

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРИНЦИПОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО ОБМЕНА П. БЛАУ

Ляшенко Н.А.

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт», г. Харьков

Теория социального обмена позволяет пояснить и прогнозировать поведение свободного индивида в современном обществе. По мнению П. Блау социальное взаимодействие вне экономической сферы имеет ряд общих черт с экономическими сделками, а именно:

- свободу выбора индивидов при их осуществлении;
- принцип постоянно убывающей маргинальной полезности;
- ожидание вознаграждения за оказанные услуги.

Экономический обмен, по мнению ученого, является лишь частным случаем обмена социального. П.Блау, выделяет существующие между ними различия:

- при экономических сделках продукция продаётся по оговоренной цене на определённых условиях, а социальный обмен предполагает инициативное оказание услуги и создание диффузного будущего обязательства, при котором размер и характер вознаграждения и срок его осуществления чётко не оговариваются, не могут быть предметом переговоров;

- поспешная взаимность в осуществлении социального обмена осуждается, а в экономическом – приветствуется;

- социальный обмен требует большего доверия к партнеру, чем экономический;

- экономические ресурсы легче отделяются от своих источников, чем социальные – к примеру, ценность социальных отношений зависит не только от того, какие они, но и с кем осуществляются;

- экономический обмен обычно может быть выражен в ценовом эквиваленте, а социальные выгоды часто не имеют цены, потому что они не продаются и не попадают на рынок.

Наряду с экономической глобализацией и виртуализацией нарастает индивидуализация экономической жизни. Изменения в экономике приводят к появлению новых видов экономических обменов, ломающих стереотипные схемы и осуществляющихся по принципам обмена социального. Их осуществление всё больше опирается на доверие, может быть растянутым во времени и не использовать универсальный ценовой эквивалент. Примерами таких новых практик могут быть появление банка времени, интернет-магазинов и покупка товаров на заказ, «дресс-кроссинг», франчайзинг, сетевой маркетинг.