

Акцент у навчанні потрібно робити на моделювання ситуацій та вдосконалення алгоритму прийняття студентами рішень із метою досконалого володіння принципами захисту здоров'я у майбутній професійній діяльності.

**Перспективи подальших досліджень** вбачаємо у міжпредметній інтеграції фундаментальних та професійно орієнтованих дисциплін.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бех І. Д. Особистісно орієнтований підхід у вихованні / І. Д. Бех // Професійна освіта: педагогіка і психологія / за ред. Т. Левовицького, І. Вільги, І. Зязюна, Н. Ничкало // Польсько-український журнал. – К. : Ченстохова, 2000. – 486 с.

2. Катаева В. А. Труд и здоровье врача-стомато-

лога / В. А. Катаева. – М. : Медицина, 2002. – 206 с.

3. Костенко И. В. Социально-гигиенические особенности заболеваемости стоматологов и обоснование мероприятий по их оздоровлению : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. мед. наук / И. В. Костенко. – Л., 1985. – 22 с.

4. Махмануров А. А. Распространенность ВИЧ-инфекции и гепатитов среди медицинских работников Кыргызской Республики // Молодой ученый. – Чита, 2011. – 23 с.

5. Митяева А. М. Здоровьесберегающие педагогические технологии : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / А. М. Митяева. – М. : Академия, 2008. – 192 с.

Дата надходження до редакції: 13.01.2015 р.

УДК 37.013.46

**Олена ВЕРШИНСЬКА,**

викладач кафедри економіки та маркетингу  
Рівненського інституту слов'янознавства  
Київського славістичного університету

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ МОТИВАЦІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІЗ МАРКЕТИНГУ

*У статті конкретизовано зміст категорії «мотивація» та особливості її прояву в поведінці студента вищого навчального закладу. Описано механізм реалізації внутрішньої мотивації студентів-маркетологів у процесі набуття ними професійних знань. Доведено важливість формування мотиваційної структури особистості при професійному вдосконаленні підготовки маркетологів.*

**Ключові слова:** мотивація, мотивація навчальної діяльності, професійна підготовка маркетологів.

*В статье конкретизирован смысл категории «мотивация» и особенности ее проявления в поведении студента высшего учебного заведения. Описано механизм реализации внутренней мотивации студентов-маркетологов в процессе приобретения ими профессиональных знаний. Доказано важность формирования мотивационной структуры личности в профессиональном усовершенствовании подготовки маркетологов.*

**Ключевые слова:** мотивация, мотивация учебной деятельности, профессиональная подготовка маркетологов.

*It has been concretized the content of the category «motivation» and the peculiarities of its manifestation in behavior of students in higher*

*educational establishments. The mechanism of implementation of the internal motivation of students-marketers during gaining professional knowledge has been determined. The significance of the formation of the individual motivational structure in professional marketes' training has been proved.*

**Key words:** motivation, motivation of training activities, professional marketes' training.

**Постановка проблеми.** Одним із найважливіших напрямів підготовки висококваліфікованих фахівців у сучасних умовах є забезпечення високої якості професійної підготовки студентів на основі збереження її фундаментальності, відповідності актуальним і перспективним потребам особи, суспільства й держави. Особливу значущість і актуальність у сучасних умовах набуло завдання професійного розвитку майбутніх фахівців. Тому дослідження шляхів підвищення ефективності процесу професійної підготовки студентів вищих навчальних закладів у сучасних реаліях набуває особливого значення для педагогічної науки і практики.

На сьогодні у сучасній вищій школі, як і раніше, досить гостро стоїть завдання підвищення ефективності навчання й оптимізації навчально-пізнавальної діяльності студентів. Попри недостатні здібності висока навчальна мотивація може

відігравати роль компенсуючого фактора, тому в педагогіці й психології приділяється особлива увага проблемі її формування.

Професійна підготовка фахівців із маркетингу має особливості, пов'язані зі специфікою самої професії. Як зазначає Ф. Богдановський, «маркетолог – фахівець, основним результатом діяльності якого є стійке функціонування і розвиток організації в конкурентному середовищі на основі гармонізації інтересів споживачів і організації» [1]. Відповідно професійна освіта спрямована на підготовку спеціалістів із маркетингу, які володіють знаннями, вміннями і навичками, що дозволяють їм легко адаптуватися до різних видів діяльності.

Таким чином, метою нашого дослідження є висвітлення теоретичного аспекту поняття «мотивація» та розвитку професійної мотивації у майбутніх фахівців із маркетингу.

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вивченням мотивації людини займалися Д. Макклелланд, Д. Аткинсон, Г. Хекхаузен, Г. Келлі, Ю. Роттер, К. Роджерс, Р. Мей, А. Леонтьєв. Мотиваційному аспекту навчання порівняно давно приділяли значну увагу в психологічній і педагогічній літературі С. Л. Рубінштейн, Л. І. Божович, О. Г. Ковальов, Г. С. Костюк, В. С. Мерлін, В. О. Сухомлинський, М. І. Алексєєва, І. О. Синиця та інші.

Окремі аспекти проблеми щодо управління процесом професійної підготовки маркетологів знайшли відображення у наукових працях багатьох сучасних учених, які в основному розглядають концепції знань економічних дисциплін, фінансів, управління, податків, підприємницької діяльності, що набувають особливої актуальності і розробляються у багатьох напрямках. Означені проблеми вивчають відомі вітчизняні вчені-маркетологи: А. Афонін, Г. Андрусенко, Л. Балабанова, М. Вачевський, С. Гаркавенко, В. Герасимчук, М. Єрмошенко, О. Кратт, Є. Крикавський, В. Мадзігон, А. Павленко та ін. Проте теоретичному обґрунтуванню застосування мотивації в педагогічних технологіях викладання циклу професійно-орієнтованих дисциплін у цих роботах приділяється недостатньо уваги.

**Виклад основного матеріалу.** Базова теза цього дослідження полягає в тому, що мотивація – це система мотивів або стимулів, яка спонукає людину до конкретних форм діяльності [4, с. 295]. Мотивація навчальної діяльності – це система мотивів, що спонукають людину оволодівати знаннями та способами пізнання, свідомо ставитися до навчання, проявляти пізнавальну активність. Навчальна діяльність є полімотивованою, тобто спонукається не одним, а декількома мотивами, які утворюють певну ієрархічну структуру і взаємодіють між собою. Одні з них є абсолютно, «самі по собі» значущими, постають кінцевими цілями діяльності і надають їй особистісного смислу, інші – мають лише тимчасове, ситуативне значення і постають як засоби, умови, проміжні цілі діяльності. Перші займають вищі рівні в мотиваційній ієрархії і називаються смислоутворюючими, другі – мотивами-стимулами [2, с. 48].

Мотиви навчальної діяльності – це прагнення студента досягти певного рівня розвитку в

навчанні та професійній діяльності, в основі якої – глибокі, міцні й різноманітні загальнонаукові та професійні знання, навички й уміння, що викликають певні переживання, інтерес, спонукання. Для активної участі в навчальній діяльності треба, щоб мета і зміст навчання та професійної діяльності не лише були внутрішньо прийняті тим, хто навчається, а й набули для нього особистісного смислу, викликали позитивні переживання, спрямували на ефективну діяльність [3, с.196].

Мотивація студентів не є однорідною, вона залежить від різних факторів: індивідуальних особливостей студента, характеру найближчої референтної групи, рівня розвитку студентського колективу. У той же час мотивація поведінки студента є відображенням ціннісних орієнтацій, установок, поглядів соціального прошарку, представником якого він є. Тому спонукальною причиною різноманітної діяльності студентів у ВНЗ є складна структура мотивів.

Г. Розенфельд виділяє такі мотиви навчальної діяльності: навчання заради навчання, без задоволення від діяльності чи без інтересу до предмета, що вивчається; заради успіху чи через боязнь невдачі; навчання під тиском і з примусу; навчання, яке ґрунтується на поняттях і моральних обов'язках чи на загальноприйнятих нормах; навчання для досягнення цілей у буденному житті; навчання, яке ґрунтується на соціальних цілях, вимогах і цінностях [5, с. 135].

Мотивація навчальної діяльності охоплює такі важливі компоненти:

- розуміння та усвідомлення пізнавальних завдань;
- оволодіння знаннями;
- формування вмінь і навичок;
- запам'ятовування інформації, що надається;
- самостійна робота суб'єкта навчання;
- знання результатів діяльності;
- виконання навчальних завдань;
- формування навчальних дій;
- створення проблемних навчальних ситуацій [3, с. 201].

На основі аналізу наукових праць, мотиви визначаємо як механізми, що усвідомлюються або не усвідомлюються і зумовлюють змістовний бік професійної мотивації як джерела, рушійними силами яких виступають потреби. Тобто спрямованість особистості визначають мотиви, відповідно до яких особистість діє. Мотиваційна ж структура особистості може змінюватися в процесі життя залежно від потреб, які є провідними для неї. Внутрішні мотиви призводять до зміни зовнішніх умов та обставин. Відповідно, якщо внутрішніми мотивами студента є потреба в оволодінні професійними знаннями й формування таких якостей у собі, котрі є елементом професійно-ціннісних орієнтацій, то відбувається зміна зовнішньої ситуації, що проявляється в діяльності, спрямованій на оволодіння цими якостями та втіленням їх у своїй професійній діяльності.

Сьогодні серед студентства домінує прагматична орієнтація, пов'язана з кон'юнктурою ринку праці, з вигодою, розміром платні, що негативно впливає на мотивацію вивчення предметів педагогічного циклу. Неврахування прагматичних потреб студентів призводить до спаду мотивації, часто

вони виступають проти теоретичних дисциплін, проти механічного розвитку обсягу пам'яті.

Мотиви досягнення, широкі пізнавальні мотиви втрачають свою цінність, вони підкоряються професійній мотивації. У мотиваційній сфері важливою є орієнтація на майбутню професійну діяльність. У процесі управління мотивацією навчання потрібно врахувати ще й той факт, що самоцінність навчальної діяльності підпорядковується більш віддаленим цілям професійного самовизначення. Безумовно, сформованість стійкого ставлення до майбутньої професії є наслідком правильності фахового вибору, адекватності та повноти уявлень студента про обрану професію [3, с. 219].

Професійно-ціннісні мотиви відображають прагнення студента отримати професійну підготовку для участі в продуктивній сфері життєдіяльності. Ці мотиви вступають у дію на етапі вибору професії і безпосереднього оволодіння професійною освітою. Професійна мотивація – основа, на якій розвивається особиста позиція студента, формуються потреби в оволодінні професією, в реалізації себе в ній.

На нашу думку, проблема підготовки фахівців із маркетингу без вивчення питання розвитку професійної мотивації не має фактичного підґрунтя, оскільки дослідження, вивчення мотиваційної структури є основною умовою пізнання особистості та необхідною базою для цілеспрямованого психолого-педагогічного впливу на особистість майбутнього спеціаліста.

Сучасні дослідники наголошують, що у процесі навчання в майбутніх фахівців із маркетингу відбувалося не лише накопичення знань, досвіду діяльності, усвідомлення своїх здібностей, можливостей, а й професійне самовизначення, тобто формування професійно-ціннісних орієнтацій на основі потреб та мотивів.

Проте, як свідчать дослідження, мотиви щодо обрання професії у молоді не завжди є стійкими. Вони дуже часто змінюються як і інтереси, погляди, світобачення, поведінка особистості, тим більше в ситуації вибору, майже ніколи не визначаються одним мотивом. Тому саме за допомогою розвитку професійної мотивації можна подолати розрив між духовними та матеріальними мотивами.

Досягненню цієї мети сприятиме розв'язання таких завдань, як формування мотиваційного ставлення студентів – майбутніх фахівців із

маркетингу та формування потреби в самоосвіті, творчості, безупинному загальнокультурному, науковому і професійному вдосконаленні на основі оволодіння професійними знаннями.

Успішність професійної підготовки прямо залежить від мотиваційної спрямованості студента, оскільки саме професійна мотивація є ланкою, що пов'язує особистість із професійним середовищем через внутрішні механізми діяльності. Саме мотиваційні структури особистості визначають як засоби і напрямки діяльності майбутніх фахівців із маркетингу в цілому, так і конкретні засоби засвоєння й використання професійних цінностей.

**Висновки.** Таким чином, особливістю підготовки майбутніх фахівців із маркетингу є розвиток професійної мотивації, на основі якої відбувається накопичення знань, досвіду діяльності, усвідомлення своїх здібностей, можливостей, ціннісне самовизначення. Досягнути цієї мети можливо за умови розвитку професійної мотивації, на основі якої забезпечується стимулювання в студента потреб у постійному вдосконаленні своєї професійної діяльності, оволодіння новими професійними знаннями. Зважаючи на це, професійна мотивація є необхідним елементом становлення особистості майбутніх фахівців із маркетингу.

**Перспективами подальших досліджень** є розробка методики дослідження професійної мотивації майбутніх фахівців із маркетингу.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Богдановський Ф. Портрет професії маркетолога / Ф. Богдановський // Щотижневий журнал. – Тула, 2004. – Вересень.
2. Каверин С. Б. Мотивация труда / С. Б. Каверин. – М., 1998. – 197 с.
3. Левченко Т. І. Мотивації суб'єкта в різних видах діяльності : монографія / Т. І. Левченко. – Вінниця : Нова Книга, 2011. – 448 с.
4. Український педагогічний енциклопедичний словник. – Вид. 2-ге, доповн. та виправл. – Рівне : Волинські обереги, 2011. – 552 с.
5. Rosenfeld G. Theorie und Praxis der Lernmotivation. – Berlin, 1973.

Дата надходження до редакції: 02.04.2015 р.