

Санкт-Петербургский государственный университет

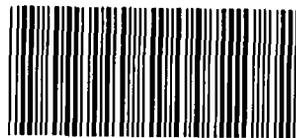
На правах рукописи



Смелова Алёна Андреевна

**ФОРМИРОВАНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ РЫНКОВ:
СТРАТЕГИИ И КОНЦЕПЦИИ КОНТРОЛЯ
ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ**

Специальность 22.00.03 – экономическая социология и демография



4850273

**Автореферат
диссертации на соискание учёной степени
кандидата социологических наук**

16 ИЮН 2011

Санкт-Петербург
2011

Диссертация выполнена на кафедре экономической социологии
факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета

Научный руководитель: Доктор социологических наук, профессор
Веселов Юрий Витальевич

Официальные оппоненты: Доктор социологических наук, профессор
Минина Вера Николаевна

Кандидат социологических наук
Санина Анна Георгиевна

Ведущая организация: Санкт-Петербургский государственный
университет сервиса и экономики

Защита состоится «28» июня 2011 г. в 16 часов на заседании Совета Д
212.232.13 по защите докторских и кандидатских диссертаций при Санкт-
Петербургском государственном университете по адресу: 193060, г. Санкт-
Петербург, ул. Смольного, 1/3, 9 подъезд, ауд.324.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале научной библиотеки им.
М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета по адресу:
г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9.

Автореферат разослан «25» мая 2011 г.

Учёный секретарь Совета Д 212.232.13,
кандидат социологических наук



Соколов Н.В.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Вопрос «Что такое рынок?» вызывал интерес у многих поколений ученых. Первоначально на него пытались дать ответы экономисты, представляя его как сферу производства и обращения, абстрактный механизм ценообразования, который является центральным в распределении ресурсов в экономике, процесс и результат человеческих действий, экономический институт. Однако, начиная с 1980-х гг. социологи, неудовлетворенные решением вопроса, разработали свое понимание рынка. Так образовалось научное направление «социология рынков», которое стало изучать рынки как результат социального взаимодействия участников рынка, исследовать социальные формы организации участников на рынке, их социальный статус и др. На сегодняшний день существенным в понимании природы рынка является ряд вопросов: по каким правилам функционирует и развивается рынок, какие культурные смыслы составляют его сущность и самое главное – кто их производит, а значит, кто конструирует рынок как социальную реальность? Правила и коллективные смыслы социального взаимодействия, которые поддерживаются эксплицитными и имплицитными соглашениями, составляют основу институтов. Соответственно, возникает вопрос: кто конструирует рынок и его институциональную структуру?

Создание российского рынка в 1990-х гг. происходило преимущественно на основе формальных институтов, импортированных из стран с развитой экономикой, или сформированных в результате российской экономической практики и закрепленных в законодательстве Российской Федерации. Пробелы в нормативных актах с течением времени были заполнены неформальными институтами, широко применяемыми участниками российского рынка. Но с приходом в экономику транснациональных корпораций (ТНК), начали образовываться новые неформальные рыночные институты, кардинально отличавшиеся от существовавших. Именно использование частных неформальных институтов становится важным элементом стратегии крупных транснациональных корпораций, позволяющим им сформировать рыночную нишу и занять на ней доминирующее положение, вопреки существующей норме закона.

Главной проблемой в диссертации явилось противоречие между традиционным представлением о роли государства в конструировании рынка и его институциональной структуры и практикой активных действий других участников рынка, в частности, транснациональных корпораций в этом процессе. Национальное государство всегда активно участвовало в создании современного рынка и регулировании экономических отношений в своей стране. Эта точка зрения была высказана К.Поланьи и является общепринятой на сегодняшний день. Государство играет важную роль в формировании и поддержке рыночных институтов.

Однако современная ситуация позволяет выдвинуть предположение о том, что в создании рынка и его институциональной структуры играют существенную роль и другие субъекты, в частности, транснациональные корпорации.

Степень научной разработанности проблемы

Практика показывает, что экономическая наука ограничено трактует проблему рынка. Остаются полностью нерешенными вопросы о законах функционирования и развития рынков, природе их институциональной структуры, степени вовлеченности и активности рыночных субъектов в процесс рыночных трансформаций. О сложности данных вопросов свидетельствуют дискуссии по социологии рынков, развернувшиеся в последнее десятилетие в России.

Социологическая традиция исследования рынка богата на теоретико-методологические подходы. Социологи рассматривали рынок как социальный институт (М.Вебер), социальную систему (Т.Парсонс, Н.Смэлзер, К.Полаanyi), социальную структуру (М.Грановеттер, Х.Уайт, Э.Лайфер, Р.Бёрт, В.Бейкер, Р.Сведберг, Б.Уци, М.Зафировски) и социальное поле (П.Бурдьё, Н.Флигстейн), процесс, в котором калькулятивные агентства противостоят друг другу (М.Каллон); объект экономической науки и деятельности специалистов-теоретиков и практиков (идея перформативности) (Э.Дилер, Ф.Коучоу, Д.МакКинзи (D.MacKenzie), Ф.Муниса (F.Muniesa), М.-Ф.Гарсия-Парпет (M.-F.Garcia-Parpet), В.-А.Липайней (V.-A. Lepinay), Ф.Мировски (Ph.Mirowski) и Э.Ник-Кхах (E.Nik-Khah), Ф.Гуала (F.Guala), П.Холм (P.Holm)), структуру социальных отношений, в которую включены субъекты и материальные объекты (Т.Пинч). Среди отечественных исследователей социологии рынков следует назвать Ю.В. Веселова, Н.А.Малиеву, А.В. Маркееву, А.Н.Олейника, В.В. Радаева и др.

Основы исследования институциональной структуры рынков были заложены старой институциональной школой – М.Вебером, Т.Вебленом; структурно-функциональным анализом – Т.Парсонсом, Н.Смэлзером; теорией транзакционных издержек – Р.Коузом, Д.Нортом, О.Уильямсоном. Среди исследователей институциональных проблем рыночной экономики следует выделить Р.И.Капелюшникову, В.М.Полтеровича, В.Л.Тамбовцева, а также М.А.Корытцева. В последних работах российских исследователей по институциональной структуре рынка наблюдается ее изучение преимущественно в трудовой и финансовой плоскостях. Так, существует ряд диссертаций, посвященных институциональной структуре рынков кредита (М.Н.Тупицына), финансовых рынков (Л.Д.Цгоева), российского рынка ценных бумаг (А.В.Марьяна); рынков труда в России (Х.Кресс), региональных рынков труда (Г.Г.Теребков).

Одним из главных субъектов глобального рынка становятся ТНК. Анализ их природы и деятельности посвящены исследования специалистов различных отраслей знания. Так, политические работы Р.Гильпина, Т.Рица, А.Г.Шерера, Г.Патаццо, Д.Баумана; А.В.Бабикова, Н.А.Николаевой,

Е.В.Троицкой рассматривают ТНК как активного субъекта мировой политики, изучают ее отношения с государством, влияние ее технологических разработок на политическую жизнь принимающей стороны и изменение политической географии мира, изучают проблемы управления политическими рисками и политической нестабильностью в стране.

ТНК также стали объектом изучения и экономистов. Ряд работ посвящен ТНК в глобализирующейся экономике, производственной и инвестиционной политике ТНК, отношениям ТНК и государства, ТНК и современным проблемам общества: экологии, энергетической и военной безопасности стран, развитию стран «третьего мира», а также социальной ответственности бизнеса. Это работы следующих авторов: зарубежных исследователей – С.Вильмс-Райта, Дж.Даннинга, Д.Кэмпбелла, Дж.Г.Макганна, Т.Х.Морана, Ф.Никкербоккера, Т.Перди, К.П.Сована, Г.Стонхауса, О.Уильямсона, С.Хаймера, Дж.Хэмилла; и отечественных исследователей – Л.В.Богатыревой, М.П.Бортовой, М.В.Воробьева, Л.В.Гончарова, А.Н.Зеленюка, С.Ф.Зорина, С.Климовича, О.В.Климовец, Н.Ю.Кониной, А.В.Кузнецова, И.А.Максимцева, С.П.Перегудова, А.И.Рогача, М.В.Романовского, Е.Н.Смирнова, Т.М.Степаняна, А.А.Стриженко, А.П.Табурчака, В.А.Филиппова, Р.И.Цвыллевой, Г.П.Черникова, Д.А.Черниковой, С.В.Шепелева и др.

В новой экономической социологии исследования Р.Дж.Барнета, Ф.Борншира, И.Валлерстайна, Р.Вернора, Г.Джереффи, Р.Е.Моллера, О.Сункеля, Р.С.Хилла, К.Чейз-Данна, П.Б.Эванса посвящены ТНК как агентам транснационального капитализма, новому типу транснациональных производственных систем, товарных цепочек, регулируемых производителем, отношениям ТНК и национального правительства в вопросе направления развития промышленной экономики, взаимообусловленности институциональных структур и стратегий промышленно-торговых организаций и др.

Однако, исследований о роли ТНК как институционального предпринимателя на международных рынках, способного создавать систему рыночных институтов и активно участвовать в формировании институциональной структуры рынков других стран, недостаточно. Социологическому анализу данной проблемы посвящена диссертационная работа.

Объектом исследования выступает институциональная структура рынков.

Предмет исследования – влияние стратегий и концепций контроля транснациональных корпораций на формирование институциональной структуры рынков.

Для исследования были выбраны ТНК, ведущие свою экономическую деятельность на территории Российской Федерации, в частности в г.Санкт-Петербурге, – «ИКЕА» («ИКЕА») – рынок мебели и товаров для дома, «Тойота»

(«Toyota Motors Company») – рынок легковых автомобилей, «Кока-Кола» («Coca-Cola Hellenic») – рынок безалкогольных напитков. Сравнительный анализ трех случаев позволяет выделить наиболее общие механизмы в социальном процессе формирования институциональной структуры рынков.

Исследование проводилось в период с 2007 по 2010 год.

Гипотеза исследования звучит следующим образом:

ТНК, путем распространения своих правил и смыслов рыночного взаимодействия, воплощенных в стратегии и концепции контроля, играют активную роль в социальном процессе формирования институциональной структуры рынков.

Гипотезы-следствия

1. Роль ТНК в этом процессе сильнее, если партнеры воспринимают ее как успешную компанию и действуют в рамках ее системы правил и смыслов.

1.a. ТНК обладает уникальной социальной и институциональной структурой, которая воплощается в ее бизнес-сети. Участники бизнес-сети взаимодействуют по правилам и смыслам, выработанным ТНК.

1.b. Институциональная структура ТНК состоит из системы взаимосвязанных правил и смыслов рыночного взаимодействия, характерных для каждого типа рынка (рынка капитала, рынка труда, рынка производства и рынка потребления).

2. Роль ТНК в этом процессе сильнее, если другие участники рынка, находящиеся в структурно эквивалентных позициях в других сетевых структурах, воспринимают ее правила и смыслы как легитимные и копируют их в своей деятельности.

Целью данного исследования является изучение влияния стратегий и концепций контроля транснациональных корпораций на формирование институциональной структуры рынков. Возможно ли, чтобы экономическая активность крупных компаний оказывала конструктивное влияние на институциональную структуру рынков? Другими словами, справедливо ли утверждать, что действия субъектов, совершаемые на микроуровне, существенным образом оказывают влияние на развитие макросоциальных процессов, на развитие институциональных структур социальных объектов.

Достижение поставленной цели предполагает решение ряда *задач*.

- Проанализировать теоретические подходы к исследованию институциональной структуры рынков.
- Выявить факторы, влияющие на динамику институциональной структуры рынков;
- Описать методологию исследования формирования институциональной структуры рынков.

- Провести сбор информации о характере институциональной структуры рынков РФ и проанализировать полученные данные.
- Описать институциональную структуру ТНК и проанализировать полученные данные эмпирического исследования в соответствии с выдвинутыми гипотезами.
- Проанализировать процесс «встраивания» институциональной структуры ТНК в институциональную структуру рынков РФ; выявить концепции контроля рынков.

В качестве *теоретико-методологической основы исследования* выступают работы зарубежных и российских социологов, которые внесли большой вклад в развитие понимания социального устройства рынка и его институциональной структуры: М.Аболафии, Ф.Броделя, В.Бейкера, Р.Бёрта, П.Бурдьё, М.Вебера, М.Грановеттера, П.ДиМаджио, М.Каллона, Дж.Майера, Т.Парсонса, У.Пауэлла, К.Поланьи, Б.Рована, Р.Сведберга, Н.Смэлзера, Х.Уайта, О.Уильямсона; Ю.В.Веселова, А.В.Петрова, В.В.Радаева, М.В.Синютина. Особое значение для диссертационного исследования имеет политико-культурный подход Н.Флигстейна.

Информационную базу исследования составляют законодательные акты РФ: Гражданский Кодекс Российской Федерации, Налоговый Кодекс Российской Федерации, Трудовой Кодекс Российской Федерации, Закон РСФСР от 22 марта 1991 года N 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», Федеральный закон от 23 июня 1999 года N 117-ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг», Федеральный закон от 17 августа 1995 года N 147-ФЗ «О естественных монополиях», Федеральный закон от 26 июля 2006 года N 135-ФЗ «О защите конкуренции», Федеральный закон от 9 июля 1999 года N 160-ФЗ «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации». А также публикации деловой прессы Regnum, РБК Daily, Коммерсантъ и др.; материалы с официальных сайтов компаний и др.

Методы исследования:

Исследование проводилось с использованием как общенаучных методов – анализа и синтеза, индукции и дедукции, так и специальных социологических качественных методов – интервьюирования и анализа документов, а также социального моделирования и социального анализа сетей. Эмпирические данные, полученные в ходе исследования, обрабатывались при помощи компьютерной программы Веннмейкер 1.0. (VennMaker 1.0. – An Actor-Centered Interactive Mapping Tool).

Эмпирическая база исследования

- Социологическое исследование «Институциональная бизнес-среда г.Санкт-Петербурга: неформальные правила игры на рынке», которое проведено автором в 2008 году. Объектом исследования выступили предприниматели

малого и среднего бизнеса г. Санкт-Петербурга в сфере производства и розничной торговли с опытом работы более 10 лет. Методом сбора первичной социологической информации явилось фокусированное интервью. Исследование проводилось с целью выявления представлений предпринимателей о неформальных правилах ведения бизнеса в Санкт-Петербурге. Тип выборочного метода – стихийный отбор. Интервью было проведено с 14 информантами.

- Социологическое исследование «Транснациональные корпорации в контексте российского бизнеса», проведенное автором в 2007-2009 годах. Объектом исследования стали транснациональные корпорации на рынке Санкт-Петербурга. Исследование было направлено на изучение мнения специалистов ТНК о специфических правилах работы с компаниями-партнерами (поставщиками-производителями, дистрибьюторами), а также относительно собственного персонала транснациональной компании. Исследование проводилось в два этапа. На первом этапе методом сбора информации был выбран почтовый опрос. На адреса электронной почты в отделы связи с общественностью ТНК были отправлены анкеты. Количество рассылок было определено в соответствии с перечнем транснациональных компаний-инвесторов в г. Санкт-Петербурге, представленным на сайте администрации г. Санкт-Петербурга, что составило 8 компаний. В результате, ни одна из компаний не вернула заполненную анкету. Самой распространенной формулировкой отказа явилось следующее высказывание: «Ввиду отсутствия ответственного лица, которое может ответить на вопросы, участие в Вашем исследовании не представляется возможным». На втором этапе методом исследования было выбрано экспертное интервью. Отбор экспертов осуществлялся из специалистов отдела логистики, отдела поставок и отдела персонала на основе наличия опыта работы в ТНК от 3 лет. В исследовании приняли участие 9 человек.

- Социологическое исследование «Новые социальные формы организации бизнеса: модель отношений «ТНК – компания-партнер»», проведенное автором в 2009 году. Объектом исследования выступили представители компаний-партнеров ТНК: поставщики-производители, дистрибьюторы. Исследование проводилось с целью описания модели отношений «ТНК – компания-партнер». При опросе использовался метод полуструктурированного интервью. В ходе исследования было опрошено 12 человек.

- Социологическое исследование «Транснациональные корпорации на российских рынках: новые правила старой игры?», которое проводилось автором в 2009 году. Объектом исследования выступили представители компаний, работающие в том же сегменте рынка, что и ТНК. Целью исследования явилось изучение мнения специалистов компаний-конкурентов, отвечающих за маркетинг, об изменении правил на рынке с приходом на него ТНК. Методом сбора первичной социологической информации явилось фокусированное интервью. В рамках исследования было опрошено 6 человек.

Научная повизна исследования и положения, выносимые на защиту.

- Рынок является объектом изучения многих научных дисциплин, в т.ч. и социологии. Особенность социологического подхода к исследованию рынка состоит в том, что он рассматривается как результат социального взаимодействия субъектов. В новой экономической социологии рынок – это поле деятельности, которое характеризуется особой социальной и институциональной структурой. Два типа рыночных субъектов – доминирующие и не доминирующие – составляют его социальную структуру. Для связи и регулирования экономических действий рыночных субъектов необходима институциональная структура. Она понимается как совокупность рыночных институтов, регулирующих поведение рыночных субъектов на основе эффективных правил и рационализирующих смыслов, и объединяющих рыночных субъектов в рамках одного рынка. Рыночные институты подразделяются на общие формальные и неформальные, также можно выделить частные неформальные институты, которые выступают как нестандартные практики контрактации ТНК.
- В современном обществе конструировать рыночные институты может как государство, так и другие рыночные субъекты, которых поддерживает государство – транснациональные корпорации. Соответственно, не только государство способно создавать рынок и его институциональную структуру, но и частично ТНК.
- Конструирование рыночных институтов ТНК можно проанализировать с точки зрения политико-культурного подхода Н.Флигстейна. В данном случае ТНК – это рыночные субъекты, выступающие в роли институциональных предпринимателей. Они выдвигают новые культурные конструкции (правила и смыслы), влекущие за собой образование новых рыночных институтов. С целью их утверждения на рынке, они образуют «политические коалиции» с другими участниками рынка на основе убеждения, что данные институты выражают их коллективные интересы.
- Формирование институциональной структуры рынка транснациональными корпорациями – это двухфазный процесс. Он начинается на микроуровне как процесс институциональных изменений, в ходе которого ТНК вырабатывают свои правила и смыслы рыночного взаимодействия с целью минимизации транзакционных издержек и предлагают («навязывают») их рыночным субъектам своей социальной сети, проявляя, тем самым, свою символическую власть. Затем диффузия правил и смыслов происходит на смежных рынках (осуществляется переход на макроуровень), когда другие компании воспринимают их как успешные и легитимные и начинают изоморфно изменяться, копируя эти правила и смыслы. Так, распространение рыночных институтов происходит по каналам слабых связей, а значит, этот процесс охватывает максимально большой сегмент рыночного пространства. Соответственно, рыночные институты

ТНК не только формируют её институциональную структуру, но сильно расширяясь, изменяют институциональную структуру рынков зарубежной страны, в которую приходит компания для ведения бизнеса.

Теоретическая значимость исследования заключается в описании процесса формирования институциональной структуры рынка транснациональными корпорациями, которое расширяет поле исследовательских задач как экономической социологии, так и социологии рынков.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его положений и вывода органами государственной власти (ФАС, Министерством экономического развития РФ, Министерством промышленности и торговли РФ), а также представителями малого, среднего и крупного бизнеса для углубленного понимания процесса транснационализации бизнеса в мире и Российской Федерации, перспектив его развития. Материалы исследования могут быть использованы при чтении курсов «Экономическая социология», «Социология рынков», «Социология глобальных рынков», «Социология капитализма» и др.

Апробация результатов исследования

Результаты работы на разных фазах исследования были представлены как на российских, так и зарубежных конференциях и семинарах, в частности, в рамках:

- Трехлетнего международного проекта HESP.OSI для молодых преподавателей социальных и гуманитарных наук «Modernity and the Futures of Capitalism in Eurasia: Scholarly Debates and Teaching Practices», Россия, Санкт-Петербург, 2008-2011.
- III Всероссийского социологического конгресса: «Социология и общество: проблемы и пути взаимодействия», Россия, Москва, 2008.
- Семинара по современной социологии в России, Университет г. Хюэ, Вьетнам, Хюэ, 2008.
- Общероссийской конференции «Третьи Ковалевские чтения», СПбГУ, Россия, Санкт-Петербург, 2008.
- Первых Санкт-Петербургских социологических чтений – Международной конференции «П.А.Сорокин и современные проблемы социологии», СПбГУ, Россия, Санкт-Петербург, 2009.
- Семинара российско-германской программы «Иммануил Кант» (DAAD и Министерство образования и науки РФ), Институт Густава Штреземанна, Германия, Бонн, 2009.
- XVII Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых Ломоносов - 2010, МГУ им. М.В.Ломоносова, Россия, Москва, 2010. За выступление среди аспирантов на подсекции «Экономическая социология и маркетинг» диссертант получил диплом победителя.

- Семинара российско-германской программы «Иммануил Кант», Российско-немецкий Дом, Россия, Москва, 2010.
- Общероссийской конференции «Пятые Ковалевские чтения», СПбГУ, Россия, Санкт-Петербург, 2010.
- XVIII Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых Ломоносов - 2011, МГУ им. М.В.Ломоносова, Россия, Москва, 2011.

Исследование обсуждалось на кафедре экономической социологии факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета (г. Санкт-Петербург, Россия) в период обучения диссертанта в аспирантуре с 2007 по 2011 г., а также Институте макросоциологии Университета Отто-фон-Гьюрике (г. Магдебург, Германия) в период прохождения сю стажировки и выполнения научно-исследовательского проекта в рамках программы «Иммануил Кант» (Министерства образования и науки РФ и Германской службы академических обменов (DAAD)) с 2009 по 2010 г.

Основные результаты исследования изложены в статьях автора, опубликованных в научных журналах, в том числе рекомендованных ВАК. Общий объем публикаций составляет 3 п.л.

Структура диссертации обусловлена целью, задачами и логикой исследования. Работа состоит из введения, двух глав, содержащих 6 параграфов, заключения, библиографии, таблиц, рисунков и приложений. Используемая литература диссертации составляет 265 источников, 144 из которых на иностранных языках (английском, немецком, французском). Общий объем диссертации - 229 страниц машинописного текста.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Первая глава «Теоретико-методологические основы исследования институциональной структуры рынков» посвящена теоретическим и методологическим подходам, сформировавшимся в рамках социальных наук, позволяющим рассмотреть базовые элементы процесса формирования институциональной структуры рынка – рынка как социальной конструкции, а также субъектов рынка, влияющих на динамику институциональной структуры.

Первый параграф «Теоретические подходы к анализу функционирования рынка и его институциональной структуры». Теоретическое направление социологического анализа рынков можно подразделить на два этапа и выделить в нем старую школу (М.Вебер) и новую школу (Т.Парсонс, Н.Смэлзер, К.Поляни, Х.Уайт, М.Грановеттер и др.). Старое направление анализирует рынок с позиции социального действия, новое направление – с позиции социальной структуры. И социальное действие, и социальная структура, по сути,

оказываются взаимосвязанными и взаимовлияющими явлениями в социальном анализе рынка.

М.Вебер определил свою концепцию рынка в терминах методологического индивидуализма и понимания смысла поведения действующих субъектов. В «Хозяйстве и обществе» (1922) Вебер дает следующее определение рынка: рынок существует там, где есть конкуренция, даже если она односторонняя, относительно возможности обмена между множеством участников.

В 1950-х гг. рядом исследователей (Т.Парсонсом, Н.Смелзером, К.Поланьи) была предпринята попытка возродить социальный анализ рынка. Рынок рассматривался ими как самостоятельная социальная система, обладающая своей институциональной структурой. Парсонс и Смэлзер выделили типы рынков в соответствии с типами взаимодействий субъектов, происходящими на границах других подсистем: рынок труда, рынок капитала, рынок товаров и рынок контроля за производительностью. Культурные нормы и правила, укорененные в экономических отношениях, по мнению Поланьи, «формируют» этот процесс взаимодействия.

Интерес социологов к рынкам вновь вернулся только в 1970-е гг. Это связано с работами Б.Барбера и К.Хайнеманна, предложивших создать «социологию рынков». Социологическим исследованием рынка также занимались И.Валлерстайн, М.Хэннан и Дж.Фримен, Г.Кэррол, М.Грановеттер и др.

С начала 1980-х гг. в социологии рынков наиболее выделился структурный подход (Х.Уайт, Э.Лайфер, Р.Берт, В.Бейкер, Д.Старк, Б.Ведреш, М.Грановеттер и др.), который рассматривает структуру рынка через призму сетей. Несмотря на многие преимущества, структурный подход подвергался критике, т.к. не учитывал культурных аспектов проблемы (В.Зелизер, Ш.Закин (Sh.Zukin), П.ДиМаджио, М.Аболафия) и политико-правовых аспектов (Н.Флигстейн, А.Мара-Дрита (I.Mara-Drita)).

Согласно Н.Флигстейну, появление рынков является следствием взаимодействия крупных корпораций и государства, а не прорывом в технологиях или результатом предпринимательской активности. Именно государство играет ключевую роль в обосновании основных пониманий корпораций в отношении политики конкуренции (Дж.Стиглер, А.Этциони). Различные государственные агентства регулируют работу рынков, тем самым поддерживая моральный порядок конкретного рынка и доверие к экономической системе в целом (Дж.Кэмбелл и Л.Линдсберг).

В современных социологических концепциях рынок предстает как социальное пространство, обладающее структурой, как социальной, так и институциональной. Социальную структуру рынка (рыночной ниши), в которой выделяют доминирующих и не доминирующих игроков, можно представить в форме сети. Центральным элементом сети является доминирующий участник. Он

способен аккумулировать все ресурсы сети, т.е. ресурсы, которыми обладают участники этой сети. Поскольку он имеет информацию о всех участниках сети, он способен «замыкать» на себе совместные проекты, оставляя других участников сети в неведении относительно возможностей друг друга.

Для функционирования сети должны существовать правила и смыслы взаимодействия (эксплицитные и имплицитные соглашения). Они могут создаваться как извне, так и изнутри участниками этой сети. Как правило, инициатива по их созданию принадлежит доминирующему участнику сети. В действительности вопрос создания правил и смыслов рыночного взаимодействия (рыночных институтов) – вопрос определения доминирующих и не доминирующих субъектов рынка, подчиняющихся решениям доминирующих субъектов. Соответственно, необходимо определить, кто является доминирующим субъектом, какова его роль в формировании институциональной структуры рынков.

Создание стабильных рыночных институтов способствует поддержанию преимуществ компании, а значит и обеспечивает ей статус доминирующего игрока на рынке. Следовательно, правила и смыслы рыночного взаимодействия превращаются в объект конкуренции. Однако победителем в этой игре становится компания, которую поддерживает национальное правительство, создавая тем самым неконкурентную ситуацию на рынке.

Политико-культурный подход Н.Флигстейна позволяет проследить, каким образом создаются рыночные институты. Так, в основе их конструирования лежит стратегическое действие, которое подразумевает совершение выбора между принципами действия (Н.Флигстейн; М.Де Серто; В.В.Радаев), определяющими способы поведения субъекта на длительную перспективу. Соответственно, деловая стратегия компании – это совокупность стратегических выборов. Предметом выбора выступают следующие элементы:

- определение способов мобилизации ресурсов, территориального размещения компании, направлений развития;
- поиск рыночной ниши и форм организации бизнеса;
- проведение дифференциации рыночного пространства, определение своей позиции на рынке и позиций других участников рынка;
- формирование круга партнеров; применяя социальный навык, компания способна сформировать на основе общих целей и интересов рыночную идентичность, позволяющую символически объединить «своих» и выделить «чужих»;
- выработка правил и смыслов взаимодействия (т.е. выработка эксплицитных и имплицитных соглашений) с поставщиками-производителями, финансовыми и аудиторскими организациями, с работниками и потребителями, а также другими участниками рынка.

Так, рыночные субъекты способны создавать свои собственные рыночные институты – правила и смыслы рыночного взаимодействия. Однако каким образом

происходит формирование институциональной структуры рынков? Она устанавливается его участниками. Это результат способности одних групп (доминирующих) навязать своё восприятие рыночного взаимодействия или проявлять символическую власть - власть показывать и убеждать, производить и вводить классификацию, легальную или нелегальную, а другими участниками усваивать её и воспроизводить. Данный культурный феномен получает название концепции контроля.

Концепция контроля – это господствующее мировоззрение о том, что представляет собой данный рынок, правила его функционирования и смыслы, регулирующие экономическое поведение рыночных субъектов. Она вырабатывается в процессе взаимного мониторинга действий участников рынка, дополняя экономическую борьбу между компаниями символической.

Систематическое изучение институциональной структуры рынка проводилось как в рамках структурно-функционального анализа, так и новой институциональной экономической теории (теории трансакционных издержек). В соответствии с первым подходом, институциональная структура рынка рассматривается как совокупность устойчивых элементов (институтов), выполняющих в обществе (социальной системе) какую-либо функцию. Второй подход в вопросе функциональности института вводит в анализ критерий эффективности, т.е. способности института обеспечивать обмен между субъектами при минимальном уровне трансакционных издержек. Нестандартные практики контрактации являются вариациями на тему институтов.

Соответственно, под институциональной структурой рынка понимается совокупность рыночных институтов, регулирующих поведение рыночных субъектов на основе эффективных правил и рационализирующих смыслов, и объединяющих рыночных субъектов в рамках одного рынка. Субъектами, конструирующими рыночные институты, выступает государство и крупные рыночные субъекты (например, транснациональные корпорации), которых поддерживает государство. Важно подчеркнуть, что рыночные институты могут носить как общий формальный и неформальный характер, так и частный неформальный характер, т.е. выступать как юридические нормы – законы, права собственности, контракты или традиции, кодексы поведения, которые разделяются всеми членами делового сообщества; так и нестандартные практики контрактации, сконструированные частными компаниями в соответствии с принципом локальной рациональности данного рынка (М.Аболафия). Последнему типу рыночных институтов уделяется основное внимание в диссертации.

Во втором параграфе «Экономическая активность транснациональных корпораций как фактор динамики институциональной структуры рынков» выдвигается предположение о том, что экономическая активность ТНК играет важную роль в формировании институциональной структуры рынков. В работе рассматриваются основные подходы к природе происхождения

ТНК и тенденции их экономической активности, задающие институциональную динамику на мировых рынках.

Транснациональная корпорация является включенной в социальную систему взаимодействия как с внутренними, так и внешними рыночными субъектами. Ее организационную структуру можно сравнить с моделью «мир-экономика» (*«l'économie-monde»*), описанной Ф.Броделем. Так центр (материнская компания) представляет собой сосредоточение факторов производства, обеспечивающих экономическую активность всей системы: капитал и его финансовую структуру (транснациональный банк или фонд), производство и передачу информации, а также пучок прав на использование своих ресурсов. Ее периферия – компании-партнеры по разработке технологий, производству и сбыту продукции, университеты и организации в области охраны окружающей среды, страховые и аудиторские компании, транснациональный профсоюз и работники в целом, а также потребители. В «мир-экономике» правила и разделяемые смыслы ТНК функционируют как средство утверждения господства центра над периферией. Транснациональная корпорация обладает своей системой целей и экономического действия, своей институциональной структурой, которая отражает нормы и ценности компании.

Рост транснационального бизнеса связывают, как правило, с экспансией североамериканских компаний в западноевропейские страны после Второй мировой войны. Обоснованием для объединения в крупные образования, вопреки существующему антимонопольному законодательству, стала причина разработки новых капиталоемких технологий. В 1970-х гг. началось развитие западноевропейских и восточно-азиатских ТНК (японских «кейрецу», корейских «чеболей», китайских «шэцитуань гунсов»), а затем бразильских, мексиканских и гонконгских. В 1990-е гг. стали появляться российские ТНК на базе финансово-промышленных групп в традиционных отраслях естественных монополий.

Понятие «транснациональные корпорации» было введено в употребление странами Латинской Америки, входившими в Андскую группу, и далее принято ООН. Первое упоминание этого термина в научной литературе следует отнести на счет Д.Лишенталь.

Существуют различные подходы к определению ТНК, среди них два популярных: подход ЮНКТАД, где не проводится никакого различия между прямыми инвесторами и транснациональными корпорациями, и подход рейтингов мировой бизнес-элиты (для 100-200 мировых лидеров). Классическое определение транснациональному предприятию дал Дж.Даннинг в работе «Мультинациональное предприятие и глобальная экономика» (1992). Так, транснациональное (или мультинациональное) предприятие – это предприятие, которое занимается прямыми зарубежными инвестициями и владеет или контролирует деятельность по созданию прибавочной стоимости в более чем одной стране.

Главным критерием отнесения корпорации к транснациональной выступает индекс транснационализации, который рассчитывается как среднее значение трех показателей: отношение зарубежных активов к общему объему активов, зарубежных продаж к общему объему продаж и численности работников за рубежом к общему числу занятых в компании.

Среди причин возникновения ТНК называют как производственно-технологические (Дж.Гэлбрейт, Р.Вернон, С.Хаймер, Ф.Киндлебергер, К.Акамацу, Ф.Никкербоккер), так и организационные (О.Уильямсон, М.Грановеттер). Автор выделяет организационную функцию, т.е. функцию минимизации трансакционных издержек при итеративном взаимодействии международных рыночных субъектов, в качестве основной причины появления ТНК.

Симбиоз государства и крупного бизнеса всегда составлял важную часть экономики страны (Ф.Бродель, Н.Флигстейн). ТНК – это ответ на вызовы времени; по сути, это независимая фирма, действующая исходя из экономического интереса, но в то же время находящаяся под влиянием политики, вырабатываемой национальным правительством. Все они преследуют одну цель – стать глобальным игроком №1 в своей отрасли путем присутствия на ключевых зарубежных рынках и контроля их ресурсных потоков. Наиболее успешные из них образовались при поддержке государства и в прошлом являлись национальными компаниями стратегических отраслей экономики (к примеру, энергетической, автомобилестроительной, компьютерной и телекоммуникационной и др.).

В силу своего международного влияния, корпорации побуждали правительство создавать лучшие институциональные условия по сравнению с малым, средним или иностранным бизнесом. Компании, которые имели подобную связь с государством, пользовались его поддержкой в международных экономических вопросах – транснациональные корпорации. Получив «особый» статус, они стали действовать более активно в продвижении своего продукта на зарубежных рынках, чем это они делали на национальном. Для реализации цели ведения экономической деятельности в мировом масштабе ТНК сконструировали свой сегмент продуктового рынка (рыночную нишу), образовав сеть из компаний и замкнув ее на данном рынке продукта, а также систему правил и смыслов для этой сети. Другими словами, не только государство оказывается способным создавать рынок и формировать его институциональную структуру, но также и транснациональные корпорации.

К основным тенденциям экономической активности транснациональных корпораций, влияющей на динамику институциональной структуры мировой экономики, следует отнести: на рынке капитала – сращивание промышленного и финансового капитала, формирование транснациональных банков и транснациональных страховых организаций; на рынке производства – гибкое сетевое

производство – интеграция с компаниями индустриальных районов вроде «Третьей» Италии, организация экономической деятельности в форме бизнес-групп или стратегических альянсов; на рынке труда – развитие транснационального профсоюзного движения; на рынке потребления – выпуск продукции под собственными брендами (торговыми марками), расширение продуктовой линейки.

Третий параграф «Методология исследования формирования институциональной структуры рынков» посвящен разработке методологической рамки исследования конструирования и изменения (трансформации) институциональной структуры рынков. Она представлена тремя подходами: структурно-функциональным подходом (Т.Парсонс, Н.Смэлзер), теорией трансакционных издержек (новая институциональная экономическая теория) (О.Уильямсон) и политико-культурным подходом (новая экономическая социология) (Н.Флигстейн).

Единицей анализа выбран наиболее распространенный институт экономической подсистемы, опосредующий взаимодействие рыночных субъектов, – соглашение или договор, имплицитный и эксплицитный. Он определяет эффективные правила обмена, как формальные, так и латентные, (способствующие минимизации трансакционных издержек), взаимные обязательства и систему ценностей, организует взаимодействие субъектов в единый социальный процесс и др. В ходе исследования рассматриваются институты рынка капитала, регулирующие отношения между ТНК и инвестором, ТНК и аудиторской компанией, рынка труда – между ТНК и работниками, рынка производства – между ТНК и производителями-субподрядчиками и рынка потребления – между ТНК и дистрибьюторами.

Можно выделить, по меньшей мере, два пути распространения транснациональными корпорациями институциональных правил на рынках. Во-первых, через взаимодействие с партнерами своей бизнес сети. Во-вторых, как процесс копирования институциональных правил участниками рынка, находящимися в структурно эквивалентных позициях в других сетевых структурах.

М.Грановеттер указывает на активную роль слабых связей в процессе диффузии информации, инноваций и правил в сетевых структурах. Так, в ситуации, если между А и В существует сильная связь, у А имеется связь с С, то связь между В и С существует всегда - сильная или слабая. Если правила и смыслы распространяются участниками сети, у которых мало слабых связей, то сфера распространения будет минимальной, и наоборот. Сетевая организационная структура транснациональных корпораций, состоящая как из сильных, так и, преимущественно, слабых связей, способствует тому, чтобы ее правила контрактации распространялись как внутри сети, так и вне ее.

Графическим средством анализа институциональных изменений на рынке может служить социальный анализ сетей (в частности, Веннмейкер 1.0.) (Kronenwett; Schönhuth). Веннмейкер 1.0 позволяет с научной достоверностью построить социальную сеть и обозначить в ней пространственное распределение субъектов, динамику перемещений субъектов, связи между ними и качественные характеристики этих связей (предмет взаимодействия, силу связи, продолжительность связи и т.д.).



Рисунок «Сеть отношений «ТНК – рыночный субъект»»

Вторая глава «Формирование институциональной структуры рынков» посвящена процессу институциональных изменений, протекающих на рынке, и субъектам их вызывающим – государству и ТНК, а также их роли в создании институциональной структуры рынков; в ней представлены результаты эмпирических исследований.

Первый параграф «Институциональная структура рынка РФ» посвящен анализу основы институциональной структуры рынков Российской Федерации, которую составляют как формальные, так и неформальные институты. Формальные институты рынка были созданы в 1990-е гг. государством как исторически закрепленным действующим субъектом и включали в себя институты, как импортированные из стран с развитой экономикой, так и сформированные в результате отечественной экономической практики. Речь идет о законодательных нормах, закрепленных в Гражданском Кодексе РФ, Трудовом Кодексе РФ, Налоговом Кодексе РФ, ФЗ «О защите конкуренции», ФЗ «Об иностранных инвестициях» и др. Систему законодательства, ставшую основанием институциональной структуры рынка РФ, можно оценить как отвечающую преимущественно интересам крупного бизнеса (в т.ч. естественных монополий). Специального законода-

тельства в отношении субъектов крупного иностранного (транснационального) бизнеса создано не было. Их экономическая деятельность должна регулироваться таким же образом, как и любой другой иностранной компании, что представляет собой довольно распространенную мировую практику. На сегодняшний день в России не создано специального кодекса, регулирующего деятельность ТНК.

Немаловажным является тот факт, что российская система законодательства учитывала интересы малых и средних предпринимателей лишь де-юре. Малый и средний бизнес, по своей сути, одинаково институционально уязвимый, можно объединить в отдельную однородную группу рыночных субъектов. Он включен в систему воспроизводства неформальных институтов, т.е. институтов, формально не подкрепленных законом – «откат», неформальные преференции, товарный кредит и др. Существование неформальных институтов рыночных субъектов является реакцией на неточные формулировки или «провалы» в законодательстве.

Описанные примеры неформальных институтов – относительно устойчивые правила рыночной системы экономики Российской Федерации. Они не позволяют извлекать большую прибыль из осуществляемой экономической деятельности в силу стандартного характера. По иным правилам действует транснациональный бизнес – по правилам капиталистической экономики, а не рынка. Их действия отличает непредсказуемость и неординарность подходов. Рынок – это система правил, капитализм – это система исключений. Капитализм исключает конкуренцию на своем рынке; его экономическая деятельность основывается исключительно на монопольной власти. Хотя формально, ТНК могут и не занимать доминирующего положения на рынке (т.е. не превышать долю в 35%, установленную законодательством Российской Федерации).

Так, «провалы» в институциональной бизнес-среде побуждают мелких и средних предпринимателей искать способы консолидации своей хозяйственной деятельности. Некоторые российские компании стремятся сотрудничать с иностранными участниками рынка, а не добиваться государственных заказов или заключать затратные контракты с крупными российскими компаниями. Участие в сетях иностранцев не только обеспечивает мелкий и средний бизнес стабильными заказами, но и имеет положительный эффект в вопросах повышения дисциплинированности в части выполнения сроков и объемов поставок, качества продукции, а также обеспечения продукции в рознице по более низким ценам. Безусловно, государство предпринимает меры в борьбе за развитие конкуренции в Российской Федерации. Однако, в силу определенных обстоятельств, не все проекты и инициативы обладают потенциалом для реализации.

ТНК становятся тем локомотивом на рынке, который привлекает к совместной экономической деятельности российских малых и средних предпринимателей, встраивая их таким образом в свою социальную сеть.

Второй параграф «Институциональная структура транснациональных корпораций и их деловая стратегия» посвящен правилам и смыслам рыночного взаимодействия, которые составляют институциональную структуру ТНК и регулируют экономическое поведение участников их сети. Для понимания принципов, на основе которых строится бизнес в сети ТНК, в диссертации анализируется практика трех транснациональных корпораций, создавших свои институты для рынка капитала, труда, производства и потребления: «ИКЕА», «Тойота», «Кока-Кола». Как упоминалось в первом параграфе, выработка правил и смыслов взаимодействия (т.е. выработка эксплицитных и имплицитных соглашений) с рыночными субъектами является основой стратегии компании, планирующей выход на рынок.

Институциональную структуру компании «ИКЕА» составляют следующие правила и коллективные смыслы: на рынке капиталов – финансирование из фонда компании, проведение аудита транснациональными организациями и использование международных стандартов финансовой и социальной отчетности; на рынке труда – система корпоративных тренингов и программ профессионального роста, транснациональное профсоюзное движение; на рынке производства – производство мебели в РФ, в стране с наибольшим объемом сбыта, а не стране происхождения; производство продукции, сертифицированной брендом «ИКЕА», отзыв товара при обнаружении дефекта, составление кодекса делового поведения АйУэй (IWAY); на рынке потребления – сдача в аренду коммерческой недвижимости компаниям, работающим на смежных рынках, осуществление продаж путем фирменной системы кредитования, организация практики «спланированная покупка» (выбор стиля, модели, размера товара, расчет цены и времени покупки осуществляется заранее посредством печатного или электронного каталога), бренд «ИКЕА» позиционируется как гарантия качества, экологичности продукции.

Для институциональной структуры компании «Тойота» характерен ряд других правил и смыслов. На рынке капиталов – создание собственного транснационального банка, использование международных стандартов финансовой отчетности и индивидуальных стандартов экологической отчетности; на рынке труда – система подготовки и переподготовки собственных управляющих кадров на базе Института «Тойота», транснациональное профсоюзное движение. На рынке производства – вертикальная интеграция с поставщиками автокомплектующих в рамках своей социальной сети – кейрецу, массовое производство продукции малыми партиями, отзыв товара при обнаружении дефекта; на рынке потребления – осуществление продаж через сеть официальных дилеров, в т.ч. путем собственной системы кредитования; продвижение идеи экологичного и экономичного вождения автомобиля, в т.ч. вождения автомобиля с гибридным двигателем.

В основе институциональной структуры «Кока-Кола» лежат несколько иные рыночные институты. На рынке потребления – прямые продажи (продук-

ция с завода доставляется прямо в магазин без посредников), жесткие условия контрактов, правило индивидуальной работы торгового представителя компании с магазинами розничной торговли; широкое размещение рекламы с изображением зарегистрированного товарного знака и товарной марки; использование автоматических систем учета продаж при планировании объемов сбыта в конкретном магазине, система товарного бонуса, правила мерчендайзинга – «вертикального блока», «золотого треугольника» и фирменного холодильного оборудования при размещении продукции в магазине. На рынке труда – подготовка специалистов «Кока-Кола» в Университете «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» («Coca-Cola HBC Eurasia»), транснациональное профсоюзное движение. На рынке производства – собственные производственные мощности, а также покупка брендов и производственных мощностей своих потенциальных конкурентов, расширение продуктовой линейки, использование как международных ИСО (ISO), так и собственных стандартов качества, публичное признание бизнес-партнеров. На рынке капитала – использование международных стандартов финансовой отчетности, акционирование капитала.

Описанные частные неформальные институты ТНК выполняют функцию минимизации транзакционных издержек. Сравнительный анализ институциональных структур ТНК позволяет сделать вывод о схожести направлений рыночных взаимодействий, для которых рыночные субъекты вырабатывают правила и смыслы.

В третьем параграфе «Концепции контроля транснациональных корпораций на рынке РФ» сделана попытка описать процесс «встраивания» институциональной структуры ТНК в институциональную структуру рынка РФ и ее последующее изменение. Автор выражает идею, что появление на рынке концепций контроля ТНК – следствие принятия рыночными субъектами правил и смыслов ТНК. Если выработку нестандартных практик, составляющих институциональную структуру ТНК, следует рассматривать как индивидуальное стратегическое действие (стратегию компании), то выработку концепции контроля – как коллективное действие. На микроуровне распространение правил и смыслов рыночного взаимодействия – процесс, в ходе которого транснациональные корпорации предлагают («навязывают») свои институты рыночным субъектам своей социальной сети, проявляя, тем самым, свою символическую власть. В основе символической власти транснациональных корпораций лежит инвестиционная привлекательность их экономической деятельности, а также зарубежный опыт ведения бизнеса, который российскими предпринимателями часто воспринимается как эталонный. Диффузия правил и смыслов на макроуровне происходит благодаря процессу институционального изоморфизма. Организации склоны изоморфно изменяться по образу и подобию других организаций, которые воспринимаются ими как легитимные и успешные. При-

чина этому – желание утвердиться через процедуры, которые уже стали легитимными, а также свести к минимуму все возможные внешние проверки и оценки. Так система правил и смыслов рыночного взаимодействия ТНК (частных неформальных институтов) превращается в концепцию контроля.

Анализ институциональной структуры трех транснациональных компаний («ИКЕА», «Тойота», «Кока-Кола») позволяет выделить общие для них правила и смыслы на рынках, лежащих в основе концепции контроля. Так, для рынка производства характерны такие правила, как производство брендовой продукции, сертификация продукции международными стандартами ИСО (ISO), гарантия качества продукции своим брендом, использование стандартов экологической и социальной отчетности. Для рынка потребления – прямые продажи продукции или продажи через сеть официальных дистрибьюторов, что позволяет контролировать конечную цену продукции, система возврата товара в результате обнаружения дефекта, клубная система сервисного обслуживания клиентов, фирменные потребительские кредиты. Отношения на рынке труда определяют правила получения образования в рамках корпоративной системы обучения и повышения квалификации, а также юридически грамотного отстаивания интересов работников профсоюзными организациями. На рынке капитала действуют правила международных стандартов финансовой отчетности, размещения акций на фондовом рынке.

ТНК, побуждая других участников рынка использовать их идеи и принципы в своем бизнесе, или становиться их партнерами, частью команды, принимая и разделяя их правила ведения бизнеса, являются лидерами в институциональных инновациях. Это позволяет им становиться обладателями как большого объема экономического, так и символического капитала.

Автор приходит к выводу, что ТНК, путем распространения своих правил и смыслов рыночного взаимодействия, играют активную роль в формировании институциональной структуры рынков. С долей вероятности, это позволяет утверждать, что экономические действия крупных субъектов, совершаемые на микроуровне, приводят к преобразованиям объекта на макроуровне, трансформации его институциональной структуры.

В заключении подводятся итоги проведенного исследования, указывается место данного исследования в рамках современных тенденций развития экономической социологии, а также рекомендации для дальнейшей разработки проблемы.

ПУБЛИКАЦИИ

В ведущих рецензируемых журналах и изданиях:

1. Смелова А.А. Основные пути влияния транснациональных корпораций на формирование институциональной структуры рынков: социологический анализ // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И.Герцена. Научный журнал. 2011. № 130. – 0,5 п.л.

2. Смелова А.А. Стратегии ТНК как фактор изменений институциональной структуры рынков РФ // Социология. 2011. № 1. – 0,3 п.л.
3. Смелова А.А. Институциональные практики ТНК как способ утверждения контроля на рынке // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И.Герцена. Научный журнал. 2010. № 124. – 0,7 п.л.

В других изданиях:

4. Смелова А.А. Пути формирования институциональной структуры рынков транснациональными корпорациями [Электронный ресурс] //Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2011»/ Отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев, А.В. Андриянов. М.: МАКС Пресс. 2011. – 0,2 п.л.
5. Смелова А.А. Развитие капитализма в современной России: концепции контроля рынков транснациональных корпораций // Материалы научно-практической конференции «Пяты Ковалевские чтения» / Отв. редактор Ю.В. Асочаков. СПб., 2010. – 0,2 п.л.
6. Смелова А.А. Экономическая активность транснациональных компаний и институциональные изменения [Электронный ресурс] // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2010» / Отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев, А.В. Андриянов. М.: МАКС Пресс. 2010. – 0,2 п.л.
7. Смелова А.А. Переосмысляя наследие Сорокина: роль транснациональных компаний в интеграционных процессах современного капитализма // Материалы Международной конференции «П.А.Сорокин и современные проблемы социологии» - Первых Санкт-Петербургских социологических чтений 16-17 апреля 2009 года/ Отв. редакторы: А.О.Боронов, Н.Г.Скворцов: в 2-х т. Том 1. СПб., 2009. – 0,2 п.л.
8. Смелова А.А. К вопросу о рынке как центральном институте капитализма в современной экономической социологии // Материалы научно-практической конференции «Третьи Ковалевские чтения» / Отв. редактор Ю.В. Асочаков. СПб., 2008. – 0,2 п.л.
9. Смелова А.А. Роль транснациональных компаний в формировании институциональной структуры российских рынков: политико-культурный подход [Электронный ресурс] // Материалы III Всероссийского социологического конгресса: «Социология и общество: проблемы и пути взаимодействия». М.: ИС РАН, РОС. 2008. – 0,1 п.л.

Отпечатано с готового оригинал-макета в ЦНИТ «АСТЕРИОН»
Заказ № 224. Подписано в печать 13.05.2011 г. Бумага офсетная.
Формат 60×84¹/₁₆. Объем 1,5 п.л. Тираж 100 экз.
Санкт-Петербург, 191015, а/я 83,
тел. (812) 275-73-00, 970-35-70