

АНАЛІЗУВАННЯ СКЛАДОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ ВПЛИВУ ГРУП ІНТЕРЕСІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ї Олексів І.Б., 2011

Ефективність діяльності інноваційного підприємства в значній мірі залежить від його здатності врахувати інтереси груп економіко-управлінського впливу при формуванні системи менеджменту організації. Відповідно до [1, 46] група економіко-управлінського впливу підприємства (група інтересів) – це група людей або організацій, яка може протистояти або сприяти досягненню цілей або діяльності організації. Відповідно, групою економіко-управлінського впливу можуть бути власники, менеджмент підприємства, працівники підприємства, споживачі підприємства, держані органи влади, неурядові організації тощо.

Складовими елементами впливу груп інтересів на діяльність підприємства в Західних країнах є: влада, право та терміновість і час [2, с.875]. Розглянемо ці складові більш детально.

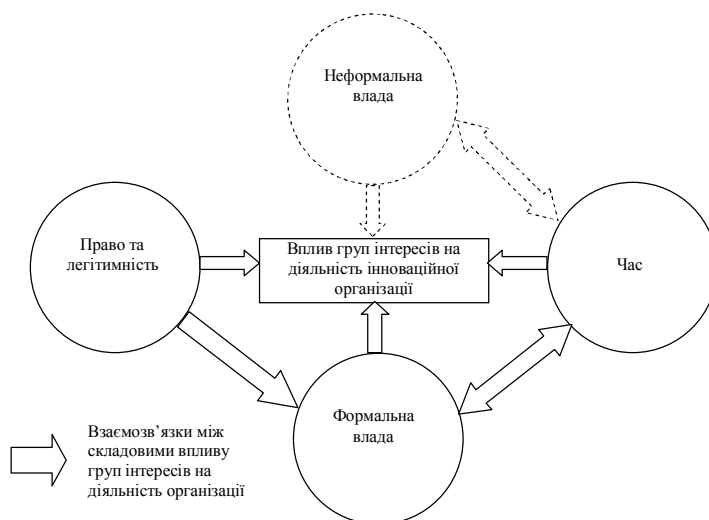
Влада. Зазначимо, що влада базується перш за все на думці про те, що один економічний суб'єкт може примусити інший економічний суб'єкт до певної дії. Згідно [2, с.876] влада – це взаємовідносини між соціальними акторами при яких один соціальний актор, А, може заставити іншого соціального актора, В, робити те, що актор В би не робив при інших рівних умовах. Відповідно, влада може реалізуватися за допомогою будь-яких дій, правових норм чи неформальних приписів, які можуть примусити одного економічного суб'єкта діяти у відповідності до інтересів іншого економічного суб'єкта. Слід підкреслити, що західні дослідники не розділяють формальні та неформальні джерела формування влади груп економіко-управлінського впливу. Останнє пояснюється наявністю правового суспільства, в якому складно маніпулювати незалежними суб'єктами економічної діяльності за допомогою неформальних впливів. Відповідно, влада в Західному суспільстві чітко визначається за допомогою права.

Право та легітимність. Право формує законні підстави для груп інтересів впливати на діяльність організації. Правові підстави групи інтересів впливати на діяльність підприємства можуть бути сформованими на основі контрактних зобов'язань, які виникли між контрагентом та підприємством. В такій ситуації контрагент підприємства стає групою економіко-управлінського впливу, яка може впливати на діяльність підприємства за через відповідні правові стосунки. Відповідно, взаємозв'язки між постачальником та підприємством, а також підприємством та споживачем формуються саме за наведеним вище механізмом.

Легітимність – це узагальнене відчуття або припущення по те, що дії юридичної особи є бажаними, адекватними або відповідними в рамках певної соціально сконструйованої системи норм, цінностей або вірувань [2, с.877]. Відповідно, вплив груп інтересів на діяльність підприємства може виникнути не тільки в результаті загрози порушення законодавства, але й певної системи норм та принципів. Наприклад, загроза навколишньому середовищу може не тільки суперечити чинному законодавству, але й певній системі цінностей, яка створена в суспільстві. Останнє може викликати протест неурядових організацій, які мають потенціал щодо впливу на підприємство через негативну рекламу та формування негативного іміджу в суспільстві. Таким чином, створена в країні система цінностей може формувати тип впливу груп інтересів на діяльність організації. Підсумовуючи зазначимо, що право та легітимність можуть слугувати або джерелом влади груп інтересів над підприємством, або бути джерелами впливу на діяльність організації самі по собі.

Час (терміновість). Групи економіко-управлінського впливу можуть впливати на діяльність організації через час. Наприклад, доступ до ресурсу або певного замовлення в терміновому порядку є джерелом влади групи економіко-управлінського впливу на діяльність організації. В Україні час є особливо важливою складовою через відсутність традицій вчасного виконання контрактів.

Для України зазначена модель впливу груп інтересів на діяльність підприємства набуде ряд трансформацій (рис.). Зокрема, важливою особливістю для України, є наявність добре розвинутих неформальних каналів влади. Наприклад, державні органи влади можуть впливати на діяльність підприємства не тільки на основі права та легітимності, але й інших чинників таких як власний інтерес, наявність неформальних каналів інформації (зв'язку) або наявність (чи відсутність) родинних зв'язків. Відповідно, для України наявність неформальної влади може бути не менш важливою ніж формальної.



Складові елементи впливу груп інтересів на діяльність підприємства в Україні

Аналізуючи рис. слід зазначити, що в Україні спостерігається такі взаємозв'язки між складовими елементами впливу груп інтересів на діяльність підприємства:

- право та легітимність створюють базу для формальної влади. Одночасно в Україні право та легітимність не завжди є достатньою передумовою для формування влади груп економіко-управлінського впливу над діяльністю організації через сильні неформальні канали впливу, які деформують цей елемент;

- час може формувати формальну та неформальну влади та одночасно слугувати джерелом впливу самим пособі. Наприклад, законодавчо сформованих строки виконання певних функцій державними органами влади можуть сприяти появі влади держави над підприємствами. Слід зазначити, що влада, яка сформована на основі обмеженості часу може бути як формальною так і неформальною. Формальною вона є в тому випадку, коли строки виконання чогось є чітко виписаними законодавчо. Відповідно, неформальною вона є в тому випадку коли строки не є чітко встановленими і група економіко-управлінського впливу може регулювати доступ до ресурсу без чітко встановлених правил;

- формальна та неформальна влади можуть регулювати строки доступу до певного ресурсу або контракту. В такому випадку, навпаки формальна або неформальна влади формують строки виконання контракту або доступу до ресурсу. Тобто, група економіко-управлінського впливу за допомогою формальних або неформальних впливів має змогу впливати на строки виконання контракту або доступу до ресурсу.

Розуміння складових елементів впливу груп інтересів дасть змогу інноваційному підприємству формувати більш збалансовану та ефективну стратегію і тактику діяльності.

1. Freeman R.E. *Strategic Management* / R.E. Freeman. - Boston et al.: Pitman, 1984 – 315 p. 2. Mitchell R.K., Agle B.R., Wood D.J. *Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really count*/ R.K.Mitchell, B.R. Agle, D.J. Wood // *The Academy of Management Review*. – 1997. – N 22(4). – N 853-884.