



УДК 338.22

МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ПАРАДИГМА ИНСТИТУТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В.В. ТРОШИХИН*Белгородский университет
кооперации, экономики и
права**e-mail: kaf-hum-zav@buket.ru*

В статье на основе системных представлений, предпринята попытка обоснования методологии исследования предпринимательства и предпринимательской деятельности, а так же раскрываются основные концепции их осмысления и истолкования. Автор делает особый акцент на методологической значимости теорий стратификации и структурно-функционального анализа, а также на концепции X и Y матрицы, при истолковании и исследовании круга вопросов, связанных с предпринимательской тематикой.

Ключевые слова: глобализация, модернизация, предпринимательство, X – матрица, Y – матрица, институциональная матрица, теория конфликта, структурно-функциональная теория, комплементарные институты, архетип соперничества, престиж, репутация, статус, имидж.

Обоснование института предпринимательства, как фактора модернизации российского общества в условиях глобализации, предполагает использование всего теоретико-методологического арсенала гуманитарного и социально-экономического знания, позволяющего охватить и понять истоки, суть, социально-экономическое содержание и функциональные роли предпринимательства. В этой связи приобретает особую методологическую значимость теория социальной стратификации, которая позволяет описать структурированные различия и социальное неравенство между группами людей. Теория стратификации показывает, что общество состоит из слоев, расположенных в определенной иерархии, при которой привилегированные слои находятся на вершине, а непривилегированные внизу. Теория «слоистого» или стратифицированного строения общества дополняет теорию классово-структурной, что методологически обеспечивает получение более полной картины социальной дифференциации по различным критериям. Такая методологическая дополнительность позволяет гуманитарному социально-экономическому знанию получить вместо однолинейной модели социальной структуры, объемной нелинейной, имеющей более широкую эмпирическую базу. Эта методологическая взаимодополняемость дает возможность познания бизнеса в условиях глобализации и модернизации, при которых происходит становление предпринимательства на основе конкуренции, обусловленной историческими этапами эволюции социума с его социальным неравенством.

Не менее важным методологическим основанием исследования предпринимательства является структурно-функциональная теория, разработанная американским ученым Т. Парсонсом, который опираясь на идеи М. Вебера, Э. Дюркгейма и В. Парето, а также на системно-кибернетические и символикосемиотические представления, построил общую логико-дедуктивную теорию человеческой деятельности для решения частных эмпирических задач. Как полагал Парсонс человеческая деятельность является самоорганизующейся системой, которая в отличие от физических и биологических действий обладает специфическими качествами. К ним Парсонс относил, во-первых, символы личности или механизмы регуляции: язык, ценности и тому подобное, во-вторых, нормативность, т.е. зависимость индивидуального поведения и деятельности от общепринятых норм и ценностей и, наконец, в-третьих, волюнтаристичность индивидов, т.е. иррациональность и независимость от познаваемых условий среды и зависимость от собственных субъективных предпочтений или «определений ситуаций»¹. По сути Парсонс создал формализованную модель деятельности, включающую социальную, личностную и органическую подсистемы, находящиеся в отношениях взаимодополнительности. Несомненным методологическим достоинством структурно-функциональной теории является инвариантный набор таких фундаментальных разрешений проблем, как адаптация, целедостиже-

¹ См: Парсонс Т. Система современных обществ и бизнеса. М., 2001. С. 526.

ние, интеграция, воспроизводство структуры деятельности, а также снятие напряжения. Разрешение этих проблем по Парсонсу, обеспечивается специализированными подсистемами. К примеру, функция адаптации в рамках социальной системы обеспечивается экономической подсистемой, функция целедостижения – политической подсистемой, функция интеграции – правовой подсистемой, а функция воспроизводства – подсистемой морали и социализации, а также институтами образования, семьи, бизнеса и т.п.

Важно подчеркнуть, что так понимаемая и структурированная деятельность предполагает актуализацию предпринимательского потенциала субъектов общественной и хозяйственной деятельности, а методологическое значение функций заключается в том, что они позволяют осуществлять типологию предпринимателей.

Человек, как субъект поведения и деятельности, являясь системообразующим началом социальных групп современного общества, прошел длительную эволюцию как биопсихосоциальное существо и носитель культуры. Эта эволюция сопровождалась непрерывной борьбой за жизненное пространство и жизненные ресурсы. Являясь неповторимой индивидуальностью, с точки зрения заложенной в нем генетической информации, он вместе с тем, как носитель культуры и ее субъект, постоянно сравнивает себя с собратьями и друзьями, самоутверждаясь и конкурируя, эволюционирует в своем развитии. Уникальность любого человека обрекает его на непрерывную конкуренцию и борьбу за свое место в жизни.

Соперничество, соревнование и конкуренция постоянные спутники человеческой жизнедеятельности, что позволяет считать бизнес конкурентной борьбой, конфликтом, в котором стороны применяют санкционированные морально-правовыми нормами и господствующими институтами формы противостояния. Наука, с этих позиций, рассматривает предпринимательство и конфликт как формы социального взаимодействия, при том однако, акценте, что предпринимательство это конкурентная борьба между индивидами или социальными группами, которые могут не находиться в коммуникации или контакте, а конфликт – это соперничество предполагающее обязательные коммуникацию и контакт, т.е. конфликт носит личный и временной характер.² В свою очередь истолкование природы конфликта и предпринимательства связано с пониманием сути человека и его взаимоотношений с обществом. Взгляды на эти вопросы в истории науки не однозначны. Одним из первых на эту проблему обратил внимание Аристотель, который в своем знаменитом трактате «Политика» отдавал приоритет общественному над индивидуальным, полагая, что государство предшествует каждому человеку, поскольку человек, оказавшись в изолированном состоянии, не является существом самодовлеющим, а его отношение к государству такое же как отношение любой части к своему целому³.

Принципиально иной методологический подход к проблеме взаимоотношения общества и человека, человека и государства, содержится в концепции английского мыслителя XVII в. Томаса Гоббса, который в трактате «Левиафан или материя, форма и власть государства церковного и гражданского» провозглашает человека отдельным самостоятельным существом. Гоббс при этом считал, что «природа создала людей равными в отношении физических и умственных способностей», поэтому свобода подданного вполне совмещается с неограниченной властью суверена, который обязан соблюдать естественные законы.⁴ Из сравнения этих двух методологических подходов становится ясно, что Аристотель указывал на общественное, политическое начало в человеке и на его способность к сотрудничеству с другими людьми, делая акцент на кооперацию человека с другими людьми. Т Гоббс, напротив, исходил из того, что человек есть некая самость, индивид, для которого другие люди представляют собой среду его обитания, врагов или партнеров. В этих условиях, человек сам формирует свои цели и задачи, а связи и отношения с другими людьми использует как средство достижения поставленных целей. Гоббсовская концепция обосновывает предпринимательство, как форму соперничества, жесткую конкуренцию между индивидами, каждый из которых находится в непрерывной войне с другими.

² См.: Социология для предпринимателей./Под ред. А.И. Кравченко. М.: ЮНИ-ТИ, 2000. С. 469-470.

³ См.: Аристотель. Сочинения: в 4 т. М., 1983. Т.4. С. 379.

⁴ См.: Гоббс Т. Сочинения: в 2 т. М., 2001, Т. 2. С. 93, 165.



Несмотря на то, что аристотелевская и гоббсовская методологические установки находятся в явном противопоставлении, общим и центральным понятиям своих концепций они определяют категорию «конфликт», однако источники его определяют по-разному.

Аристотель усматривает природу и источник конфликтов в имущественном неравенстве субъектов хозяйственной деятельности и в неравенстве получаемых ими почестей, а чрезмерное богатство и почести высшей части общества, полагает он, приводит к недовольству граждан государства, что и является причиной социальных конфликтов.⁵ В противовес этой методологической позиции Гоббс считает, что конфликт определяется природой человека и главным образом – естественным равенством всех людей.⁶ А поскольку люди изначально равны в своих способностях, поэтому они равны и в своих претензиях, а предметы притязаний не могут принадлежать всем сразу одновременно, что и порождает конфликт.

В дальнейшем эти два методологических подхода нашли свое продолжение и оформление в теоретико-методологическом наследии других ученых, обращавшихся к проблеме предпринимательства и теории конфликта. Так, к примеру, в теориях К. Маркса, Д. Александера, М. Вебера, Р. Парето и Р. Дарендорфа, касающихся социальных процессов, проблема конфликта и конкурентной борьбы, занимая доминирующее место может определяться как источник изменений предпринимательства. Напротив, в теориях Э. Дюркгейма, Т. Парсонса, И. Смелзера и других акцент в развитии социальных процессов, а стало быть, и предпринимательства делается на характеристику стабильности и устойчивости и, в связи с этим, обосновывается идея сотрудничества и кооперации субъектов хозяйственной деятельности. Следует отметить, что дихотомия «конфликт - консенсус» или «напряженность - стабильность», как творческие интерпретации названных методологических подходов, сохраняется как важнейшая проблема при построении социальных теоретических конструкций.

Начало XXI столетия отмечено повышенным интересом к изучению глобальных и локальных конфликтов предпринимательства. Вопреки предсказаниям американского ученого Фукуямы о «бесконфликтности» мира, их масштаб и численность значительно возросли. Многие из конфликтов по своей сути и целям имеют международное происхождение и отражают модернизационные процессы, связанные с перераспределением сил и акцентов на мировой арене, конкурирующих между собой глобальных игроков, к которым относятся: Америка, Европейский союз, Китай, Исламский мир и другие. Эти конфликты отмечают жесткость в формах конкурентной борьбы предпринимателей, а также расширение стратегии и тактики бизнес – коммуникации и взаимодействия. Однако эти тенденции проявляются и на других уровнях иерархии современного общества, куда относятся государства, неправительственные организации, транснациональные корпорации, социальные группы и индивиды.

Специфический теоретико-методологический подход в осмыслении предпринимательства, современного модернизирующегося общества, содержится в истолковании конкуренции как версии архетипа соперничества или соревнования, в соответствии с которым соперничество является организующим началом, определяющим социальное поведение. В соответствии с этой концепцией фундаментальный вопрос жизненной стратегии предпринимателя – это обеспечение конкурентоспособного превосходства разными методами, в том числе и не всегда гуманными. Таким образом, современное общество воссоздает черты предпринимателя, природа которых выражена в древнегреческом мифе о Гермесе, ловкаче и обманщике, покровителе воров и торговцев.⁷

Концепция конкуренции, как архетип соперничества позволяет предположить, что предпринимательство можно рассматривать не только как признак социальной организации, но и животного мира, не только как порождение капитализма, а как архетип человеческого сообщества на всем протяжении его эволюции. Архетип как форма коллективного бессознательного порожденная структурой мозга и выраженная в мифах и снах, представляет из себя господствующую силу или доминанту, определяющую в обсуждае-

⁵ См.: Аристотель. Сочинения: в 4 т. М., 1983, Т. 4. С 421.

⁶ См.: Гоббс Т. Сочинения: в 2 т. М., 2001, Т. 2. С. 25.

⁷ См.: Мясникова В.С. Антология хитроумных планов предпринимателей. М., 2004. Т. 1. С. 66.



мых вопросах предпринимательское превосходство. В практике моделирования жизненных стратегий достижений предпринимательского превосходства нередко исходят из понимания того, что архетип универсален и диалектичен, так как содержит в себе два начала: позитивное и негативное, добро и зло, свет и тьму.⁸ В истории мировой мысли можно обнаружить немало свидетельств архетипов предпринимательства. К примеру, в неоклассических теориях рынка, описывающих системы с отрицательной обратной связью, порождающих стабильность, таким архетипом может служить традиционный анализ спроса и предложения, а понятие «невидимая рука» рынка Адама Смита, как метафора благоприятного следствия предпринимательства, толковалась как социальная теория.

Рассмотренные теоретико-методологические подходы позволяют сделать вывод о том, что только их комплексное взаимодополняющее взаимодействие может обеспечить адекватное концептуальное осмысление и истолкование предпринимательства в условиях модернизации общества. Так теория социальной стратификации и структурно-функциональная концепция, во взаимодействии с парадигмой глобализации, как дифференцированного процесса, позволяют увидеть социальную, экономическую и политическую активность мирового предпринимательства, преодолевающего межгосударственные и межнациональные границы, проявляя себя во всех основополагающих сферах жизнедеятельности современного общества. При анализе современного предпринимательства теория социальной стратификации дополняет теорию классового строения общества, что позволяет получить не однолинейную модель социальной структуры, а «объемную», которая при этом имеет более полную социально-эмпирическую базу, что дает возможность охватить все слои предпринимательства.

Поскольку предпринимательство немислимо без конкуренции и фигуры предпринимателя, которые являются системообразующими факторами модернизирующегося общества, постольку немаловажной теоретико-методологической основой его осмысления, выступает концепция конкуренции в образе архетипа соревнования или соперничества, как общего для всех предпринимателей организующего принципа, оказывающего решительное воздействие на их поведение и жизненный опыт.

Конкуренция как способ предпринимательства, исключая устойчивость развития, была исследована Мальтусом, Рикардо, Марксом, Шумпетером, Кейнсом и другими учеными. Каждый из них, находясь в разных методологических и мировоззренческих позициях, подчеркивали, что предпринимательская конкуренция может привести к беспорядку и экономическому кризису, резкому спаду деловой активности, к массовой безработице и даже к распаду общественного строя. Считалось, что капитализм имеет стабилизирующие механизмы, способные генерировать рост или спад экономического развития. Однако вопреки ожиданиям перманентного роста, господствовавшим в середине 1990-х годов этот цикл привел к всемирному спаду и общесистемному мировому кризису. Это позволило многим современным исследователям сделать вывод о том, что современный капитализм не организован, глобален и хаотичен, в противоположность раннему капитализму, который имел национальный характер и был упорядочен. Такое понимание является обоснованной трактовкой архетипа предпринимательства.

Современное предпринимательство, пытаясь упорядочить различные стремления и цели с помощью распространения информации объединяет различные архетипы, предлагая в качестве основы правила игры. Как отмечают исследователи универсальность предпринимательства выражена в новом капитализме, который является результатом взаимодействия международных финансовых, технологических, модернизационных изменений и глобализированных рынков.⁹ Говоря иначе, предпринимательство как архетип содержит в себе механизмы, поддерживающие новые формы капитализма, которые имеют свои специфические качества. К ним следует отнести: акцент на сетях и информации, взаимозависимость и неупорядоченность, а также американизацию или рейнскую социально-ориентированную модель капитализма.

Теоретико-методологические основы исследования осмысления и истолкования предпринимательства в современном модернизирующемся обществе, по нашему мне-

⁸ См.: Мифы народов мира – М.: Энциклопедия в 2 т. 2001 Т. 1. С. 292.

⁹ См.: Мясникова В.С. Антология хитроумных планов предпринимателей. – М.: 2004 Т. 1. С. 71.



нию, следует воспринимать в рамках парадигмы глобализации с её жесткой конкуренцией. Модернизация, как понятие, обычно вписывается в ряд таких категорий как локальное, национальное и региональное, при этом на одном конце этого ряда располагаются социально-экономические структуры и отношения, созданные на местном и национальном уровне, а на другом структуры и отношения на уровне глобальных взаимосвязей. В этом смысле глобализацию можно рассматривать как пространственно-временные изменения, которые служат фундаментом преобразований предпринимательской деятельности, единой во всех регионах и континентах.¹⁰

В связи с этим, концепция глобализации предпринимательства предполагает, что события, решения и действия предпринимателей, происходящие и принимаемые в одном регионе мира, могут иметь значения для бизнеса в отдаленных уголках земного шара.

Таким образом, предпринимательство олицетворяет собой не только межрегиональную взаимосвязь и расширяющиеся границы социально-экономической деятельности, но и интенсификацию этих взаимодействий в рамках мирового порядка, а также ускорение глобальных процессов на основе общемировых систем транспорта и коммуникаций, что способствует увеличению скорости распространения идей, информации, товаров и капиталов. Все это размывает границы между внутренними и глобальными проблемами и процессами.

Следует подчеркнуть, что целостное и эффективное методологическое осмысление предпринимательской деятельности, возможно только в корреляции с такими понятиями как соревнование, конкуренция, престиж, репутация, статус и имидж, которые составляют систему предпринимательства, как базового социального института.

Такой социальный институт в гуманитарном и социально-экономическом знании очень часто описывают опираясь на теорию институциональных матриц, которая представляет собой исторически устойчивую и постоянно воспроизводящуюся систему базового предпринимательства, характеризующую и обозначающую институциональную структуру общества: как X – матрица и Y – матрица, определяющих разные пути и векторы эволюции государства.¹¹ Именно тип институциональной матрицы служит основой концептуального осмысления современного предпринимательства и его корреляции с базовыми ценностями, с экономическими, социокультурными и политическими характеристиками конкретного общества и государства.

Гипотетическая модель институциональной матрицы фиксирует собой исходную базу общественного института, который сложился на заре возникновения первых государств и человеческих сообществ. Последующие институты воспроизводят и развивают эту базовую модель, как единую социально-экономическую форму предпринимательства. Существенной характеристикой институциональной матрицы является инвариантность, которая лежит в основе меняющихся эмпирических состояний конкретного общества и постоянно воспроизводится в различных институциональных формах, обусловленных социокультурным и историческим контекстом. Как справедливо указывают исследователи, институциональная матрица, концептуально, продолжает традиции марксистского и структуралистского подходов, которые объясняли природу институциональных изменений, опираясь на глубинные, скрытые структуры. Институциональную матрицу, в этом смысле, можно рассматривать не только как концептуальную модель осмысления интеграции современного общества и предпринимательства, но как фактор устойчивости института предпринимательства и стабилизации современного общества, обеспечивающий функциональное взаимодействие экономики, политики и идеологии.

X и Y – матрицы характеризуют разные формы социальной интеграции предпринимательства с другими общественными системами. Y – матрица, или Западная форма организации хозяйственной деятельности, отличается рыночным характером предпринимательства, становления и развития малого и среднего бизнеса. Y – матрица характерна для общественного устройства стран Западной Европы и США. Для X – матрицы характерен институт редиистрибутивной экономики, в которой доминирует роль центра в

¹⁰ См.: Хелд Д., Гольдблатт Д., Макгрю Э., Перратон Дж. Глобальные трансформации: Политика, экономика и предпринимательство, культура. М., 2004. С. 18.

¹¹ См.: Кирдина С.Г. Институциональные матрицы и развитие малого и среднего предпринимательства в России. Новосибирск, 2003.

регулировании производства и использовании товаров и услуг. X – матрица характерна для России, большинства стран Азии и Латинской Америки и других. X и Y матрицы выражают альтернативные типы общественного бытия и характеризуют качественно различные идентичности типов общественного устройства.

В контексте концептуального осмысления предпринимательства, институциональные матрицы следует воспринимать как идеальные типы и универсальные обобщения, о которых говорил Вебер.¹² Такие обобщения создают теоретико-методологическую основу системного рассмотрения общества. Обосновывая концептуальную значимость институциональных матриц для анализа и типологии предпринимательства, необходимо отметить, что непринадлежность государства к той или иной институциональной матрице не означает, что в нем не действуют альтернативные институты. К примеру, в западных странах наряду с рыночными институтами предпринимательства существует институт редистрибутивной экономики, а также институты унитарного типа при федеративном устройстве государства. Напротив, в государствах с X -матрицей в экономике в разных мерах присутствуют рыночные начала, а в политической сфере институты федеративного устройства.

С этих позиций следует подчеркнуть, что институциональные матрицы указывают на принцип доминирования базового института предпринимательства над комплементарными институтами в каждом конкретном обществе. Комплементарные институты при этом носят вспомогательный, дополнительный характер, обеспечивая устойчивость институциональной среды в различных сферах общества.

Господствующая на Западе со середины XVI века Y – матрица накладывает отпечаток в глобальном масштабе на функциональное проявление предпринимательства в современном модернизирующемся обществе.

Институт предпринимательства, обретая доминирующее функциональное значение в рамках глобализирующейся институциональной Y – матрицы проявляет себя и концептуально истолковывается в корреляции с такими понятиями как соревнование, конкуренция, престиж, имидж, статус и карьера.

Соревнование, возникнув как социальная форма кооперации предпринимателей в совместной деятельности, во многом зависит от господствующих общественных отношений. В соответствии с этим оно может иметь в качестве своей цели увеличение богатства всего общества, или нацеливать предпринимателей на достижение корыстных результатов. Особую миссию соревнование выполняет в рамках корпоративной культуры, где оно в форме соперничества позволяет предпринимателям раскрывать свои способности и демонстрировать конкурентное превосходство. Здесь соревнование носит нематериальный характер, а приобретает качество мотивации и ценности корпоративной культуры, которая используя лексику А. Смита, можно назвать «невидимой рукой», правящей корпорациями.

Конкурентное превосходство предпринимателей самым тесным образом связано с другим нематериальным (нематериальным) фактором – репутацией, которая оказывает немаловажное влияние на потенциал фирмы, ее организационные, технологические и социокультурные преимущества. Репутация предпринимателя как интегрированная общественная оценка его конкурентного превосходства зиждется на таких ценностях как уважение, достоинство, честь, авторитет, доверие, престиж, имидж. Эти качества являются обязательными, атрибутивными характеристиками превосходства предпринимателя. В иерархии этих качеств на особом месте находится доверие и престиж. При этом престиж, как неформальное, латентное социально-психологическое качество предпринимателя, связан непосредственно с его социальным статусом, представляющим собой формальную объективную характеристику положения предпринимателя.

Венчает набор достигнутых качественных характеристик предпринимателя карьера, которую он способен осуществить в модернизирующемся обществе. Представляется возможным согласиться с определением карьеры предпринимателя, которое дано в социологической энциклопедии, где ее содержание истолковывается как достижение известности, славы или материальной выгоды за счет собственных усилий, максимального использования своих способностей, профессионального мастерства и личностных качеств.¹³

¹² См.: Вебер М. Основные понятия стратификации // Социологические исследования, 1994. № 5.

¹³ См.: Социологическая энциклопедия: в 2-х т. М., 2003. Т. 1. С. 421.



Обозначенная методология исследования и концептуальное видение предпринимательства очерчивают круг вопросов, которые находят свое разрешение в рамках системного коэволюционного развития на основе синергетического подхода, предполагающего открытость системы социально-гуманитарного знания, нелинейность глобализации и самоорганизацию бизнес-сообщества.

Предпринимательство, как форма реализации стратегии модернизации и устойчивого развития экономики, выступает существенной силой обновления, совершенствования и реструктуризации хозяйственной деятельности, а также становления новой информационно-коммуникативной культуры и социальной технологии, формирующих компетенции предпринимателей через интерактивное образование, накопление социально-хозяйственного опыта и умения оперативно принимать решения в условиях жесткой конкуренции.

Формирование компетентности предпринимателя, в условиях модернизации и глобализации, является основополагающей стратегией его профессиональной деятельности и жизненного успеха. Не менее важной чертой предпринимательства является творчество, позволяющее принимать нестандартные решения и эффективно действовать в конкурентном мире современного модернизирующего общества. Вместе с тем творческая активность выступает важнейшим средством самореализации и создания нового продукта в сфере предпринимательского бизнеса.

Предпринимательство обладая специфическим мировоззренческим и ценностным содержанием способствует социализации индивидов, их статусно-ролевой самоидентификации и идентификации, которые помогают модернизировать целевые стратегии бизнеса на основе доверия, толерантности, позитивного общения и поведения.

Вместе с тем следует заметить, что предпринимательская деятельность несет на себе отпечаток социальных последствий глобализации, а это заставляет предпринимателей надеяться и уповать только на свои собственные силы и на поддержку себе подобных членов бизнес-сообщества.

Список литературы

1. Аристотель. Сочинения в 4 т. М., 1983. Т.4.
2. Вебер М. Основные понятия стратификации // Социологические исследования, 1994 № 5.
3. Гоббс Т. Сочинения: в 2 т. М. 2001, Т. 2.
4. Иноземцев В.Л. Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. М. 1999.
5. Кирдина С.Г. Институциональные матрицы и развитие малого и среднего предпринимательства в России. Новосибирск, 2003.
6. Парсонс Т. Система современных обществ и бизнеса, М. 2001.
7. Социология для предпринимателей. М: ЮНИ-ТИ, 2000.
8. Социологическая энциклопедия. Т. 2., М. 2003.
9. Хелд Д., Гольдблатт Д., Макгрю Э., Перратон Дж. Глобальные трансформации: Политика, экономика и предпринимательство, культура. М.: 2004.

METHODOLOGICAL PARADIGM OF THE INSTITUTION OF ENTREPRENEURSHIP

V.V. TROSHOKHIN

*Belgorod University
of Cooperation, Economics
and Law*

*e-mail:
kaf-hum-zav@bukep.ru*

On the basis of systemic apprehensions the paper attempts to substantiate the methodology of the study of entrepreneurship and entrepreneurial activity and discloses the main concepts of their comprehension and interpretation. The author specially stresses the methodological importance of the theories of stratification and structural and functional analysis as well as the concepts of X and Y matrix, while interpreting and studying various questions connected with entrepreneurial topic.

Key words: globalization, modernization, entrepreneurship, X matrix, Y matrix, institutional matrix, conflict theory, structural and functional theory, complementary institutions, competition archetype, prestige, reputation, status, image.