

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА
RESEARCH DEVELOPMENT OF DOMESTIC BUSINESS

УДК 316.42:330.33.01

doi: <https://doi.org/10.15330/apred.2.21.420-429>

Лопашук І.А.¹, Равлюк А.М.², Присяжнюк О.В.³

**КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В
КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО
ПАРТНЕРСТВА**

Чернівецький національний університет імені Юрія
Федьковича,
кафедра кафедри бізнесу та управління персоналом,
вул. Коцюбинського, 2, м. Чернівці,
58002, Україна,
тел.: +38 (0372) 58-47-14,
¹ e-mail: i.lopashchuk@chnu.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9934-6607>

² e-mail: ravliuk.andrii@chnu.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-5841-2030>

³ e-mail: prysiazhniuk.oleh@chnu.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-7032-1292>

Анотація. В статті розглянуто основні теоретико-прикладні положення впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності бізнес-структурами та обґрунтовано доцільність використання механізму державно-приватного партнерства як базису реалізації соціальних проєктів. Мета статті – це дослідження теоретико-прикладних аспектів впровадження політики корпоративної соціальної відповідальності в діяльність вітчизняних підприємств з врахуванням можливості впровадження відносин державно-приватного партнерства як інструменту реалізації соціальних проєктів. Досліджено сутність моделей корпоративної соціальної відповідальності. Обґрунтовано взаємозв'язок концепції соціальної відповідальності та рівнем показників світового Індексу щастя, проаналізовано рейтинг країн за Індексом щастя за підсумками 2024 р. Визначено основні положення, наступні що характеризують сучасний стан корпоративної соціальної відповідальності в Україні. На основі дослідження досвіду реалізації політики корпоративної соціальної відповідальності визначено основні конкурентні переваги, отримання яких стимулює підприємства до впровадження політики соціально-відповідального бізнесу. Досліджено сутність категорії «державно-приватне партнерство». Доведено, що реалізація проєкту державного приватного партнерства на основі принципів корпоративної соціальної відповідальності є запорукою інтеграції до світової бізнес-спільноти через надання вітчизняної компанії відповідної звітності, а залучення інструментів державно-приватного партнерства у практики корпоративної соціальної відповідальності для компанії є важливим та пріоритетним в контексті її іміджу та репутації, оскільки їх формуючим базисом є умови та правила взаємодії із зацікавленими сторонами та відповідна система цінностей. Виокремлено, що в подальшому від іміджу компанії залежить її ринкова вартість, правила гри та взаємодія з іншими учасниками ринку, вплив на ринкову кон'юнктуру. В умовах криз репутація компанії виступає буфером, що є своєрідним інструментом протидії негативним явищам в умовах деструктивних змін. Також в умовах загострення конкурентної боротьби, потреб у залученні інвестицій репутація є визначальним критерієм для інвестиційної активності, особливо із залученням іноземних компаній. Обґрунтовано, що використання інструменту державно-приватного партнерства може сприяти активному залученню бізнесу у зовнішню соціальну політику одночасно із реалізацією напрямків власного соціального

розвитку.

Ключові слова: бізнес, проєкт, корпоративна соціальна відповідальність, корпоративне управління, державно-приватне партнерство, соціальний розвиток.

Lopashchuk I.A.¹, Ravlyuk A.M.², Prysiazhniuk O.V.³
**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN THE CONTEXT OF
FORMING PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP RELATIONS**

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
Department of Business and Personnel Management
Kotsyubynsky Str., 2, Chernivtsi,
58012, Ukraine,
tel: +38 (0372) 58-47-14,
¹ e-mail: i.lopashchuk@chnu.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9934-6607>

² e-mail: ravliuk.andrii@chnu.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-5841-2030>

³ e-mail: prysiazhniuk.oleh@chnu.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-7032-1292>

Abstract. The article considers the main theoretical and applied provisions of the implementation of the concept of corporate social responsibility by business structures and justifies the expediency of using the mechanism of public-private partnership as a basis for the implementation of social projects. The purpose of the article is to study the theoretical and applied aspects of the implementation of the policy of corporate social responsibility in the activities of domestic enterprises, taking into account the possibility of implementing public-private partnership relations as a tool for the implementation of social projects. The essence of corporate social responsibility models is studied. The relationship between the concept of social responsibility and the level of indicators of the World Happiness Index is substantiated, the ranking of countries according to the Happiness Index according to the results of 2024 is analyzed. The main provisions that characterize the current state of corporate social responsibility in Ukraine are determined. Based on a study of the experience of implementing the policy of corporate social responsibility, the main competitive advantages are determined, the receipt of which stimulates enterprises to implement a policy of socially responsible business. The essence of the category "public-private partnership" is studied. It is proven that the implementation of a public-private partnership project based on the principles of corporate social responsibility is a guarantee of integration into the global business community by providing the domestic company with appropriate reporting, and the involvement of public-private partnership instruments in the practice of corporate social responsibility for the company is important and a priority in the context of its image and reputation, since their forming basis is the conditions and rules of interaction with stakeholders and the corresponding system of values. It is emphasized that in the future, the company's image will determine its market value, the rules of the game and interaction with other market participants, and the impact on the market situation. In times of crisis, the company's reputation acts as a buffer, which is a kind of tool for counteracting negative phenomena in times of destructive changes. Also, in times of intensifying competition and the need to attract investments, reputation is a determining criterion for investment activity, especially with the involvement of foreign companies. It is substantiated that the use of the public-private partnership instrument can contribute to the active involvement of business in external social policy simultaneously with the implementation of its own social development directions.

Keywords: business, project, corporate social responsibility, corporate governance, public-private partnership, social development.

Вступ. Умови сучасного світу і тенденції розвитку національних економік

спричиняють для людства загалом та окремих держав проблеми та кризові явища, що потребують спільного розв'язання. Основними викликами сучасності є екологічні проблеми та стан навколишнього природного середовища, соціальна незахищеність населення, боротьба з бідністю, потреби людства у якісній освіті та послугах охорони здоров'я. Органи державної влади не завжди мають можливість ефективно вирішувати зазначені проблеми, відповідно бізнес як основа життєдіяльності економіки бере на себе часткове вирішення соціальних та екологічних питань, що знайшло відображення в концепції корпоративної соціальної відповідальності. Інвестування у соціально значущі проекти, забезпечення захисту навколишнього природного середовища, співпраця із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами) не тільки формує імідж бізнес-компаній, а і дозволяє отримати довгострокову фінансово-економічну вигоду. Розробляючи заходи політики корпоративної соціальної відповідальності, представники бізнесу усвідомлюють вплив своєї діяльності на життєвоважливі аспекти розвитку суспільства та регіону.

Постановка завдання. *Мета статті* полягає у дослідженні теоретико-прикладних аспектів впровадження політики корпоративної соціальної відповідальності в діяльності вітчизняних підприємств з врахуванням можливості впровадження відносин державно-приватного партнерства як інструменту реалізації соціальних проектів.

Напрацювання вітчизняних вчених у напрямку політики корпоративної соціальної відповідальності з'являються у тренді західних дискусій, оскільки засновниками цієї концепції вважається Г. Боуен, що опублікував у 1953 році наукову працю «Соціальна відповідальність бізнесмена» [1]. Проте пріоритетності у сучасній науці починає набирати практичний напрям, а емпіричні дослідження переважно стосуються конкретних програм корпоративної відповідальності та оцінки їх якості. Головним чином це стосується соціологічних досліджень, проведення анкетування представників бізнесу та аналітичних оцінок результативності програм. В науковій дискусії переважає позитивна оцінка політики корпоративної соціальної відповідальності, а більшість дослідників дотримуються точки зору, що соціально відповідальна політика компанії не зводиться до благодійності, а включає в себе різноманітні інструменти і напрямки соціалізації бізнесу. Серед провідних дослідників цього питання доцільно виокремити таких, як Ю. Бурлакова [2], Д. Букреєва [3], А. Колот [4], Г. Тульчинський [5], А. Дерев'янка [6], О. Денис [7] та ін. Відзначаючи значний внесок вчених у розвиток наукових підходів у сфері корпоративної соціальної відповідальності, важливо врахувати той факт, що впровадження політики відповідального бізнесу в Україні відбувається на основі досвіду провідних світових корпорацій, що не завжди відповідає національним особливостям бізнесу та реаліям військового часу, а також інституційним умовам, що формує засади для подальших досліджень у цьому напрямку.

Результати. Соціальна відповідальність являє собою саморегульовану бізнес-модель, яка забезпечує як реалізацію політики внутрішньої відповідальності, так і забезпечення інтересів зовнішніх учасників ринку та членів суспільства. В науці розглядаються декілька моделей корпоративної соціальної відповідальності, найбільш відомою з них є модель Керрола, яка розглядає наступні чотири види корпоративної відповідальності:

- економічна корпоративна соціальна відповідальність (отримання прибутку);
- юридична корпоративна соціальна відповідальність (дотримання законодавства);
- етична корпоративна соціальна відповідальність (дотримання законів етики);
- філантропічна корпоративна соціальна відповідальність.

Ці компоненти є не уособленими, авзаємопов'язані між собою та складають

єдиний комплекс соціальної відповідальності компанії. Модель Керролла класифікує різні обов'язки ієрархічно в порядку зменшення важливості. Найбільш фундаментальною є економічна відповідальність, «всі інші обов'язки бізнесу ґрунтуються на економічній відповідальності, тому що без неї інші стають спірними» [7].

Впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності в процес управління підприємствами забезпечує досягнення балансу економічних, екологічних та соціальних інтересів бізнесу і суспільства, орієнтуючись на врахування інтересів зацікавлених сторін. В даному контексті важливо розрізнати стратегічну концепцію відповідального бізнесу, благодійність і спонсорство. Всі ці інструменти можуть бути ефективно використані при розв'язанні проблем бідності, соціального захисту, охорони навколишнього природного середовища, проте саме корпоративна соціальна відповідальність є суттєвим чинником підвищення репутації компанії та ефективного управління її гудвілом.

Застосування концепції корпоративної соціальної відповідальності передбачає для підприємств інтеграцію соціальних та екологічних проєктів у бізнес-процеси своєї організації. Реалізація соціальних проєктів справляє певний вплив на показники макроекономічного розвитку, а також ті показники, що характеризують рівень задоволеності населення якістю життя та рівень розв'язання соціальних проблем. Прикладом цього є той факт, що з недавнього часу на практиці більша увага почала приділятися не лише ВВП чи індексу людського розвитку (ІЛР), а й показникам, що характеризують рівень щастя. Важливість цих показників виходить із тих передумов, що метою економічного зростання, та й діяльності всієї держави, зрештою має стати добробут та щасливе життя громадян. З цієї причини у 2006 році фондом New Economics Foundation було запропоновано міжнародний індекс щастя (Happy Planet Index), в якому враховується низка факторів, включаючи екологічний добробут, суб'єктивну задоволеність громадян, очікувану тривалість життя тощо [8].

Згідно World Happiness Report, за підсумками 2024 року лідером за Індексом щастя є Фінляндія, яка вже декілька років поспіль очолює цей список (7,842 бали із 10). Зазначається, що найбільш вагомими показниками фіни вважають почуття суспільної підтримки та взаємної довіри, можливість власного вибору, низький рівень корупції в країні. Друге місце за рейтингом посідає Данія, на третьому місці - Ісландія. Україна у 2024 році опинилась на 105 місці, в порівнянні із 92 місцем у 2023 році. Дослідження проводилось за 142 країнами світу, на останньому місці – Афганістан із показником 1,721 бал (рис.1).

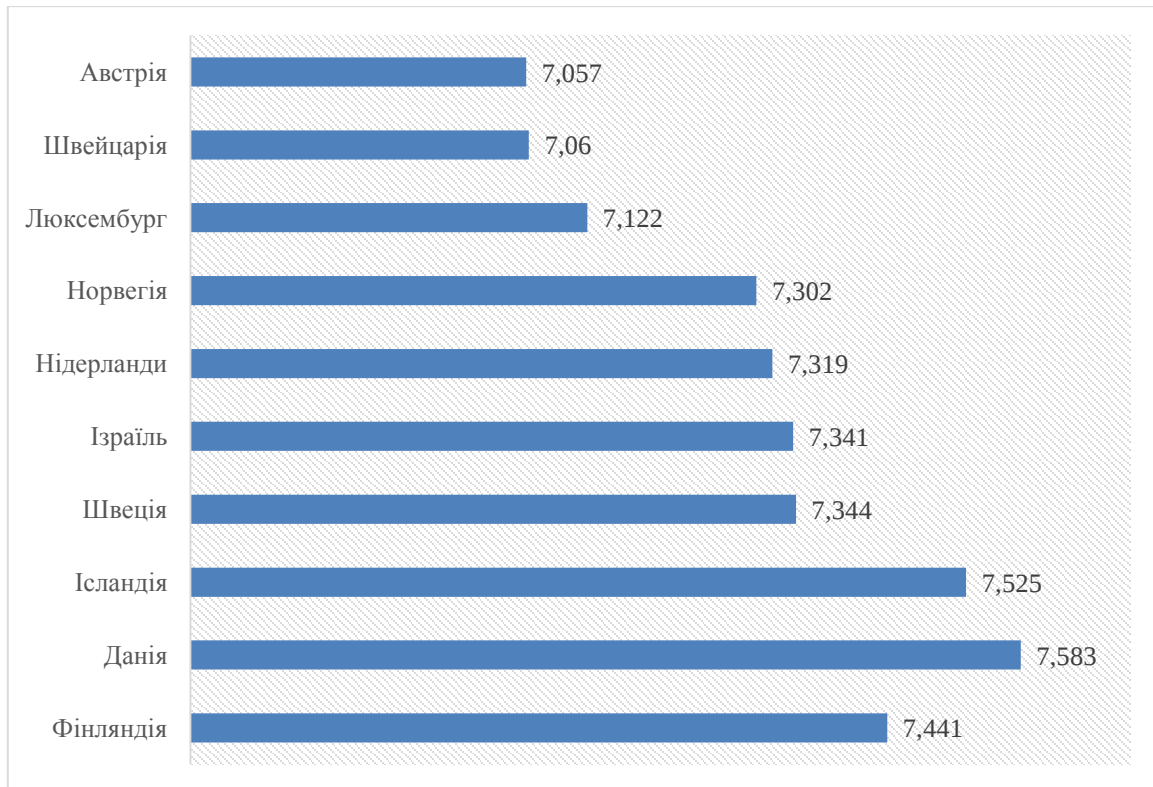


Рис.1. Рейтинг країн за показником Індексу щастя за 2024 р.

Fig. 1. Ranking of countries by Happiness Index for 2024

Джерело: [8, 13]

Отже, корпоративна соціальна відповідальність відображає спрямування бізнесу не тільки на максимізацію прибутку і створення акціонерної вартості, а і реалізацію проєктів, що є корисними для суспільства. Соціально відповідальний бізнес спрямовує зусилля на сприяння добробуту громадян та захист довкілля, беручи на себе часткове вирішення завдань, що ставлять перед собою органи державної влади та місцевого самоврядування. Проте єдиного підходу до впровадження політики корпоративної соціальної відповідальності бізнесом наразі не існує, а окремі правила встановлюються компаніями самостійно. За цих умов загальні принципи розробляються представниками великого бізнесу, а інші бізнес-структури намагаються наслідувати та відтворювати найбільш вдалі приклади. В результаті невеликі підприємства, особливо в умовах нестабільної економічної ситуації, яка останнім часом спостерігається у всьому світі, стикаються з підходами до корпоративної соціальної відповідальності, які часто несумісні з їхнім економічним становищем та соціальними цілями.

Більшість урядів країн світу підтримує компанії, що впроваджують етичні принципи соціальної відповідальності, оскільки в розрізі макроекономіки та державного управління це створює можливості для розв'язання проблеми зайнятості населення, підтримки надання послуг в галузі освіти та охорони здоров'я, запобігання дискримінації окремих верств населення, створює передумови для боротьби із корупцією, порушенням прав людини, сприяє зниженню техногенного навантаження на навколишнє середовище.

Нами пропонується виокремити наступні положення, що характеризують сучасний стан корпоративної соціальної відповідальності в Україні:

- практично всі представники великого бізнесу мають або впроваджену політику у сфері корпоративної відповідальності, або окремі напрямки і проєкти, що впроваджуються в діяльність;

– основними напрямками є вдосконалення соціальної політики, в той час, як проблемі захисту навколишнього середовища, ефективному використанню природних ресурсів приділяється менше уваги;

– важливим результатом ефективної політики корпоративної соціальної відповідальності більшість компаній вважають захист іміджу та репутацію;

– вітчизняні компанії не приділяють достатньої уваги роботі з постачальниками та підрядниками, розробці етичних стандартів ведення бізнесу та розвитку лідерства.

Сприяння впровадженню корпоративної соціальної відповідальності серед вітчизняних компаній передбачає використання в системі управління бізнес-процесами нових підходів та методик, які відповідають поточній ситуації та існуючим потребам та не впливають негативно на економічну складову діяльності підприємства. Крім цього, ефективне впровадження корпоративної соціальної відповідальності та ретельне виконання основних поставлених завдань сприяє отриманню підприємством нових конкурентних переваг, а саме:

– розширення ринкової взаємодії та можливість доступу на нові ринки товарів та капіталу;

– збільшення обсягів реалізації продукції;

– зниження експлуатаційних витрат;

– підвищення продуктивності праці за рахунок удосконалення системи управління соціальним розвитком, створення належних умов праці та відпочинку;

– зниження експлуатаційних витрат;

– запобігання плинності кадрів, формування кадрової політики, направленої на утримання висококваліфікованого людського ресурсу;

– зростання клієнтських зв'язків, розширення взаємодії підприємства із споживачами;

– підвищення лояльності стейкхолдерів;

– ефективне управління ризиками діяльності підприємства.

Вітчизняний досвід впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності характеризується недосконалими механізмами взаємодії суспільства та бізнесу, що може бути виправлено дієвими рішеннями органів влади, перш за все інституційного характеру. На сьогодні основним проявом корпоративної відповідальності вітчизняних компаній є фінансування внутрішньої соціальної політики, задоволення потреб персоналу підприємств, в той час, як зовнішній соціальній політиці приділяється не надто уваги. Відсутня єдина ідеологія соціально відповідального підприємництва, що ускладнює визначення єдиної тенденції вітчизняних бізнес-структур. В цьому випадку використання інструменту державно-приватного партнерства (ДПП) може сприяти активному залученню бізнесу у зовнішню соціальну політику одночасно із реалізацією напрямків власного соціального розвитку. ДПП виступає інструментом державного втручання у соціально-економічні процеси, проте активним учасником відносин виступає саме бізнес-партнер. Узагальнення основних існуючих підходів до трактування сутності публічно-приватного партнерства (в Україні – державно-приватного партнерства) наведено на рис. 2.

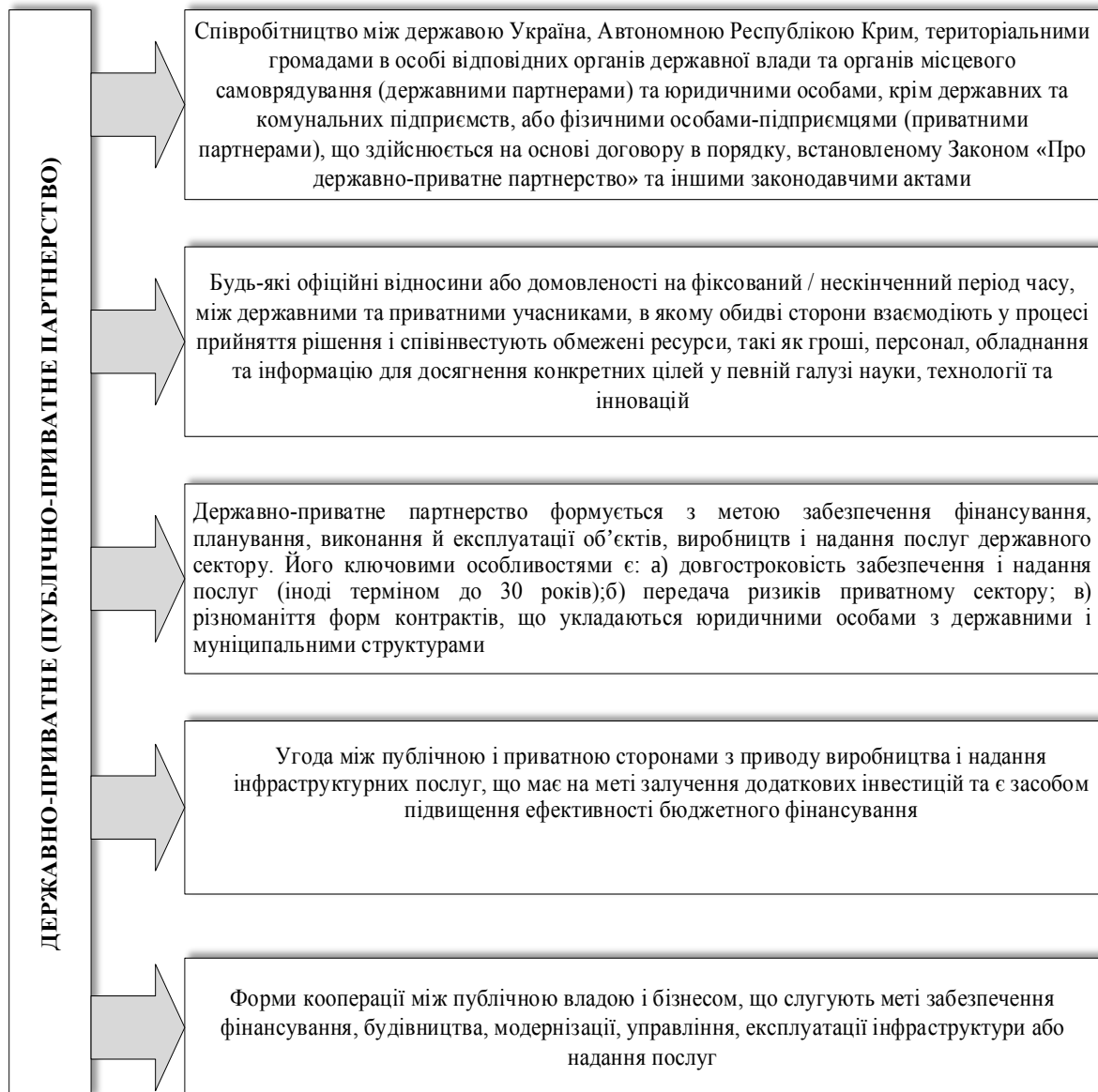


Рис. 2. Основні підходи до визначення сутності державно-приватного (публічно-приватного) партнерства

Fig. 2. Main approaches to defining the essence of public-private (public-private) partnership

Джерело: сформовано автором за [9-10, 14-15]

Узагальнюючи сучасні підходи до визначення державно-приватного партнерства, доцільно узагальнити, що воно являє собою довгострокову кооперацію між державним та приватним сектором на основі спільного виробництва продукції та послуг, розподілу ризиків, витрат та ресурсів. Основними характеристиками державно-приватного партнерства експерти у цій галузі визначають наступні:

- основними сторонами є держава та представники бізнесу;
- юридична складова виступає основою взаємодії;
- учасники партнерства мають рівноправний характер відносин;
- громадська та публічна спрямованість як основна характеристика партнерства;
- об'єднання ресурсів в процесі реалізації проекту ДПП;
- розподіл ризиків та відповідальності, результатів та витрат для сторін

партнерства.

На даний час світовою спільнотою розробляються стандарти корпоративної соціальної відповідальності з метою вироблення системного бачення та активізації соціально відповідальної поведінки підприємств. Найбільшого поширення отримали стандарти CSR/KCB – 2008, ISO 26000, а також ISO 14000[11]. Так, стандарт ISO 26000 «Посібник із соціальної відповідальності» напряду пов'язаний із реалізацією механізму державно-приватного партнерства, оскільки містить основні принципи соціальної відповідальності, що знаходять відображення в проєктах ДПП, а саме:

- підзвітність перед суспільством за вплив на оточуюче середовище;
- прозорість;
- дотримання норм етики;
- врахування інтересів зацікавлених сторін;
- врахування правових норм;
- визнання важливості прав людини.

Проєкти ДПП, орієнтовані на розв'язання суспільних проблем, мають прямі вигоди для бізнесу, пов'язані з розвитком інфраструктури та підвищенням рівня грамотності населення. Крім цього, практика свідчить про взаємозв'язок рівня прибутку компаній та стану реалізації напрямків політики соціальної відповідальності. Важливим інституційним чинником також є взаємовідносини із органами регіональної влади в процесі реалізації проєкту ДПП. Врахування принципів соціальної відповідальності в проєктах ДПП сприяє зниженню витрат, а також надає можливість хеджування ризиків та зниження тиску з боку представників місцевої громади. Таким чином, державно-приватне партнерство набуває рис соціального партнерства, що задовольняє інтереси не лише влади та бізнесу, а і соціальної спільноти в умовах вирішення соціальних проблем та пошуку нових управлінських підходів до надання соціальних послуг. Соціальне партнерство формується на основі об'єднання для підтримки соціального сектора у впровадженні креативних та ефективних заходів щодо вирішення соціальних проблем. Представниками з боку соціального сектору за цих умов виступають неприбуткові установи та громадські організації. Досвід зарубіжних країн в напрямку реалізації проєктів соціального партнерства свідчить про використання фондів корпоративної соціальної відповідальності в якості потенційних джерел фінансування, а також фокусування на такі інструменти, як венчурна філантропія та соціальні інвестиції впливу [12].

Висновки. Отже, реалізація проєкту ДПП на основі принципів корпоративної соціальної відповідальності є запорукою інтеграції до світової бізнес-спільноти через надання вітчизняної компанії відповідної звітності. Залучення інструментів державно-приватного партнерства у практики корпоративної соціальної відповідальності для компанії є важливим та пріоритетним в контексті її іміджу та репутації, оскільки їх формуючим базисом є умови та правила взаємодії із зацікавленими сторонами та відповідна система цінностей. В подальшому від іміджу компанії залежить її ринкова вартість, правила гри та взаємодія з іншими учасниками ринку, вплив на ринкову кон'юнктуру. В умовах криз репутація компанії виступає буфером, що є своєрідним інструментом протидії негативним явищам в умовах деструктивних змін. Також в умовах загострення конкурентної боротьби, потреб у залученні інвестицій репутація є визначальним критерієм для інвестиційної активності, особливо із залученням іноземних компаній.

1. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman. N.Y.: Harper&Row, 1953. 276 p.
2. Бурлакова Ю.М. Дослідження особливостей формування корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. № 6. Т. 1. С. 220–227.
3. Букреева Д.С. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності

- підприємств: євроінтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1316/1271/> (дата звернення: 02.02.2025)
4. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. № 4. С. 5-27.
 5. Тульчинський Г.Л. Корпоративні соціальні інвестиції та соціальне партнерство: технології та оцінка ефективності: навч. посіб. Вид-во НДУ ВШЕ, 2012. 236 с.
 6. Дерев'янюк Т. А. Оцінка соціальної відповідальності та її використання в практиці підприємств. *Вісник Приазовського Державного Технічного Університету. Серія: Економічні науки*. 2017. №(34). С. 76–82. URL: <https://doi.org/10.31498/22256725.34.2017.128902>.
 7. Денис О.Б. Сфери прояву корпоративної соціальної відповідальності бізнесу: зарубіжний досвід і вітчизняна практика. *Вісник університету банківської справи Національного Банку України*. 2015. № 2(8). С. 36-38.
 8. Carroll A.B. and Shabana K.M. The business case of corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice. *International journal of management reviews*. 2010. №12 (1), pp. 85–105.
 9. World Happiness Report 2025. URL:<https://worldhappiness.report/> (дата звернення: 02.02.2025)
 10. Косач І. А., Голубчик Д. Ю., Курінська О. В. Аналіз підходів до дефініції терміну «державно-приватне партнерство». *Науковий вісник Полісся*. 2017. №1(4(8)). С.70–74.
 11. Агенція з питань підтримки державно-приватного партнерства: офіційний сайт. URL:<https://pppagency.gov.ua/uk/> (дата звернення: 02.02.2025)
 12. Steurer R., Langer M., Konrad A., Martinuzzi A. Corporations, Stakeholders and Sustainable Development: A Theoretical Exploration of Business-Society Relations. *Journal of Business Ethics*. 2005. № 3. P. 263-281.
 13. Marhasova V., Kholiavko N., Popelo O., Krylov D., Zhavoronok A., & Biliaze O. The Impact of Digitalization on the Sustainable Development of Ukraine: COVID-19 and War Challenges for Higher Education. *Revista de la Universidad del Zulia*. 2023. №14(40). P. 422-439. URL:<https://doi.org/10.46925/rdluz.40.24>
 14. Nikiforov P., Zhavoronok A., Marych M., Bak N., Marusiak N. Conceptual principles of state policy of regulation of development of public-private partnerships. *Cuestiones Políticas*. 2022. №40(73). P. 417-434. URL:<https://doi.org/10.46398/cuestpol.4073.22>
 15. Zhavoronok A., Filyppova S., Tochylina Yu., Ozarko K., Neykov S., Krylov D. The Impact of Artificial Intelligence on the Development of the Digital Business Ecosystem. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. 2025. №103(9). P. 3945-3958.

References

1. Bowen, H.R. *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper&Row, 1953.
2. Burlakova, Yu. "A study of the peculiarities of the formation of corporate social responsibility in Ukraine." *Visnyk Khmelnytskyi National University*, v. 1, no. 6, 2014, pp. 220–227.
3. Bukreieva, D.S. "Social responsibility of business as a basis for ensuring business activity of enterprises: European integration aspect." *Economy and society*, vol. 38, 2022, economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1316/1271/ Accessed 02 Feb.2025.
4. Kolot, A. "Corporate social responsibility: evolution and development of the oreticalviews." *Economic theory*, vol. 4, 2013, pp. 5–27.
5. Tulchynskiy, H.L. *Corporate social investment and social partnership: technologies and performance evaluation*. Vyd-vo NDU VShE, 2012.
6. Derevianko, T.A. "Assessment of social responsibility and its use in the practice of enterprises." *Bulletin of the Azov State Technical University. Series: Economic Sciences*, no. (34), 2017, pp. 76–82, <https://doi.org/10.31498/22256725.34.2017.128902>
7. Denys, O.B. "Areas of corporate social relevance to business: foreign evidence and domestic practice." *Visnyk universytetu bankiv'skoi spravy Natsional'noho Banku Ukrainy*, no.2(8), 2015, pp. 36-38.
8. Carroll, A.B., and K.M.Shabana. "The business case of corporate social responsibility: a reviewof concepts, research and practice." *International journal of management reviews*, no.12 (1), 2010, pp. 85–105.
9. World Happiness Report 2025,. worldhappiness.report/ Accessed 02 Feb.2025.
10. Kosach, I.A., Holubchuk, D.Yu., and O.V. Kurinska. "Analysis of approaches to the definition of the term "public-private partnership"." *Scientific Bulletin of Polissya*, no.1(4(8)), 2017, pp. 70–74.
11. Agency for Support of Public-Private Partnerships: official website, pppagency.gov.ua/uk/ Accessed 02 Feb.2025.
12. Steurer, R., Langer, M., Konrad, A., and A. Martinuzzi. "Corporations, Stakeholdersand Sustainable Development: A Theoretical Exploration of Business-Society Relations." *Journal of Business Ethics*, no. 3, 2005, pp. 263-281.

13. Marhasova, V., Kholiavko, N., Popelo, O., Krylov, D., Zhavoronok, A., & Biliaze, O. "The Impact of Digitalization on the Sustainable Development of Ukraine: COVID-19 and War Challenges for Higher Education." *Revista de la Universidad del Zulia*, 14(40), 2023, pp. 422-439, <https://doi.org/10.46925/rdluz.40.24>
14. Nikiforov, P., Zhavoronok, A., Marych, M., Bak, N., Marusiak, N. Conceptual principles of state policy of regulation of development of public-private partnerships. *Cuestiones Políticas*, 40(73), 2022, pp. 417-434, <https://doi.org/10.46398/cuestpol.4073.22>
15. Zhavoronok, A., Filyppova, S., Tochylyna, Yu., Ozarko, K., Neykov, S., Krylov, D. "The Impact of Artificial Intelligence on the Development of the Digital Business Ecosystem." *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 103(9) , 2025, pp. 3945-3958.