

INTERESŲ GRUPĖS SOCIALINĖS EKONOMIKOS ASPEKTU

Andrius Guzavičius

Kauno technologijos universitetas, Lietuva, andrius.guzavicius@ktu.lt

Anotacija

Socialinės ekonomikos išskirtiniai bruožai yra tiesioginis visuomeninis dalyvavimas kuriant pridėtinę vertę ar viešąsias gėrybes, savanoriškumo principas bei socialinių įmonių veikla. Kita vertus, socialinė ekonomika, kaip ir privatus verslo sektorius ar viešasis sektorius, apima užimtumą, finansinius srautus, disponavimą nuosavybe, rentą, prekybą ir kitas veiklas.

Plėtojama interesų grupių veikla sukėlė įvairių šalių mokslininkų diskusijų dėl šios veiklos tikslingumo grupei ir visuomenei. Dėl interesų grupių veiklos įtakos ekonomikai ir visuomenei yra diskutuojama iki šiol. Vienų mokslininkų nuomone, interesų grupės skatina visuomenės gerovės augimą, kitų autorių teigimu, jos lemia monopolinių struktūrų atsiradimą ir mažina socialinę gerovę. Moksliniu ir praktiniu požiūriu svarbu žinoti, kokį vaidmenį interesų grupės atlieka visuomenės gyvenime kaip socialinės ekonomikos dalis bei kokie yra šių grupių veiklos padariniai.

Socialinė ekonomika apima su kolektyvine veikla susietą harmoningą plėtrą ekonominiu, socialiniu bei aplinkosauginiu aspektu. Labai svarbu didinti kolektyvinės veiklos efektyvumą mažinant su šia veikla susijusias sąnaudas. Kolektyvinės veiklos sąnaudos susijusios su „veltėdžiavimo“ strategijos prevencinio mechanizmo sukūrimu ir jo funkcionavimo palaikymu. Siekiant sumažinti „veltėdžiavimo“ strategiją naudojančių subjektų skaičių yra sukuriamas prevencinis mechanizmas.

Prevencinio mechanizmo sukūrimas ir funkcionavimo palaikymas reikalauja tam tikros resursų dalies, kuri galėtų būti panaudojama kolektyviniam ar selektyvaus skatinimo produktui teikti. Kita vertus, prievartinio mechanizmo panaudojimas didina interesų grupės koncentracijos laipsnį, savo ruožtu lemiantį strateginius sprendimus priimantiems subjektams daromos įtakos galią ir kolektyvinio produkto teikimo didėjimą.

Raktažodžiai: interesų grupės, socialinė ekonomika, socialinė atsakomybė, socialinės įmonės, viešosios gėrybės.

Įvadas

Plėtojama interesų grupių veikla sukėlė įvairių šalių mokslininkų diskusijų dėl šios veiklos tikslingumo grupei ir visuomenei. Dėl interesų grupių veiklos įtakos ekonomikai ir visuomenei yra diskutuojama iki šiol. Vienų mokslininkų nuomone, interesų grupės skatina visuomenės gerovės augimą, kitų autorių teigimu, jos lemia monopolinių struktūrų atsiradimą ir mažina socialinę gerovę. Moksliniu ir praktiniu požiūriu svarbu žinoti, kokį vaidmenį interesų grupės atlieka visuomenės gyvenime kaip socialinės ekonomikos dalis bei kokie yra šių grupių veiklos padariniai.

Per pastaruosius 40 metų ekonominių interesų grupių daroma įtaka šalies ekonominei aplinkai sulaukė didelio dėmesio. Šeštajame dešimtmetyje pradėti ekonominių interesų grupių formavimosi logikos teoriniai tyrimai (Olson, 1965; Buchanan, Tullock, 1962) aštuntame dešimtmetyje lėmė rentos siekimo teorijos (angl. rent seeking theory) (Colander, 1984; Moe, 1980), sukūrimą. Rentos siekimo teorija apima interesų atstovavimo efektyvumo ir resursų paskirstymo analizę. Devintajame dešimtmetyje atlikti tyrimai apėmė interesų grupių daromos įtakos nacijų augimui ir smukimui analizę (Olson, 1982; Elster, 1989; Holmstorm, Tirole, 1989; Morris, 1999). Europos Sąjungos interesų politikos empirinius tyrimus atliko Van Schendelen 1994, Bennett, 1997. Vėlesni tyrimai apėmė ekonominių interesų grupių daromą įtaką šalių konkurencingumui, Europos aplinkosaugos politikai bei besivystančių šalių ekonominei plėtrai (Pletcher, 2000; Sopoci, 2001; Rakner, 2001; Gordon, 2001; Horowitz, Marsh, 2002, Bouwen, 2002, Rantala, 2004, Mahoney, 2004, Campbell, 2005, Fink-Hafner, 2005, Hansen, 2005, Eising, 2005).

Ekonominėje literatūroje yra darbų, nagrinėjančių interesų grupes ir jų daromą įtaką subjektams, priimantiems ir įgyvendinantiems strateginius sprendimus. Kita vertus, pasigendama interesų grupės veiklos analizės socialinės ekonomikos požiūriu, vertinant iš kolektyvinės veiklos gaunamą naudą ir su ja susijusias subjekto sąnaudas, bei originalių modelių, iliustruojančių interesų grupės kolektyvinės veiklos efektyvumą.

Tyrimų objektas - interesų grupių veikla socialinės ekonomikos aspektu.

Mokslinio tyrimo tikslas – nustatyti interesų grupių vietą socialinės ekonomikos sistemoje.

Tyrimo metodai

Tiriant ir analizuojant teorinius interesų grupių elgseną socialinės ekonomikos aspektu, straipsnyje remiamasi bendraisiais tyrimo metodais: sisteminė mokslinė ekonominė literatūros lyginamąja ir struktūrine analize, kokybine ir kiekybine analize, grafiniu modeliavimu, logine analize.

Interesų grupės teikiamas kolektyvinis produktas socialinės ekonomikos aspektu

Nors organizacijų socialinės atsakomybės (angl. Corporate Social Responsibility) sąvoka pirmą kartą pavartota dar 1930 m., iki šiol ji neturi vienos apibrėžties, diskutuojama ir dėl jos turinio esmės ir aprėpties. Apibendrintai galima teigti, kad organizacijos socialinė atsakomybė – tai jos verslo sėkmės užtikrinimas, įtraukiant į kompanijos veiklą plačią socialinių ir aplinkosauginių klausimų įvairovę (Rudzevičius, Serafinas, 2007).

Socialiai atsakinga organizacija pirmiausia rūpinasi savo darbuotojais ir sprendžia investicijų į intelektualinį kapitalą, darbuotojų sveikatos, saugos užtikrinimo ir kitus uždavinius. Ji taip savo veikloje laikosi tausojamąsios plėtros principų (Smaliukiene, 2007).

Taip vystoma įmonės veikla gali užtikrinti organizacijos konkurencinio pranašumo augimą. Kita vertus, kompanijos yra priklausomos ir nuo vietinių bendruomenių: jos samdo daugumą darbuotojų iš vietinės darbo rinkos, todėl suinteresuotos gyventojų sveikata, tinkamu išsilavinimu ir kitais jų poreikiais. Įmonės socialinė veikla gali būti skatinama ir kitų įtakos grupių – konkurentų, klientų, tiekėjų, subrangovų. (Rudzevičius, Serafinas, 2007)

Esminis socialiai atsakingo verslo konkurencinių pranašumų kūrimo veiksnys yra reagavimas į pagrįstus suinteresuotųjų grupių lūkesčius ir nuolatinis kompleksinių santykių ir kompleksinių tikslų derinimo bei integravimo procesas. Viena ir ta pati skirtingų organizacijų verslo socialinė veikla skirtingose rinkose yra skirtingai reikšminga (Snieska, Juscius, 2008).

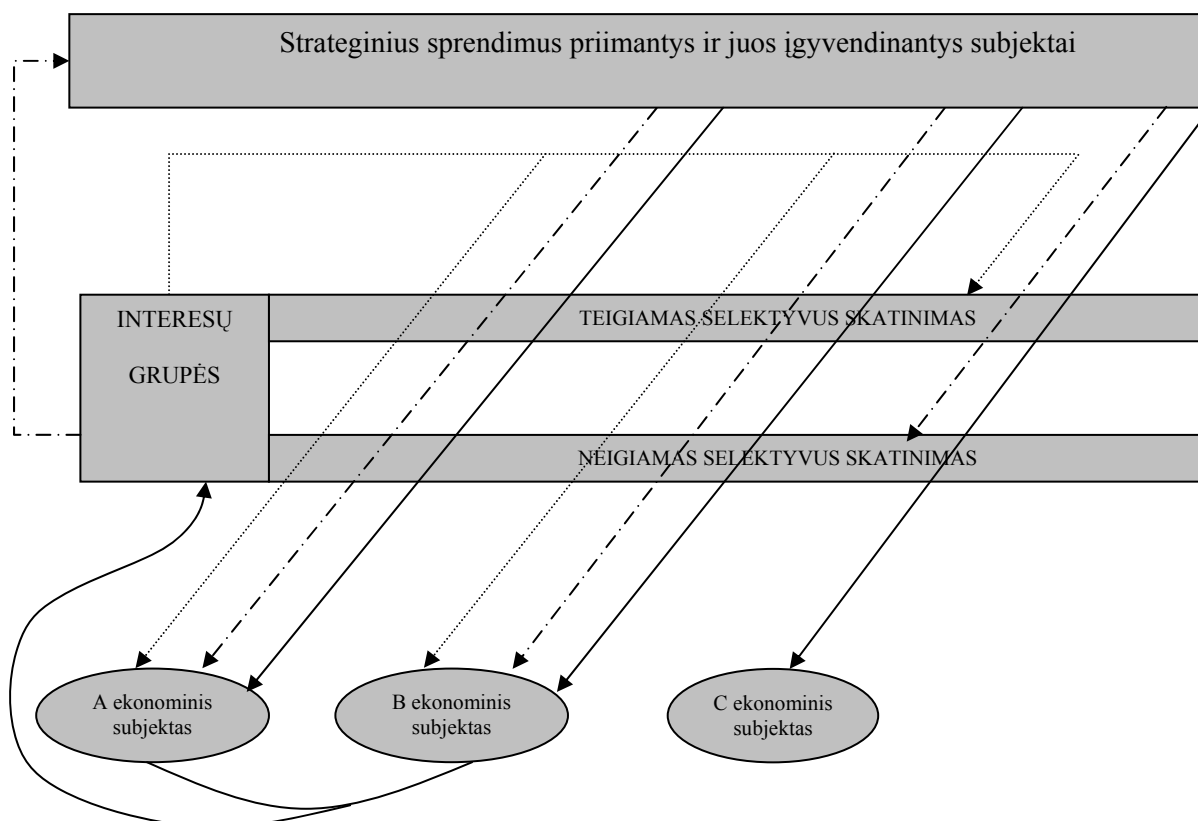
Kolektyvinio produkto negalima pagaminti kitaip negu grupės jėgomis, nes kiekis, kuris tenka kiekvienam ekonominiam subjektui, negali būti tiksliai apskaičiuotas. Iš esmės sunku rasti vartotojų, kurie norėtų kurti kolektyvinį produktą, nes išmoningi vartotojai bandys tapti atskalūnais, tikėdamiesi, kad išvengs dalies savo išlaidų, o galės vartoti tą patį kiekį kolektyvinio produkto. Kolektyvinis produktas negali būti parduodamas įprastu būdu, kolektyviniam produktui įvertinti negalima vartoti rinkos kainos (Pasas, Louzas, Leslis, 1994).

Siekdamos aukščiausios gaminamų prekių ir teikiamų paslaugų kokybės, įmonės, valdydamos savo veiklą, turi remtis tausojančios plėtros principais. Dėl didėjančio įtakos grupių spaudimo sėkmingai veikiančios organizacijos yra išipareigojusios tą sėkmę pasidalyti su kitais, teikiant naudą visuomenei, verslui ir aplinkai. Organizacijoms atsiranda poreikis sudaryti savotišką neformalų socialinį ir ekonominį kontraktą tarp organizacijos ir jos veiklai įtaką darančių grupių. (Rudzevičius, Serafinas, 2007)

Moksliniai tyrimai rodo, jog gyvybingesnės ir perspektyvesnės yra tos organizacijos, kurios, orientuodamosios į vartotojų poreikių tenkinimą, rūpinasi ir kitomis turinčiomis įtaką organizacijos veiklai suinteresuotosiomis šalimis. Vartotojų poreikių supratimas yra būtinas, tačiau ne vienintelis veiksnys, darantis įtaką organizacijos sėkmei. (Susnienė, Vanagas, 2007)

Socialiai atsakingos organizacijos turi apsvarstyti ne tik savo veiklos socialinę įtaką, bet atsižvelgti į sąlygas, kuriomis dirba visi jų tiekėjai ir kiti verslo partneriai. Iš esmės tai reiškia praktinį įmonių teisių rėmimą bei pagarbą visoje tiekimo, gamybos ir prekių pristatymo grandinėje. Tokių priemonių įmonės priverstos imtis dar ir dėl pirkėjų. Vis daugiau vartotojų, ypač ekonomiškai išsivysčiusiose valstybėse, nori būti garantuoti, kad produktai, kuriuos jie perka ir vartoja, buvo pagaminti socialiai atsakingomis sąlygomis – neišnaudojant darbuotojų, o ką jau kalbėti apie vaikų darbą. Šiuo tikslu diegiamos organizacijų socialinės atsakomybės ir atskaitingumo sistemos. (Rudzevičius, Serafinas, 2007)

Kolektyvinių produktų vartojimas neturint su kolektyvine veikla susijusių sąnaudų yra vadinamas „veltėdžiavimu“ (angl. *free riding*). Atskalūnas (angl. *free rider*) – vartotojas, kuris sąmoningai pareiškia nevertinantis kolektyvinio produkto, tikėdamasis, kad galės tuo produktu pasinaudoti, nemokėdamas už jį visos kainos. Pavyzdžiui, grupė namų savininkų nori pakloti naują bendrą privataus kelio dangą. Tuo tarpu vienas iš savininkų pareiškia, kad jam visai nesvarbu, ar ta kelio danga bus nauja ar ne. Jis tikisi, kad kitų namų savininkai vis tiek užmokės už reikalingus atlikti darbus, o jis galės naudotis tuo keliu, visai nemokėjęs už jo sutvarkymą (Pasas, Louzas, Leslis, 1994). Kolektyviniai produktai, kurių sukūrimui daro įtaką ekonominės interesų grupės, siūloma sąlyginai skirstyti į šias grupes (žr. 1paveikslą):



1 pav. interesų grupių įtaka teikiant kolektyvinius produktus

α kolektyvinis produktas. Tai kolektyvinis produktas, kurį kuria ekonominius sprendimus priimančiosios subjektai tiesiogiai dalyvaujant ekonominėms interesų grupėms. Pvz., ekonominių interesų grupių dalyvavimas rengiant įstatymus ar kitus norminius aktus;

β kolektyvinis produktas. Jį kuria strateginius ekonominius sprendimus priimančiosios ir juos įgyvendinančiosios subjektai netiesiogiai dalyvaujant ekonominėms interesų grupėms. Pvz., tam tikri įstatymų leidžiamosios ir įstatymų vykdomosios valdžios priimti ekonominiai sprendimai, kurių priėmimui turėjo įtakos ekonominių interesų grupių pateikta specializuota informacija apie rinką;

χ kolektyvinis produktas. Pastaruosius kolektyvinius produktus kuria įstatymų leidžiamoji ir vykdomoji valdžia, visiškai nedalyvaujant ekonominėms interesų grupėms.

A ekonominis subjektas ir B ekonominis subjektas dalyvauja ekonominės interesų grupės kolektyvinėje veikloje ir vartoja α , β ir χ kolektyvinius produktus. C ekonominis subjektas naudoja „veltėdžiavimo“ strategiją ir vartoja be apribojimų χ kolektyvinį produktą. α kolektyvinį produktą C ekonominiam subjektui vartoti neleidžia teigiamas selektyvus skatinimo mechanizmas. Šiuo atveju ekonominė interesų grupė realizuoja tik grupės narių interesus. Teigiamas selektyvus skatinimas teikia ekonominiams subjektams specializuotą kolektyvinį produktą, dažniausiai specializuotos informacijos pavidalu, arba ekonominės interesų grupės nariams privačios prekės siūlomos su nuolaida. Tai yra įvairios nuolaidos draudimui, išsilavinimui (konsultacijoms, seminarams, kursams) ir kt. (Udehn, 1996).

C ekonominiam subjektui, siekiančiam vartoti β kolektyvinį produktą, yra naudojamas neigiamas selektyvus skatinimo mechanizmas. Neigiamas selektyvus skatinimas trukdo naudotis tam tikromis papildomomis privilegijomis subjektams, nedalyvaujantiems grupės veikloje. Pavyzdžiui, Danijoje kiekvienas praktikuojantis gydytojas, norintis gauti lėšų iš valstybinio sveikatos draudimo fondo, privalo būti Danijos medikų asociacijos (angl. *Danish Medical Association*) nariu.

Kolektyvinis produktas yra taip charakterizuojamas: a. kolektyvinė sutartinė pasiūla b. vartojimo išskirtinumo nebuvimu (jei produktas yra prieinamas kažkam, jis yra prieinamas kiekvienam). Tobulos konkurencijos rinkoje visi gamintojai sutinka su rinkos kainos padidėjimu, tačiau tai reiškia gamybos apimtį sumažėjimą, todėl racionalus gamintojas, siekdamas maksimizuoti gaunamą pelną, bus suinteresuotas truputį mažinti kainą ir gauti didesnę pelną dėl padidėjusios gamybos apimtį. Jei taip elgsis

visi gamintojai rinkoje, rinkos kaina sumažės iki pradinės pusiausvyros lygio. Šiuo atveju aukštas kainų lygis tobulos konkurencijos rinkoje yra kolektyvinis produktas. Kolektyvinis produktas apibrėžiamas kaip prekės arba paslaugos, kurių naudingumas ir pasiūla nemažėja atsiradus papildomiems vartotojams. (Auštrevičius, Pupkevičius, Treigienė, 1991).

Dabartiniame visuomenės raidos etape vartotojai įgyja vis daugiau galių daryti įtaką verslo organizacijoms. Plintant modernioms informacinėms technologijoms ir daugėjant jų vartotojų, gyventojai įgyja didesnes palyginimo ir pasirinkimo galimybes pirkti produktus, paslaugas, rinktis pardavėjus ir pardavimo būdus. Vartotojai vis labiau netoleruoja prekių ir firmų, kurios abejingos visuomenės socialinėms bei gamtinėms problemoms. Įmonės, kurios jautriai į jas reaguoja, pelno vartotojų palankumą. (Snieska, Juscius, 2008)

Tobulos konkurencijos rinkoje gamintojų grupės susitarimu pasiekta aukštesnė nei pusiausvyros kaina yra kolektyvinis produktas. Jei tik vienas gamintojas padidins savo produkcijos kainas, bendram kainų lygiui tai neturės jokios įtakos, reikia, kad visi padidintų kainas vienodai. Tik išaugęs bendras kainų lygis tampa kolektyviniu produktu. Jei nors vienas gamintojas, siekdamas didesnio pelno, sumažins kainas, jis sumažins kitų firmų gaunamą pelną.

Daugumos viešųjų investicijų efektyvumo vertinimo pagrindinės problemos yra neekonomiškas jų pobūdis ir negalimumas matuoti duomenis, tokius kaip pajamų dydis ir grynoji dabartinė vertė (angl. net present value), vidinė pelno norma (angl. internal rate of return) bei apskaičiavimui būtinų einamųjų išlaidų. Ekonominio efektyvumo įvertinimas, kaip įdėtų į visuomenės bendrąją gerovę investicijų matas, būtinas kiekviename projekte. Efektyvumo vertinimo standartiniai metodai, kurie paremti vertinamaisiais pelnais ir investicinėmis išlaidomis, nepritaikomi dėl nematerialaus viešųjų investicijų pobūdžio (Brzozowska, 2007)

Racionalus ekonominis subjektas nebus suinteresuotas dalyvauti kolektyvinėje veikloje, kai jis ir taip gauna naudą iš kolektyvinės veiklos, joje nedalyvaudamas (Sandler, 1992). Pavyzdžiui, gamintojų grupei išreikalavus mokesčių sumažinimo tam tikrai pramonės šakai, tuo naudosis ne tik tos ekonominės interesų grupės nariai, bet ir kiti šakoje esantys gamintojai. Arba aplinkosaugos grupės dėka sumažintas oro teršimas galėtų būti produktas, kurį vartoja visa visuomenė.

Išvados

1. Socialinės ekonomikos išskirtiniai bruožai yra tiesioginis visuomeninis dalyvavimas kuriant pridėtinę vertę ar viešąsias gėrybes, savanoriškumo principas bei socialinių įmonių veikla. Kita vertus, socialinė ekonomika, kaip ir privataus verslo sektorius ar viešasis sektorius, apima užimtumą, finansinius srautus, disponavimą nuosavybe, rentą, prekybą ir kitas veiklas.
2. Socialinė ekonomika apima su kolektyvine veikla susietą harmoningą plėtrą ekonominiu, socialiniu bei aplinkosauginiu aspektu. Labai svarbu didinti kolektyvinės veiklos efektyvumą mažinant su šia veikla susijusias sąnaudas.
3. Kolektyvinės veiklos sąnaudos susijusios su „veltėdžiavimo“ strategijos prevencinio mechanizmo sukūrimu ir jo funkcionavimo palaikymu. Siekiant sumažinti „veltėdžiavimo“ strategiją naudojančių subjektų skaičių yra sukuriamas prevencinis mechanizmas.
4. Prevencinio mechanizmo sukūrimas ir funkcionavimo palaikymas reikalauja tam tikros resursų dalies, kuri galėtų būti panaudojama kolektyviniam ar selektyvaus skatinimo produktui teikti. Kita vertus, prievartinio mechanizmo panaudojimas didina interesų grupės koncentracijos laipsnį, savo ruožtu lemiantį strateginius sprendimus priimančioms subjektams daromos įtakos galią ir kolektyvinio produkto teikimo didėjimą.

Literatūra

1. Auštrevičius, P., Pupkevičius, D., Treigienė D. (1991). *Šiuolaikinių ekonomikos terminų enciklopedinis žodynas*, Vilnius: Lietuvos laisvosios rinkos institutas.
2. Bennett, R.J. (1997). The impact of European Economics Integration on Business Associations: The UK Case. *West European Politics*, 1997, Vol. 20, No 3.
3. Bouwen, P. (2002). Corporate Lobbying in the European Union: The Logic of Access. *Journal of European Public Policy*, Vol. 9, No 3.
4. Brzozowska, K. (2007). 'Cost-Benefit Analysis in Public Project Appraisal', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(3), pp. 78-83.

5. Buchanan, J.M. & Tullock, G. (1962). *The Calculus of Consent*. Ann Arbor. University of Michigan Press.
6. Campbell, A.L. Morgan, K.J. (2005). Federalism and the politics of old-age care in Germany and the United States *Comparative political studies*, 38 (8):, p. 887-914.
7. Colander, D.C. (1984). *Neoclassical Political Economy*. Cambridge, p. 113.
8. Elster, J. (1989). *Nuts and Bolts for the Social Sciences*. Cambridge: Cambridge University Press.
9. Gordon, S. B. (2001). All votes are not created equal: campaign contributions and critical votes *Journal of politics*, 63 (1), p. 249-269.
10. Hansen, W.L. & Mitchell N.J., Drope J.M. (2005). The logic of private and collective action *American journal of political science*, 49 (1), p. 150-167.
11. Himmelman, G. (1983). *Interesse und Gesellschaftsstrukturen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
12. Holmstorm, B. & Tirole J. (1989). *The Theory of the Firm Handbook of Industrial Organization, Vol. I*, Amsterdam: North-Holland.
13. Horowitz, S. & Marsh, C. (2002). Explaining regional economic policies in China: interest groups, institutions, and identities, *Communist and post-communist studies*. Oxford P. 115-132.
14. Juscius, V. and V. Snieska (2008). 'Influence of Corporate Social Responsibility on Competitive Abilities of Corporations', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(3), pp. 34-44.
15. Mahoney, C. (2004). The power of institutions ~ State and interest group activity in the European Union *European union politics*, 5 (4).
16. Moe, T.M. (1980). *The Organization of Interests. Incentives and the Internal Dynamics of Political Interest Groups*. Chicago and London: University of Chicago Press.
17. Morris, M.W. Su, S.K. (1999). Social psychological obstacles in environmental conflict resolution *American behavioral scientist*, 42 (8), p. 1322-1349.
18. Olson, M. (1965). *The Logic of Collective Action*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
19. Olson, M. (1982). *The Rise and Decline of Nations*. New Haven: Yale University Press.
20. Pasas, K., Louzas, B., Leslis, D. (1994). *Ekonomikos terminų žodynas, vertimas iš anglų kalbos leidinio*. Vilnius: Baltijos bisnis.
21. Pletcher, J. (2000). The politics of liberalizing Zambia's maize markets *World development*, 28 (1), p. 129-142.
22. Rakner, L. (2001). The pluralist paradox: the decline of economic interest groups in Zambia in the 1990s *Development and change*, 32 (3), p. 521-543.
23. Rantala, T. (2004). Conceptions of democracy of key informal interest groups in Finnish forest policy. Towards the sustainable use of Europe's forests ~ forest ecosystem and landscape research: scientific challenges and opportunities, (49), p.145-153.
24. Rudzevicius, J. and D. Serafinas (2007). 'The Development of Socially Responsible Business in Lithuania', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(1), pp. 36-43.
25. Sandler, T. (1992). *Collective Action – Theory and Applications*, London: Harvester Wheatsheaf.
26. Schmitter, P., Streeck, W. (1981). *The Organization of Business Interests. A Research Design to Study the Associative Action of Business in the Advanced Industrial Societies of western Europe*. Revised and extended Version. IIM Discussion Papers IIM/LMP 81-31, Wissenschaftszentrum Berlin.
27. Smaliukiene, R. (2007). 'Stakeholders' impact on the environmental responsibility: model design and testing', *Journal of Business Economics and Management*, vol. 8(3), pp. 213-223.
28. Sopoci, J. (2001). Economic interest groups in Slovak politics in nineties *Sociologia*, 33 (6), p. 535-548.
29. Susniene, D. and P. Vanagas (2007). 'Means for Satisfaction of Stakeholders' Needs and Interests', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(5), pp. 24-28.
30. Udehn, L. (1996). *The Limits of Public Choice*, London: Routledge
31. Van Schendelen, M.C. (1994). *National Public and Private EC Lobbying*. Aldershot – Brookfield USA – Hong Kong-Singapore-Sydney: Dartmouth Publishing Company.

INTEREST GROUPS AND SOCIAL ECONOMY

Andrius Guzavicius

Summary

Impact of the action undertaken by the interest groups for the social economic prosperity is still the topic of the longterm scientific debates. According to some researchers the interest groups contribute to the boost of the society's prosperity, while according to the others monopolistic structures tend to emerge due to the interest groups. Taking into consideration the scientific academic approach development of the uniform opinion on the role of the interest groups as the connecting element between

economy and politics would be of high importance. The present opinion would facilitate process of the society's judgment about the outcomes of the action undertaken by the groups.

During the recent 40 years the influence made by interest groups on the country's social economic environment has been in the focus of attention. In the 6-th decade the formation of economic interest groups was analysed, in the eighth decade rent seeking theories made their influence. Rent seeking theory includes the analysis of interest representation effectiveness and resource distribution. In the 9 th decade research included the influence of interest groups on nation growth and recession. Later research embraced the influence of interest groups on the regional development of countries as well as on the policy of European environmental safety and on the economic growth of developing countries.

Evaluation of the efficiency of the action undertaken by the interest groups is of great importance for development of the uniform opinion, that in turn calls for objective evaluation of the profits received due to and costs spent by the entities for participation in the shared action. Papers of some economists provide analysis of both the interests groups and impact they make for the entities that make and implement strategic decisions. On the other hand, the lack of the analysis of the efficiency of the action undertaken by the interest groups with respect to the social economics, when evaluating the profits received from the shared action and the costs related to that with respect to the economic entity, as well as a shortage of the original patterns to demonstrate efficiency of the shared action undertaken by the interest groups are obvious.

Taking into consideration diversity of the forms of the action undertaken by the interest groups and after having completed the comparative analysis of the concepts on the interest groups, the below definition of the concept on the interest group is provided: the interest group is a union that joins different subjects seeking for the benefit, and that represents their interests as well as provides members of the group with the products of selective encouragement.

The costs incurred during the shared action is covered by the interest groups using the members' fees collected and other purpose-driven contributions as well as means independently earned in a way of selling the products of selective encouragement. Membership in the interest group is based on the principle of voluntariness.

Keywords: interest groups, social economics, social responsibility, social enterprise, public goods.