

УДК 330.162:334.005.35

ФЕНОМЕН СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ПІДВИЩЕННІ СТІЙКОСТІ КОРПОРАЦІЙ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА МІЖНАРОДНОМУ РІВНЯХ

Євтушенко В. А.

Кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.

Шевченко Т. П.

Викладач кафедри маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.

Анотація. *Зміни, які відбулись не тільки в сучасній економіці, але й в світі в цілому, позначилися на подальшому розвитку суспільства. Постійно зростаюча роль транснаціональних корпорацій (ТНК) та їх внесок в розвиток суспільства вимагають більш детального розгляду особливостей їх функціонування.*

На протязі останніх десятирічь особливо гостро постало питання покладення певних обов'язків на ТНК, оскільки велика влада та можливість впливу на суспільні процеси вимагають і високого рівня відповідальності. Все більше уваги з боку влади та суспільства, а також міжнародних організацій привертається до соціальної складової діяльності корпорацій та їхньої корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

Предметом дослідження є феномен КСВ у міжнародному бізнесі, сучасні технології та інституційні форми КСВ.

Мета – аналіз світового феномену КСВ, визначення його особливостей на вітчизняних та закордонних підприємствах, узагальнення технологій та інституційних форм корпоративної соціальної відповідальності на сучасних українських підприємствах, надання методичних рекомендацій щодо їх удосконалення.

Методологічною базою для підготовки статті стали праці відомих західних, російських і українських економістів з предмету дослідження, результати власних розробок, аналіз основних міжнародних й українських технологій КСВ, економічні засади становлення практики соціальної відповідальності компаній в Україні, а також основні міжнародні стандарти в галузі КСВ. Для досягнення поставленої мети використані методи: діалектичний, історичний, логічний, системний.

У результаті дослідження визначені технології та інституційні форми КСВ, які використовують провідні компанії (на прикладі ДТЕК). Доведено, що вони орієнтовані на підвищення конкурентоспроможності в інтересах компанії та суспільства, надані практичні рекомендації українським підприємствам для подальшої реалізації КСВ як можливості виходу на закордонні ринки. Сферою застосування результатів дослідження є: сучасна економічна теорія та міжнародна практика корпоративної соціальної відповідальності.

Ключові слова: *інституційні форми, компанія, корпоративна соціальна відповідальність, транснаціональна корпорація, монополістичний капіталізм, стейкхолдери, технології.*

Постановка проблеми. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) є одним з першочергових завдань вітчизняних підприємств як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках. Запровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах, що прагнуть досягти успіху на міжнародних ринках, стає неодмінною умовою їхнього функціонування. Адже глобалізація сучасних бізнес-процесів вимагає від підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності приділяти більше уваги питанням соціальної підтримки працівників, місцевих громад, навколишнього середовища тощо. Прискорити та полегшити процес впровадження технологій та розвитку інституційних форм КСВ в Україні дозволить використання досвіду провідних закордонних підприємств на вітчизняному просторі.

Метою статті є аналіз світового феномену КСВ, визначення його особливостей на вітчизняних та закордонних підприємствах, узагальнення технологій та інституційних форм корпоративної соціальної відповідальності на сучасних українських підприємствах, надання методичних рекомендацій щодо їх удосконалення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед вітчизняних авторів, які досліджують проблеми корпоративної соціальної відповідальності, зокрема на міжнародних ринках, можна виділити Саприкіну М. О., Бахтіна М. М., Бердяєва Н. А., Герцена А. І., Ільїна І. О., Розанова В. В., Соловйова У. С., Сорокіна П. А. та ін. Зарубіжна економічна наука у розгляді соціальної відповідальності бізнесу представлена дослідженнями Аллена Д., Баклі С., Маттіа Д., Боуена Г., Девіса К., Друкера П., Карнегі Е., Керолла А., Крейна А., Оуена Р., Портера М. та багатьох інших. Разом з тим, велика кількість невирішених соціальних проблем сучасного суспільства свідчать про недостатнє дослідження категоріального апарату, технологій та інституційних форм КСВ, що є необхідною умовою для успішного їх впровадження на вітчизняних підприємствах-суб'єктах міжнародного ринку.

Основні результати дослідження. Все більшу роль в житті сучасного суспільства відіграють ТНК. Економічна практика ТНК має певні позитивні та негативні фактори своєї діяльності, як для країни, що приймає, так і для країни базування. Серед позитивних сторін, можна відмітити той факт, що входження підприємств міжнародних компаній відноситься збільшення інвестиційних надходжень, покращення економічного клімату країни, збільшення відкритості економіки, прискорення науково-технічного прогресу, збільшення робочих місць, надходження до державного бюджету. Негативною стороною такої діяльності виступають такі наслідки, як виснаження ресурсної бази, збільшення монополізації ринку, лобіювання інтересів окремих підприємців, підвищення залежності національної економіки по відношенню до більш могутніх держав, використання країни як ресурсного додатка лише на певний період часу. В основі ТНК знаходиться міжнаціональний приватний капітал, але транснаціональний монополістичний капітал, що виріс із економічної системи державного монополістичного капіталізму, не знищує її, а модифікує, тобто пристосовує до своїх вимог.

Транснаціональні корпорації (ТНК) є головним суб'єктом світогосподарчих відносин і формою, яка включає в себе, як правило, всі види сучасного світового бізнесу [1].

Процес становлення інституту цивілізованого бізнесу неможливий без зміни природи не тільки його самого, але і взаємодіючих з ним інститутів держави і суспільства. Для того, щоб знизити можливі негативні наслідки, неминуче супроводжують будь-яку трансформацію, слід дані процеси зі стихійних перевести в керовані. Це дозволить сформувати новий баланс інтересів між державою, бізнесом і суспільством через освіту активного соціально-економічного простору [2].

Теорія і практика корпоративної соціальної відповідальності лежать у сфері взаємодії бізнесу і інших суб'єктів суспільства і спрямовані на визначення ролі бізнесу і його

місця в суспільстві. Категорія КСВ є міждисциплінарним поняттям і є предметом вивчення таких наук, як філософія, соціологія, економіка, менеджмент та ін.



Рис. 1. Трехкатегоріальна модель КСВ [3]

Трехкатегоріальна модель КСВ (рис. 1) підкреслює, що бізнес відповідальний не тільки за забезпечення прибутку і росту компанії, але також враховує здатність бути добропорядним членом суспільства, що діє згідно з законом, враховує проблеми екології та сприяє розвитку суспільства.

1. Економічна відповідальність передбачає основну функцію компанії – максимізацію прибутку, зростання компанії, забезпечення сталого положення на ринку. Компанія, яка функціонує ґрунтуючись виключно на економічній відповідальності може бути неетичним і діяти незаконно.

2. Правова відповідальність означає виконання і дотримання законів, в якості основних понять справедливості та етичності.

3. Етична відповідальність вимагає від представників бізнесу реалізації своєї діяльності у відповідності з суспільними очікуваннями і моральними принципами.

Одним з секторів бізнесу, який висуває серйозні вимоги до етики бізнесу та/або КСВ – прав людини, трудових прав, прав стейкхолдерів, захисту навколишнього середовища, суспільних відносин, прозорості, корупційності – це нафтова і газова промисловість [4]. Нафтові і газові ТНК є активними гравцями, які надають керівну роль у розвитку позитивних корпоративних практик і кодексів поведінки на робочому місці та взаємодію з різними сторонами суспільства. Відбиток їхньої діяльності можна побачити у країнах, що розвиваються: у залученні прямих іноземних інвестицій, технологій; у якості головного роботодавця і т. д. Часто їх внесок у розвиток країн здійснюється шляхом різних програм: освітніх, охорони здоров'я, сільськогосподарських, транспортних і т. д.

Корпорації, які беруть участь у КСВ можуть отримати деякі переваги в сфері зв'язків з громадськістю, демонструючи свою прихильність принципам корпоративної соціальної відповідальності, але деякі з них були звинувачені у порожніх обіцянках і спробах обійти механізми регулювання [5].

В сучасних умовах, необхідно відзначити зростаючу роль відповідальності не тільки у відношенні між індивідами, але і щодо бізнесу і суспільства, бізнесу і навколишнього середовища і т.д.

К. Девис першим обґрунтував положення про те, що проблема соціальної відповідальності повинна розглядатися і в управлінському, і в соціальному контекстах. Він підкреслював, що така відповідальність має відношення до тих «рішень і дій бізнесменів, які здійснюються в цілях, які принаймні частково виходять за межі прямого економічного або технічного інтересу фірм», причому пояснені як такі, що надають прекрасний шанс для отримання фірмою довгострокового економічного ефекту» [6].

Поняття корпоративної соціальної відповідальності вперше з'явилося у працях економістів на початку ХХ століття [7]. КСВ відійшла на другий план під час Великої Де-

пресії і Другої Світової Війни, але незабаром повернулася у ще більшому масштабі. Її відродження відображало зростаючу стурбованість міжнародних організацій з приводу надмірної влади корпорацій. З самого початку бізнес підкреслив добровільність здійснення корпоративної соціальної відповідальності (на відміну від своїх юридичних зобов'язань). Однак і тоді існувала теза про те, що бізнес повинен служити виключно інтересам акціонерів, а також традиційно вважається, що брати на себе додаткові обов'язки було б непродуктивним відволікання.

Стійка прихильність до корпоративної соціальної відповідальності в певних академічних і ділових колах, спонукала дослідників і практиків активізувати свої зусилля, щоб зміцнити аналітичні основи концепції. Всі інтелектуальні ресурси були спрямовані на демонстрацію того, що бізнес і суспільство можуть створити симбіоз, який характеризується високим ступенем взаємності.

Розвиток у цьому напрямку відбувалося на тлі фундаментальних зрушень у взаєминах влади, суспільства і бізнесу, а також здійснення політичного тиску на останній, як, наприклад, інтенсивні політичні протести, спрямовані на Dow Chemical, Nike і Shell [8].

У 2005 році, коли в розвинених країнах соціальна відповідальність бізнесу вже стала складовою розвитку громадянського суспільства, Україна вступає на шлях активного впровадження практик корпоративної соціальної відповідальності [9]. Початком розвитку руху корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в Україні традиційно вважають грудень 2005 року з дати проведення Форуму «Корпоративна соціальна відповідальність і Глобальний договір» за участю представників українського уряду, бізнес-спільноти, ООН, міжнародних і місцевих неурядових організацій, ЗМІ та ВНЗ [9]. Першими підписантами Глобального договору ООН в Україні стали 34 провідні українські, україно-російські та міжнародні компанії, асоціації та організації громадянського суспільства. У 2007 році до Глобального договору ООН (ГД ООН) в Україні приєднався ДТЕК, заявивши таким чином про свою прихильність до 10 соціально відповідальних принципів ГД ООН у сфері прав людини, трудових відносин, охорони навколишнього середовища і боротьби з корупцією. У 2009 році ДТЕК також очолював робочу групу з прав людини української мережі учасників ГД ООН [10].

ДТЕК [11] – найбільша приватна вертикально-інтегрована енергетична компанія України, яка є енергетичним підрозділом провідної фінансово-промислової групи України «Систем Кепітал Менеджмент» (СКМ) та здійснює зовнішньоекономічну діяльність. Силі енергія вугледобувних, енергогенеруючих та дистрибуційних підприємств, впровадження передових технологій, професійний менеджмент, зважена соціальна політика дозволяють ДТЕК зберігати лідерські позиції на паливно-енергетичному ринку України.

Топ-менеджмент ДТЕК добре усвідомлює, що компанія живе в економічному середовищі, в якому є органи виконавчої влади національного рівня, органи місцевого самоврядування, громадські організації, місцева громада, інші зацікавлені сторони. Тому ДТЕК послідовно реалізує стратегію і принципи взаємодії з суспільством. Компанія прагне, щоб міста, де працює компанія, стали комфортними для життя. Щоб досягти цієї мети, ДТЕК застосовує системний підхід до реалізації регіональних програм і повертає до активної участі всі зацікавлені сторони.

До 2010 року соціальні інвестиції ДТЕК мали стійку тенденцію до зростання (рис. 2). Незважаючи на скорочення інвестицій в 2011 році, компанія продовжує реалізовувати соціальні програми.

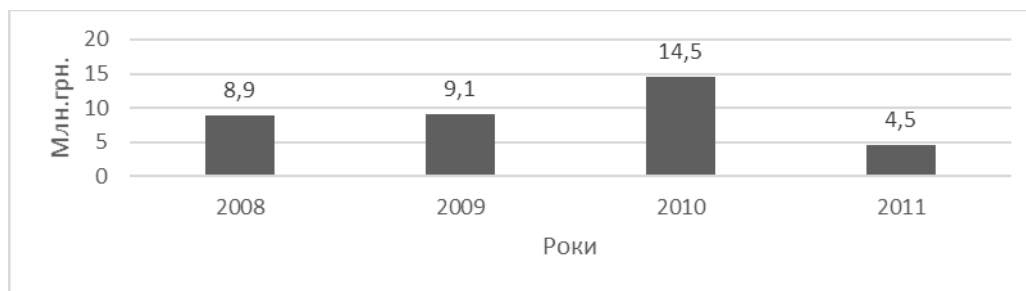


Рис. 2. Соціальні інвестиції ДТЕК, млн. грн. [11].

В якості наступного, більш складного етапу взаємодії з суспільством в 2012 році були розроблені Стратегії соціального партнерства з кожною територією на середньострокову перспективу – до 2015 року.

Наповнення стратегій відповідає п'яти пріоритетам ДТЕК (рис. 3). Одним з обов'язкових компонентів стратегій стали проекти і програми, спрямовані на зміну ставлення мешканців до свого міста і своєї ролі як громадян, а також на формування навичок економного використання енергії.

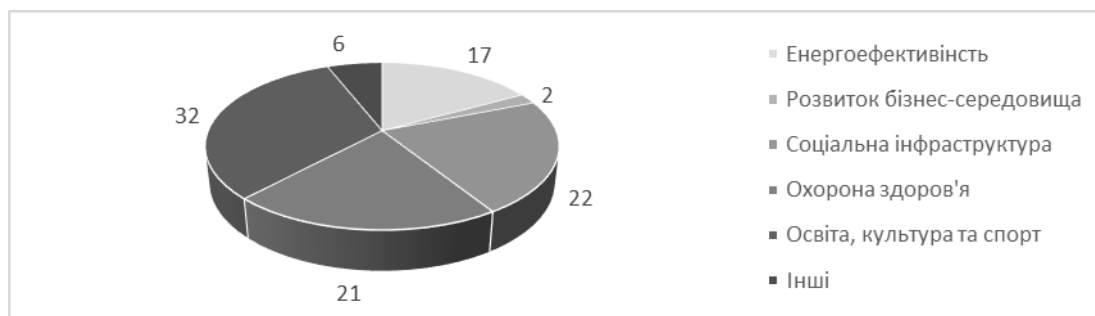


Рис. 3. Програми соціального партнерства ДТЕК в 2011-2012 рр., % [11].

Соціальна відповідальність в бізнесі надає основну перевагу для зовнішньоекономічної діяльності та посилення позицій у міжнародному співтоваристві. Сьогодні на ринках розвинутих країн успішно можуть працювати лише компанії, які формують соціальну (нефінансову) звітність хоча б за формою ГД ООН. Але більш складним нефінансовим звітом є Звіт зі сталого розвитку, який готується за вимогами системи Глобальної ініціативи зі звітності (Global Reporting initiative – GRI), тобто за стандартизованою системою звітування [12] щодо економічної, природоохоронної та соціальної діяльності, має чіткі індикатори, які компанія повинна вказати у своєму звіті за п'ятьма складовими: бачення та стратегія; профіль організації; управління; індекс GRI; показники діяльності. Понад 1000 компаній у 60 країнах світу зараз використовують GRI. В Україні лише 4 компанії готують свої нефінансові звіти за стандартом GRI, серед яких і ДТЕК.

Вагомим індикатором соціальної відповідальності компанії є її відкритість суспільству, прозорість для всіх груп стейкхолдерів. В українській практиці у 2011-2012 рр. Центром «Розвиток КСВ в Україні» запроваджений Індекс прозорості та підзвітності [9]. Він базується на методології компанії Beyond Business (Ізраїль): оцінюються веб-сайти компаній за 4 основними критеріями: звітність (наявність нефінансового звіту) – 40% від загального результату; зміст (рівень розкриття інформації за основними сферами КСВ) – 35%; навігація (зручність користування сайтом) – 10%; доступність (мова, контактна ін-

формація) – 15%. Тож об'єктом оцінки є веб-сайт компанії і перевірити достовірність результатів може будь-який користувач Інтернету. За результатами складання індексу прозорості національних компаній протягом 2011-2013 рр. ДТЕК стабільно посідає 1-2 місця в Україні з результатами 80% у 2011 та 2013 роках (1 місце) і 63% у 2012 році (2 місце) [11].

Відповідальне корпоративне управління у ДТЕК розглядається як одна з головних конкурентних переваг, що поліпшує її імідж на національному і міжнародному ринках. У 2013 році серед 111 компаній, що оперують на території України і є емітентами акцій або облігацій, які торгуються на українських і міжнародних фондових біржах, ДТЕК став лідером дослідження «Стандарти корпоративного управління – 2013» (Corporate Governance in Ukraine) компанії «Concorde Capital» серед емітентів єврооблігацій [11].

Висновки. Компанія ДТЕК, як лідер української промисловості, є однією з найбільш соціально-відповідальних компаній України, що підтверджує взаємозалежність ступеню розвинутої соціальної відповідальності від високих фінансово-економічних показників.

Соціально відповідальний підхід ДТЕК до ведення бізнесу ґрунтується на таких принципах та інституційних формах: бездоганне дотримання законодавства; якісне задоволення запитів споживачів продукції; забезпечення безпеки праці та інвестування у розвиток людського потенціалу; турбота про навколишнє середовище; ефективні інвестиції у розвиток виробництва; врахування очікувань і думок зацікавлених сторін; системний підхід до побудови добросовісних і взаємовигідних відносин зі стейкхолдерами на основі вимог етики; внесок у розвиток місцевих громад; відкритість і прозорість; соціальне партнерство у регіонах присутності підприємств ДТЕК; соціальна звітність.

Технології та інституційні форми КСВ, які використовує ДТЕК, орієнтовані на підвищення конкурентоспроможності компанії в інтересах її та суспільства, можна рекомендувати українським підприємствам для подальшої реалізації та можливостей виходу на закордонні ринки.

Напрямами подальших досліджень є виявлення економічної ролі соціальної відповідальності в компаніях, що працюють або прагнуть виходу на глобальні ринки, розробка відповідних стратегій соціальної відповідальності, формування адаптованих організаційних структур.

Список використаної літератури

1. Якубовський С. О., Козак Ю. Г., Логвінова Н. С. та ін. Транснаціональні корпорації: особливості інвестиційної діяльності. 2-ге вид. перероб. та доп. Навч. посіб. / За ред. Якубовського С. О., Козака Ю. Г., Логвінової Н. С. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 472 с.
2. Щадилов Г. А., Рощина И. В. Система менеджмента корпоративной социальной ответственности как условие формирования активного социально-экономического пространства / Г. А. Щадилов, И. В. Рощина // Известия Томского политехнического университета, 2008. – № 6. – С. 24-29.
3. Mark S. Schwartz and Archie B. Carroll. Corporate social responsibility: a three domain approach. *Business Ethics Quarterly*, Vol.13, Issue 4. 2003. – p. 503.
4. Frynas, J. G. The false developmental promise of Corporate Social Responsibility : Evidence from multinational oil companies // *International Affairs*. № 81, 3 (2005). – 598 p.
5. Gereffi, Gary, Ronie Garcia-Johnson and Erika Sasser. The NGO-Industrial Complex // *Foreign*, 2001. P. 56-65.

6. Davis K. Can business afford to ignore social responsibilities? // California Management Review. – 1960. – № 2. – p. 70-76.
7. Clodia Vurro. The Evolutionary Path of the Concept of CSR, in developing corporate social responsibility, 2006. P. 58-59.
8. David Vogel. The market for virtue: the potential and limits of corporate social responsibility. – 2005. P 6-7.
9. Офіційний сайт Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://csr-ukraine.org>.
10. Про глобальний договір ООН [Електронний ресурс] / Українська Мережа Глобального Договору ООН. – Режим доступу: <http://www.globalcompact.org.ua>.
11. Офіційний сайт ДТЕК [Електронний ресурс]. – 2013. Режим доступу: <http://www.dtek.com>.
12. Global Reporting initiative [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.globalreporting.org.

THE PHENOMENON OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN IMPROVING OF CORPORATIONS SUSTAINABILITY AT THE NATIONAL AND INTERNATIONAL LEVELS

Evtushenko V. A.

PhD (Economics), Associate Professor of Marketing and Management of foreign economic Department, V. N. Karazin Kharkiv National University.

Shevchenko T. P.

Lector of Marketing and Management of foreign economic Department, V. N. Karazin Kharkiv National University.

Abstract. *The changes that have occurred not only in economy, but in the world as a whole, have affected the development of our society. The growing role of transnational corporations (TNCs) and their contribution to society require more detailed consideration of the peculiarities of their functioning.*

Over the past decades, especially the question of imposing certain obligations to TNCs, as much power and influence on the social processes and require a high level of responsibility. Increasing attention from the authorities and society, and international organizations invited to the social component of the activities of corporations and their corporate social responsibility (CSR).

The subject of study is the phenomenon of CSR in international business, modern technologies and institutional forms of CSR. Goal - analysis of the global phenomenon of CSR, the determination of its features at domestic and foreign enterprises, generalization of technologies and institutional forms of corporate social responsibility of the modern Ukrainian enterprises, the granting of methodical recommendations for their improvement.

Methodological base for the preparation of this paper are the works of famous Western, Russian, and Ukrainian economists on the subject of the research, the results of our own developments, analysis of the main international and Ukrainian technologies CSR, economic bases of the establishment of practices of social responsibility of companies in Ukraine, as well as the main international standards in the field of CSR. To achieve this goal methods are used: dialectic, historical, logical system.

In result of studies identified technologies and institutional forms of CSR, which is used by the leading company (for example, DTEK). It is proved that they are focused on improving competitiveness in the interests of the company and society, and provides practical recommendations

to Ukrainian enterprises for the further implementation of CSR as an opportunity to enter foreign markets. Scope of research results: the modern economic theory and international practice of corporate social responsibility.

Key words: *institutional forms, company, corporate social responsibility, transnational corporation, monopoly capitalism, stakeholders, technologies.*

Referances

1. Yakubovs'kiy S. O., Kozak Y. G., Logvinova N. S. ta in. Transnacional'ni korporacii: osoblivosti investciynoy diyal'nosti. 2-ge vid. pererob. ta dop. navch. posib. / Za red. Yakubovs'kogo S. O., Kozaka Y. G., Logvinovoy N. S. – K. : Centr uchbovoi literaturi, 2011. – 472 s.
2. Shadilov G. A., Roshina I. V. Sistema menedgmenta korporativnoy social'noy otvetstvennosti kak uslovie formirovaniya aktivnogo social'no-ekonomicheskogo prostranstva / G. A. Shadilov, I. V. Roshina // Izvestiya Tomskogo politehnicheskogo universiteta, 2008. – № 6. – S. 24-29.
3. Mark S. Schwartz and Archie B. Carroll. Corporate social responsibility: a three domain approach. Business Ethics Quarterly, Vol.13, Issue 4. 2003. – p. 503.
4. Frynas, J.G. The false developmental promise of Corporate Social Responsibility : Evidence from multinational oil companies // International Affairs. №81, 3 (2005). – p . 598.
5. Gereffi, Gary, Ronie Garcia-Johnson and Erika Sasser. The NGO-Industrial Complex // Foreign, 2001. P. 56-65.
6. Davis K. Can business afford to ignore social responsibilities? // California Management Review. – 1960. – № 2. – p. 70-76.
7. Clodia Vurro. The Evolutionary Path of the Concept of CSR, in developing corporate social responsibility, 2006. P. 58-59.
8. David Vogel. The market for virtue: the potential and limits of corporate social responsibility. – 2005. P. 6-7.
9. Oficiyniy sayt Centru «Rozvitok korporativnoy social'noy vidpovidal'nosti» [Elektronniy resurs] – Resim dostupu: <http://csr-ukraine.org>
10. Pro global'niy dogovor OON [Elektronniy resurs] / Ukris'ka Mereza Global'nogo Dogovoru OON. – Rezim dostupu: <http://www.globalcompact.org.ua>.

ФЕНОМЕН СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ПОВЫШЕНИИ УСТОЙЧИВОСТИ КОРПОРАЦИЙ НА НАЦИОНАЛЬНОМ И МЕЖДУНАРОДНОМ УРОВНЯХ

Евтушенко В. А.

Кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента внешнеэкономической деятельности, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина.

Шевченко Т. П.

Преподаватель кафедры маркетинга и менеджмента внешнеэкономической деятельности, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина.

Аннотация. *Изменения, которые произошли не только в экономике, но и в мире в целом, сказались на дальнейшем развитии общества. Постоянно возрастающая роль транснациональных корпораций (ТНК) и их вклад в развитие общества требуют более детального рассмотрения особенностей их функционирования.*

На протяжении последних десятилетий особенно остро встал вопрос возложение определенных обязанностей на ТНК, поскольку большая власть и возможность влияния на общественные процессы и требуют высокого уровня ответственности. Все больше внимания со стороны власти и общества, а также международных организаций привлекается к социальной составляющей деятельности корпораций и их корпоративной социальной ответственности (КСО).

Предметом исследования является феномен КСО в международном бизнесе, современные технологии и институциональные формы КСО. Цель – анализ мирового фено-

мена КСО, определение его особенностей на отечественных и зарубежных предприятиях, обобщение технологий и институциональных форм корпоративной социальной ответственности на современных украинских предприятиях, предоставление методических рекомендаций по их усовершенствованию.

Методологической базой для подготовки статьи стали труды известных западных, российских и украинских экономистов по предмету исследования, результаты собственных разработок, анализ основных международных и украинских технологий КСО, экономические основы становления практики социальной ответственности компаний в Украине, а также основные международные стандарты в области КСО. Для достижения поставленной цели использованы методы: диалектический, исторический, логический, системный.

В результате исследования определены технологии и институциональные формы КСО, которые используют ведущие компании (на примере ДТЭК). Доказано, что они ориентированы на повышение конкурентоспособности в интересах компании и общества, даны практические рекомендации украинским предприятиям для дальнейшей реализации КСО как возможности выхода на зарубежные рынки. Сферой применения результатов исследования: современная экономическая теория и международная практика корпоративной социальной ответственности.

Ключевые слова: институциональные формы, компания, корпоративная социальная ответственность, транснациональная корпорация, монополистический капитализм, стейкхолдеры, технологии.