

**Є.В. Сірий,**  
*канд. соціол. наук, доцент*

**E. V. Siryi,**  
*Candidate of Sociol. Sci.*

## **ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ПРЕДМЕТ ТЕОРЕТИКО-СОЦІОЛОГІЧНОГО ОСМИСЛЕННЯ: РОЗГОРНЕННЯ ПРОБЛЕМИ**

**Abstract.** The present work considers the complicated question about the formation of a conceptualization of business in the sociological-theoretic knowledge in the mainstream of its crisis-gnoseological situation, the intensification of its methodological-theoretic searches, and the institutionalization of "business" as a notion-categorical sociological element. It is attempted to set the vector and to determine a scenario of the ordering of the concept of business in the sociological-theoretic knowledge system.

Ключові слова: теоретична криза, теоретико-методологічний пошук, концептуалізація, підприємництво, наукова рефлексія.

Актуальність дослідження підприємництва як суспільного феномену визначена соціоекономічними трансформуваннями сучасного суспільства і необхідністю осмислення чинників еволюції соціогуманітарних наук на межі ХХ–ХХІ ст.ст. Дослідження підприємництва як явища і феномену стає однією з головних тем аналізу у багатьох галузях соціогуманітарного знання. Розмаїття підходів зумовлює і безліч визначень самого феномену, а також пов'язаних з ним похідних понять. Водночас достатня кількість теорій і гіпотез, формування різних напрямків, "галузей" і підходів теоретизування в заданій, але невиразно в цільовому аспекті "спровокованій" проблематиці і, можливо, навіть нецільовій початковій концептуалізації (що вельми варіативно забезпечують тематизацію предметної галузі розглянутого феномену за досить аргументованим авторським припущенням) задає визначену очевидність і необхідність у впорядкуванні останніх у структурі соціологічного знання як у вертикальній, так і в горизонтальній його площині. Ключовий вектор цього впорядкування становить концептуалізацію підприємництва на теоретичному рівні соціології. Мова йде не про вивчення предметно-галузевого соціологічного знання, а про поповнення, реструктуризацію та перегляд щодо нових методологічних позицій у межах його трансформування загальнотеоретичних засад.

Стрімкий розвиток системи соціологічних знань, поширення соціологічного інтересу (уваги) на все більшу кількість сфер суспільного життя і, так би мовити, "вглиб" соціальних практик, спричиняє зміни в самій соціології – як у формі пошуку більш досконалого й адекватного інструментарію, так і на рівні теоретичного узагальнення, коректування теоретичних моделей соціальних процесів і явищ, мето-

логічних настанов та орієнтирів. У цьому глобальному теоретико-пошуковому процесі ми намагаємося задати теоретичні координати концепту підприємництва в теоретичній соціології, який, на наш погляд, носитиме не тільки поновлений онтологічний зміст у структурі соціологічного знання, але й гносеологічний потенціал в інтерпретації соціальних змін та процесів. Цілком очевидною і закономірною причиною тому є глобальне трансформування соціуму наприкінці ХХ – поч. ХХІ ст., стимульоване взаємними політико-соціоекономічними та соціокультурними закономірностями і флуктуаціями, що стало підставою для появи певної безвихідності теоретико-пояснювальних засобів, у т.ч. і в теоретичній соціології. Відповідно така тенденція поступово унеможлиблює класичній науці адекватно інтерпретувати соціальні зміни загалом, і класичній теорії про підприємництво зокрема, адекватно відобразити дійсні місце і роль цього феномену в суспільстві. Одним із пропонованих теоретичних положень є констатація "підприємництва" не тільки в онтологічній площині, але й у гносеологічній, як засіб розуміння, пізнання та пояснення суспільних явищ та процесів. У цьому контексті порушена нами проблема зосереджена на двох формоутворюючих об'єкт-складових, які зведені до кризових тенденцій соціологічної науки та до потреби соціологічного змісту концептуалізації підприємництва в полі розвитку соціології.

Оцінюючи *ступінь розробленості проблематики*, слід зазначити, що в межах проблеми теоретико-соціологічної кризи (як в одному з окреслених нами об'єктів) та шляхів її вирішення теоретики шукають метаметодологічний вихід у широкому спектрі. Серед сучасних західних соціологів це питання перебуває, зокрема, у полі зору Ж. Бодрійара, Ф. Джеймсона, Ю. Габермаса, Е. Гідденса, Ж.-Ф. Ліотара, Дж. Рітцера, М. Уотерсона. Активну позицію в теоретико-методологічному пошуку і розвитку теоретичної соціології займають і російські дослідники, наприклад: Т.Д. Александров, О.Е. Безсонова, Г.Е. Зборовський, Ж.Т. Тощенко, А.Ф. Філіппов, В.Л. Ядов та ін. Серед вітчизняних соціологів це питання висвітлено в роботах В.П. Степаненка, В.І. Судакова, В.В. Танчера, В.І. Тарасенка, Ю.О. Чернецького, В.М. Щербини та ін.

Предметність підприємництва як явища, елемента суспільної системи (ключового елемента соціально-економічної системи) та компонента цілого в системі теоретико-методологічної метапроблематики для соціологічної науки є досить суперечливим моментом. У ній простежуються різні, часом конфронтуючі один з одним, теоретичні постулати, методологічні конструкти і методичні підходи. Взагалі, можна вважати не до кінця закінченими дискусії про сам зміст категорії "підприємництво". Спочатку в соціологічному (протосоціологічному, соціальному) вимірі підприємництво визначали як складову капіталістичного духу і набір історичних типів господарювання, сукупність соціальних груп та ідеологічну систему. Але досить слабо висвітлений його соціально-функціональний аспект, а саме: роль і функції підприємництва, і не через призму економічного світогляду, а соціального – роль і місце підприємництва в суспільному розвитку, зокрема; в історичному розвитку, у трансформаційних змінах, як самоорганізуючий чинник суспільства, рушійна сила

суспільного розвитку, як соціоекономічний чинник зростання та форма ефективного суспільного зростання – що логічно відносить його в поле зору теоретичної соціології. Відповідні положення, хоч не зовсім прямі, ми знаходимо в Р. Кантільйона, Ж.-Б. Сея, А. Сміта, Д. Рікардо, Д. Тюрго, Ф. Кене, А. Маршалла, Дж. Кларка, В. Зомбарта, М. Вебера, Й. Шумпетера, Ф. Найта та ін.

Інша група теоретичних джерел включає різноманітні соціологічні концепції з аналізу соціальних процесів, в яких посередньо, але не "на останніх ролях" відведено місце підприємництву. Це праці Р. Арона, Д. Белла, Дж. Гелбрейта, П. Сорокіна, Т. Адорно, Г. Маркузе, Е. Фромма, К. Поппера та багатьох інших, в яких проаналізовано індустріальне та постіндустріальне суспільство, глобальні проблеми сучасності, революцію менеджерів, базові та інструментальні ціннісні орієнтації.

Теорії, ідеї (у контексті нашого дослідницького поля), що дають змогу зрозуміти діяльну природу людини, предметно-статусно-опосередковану, біо-етно-соціокультурну сутність та ін., знаходять своє висвітлення у працях Е. Еріксона, Е. Фромма, К. Хорні та ін. Однак у судженнях більшості авторів підприємництво рідко стає самостійною темою або проблемою.

Соціологічна проблематика підприємництва є досить специфічною галуззю, яку тільки зараз вчені намагаються логічно окреслити на міждисциплінарній основі, зважаючи на теорії, підходи, напрями, школи в підприємницькій та управлінській теоріях, філософії та психології підприємництва та інших галузях економіки, управління, соціології, психології. Доречно буде тут відзначити вагомий внесок у формування цього напрямку таких західних дослідників, як Б. Берд, К. Борланд, В. Боултен, Р. Брокхауз, П. Верханд, Т. Веблен, Е. Вінслоу, Д. Грінбергер, В. Гассет, В. Гартман, Р. Лайлес, Д. Макклелланд, К. Маккміллан, Дж. Мілл, П. О'фарел, М. Палмер, А. Піклс, Д. Секстон, Г. Соломон, К. Тіммонс, В. Гембрікс, А. Шапіро та інші, які із вищевказаних предметно-наукових позицій внесли свій вклад у вивчення підприємницької проблематики.

Осмилення теоретичних проблем підприємництва в працях сучасних російських (як пріоритетних на пострадянському просторі) і вітчизняних учених почалося наприкінці 80-х – поч. 90-х рр. У сучасній літературі можна виділити низку вже сформованих напрямів. Це роботи з історії розвитку підприємництва, його статусу та перспектив розвитку; аналізу основних соціальних і соціокультурних характеристик підприємництва; дослідження економічних засад; аналізу процесу організування підприємництва; дослідження його етичних і соціально-психологічних аспектів. Спеціально слід зазначити і спроби пов'язати підприємництво з процесом становлення нового, так званого третього стану, або середнього класу. Підприємницька проблематика в цьому ракурсі висвітлена в працях таких сучасних російських дослідників: А.І. Агеева, В.С. Автономова, А.В. Бусигіна, В.П. Васильєва, В.І. Верховіна, З.М. Дильнової, Т.І. Заславської, М.З. Ільчикова, І.В. Колосникової, Г.Б. Кошарної, М.І. Левітана, М.Б. Орлова, Е.В. Орлової, С.Д. Ползінова, М.Я. Павлжжа, В.В. Радаєва, Е.Н. Фетисова, В.Ф. Халіпова, А.Ю. Чепуренко, В.М. Яковлева та ін. Сутність підприємництва відображено майже у всіх роботах, присвячених не тільки

його проблемам, але й іманентним методологічним і предметно-рефлексійним похідним: раціональність, прагматизм, ринок і ринкові відносини, ризик, поведінка, соціальні трансформування, що редукують це предметне поле.

У працях українських дослідників міститься достатній спектр підприємницької проблематики в соціологічному ракурсі: соціокультурні аспекти, історичні особливості, політичні передумови та економічні умови його формування (А.Л. Арсеєнко, О.В. Бондаренко, О.Б. Дворцова, Н.Г. Комих, Т.В. Нельга, Ю.Ф. Пачковський, В.Є. Пилипенко, О.А. Рахманов, І.В. Сорока та ін. Однак це досить однобічні (за винятком деяких) у предметному відношенні ідеї, концепти, фрагментарні теоретичні модулі в структурі досить не самодостатнього концепту підприємництва.

У міру того як ми вступаємо в XXI ст., соціальних теоретиків все більше цікавить питання: наскільки, відповідно до змін, що постійно відбуваються у суспільстві, піддаються відповідним трансформаціям і теорії, які їх репрезентують. Зараз у світі принципово інша ситуація, ніж в епоху зародження і домінування позитивістського "лінійно-матеріалістичного" погляду на соціальний "організм". Соціокультурні реалії XX ст. перестали вкладатися в межі лінійного прогресистського мислення, що панувало і в світовій, і в культурі Західної Європи протягом декількох століть.

Багато теоретиків усвідомлюють, що сучасна соціологія перебуває у тривалій кризі і для її трансформації в нове русло пропонується перейти до широкого використання в ній комплексу різносторонніх, але зовсім не "одноплщинних" поглядів, підходів, як на теоретико-методологічному, так і на предметно-теоретичному рівні. А нове тлумачення світу приносить і нове його відкриття.

Стрімкий розвиток системи соціологічних знань, поширення соціологічного інтересу (уваги) на все більшу кількість сфер суспільного життя і, так би мовити, "вглиб" соціальних практик призводить до змін самої соціології, як у формі пошуку більш досконалого й адекватного інструментарію, так і на рівні теоретичного узагальнення, корекції теоретичних моделей соціальних процесів та явищ, методологічних настанов і орієнтирів. У процесі розвитку теоретичної соціології приваблює проблема становлення і розвитку нових поглядів стосовно як теоретико-прикладного рівня вивчення різних аспектів суспільного життя спільнот соціуму, соціальних процесів і елементів соціального механізму, так і теоретико-методологічного – пошук підходів інтерпретації та узагальнення проблем соціального розвитку, процесів, явищ соціальних структур і т.д.

Одним з основних і найбільш складних предметів теоретичної рефлексії завжди була і залишається проблематика *соціальних феноменів* і *соціальних процесів*, що спонукало представників суспільних наук спробувати сформулювати найбільш істотні результати її теоретичного осмислення. Суперечливий і багато в чому латентний характер суспільного розвитку викликає незмінний інтерес дослідників, у тому числі соціологів, що прагнуть пізнати і пояснити нові тенденції в актуалізації "явищного образу соціального світу". Очевидно, що нові аспекти суспільного розвитку вимагають і нових підходів до їх дослідження. Для сучасного соціологічного

знання стає особливо актуальним дослідження нових його тенденцій, що вимагає осмислення трансформаційних соціальних змін в соціальних структурах, відносинах, у поведінці та масовій свідомості. Найбільш характерна ознака цивілізаційного розвитку – *капіталізм*, у явищному і понятійному контурі, з його буржуазно-пролетарським матеріалізмом, який був досить характерним для суспільної науки, поступився місцем посткапіталізму, з новою класовою структурою і постматеріалістичним світоглядом. А вони, у свою чергу, закономірно породили потреби в нових інтерпретаційних модулях, теоріях. Це, у свою чергу, породило певну безвихідність теоретико-пояснювальних засобів, у тому числі і в теоретичній соціології.

Є всі підстави вважати, що на передній лінії уваги соціологічної науки знаходиться і явище підприємництва, з усіма соціальними сторонами його становлення та еволюційного розвитку. Цілком очевидною і закономірною причиною тому є глобальна трансформація соціуму наприкінці ХХ – поч. ХХІ ст., стимульована взаємними політичними, соціоекономічними та соціокультурними закономірностями і флуктуаціями.

Намічена тенденція переходу від суспільства модерну до суспільства постмодерну, у процесі якого відбувалася принципова трансформація соціальної системи, пов'язана з переглядом уявлень про структурні позиції і соціальні ролі в суб'єктів, унеможливила класичним теоріям про підприємництво адекватно відбити дійсні місце і роль даного феномена в суспільстві, оскільки вони спиралися на результати аналізу соціальної системи епохи індустріального суспільства. У даному глобальному теоретико-пошуковому процесі ми намагаємося задати теоретичні координати концепту підприємництва в теоретичній соціології, який, на наш погляд, носитиме не тільки оновлений онтологічний зміст в структурі соціологічного знання, але і гносеологічний потенціал в інтерпретації соціальних змін та процесів.

Для соціологічної науки проблемна галузь підприємництва як елементу соціально-економічної системи і підприємців як компонента соціальної структури суспільства є досить суперечливою. У ній представлені різні, такі, що часом протистоять один одному, теоретичні постулати, методологічні конструкти і методичні підходи. У цілому можна вважати не закінченими дискусії як про сам зміст категорії "підприємництво", так і про способи операціоналізації підприємницьких груп і шарків в стратифікаційній системі. У той же час, і зарубіжна, і вітчизняна література, присвячені проблемам динаміки структури сучасного суспільства, рясніють прикладами різного роду досліджень підприємців як особливої соціальної спільноти, а також непрямыми згадками про місце, соціальну роль, функції стосовно підприємницького компонента соціального організму. Більш того, ця картина часом набуває мозаїчного, внутрішньо суперечливого характеру.

У соціологічній площині підприємницький аспект перебуває у полі зору дослідників у зв'язку з тим, що рольова структура цього феномену в його сучасному стані поширилася за межі соціально-економічної системи і охопила, у тому числі, і надбудовну сферу. Підприємництво сприймається в сучасному суспільстві не тільки (а в ряді випадків і не стільки) як господарська діяльність, але і як прийняття відпові-

дальності за поточний стан і перспективи розвитку соціального середовища, яка розуміється як в макросоціумі в цілому, з його стратегічними інтересами, так і в мікропотребах, інтересах, цінностях людей і груп. А головне: підприємництво цілком проявило себе як форма і спосіб ефективного економічного суспільного зростання і як рушійна сила, соціоекономічний чинник зростання соціальних елементів, як суспільний феномен і самоорганізуючий чинник. Підприємництво – це складне соціально-економічне явище, яке міцно пов'язане з різними сферами суспільства: економічною, політичною, соціальною, культурною, правовою та ін. Його зміст поступово змінювався в міру розвитку економічного життя суспільства залежно від зміни рівня розвитку продуктивних сил, відносин власності, ступеня розвитку виробничих відносин, форм науково-технічного прогресу, розвитку ринкових відносин і т.п.

Сьогодні змінюються суть бізнесу й уявлення про його цілі та основні функції. Зокрема в інформаційному, постіндустріальному суспільстві з більшою силою заявляє про себе пошук і побудова цивілізованої моделі відносин між бізнесом і суспільством, що проглядається в соціально відповідальному підприємстві. Все більш розширюються і персоніфікуються цінності підприємницької етики, в тому числі й у сфері послуг, що стрімко зростає за останні кілька десятків років – як основна сфера розвитку підприємництва сьогодення і майбутнього, виходячи з теоретичних концепцій Д. Белла, У. Ростоу та інших з питання перспективи розвитку постіндустріального суспільства (в їхньому розумінні). Особливої уваги заслуговує суспільно-науковий аналіз розширювального підприємницького впливу в сучасному світі на межі ХХ–ХХІ ст.ст. Сучасний світ дуже багато чого змінив у самих підходах до розгляду людини і основ її активності. Це стосується усіх видів людської активності, у тому числі і підприємницької.

Дослідження даної проблеми активізувалося ще й з іншої причини – у питанні кризи світоглядного характеру. І відправною точкою в цьому контексті є початок розвитку капіталістичної цивілізації, поширення засад та принципів якої є очевидними і властивими сучасному суспільству уже багато століть і по сьогоднішній день. Соціальні трансформаційні зміни, що спостерігаються в останні десятиліття, є цьому прямим підтвердженням. Великим перебільшенням було б вважати, що протестантська етика і є власне "духом капіталізму". Якщо вона, згідно з визначенням Вебера, є специфічним складом і способом мислення, стилем життя (або способом життя), типом сприйняття і поведінки великих груп людей, і всі вони нормативно обумовлені господарським устроєм життя народу і культурою, що існує в даній країні, то "дух капіталізму" треба вважати кінцевою ланкою тривалої еволюції європейського суспільства. Початковою ланкою такого ланцюга перетворень є протестантська етика, яка здійснила революційний переворот в традиційному устрої життя європейців. Однак проблема полягає ще і в тому, яка фундаментально-життєва філософія буде надалі панувати і супроводжувати суспільне цілеустремління та смислові критерії суспільного розвитку. Натомість сучасні суспільні теорії, м'яко кажучи, небагаті на відповіді подібного змісту.

Одним із поширених напрямів можна вважати конвергенційний (в широкому розумінні), котрий усе більше вишукує форми і способи поєднання, синтезу різних, часом суперечливих за характером, сформованих соціальних конструктів та їх елементів (Дж. Гелбрейт та ін.), модифікації глобалізму (У. Бек), розпад-трансформація світової системи (І. Валлерстайн, Л. Склеїр та ін.). Не відходить на задній план і критика капіталізму з новими теоретико-методологічними інтерпретаційними "платформами" (зокрема з ідеями поліформності та кризи капіталу І. Мессароша, світової системи комунізму В. Вазюліна та ін.). Очевидно, що неможливо практично ні довести, ні заперечити єдиної реальної історичної можливості альтернативно-капіталістичного шляху розвитку людства, як і її відсутності.

Аналіз робіт Вебера показує, що кінцевим результатом потрібно вважати американський капіталізм, культурний етос якого щодо практики ділових відносин чудово виражений у повчаннях Б. Франкліна (кінець XVII ст.). До цього моменту, як говорить М. Вебер, релігійне обґрунтування "капіталістичного духу" зникло. Однак творча діяльність самого Вебера припадає на кінець XIX – поч. XX ст. З ним пов'язують народження так званої соціологічної теорії "трудового суспільства". Це означає, що через сто років після зникнення релігійної серцевини "філософії" капіталістичного духу" на світ з'явилося її теоретичне і соціологічне обґрунтування. Надалі, в кінці XX ст. (точніше кажучи, в 70-і рр.), західні соціологи, зокрема Д. Белл, стали говорити про повний крах самої теорії: від "трудового суспільства", заснованого на принципах протестантської етики, західна цивілізація перейшла до "суспільства дозвілля", "суспільства споживання". Нове покоління, на думку зарубіжних соціологів, перестало вважати добросовісну працю центральним життєвим інтересом. Характерно, що крах колишніх ідеалів і цінностей збігся з переходом від індустріального до постіндустріального суспільства, поширенням нових технологій і комп'ютерної техніки, впровадженням у виробництво нових форм організації праці. Усе це дозволило говорити про відхід "капіталістичного духу" і формування нового, посткапіталістичного менталітету.

Однак європейська (західна) цивілізація зобов'язана підприємництву своїм виникненням і функціонуванням – бізнес зберігає етичні цінності суспільства. Тлумачення підприємництва як буржуазного прагматизму, егоїзму і свавілля – це зміна теми розмови. Багато спільного, але багато і відмінностей є між класичним підприємцем епохи появи-розвитку капіталізму і сучасним практикуючим підприємцем, між ринковим типом ділка і економічною людиною промислового типу (підприємцем), якому світ зобов'язаний цивілізацією Нового часу. Сучасний підприємець – це абсолютно інший персонаж на історичній, соціально-філософській, економічній арені людського розвитку, він лише доповнює множину інших попередніх прототипів, виконуючи інші завдання і функції, але несе ту ж суть, що і вони [1, 96]. Підприємець – це і здатність до самостійних неординарних дій, і економічна компетентність, відповідальність, і багато іншого [2; 3; 4]. Але, розглядаючи фігуру підприємця в культурологічному аспекті, слід звернути увагу і виділити відправну тезу подібного розгляду: передусім, підприємець – самостійний і самодостатній діяч (у

першу чергу, в господарсько-економічній сфері), це специфічне самостояння культурної особистості, здатної і готової діяти, покладаючись тільки "на себе", виходячи тільки "з себе". А бізнес – це професійне творче безперервне роблення грошей. Можна сказати, що це релігія Грошей і Справи, які потрібні не тільки і не стільки, що звучить банально, заради самих грошей або забезпеченого життя, а й для здоров'я і безпеки, для відчуття свободи, для реалізації своїх ідей і намірів, для реалізації своєї самобутності. Бізнес – це не тільки вміння вправно вести свої справи, це і спосіб досягнення життєвого успіху, це – спосіб життя [5].

Соціологія – не застигла наука, і, як справедливо зазначає російський соціолог С.Г. Кирдіна, "у попередньому десятилітті відбувалося зародження нової соціології, яка відмовилася від догматичного слідування колишнім концепціям, яка освоює нові підходи і формує на засадах вільного вивчення мінливих соціальних реальностей нові концепції і парадигми" [6, 40]. Усе це дозволяє зробити висновок, що використовувані сьогодні концепції, поняття і підходи не дають відповіді, яка задовольняла б нас, на актуальні питання соціологічної теорії і практики і не можуть претендувати на вироблення таких показників, які б характеризували можливі алгоритми розвитку механізмів соціальних процесів і явищ. Тому, на перший погляд, і виникла необхідність на певному локальному рівні провести своєрідний розклад нового алгоритму інтерпретаційної конструкції механізму певних сторін суспільного розвитку, ключовим вектором якого ми визначаємо систему підприємництва. Ми не ставимо за мету "відбілювати" чи ревізувати капіталізм, підприємництво та ринок. Ця справа, безумовно носить елементи ідеологічного "продюсерства".

У даній роботі підприємництво розглядається як феномен соціальної дії, що несе в собі певну цільову, зрештою макросоціальну функцію, що становить суть різних історичних типів господарювання і, відповідно, – характер процесу формування сукупності специфічних соціальних груп, які генерують і підтримують специфічний спосіб життя, певну систему цінностей і т.д. Для підприємництва є характерним прояв особистісної цілеусвідомленої ініціативи, яка реалізується в умовах певного соціогосподарського порядку, що обумовлює ступінь автономності (свободи) дії суб'єкта, а отже й рівень творчості та інновацій. У дослідженні широкого підприємницького різноманіття в системі предметних та методологічних дослідницьких інтересів крім економічного аспекту повинні органічно розглядатися і ті фундаментальні та соціокультурні моменти, які в буквальному розумінні, охоплюють усі сфери життя суспільства, у тому числі і ціннісно-нормативні засади господарсько-підприємницьких дій.

Усе вищесказане свідчить, що підприємництво, як і інші економічні категорії, що пов'язані не тільки з економічним, але і з соціальним простором, є об'єктом соціологічної науки. Цілком природно, що більш виокремлені характеристики підприємництва (типу влучних веберівських "автономність" і "розрахунковість") [7, 192], тільки підкріплюють наші судження про належність поняття "підприємництво" до системи соціологічних понять. Такий висновок – результат інтенсивного і різнобічного дослідження, з постійними екскурсами в історичну



та економічну галузі знань, а також з розширенням меж дослідницької предметності соціології.

Соціологія розглядає підприємництво і як систему конкретних життєвих принципів, що історично сформувалися в процесі різних форм і способів господарювання, і як складову конкретних культурно-історичних типів, рушіїв кожного господарюючого суб'єкта. Початково, в соціологічному вимірі, підприємництво визначалося як складова капіталістичного духу і набір історичних типів господарювання, сукупність соціальних груп і ідеологічна система. Але при цьому досить слабо висвітлювалися його соціально-функціональний аспект – роль і функції підприємництва, і не через економічну призму, а саме соціальну – роль і місце підприємництва в розвитку суспільства, в історичному розвитку, в трансформаційних змінах, як суспільний феномен, самоорганізуючий чинник суспільства, рушійна сила суспільного розвитку, як соціоекономічний чинник зростання.

У перспективі розвитку соціологічного знання і наукових пошуків, у контексті нашого проблемного поля, розвиток спеціально-теоретичної соціології передусе загальнотеоретичній і, як нам здається, є коректнішим і перспективнішим (хоча зрозуміло, що їх не можна протиставляти один одному, та і в межах спеціального соціологічного знання завжди є місце і необхідність розвивати теоретичні, концептуальні бачення таких соціальних проблем, явищ і процесів). У цьому контексті теоретичні пошуки більш наближають науку до суспільства, конкретних соціальних структур, ніж розвиток теорій. І самі теорії формуються і трансформуються на підставі багатьох групувань та узагальнень емпіричного знання та соціальної практики. Проте ситуації не залишаються незмінними. Потреба в розвитку теоретичної (загальнотеоретичної) соціології не примусить на себе довго чекати. З урахуванням вищесказаного та інших теоретичних полемік, крім сформульованих вище проблем розвитку соціології, її предмета, функцій (теоретичної та прогностичної), співвідношення з іншими науками і т.п., особливого значення набуває метатеоретизування в спеціальній соціології, початковим і головним етапом якого передбачається концептуалізація заданого об'єкта. Ми розгортатимемо наше дослідження в руслі *предметно-змістовного теоретизування* в соціології, яке є важливим у широкомасштабній системі теоретичних пошуків. Змістовні соціологічні теорії пов'язані як із тим, що традиційно іменується предметними галузями, або напрямками, соціологічного дослідження, так і з фундаментальними концептуалізаціями.

Дана теоретична проблема прямо і всебічно обумовлює мету нашого дослідження в контексті предметно-змістовного теоретизування – у руслі концептуалізації підприємництва в соціологічному знанні. Подальше виведення його у розряд соціологічної категоріальності – наступний цільовий крок нашого дослідження у контексті теоретико-методологічного рівня розвитку соціології, і ось за яких підстав стосовно соціологічної науки. По-перше, будь-який концепт – це інструмент, а не сутність. По-друге, використання нових концептів повинно бути виправдане тим, який внесок вони роблять щодо можливості пізнання. Нове концепт-поняття "підприємництво", в нашому розумінні, вказує (претендує) на універсальну багатобічну діяль-

нісну ознаку-характеристику, реалізовану (або ні) через обставини тим або іншим соціальним суб'єктом, вплив і роль якої в суспільно-історичному процесі є очевидною.

Рухаючись у цьому руслі, ми дотримуватимемося таких позицій, як аналітичний концепт соціальної теорії, термін "підприємництво", на наш погляд, повинен відповідати декільком критеріям: він повинен мати безумовно точний смисловий зміст, бути придатним для використання в емпіричних дослідженнях і мати широке поле додатку. Третій критерій означає також, що концепт повинен бути достатньо абстрактним, не обтяженим конкретним апіорним змістом. Відповідно до вказаних критеріїв, доцільно було б дати визначення підприємництву як терміна, що стосується феномену соціальної дії.

Наше дослідження передбачає аналіз природи і фундаментальних змістовних характеристик підприємництва у ракурсі розгляду історичного становлення і розвитку і з виходом на сучасні його характеристики в сучасному світі. Становить інтерес показати, які специфічні риси й ознаки ідентифікувалися як підприємницькі в тій або іншій конкретній людині, структурах, тих або інших історичних епохах та культурах.

У ракурсі поставленої дослідницької мети є потреба в розробці основ категоріальності підприємництва (сучасного його розуміння). Зі зміною форм та динамікою суспільних відносин змінюється (трансформується) саме підприємництво, набуває нових форм. Тому побудова відповідного теоретичного конструкта з інтерпретаційним потенціалом набуває логічності саморефлексійності соціології. У руслі потреби розвитку загальнотеоретичної соціології ми будемо виводити необхідність переосмислення підприємництва з класичних розумінь і трактувань у вектор сучасного його розуміння з подальшою "подачею" у розряд соціологічного метапоняття з розширювальним інтерпретаційним потенціалом.

У підсумку варто зазначити, що в контексті нашого бачення і принципового підходу підприємництво розглядається не в межах професійної інтерпретації і не зовсім як певний специфічний стан людини з відповідними схильностями, а як *соціально-функціональна притаманність у суспільній системі (спосіб, метод господарювання), що проявляється більш-менш систематично, породжувана комбінацією соціальних сил і соціальних обставин, генерована як особистою пошуковою ініціативою, так і в силу системи соціальних (економічних, політичних, правових та ін.) зовнішніх обставин з цілком іманентно-раціональною метою – соціоекономічного зростання (конкретно – отримання прибутку).*

Проблема підприємництва ще довго залишиться предметом наукового дослідження, оскільки процеси, які так чи інакше з ним пов'язані і які сьогодні протікають не тільки в соціоекономічній підсистемі, але й за її межами, досить великою мірою визначають нинішню і майбутню суть усього суспільства. Тому буде досить абсурдним ставити крапку на цій проблемі і відсторонюватися від так званих "білих плям" явища підприємництва.

- 
1. Интервью с д-ром. филос. наук Давыдовым Ю. Н. // Диалог. – № 14. – С. 96.
  2. *Бусыгин А. В.* Предпринимательство. Основной курс : учебник для вузов / А.В. Бусыгин. – М., 1997.
  3. *Агеев А. И.* Предпринимательство : проблемы собственности и культуры / А.И. Агеев – М. : Наука, 1991. – 106 с.
  4. *Омаров А. М.* Предприимчивость руководителя / А. М. Омаров. – М., 1990.
  5. *Бондаренко О. В.* Бизнес и человек : историко-философско-социологический экскурс в предпринимательство : к анализу ситуации на Украине / О. В. Бондаренко – Запорожье : РА "Тандем У", 1997. – 119 с.
  6. *Кирдина С. Г.* Импорт концепций, прежние подходы или новые самостоятельные теории? / С. Г. Кирдина // Социол. исслед. – 2001. – № 8. – С. 40.
  7. *Вебер М.* Теория социальной и экономической организации / М. Вебер. – М., 1994.