

УДК 631.115

Яворська Т.І.,
д.е.н., доцент, зав. кафедри економіки підприємств
Таврійський державний агротехнологічний університет

МЕТОДОЛОГІЯ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Постановка проблеми. Важливим для кожної науки є процес одержання, опрацювання, засвоєння та використання знань, в основі якого лежать методологічні принципи та прийоми. Питання методології, незважаючи на загально визнану зрозумілість її функціонального призначення є досить складним, оскільки це поняття тлумачиться по-різному і саме стало об'єктом вивчення для науковців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сутність методології проведення наукових досліджень розглядається у працях таких вчених, як В. Арутюнов, А. Єріна, Д. Єрін, В. Захожай, О. Крушельницька, Н. Кушнарєнко, О. Лєсюк, В. Мішин, В. Свінціцький, Д. Стеченко, В. Романчиков, Р. Тринько, В. Шейко, О. Чмир та ін. З наведених ними визначень можна зробити висновок, що найчастіше методологію тлумачать як теорію методів дослідження, створення концепцій, як систему знань про теорію науки або систему методів дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є підведення методологічної основи під розгляд розвитку малого бізнесу в сільському господарстві.

Головним завданням методології є методологічне забезпечення дослідницької роботи, формування у дослідника спеціальних знань у сфері діяльності, що базуються на сукупності дослідницьких процедур, техніки і методів, у тому числі прийому збору й обробки техніко-економічних, екологічних і соціальних даних, та включають орієнтацію (ідея, гіпотеза, збір даних), класифікацію (встановлення залежностей) і передбачення (систематизація фактів, виявлення залежностей). З формальної точки зору методологія пов'язана з операціями, за допомогою яких формується пізнання, подальше проникнення у ще не вивчені сфери системи господарювання на базі знань, перевірених практикою [1].

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток методології пов'язаний з розвитком науково-теоретичного мислення і пізнання в цілому. Основами методології є діалектика, абстрагування, системний підхід та принципи: єдності теорії та практики, визначеності, конкретності, пізнавальності, об'єктивності, причинності, розвитку, історизму. Діалектика пропонує вивчення явища, предмета в процесі його виникнення, становлення, функціонування із визначенням перспектив його майбутнього. Абстрагування передбачає уявне відкинення (тимчасово) усього того, що заважає виділенню основних, загальних, істотних якостей, співвідносин, зв'язків. Методологічні принципи – це основоположна ідея, основні вихідні положення, що відображають системну сукупну дію об'єктивних законів розвитку природи, суспільства, мислення та спрямовують діяльність людини (дослідника) у вибраній нею предметній галузі [2, с. 169].

На нашу думку, під методологією слід розуміти створення певної концепції наукового дослідження та теоретичне обґрунтування методів, які забезпечують одержання об'єктивної та достовірної інформації про досліджувані процеси та явища. Виходячи із наведеного визначення, постає необхідність поглиблено розглянути створення концепції наукового дослідження розвитку малого бізнесу в сільському господарстві.

Дослідження – це процес вивчення певного об'єкта з метою встановлення закономірностей його виникнення, розвитку та перетворення в інтересах раціонального використання у практичній діяльності людей. Це процес вироблення нових наукових знань, один із видів пізнавальної діяльності, яка характеризується об'єктивністю, відтворюваністю, доказовістю та точністю. Наукове дослідження – це цілеспрямоване пізнання, результати якого виступають у вигляді системи понять, законів та теорії [2, с. 222].

Наукове дослідження ґрунтується на процесі пізнання. Будь-яке пізнання передбачає встановлення окремих, часто не пов'язаних між собою фактів, які поступово нагромаджуються і з позиції існуючої теорії можуть бути систематизовані та узагальнені. В процесі переходу від окремого до загального виявляються принципово нові відношення й інтеграційні якості, створюються нові наукові поняття і нові теорії. Сформульоване у нових поняттях знання, що відповідає реаліям об'єктивного світу, постає як науковий закон. Теорія становить упорядковану систему простіших форм теоретичного відтворення дійсності: наукових ідей, концепцій, принципів, понять, положень і тверджень (постулатів, аксіом) та є найскладнішою формою вираження наукових знань [3, с. 7].

Важливим елементом теоретичного відтворення дійсності є наукова концепція як система поглядів на що-небудь, основна думка, коли визначаються цілі та завдання дослідження і вказуються шляхи його проведення. Без чітко виробленої, сформульованої концепції, яка на основі певної ідеї

об'єднує систему поглядів і теоретичних положень щодо об'єкта дослідження, провести наукове дослідження неможливо.

Ідея є формою наукового пізнання, яка відображає зв'язки, закономірності дійсності та спрямована на її перетворення, а також поєднує істинне знання про дійсність і суб'єктивну мету її перетворення. Ідея в науковому пізнанні виконує багато функцій, основними з яких є: 1) підсумовування досвіду попереднього розвитку знання; 2) синтезування знання в цілісну систему; 3) виконання ролі активних евристичних принципів пояснення явищ; 4) спрямування пошуку нових шляхів вирішення проблем.

Ідея водночас є і формою осягнення в мисленні явищ об'єктивної дійсності, і включає в себе усвідомлення мети й проектування подальшого розвитку пізнання та практичного перетворення світу, фіксуючи необхідність і можливість такого перетворення. Ідея, таким чином, є особливою формою наукового пізнання.

За визначенням багатьох авторів [Крушельницька О., Лесюк О., Шейко В.], наукова ідея – це інтуїтивне пояснення явища без проміжної аргументації, без усвідомлення всієї сукупності зв'язків, на підставі яких робиться висновок. Вона спирається на вже відомі знання, але виявляє закономірності, раніше не помічені. На думку Д. Стеценка та О. Чмир [4, с. 78], наукова ідея представляє собою нове, нетрадиційне пояснення явищ, на переконання В. Романчикова [5, с. 15], це якісний стрибок думки, який є новим поясненням або змінює уявлення про певні факти або явища.

Розвиток ідеї до стадії розв'язання завдання зазвичай здійснюється як плановий процес наукового дослідження. Хоча в науці відомі випадкові відкриття, проте тільки планове, добре обладнане сучасними засобами та інформацією наукове дослідження дає змогу розкрити і глибоко пізнати об'єктивні закономірності в природі, економіці та суспільстві. Згодом починається процес цільової та загальної обробки первинного задуму, уточнення, зміни, доповнення та розвитку накресленої схеми дослідження з використанням різних методів пізнання [6].

На основі узагальнення літературних джерел, законодавчого трактування та власних досліджень доведено, що малий бізнес у сільському господарстві є особливим сектором ринкової економіки, в межах якого здійснюють свою діяльність різні організаційно-правові форми господарювання (суб'єкти малого бізнесу) з метою реалізації власного економічного результату, основою якого є прибуток. Отже, в основі концепції нашого наукового дослідження лежить визначення малого бізнесу, діяльність суб'єктів якого має приносити прибуток.

Прибуток у ринкових умовах є кінцевою метою будь-якої підприємницької діяльності. У разі недосягнення вказаної мети діяльність господарюючого суб'єкта має бути припинена. Саме прибуток, за визначенням класиків, управляє ринковим механізмом, а ринкова система використовує прибуток і збитки для того, щоб стимулювати підприємство ефективно виробляти необхідні блага.

Нині термін “прибуток” використовують у різних значеннях. Так, тлумачний словник сучасної української мови визначає прибуток, як: 1) сума, що складає різницю між доходом і витратами; 2) дохід, одержаний від якої-небудь діяльності; 3) приріст збільшення чого-небудь. У тлумачно-термінологічних словниках економічних термінів прибуток (англ. – profit; нім. – gewinn; фран. – profit; пол. – zysk) розглядається як одна із форм чистого доходу, що відображає вартість додаткового продукту й виникає в разі перевищення сукупних доходів над сукупними витратами [7].

Прибуток в умовах ринкової економіки є загальним показником фінансового результату виробничої діяльності підприємства, зокрема суб'єктів малого бізнесу в сільському господарстві. Виділяються бухгалтерський і економічний прибуток. Зменшення вартості реалізованої продукції (послуг) на суму витрат на виробництво цієї продукції складає чистий обліковий (бухгалтерський) прибуток; різниця між чистим обліковим (бухгалтерським) прибутком і нормальним прибутком є економічним прибутком; нормальний прибуток – це розмір прибутку на капітал у вигляді відсотка. Отже, економічний прибуток можна визначити й методом зіставлення доходів і витрат, тобто обчислювати як різницю між доходами і витратами підприємства.

У своїй публікації М. Дем'яненко також зазначає, що на думку багатьох економістів доцільно розрізняти два види прибутку: бухгалтерський, який показує збільшення капіталу незалежно від джерел його утворення, та економічний, що має показувати ту його частину, яка створена в результаті комерційної (виробничої) діяльності господарюючого суб'єкта власними силами і, на думку автора, обчислювати економічний прибуток слід як різницю між доходами та витратами підприємства [8, с. 15].

Відповідно до визначення Економічної енциклопедії, економічний прибуток є частиною загального доходу після відрахування економічних витрат виробника [9, с. 52]. Отже, будемо розглядати розвиток малого бізнесу в сільському господарстві з точки зору дії факторів, які впливають на формування обсягу економічного прибутку суб'єктів малого бізнесу в сільському господарстві. Ці фактори можна умовно поділити на прямі та непрямі (опосередковані), фактори внутрішнього та зовнішнього середовища і вони є основою для створення концепції наукового дослідження розвитку малого бізнесу в сільському господарстві (рис. 1).

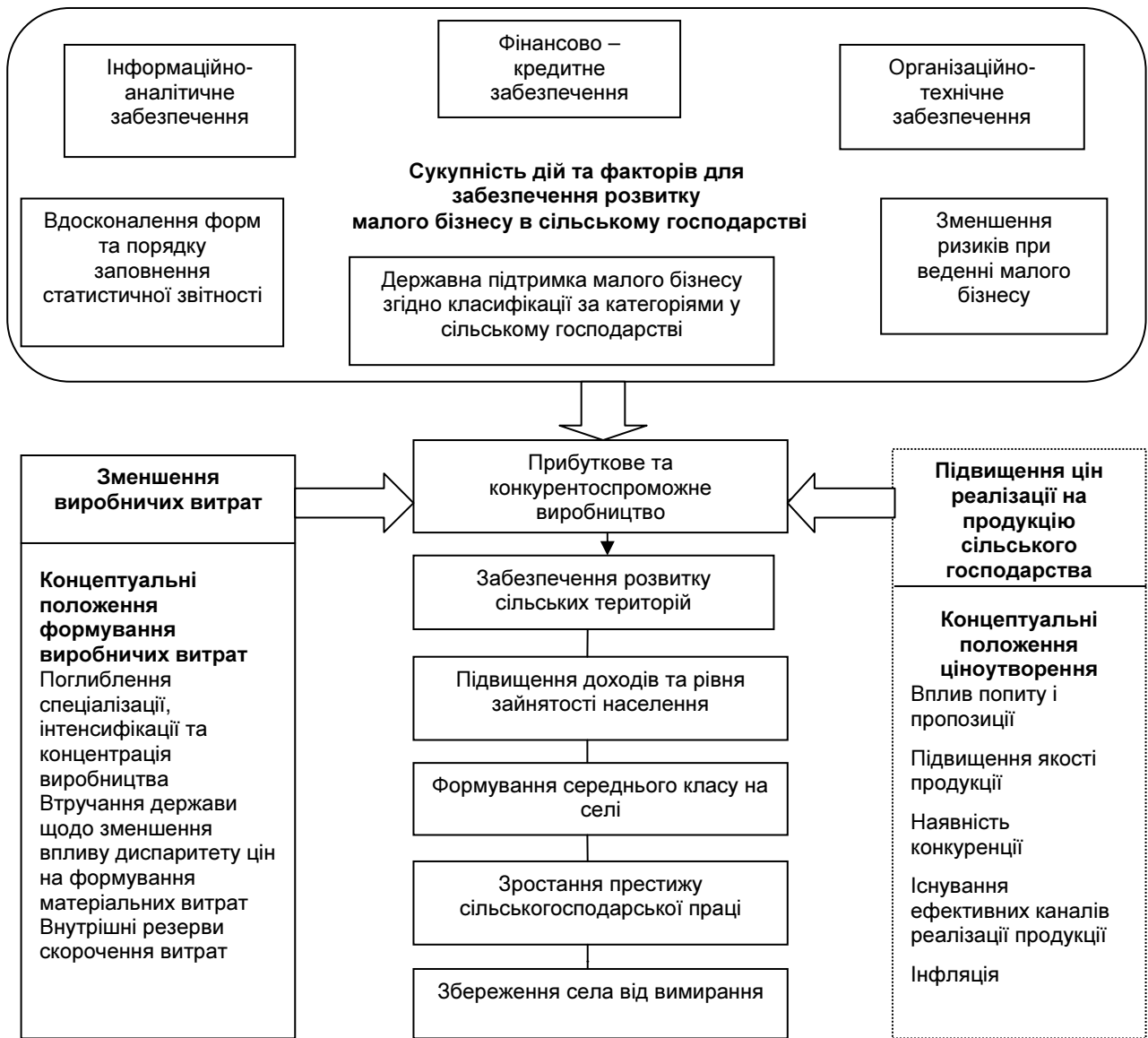


Рис. 1. Соціально-економічна концепція розвитку малого бізнесу у сільському господарстві

Джерело: авторська розробка

Оскільки підвищення прибутковості та конкурентоспроможності малого бізнесу приносить не тільки економічний результат, але і соціальний (забезпечення розвитку сільських територій та рівня зайнятості сільського населення, зростання престижу сільськогосподарської праці тощо), є всі підстави вважати дану концепцію соціально-економічною.

Висновки з даного дослідження. Отже, виходячи із нашого визначення методології наукового дослідження, створена соціально-економічна концепція розвитку малого бізнесу в сільському господарстві, яка передбачає наступне: господарська діяльність суб'єктів малого бізнесу має бути спрямована на задоволення власних потреб та організацію прибуткового і конкурентоспроможного виробництва; виробництво сільськогосподарської продукції базується на принципах скорочення виробничих витрат, що передбачає раціональну спеціалізацію, поглиблення інтенсифікації та концентрації виробництва, зменшення впливу диспаритету цін на формування матеріальних витрат, пошук внутрішніх резервів скорочення витрат; підвищення цін реалізації має здійснюватися у напрямку врахування попиту і пропозиції та конкуренції, підвищення якості продукції, забезпечення ефективних каналів реалізації продукції; ринкова інфраструктура має розвиватися через напрями інформаційно-аналітичного, фінансово-кредитного, організаційно-технічного забезпечення; врахування ризиків у веденні малого бізнесу, найбільш важливими серед яких є господарський, ринковий, ризик виникнення форс-мажорних обставин та людський фактор ризику; в основі дій і факторів для розвитку малого бізнесу в сільському господарстві має бути принцип державної підтримки, втілений у бюджетних та регіональних програмах відповідно до критеріїв віднесення до

його суб'єктів; удосконалення форм і порядку заповнення статистичної звітності передбачає законодавче трактування малого бізнесу в сільському господарстві, охоплення статистичним спостереженням всіх його суб'єктів і розширення їх кількості та показників виробничої та фінансової діяльності; прибуткове ведення малого бізнесу сприятиме покращенню соціального розвитку сільських територій, підвищенню зайнятості та доходів сільського населення.

Теоретичне обґрунтування методів для забезпечення одержання об'єктивної та достовірної інформації з дослідження малого бізнесу в сільському господарстві є наступною складовою визначення методології у нашому розумінні.

Перспективами подальших розвідок є розгляд тих методів, які тільки починають застосовуватися у практиці економічних досліджень, зокрема щодо вивчення розвитку малого бізнесу в сільському господарстві.

Література

1. Россоха В. В. Методологія та її роль в сучасних економічних дослідженнях / В. В. Россоха // АгроІнком. – 2009. – № 1–4. – С. 50–55.
2. Лесюк О. І. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. / О. І. Лесюк. – Івано-Франківськ: Факел, 2003. – 297 с.
3. Єріна А. М. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. / А. М. Єріна, В. Б. Захожай, Д. Л. Єрін. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 212 с.
4. Стеченко Д. М. Методологія наукових досліджень: підручник / Д. М. Стеченко, О. С. Чмир. – [2-ге вид., переробл. і допов.]. – К. : Знання, 2007. – 317 с.
5. Романчиков В. І. Основи наукових досліджень: навч. посіб. / В. І. Романчиков. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 254 с.
6. Арутюнов В. Х. Методологія соціально-економічного пізнання: навч. посібник / В. Х. Арутюнов, В. М. Мішин, В. М. Свінціцький. – К. : КНЕУ, 2005. – 352 с.
7. Гуторов О. І. Наукові основи прибутковості виробництва молока : лекція / О. І. Гуторов, Л. Ю. Кучер ; Харк. нац. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. – Харків : ХНАУ, 2010. – 58 с.
8. Дем'яненко М. Я. Фінансові чинники формування доходів у сільському господарстві / М. Я. Дем'яненко // Проблеми забезпечення дохідності агропромислового виробництва в Україні в постіндустріальний період: матер. Десятих річних зборів Всеукр. конгр. економістів-аграрників (10-11 квіт. 2008 р., м. Київ) / редкол.: П.Т.Саблук та ін.; ННЦ "ІАЕ". – К., 2008. – С. 66–67.
9. Прибуток економічний // Економічна енциклопедія: В 3-х т. / ред. кол. Б. Д. Гаврилишин, А. С. Гальчинський, В. М. Гесць та ін. ; відп. ред. С. М. Мочерний. – К., 2002. – Т. 3. – С. 52.

УДК 339.138

Шевченко О.Л.,
к.е.н., докторант кафедри маркетингу
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет ім. В. Гетьмана»

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ІНДИВІДУАЛЬНОСТІ БРЕНДА ТА ПСИХОЛОГІЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПОКУПЦІВ

Постановка проблеми. Індивідуальність бранда відноситься до одного з основних елементів ідентичності людини, що при вмілому управлінні перетворюється на потужний актив. Дослідженню питань індивідуальності брендів приділено недостатньо багато уваги або ж вони носять обмежений і неконструктивний характер. Останнім часом у маркетинговій науці і практиці збільшується актуальність дослідження психологічних характеристик особистості та їх впливу на споживчу поведінку. Брендинг ще тісніше пов'язаний із психологією людини, оскільки має справу із споживчим сприйняттям явищ і подій оточуючого світу. Чорна скринька споживача у моделі споживчої поведінки існує не просто так, а говорить про значущість і суттєвість різних непередбачуваних характеристик, що представлені у свідомості людини і обумовлюють її подальші ставлення і відношення до різних життєвих і купівельних ситуацій.

Індивідуальність бранда у дослідженнях більшості авторів зводиться до унікальних властивостей певного бранда, що ґрунтуються на індивідуальних рисах людини. Споживачі дуже часто сприймають бренд, наділяючи його сильними індивідуальними характеристиками. Більш того, споживачі поводять себе з брендами як собі подібними, особливо у тих випадках, коли це марки