

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 338.242.4

ІЄРАРХІЯ СУБ'ЄКТІВ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕМ: ДЕРЖАВА – БІЗНЕС-АСОЦІАЦІЇ – ПІДПРИЄМСТВА

HIERARCHY OF SUBJECTS OF BUSINESS-ENVIRONMENT MANAGEMENT: THE STATE – BUSINESS-ASSOCIATIONS – ENTERPRISES

Біла І.С.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії,
Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

Насікан Н.І.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту і маркетингу,
Київський національний лінгвістичний університет

Bila Irina

Ph.D. in Economical Science, Associate Professor,
Department of Education Economics,
National Pedagogical Dragomanov University

Nasikan Nina

Ph.D. in Economical Science, Associate Professor,
Department of Management and Marketing,
Kyiv National Linguistic University

Розвинене бізнес-середовище є передумовою використання потенціалу бізнесу, підвищення ефективності і стабільності економічної системи, посилення позицій країни на міжнародному рівні. Сучасне ринкове бізнес-середовище характеризується складністю через наявність великої кількості чинників, які перебувають у різних комбінаціях; взаємозв'язком і взаємозумовленістю чинників його формування та розвитку; невизначеністю в умовах неповноти інформації про зовнішнє середовище; багатоваріантністю розвитку середовища через складність прогнозу дії його чинників у стратегічному періоді; динамізмом та мінливістю. Останнє зумовлює необхідність його управління, ефективність якого визначається адекватністю дій суб'єктів управління. Ця стаття присвячена ієрархії основних суб'єктів управління бізнес-середовищем – державі, бізнес-асоціаціям та підприємствам. Автори доходять висновку, що держава у цьому ланцюзі відносин має найбільші можливості впливу на умови функціонування бізнесу, бізнес-асоціації є «сполучним елементом» – захисником та лобістом бізнесового сектору перед державою, тоді як випробувачем сформованого бізнес-середовища виступають суб'єкти господарювання – підприємства, головною функцією яких є створення імпульсу для змін у ньому.

Ключові слова: бізнес-середовище, управління бізнес-середовищем, держава, бізнес-асоціації, підприємство, бізнес, бізнесовий сектор.

Развитая бизнес-среда является предпосылкой использования потенциала бизнеса, повышения эффективности и стабильности экономической системы, усиления позиций страны на международном уровне. Современная рыночная бизнес-среда характеризуется сложностью из-за наличия большого количества факторов, которые находятся в разных комбинациях; взаимосвязью и взаимообусловленностью факторов ее формирования и развития; неопределенностью в условиях неполноты информации о внешней среде; многовариантностью развития среды из-за сложности спрогнозировать действие его факто-

ров в стратегическом периоде; динамизмом и изменчивостью. Последнее вызывает необходимость его управления, эффективность которого определяется адекватностью действий субъектов управления. Статья посвящена иерархии основных субъектов управления бизнес-средой – государству, бизнес-ассоциациям и предприятиям. Авторы приходят к выводу, что государство в этой цепи взаимоотношений имеет наибольшие возможности влияния на условия функционирования бизнеса, бизнес-ассоциации являются «связующим элементом» – защитником и лоббистом бизнес-сектора перед государством, тогда как испытателем сформированной бизнес-среды выступают субъекты хозяйствования – предприятия, главной функцией которых является создание импульса для изменений в нем.

Ключевые слова: бизнес-среда, управление бизнес-средой, государство, бизнес-ассоциации, предприятие, бизнес, деловой сектор.

The business-environment is a set of all external factors of the enterprise, which significantly affect its functioning. The business-environment consists of a set of institutional and regulatory conditions in which the business operates. The developed business-environment is a prerequisite for using business potential, increasing the efficiency and stability of the economic system, and strengthening the position of the country on the international level. The current market business-environment is characterized by complexity due to the presence of a large number of factors that are in different combinations; the interconnection and interdependence of the factors of its formation and development; uncertainty in the conditions of incomplete information about the external environment; multivariate environmental development due to the complexity of predicting the effect of its factors in the strategic period; dynamism and variability. The latter determines the need for its management. Under the management of the business-environment, the authors understand the process of targeted direct or indirect influence on the external factors of business functioning with a view to addressing the problems of socio-economic development. The effectiveness of management of the business-environment is determined by the adequacy of the actions of management entities. This article is devoted to the hierarchy of the main subjects of business-environment management – the state, business-associations and enterprises, whose effective interaction in the market conditions is a guarantee of business success, a factor of the adequacy of the business-environment. Each of these entities is able to influence the external factors of business functioning, with a set of tools, goals and objectives. Consensus the authors conclude that the state in this chain of relationships has the greatest possible influence on the conditions of business, the business-association is a «connecting element» – a defender and lobbyist of the business sector to the state, while the subject of the business is the test of the established business-environment – enterprises whose main function is to create an impulse for changes in it.

Key words: business-environment, business-environment management, state, business-association, enterprises, business, business sector.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку ринкової економіки одним із шляхів забезпечення сталого економічного розвитку є мобілізація функцій бізнесу. Стимулювання розвитку останнього є чинником диверсифікації виробництва, побудови інноваційної економіки, здатної протистояти викликам глобалізованого світу. Розвинене бізнес-середовище є передумовою використання потенціалу бізнесу, підвищення ефективності і стабільності економічної системи, посилення позицій країни на міжнародному рівні. Управління бізнес-середовищем є складним процесом цілеспрямованого впливу на бізнесову діяльність з метою її спрямування на вирішення проблем соціально-економічного розвитку. Чіткість у визначенні функцій суб'єктів управління бізнес-середовищем здатна забезпечити якість означеної взаємодії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем бізнесу, процесів його становлення і розвитку в Україні, практичних аспектів його взаємодії з державою є актуальною проблемою економічної науки і практики. Серед вітчизняних учених, які присвятили свої роботи названій проблематиці, варто відзначити О. Беляєва, В. Бодрова, З. Варналія, Л. Воро-

тіну, АЛ. Дідківську, М. Долішного, С. Дригу, Б. Кваснюка, М. Козоріза, В. Кредісова, І. Кузнєцову, Н. Мазій, В. Мандибуру, В. Сизоненка, М. Узунова, А. Шегду та ін. Ученими проаналізовані фундаментальні основи розвитку бізнесу, підприємницького менеджменту і підприємницької поведінки, виявлена необхідність розвитку бізнесу як однієї із важливих компонент ринкової економіки, розглянуті процеси його формування в Україні, висвітлені деякі аспекти його регулювання державою з боку держави. Формування ділового середовища в контексті розвитку інформаційного середовища вивчали О. Фінагіна, О. Рибій, ділове середовище розглядали через призму культурно-ментальних зрушень А. Градов, М. Туган-Барановський, Дж. Стігліц.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, незважаючи на численні публікації та їхню наукову цінність, дослідження ієрархії суб'єктів управління бізнес-середовищем потребує подальших досліджень.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – проаналізувати процес управління бізнес-середовищем через визначення відносин субординації її суб'єктів як необхідної умови підвищення ефективності бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. В економічній літературі під бізнес-середовищем прийнято розуміти сукупність усіх зовнішніх факторів діяльності підприємства, які суттєво впливають на його функціонування. Серед таких основних факторів називають споживачів продукції, постачальників, конкурентів, державне регулювання, а також соціальні, політичні, технологічні, правові та екологічні умови [1, с. 26].

Дослідження бізнес-середовище в Україні дало змогу констатувати, що вітчизняне бізнес-середовище характеризується, з одного боку, значним проникненням у господарські питання держави та суб'єктів влади, а з іншого боку – слабкою їх зацікавленістю в існуванні цивілізованого, ефективного та дієвого середовища господарської діяльності. Крім того, позаринкові форми взаємодії держави і бізнесу стали «нормою» для сучасної практики господарювання, а їх викорінення із суспільної свідомості вбачається довготривалим процесом [2]. Сучасне ринкове бізнес-середовище характеризується такими особливостями:

- складністю через наявність великої кількості чинників, які перебувають у різних комбінаціях;
- взаємозв'язком і взаємозумовленістю чинників – зміна одних із них приводить до значних змін в інших;
- невизначеністю – стратегічні рішення приймають в умовах неповноти інформації про зовнішнє середовище;
- багатоваріантністю розвитку середовища через складність прогнозувати дію його чинників у стратегічному періоді;
- динамізмом і мінливістю – зміни в зовнішньому середовищі відбуваються досить динамічно, з наростаючою швидкістю [3].

Останнє зумовлює необхідність пошуку резервів підвищення його ефективності, одним із шляхів якого є управління бізнес-середовищем.

Управління бізнес-середовищем, на нашу думку, являє собою процес цілеспрямованого прямого чи опосередкованого впливу на зовнішні фактори функціонування бізнесу з метою його спрямування на вирішення проблем соціально-економічного розвитку. Цей вплив має просторову ознаку, тобто відбувається в процесі формування, функціонування та розвитку бізнес-середовища. Ефективність управління бізнес-середовищем визначається адекватністю дій суб'єктів управління. На наше переконання, основними суб'єктами управління бізнес-середовищем є держава, бізнес-асоціації та підприємства. Кожен із названих суб'єктів здатний здійснювати вплив на зовнішні фактори функціонування бізнесу, маючи набір інструментів, цілі та задачі.

Загальновідомо, що ефективне функціонування бізнесу залежить від форм і методів взаємодії з державою. На сучасному етапі розвитку

ринкових відносин без активної участі держави, спрямованої на узгодження інтересів усіх спільнот заради досягнення спільних цілей в економічній сфері, не може існувати жодне сучасне суспільство.

За визначенням Світового банку, бізнес-середовище складається із набору інституціональних, нормативно-правових та регуляторних умов, за яких працює бізнес [4, с. 62]. Інституціональні умови формуються під впливом розгалуженої системи регулювання і підтримки бізнесу, нормативно-правові створюються законодавчою базою як полем взаємодії суб'єктів бізнесової діяльності, тоді як регуляторні умови характеризують прозорість та послідовність державної політики у сфері регулювання бізнесу та пов'язані із процесами ліцензування, реєстрації, сертифікації підприємницької діяльності.

Серед названих суб'єктів управління бізнес-середовищем держава має найбільші можливості впливу на його складники. Основними цільовими орієнтирами держави в процесі управління бізнес-середовищем є:

- досягнення глобальних цілей шляхом консолідації зусиль та потенціалу економічних суб'єктів;
- розширення суспільних функцій підприємництва, використання потенціалу бізнес-сектору для зростання ефективності діяльності;
- інтегрування потенціалу приватного сектору в розроблення та реалізацію стратегій соціально-економічного розвитку [5, с. 51];
- залучення бізнесу до розбудови інфраструктури економіки;
- розширення партнерства в сфері реалізації інноваційних проектів тощо.

Цільовими орієнтирами бізнесу у взаємодії із державою є:

- створення безпечного в економічній, політичній та соціальній площині середовища для розвитку бізнесу на правовій основі;
- збереження позитивної динаміки ринкових перетворень, захист інтересів національного бізнесу, зростання купівельної спроможності населення, а отже і прибутків підприємств;
- розширення можливостей для ведення бізнесу за рахунок використання потенціалу мезоекономіки та впливу на вибір пріоритетів розвитку [5, с. 51];
- наявність «незахоплених» корупцією державних структур, відсутність ситуації, за якої інтереси держави підміняються інтересами окремого її представника, що має на меті отримання «ренти» від свого службового положення;
- прозорість різних форм взаємодії держави із бізнесом, які би функціонували на паритетній основі;
- можливість отримання фінансової допомоги на реалізацію суспільно-корисних завдань тощо.

Поєднання цільових орієнтирів держави і бізнесу є складним завданням практики гос-

подарування, від вирішення якого залежить ефективність їхньої взаємодії. Остання визначається ступенем розвитку соціальної відповідальності держави, яка базується на визначенні та конкретизації обов'язків держави і її інститутів щодо встановлення «правил гри», тобто прийняття, а найголовніше, виконання законів, нормативних та правових документів, які спрямовані та забезпечують збереження, ефективне використання всіх ресурсів, додержання і реалізацію у повному обсязі державних соціальних гарантій та державних соціальних стандартів, створення умов і можливостей формування та накопичення людського і соціального капіталу тощо. Соціальну відповідальність членів соціуму правомірно розглядати як чинник набуття конкурентних переваг та забезпечення стійкої соціальної динаміки [6, с. 117].

Соціальна відповідальність держави означає, на нашу думку:

- розроблення та реалізацію внутрішньої та зовнішньої політики, яка б враховувала інтереси всіх соціально-економічних груп суспільства;
- створення соціально-орієнтованої структури економіки;
- досягнення пріоритетних національних інтересів і стратегічних цілей розвитку держави;
- виконання міжнародних домовленостей, обов'язків та договорів;
- надання пріоритетності у державній політиці необхідності досягнення соціальних цілей: утвердження соціальної справедливості, формування гідних умов життя та всебічних можливостей розвитку людини, соціальної захищеності, рівних можливостей для самореалізації особистості, фінансування різноманітних соціальних програм;
- сприяння забезпеченню громадянського миру і злагоди в суспільстві тощо.

Вплив держави на бізнес-середовище на практиці реалізується через певний інструментарій, який становить механізм державного впливу на бізнес. Останній являє собою певний спосіб організації відносин між державою та бізнесовим сектором, який формується за допомогою сукупності засобів державного впливу на економічну активність господарюючих суб'єктів. Водночас означений механізм доцільно розуміти як спосіб досягнення поставлених державою цілей, що мають поєднуватися в єдину систему і становити ієрархічну структуру, і до того ж відповідати стратегічній довгостроковій меті розвитку бізнесу.

Визначення міри участі держави є складною соціально-економічною проблемою, оскільки державне регулювання може бути скероване в бік підтримки або ж не підтримки, тобто прямого втручання в діяльність суб'єктів економіки та коригування засобів досягнення їхніх цілей. Реакція бізнесу на неправомірне втручання держави в сферу економічної діяльності, як правило, є негативною, наслідком якого стає змен-

шення ділової активності, поширення тіньової економіки, вивіз капіталу за кордон тощо.

Так, Г. Чижиков відносини влади і бізнесу пропонує представляти у вигляді таких моделей:

- «примус», який передбачає адміністративний тиск на бізнес з боку влади для реалізації соціальних програм і проектів;
- «патронаж», який передбачає компенсацію витрат бізнесу з боку влади на здійснення соціальних програм і проектів через доступ до ресурсів, що належать державі;
- «невтручання», яке характеризується повною ізоляцією бізнесу від участі у соціальному розвитку країни, регіону, міста;
- «захоплення», що характеризується участю виключно великого капіталу у прийнятті стратегічних рішень подальшого розвитку;
- «партнерство», який передбачається консенсус між владою і бізнесом у прийнятті рішень на основі взаємної вигоди [7, с. 40].

Зрозуміло, що найбільш прийнятною на сучасному етапі розвитку економіки є модель партнерства, яка характеризує вищий рівень узгодженості інтересів економічних суб'єктів, однак потребує складних механізмів реалізації. Стає зрозумілим, що в сучасній ринковій економіці партнерство влади і бізнесу є не тільки «вигідним заходом», який прагне скопіювати інтереси влади і бізнесу, а є звичайною необхідністю, яка пов'язана з продовженням існування капіталістичної економічної системи та її соціалізацією.

У науковій літературі розвиток взаємодії між владою і бізнесом розглядається через трьохзонну модель, що включає відносно відокремлені напрями їхньої взаємодії у вигляді «білої», «чорної» та «сірої» зон. Так, «біла зона» ґрунтується на створенні єдиних правил гри для бізнесу і їх примусу державою до виконання правил у разі допущених порушень. Ця зона охоплює формальні практики, такі як: регулювання законодавством податкових відносин, адміністративного та економічного регулювання бізнесу (реєстрації, ліцензування, контролю і примусу до виконання встановлених норм тощо), курси з розподілу державних замовлень.

«Чорна зона» заснована на індивідуальних корисливих інтересах окремих представників органів державної влади та таких засобів досягнення інтересів підприємця, як хабар, залучення в бізнес чиновника тощо. Фактично ця зона охоплює неформальні кримінальні практики, насамперед корупцію. «Сіра зона» охоплює відносини між владою і бізнесом, які засновані на взаємній зацікавленості сторін із використанням таких інструментів досягнення інтересів підприємця, як добровільний або добровільно-примусовий внесок. Ця зона заснована на неформальних практиках поборів із підприємців, безпосередньо не пов'язана з корупцією та практика його неформального торгу з владою щодо умов функціонування конкретного бізнесу [8]. Пере-

важання тієї чи іншої «зони» у взаємодії влади і бізнесу залежить від рівня розвитку економіки країни, її соціального спрямування та сформованої системи спільного врахування інтересів всіх суб'єктів.

Технологія взаємодії держави і бізнесу визначається наявністю різних інституційних суб'єктів у частині побудови механізму управління такою взаємодією. Світовий досвід засвідчує про наявність таких найбільш поширених концептуальних моделей співробітництва: інституційної та посередницької моделей [9, с. 66].

Інституційна модель передбачає активну участь різних асоціацій та об'єднань бізнесу у взаємодії з владними структурами. Зрозуміло, що розвиток бізнесового сектору, здатного до самовідтворення та забезпечення розширеного відтворення, вимагає спільних зусиль суб'єктів бізнесу з метою захисту своїх інтересів, вирішення проблем свого функціонування та розвитку, реалізації запланованих цілей і завдань діяльності. Виконання поставлених завдань лежить у полі діяльності утворень особливого типу – бізнес-асоціацій.

Бізнес-асоціація – це структурно і функціонально організована система, що є незалежною від державних та інших структур, діє в правовому полі, захищає інтереси і задовольняє потреби своїх членів, що входять в асоціацію на підставі добровільності та рівноправності [7]. У розвинених країнах бізнес-асоціації відіграють важливу роль у забезпеченні соціально-економічного розвитку, є фактором підвищення ефективності функціонування економічного, політичного і соціального середовища. Крім того, вони є дієвою формою самоорганізації бізнесового співтовариства і виступають посередниками у налагодженні діалогу між бізнесом і владою. Можливості активної участі у прийнятті рішень у сфері бізнесу як відповідають потребам самих членів асоціації і всього бізнесу, так і реалізують демократичні принципи громадянського суспільства та самої держави в економіці сучасного ринкового типу.

Саме бізнес-асоціації здатні бути «сполучним елементом» у взаємодії держави та бізнесового сектору, оскільки, з одного боку, здатні бути захисником інтересів бізнесу, а з іншого боку, здатні лобювати інтереси бізнесу перед державою. На наше переконання, така взаємодія між державою, бізнес-асоціаціями та бізнесовим сектором нагадує тріалектику – таку форму взаємодії, за якої крім двох протилежностей – держави і бізнесового сектору з їхніми різними інтересами – присутній третій сполучний елемент – бізнес-асоціації, через які є можливості вирішити протиріччя та організувати спільний взаємовигідний діалог. Для державної влади бізнес-асоціації виконують роль посередників у стосунках із бізнесовим сектором та експертів у сферах практичної реалізації проектів, планів та ініціатив.

У цьому розумінні взаємодія держави із бізнес-асоціаціями, на думку В. Лобизенко, може бути представлена у вигляді таких основних трьох моделей: з'єднання, співіснування та сприяння. Так, у моделі з'єднання виникає враження, що громадська організація існує всередині органа управління. Така модель реалізується у вигляді діяльності різноманітних комісій, нарад, зборів, у яких активну участь беруть представники бізнесу, де органи влади делегують частину своїх повноважень суспільному об'єднанню. На відміну від зазначеної моделі, уразі співіснування фактично відсутня будь-яка взаємодія держави та суспільних об'єднань, кожен працює в межах своїх повноважень та прав. І, нарешті, у третій моделі – моделі сприяння – виникає необхідність спільних дій держави та бізнесу, хоча така взаємодія і може мати епізодичний характер [10, с. 70]. Отже, не викликає сумніву, що розвиток бізнес-асоціювання здатний налагодити конструктивний діалог між владою і бізнесом та забезпечити реалізацію їхніх інтересів.

Серед переваг інституційної моделі співробітництва держави і бізнесу варто назвати: зменшення рівня зрощення влади із бізнесом; забезпечення інституціоналізації і формалізації контактів представників державного і комерційного секторів. Недоліками такої технології взаємодії є: висока бюрократизація системи представництва інтересів через спілки та асоціації; неможливість повного представництва інтересів бізнесу через асоціації, які являють собою диверсифіковані структури, пов'язані з декількома галузями економіки; неможливість реалізації розмаїття форм і каналів зв'язку з держструктурами.

Інша модель – посередницька – характеризується появою конкурентної ланки незалежних посередників, що розвиваються в напрямі професіоналізації, спеціалізації, диференціації та розширення спектру послуг. Така форма взаємодії держави і бізнесу має такі незаперечні переваги, як: використання позитивів вільної конкуренції для вибору найбільш життєздатних форм співпраці; висока гнучкість та мобільність у процесі взаємодії; розвиток ринків посередництва і послуг для забезпечення представництва інтересів. Серед основних недоліків такої моделі називають: високу загрозу зіткнення інтересів в умовах значного числа суб'єктів взаємодії та потенційне звуження інформаційного простору для отримання конкурентних переваг [9, с. 66].

Зазначена модель співробітництва держави та бізнесу фактично уособлює в собі вплив останнього із досліджуваних суб'єктів управління бізнес-середовищем – підприємства.

Загальновідомо, що внутрішнє середовище підприємства – це елементи та фактори, що визначають його внутрішній стан, сильні та слабкі сторони і значною мірою ефективність його діяльності. Такими факторами є: виробничий потенціал; кадровоуправлінський потен-

ціал; конкурентоспроможність продукції та конкурентний потенціал; організація маркетингу та збуту; фінансовий стан; ефективність виробництва; стратегія, місія й цілі; організаційна структура і культура; організація виробництва і праці; мотиваційні механізми; екологічність виробництва; соціальна ефективність; імідж підприємства тощо.

Результатом внутрішнього середовища підприємства є ділова активність суб'єктів бізнесу, тобто процес використання потенціалу суб'єкта бізнесу для досягнення поставлених цілей, яка знаходить вияв як форми прояву конкурентної боротьби суб'єктів у бізнес-середовищі [3]. Саме ділова активність суб'єктів бізнесу є певною мірою об'єктом впливу держави, тоді як саме підприємство є безпосереднім «випробувачем» створеного бізнес-середовища. Особливістю підприємства як суб'єкта управління бізнес-середовищем є те, що він, діючи в бізнес-середовищі, визначає його якість, тобто оцінює його. Позитивні результати ділової активності підприємства, тобто позитивні зміни в ефективності використання оборотних коштів підприємств, у

використанні власного та залученого капіталу, в ефективності кредитних відносин підприємства з комерційними банками тощо, дають змогу дійти висновку про адекватність та ефективність створеного бізнес-середовища. У разі наявності негативних результатів ділової активності підприємства здатні подати імпульс іншим суб'єктам управління – бізнес-асоціаціям та державі – щодо необхідності певних змін у сформованому бізнес-середовищі.

Висновки. Отже, процес управління бізнес-середовищем є складним процесом визначення субординації її суб'єктів – держави, бізнес-асоціацій та підприємств, ефективна взаємодія яких у ринкових умовах є запорукою успішності бізнесу, фактором адекватності бізнес-середовища. Держава у цьому ланцюзі відносин має найбільші можливості впливу на умови функціонування бізнесу, бізнес-асоціації є «сполучним елементом» – захисником та лобістом бізнесового сектору перед державою, тоді як випробувачем сформованого бізнес-середовища виступають суб'єкти господарювання – підприємства, головною функцією яких є створення імпульсу для змін у ньому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Буряк Г. Інститути розвитку відносин власності у класифікації бізнес-середовища. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2012. Випуск 105 (Частина II). С. 26–28.
2. Біла І.С., Насікан Н.І. Бізнес-середовище в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 17. С. 127–131.
3. Труніна І.М. Аналіз середовища підприємницької діяльності в Україні. *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*. 2015. Вип. 4. С. 116-122. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkdpu_2015_4_19 (дата звернення: 07.05.2019).
4. Страшний С. Бізнес-середовище як об'єкт державного регулювання. *Актуальні проблеми державного управління*. 2010. Вип. 2. С. 61-64. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdyo_2010_2_20 (дата звернення: 07.05.2019).
5. Митник А.А. Цільові орієнтири та принципи взаємодії держави та бізнесу на регіональному рівні. *Теорія та практика державного управління*. 2015. Вип. 4 (51). С. 49–55.
6. Панькова А.Д. Взаємодія суб'єктів соціальної відповідальності: концептуальні підходи та напрями забезпечення. *Вісник економічної науки України*. 2014. № 2. С. 115-118. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu_2014_2_25 (дата звернення: 12.05.2019).
7. Чижиков Г. Концептуальные основы создания бизнес-ассоциаций. *Економист*. 2003. № 9. С. 40-41.
8. Музиченко А.С., Бержанір А.Л. Моделі взаємодії влади та бізнесу в умовах ринкової економіки. *Сталій розвиток економіки*. 2013. № 4. С. 24–28. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2013_4_6 (дата звернення: 12.05.2019).
9. Митник А.А. Теоретико-концептуальні моделі взаємодії держави та бізнесу. *Актуальні проблеми державного управління*. 2015. № 2. С. 62–69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdy_2015_2_11 (дата звернення: 11.05.2019).
10. Лозыбенко В.О. Модели региональных ассоциаций женщин-предпринимателей в сфере малого бизнеса. *Власть*. 2009. № 1. с. 69–71.