

УДК 352:334.72

DOI <https://doi.org/10.32782/cuj-2024-1-11>**Якубів Валентина Михайлівна**

доктор економічних наук, професор, перший проректор,  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника  
ORCID: 0000-0002-5412-3220

**Бурик Мирослав Мирославович**

кандидат наук з державного управління,  
докторант кафедри публічного управління та адміністрування,  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника  
ORCID: 0000-0001-8939-1324



## ВЗАЄМОДІЯ БІЗНЕСУ ТА МІСЦЕВОЇ ВЛАДИ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

*Досягнення стратегічних цілей розвитку муніципальної освіти в умовах обмежених фінансових, кадрових та інших ресурсів неможливе без ефективної взаємодії місцевих органів влади, бізнес-спільноти та населення, яке проживає на його території. У зв'язку з цим запровадження нових механізмів управління, заснованих на партнерських відносинах, має стати одним із пріоритетів соціально-економічної політики.*

*У статті розглядаються форми соціальної активності вітчизняних компаній у галузі корпоративної відповідальності на територіях їх присутності. У статті відзначається, що саме найнижчий рівень управління, де відбувається перетинання соціальних інтересів компаній та місцевих спільнот, має високий потенціал для соціальної активності компаній на благо суспільства.*

*У статті пропонуються заходи щодо вдосконалення взаємодії влади та бізнесу, серед яких: розробка концепції в галузі корпоративної соціальної відповідальності на місцевому рівні та створення громадських рад щодо розвитку територій.*

*Зазначено також, що для пошуків взаємодії бізнесу та місцевої влади доцільно в Україні запровадити інститут муніципально-приватного партнерства, яка постає як форма оптимізації здійснення муніципальними органами влади своїх функцій, ефективного надання населенню публічних благ. При цьому реалізується потенціал бізнесу із збереженням контролю муніципалітету у соціально значущих секторах економіки.*

**Ключові слова:** муніципально-приватне партнерство, органи місцевого самоврядування, корпоративна соціальна відповідальність, приватний бізнес, модель взаємодії бізнесу і влади.

### **Yakubiv V. M., Buryk M. M. INTERACTION BETWEEN BUSINESS AND LOCAL GOVERNMENT IN THE CONTEXT OF FORMING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

*Achieving the strategic goals of the development of municipal education in conditions of limited financial, personnel and other resources is impossible without the effective interaction of local authorities, the business community and the population living on its territory. In this regard, the introduction of new management mechanisms based on partnership relations should become one of the priorities of social and economic policy.*

*The article examines the forms of social activity of domestic companies in the field of corporate responsibility in the territories of their presence. The article notes that the lowest level of management, where the social interests*

*of companies and local communities intersect, has a high potential for social activity of companies for the benefit of society.*

*The article proposes measures to improve the interaction of government and business, including: development of a concept in the field of corporate social responsibility at the regional level and the creation of public councils for the development of territories.*

*It was also noted that in order to revitalize the interaction between business and local authorities, it is advisable to introduce the institution of municipal-private partnership in Ukraine, which appears as a form of optimizing the performance of municipal authorities' functions and the effective provision of public goods to the population. At the same time, the potential of business is being realized while preserving control of the municipality in socially significant sectors of the economy.*

**Key words:** *municipal-private partnership, local self-government bodies, corporate social responsibility, private business, model of interaction between business and government.*

**Вступ.** Соціально відповідальна поведінка суб'єктів суспільства – органів місцевої влади, бізнесу, громадських організацій виступає ключовим фактором сталого соціально-економічного розвитку, підвищення якості та рівня життя внаслідок консолідації зусиль та взаємодії бізнесу, влади та суспільства. Приватний сектор виконує важливу роль у соціально-трудових відносинах, оскільки йому притаманні динамічність розвитку, сприйнятливність нових технологій і володіння значними для цього ресурсами. Впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), діяльність організацій – це, перш за все, соціалізація трудових відносин. Необхідність використання принципів КСВ можна пояснити тим, що в сучасних умовах дуже важливо стежити за процесами економічної інтеграції, формування позитивного іміджу компаній на території присутності, отримання додаткових конкурентних переваг за допомогою соціально відповідальної політики. Варто зазначити, що в Україні недостатньо досліджено теоретичні питання інтерпретації принципів КСВ, уявлення про сутність, зміст, сфери та форми реалізації соціальної відповідальності бізнес-структур. Ця проблема особливо актуальна на рівні регіонів та територіальних громад. Це пов'язано з тим, що в умовах глобалізації процеси регіоналізації посилюються, тобто адміністративно-територіальні одиниці стають самостійними економічно. У боротьбі за інвестиції адміністративно-територіальні одиниці та регіони приділяють особливу увагу соціальній та економічній політиці території, тим самим підвищують якість життя населення. Отже,

вплив органів місцевого самоврядування у соціально-економічному розвитку регіону та держави загалом значно посилюється. У ситуації, що склалася, місцева влада прагне забезпечувати конкурентоспроможність і сталий розвиток територіальних громад на основі використання та вдосконалення наявного потенціалу. Однак стійкий конкурентоспроможний розвиток локальної території неможливо забезпечити без сталого розвитку його суб'єктів господарювання, тобто бізнес-структур, а також без урахування інтересів суспільства, держави та бізнесу. Не можна заперечувати той факт, що базові інтереси місцевих органів влади, бізнес-структур та громадських організацій дуже близькі – всі вони зацікавлені у соціально-економічній стабільності та розвитку території їх присутності. Водночас існують причини, що гальмують розвиток соціальної відповідальності бізнесу: орієнтація суб'єктів господарювання на отримання прибутку будь-якими шляхами, ігноруючи соціальні інтереси працівників та суспільства; економічна криза сприяла розвитку опортуністичної поведінки бізнес-структур. Війна посилила ці процеси й значно зменшила можливості бізнесу бути соціально відповідальним. В даний час необхідно сформуванати інституційне середовище, яке сприяло б соціальному розвитку трудових колективів, як всередині організації, так і на території присутності. Очевидно, що виникає необхідність розробки підходів до гармонійної взаємодії ключових суб'єктів, які сприяли б підвищенню ефективності функціонування господарського комплексу території. При цьому важливо оцінити роль

та внесок соціально відповідального бізнесу у сталий, прогресивний розвиток адміністративно-територіальних одиниць, в рамках якого здійснюється його основна діяльність.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

В останні десятиліття у світовій науці та практиці з'явилася значна кількість різних концепцій та теорій, які намагаються пояснити сутність взаємин бізнесу з місцевими органами влади з погляду їх соціальної відповідальності. Вкладаючи частину коштів у соціальні та філантропічні програми, корпорації скорочують свій поточний прибуток, але у довгостроковій перспективі створюють сприятливе соціальне оточення і, таким чином, стійкий прибуток у майбутньому. Удосконалити систему взаємодії та партнерських відносин між органами місцевого самоврядування та бізнесом на основі методів планування, координації діяльності, інформаційного забезпечення та контролю, пропонує у своїй праці А. В. Дубков [1].

Партнерство бізнесу та влади дозволяє об'єднати переваги приватних акторів (інновації, технічні знання та навички, організаційна ефективність, підприємливість) та можливості влади, яка є гарантом соціальної справедливості та відповідальності з метою реалізації високоякісних інфраструктурних послуг для населення [7].

Однак, як показують результати досліджень зарубіжних учених, співпраця можлива лише в умовах здатності та готовності місцевих органів влади до формування міцних робочих відносин з партнерами [9], а також ефективної системи мотивації [5]. При цьому місцеві органи влади, на думку С. Зао та С.Л. Моргана (Zhao, Morgan, 2017) у [12], повинні активно співпрацювати з бізнес-партнером і допомагати йому в питаннях отримання субсидій на наукові дослідження та розробки, надавати підтримку в отриманні дозволів на використання нових технологій, розроблених приватними фірмами. Особливе значення у практиці реалізації співробітництва відведено інформаційній відкритості органів влади [6], підвищення якості інформації при зниженні рівня надлишкового контролю [11], розвитку довіри та забезпечення гарантій [10].

**Мета статті** – дослідження обмежень та ресурсів взаємодії місцевої влади та бізнесу, визначення найбільш затребуваних та перспективних форм співробітництва в сучасних умовах.

**Матеріали та методи.** Під сутністю корпоративної соціальної відповідальності як її основної ідеї слід розуміти сприяння соціальному розвитку компанії, місцевого співтовариства та суспільства загалом; під змістом – таку діяльність компанії, за якої взаємодія з усіма зацікавленими сторонами спрямована на ефективний соціальний розвиток внутрішнього та зовнішнього середовища свого бізнесу та місцевого співтовариства відповідно до стратегічних бізнес-цілей у рамках та понад встановлені законодавством вимог та зобов'язань.

Необхідно виділяти два ключові напрями КСВ – внутрішньої та зовнішньої, що зумовлено насамперед середовищем реалізації корпоративної відповідальності. Внутрішньокорпоративна соціальна відповідальність виражається у відношенні до персоналу компанії, акціонерів, розвитку людських ресурсів на підприємстві в цілому, а зовнішньокорпоративна соціальна відповідальність – розвитку місцевого співтовариства та інших зовнішніх зацікавлених сторін. Даний поділ необхідний для розуміння системності, комплексності КСВ, форм її реалізації й у кінцевому підсумку з урахуванням інтересів основних внутрішніх та зовнішніх зацікавлених сторін з метою отримання найповнішого економічного та соціального ефекту [3].

Зокрема, зовнішньокорпоративна соціальна відповідальність має забезпечуватись у таких напрямках:

1. Природоохоронна діяльність та ресурсозбереження (заходи щодо запобігання забруднення навколишнього середовища; заходи щодо економного споживання природних ресурсів; заходи щодо повторного використання та утилізації відходів тощо);

2. Розвиток місцевої спільноти (підтримка соціально незахищених верств населення; спонсорування місцевих культурних, освітніх та спортивних організацій та заходів; участь у благодійних акціях та ін.);

3. Розвиток сумлінної ділової практики (політика інформаційної відкритості компанії; виконання програм добровільного обмеження сфер ведення бізнесу; реалізація програм співпраці з місцевою владою, асоціаціями споживачів та громадськими організаціями та ін.).

Отже, політика щодо місцевих спільнот – лише один із напрямів діяльності компанії у галузі КСВ. Іноді вона називається стратегією компанії в соціальній сфері або регіональною соціальною політикою (цей термін застосовується транснаціональними та великими національними компаніями).

Під політикою компанії щодо місцевих спільнот мається на увазі взаємодія компанії з населенням та органами місцевої влади території, якою вона оперує.

У промислово розвинених країнах така діяльність розглядається як частина бізнес-стратегії компанії, спрямована на забезпечення виходу компанії на нові ринки, покращення її взаємовідносин з місцевими співтовариствами, покращення репутації, отримання чи захист ліцензії на роботу (так званий суспільний договір), підвищення лояльності співробітників тощо.

Форми соціальної активності компаній у місцевій спільноті, на наш погляд, можуть бути поділені на дві групи: безпосередньо пов'язані з основною діяльністю компанії та засновані на поєднанні інтересів компанії та території.

До першої групи соціальної активності, безпосередньо пов'язаної з основною діяльністю компанії, належать:

- впровадження стандартів, кодексів відповідального бізнесу; соціально відповідальний маркетинг;
- соціально значимий маркетинг;
- залучення клієнтів до соціальних проектів;
- державно-приватне партнерство у вигляді концесійного договору на надання послуг з будівництва, модернізації, обслуговування об'єктів інфраструктури.

До другої групи соціальної активності компаній, заснованої на суміщенні інтересів компанії та території, належать:

- прямі перерахування до бюджету на «недоформовані» соціальні витрати, до соціальних установ, до фондів місцевих спільнот;

- адресна допомога соціально незахищеним верствам населення;

- проектне фінансування (наприклад, виділення грантів переможцям ярмарків проектів некомерційних організацій);

- фінансування іменних проектів у межах фондів місцевих угруповань.

Таким чином, у рамках реалізації політики компанії щодо місцевих спільнот використовуються всі інструменти міжсекторного соціального партнерства у вирішенні соціальних проблем регіонів. До таких інструментів належать: соціальне замовлення, грант, ярмарки проектів некомерційних організацій, спільне проведення заходів, фонди місцевої спільноти, концесійні угоди тощо.

Інтереси бізнесу у громадах дуже різноманітні. Територіальні стратегії розвитку та соціальні інтереси візуалізовано у табл. 1. Подана класифікація може допомогти представникам влади у побудові механізму взаємодії з компаніями у реалізації соціальної політики. Найбільш сприятливі умови для співпраці складаються у базових громадах. У громадах експансії інтереси бізнесу зосереджені переважно на внутрішніх соціальних програмах, але влада може залучати бізнес до вирішення соціальних проблем. У периферійних громадах бізнес слабо зацікавлений у реалізації регіональної соціальної політики та обмежується переважно благодійністю. У цих умовах спроби місцевої влади діяти поза системою координат соціальних інтересів великого бізнесу, швидше за все, призведуть до відтворення неформального обміну ресурсами (соціальні виплати в обмін на привілеї) або прямого примусу, що гальмуватиме рух до прозорості соціальної політики корпорацій та їх розвиток у цілому.

При розгляді політики вітчизняних компаній щодо місцевих спільнот необхідно враховувати модель взаємодії бізнесу і влади, що склалася. Наразі виділяють такі моделі взаємодії місцевої влади та бізнесу:

- модель «придушення та примусу» / «добровільно-примусова благодійність», що передбачає адміністративний тиск та «організоване спонсорвання»;

Таблиця 1

**Матриця соціальних інтересів великого бізнесу**

Тип/підтип території	Соціальні інтереси	Характер взаємовідносин бізнесу та місцевої влади
1. Базові	Стабільний розвиток, покращення якості трудових ресурсів, взаємодія з метою захисту власності	Активно співпрацюють із владою
2. Регіональні полюси зростання	Зовнішній бізнес поки не є значним соціальним фактором. Групи, що входять до регіонів, не готові прийняти на себе ті соціальні зобов'язання, які поклалися на регіональні бізнес-групи	Місцева влада проводить соціальну політику в активній взаємодії з регіональним бізнесом
2.1. Території з перспективними ресурсами	Інтереси приватних компаній не високі, оскільки в останні роки перспективні ліцензії на видобуток отримують більшою мірою державні компанії	Менш відкриті та ініціативні у реалізації соціальної політики
2.2. Території із переробними підприємствами	Вертикально інтегровані бізнес-групи у місцях розташування суміжних та переробних підприємств свої соціальні інтереси обмежують межами органів місцевого самоврядування	Можуть застосовуватися точкові програми та проекти переважно на муніципальному рівні
2.3. Території відновлення	До завершення відновлення говорити про стабільну соціальну політику компаній у громадах не доводиться	Бізнес здійснює разову благодійність та соціальні програми для залучення на свій бік влади
2.4. Найважливіші транзитні території	Соціальні інтереси бізнесу спрямовані на співпрацю з владою	Влада має пропонувати ініціативи та програми, які підтримає бізнес
3. Території з особливими умовами для розвитку	Великий бізнес представлений незначною мірою (в основному монополіями) або зовсім відсутній. Дочірні підприємства державних монополій орієнтовані більшою мірою на взаємодію з центром, ніж з місцевою владою	Участь бізнесу у соціальній політиці обмежується благодійністю та разовими соціальними програмами

Джерело: побудовано автором з урахуванням Закону України від 05.02.2015 № 156-VIII «Про регіональний розвиток»

– модель «патронажу», що передбачає компенсацію витрат бізнесу за реалізацію соціальних програм та проектів;

– модель «невтручання», коли місцева влада займає позицію невтручання у соціальну політику, яку проводить бізнес;

– модель «партнерства», яка побудована на компромісі та врахуванні інтересів обох сторін;

– модель «торг» характерна для взаємодії, що будується на принципі: «вигідно одному – невигідно іншому»;

– «місто-комбінат» – модель, у якій компанії підміняють собою функцію органів місцевої влади у вирішенні соціальних проблем та фінансування соціальної інфраструктури;

– модель «соціальне партнерство» – ґрунтується на взаємодії за принципом «вигідно кожному – вигідно всім». У цій моделі сторони усвідомлюють, що ні держава, ні бізнес,

ні місцеве самоврядування, ні громадськість поодиноці не можуть забезпечити добробут територій, політичну та економічну стабільність.

Україні потрібно запроваджувати у післявоєнний період саме останню модель, адже вона найефективніша модель взаємодії бізнесу та місцевої влади, яка передбачає спільне визначення пріоритетів соціальної політики місцевих спільнот та тих сфер, у яких бізнес може брати активну участь. У ній представники місцевої влади виконують функцію координатора соціальних вкладень місцевого бізнесу, гаранта їх ефективного та цільового використання.

У багатьох громадах розроблено, затверджено та успішно реалізуються відповідні міські програми розвитку малого і середнього підприємництва. Так, під час війни, саме органи самоврядування, найактивніше розпо-

чали підтримувати бізнес. Зокрема, йдеться про такі інструменти взаємодії: комунікації з підприємцями, сприяння у доступі до грантів та програм підтримки, навчальні та ділові події, виробничий туризм, інвестиційний паспорт, інвестиційний портал, співпраця з приватними інвестиційними об'єктами, робота з «портретами інвесторів», кластери, розвиток бренду громади [2].

Зі свого боку, суб'єкти малого та середнього бізнесу забезпечують додаткові робочі місця та надходження до місцевих бюджетів. Набагато складнішою є проблема взаємодії муніципальної влади з великим бізнесом. Продукція таких підприємств реалізується поза межами громади. Багато таких підприємств мають загальнодержавне значення. Жодних повноважень щодо нормативно-правового чи економічного впливу органів місцевого самоврядування на великий бізнес, що функціонує на території громади, у вітчизняному законодавстві не передбачено.

Проаналізувавши практику взаємодії компаній з місцевою владою у рамках політики щодо місцевих спільнот, для її реалізації необхідно провести такі заходи:

1) здійснювати взаємодію компаній з місцевою владою, активно використовуючи інструменти економічної мотивації, механізм соціального партнерства;

2) враховувати інтереси бізнес-груп, які ведуть свою діяльність у територіях присутності, відповідно до матриці соціальних інтересів великого бізнесу, а також шукати можливість залучення малого та середнього бізнесу;

3) створити громадські ради з розвитку територій (далі – Ради);

4) розробити концепцію в галузі КСВ, основним завданням якої є узгодження інтересів бізнесу, влади та суспільства, вибір пріоритетів, інструментів реалізації стратегії тощо.

Громадські ради щодо розвитку територій – інноваційна форма реалізації соціальної політики на місцевому рівнях. Вони, на нашу думку, можуть створюватися з урахуванням закордонного досвіду корпорацій місцевого розвитку (Community Development Corporation). Їх мета – розвиток територій.

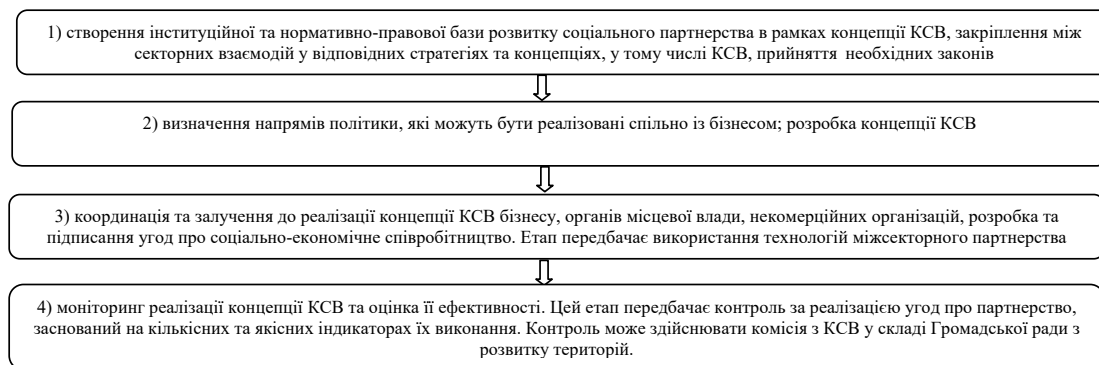
Завдання Рад – активізація бізнесу та міжсекторної взаємодії у створенні робочих місць, зростанні бази оподаткування, підвищенні доходів населення для досягнення пріоритетів концепції КСВ для забезпечення сталого розвитку територій. У зв'язку з нестачею активності основної маси населення в самоорганізаційній діяльності, на початковому етапі Ради можуть об'єднувати представників бізнесу та влади: представників великого та середнього бізнесу; організацій, що представляють найбільші галузі малого підприємництва; кредитних, страхових та інвестиційних організацій; керівників органів влади відповідного рівня.

Побудова комплексної моделі взаємодії бізнесу та місцевої влади в рамках політики компаній щодо місцевих спільнот, на нашу думку, передбачає проходження наступних етапів (рис. 1).

Ці та інші заходи, спрямовані на «інкорпорування» відповідального бізнесу в соціальний простір громад, використання механізму соціального партнерства в рамках реалізації політики щодо місцевих громад, сприяють сталому розвитку як самих компаній, так і територій їх присутності.

Надання приватному сектору «надмірних потужностей» місцевого співтовариства дозволяє раціоналізувати практики соціального партнерства [4]. Міська ініціатива співпраці (Sharing City Initiative) «передбачає здійснення програм обміну, спрямованих на надання можливостей тим, хто потребує громадських об'єктів, таких як парковка, конференц-зали, публічні бібліотеки та ін.» [8]. Активна та гнучка позиція місцевої влади, аналіз інтересів та потреб бізнес-спільноти, ефективне використання об'єктів муніципальної власності є умовою реалізації нових форм взаємодії органів місцевого самоврядування та приватного сектора на засадах економіки співробітництва.

Одним з важливих напрямів удосконалення механізму взаємодії місцевої влади та бізнесу, а в цілому – реалізації соціальної функції місцевого самоврядування, є формування та використання у вітчизняному праві перспективних, широко апробованих у зарубіжній



**Рис. 1. Процес формування комплексної моделі взаємодії бізнесу та місцевої влади**

*Джерело: побудовано автором*

практиці (Великобританія, Сполучені Штати Америки, Канада, Австралія тощо) моделей співробітництва місцевої влади та приватного сектора, які у своїй сукупності утворюють правовий інститут муніципально-приватного партнерства. Для національної правової системи це нове явище, що передбачає необхідність його самостійного аналізу.

У нашому розумінні муніципально-приватне партнерство (далі – МПП) – це сукупність форм та механізмів середньо- та довгострокової взаємовигідної взаємодії (співробітництва) між органами місцевого самоврядування, з одного боку, та суб'єктами господарювання, з іншого боку, з метою реалізації суспільно значущих проектів на території громад. Важливо визначити ті характерні риси, які допомогли б відмежувати МПП від будь-яких інших форм взаємодії місцевої влади з бізнесом. По-перше, сторони партнерства мають бути представлені муніципальним та приватним сектором економіки. По-друге, співфінансування проектів у певних частках органом самоврядування та приватними компаніями або 100% фінансування приватним сектором (внесок муніципалітету в цьому випадку може бути у майновій формі, а також у формі надання права займатися певним видом діяльності).

Враховуючи, що саме місцевій владі має належати ініціатива щодо реалізації проектів на основі МПП, пропонується наступна послідовність дій:

1. Формування органами місцевого самоврядування проектів, прогнозованих для реалізації у вигляді МПП.

2. Розробка та упорядкування технічного завдання.

3. Проведення конкурсу (аукціону) на право укладання угоди.

4. Реалізація проекту.

5. Визначення перспектив створеного об'єкта.

Участь у МПП здійснюється з метою створення (будівництва, реконструкції) та (або) експлуатації об'єктів угоди, до яких можна віднести такі основні напрями:

1. Транспорт загального користування та транспортна інфраструктура.

2. Система житлово-комунального господарства, включаючи об'єкти газо-, тепло- та енергопостачання, водопостачання та водовідведення, очищення стічних вод, переробки та утилізації (поховання) твердих побутових відходів, а також об'єкти забезпечення функціонування та благоустрою житлового та нежитлового фонду на території громади.

3. Об'єкти енергопостачання, включаючи енергогенеруючі системи, а також системи передачі та розподілу енергії.

4. Об'єкти зв'язку та телекомунікацій комунальної власності.

5. Об'єкти, що використовуються в системі комунальної охорони здоров'я для здійснення медичної, лікувально-профілактичної та іншої діяльності.

6. Об'єкти освіти, виховання, культури та інші об'єкти соціально-культурного та соціально-побутового обслуговування.

7. Об'єкти, що використовуються для здійснення спорту та туризму

При встановленні МПП слід керуватися критеріями раціонального рівня та механізму забезпечення інтересів мешканців громад, а також соціально-економічної ефективності. Формування інституту МПП в Україні потребуватиме вирішення питань забезпечення: правового (створення нормативної бази), економічного (формування ринкових відносин між бізнесом та місцевою владою) та управлінського (знання посадових осіб місцевого самоврядування механізмів МПП).

Для надання цілеспрямованого характеру даному процесу доцільно створити незалежну від впливу органів місцевого самоврядування структуру, постійно діючу структуру, із завданням впровадження механізмів МПП і залучення інвесторів. Вона може бути створена у формі некомерційної організації (агентство, асоціація), яка б на професійній основі визначала пріоритетні напрями розвитку, потреби в інвестиціях, що враховують думку мешканців. Це агентство могло б служити буфером у взаєминах між бізнесом та місцевою владою – виступати правозахисником інтересів приватного сектору у конфліктах із органами місцевого самоврядування, а також гарантом публічної, суспільної, спрямованості МПП. Це багато в чому сприятиме встановленню довірчих та конструктивних відносин із підприємцями. Наразі в Україні

вже створено мережу агенцій регіонального розвитку та агенцій розвитку міст.

**Висновки.** Основним вектором залучення підприємницької спільноти у вирішення місцевих проблем може стати реалізація принципів економіки співробітництва, ресурсного обміну між владою та бізнесом, встановлення досить щільних зв'язків, у тому числі у формальному полі.

Існуючі дисфункції інституційного поля не дозволяють створити основу для нормативно-закріплених практик партнерства влади та бізнесу, що зумовлює пошук нової форми даної співпраці, якою може стати економіка співробітництва. Її перевагами є: облік інтересів партнерів, мінімізація ризиків, збереження неформального контексту взаємодії, що здебільшого відповідає запитам його ключових суб'єктів. В умовах обмеженості місцевих бюджетів ефективно використання муніципальної власності є фактором накопичення «надлишкового ресурсу», основою взаємовигідного співробітництва з бізнесом. Місцеві суспільні простори можуть бути використані підприємницьким сектором у контексті раціонального обміну. Принципи економіки співробітництва, що є однією з перспективних форм взаємодії, можуть бути адаптовані та використовуватись у контексті корпоративної соціальної відповідальності.

### Література

1. Дубков А. В. Методи взаємодії органів місцевого самоврядування з суб'єктами підприємницької діяльності задля соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 18. С. 137–142. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.18.137>.
2. Підтримка бізнесу в умовах війни: практичні рекомендації для громад. Клуб Ділових Людей Україна/ URL: <https://rubryka.com/article/biznes-u-gromadah/>.
3. Ситник Й., Юрченко Г. Актуалізація концепції корпоративної соціальної відповідальності в моделі економічного розвитку України. *Економіка та суспільство*. 2021 (24). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-21>.
4. Bauer R.M., Gegenhuber T. Crowdsourcing Global search and the twisted roles of consumers and producers. *Organization*. 2015. Vol. 22, Issue 5. P. 661–681. <https://doi.org/10.1177/1350508415585030>.
5. Bergh S. I. Assessing the Scope for Partnerships Between Local Governments and Community Based Organizations: Findings from Rural Morocco. *International Journal of Public Administration*. 2010. Vol. 33, Issue 12–13: Decentralization and Local Governance in Developing and Transitional Countries Pages 740–751. <http://dx.doi.org/10.1080/01900692.2010.513358>.
6. Geginat C., Saltane V. «Open for Business?» – Transparent government and business regulation. *Journal of Economics and Business*. 2016. Vol. 88. P. 1–21. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jeconbus.2016.06.001>
7. How shall we examine and learn about public-private partnerships (PPPs) in the health sector? Realist evaluation of PPPs in Hong Kong / E. L.Y. Wong et al. *Social Science & Medicine*. 2015. P. 147.



8. Moon M. J. Government-driven Sharing Economy: Lessons from the Sharing City Initiative of the Seoul Metropolitan Government. *Journal of Developing Societies*. 2017. Vol. 33, Issue 2. P. 223–243. <https://doi.org/10.1177/0169796X17710076>
9. Ollerenshaw A., Murphy A. & McDonald K. Leading the way: the integral role of local government within a multisector partnership delivering a large infrastructure project in an Australian growth region. *Local Government Studies*. 2017. Vol. 43. Issue 2. P. 291–314. <http://dx.doi.org/10.1080/03003930.2016.1274259>
10. Security Leader Insights for Business Continuity. Chapter 6 – Business Leading Government. Lessons and Strategies from Leading Security Professionals. 2015. P. 23–25. <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-800839-3.00006-1>
11. Tapping into existing information flows: The transformation to compliance by design in business to government information exchange. / N. Bharosa et al. *Government Information Quarterly*. 2013. Vol. 30. № 1. P. 9–18. – <http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2012.08.006>
12. Zhao S., Morgan S.L. Business Networks in East Asian Capitalisms, Chapter 4 – Business to Government Networks in Resource Acquisition: The Case of Chinese Private Enterprises. 2017. P. 69–91. <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-08-100639-9.00005-0>

### References

1. Dubkov, A. (2021). Metody vzaiemodii orhaniv mistsevoho samovriaduvannia z subiektamy pidpriemnytskoi diialnosti zadlia sotsialno-ekonomichnoho rozvytku terytorialnykh hromad [Methods of interaction of local self-government bodies with subjects of entrepreneurial activity for the socio-economic development of territorial communities]. *Investytsiiv: praktyka ta dosvid*, vol. 18, pp. 137–142. Retrieved from: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.18.137> [in Ukrainian].
2. Pidtrymka biznesu v umovakh viiny: praktychni rekomendatsii dlia hromad [Business support in wartime: practical recommendations for communities]. *Klub Dilovykh Liudei Ukraina – Club of Business People of Ukraine*. Retrieved from: <https://rubryka.com/article/biznes-u-gromadah/> [in Ukrainian].
3. Sytnyk, Y., & Yurchenko, G. (2021). Aktualizatsiia kontseptsii korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v modeli ekonomichnoho rozvytku Ukrainy [Actualization of the concept of corporate social responsibility in the model of economic development of Ukraine]. *Economy and society*. (24). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-21> [in Ukrainian].
4. Bauer, R.M., & Gegenhuber, T. (2015). Crowdsourcing Global search and the twisted roles of consumers and producers. *Organization*. Vol. 22, Issue 5. P. 661–681. <https://doi.org/10.1177/1350508415585030>
5. Bergh, S.I. (2010). Assessing the Scope for Partnerships Between Local Governments and Community Based Organizations: Findings from Rural Morocco. *International Journal of Public Administration*. Vol. 33, Issue 12–13: Decentralization and Local Governance in Developing and Transitional Countries Pages 740–751. <http://dx.doi.org/10.1080/01900692.2010.513358>
6. Geginat, C., & Saltane, V. (2016). «Open for Business?» – Transparent government and business regulation. *Journal of Economics and Business*. Vol. 88. P. 1–21. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jeconbus.2016.06.001>
7. How shall we examine and learn about public-private partnerships (PPPs) in the health sector? Realist evaluation of PPPs in Hong Kong (2015)/ E. L.Y. Wong et al. *Social Science & Medicine*. P. 147.
8. Moon, M.J. (2017). Government-driven Sharing Economy: Lessons from the Sharing City Initiative of the Seoul Metropolitan Government. *Journal of Developing Societies*. Vol. 33, Issue 2. P. 223–243. <https://doi.org/10.1177/0169796X17710076>
9. Ollerenshaw, A., Murphy, A., & McDonald, K. (2017). Leading the way: the integral role of local government within a multisector partnership delivering a large infrastructure project in an Australian growth region. *Local Government Studies*. Vol. 43. Issue 2. P. 291–314. <http://dx.doi.org/10.1080/03003930.2016.1274259>
10. Security Leader Insights for Business Continuity. (2015). Chapter 6 – Business Leading Government. *Lessons and Strategies from Leading Security Professionals*. P. 23–25. <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-800839-3.00006-1>
11. Tapping into existing information flows: The transformation to compliance by design in business to government information exchange (2013). / N. Bharosa et al. *Government Information Quarterly*. Vol. 30. № 1. P. 9–18. <http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2012.08.006>
12. Zhao, S., & Morgan, S.L. (2017). Business Networks in East Asian Capitalisms, Chapter 4 – Business to Government Networks in Resource Acquisition: *The Case of Chinese Private Enterprises*. P. 69–91. <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-08-100639-9.00005-0>