

4. Крупський О.П., Гринько Т.В. Роль організаційної культури у стратегічному розвитку підприємств туризму та гостинності. Корпоративне управління: процеси, стратегії, технології: Колективна монографія. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2015. С. 142-167.
5. Grynko T., Koshevyi M., Krups'kyu O., Maximchuk O. Modern Concepts of Financial and Non-Financial Motivation of Service Industries Staff. *Journal of Advanced Research in Law and Economics*. ASERS Ltd, 2017. Issue 4(26). Vol. 8. P. 1100-1112.

Канд. екон. наук Олійник Т. І., Гебріна І. К.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЛОГІЧНІ МЕТОДИ У НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Питання про те, що є логікою відкриття, в історії науки було висловлено багато різних точок зору: від визнання існування такої логіки та спроб її побудови до повного її заперечення.

Ряд науковців сформулювали своє бачення логіки відкриття, в їх розумінні – під логікою процесу відкриття слід розуміти той чи інший спосіб співвіднесеності компонентів цього процесу, який втілюється у зв'язках та відносинах між цими компонентами, у розвитку цього процесу відповідно до певних закономірностей, схем та правил [1].

У широкому розумінні логіка наукового відкриття та наукового пошуку включає в себе багато факторів, що впливають на спрямованість дослідницького процесу: стан і характер самого об'єкта дослідження, вихідну позицію та установки дослідника, умови дослідницької діяльності, вплив зовнішнього соціокультурного середовища тощо. Розуміння логіки наукового пошуку як логіки діяльності дозволяє побачити її специфіку [1].

Якщо пошуковий процес розглядати з погляду об'єкта дослідження, то логіка пошуку буде формуватися у міру виявлення логіки об'єкта, його зв'язків та відносин. Пошукову діяльність здійснює науковець, і він має свідомо обумовлений ним план діяльності, який залежить від вихідних позицій та установок, інтелектуального потенціалу та наявних пізнавальних засобів. На логіку пошукового процесу можуть впливати і позанаукові чинники – соціальні та економічні умови [3], культурні традиції, політична система тощо. Ці чинники мають динаміку і свою логіку розвитку. Логіка наукового пошуку формується через взаємодію суб'єктивних та об'єктивних, наукових та позанаукових факторів.

Існують і інші аспекти пошукового процесу, кожен з них, відносно самостійний, має свій комплекс зв'язків та відносин, тобто свою логіку. Логіки окремих аспектів взаємодіють у цілісному процесі пошукової діяльності, тому логіка пошукового процесу виявляється логікою кооперативного процесу, в якому існують та взаємодіють різні субпроцеси.

Логіка наукового пошуку – різнорідний за змістом аспект логіки наукового дослідження. У ній переплетені логіка суб'єктивного та об'єктивного характеру, а також компоненти пізнавальної та негносеологічної природи. Різнорідність логіки пошукового процесу робить її логікою ймовірності, що розвивається. Результатом наукового пошуку є висування гіпотези, яка є не достовірним, а імовірнісним знанням [2].

Вчення про метод, а також сама система методів, що організують і регулюють наукове дослідження, носить назву методології. Методологія природничих наук та методологія гуманітарних наук мають як загальні підстави, методи та принципи, так і відмінності, пов'язані головним чином з аксіологічною спрямованістю гуманітарного знання.

Отже, логіка наукового дослідження проявляється у двох аспектах: перший аспект – це методологічні передумови наукового відкриття тобто, логіка наукового відкриття, другий – логіка наукового пошуку. Логіка наукового дослідження охоплює методи, правила, прийоми та принципи, які детермінують здобуття нового знання та визначають характер пізнавального процесу.

Список використаних джерел:

1. Важинський Т.І. Методика та організація наукових досліджень: Навч. посіб. Суми: СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2016. 260 с.
2. Азарова А.О. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2012. 172 с.
3. Гринько Т.В. Методологічний аналіз підходів щодо розвитку інновацій. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. ХНУ, 2011. №2. Т. 2 (174). С. 30-34.