

**Список використаних джерел:**

1. Біловодська О.А., Михайленко Д.А. Аналіз впливу упаковки харчової продукції на свідомість споживачів. *Збірник наукових праць Сумського державного університету*. 2012. № 4. С. 233-249.
2. Собчак А.П., Коваленко С.В. Роль упаковки в підвищенні ефективності маркетингової діяльності підприємств. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди*. 2013. №13. С. 219-228.
3. Дима О.О. Маркетингова товарна політика посередницького підприємства: монографія. Київ: КНЕУ, 2015. 431 с.
4. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Кириченко А.С. Стратегічні підходи до управління маркетинговими комунікаціями на підприємстві. *Ефективна економіка*, 2021. № 12. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9703>.

**Канд. екон. наук Олійник Т. І., Крупська К. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ НАУКОВИХ  
ДОСЛІДЖЕНЬ В СФЕРІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА**

Актуальність дослідження полягає в тому, що науковий пошук в сфері менеджменту підприємств являють собою комплексні процеси, спрямовані на розв'язання проблем і задач комплексного розвитку підприємства. Процедура досліджень в системі менеджменту підприємства складається з фіксованих елементів, тобто аналізу та синтезу. Їхній внесок залежить від характеру досліджуваних явищ. Отже, з точки зору методології наукових досліджень, необхідно підкреслити, що емпіричні методи є найбільш цінними для сфери управління. Менеджмент – наукова дисципліна в межах економічних наук. Отже, емпіричні методи дослідження мають бути притаманні їхній пізнавальній процедурі [1].

Таким чином, розвиток науки може бути кумулятивним, який передбачає підвищення, збагачення і розвиток наукового знання, де знання не виступають фальсифікацією правил і норм, а також не розмивають горизонти науки, або мати елімінаційний характер, що передбачає постійну перевірку існуючих знань і вироблення на їхній основі нових знань і тверджень.

Емпіричні дослідження в системі менеджменту підприємств здебільшого стосуються пов'язаної з розміром оцінки набору потенційних логічних елементів, що підтверджують певну наукову гіпотезу: проблему управління необхідно вирішити на основі певної моделі прийняття рішень або методу наукового

пошуку. Це може бути метод індукції, який передбачає перевірку гіпотез на основі поточних економічних процесів, що описують усі можливі випадки, і це дозволяє відкрити певні загальні істини або узагальнення (наприклад, відповідь на запитання – які стратегії можуть бути стратегіями успіху для підприємства протягом рецесії), аналіз лише одного конкретного явища, що відбувається у визначеному просторі та часі [4].

Крім того, ми маємо сказати і про використання емпіричних методів наукових досліджень в сфері менеджменту підприємства, які мають передбачати вимірювання визначеного порогу або фактору за певним кількісним показником, або за допомогою інструментів кількісного вимірювання. Аналітичне дослідження минулих подій в системі менеджменту підприємства на основі кількісного дослідження має охоплювати також і інструмент опитування, який спрямований на перевірку сформульованої гіпотези.

Ми можемо говорити і про використання в менеджменті і якісних методів наукового пошуку серед них наступні [2]: а) поле дослідження, б) стандартизовані і антропологічні інтерв'ю, в) спостереження (спеціальний розгляд даних учасників спостереження), г) фокус або експертна група, д) панель дискусії, е) текст-аналіз.

Кожне дослідження будується, у більшості випадків, на основі когнітивних методів, які є найбільш корисними для неї. Практична наука, має у своєму розпорядженні додаткові прагматичні методи. Методологія управління, не маючи універсального і позачасового характеру, спирається на міркування про те, як методи управління розроблені для того, щоб дозволити як досліднику, так і менеджменту підприємства зрозуміти системність і елементну взаємозалежність функцій підприємства.

Таким чином, ми можемо констатувати, що в менеджменті використовуються чотири основні типи методів [3]: прагматичні (цільові: вдосконалені ефективність управління підприємством); емпіричний (мета: визнання формату роботи підприємства і системи його управління, що розуміється як розпізнавані реальні істоти – реалістичний підхід); формальний (мета: створення логічної або математичної структури методів); розуміння (мета: визнання організаційної моделі систем управління, що розуміється як конструктивістська істоти – тлумачний підхід) [4]. Емпіричні методи, вони пов'язані з кількісними методами в

менеджменті (наприклад, опитування метод) природознавча методика (спостереження чи експеримент).

Отже ми бачимо, що методологія досліджень в системі менеджменту підприємства поєднує когнітивні і практичні цілі [5]. Цілі можуть мати конвергентний характер, однак у певних ситуаціях вони можуть суперечити один одному. В межах усіх методів, спрямованих на пошук оригінальності, слід перерахувати, як перший крок, необхідність ознайомлення з поточними знаннями. Надійне виконання умова, про яку йдеться, дозволяє мати результати в господарській діяльності підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Dźwigoł, H. (2018). Scientific research methodology in management sciences. *Scientific Papers of Silesian University of Technology. Organization and Management Series*, 2018(118), 117-134. <https://doi.org/10.29119/1641-3466.2018.118.8>
2. Fraisl, D., Hager, G., Bedessem, B., Gold, M., Hsing, P.-Y., Danielsen, F., Hitchcock, C. B., Hulbert, J. M., Piera, J., Spiers, H., Thiel, M., & Haklay, M. (2022). *Citizen science in environmental and ecological sciences*. *Nature Reviews Methods Primers*, 2(1). <https://doi.org/10.1038/s43586-022-00144-4>
3. Guetterman, T.C., Molina-Azorin, J.F., & Fàbregues, S. (2022). The Need to Rigorously Develop Common Quality Guidelines for Reporting Mixed Methods Research. *Journal of Mixed Methods Research*, 17(1), 6-11. <https://doi.org/10.1177/15586898221143561>
4. Taherdoost H. Data Collection Methods and Tools for Research; A Step-by-Step Guide to Choose Data Collection Technique for Academic and Business Research Projects. *International Journal of Academic Research in Management*, 2021, 10 (1), pp.10-38.
5. Гринько Т.В. Інноваційний менеджмент і його стимулювання: досвід Західної Європи. *Прометей*. Донецьк: ІЕПД НАН України, 2006. Випуск 2 (20). С. 30-33

**Канд. екон. наук Петриняк У. Я.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **МОДЕРНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ОСНОВІ КРЕАТИВНОСТІ**

Однією із найважливіших складових системи менеджменту будь-якого підприємства є його модернізація, що максимально гнучко реагує на потреби ринку та адаптується до інтеграції в ринкових умовах. Сьогодні стає очевидним, що сучасну економіку розглядають не тільки з економічних позицій, але з точки зору креативності, що є взаємодоповнюючим фактором у суспільстві.