण संरक्षण: CSR अपशिष्ट कम करने, प्राकृतिक संसाधनों के संरक्षण तथा सतत उपयोग को प्रोत्साहित करता है।
- 5. सामुदायिक विकास: शिक्षा, स्वास्थ्य, रोजगार एवं कौशल विकास को बढ़ावा मिलता है।
- 6. निवेशकों को आकर्षित करना: मजबूत नैतिक एवं सामाजिक व्यवहार से निवेशकों का विश्वास बढ़ सकता है।
- 7. व्यावसायिक जोखिमों में कमी: जिम्मेदार व्यवहार से अनियमितताओं, विवादों तथा प्रतिष्ठा को होने वाली क्षति का जोखिम कम हो सकता है।
- 8. सतत विकास को बढ़ावा: CSR आर्थिक विकास, सामाजिक आवश्यकताओं तथा पर्यावरणीय संरक्षण के बीच संतुलन स्थापित करने में मदद करता है।

Relationship Between Business Ethics and CSR (व्यावसायिक नैतिकता एवं CSR के बीच संबंध)

Basis / आधार	Business Ethics / व्यावसायिक नैतिकता	CSR / सामाजिक उत्तरदायित्व
Meaning / अर्थ	Moral principles guiding business conduct. व्यवसाय के नैतिक आचरण के सिद्धांत।	Responsibility towards society and the environment. समाज एवं पर्यावरण के प्रति उत्तरदायित्व।
Focus / केंद्र	Right and wrong business decisions. सही एवं गलत व्यावसायिक निर्णय।	Social welfare and sustainability. सामाजिक कल्याण एवं सतत विकास।
Scope / क्षेत्र	Guides everyday conduct and decisions. दैनिक व्यवहार एवं निर्णयों का मार्गदर्शन।	Includes social, environmental and community initiatives. सामाजिक, पर्यावरणीय एवं सामुदायिक गतिविधियाँ।
Example / उदाहरण	Honest advertising and fair wages. ईमानदार विज्ञापन एवं उचित वेतन।	Funding education and healthcare. शिक्षा एवं स्वास्थ्य के लिए सहायता।

Business ethics provides the moral foundation for responsible business behaviour, while CSR translates social and ethical concerns into policies and activities that benefit society.

व्यावसायिक नैतिकता जिम्मेदार व्यावसायिक व्यवहार का नैतिक आधार प्रदान करती है, जबकि CSR सामाजिक एवं नैतिक सरोकारों को ऐसी नीतियों और गतिविधियों में बदलता है, जिनसे समाज को लाभ मिलता है।

CSR under the Indian Legal Framework

In India, CSR is governed primarily by Section 135 of the Companies Act, 2013, along with the applicable CSR Rules and Schedule VII.

Key provisions include:

- - Certain companies meeting prescribed financial thresholds must comply with CSR requirements.
- - The thresholds include net worth of ₹500 crore or more, turnover of ₹1,000 crore or more, or net profit of ₹5 crore or more during the immediately preceding financial year.
- - Covered companies are generally required to spend at least 2% of the average net profits of the three immediately preceding financial years on qualifying CSR activities, subject to the Act and applicable rules.
- - Eligible CSR activities may include education, healthcare, poverty alleviation, environmental sustainability, and rural development.
- - Companies must fulfil applicable governance, reporting, and unspent CSR amount requirements.

भारत में CSR का कानूनी ढाँचा

भारत में CSR का नियमन मुख्य रूप से कंपनी अधिनियम, 2013 की धारा 135, संबंधित CSR नियमों तथा अनुसूची VII के अंतर्गत किया जाता है।

प्रमुख प्रावधान:

- - निर्धारित वित्तीय सीमाओं को पूरा करने वाली कुछ कंपनियों के लिए CSR संबंधी प्रावधानों का पालन करना आवश्यक है।
- - इन सीमाओं में ₹500 करोड़ या अधिक की शुद्ध संपत्ति, ₹1,000 करोड़ या अधिक का कारोबार, अथवा ठीक पिछले वित्तीय वर्ष में ₹5 करोड़ या अधिक का शुद्ध लाभ शामिल है।
- - संबंधित कंपनियों को सामान्यतः पिछले तीन तत्कालीन वित्तीय वर्षों के औसत शुद्ध लाभ का कम-से-कम 2% पात्र CSR गतिविधियों पर खर्च करना होता है, जो अधिनियम एवं लागू नियमों के अधीन है।
- - पात्र CSR गतिविधियों में शिक्षा, स्वास्थ्य सेवाएँ, गरीबी उन्मूलन, पर्यावरणीय स्थिरता तथा ग्रामीण विकास शामिल हो सकते हैं।
- - कंपनियों को लागू शासन, रिपोर्टिंग तथा खर्च न की गई CSR राशि से संबंधित प्रावधानों का पालन करना होता है।

Conclusion (निष्कर्ष)

Business ethics and corporate social responsibility are essential components of a responsible business environment. Business ethics guides organisations to act honestly and fairly, while CSR encourages them to contribute to social welfare and environmental sustainability. Together, they promote public trust, responsible management, and long-term business success.

व्यावसायिक नैतिकता एवं कॉरपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व एक जिम्मेदार व्यावसायिक पर्यावरण के आवश्यक अंग हैं। व्यावसायिक नैतिकता संगठनों को ईमानदारी एवं निष्पक्षता से कार्य करने की प्रेरणा देती है, जबकि CSR समाज के कल्याण एवं पर्यावरण संरक्षण में योगदान देने के लिए प्रोत्साहित करता है। दोनों मिलकर जनविश्वास, जिम्मेदार प्रबंधन तथा व्यवसाय की दीर्घकालीन सफलता को बढ़ावा देते हैं।