

**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «БЕЛОРУССКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

 В.Н. Шимов
« 09 » 06 2011 г.
Регистрационный № УД- 403-11 /баз.

СОЦИОЛОГИЯ РЫНКОВ

**Учебная программа для специальности
1-23 01 05 «Социология»**

СОСТАВИТЕЛЬ: *Александренков Ю.В.*, доцент кафедры экономической социологии Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат социологических наук.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Бороздина Г.В. – заведующий кафедрой педагогики и психологии Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат философских наук, доцент.

Зень С.Н. – заведующий кафедрой международных отношений Частного учреждения образования «Международный гуманитарно-экономический институт», кандидат социологических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономической социологии Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 8 от 03.03. 2011 г.);

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 6 от 01.06. 2011 г.)

Ответственный за редакцию: Александренков Ю.В.
Ответственный за выпуск: Александренков Ю.В.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по дисциплине «Социология рынков» разработана в соответствии с требованиями образовательного стандарта для специальности 1-23 01 05 «Экономическая социология» ИСГО БГЭУ.

Целями курса являются:

- дать систематизированное представление о концептуальных направлениях социологии рынков как ключевого направления современной экономической социологии;
- предоставить возможность студентам освоить ключевые понятия, концепции, направления, парадигмы и перспективы развития данной дисциплины;
- представить набор экономико-социологических инструментов для эмпирического исследования российских рынков самых различных типов.

Задачи курса “Социология рынков”.

- приобретение углубленных знаний о предмете, основных методологических подходах, перспективах теоретического развития социологии рынков и социологических основ маркетинга;
- осознание специфики современных западных и российских теоретических направлений социологии рынков и социологических основ маркетинга;
- освоение базового набора аналитических инструментов эмпирического исследования конкретных российских рынков;
- получение навыков критического осмысления научных материалов по социологии рынков;
- формирование практических навыков проведения экономико-социологических исследований по тематике социологии рынков.

Усвоение курса “Социология рынков” позволит студентам получить теоретические знания и практические навыки по решению насущных социально-экономических проблем фирмы с помощью применения современных социальных технологий, направленных на формирование зрелого экономического поведения социальных акторов на тех или иных современных рынках.

Для изучения курса «Социология рынков» необходимо знание следующих дисциплин: «Экономическая социология», «Социология труда».

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия, методологические подходы и перспективы развития социологии рынков;
- новейшие достижения современных западных и российских теоретических направлений социологии рынков;
- методы исследования рынков;

- принципы эмпирического и теоретического изучения социального аспекта функционирования рынков.

уметь:

- 1) использовать современные знания об особенностях и характере социальных механизмов экономических процессов и рынка;
- 2) применять зарубежный и отечественный опыта в области методологии изучения социальных механизмов в экономической сфере и применения социологических подходов к анализу рынков;
- 3) проводить исследования социальных механизмов рыночных отношений с применением социологических подходов к исследованию рынков.

Диагностика компетенций студента

Оценка уровня знаний студента на экзамене и при оценке промежуточных учебных достижений студента производится по десятибалльной шкале в соответствии с критериями, утвержденными Министерством образования Республики Беларусь.

Для оценки достижений студента используется следующий диагностический инструментарий:

- защита выполненных индивидуальных заданий;
- презентация результатов проведенного исследования;
- проведение текущих контрольных работ по отдельным темам;
- выступление студента на конференции по подготовленному реферату;
- сдача экзамена.

Структура курса. Курс состоит из 23 тем, касающихся основной проблематики социологии рынков. Типовым учебным планом специальности на изучение дисциплины «Социология рынков» отводится 226 часов, в том числе 102 часа аудиторных занятий (50 часов – лекций и 52 часа – семинарские занятия).

Форма контроля знаний. Основной рекомендуемой формой текущего контроля знаний являются выступления на семинарских занятиях и выполнение контролируемой самостоятельной работы. Итоговый контроль знаний – зачет, экзамен.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№	Наименование разделов и тем	Всего часов	Лекции	Семинары
1	2	3	4	5
	Раздел 1. Основные понятия рынка и конкуренции			
1	От истории к родовому определению. Рынок как форма хозяйства	8	4	4
2	От определения к теоретическим подходам. Рынок как механизм координации деятельности	8	4	4
3	От определения к теоретическим подходам. Конкуренция как социально укорененный процесс	6	2	4
4	От подхода к экономико-социологическим моделям. Рынок как организационное поле	4	2	2
5	От моделей к эмпирическому изучению. Рынок как платежеспособный спрос	4	2	2
	Раздел 2. Основные элементы рынка			
6	Деловые стратегии и концепции контроля над рынком	4	2	2
7	Основные структуры рынка	4	2	2
8	Основные институты рынка	4	2	2
	Раздел 3. Институциональные изменения на современных рынках			
9	Институциональная динамика: возникновение новых правил	4	2	2
10	Подстройка институтов: деформализация правил и уклонение от соблюдения закона	4	2	2
11	Подстройка институтов: формализация правил и издержки легализации	4	2	2
12	Построение новых деловых конвенций на рынке	4	2	2
13	Выращивание институтов рынка и институциональные компромиссы	4	2	2
	Раздел 4. Социология конкретных рынков			
14	Рынки труда	4	2	2
15	Финансовые рынки	4	2	2
16	Производственные рынки	4	2	2

17	Рынки рекламы	4	2	2
18	Эстетические рынки: мода и искусство	4	2	2
19	Рынки медицинских услуг	4	2	2
20	Розничная торговля	4	2	2
	Раздел 5. Стратегии субъектов рынка			
21	Потребительское поведение домохозяйств	4	2	2
22	Стратегии фирм	4	2	2
23	Государство и рынки	4	2	2
	ИТОГО	102	50	52

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1. Основные понятия рынка и конкуренции

Тема 1. От истории к родовому определению. Рынок как форма хозяйства

Множественность определений рынка (Р.Буайе). Необходимость родового определения рынка и основные подходы к его реконструкции. Историко-генетический подход к понятию рынка. Рынок как место торговли. Первичные формы рыночного обмена, их развитие и институционализация (Ф.Бродель). Связь современных и первичных форм рыночного обмена.

Понятие рынка как формы хозяйства и его основные элементы. Рынок и другие формы интеграции хозяйства (перераспределение, реципрокность) (К.Поланьи). Исторические ограничения рыночной формы хозяйства. Социальное сопротивление экспансии рыночных отношений и невозможность рыночного общества. Иллюзия саморегулируемости рынка. Государственное и социальное регулирование рыночного обмена.

Тема 2. От определения к теоретическим подходам. Рынок как механизм координации деятельности

От исторических описаний к формулированию модельных предпосылок. Предпосылки неоклассического экономического подхода к теории рынков. Рациональность и эгоистичность участников рынка, их независимость от прошлого опыта и социальных связей. Механизм саморегулирования рынка посредством цен и свободной конкуренции. Стремление рыночной системы к равновесию и оптимальному распределению ресурсов.

Предпосылки экономико-социологического подхода к теории рынков. Сложность хозяйственной мотивации. Дифференцирующая сила габитуса. Ограниченная рациональность и социальная укорененность действий участников рынка. Непосредственное и опосредованное взаимодействие участников рынка. Систематические провалы рынка. Экономико-социологическое развитие родового определения рынка, его основные элементы.

Тема 3. От определения к теоретическим подходам. Конкуренция как социально укорененный процесс

Общее понятие конкуренции. Поведенческий и структурный подходы к конкуренции. Понятие конкурентной ситуации. Экономическая и неэкономическая конкуренция. Модели совершенной и несовершенной конкуренции. Динамическая модель конкуренции. Конкуренция как естественный отбор. Конкуренция как воспроизводство социальных контактов. Конкуренция как установление согласованного порядка. Конкуренция как символическая борьба. Конкуренция как поддержание границ.

Тема 4. От подхода к экономико-социологическим моделям. Рынок как организационное поле

Рынок как социальная конструкция. Экологический подход к анализу рынка (Х.Олдрич, М.Хэннан, Дж Фримен). Рынок как совокупность ниш. Сетевой подход к анализу рынка (Р.Бёрт, М.Грановеттер, Х.Уайт, Б.Уцци). Случайные и укорененные сетевые связи. Неинституциональный подход к анализу рынка (Н.Биггарт, У.Бейкер, Д.Норт). Понятие формальных и неформальных правил. Выработка конвенций координации (Л.Болтански, Л. Тевено). Социокультурный подход к анализу рынков (М.Аболафия, В.Зелизер). Когнитивные, ценностные и символические аспекты рыночной культуры. Политикокультурный подход к анализу рынка (Н.Флигстин). Иерархия участников рынка. Рынок как организационное поле: структурный и интеракционистский подходы (П.Бурдье, Н.Флигстин).

Тема 5. От моделей к эмпирическому изучению. Рынок как платежеспособный спрос

Общая схема перехода от теоретических концепций к эмпирическому исследованию. Построение и проверка экономико-социологических гипотез. Разработка кейсов на основе полевых исследований и открытых источников.

Проблема определения внутренних и внешних границ рынка. Маркетинговые определения рынка. Рынок как процесс и как сегмент. Критерии сегментации рынков. Дифференциация по товарным категориям, целевым потребительским группам, типу участников рынка, регионам.

Раздел 2. Основные элементы рынка

Тема 6. Деловые стратегии и концепции контроля над рынком

Понятие хозяйственного действия и схема его исследования. Структура хозяйственной мотивации. Понятие деловой стратегии. Принципы действия и стратегический выбор. Основные элементы деловой стратегии.

Восприятие рынка его участниками. Применение феноменологического подхода к анализу рынка, его возможности и ограничения. Понятие концепций контроля, их отличие от деловых стратегий. Борьба за утверждение концепций контроля и способы их распространения.

Тема 7. Основные структуры рынка

Основные структурные элементы рынка. Капитал как основная форма ресурсов. Формы капитала. Предприятие и бизнес-группа как организационные структуры. Понятие деловых связей. Стратегические альянсы, деловые сети и деловые ассоциации. Основные характеристики деловых сетей. Структурная автономия участников рынка. Горизонтальная и вертикальная интеграция. Товарпроизводящие цепи, регулируемые производителями и потребителями. Гло-

бальные товаропроизводящие цепи.

Тема 8. Основные институты рынка

Понимание институтов как регулятивных правил. Правила поведения и правила контроля. Основные институциональные элементы рынка. Понятие прав собственности. Формальные и неформальные притязания на ресурсы и доходы. Понятие управленческих схем. Институциональная интеграция организационных структур. Понятие правил обмена. Поиск и подбор деловых партнеров. Заключение и поддержание деловых соглашений. Различия формальных и неформальных институтов. Правила общего и индивидуального уровня. Причины возникновения неформальных правил.

Раздел 3. Институциональные изменения на современных рынках

Тема 9. Институциональная динамика: возникновение новых правил

Источники возникновения институтов. Импорт институтов и выбор институциональных образцов. Институциональная инерция и эффект замыкания. Зависимость от первоначального избранного пути. Целенаправленный отбор и стихийное возникновение новых правил. Понятие институционального изоморфизма. Институциональные разрывы и комплементарность институтов. Параллельные институциональные режимы. Проблема эффективности институтов. Ограниченность критерия экономии транзакционных издержек.

Тема 10. Подстройка институтов: деформализация правил и уклонение от соблюдения закона

Понятие институциональной подстройки. Проблема отношения к закону в хозяйственной деятельности. Понятие деформализации правил. Механизм деформализации и его основные элементы. Неполнота и противоречивость формальных правил. Селективный контроль и институциональные компромиссы. Построение непрозрачных управленческих схем. Институциональные фикции и игры обмена. Практики ухода от налогов и таможенных платежей. Обоснование легитимности стратегий деформализации.

Тема 11. Подстройка институтов: формализация правил и издержки легализации

Понятие формализации правил. Механизм формализации и его основные элементы. Причины повышения спроса на формальные институты. Трудности перехода от «серых» и «черных» к «белым» деловым схемам. Структура затрат на поддержание «серых» схем. Сравнительные издержки легализации. Легализация как ступенчатый процесс. Роль государства в легализации бизнеса. Баланс интереса, принуждения и доверия в процессе легализации.

Тема 12. Построение новых деловых конвенций на рынке

Необходимость выработки и поддержания конвенций в деловой среде. Процесс построения конвенций между компаниями. Препятствия соглашениям

между компаниями. Проблема «безбилетника». Процесс построения конвенций между компаниями и властью. Препятствия соглашениям между компаниями и властью.

Новое поколение деловых ассоциаций. Объективная противоречивость их позиций. Индивидуальное и политическое лоббирование интересов. Стратегии ассоциаций: общественное объединение, лоббистская структура, экспертная структура, договорная площадка и деловой клуб. Проблема участия в ассоциации. Стратегический выбор ассоциации.

Тема 13. Выращивание институтов рынка и институциональные компромиссы

Критика эволюционного рационализма и политико-правового конструктивизма в области институциональных изменений. Два способа направленных институциональных изменений: облагораживание существующих институциональных образцов и культивирование новых образцов. Преодоление барьера большинства. Длительность процесса культивирования институтов. Издержки процесса выращивания институтов.

Действие параллельных институциональных режимов. Установление параллельных формальных правил игры и правил контроля. Упрощение формальных правил в деловых практиках. Достижение институциональных компромиссов.

Раздел 4. Социология конкретных рынков

Тема 14. Рынки труда

Отношения занятости. Отношения на рынке труда. Неоднородность рынка труда. Гибкая занятость. Концепции сегментации рынка труда. Факторы сегментации и сегрегации. Трудовая мобильность. Особенности внутреннего рынка труда. Цепочки вакансий. Социоструктурный (сетевой) подход к анализу рынков труда. Сильные и слабые связи. Формальные и неформальные каналы трудоустройства. Человеческий и социальный капитал на рынке труда. Значение специфических навыков для работников и работодателей. Роль «сигналов» при найме на работу.

Тема 15. Финансовые рынки

Финансовые рынки как социальные системы. Классические социологические подходы к пониманию денег и банковского дела (К. Маркс, М. Вебер, Г. Зиммель). Культурно-ориентированный подход к изучению финансовых рынков (М. Аболафия). Перформативный подход к изучению финансовых рынков (Д. Маккензи, К. Кнорр-Цетина).

Фирмы, банки и переплетенные директораты. Финансовые рынки и экономические кризисы. Финансовые рынки и социальное неравенство.

Тема 16. Производственные рынки

Социоструктурный подход к анализу рынков (Х. Уайт, М. Грановеттер, Б.

Уци). Производственные рынки как самоподдерживающиеся социальные структуры. Контроль и идентичности. Модели конкуренции и ценообразования на производственных рынках (Х. Уайт). Проблема укорененности в рынках и сетях.

Тема 17. Рынки рекламы

Соотношение экономических и культурных категорий в структуре рыночных отношений. Реклама как пример соединения экономики и культуры в обыденном хозяйственном действии. Подходы к определению рекламы. Маркетинговый подход к определению рынка. Особенности выстраивания взаимоотношений рекламных агентств и их клиентов.

Тема 18. Эстетические рынки: мода и искусство

Рынки как социальные конструкты. Эстетические рынки как механизмы распределения статусных идентичностей. Рынки с переключаемыми ролями.

Ценообразование как символическая система. Конкурирующие значения цены.

Тема 19. Рынки медицинских услуг

Здравоохранение как рынок vs здравоохранение как организационное поле. Институциональные логики, институциональные акторы и системы управления. Конфликтующие интересы в системе здравоохранения. Рынок медицинских услуг в России. Неформальные платежи за медицинскую помощь.

Тема 20. Розничная торговля

Предприятие розничной торговли. Торговые сети как элемент системы массовой дистрибуции. Форматы магазинов и их классификации. Особенности диадических отношений между ритейлерами и поставщиками. Основные тенденции в развитии торговых сетей и современных торговых форматов в Беларуси. Государственное регулирование торговых сетей в западных странах и в Беларуси.

Раздел 5. Стратегии субъектов рынка

Тема 21. Потребительское поведение домохозяйств

Потребительское поведение домохозяйств. Особенности потребления различных видов благ: продукты питания, услуги, одежда, товары длительного пользования, жилье. Основные тенденции потребления в Беларуси. Аддиктивное поведение и теория рациональных пристрастий (потребление алкоголя и наркотиков).

Топологические методы построения полей социального пространства (П.Бурдьё). Матричная типологическая модель потребительского поведения (А.Овсянников). Бюджет времени домохозяйства. Способы проведения досуга.

Тема 22. Стратегии фирм

Типы стратегического поведения предприятий на рынке. Факторы внешней и внутренней среды предприятия, предопределяющие выбор предприятием модели конкурентного поведения на рынке. Виолентная (силовая) стратегия как тип поведения предприятия на рынке. Особенности патентной (нишевой) стратегии поведения. Характеристика коммутантной (приспособительной) стратегии. Особенности эксплерентной (пионерской) стратегии.

Тема 23. Государство и рынки

Общее понятие государства. Силовая, фискальная и административная монополии. Интересы и функции государства. Встроенная автономия государства. Специфика торга на бюрократических рынках.

Государство как ночной сторож, рыночный агент и конфигуратор рынка. Модели «невидимой», «грабящей» и «помогающей» руки. Хищническое государство и государство развития. Либеральная, консервативная и социал-демократическая концепции государства благосостояния. Традиционная и новая парадигмы взаимодействия государства и рынка.

Общее понятие коррупции. Родственные понятия: волюнтаризм, непотизм, захват государства. Способы измерения коррупции. Распространенность коррупции в постсоветский период. Основные способы борьбы с коррупцией.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Анализ рынков в современной экономической социологии / Отв. ред. В.В. Радаев, М.С. Добрякова. М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 223 с.
2. Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и научн. ред. В.В. Радаев. Пер. М.С.Добряковой и др. – М.: РОССПЭН, 2004. – 374 с.
3. Радаев, В.В. Социология рынков: к формированию нового направления / В.В. Радаев. – М.: ГУ-ВШЭ, 2003. – 176 с.
4. Соколова, Г.Н. Экономическая социология / Г.Н. Соколова. – М.: Филинь, 2000. – 217 с.
5. Экономическая социология: Хрестоматия / Авт.-сост. Г.Н. Соколова, О.В. Кобяк. – Минск: Белорусская наука, 2001. – 416 с.

Дополнительная:

1. Александрова, Е.С. Принципы ценообразования в медицине: попытка социологического анализа на примере неформальных денежных платежей в государственной стоматологии г. Москвы / Е.С. Александрова // Экономическая социология. – 2006. – Т. 7. – № 5. С. 70–89.
2. Бурдые, П. Социальное пространство: поля и практики; под ред. Н.А. Шматко. – М.: Алетейя, 2005. – 168 с.
3. Вебер, М. История хозяйства. Город. / М. Вебер. – М.: Канон-пресс-Ц, 2001. – 212 с.
4. Капелюшников, Р.И. Российский рынок труда: адаптация без реструктуризации / Р.И. Капелюшников. – М.: ГУ-ВШЭ, 2001. – 328 с.
5. Теория фирмы; под ред. В.М.Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1995. – 195 с.
6. Третьяк, О.А., Румянцева, М.Н. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена // Российский журнал менеджмента. – 2003. – Том 1. – № 2. – С. 25-50.
7. Уайт, Х. Рынки и фирмы: взаимообусловленное возникновение / Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу / Сост. и научн. ред. В.В. Радаев. – М.: РОССПЭН, 2002. – С. 96-118.
8. Уци, Б. Источники и последствия укорененности для экономической эффективности организаций: влияние сетей // Анализ рынков в современной экономической социологии / Отв. ред. В.В. Радаев, М.С. Добрякова. – М.: ГУ ВШЭ, 2007. – С. 208–252.
9. Хайек, Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок / Ф.А. Хайек. – М.: Изограф, 2000. – С. 102-114.