



Socially Responsible Business in the Conditions of Digital Transformation of Society

UDC: 35.073:330.131.5

DOI: <https://doi.org/10.15421/152244>**Mahyliias Yurii****Ph.D. Student, <https://orcid.org/0009-0009-4255-7468>, mahyliias.y.v@nmu.one
Dnipro University of Technology (Dnipro, Ukraine)**

Abstract

The article is devoted to the study of the peculiarities of the formation of socially responsible business in Ukraine in the conditions of digital transformation of society. The essence of the concept of socially responsible business reflects social, historical, and socio-cultural requests for achieving and ensuring social partnership between business, civil society and public authorities. The purpose of the study is to determine the reasons and obstacles that prevent the implementation of the concept of socially responsible business in the conditions of digitalization, and to analyze the mechanisms by which civil society and the state can contribute to the formation of socially responsible business. The process of global and comprehensive digital transformation of the economy increases the need to study and use the significant international experience of modernization of the economy with an emphasis on social responsibility and the development of a theoretical apparatus for the analysis of socially responsible business. The main problem is the slow process of forming a socially responsible business, which requires, first of all, a comprehensive comparative analysis of the experience of different countries depending on the socio-cultural, historical context and regional and local conditions of business formation. Peculiarities of implementation of the concept and practice of socially responsible business in Ukraine have been studied. The main factors affecting the specifics of the formation of socially responsible practices in Ukraine are identified, namely: the establishment of negative social expectations of the population in relation to the state; insufficient formation of public expectations from socially responsible business; a high degree of objective dependence of business on politics, the state and local authorities; this concept in Ukraine still does not sufficiently demonstrate compliance with the processes of digitization and globalization, does not serve as a source of unification of representatives of all levels of domestic business. It was concluded that the basis of the activity of Ukrainian enterprises in modern conditions should be not only borrowed Western models of social responsibility of business, but also the principles of synergistic interaction of business with state and municipal authorities, which takes into account the national specificity of the socio-economic environment and management traditions.

Keywords: digital transformation, digitalization, social responsibility of business, social investment, charity, social transformations, market relations, business ethics, public administration

Соціально відповідальний бізнес в умовах цифрової трансформації суспільства

Магиляс Юрій**Національний технічний університет «Дніпровська політехніка» (Дніпро, Україна)**

Анотація

Стаття присвячена дослідженню особливостей становлення соціально відповідального бізнесу в Україні в умовах цифрової трансформації суспільства. Сутність концепції соціально відповідального бізнесу віддзеркалює суспільні, історичні та соціокультурні запити на досягнення й забезпечення соціального партнерства бізнесу, громадянського суспільства та публічної влади. Метою дослідження є визначення причин й перешкод, що заважають реалізації концепції соціально відповідального бізнесу в умовах цифровізації, та аналізу механізмів, за допомогою яких громадянське суспільство та держава можуть сприяти формуванню соціально-відповідального бізнесу. Процес глобальної та всебічної цифрової трансформації економіки посилює необхідність вивчення й використання вагомого міжнародного досвіду модернізації економіки з акцентом на соціальній відповідальності та опрацювання теоретичного апарату аналізу соціально-відповідального бізнесу. Основною проблемою є уповільнений процес становлення соціально-відповідального бізнесу, що потребує передовсім всебічного порівняльного аналізу досвіду різних країн в залежності від соціально-культурного, історичного контексту і регіональних і локальних умов становлення бізнесу. Досліджено особливості впровадження концепції та практики соціально відповідального бізнесу в Україні. Визначено основні фактори, що впливають на специфіку формування соціально відповідальних практик в Україні, а саме: усталеність негативних соціальних очікувань населення по відношенню до держави; недостатня сформованість суспільних очікувань від соціально відповідального бізнесу; високий ступінь об'єктивної залежності бізнесу від політики, держави та місцевих органів влади; дана концепція в Україні країні все ще недостатньо проявляє відповідність процесам цифровізації та глобалізації, не виступає джерелом об'єднання представників усіх рівнів вітчизняного бізнесу. Зроблено висновок, що в основі діяльності українських підприємств в сучасних умовах повинні бути не лише запозичені західні зразки соціальної відповідальності бізнесу, але й принципи синергетичної взаємодії бізнесу з державною та муніципальною владою, що враховує вітчизняну специфіку соціально-економічного середовища та управлінських традицій.

Ключові слова: цифрова трансформація, цифровізація соціальна відповідальність бізнесу, соціальне інвестування, благодійність, суспільні трансформації, ринкові відносини, етика бізнесу, публічне управління

Стаття надійшла / Article arrived: 12.11.2022

Схвалено до друку / Accepted: 28.12.2022



Вступ.

В умовах глобальної цифрової трансформації соціально-економічних процесів та становлення світової цифрової економіки (Квітка, 2021) актуалізувалось питання соціальної відповідальності бізнесу. Сфера бізнесу формується в певному суспільному середовищі, маючи на меті прибуток і цифровий розвиток в інноваційному виробництві та наданні послуг. Навіть з урахуванням погіршення економічного становища, що виникло в результаті повномасштабної агресії Росії, процес становлення бізнесу в Україні відбувається на соціальному тлі економічної нерівності. Можна відзначити гостроту проблеми недовіри людей до кінцевих бенефіціарів прибутку компаній, отриманих у власність сумнівними, з точки зору суспільної моралі, способами та вкрай низьку оцінку з боку підприємців наявних людських ресурсів щодо оплати праці.

Така ситуація постійно провокує соціальну напругу, що потребує уваги та відповідного коригування державної соціальної політики, з огляду чого і набуває особливої актуальності тема соціально-відповідального бізнесу (СВБ). В умовах цифрової перебудови багатьох галузей виробництва і зміни структури зайнятості населення нагальним завданням постає всебічний аналіз стану й характеру соціально-економічних відносин в країні для розуміння механізмів впливу на бізнес громадянського суспільства й держави. Зміна ціннісно-нормативної бази підприємницького загалу пострадянського зразка на цивілізовану бізнес спільноту західного типу актуалізує тему СВБ, як соціально схвалюваного і заохочуваного державою принципу ведення господарської діяльності. Отже, СВБ функціонує як соціальний інститут, покликаний відображати взаємопов'язану цілеспрямовану взаємодію бізнесу, суспільства та держави.

Водночас актуальність проблеми СВБ різко зростає, коли однією з домінуючих тенденцій розбудови ринкового середовища стає масова цифрова реструктуризація підприємств. Глобалізація позбавила українських виробників захисту від світової конкуренції національними кордонами, вони були змушені або трансформуватися в компанії міжнародного класу, або згорти виробничі потужності та виводити фінансові активи закордон.

Процеси цифровізації бізнесу відбуваються в площині соціальних ризиків, коли в умовах соціально-економічної кризи скорочуються обсяги виробництва та закриваються нестійкі до кризових викликів підприємства, відповідно завдання зниження соціальних ризиків актуалізується, зокрема, в прояві залучення

міжнародного досвіду прийняття й розвитку концепції соціальної відповідальності бізнесу. Саме необхідність вивчення й використання вагомого міжнародного досвіду цифрової модернізації економіки з акцентом на соціальній відповідальності та опрацювання концептуально-теоретичного апарату СВБ виступає причиною розробки механізму його імплементації в Україні.

Проблемою залишається й повільний, процес вибору та прийняття цифрового вектору розвитку публічного управління (Квітка et al. 2020) та бізнесу, що потребує передовсім всебічного порівняльного аналізу досвіду імплементації соціально-відповідального спрямування бізнесу в різних країнах в залежності від соціально-культурного та історичного контексту і локальних та регіональних ситуативних умов становлення цифрової економіки.

Метою дослідження є визначення причин й перешкод, що заважають реалізації цього функціонального завдання в умовах цифровізації, та конкретні механізми, за допомогою яких громадянське суспільство та держава можуть сприяти формуванню соціально-відповідального бізнесу.

Аналіз публікацій та досліджень.

Практика прийняття бізнесом концепції СВБ в Україні довгий час не мала відповідного відображення в науково-дослідницьких роботах. Одними з перших можна виділити роботи А. Єрмоленка (1994). В 2000-і роки помітним був внесок Г. Алоні (2008) у вивчення соціально-філософського аспекту етики бізнесу в Україні. Економічна ефективність СВБ стала предметом розгляду групи дослідників Університету банківської справи НБУ під керівництвом Г. Хоружого (2009). Як соціально-етичну проблему СВБ відображено в колективній праці українських філософів під керівництвом А. Єрмоленка «Соціально-відповідальність як основна цінність інституалізації сучасного суспільства» (2016). Варто наголосити, що саме з розвитку становлення СВБ в Україні соціальна відповідальність як наукова перспектива набула свого повноцінного статусу в в роботах О. Безрукової (2015) та колективній монографії за редакції В. Резніка «Формування відповідального суспільства: держава, політичні рухи, бізнес» (2019). Проблематиці публічного управління взаємодією влади та бізнесу присвячено роботи С. Квітки (2013, 2017а; 2017б; 2018).

Моделі СВБ.

З початком цифрової трансформації суспільства та остаточного розпаду радянської системи капіталізм і соціалізм, отримали новий поштовх до вивчення. Виявилось, що



капіталістична система теж не є монолітною в соціально-економічному, політичному та ідеологічному плані. Ініціатором поновлення дискусій про СВБ став французький економіст М. Альбер. У своїй роботі «Капіталізм проти капіталізму» він виділив дві моделі соціальної відповідальності бізнесу в капіталістичній системі: англосаксонську (американську або ліберальну) і рейнську (європейську або неоліберальну).

Ці моделі СВБ є базовими і відрізняються переважно лише рівнем присутності держави. В країнах рейнської моделі (stakeholder model) існує розуміння підприємства як «спільної справи», «людського співтовариства», а в Японії навіть як «виробничої родини». В Німеччині та кількох європейських державах законодавчо закріплене право на участь працівників в управлінні підприємством, обов'язкове медичне страхування, пенсійне регулювання, природоохоронній діяльності підприємств. В Японії навпаки ця практика не має формального закріплення та здійснюється на основі культурних традицій.

В цілому питання державного регулювання СВБ передбачає розробку єдиного юридично обґрунтованого стандарту соціально-відповідальної поведінки бізнес-структур, створює основу для здійснення державного моніторингу та контролю підготовки нефінансової звітності, забезпечує можливість протиставляти нефінансову інформацію та проводити порівняльний аналіз з боку інвесторів та регулюючих органів. У низці країн обов'язковому державному регулюванню підлягають окремі аспекти соціальної активності компаній. В Бельгії, Данії, Фінляндії, Швеції, Греції, Німеччині, Індонезії, Люксембурзі, Голландії, Малайзії та інших країнах розроблено нормативні акти, які встановлюють обов'язковість регулювання СВБ.

В англосаксонських країнах отримала розповсюдження практика добровільного прийняття зобов'язань у вигляді кодексів компаній і ділових асоціацій, а не законодавчих змін корпоративного управління. Пріоритетним напрямком діяльності компанії в англосаксонській моделі СВБ є благодійна діяльність. У Сполучених Штатах загальна сума пожертв благодійних організацій дорівнює майже 1,7% ВВП. Однак, у світовій практиці добродійність посідає малу частку (біля 3%) від загального обсягу соціально-відповідальних програм компаній, в той час як цифровий бізнес всіляко сприяє вирішенню актуальних соціальних проблем, зміцнюючи довіру населення та своїх клієнтів до себе.

Суттєвими відмінностями наведених двох моделей є різні джерела регулювання діяльності підприємств та ідеологія бізнесу, хоча обидві системи існують та діють паралельно. Проте в розвинених країнах найбільші цифрові та промислові підприємства, які досягли певного рівня стабільності бізнесу, дотримуються переважно рейнської моделі соціальної відповідальності бізнесу. За неї бізнес-корпорації дотримуються низки принципів, таких як: прозорість, керованість та стабільність, піклування та надійність рівноправного представника території чи регіону.

Канадська модель СВБ передбачає акцент на удосконаленні якості продукції та безпечності робочих місць, і загалом враховує характерні особливості американських, європейських та австралійських моделей соціальної відповідальності бізнесу.

Дотримання принципів соціальної відповідальності бізнесу дозволяє корпораціям:

- збільшити прибутки, прискорити темпи росту;
- отримати доступ до інвестицій завдяки тому, що при їх розподілі інвестори беруть до уваги показник, який характеризує діяльність компанії у соціальній та етичних сферах, наприклад в сфері захисту навколишнього середовища;
- покращити свою репутацію, зробити бренд привабливішим;
- підвищити лояльність споживачів до продуктів певної компанії з прийняттям відповідальності перед навколишнім середовищем та інших соціальних аспектів;
- обґрунтувати для споживачів високі ціни продуктів через придбання дорожчих але «відповідальних» товарів;
- залучити та утримати співробітників завдяки відповідності цінностей;
- підвищити якість виробництва продукції;
- скоротити претензії з боку контролюючих органів;
- підвищити ефективність управління ризиками.

Всі ці ефекти сприяють підвищенню конкурентоспроможності компанії та скороченню операційних витрат, ефективності використання електроенергії або продажу перероблених матеріалів. У підсумку такі зусилля призводять до зміцнення ринкових позицій корпорації та зростання прибутку, а кошти, затрачені на реалізацію програм соціальної відповідальності набувають змісту соціальних інвестицій.

Соціальні інвестиції.

Концепція соціальних інвестицій базується на розумінні найбільш прагматичної форми здійснення СВБ, що виступає підґрунтям для



спільних інтересів акціонерів та інших груп соціальних акторів. В умовах становлення цифрової економіки, інвестування в СВБ стає новим напрямком, що стрімко розвивається. Важливу роль у цьому відіграють спеціалізованими скринінгові агенції, які використовують низку різних інструментів і систем вимірювання. Ідея соціального інвестування пов'язана не тільки з визнанням принципу оберненості витрат на соціальні програми, але й з визначеними стратегіями СВБ, характерними для цифрової реальності (Midgley, 2017).

В цьому аспекті концепції СВБ протистоять традиційна практика доброчинності та філантропії, яка здійснюється у вигляді грошової та товарної допомоги доброчинним, соціальним та культурним організаціям. Соціальне інвестування ж навпаки визначають як політику різнобічної участі у житті суспільства, яка не обмежується матеріальною та фінансовою допомогою з прибутку компанії, бо передбачає також участь працівників бізнес-корпорацій у підтримці суспільства, їх активного залучення в обговорення важливих питань територіального значення, участі у спільних соціальних проектах з іншими компаніями тощо.

Для соціально відповідального інвестування значну роль відіграє вплив інвесторів на компанії, їхню здатність за допомогою інструментів фінансового ринку або акціонерів впливати на вартість та розвиток корпорації, а також важливість громадської думки, інформованість стейкхолдерів бізнесу шляхом публікації соціальної звітності, висновків соціального аудиту та формування рейтингу компанії.

На сьогодні у світі найбільшого розповсюдження отримали три типи стратегії участі бізнесу у соціальній сфері (традиційна доброчинність, стратегічна доброчинність та соціальні інвестиції), які різняться за результатами діяльності бізнесу. Однак найважливішою відмінністю соціального інвестування від традиційної доброчинності є те, що при виборі отримувача коштів використовують критерії соціальної відповідальності, завдяки чому здійснюється мультиплікація принципів соціальної відповідальності бізнесу та розширення сфери їх застосування.

У сучасних умовах спостерігається посилення впливу чинників, які загострюють необхідність запроваджувати СВБ, а саме:

- цифрова трансформація структури виробництва та споживання;
- обмеженість ресурсів;
- зміни у глобальній економіці;
- погіршення стану навколишнього середовища;

- динаміка політичних процесів;
- демографічні зміни.

СВБ в Україні.

В Україні системне поширення ідей СВБ було започатковано 1996 року Українською асоціацією якості та Українським союзом промисловців та підприємців (УСПП) одночасно з запровадженням принципів всеохоплюючого управління на основі системи якості (TQM), зокрема проведення конкурсів організаційної досконалості за моделлю EFQM. Враховуючи актуальність та важливість питання, на початку 2003 року Міжнародна організація із стандартизації (ISO) створила Стратегічну консультативну групу з питань соціальної відповідальності, яка у 2004 році представила звіт, одним з пунктів якого була рекомендація щодо необхідності розробки стандарту серії ISO з соціальної відповідальності.

Проте категорією «соціальна відповідальність бізнесу» в Україні почали оперувати від 6 грудня 2005 року, коли в Києві Представництвом ООН в Україні було проведено Форум «Соціальна відповідальність бізнесу та Глобальний Договір». Головним завданням цього заходу було визначення та мобілізація основної групи українських компаній у створенні Української мережі Глобального договору, зацікавлених у реалізації завдань покращення стандартів бізнесу, керуючись принципами соціальної відповідальності та етики бізнесу. У 2011 році було відкрито Центр взаємодії бізнесу та суспільства – експертну організацію з питань СВБ та сталого розвитку. Місією Центру було визначено розвиток взаємодії бізнесу та суспільства через популяризацію СВБ.

В рамках проекту «Розробка національного порядку денного з СВБ» у 2011 року 17 українських компаній та організацій підписали «Декларацію про відповідальне бізнес-партнерство», взявши зобов'язання працювати над просуванням принципів прозорості та чесного ведення бізнесу, захисту прав людини, у тому числі в сфері трудових відносин, охорони навколишнього середовища та безпеки праці включно з постачальниками та партнерами. Загалом обговорення актуальних питань СВБ відбувалось на багатьох семінарах і конференціях, які й стали засобом прийняття, поширення та формування СВБ в Україні.

Можна визначити ряд важливих факторів, які особливо вплинули на інституалізацію СВБ в Україні, а саме:

1. Структура економіки. Довгий час зберігалась переважна роль, металургії, машинобудування, хімічної промисловості, а



отже розвиток СВБ значно залежав від політики компаній у цьому секторі економіки.

2. Іноземні інвестиції. Іноземні компанії та спільні підприємства, як очікувалось, очолять розвиток СВБ, надаючи найкращу міжнародну практику в цій сфері.

3. Неefективна система соціального захисту. Багато великих компаній успадковували велику соціальну інфраструктуру (житловий фонд, дитячі садки, будинки відпочинку, тощо), яку вони утримували, вважаючи це діяльністю з СВБ.

4. Децентралізація влади. Процес децентралізації в Україні призвів до зміни політики формування місцевих бюджетів з центрального бюджету, що довгий час обмежував стимули та можливості органів місцевого самоуправління у реалізації соціальних та інших програм, знижуючи залучення регіональних компаній для сприяння місцевого розвитку.

5. Відсутність інституційної підтримки та спеціального урядового органу, який міг би запроваджувати інструменти, стандарти й методики реалізації політики СВБ. Також немає розвиненої мережі неурядових організацій, які б могли підтримувати діяльність СВБ.

6. Трудове законодавство. Практика СВБ, пов'язана з робочою силою підприємства, повинна концентруватися на забезпеченні дотримання законів про працю, а не на порушенні їх. Україна має прийнятний рівень формальних зобов'язань, але про належний рівень їхнього виконання все ще не йдеться, позаяк є численні порушення існуючих норм і вимог законодавства. Найбільш доцільним у цьому контексті є ухвалення відповідної Національної СВБ в Україні, яка б мала чітко зафіксувати позицію держави у цій сфері. Прийняття такого документа безумовно сприятиме покращенню репутації бізнесу всередині країни і за її межами, продемонструє прагнення України рухатися в руслі сучасних європейських і світових тенденцій дотримання СВБ та відповідально ставитись до проблем суспільства і навколишнього середовища.

Висновки

Цифрова трансформація створює нові можливості для сприяння практичному становленню СВБ підготовки персоналу. Це відноситься до формування кодексів корпоративної поведінки та етики бізнесу в Україні. Соціальними передумовами формування та поширення концепції СВБ стали такі тенденції розвитку цифрового суспільства, як прискорення процесу організаційних змін у сфері виробництва та посилення конс'юмеристських очікувань у сфері масової суспільної свідомості.

Стійкою тенденцією в сучасному цифровому світі, в тому числі й в Україні є розширення соціальної функції бізнесу за межі мінімально визначених суспільством зобов'язань. Інституалізація СВБ в сучасному світі перетворює цей рух в інструмент цифрової глобалізації. Компанії, які відмовляються слідувати її принципам, виключаються з глобальної системи економічної взаємодії, їх конкурентні можливості суттєво знижуються.

Можна визначити такі основні фактори, що визначають специфічність формування соціально відповідальних практик в Україні: усталеність негативних соціальних очікувань населення по відношенню до держави; недостатня сформованість суспільних очікувань від СВБ; високий ступінь об'єктивної залежності бізнесу від політики, держави та місцевих органів влади; концепція СВБ в нашій країні все ще недостатньо проявляє відповідність процесам цифровізації та глобалізації, не виступає джерелом об'єднання представників усіх рівнів вітчизняного бізнесу. В основі діяльності українських підприємств в сучасних умовах повинні бути не лише запозичені західні зразки соціальної відповідальності бізнесу, але й принципи синергетичної взаємодії бізнесу з державною та муніципальною владою, що враховує вітчизняну специфіку соціально-економічного середовища та управлінських традицій.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

- Алоні, Г. (2008). *Етика бізнесу: соціально-філософський аспект*: автореф. канд... філос. Київ : Академія педагогічних наук України. Інститут вищої освіти.
- Безрукова, О. А. (2015). *Відповідальність в сучасному світі: соціологічні інтерпретації та емпіричні студії* : монографія. Запоріжжя : Вид-во комунального закладу «Хортицький нац. навчально-реабіліт. центр».
- Ермоленко, А. Н. (1994). *Этика ответственности и социальное бытие человека (современная немецкая практическая философия)*. Київ: Наук. думка.
- Ермоленко, А. (ред.). (2016). *Соціальна відповідальність як основна цінність інституалізації сучасного суспільства*. Київ : Наук. думка.
- Квітка С. А. (2013). Партнерство влади та бізнесу: європейські підходи і концепції. *Аспекти публічного управління*, 1(1), 10-15.
- Квітка С. А. (2017 а). Вплив глобального громадянського суспільства на взаємодію влади та бізнесу. *Публічне адміністрування: теорія та практика. Електронний збірник наукових праць*, 2. URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2017-02\(18\)/3_1.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2017-02(18)/3_1.pdf)



- Квітка С. А. (2017 б). *Державне управління формуванням партнерських відносин між владою та бізнесом в умовах соціальних перетворень*: монографія. Дніпро: «Грані».
- Квітка, С. (2018). Державне управління взаємодією влади та бізнесу: європейський досвід для України. *Аспекти публічного управління*, 6(4), 48-54. <https://doi.org/10.15421/15201823>
- Квітка, С. (2021). Цифрова трансформація в контексті концепції «Довгих хвиль» М. Кондратьєва. *Аспекти публічного управління*, 9(SI (1), 24-28. <https://doi.org/10.15421/152155>
- Квітка, С., Новіченко, Н., Гусаревич, Н., Піскоха, Н., Бардах, О., & Демосенко, Г. (2020). Перспективні напрямки цифрової трансформації публічного управління. *Аспекти публічного управління*, 8(4), 129-146. <https://doi.org/10.15421/152087>
- Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні*. Відновлено з svb.ua/default/files/201108_koncepciya_nacionalnoyi_strategiyi_svb.pdf
- Резнік, В. (Ред.). (2019). *Формування відповідального суспільства: держава, політичні рухи, бізнес*. Київ : Інститут соціології НАН України.
- Хорунжий, Г. Ф. (ред.). (2009). *Моральний вимір економіки. Соціальна відповідальність бізнесу та економічна ефективність*. Київ: УБС НБУ.
- Midgley, J. (2017). *Social investment: concepts, uses and theoretical perspectives. Social investment and Social Welfare*. In J. Midgley, E. Dahl, A. Conly Wright (eds.). (pp. 13-32). Edward Elgas Publishing.

REFERENCES

- Aloni, H. (2008). *Etyka biznesu: sotsialno-filosofskyi aspekt [Business ethics: socio-philosophical aspect*. Extended abstract of Candidate's thesis. Kyiv: Akademiia pedahohichnykh nauk Ukrainy. Instytut vyshchoi osvity.
- Bezrukova, O. A. (2015). *Responsibility in the modern world: sociological interpretations and empirical studies*. Zaporizhzhia: Vyd-vo komunalnoho zakladu «Khortytskyi nats. navchalno-reabilit. tsentr».
- Ermolenko, A. N. (1994). *Ethics of responsibility and social existence of the person (modern German practical philosophy)*. Kyiv: Nauk. dumka.
- Kvitka, S. A. (2017a). Impact of global civil society on the interaction of power and business. *Public administration: theory and practice. Electronic collection of scientific papers*, 2. Retrieved from [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2017-02\(18\)/3_1.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2017-02(18)/3_1.pdf)
- Kvitka, S. A. (2017b). *Public administration of the formation of partnership relations between the government and business in the conditions of social transformations*: monograph. Dnipro: "Grani".
- Kvitka, S. (2021). Digital Transformation in the Context of the Concept of «Long Waves» М. Kondratiev. *Public Administration Aspects*, 9(SI,1), 24-28. <https://doi.org/10.15421/152155>
- Kvitka, S. A. (2013). Partnership of power and business: European approaches and conceptions. *Public Administration Aspects*, 1(1), 10-14. <https://doi.org/10.15421/151302>
- Kvitka, S., Novichenko, N., Husarevich, N., Piscokha, N., Bardakh, O., & Demoshenko, G. (2020). Promising directions of digital transformation of public administration. *Public administration aspects*, 8(4), 129–146. <https://doi.org/10.15421/152087>
- Khoruzhiy, H. F. (Ed.). (2009). *The moral dimension of the economy. Social responsibility of business and economic efficiency*. Kyiv: UBS NBU.
- Concept of the National Strategy of Corporate Social Responsibility in Ukraine*. Retrieved from svb.ua/default/files/201108_koncepciya_nacionalnoyi_strategiyi_svb.pdf [in Ukrainian].
- Midgley, J. (2017). *Social investment: concepts, uses and theoretical perspectives. Social investment and Social Welfare*. In J. Midgley, E. Dahl, A. Conly Wright (eds.). (pp. 13-32). Edward Elgas Publishing.
- Reznik, V. K. (Ed.). (2019). *Formation of a responsible society: the state, political movements, business*. Kyiv: Instytut sotsiologiyi NAN Ukrainy.
- Yermolenko, A. K. (Ed.). (2016). *Social responsibility as the main value of the institutionalization of modern society*. K.: Nauk.dumka.