

УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО  
Катедра “Икономическа социология ”

К О Н С П Е К Т

по дисциплината „Социология на икономическия живот”

1. Краят на представата за „икономическия човек” – социологическа перспектива върху икономиката. Социологическа критика на неолиберализма като опит за идеологизиране на икономическата наука; общи предпоставки на неолибералната пппинтерпретация на икономическия човек. Четирите променливи на икономическата перспектива, очератни от Смелсър.
2. Различията между икономическата и социологическата перспектива по Смелсър и Суидбърг относно интерпретирането на социално-икономическите субекти и действия. Теоретични различия между икономическата и социологическата перспектива по отношение на: пазарните субекти; икономическите действия; функцията на рационалността; властта в икономическото поле. „Homo sociologicus” като актьор в икономическото поле.
3. Мотивация и/или управленско насилие - Теорията на М. Олсън за колективното действие и мотивацията на рационалния индивид за включването му в него. Корпорацията и страхът за работното място като мотиватори за самоексплоатация по Уейд Роуланд „Корпорация Алчност...”. Тейлър versus Мейо – надзорът или мотивацията, необходимо ли е противопоставяне?
4. Мотивационни механизми по Пол Лоурънс и Найтън Нория - Четирите мотиватори по Пол Лоурънс Найтън Нория – подтик за придобиване; подтик за придобиване на връзки; подтик за учене; подтик за защита.
5. Мотивацията на работодатели и на наемни работници: двата основни типа предприемачество „улавяне на възможности” и „по принуда” водят до различия в бизнес практиките и от там до различия в мотивацията на наемния труд – теглещи (очаквана перспектива за подобряване на икономическия статус) и тласкащи (неудовлетвореност от икономическия статус) мотиви. Българските бизнес практики за мотивация на персонала.
6. Пазарът като социално-икономическо поле, интерпретиран от икономическа и социологическа перспектива. Силните и слабите страни на пазара.
7. Пазар и опортюнистично поведение – Стивън Левит «Големите измами и как всички участват в тях»; социалната вграденост на икономическото действие – Марк Грановетер.; културни аспекти на икономическото действие и поведение (М. Вебер); как спецификата на икономическата култура детерминира бизнес стратегиите.
8. Пазар, култура и власт - Какво е власт? Местата на властта. Властта в икономическото поле - „Втората невидима ръка” (М. Олсън), ръката на властта. Глобализацията и трансформацията на властовите отношения в икономическия живот (Дейвид Хелд). Интеграцията на икономическия елит с държавната администрация и политическите партии – друга форма на власт върху пазара.

9. Понятието капитал – същност според Маркс и Бурдийо; видове капитал и тяхната конвертируемост; форми и състояние на капитала.
10. Доверие и социален капитал - проблемът за доверието в икономическите действия – същност; подобия и различия; какво представлява социалния капитал? има ли необходимост от двете понятия? доверието ”медиум на социалното” или иманентна характеристика на човешките взаимоотношения?
11. Социалният капитал като индивидуален и обществен ресурс - силата на слабите връзки; три подхода към социалния капитал – Бурдийо, Коулман, Путнам; специфика и роля за икономическия живот; концепцията за социалния капитал като реифицирана „културна интимност” по Т. Ракаджийска.
12. Доверие и злоупотреби в икономическия живот – социални практики на корупция и лобиране
13. Проблемът за безличното доверие и неговото отражение върху икономическия живот - междуличностно и институционално (безлично) доверие; личното доверие в основата на социалния капитал.
14. Сравнителен анализ на ролята на доверието за икономическия растеж в различните общества – Фр. Фукуяма и неговата теория за връзката между степента на доверие и степента на икономически растеж.
15. Социалният капитал в полето на българския пазар на труда – кризата на социалния капитал в българското социално пространство; действието на силните и слабите връзки в българското икономическо поле.
16. Бизнес мрежи и не-договорните отношения в бизнеса - новото качество комуникация в социалните мрежи. социалните мрежи и бизнес общностите; виртуалното общуване като алтернатива на общуването «лице в лице» ; социалните мрежи и бизнес отношенията без правна регламентация.
17. Неконвенционален подход към пазара на труда - пазарът на труда като социално-икономическо поле, в което протичат два относително обособени процеса на „купуване и продаване” на работоспособност и на „купуване и продаване” на работни места; проблематизиране на пазара на труда от социологическа перспектива.
18. Проследяването на генезиса на пазара на труда - социалните фактори, които влияят върху функционирането му; пулсацията на полето, осъществявана от дейността на различните агенти, включени в него.
19. Сегментация, стигматизация, дискриминация и маргинализация на пазара на труда - сегментацията на трудовия пазар е явление, във факторната определеност на което едновременно присъстват и съвременното технологично развитие, и новата роля на науката, и глобализацията, индивидуализацията и информатизацията, характерни тенденции, които вече формират облика на обществата на XXI век; маргинализирането като процес, при който отделните личности и групи са изключени от основни институции и са изместени в периферията (на ръба) *на групата или обществото*; те са изключени от контрола на обществените отношения и с това от контрола на собствените си жизнени шансове (Р.Дарендорф).
20. Мрежовото предприятие - информационните технологии детерминират промени както в претенциите и нагласите на реалните и потенциалните участници на страната на труда в пазара на труда към различните видове стимули и тяхната

институционализация; така и различни видове претенции и очаквания на реалните и потенциалните участници на страната на капитала в пазара на труда към работната сила.

21. Човешкият и цифровият капитал на е-бизнес мрежите по Д. Тапскот.
22. Икономическа, социална и човешка сигурност - модернизационната концепция за човешка сигурност я разглежда като система, осигуряваща достойно съществуване на всеки човек; система, която защитава хората от постоянно действащи рискове; компоненти на системата за човешка сигурност.
23. Конкуренцията, йерархията и кооперацията – механизми за конституиране на социален ред; доминиращият нео-маржиналисткия подход в икономика и разглеждането на икономиката като система от свободни конкретни икономически субекти, едните от които инвестират и произвеждат, а другите потребяват стремежи се всеки да постигне пределна полезност; съвременната икономика като интеграционна система в сложната икономическа тъкан; глобализацията като конкуренцията, но в същото и като нарастване на сътрудничеството (кооперацията макар и в мрежова форма), като външен източник на иновации.
24. Социална отговорност на бизнеса - корпоративната социална отговорност (КСО) като нова концепция за бизнес поведение и бизнес отношения; акцент върху етиката, тази концепция обхваща идеята за гарантиране на устойчиво развитие; КСО като доброволно включване на грижата за социалните и екологичните въпроси в индустриалните и търговски дейности на бизнеса.
25. Нов начин за измерване на корпоративните резултати - три групи критерии: икономически, социални и екологични. начин за поставяне на бизнеса в контекста на обществото по отношение на постоянните си взаимодействия със социалните групи и техните различни очаквания.
26. Глобалният договор и българската инициатива – конкретни участници, бизнес практики и резултати.
27. Просуматорската икономика и новата класа на прекариата – икономиката на информационното общество; стойността като резултат на усилията на производителя и консуматора; новите обществени отношения.

#### **Задължителна литература:**

1. Ракаджийска, Т. 1998. *Труд. бизнес. ефективност. Социологическа теория и социална практика*. София, ЕОН 2000, , с.116;
2. Ракаджийска, Т. 2010. *Пазар на труда. Социално-икономическо поле между държавата и пазара*. София: Унив. изд. „Стопанство”
3. Ракаджийска, Т., М. Христова, Д. Сивков. 2017. *Социалният капитал*. София: Издателски комплекс на УНСС
4. Колев, Бл., Т. Ракаджийска, М. Стоянова, С. Тодорова, 2009. *Културални адаптации на българския бизнес в процеса на евроинтеграция*. София : Унив. Изд. «Стопанство»
5. *Икономика и социология*. Антология. 1999. Съст. Т. Чавдарова
6. Лоурънс, П., Нл Нория. 2002. *Мотивирани. Как човешката природа оформя решенията ни*. София: «Класика и стил»
7. Чавдарова, Т., 2016. *Нова икономическа социология*. София: Изток-Запад

**Допълнителна литература:**

8. Ракаджийска, Т., 1998. *Маргинализацията на българското общество в периода на преход като заплаха за социалния мир в страната*, София, НАЦИД, с. 73;
9. Ракаджийска, Т., 2003. Бизнесът и детският труд. В: *Алтернативи*, издание на УНСС, София Бр. 1-2, с.30 – 35
10. Rakadjiiska T., 2002. The Small and Medium Size Enterprises' Sector in Bulgaria – State, Problems, and Perspectives. In: *Sociological Problems, The Social World in the 21<sup>st</sup> century: Ambivalent Legacies and Rising Challenges*. Special Issue, p. 175 -185 и други
11. Тапскот, Д., Д.Тикол, А. Лоуи, 2001. *Цифров капитал. Да обуздаем силата на бизнес мрежите*. София :Изд. Класика и стил.
12. Тофлър, А., Х. Тофлър, 2004. *Революционното богатство..* София: Обсидиан
13. Фукуяма, Фр. 1999. Доверието. Новите основи на световния просперитет. София : „Рива”
14. *The Sociology of Economic Life*. 2005. Ed. By Granovetter M. & R. Swedberg, Boulder and all
15. Callon, M., 1998 *The Laws of the Markets*, Oxford,
16. *Economic Security for a Better World*, 2004. ILO
17. *The Handbook of Economic Sociology*. 2005. Ed. Smelser N. and R. Swedberg. N.Y. и други

**Изготвил: проф.. д.с.н. Теменуга Ракаджийска**  
Софи, УНСС, 2018 г.