

**Грицьков Є.В.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри підприємництва та бізнес адміністрування,  
Харківський національний університет міського господарства  
імені О.М. Бекетова

**Grytskov Evgen**

O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

## РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Доведено, що в сучасних неоднозначних економічних умовах спостерігається уповільнення розвитку будівельних підприємств, знижується значення основних показників їхньої діяльності, скорочується виробничо-господарський потенціал. У таких умовах виникає необхідність застосування сучасних інструментів, які дають змогу змінити траєкторію їхнього розвитку, забезпечити зростання основних показників діяльності будівельних підприємств. Встановлена необхідність розроблення стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств. Метою дослідження є розроблення стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств. Для досягнення поставленої мети вирішуються такі завдання, як: систематизація теоретичних підходів до визначення стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств, визначення етапів створення і реалізації стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств.*

**Ключові слова:** будівельні підприємства, формування та використання корпоративної соціальної відповідальності, стратегія, розвиток.

**Постановка проблеми.** У сучасних неоднозначних економічних умовах спостерігається уповільнення розвитку будівельних підприємств, знижується значення основних показників їхньої діяльності, скорочується виробничо-господарський потенціал. У таких умовах виникає необхідність застосування сучасних інструментів, які дають змогу змінити траєкторію їхнього розвитку, забезпечити зростання основних показників діяльності будівельних підприємств. У цьому контексті слід вказати на формування та використання корпоративної соціальної відповідальності як системного інструменту, що дає змогу інтегрувати соціальні, корпоративні й економічні аспекти для формування напрямів розвитку будівельних підприємств на основі відповідної стратегії. Отже, тема дослідження є актуальною, а її розроблення має своєчасний характер.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми формування та реалізації стратегії управління підприємствами вирішуються у наукових розробках учених: В. Аніна [1], І. Ансоффа [2], А. Зуб [3], Б. Карлоффа [4], Д. Куїнн [5], Г. Мінцберга [5], А. Томпсона і Дж. Стрікланда [6], А. Чандлера [7], З. Шершньової і С. Оборської [8].

Поряд із високим рівнем сформованих теоретико-методичних положень та підходів залишаються неви-

рішеними питання щодо розроблення та реалізації стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств.

**Формулювання цілей статті.** Метою дослідження є розроблення напрямів створення й реалізації стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств.

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі завдання:

– систематизувати теоретичні підходи до визначення стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств;

– визначити етапи створення і реалізації стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** У наявних наукових роботах сформовані різноаспектні теоретичні підходи до визначення стратегії. Зокрема, А. Чандлер обґрунтовує стратегію з позиції формування та реалізації цілей підприємств [7]. Подібний погляд наведений у роботах Б. Карлоффа та Д. Куїнн, які характеризують стратегію як довгостроковий план або модель, дія яких спрямована на досягнення цілей компанії [4; 5].

Функціональний підхід розвинений у наукових пра-

цях І. Ансоффа, який розглядає стратегію через призму набору правил прийняття рішення щодо управління підприємствами:

- забезпечення взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем;
- напрями та особливості взаємодії підприємства із внутрішнім середовищем;
- напрями та особливості діяльності підприємства;
- інструментарій оцінки діяльності підприємств у поточному та майбутньому періодах [2]. Представником функціонального підходу по праву можна вважати Г. Мінцберга, який характеризує стратегію на основі запланованих дій або плану, приділяючи особливу увагу напрямам і особливостям її реалізації [5]. Ш. Остер визначає стратегію як зобов'язання діяти певним чином [9]. Функціональний підхід розвинений у наукових роботах А. Мак Х'юга, Г. Стейнера та Дж. Майера, які фокусують увагу на інструментах розроблення та реалізації стратегії [10; 11]. А. Томпсон і Дж. Стрікланд розглядають стратегію через призму конкурентноздатних дій і підходів до бізнесу, що дають змогу успішно управляти компанією [6].

М. Мартиненко та І. Ігнат'єва визначають стратегію «як набір специфічних правил та орієнтирів, дотримання яких дає змогу керівництву організації провести об'єднання всіх напрямів управлінської діяльності (процес синергізму) та підпорядкувати їх процесу досягнення спільних цілей. За своїм призначенням ці правила визначають: ставлення організації до зовнішнього середовища, об'єднання функціональних сфер ключових результатів та їхньої взаємодії у процесі досягнення цілей, переходу від зовнішніх стратегій до внутрішніх стратегій» [12]. Подібна думка наведена у роботі С. Мочерного, який обґрунтовує стратегію як «довгостроковий курс економічної політики, який передбачає вирішення великомасштабних економічних і соціальних завдань» [13].

А. Зуб розглядає стратегію через призму узагальненої моделі дій, необхідних для досягнення поставлених цілей на основі формування та використання ресурсів [3]. На функціональних характеристиках щодо визначення стратегії наголошують Л. Зайцев та М. Соколова, які формують наведену концепцію шляхом обґрунтування напрямів і дій для прийняття рішень щодо забезпечення конкурентних переваг [14]. Функціональні ознаки стратегії виділяють А. Буравлев, Г. Гірчиця, В. Саламатов, І. Степанівська. Русійною силою її реалізації є сукупність необхідних дій, що дають змогу досягти поставлених цілей [15].

З. Шершньова і С. Оборська характеризують стратегію як довгостроковий план, що дає змогу досягнути та реалізувати цілі підприємства на основі здійснення відповідних дій:

- визначення напрямів досягнення цілей;
- забезпечення взаємодії із зовнішнім середовищем;
- характеристика внутрішнього середовища підприємства;
- розроблення стратегічних планів та змін у стратегічних планах;

– визначення змін та уточнення у процесі діяльності підприємства [8].

Л. Страшинська визначає стратегію як «ділову концепцію організації на певну стратегічну перспективу, що представлена у вигляді довгострокової програми дій, які спроможні реалізувати цю концепцію та забезпечити організації конкурентні переваги в досягненні цілей» [16].

На структурних складниках стратегії зосереджує увагу П. Друкер, який визначає стратегію на основі таких складників:

- допущення про середовище компанії, її цілі, місію, що відповідає поточному (реальному) стану;
- допущення щодо забезпечення збалансованості та взаємодії цілей, місії середовища компанії;
- напрями та особливості бізнесу компанії повинні знати її співробітники;
- бізнес повинен піддаватися тестуванню [17].

На системних характеристиках стратегії фокусує увагу Я. Жаліло. Це системи дій, що спрямовані на формування та реалізацію цілей, завдань та пріоритетів економічного відтворення з урахуванням впливу внутрішніх і зовнішніх факторів у довгостроковому періоді [18].

У межах системного підходу заслуговує на увагу позиція В. Василенко та Т. Ткаченко, які виділяють під час розгляду стратегії її інтегральні характеристики, поєднуючи напрями та особливості використання ресурсів і відповідні дії, що надають можливості досягати цілей функціонування підприємств, враховуючи вплив внутрішнього і зовнішнього середовища [19].

Л. Мельник виділяє системні ознаки стратегії, характеризуючи її з позиції:

- важливих та довгострокових установок;
- сформованих планів;
- намірів і дій керівництва;
- напрямів та особливостей формування і використання ресурсів, здійснення виробництва, витрат і капіталовкладень;
- формування цін і здійснення соціального захисту [20].

Стратегія функціонування будівельних підприємств визначається напрямками і характеристиками, що притаманні загальним концепціям з урахуванням особливостей їхньої діяльності. Зокрема, О. Кононова, виділяючи функціональні ознаки і характеристики, фокусує увагу на процесі вибору стратегії через призму застосування матриці Томпсона та Стрікланда за квадрантами:

1. Виділяються концентрація, вертикальна інтеграція, центрова диверсифікація.
2. Перегляд стратегії концентрації, визначення горизонтальної, інтегральної або стратегії злиття.
3. Стратегія спрямована на скорочення витрат, диверсифікацію та ліквідацію.
4. Центрова диверсифікація, конгломерантивна диверсифікація, спільне підприємство у новій галузі [21].

Для визначення стратегії будівельного підприємства деякі автори виділяють комплекс етапів її формування та реалізації:

- обґрунтування цілей і завдань;
- проведення аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства;
- розроблення стратегії поведінки на ринку будівельної продукції;
- оцінка результатів роботи [22].

Системний підхід до визначення маркетингової стратегії будівельних підприємств реалізовано у роботі А. Васильченко, де виокремлені блоки її формування:

- цільовий блок: постановка та обґрунтування цілей, орієнтація на розвиток;
- зовнішньо-діагностичний блок: оцінка параметрів функціонування будівельного ринку (динаміка показників функціонування будівельного ринку, параметри та орієнтири розвитку ринку за окремими сегментами; детальний аналіз обсягів житлового будівництва в країні та регіонах), діагностика маркетингового середовища (кластерний аналіз операторів будівельного ринку);
- внутрішньо-діагностичний блок: аналіз внутрішнього маркетингового середовища (оцінка маркетингового потенціалу за окремими сегментами, вибір вектору розвитку будівельних компаній за результатами конкурентного аналізу, оцінка конкурентоспроможності будівельних підприємств, система управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання);
- блок реалізації маркетингових заходів: дослідження динаміки розвитку будівельних підприємств (формування ресурсного потенціалу організацій будівельного комплексу, динамічна модель оцінки ефективності маркетингової діяльності, програмна реалізація маркетингових заходів у збалансованій системі показників, контроль реалізації маркетингової стратегії розвитку) [23].

На особливостях функціонування будівельних підприємств під час визначення стратегії наголошують [24; 25].

Таким чином, у результаті дослідження запропоновано авторське визначення стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідаль-

ності будівельних підприємств, яка являє собою систему взаємопов'язаних дій, що реалізуються на основі застосування методів, моделей для досягнення цілей суб'єктів господарювання, орієнтованих на їхній розвиток шляхом зростання ефективності формування та використання корпоративної соціальної відповідальності.

Розроблення та реалізація стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств базується на результатах узагальнення теоретичних підходів до її визначення та включає сукупність взаємопов'язаних етапів:

1. Розроблення інформаційно-аналітичного забезпечення щодо формування та використання корпоративної соціальної відповідальності, враховуючи особливості функціонування будівельних підприємств.
2. Створення просторового забезпечення щодо формування та використання КСВ будівельних підприємств.
3. Застосування результатів економіко-математичного моделювання впливу інтегрального чинника формування та використання корпоративної соціальної відповідальності на інтегральний показник розвитку будівельних підприємств.
4. Застосування результатів прогнозування змін інтегрального показника розвитку будівельних підприємств залежно від зростання інтегрального чинника формування та використання корпоративної соціальної відповідальності.

5. Розроблення алгоритму реалізації стратегії формування та використання КСВ будівельних підприємств.

6. Розроблення науково обґрунтованих рекомендацій зростання ефективності формування та використання корпоративної соціальної відповідальності для забезпечення розвитку будівельних підприємств.

**Висновки.** У результаті дослідження обґрунтовані теоретичні положення та запропоновані етапи щодо розроблення та реалізації стратегії формування і використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств, яка створює основу для прийняття ефективних рішень, спрямованих на розвиток будівельних підприємств.

#### Список літератури:

1. Анін В.І. Оптимізація стратегій будівельної організації в ринкових умовах: монографія. К.: «Ратібор», 2004. 242 с.
2. Ансофф І. Стратегическое управление / пер. с англ. М.: Прогресс, 1989. 519 с.
3. Зуб А.Т. Стратегічний менеджмент: теорія і практика: навчальний посібник для вузів. М.: Аспект Пресс, 2002. 415 с.
4. Карлофф Б. Деловая стратегия / пер. с англ. М.: Экономика, 1991. 239 с.
5. Минцберг Г., Куинн Дж. Стратегический процесс /пер. с англ. под ред. Ю. Каптуревского. СПб.: Питер, 2001. 688 с.
6. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов / пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. 1998. С. 47–106.
7. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність. Київ: КНТЕУ, 2002. 301 с.
8. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління. К.: КНЕУ, 1999. С. 94–120.
9. Остер Ш. Целевое управление организацией. М.: Советское Радио. 1979. С. 74.
10. Мак Х'юг А. Деловая стратегия. М.: Экономика, 1991.
11. Стейнер Г., Майер Дж. Стратегическое управление: принципы и международная практика / пер. с англ. М.: Международные отношения. 1998. 352 с.
12. Мартиненко М.М., Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент. К.: «Каравелла». 2006. С. 125.
13. Економічний словник-довідник (За ред. Мочерного С.В.). К.: «Femina», 1995. С. 88.
14. Зайцев Л.Г., Соколова М.І. Стратегічний менеджмент: підручник. М.: Економіст, 2002. 416 с.

15. Буравлев А.І., Гірчиця Г.І., Саламатов В.Ю., Степанівська І.А. Стратегічне управління промисловими підприємствами і корпораціями: методологія та інструментальні засоби. М.: Видавництво Фізико-математичної літератури, 2008. 176 с.
16. Страшинська Л.В. Теоретико-методологічні підходи до визначення економічної стратегії як категорії економічної науки. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12002/1/Theoretical.pdf> (дата звернення: 30.06.2020).
17. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке / пер. с англ. М.: Изд. Дом «Вильямс», 2000. 272 с.
18. Жаліло Я. Економічна стратегія як категорія сучасної економічної науки / Економіка України. 2005. № 1. С. 19–27.
19. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління: навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2003. 396 с.
20. Мельник Л.Г. Економіка підприємства: Підручник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. 648 с.
21. Кононова О.Є. Процес вибору стратегії будівельних підприємств / Економіка. Управління. Інновації. 2013. Випуск 2(10). URL: <https://www.google.com.ua/url?sa=t&rc=t&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=> (дата звернення: 29.06.2020).
22. Щербата Т.С., Малик І.П. Особливості стратегічного управління підприємствами будівельної галузі. URL: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-11.pdf> (дата звернення: 30.06.2020).
23. Васильченко А.О. Моделювання структурних характеристик процесу формування маркетингової стратегії будівельного підприємства / Електронний журнал «Ефективна економіка». URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1020> (дата звернення: 29.06.2020).
24. Анін В.І. Оптимізація стратегій будівельної організації в ринкових умовах: монографія. К.: «Ратібор», 2004. 242 с.
25. Ваниева Э.А. Тенденции развития строительной отрасли Украины / Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. 2009. Выпуск 19. С. 39–45.

#### References:

1. Anin V.I. (2004) Optymizatsiia stratehii budivelnii orhanizatsii v rynkovykh umovakh [Optimization of construction organization strategies in market conditions]: monohrafiia. K.: «Ratibor». 242 p.
2. Ansoff I. (1989) Strategicheskoe upravlenie [Strategic management]. M.: Progress, 519 p.
3. Zub A.T. (2002) Stratehichnyy menedzhment: teoriia i praktyka [Strategic management: theory and practice]: navchalnyy posibnyk dlia vuziv. M.: Aspekt Press, 415 p.
4. Karloff B. (1991) Delovaya strategiia [Business strategy]. M.: Ekonomika, 239 p.
5. Minberg G., Kuinn Dzh. (2001) Strategicheskii proces [Strategic process]. SPb.: Piter, 688 p.
6. Tompson A.A., Striklend A. Dzh. (1998) Strategicheskii menedzhment. Iskustvo razrabotki i realizatsii strategii [Strategic management. The art of developing and implementing a strategy]: uchebnik dlya vuzov. M.: Banki i birzhi, YuNITI. P. 47–106.
7. Pastukhova V.V. (2002) Stratehichne upravlinnia pidpriemstvom: filosofii, polityka, efektyvnist [Strategic management of the enterprise: philosophy, policy, efficiency]. Kyiv: KNTEU, 301 p.
8. Shershnova Z. Ye., Oborska S. V. (1999) Stratehichne upravlinnia [strategic management]. K.: KNEU, p. 94–120.
9. Oster Sh. (1979) Celevoe upravlenie organizatsiei [Targeted organization management]. M.: Sovetskoe Radio, p. 74.
10. Mak H'yug A. (1991) Delovaya strategiia [Business strategy]. M.: Ekonomika.
11. Steiner G., Maier Dzh. (1998) Strategicheskoe upravlenie: principy i mezhdunarodnaya praktika [Strategic management: principles and international practice]. M.: Mezhdunarodnye otnosheniya, 352 p.
12. Martynenko M.M., Ilnatieva I.A. (2006) Stratehichnyy menedzhment [Strategic management]. K.: «Karavella», p. 125.
13. Mochernyi S.V. (1995) Ekonomichnyy slovnyk-dovidnyk [Economic dictionary-reference book]. K.: «Femina», p. 88.
14. Zaytsev L.H., Sokolova M.I. (2002) Stratehichnyy menedzhment [Strategic management]: pidruchnyk. M.: Ekonomist, 416 p.
15. Buravlev A.I., Hirchytisia H.I., Salamatov V.Yu., Stepanivska I.A. (2008) Stratehichne upravlinnia promyslovymy pidpriemstvamy i korporatsiiami: metodolohiia ta instrumentalni zasoby [Strategic management of industrial enterprises and corporations: methodology and tools]. M.: Vydavnytstvo Fyzyko-matematychnoi literatury, 176 p.
16. Strashynska L.V. Teoretyko-metodolohichni pidkhody do vyznachennia ekonomichnoi stratehii yak katehorii ekonomichnoi nauky [Theoretical and methodological approaches to defining economic strategy as a category of economic science]. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12002/1/Theoretical.pdf> (accessed 30.06.2020).
17. Druker P. (2000) Zadachi menedzhmenta v XXI veke [Management Tasks in the 21st Century]. M.: Izd. Dom «Vilyams», 272 p.
18. Zhalilo Ya. (2005) Ekonomichna stratehiia yak katehoriia suchasnoi ekonomichnoi nauky [Economic strategy as a category of modern economics]. Ekonomika Ukrainy, № 1, p. 19–27.
19. Vasylenko V.O., Tkachenko T.I. (2003) Stratehichne upravlinnia [strategic management]: navchalnyy posibnyk. K.: TsUL, 396 p.
20. Melnyk L.H. (2004) Ekonomika pidpriemstva [Business economics]: Pidruchnyk. Sumy: VTD «Universytetska knyha», 648 p.
21. Kononova O.Ye. (2013) Protsev vyboru stratehii budivelnnykh pidpriemstv [The process of choosing the strategy of construction companies]. Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. Vypusk 2(10). URL: <https://www.google.com.ua/url?sa=t&rc=t&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=> (accessed 29.06.2020).



22. Shcherbata T.S., Malyk I.P. Osoblyvosti stratehichnoho upravlinnia pidpriemstvamy budivelnoi haluzi [Features of strategic management of construction companies]. URL: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-11.pdf> (accessed 30.06.2020).
23. Vasylychenko A.O. Modeliuvannia strukturnykh kharakterystyk protsesu formuvannia marketynhovoї stratehii budivelnoho pidpriemstva [Modeling of structural characteristics of the process of formation of marketing strategy of a construction enterprise]. Elektronnyi zhurnal «Efektyvna ekonomika». URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1020> (accessed 29.06.2020).
24. Anin V.I. (2004) Optymizatsiia stratehii budivelnoi orhanizatsii v rynkovykh umovakh [Optimization of construction organization strategies in market conditions]: monohrafiia. K.: «Ratibor», 242 p.
25. Vanieva E.A. (2009) Tendencii razvitiya stroitelnoy otrasli Ukrainy [Development trends of the construction industry in Ukraine]. Uchenye zapiski Krymskogo inzhenerno-pedagogicheskogo universiteta. Vypusk 19. P. 39–45.

## РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ

*Доказано, что в современных неоднозначных экономических условиях наблюдается замедление развития строительных предприятий, снижается значение основных показателей их деятельности, сокращается производственно-хозяйственный потенциал. В таких условиях возникает необходимость применения современных инструментов, которые позволяют изменить траекторию их развития, обеспечить рост основных показателей деятельности строительных предприятий. Установлена необходимость разработки стратегии формирования и использования корпоративной социальной ответственности строительных предприятий. Целью исследования является разработка стратегии формирования и использования корпоративной социальной ответственности строительных предприятий. Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи: систематизация теоретических подходов к определению стратегии формирования и использования корпоративной социальной ответственности строительных предприятий; определение этапов создания и реализации стратегии формирования и использования корпоративной социальной ответственности строительных предприятий.*

**Ключевые слова:** строительные предприятия, формирование и использование корпоративной социальной ответственности, стратегия, развитие.

## DEVELOPMENT OF STRATEGY OF FORMATION AND USE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF CONSTRUCTION ENTERPRISES

*Proved that in today's ambiguous economic environment has slowed the development of construction enterprises, decreases the value of basic indicators of their activity, declining production and economic potential. In such circumstances, the need arises for the application of modern tools that allow you to change the trajectory of their development, to ensure the growth of the main indicators of activities of construction enterprises. The necessity of development of strategy of formation and use of corporate social responsibility of construction enterprises. The aim of the study is development of strategy of formation and use of corporate social responsibility of construction enterprises. To achieve this goal the following tasks: to systematize the theoretical approaches to the definition of the strategy of formation and use of corporate social responsibility of construction companies; to identify the stages of creation and implementation of the strategy of formation and use of corporate social responsibility of construction enterprises. The study substantiates theoretical principles and suggested stages of development and implementation of the strategy of formation and use of corporate social responsibility of construction enterprises, which provides the basis for making effective decisions aimed at the development of construction enterprises. Development and realization of strategy of formation and use of corporate social responsibility of construction companies is based on the results of generalization of theoretical approaches to its definition and includes a set of interrelated stages. Identified information and analytical support for the formation and use of corporate social responsibility, taking into account the peculiarities of construction enterprises. Asked to elaborate scientifically-based recommendations to improve the efficiency of formation and use of corporate social responsibility for the development of construction enterprises. The study substantiates theoretical principles and suggested stages of development and implementation of the strategy of formation and use of corporate social responsibility of construction enterprises, which provides the basis for making effective decisions aimed at the development of construction enterprises.*

**Key words:** construction companies, formation and use of corporate social responsibility, strategy, development.