

ISSN 2304-5809

Молодий Вчений



1

(53)
2018

Редакційна колегія журналу

Базалій Валерій Васильович – доктор сільськогосподарських наук (Україна)
Балашова Галина Станіславівна – доктор сільськогосподарських наук (Україна)
Гриценко Дмитро Сергійович – кандидат технічних наук (Україна)
Змерзлий Борис Володимирович – доктор історичних наук (Україна)
Ірмишцева Інна Олександрівна – доктор економічних наук (Україна)
Коковіхін Сергій Васильович – доктор сільськогосподарських наук (Україна)
Лавриненко Юрій Олександрович – доктор сільськогосподарських наук (Україна)
Лебедева Надія Анатоліївна – доктор філософії в галузі культурології (Україна)
Морозенко Дмитро Володимирович – доктор ветеринарних наук (Україна)
Наумкіна Світлана Михайлівна – доктор політичних наук (Україна)
Нетюхайло Лілія Григорівна – доктор медичних наук (Україна)
Пекліна Галина Петрівна – доктор медичних наук (Україна)
Писаренко Павло Володимирович – доктор сільськогосподарських наук (Україна)
Романенкова Юлія Вікторівна – доктор мистецтвознавства (Україна)
Севостьянова Наталія Іларіонівна – кандидат юридичних наук (Україна)
Стратонов Василь Миколайович – доктор юридичних наук (Україна)
Шаванов Сергій Валентинович – кандидат психологічних наук (Україна)
Шайко-Шайковський Олександр Геннадійович – доктор технічних наук (Україна)
Шапошников Костянтин Сергійович – доктор економічних наук (Україна)
Шапошникова Ірина Василівна – доктор соціологічних наук (Україна)
Шепель Юрій Олександрович – доктор філологічних наук (Україна)
Шерман Михайло Ісаакович – доктор педагогічних наук (Україна)
Шипота Галина Євгенівна – кандидат педагогічних наук (Україна)
Яковлев Денис Вікторович – доктор політичних наук (Україна)

Міжнародна наукова рада

Arkadiusz Adamczyk – Professor, dr hab. in Humanities (Poland)
Giorgi Kvinikadze – PhD in Geography, Associate Professor (Georgia)
Janusz Wielki – Professor, dr hab. in Economics, Engineer (Poland)
Inessa Sytnik – Professor, dr hab. in Economics (Poland)
Вікторова Інна Анатоліївна – доктор медичних наук (Росія)*
Глушченко Олеся Анатоліївна – доктор філологічних наук (Росія)
Дмитрієв Олександр Миколайович – кандидат історичних наук (Росія)
Марусенко Ірина Михайлівна – доктор медичних наук (Росія)
Швецова Вікторія Михайлівна – кандидат філологічних наук (Росія)
Яригіна Ірина Зотовна – доктор економічних наук (Росія)

Повний бібліографічний опис всіх статей журналу представлено у:
Національній бібліотеці України імені В.В. Вернадського,
Науковій електронній бібліотеці Elibrary.ru, Polish Scholarly Bibliography

Журнал включено до міжнародних каталогів наукових видань і наукометричних баз:
РИНЦ, ScholarGoogle, OAJI, CiteFactor, Research Bible, Index Copernicus.
Index Copernicus (ICTM Value): 4.11 (2013); 5.77 (2014); 43.69 (2015); 56.47 (2016)

Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації – серія КВ № 18987-7777Р від 05.06.2012 р.,
видане Державною реєстраційною службою України.

Відповідальність за зміст, добір та викладення фактів у статтях несуть автори. Редакція не завжди поділяє позицію авторів публікацій. Матеріали публікуються в авторській редакції. Передрукування матеріалів, опублікованих в журналі, дозволено тільки зі згоди автора та редакції журналу.

66. Кушнір Катерина Володимирівна – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри вокально-хорової майстерності Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя
67. Лазоренко Таїсія Василівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
68. Левицький Сергій Андрійович – студент Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого
69. Лисачок Алла Василівна – студентка Національного університету водного господарства та природокористування
70. Лисенко Анастасія Юрївна – студентка Національного університету харчових технологій
71. Лігус Валентин Олександрович – заслужений артист України, викладач кафедри академічного хорового та інструментального мистецтва Київського національного університету культури і мистецтв
72. Лігус Ольга Марківна – кандидат мистецтвознавства, старший викладач кафедри академічного хорового та інструментального мистецтва Київського національного університету культури і мистецтв
73. Лук'яненко Олександр Вікторович – кандидат історичних наук, докторант кафедри історії України Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка
74. Малиневська Дарина Петрівна – студентка Державного університету інфраструктури і технологій
75. Малярчина Валерія Дмитрівна – студентка кафедри обліку та економічного аналізу Миколаївського національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова
76. Марченко Віталій Віталійович – провідний концертмейстер кафедри народно-хорового мистецтва та фольклору Київського національного університету культури і мистецтв
77. Марчук Іванна Анатоліївна – здобувач Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського
78. Матвієнків Ольга Степанівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов для гуманітарних факультетів Львівського національного університету імені Івана Франка
79. Матвійчук Маргарита Олексіївна – студентка Університету державної фіскальної служби України
80. Матюха Вікторія Ігорівна – студентка Київського національного університету імені Тараса Шевченка
81. Мельник Віра Ігорівна – кандидат медичних наук, доцент кафедри гігієни та екології Івано-Франківського національного медичного університету
82. Мельник Наталія Петрівна – студентка, магістр факультету управління фінансами та бізнесу Львівського національного університету імені Івана Франка
83. Мирошніченко Олена Анатоліївна – викладач кафедри іноземних мов Запорізького державного медичного університету
84. Мисака Ганна Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку та аудиту Київського національного університету імені Тараса Шевченка
85. Мізюк Михайло Іванович – доктор медичних наук, професор, завідувач кафедри гігієни та екології Івано-Франківського національного медичного університету
86. Мішин Олександр Юрійович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародного бізнесу та економічного аналізу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця
87. Мішина Світлана Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та соціальних наук Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця
88. Муратова Валерія Факімівна – кандидат філологічних наук, старший викладач Чорноморського національного університету імені Петра Могили
89. Навольська Галина Іванівна – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри іноземних мов Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка
90. Невинна Галина Ярославівна – кандидат історичних наук, доцент кафедри політичних наук Рівненського державного гуманітарного університету
91. Нергеш Альона Василівна – студентка Чернівецького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету
92. Німуха Юлія Костянтинівна – студентка Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
93. Ожелевська Тетяна Станіславівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії та конкурентної політики Київського національного торговельно-економічного університету
94. Опанасюк Тетяна Анатоліївна – кандидат історичних наук, доцент кафедри політології і соціології Рівненського державного гуманітарного університету
95. Павликівська Наталія Михайлівна – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри української мови Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського
96. Павлушенко Ольга Андріївна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української мови Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ МАГІСТРІВ МЕДИЦИНИ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Марчук І.А.

Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського

У статті розкрито зміст і представлено результати експериментальної перевірки ефективності педагогічних умов, моделі й науково-методичного забезпечення підготовки майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності. Висвітлено процедуру проведення педагогічного експерименту, окреслено його мету й завдання. Представлено програму й методи оцінювання рівнів сформованості готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу на констатувальному й підсумковому етапах. Проаналізовано результати експериментально-дослідної роботи, схарактеризовано відмінності в стані готовності до реалізації маркетингу студентів експериментальних і контрольних груп. Наведено дані математично-статистичних підрахунків, які підтверджують валідність і надійність зроблених експериментальних висновків.

Ключові слова: вищий медичний навчальний заклад, процес професійної підготовки, майбутні магістри медицини, формування готовності до реалізації маркетингу, експериментально-дослідна робота, результати педагогічного експерименту.

Постановка проблеми. Ринок охорони здоров'я в умовах жорсткої конкуренції вимагає від медичних працівників, закладів системи охорони здоров'я, підприємств і фірм, що виробляють продукцію медичного призначення, результативної діяльності, запорукою якої, зокрема, є ефективне впровадження маркетингової політики. Змістова насиченість і багатоаспектність маркетингу в галузі охорони здоров'я, технологічна складність його реалізації на практиці на індивідуальному (як діяльність окремого фахівця) й організаційному (як сукупна діяльність медичної установи, до якої персонально причетні медичні працівники, підрозділи, відділення тощо) рівнях вимагає формування готовності майбутніх магістрів медицини до такої складової професійної діяльності ще під час навчання у вищому медичному навчальному закладі (ВМНЗ).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема маркетингу в галузі охорони здоров'я опікуються вітчизняні й зарубіжні вчені, наукові розвідки яких є висхідними теоретико-методологічними засадами для розуміння його сутності в форматі нашого дослідження: визначення маркетингу в галузі охорони здоров'я (А. Ахлмов, О. Баєва, С. Балохіна, Н. Вишняков, Н. Кусик, Н. Петрова, Л. Тьоптіна, Л. Яковлєва та ін.); виокремлення напрямків, принципів, функцій, видів, комплексу медичного маркетингу (І. Василенко, В. Долот, Л. Зацна, Н. Лакуста, В. Лещенко, В. Москаленко, Т. Примак та ін.); пошук і реалізація ефективних маркетингових стратегій в медицині (М. Артюхова, Ю. Вороненко, Н. Милованова, Т. Філіппова та ін.).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В рамках новітніх медичних реформ шляхи впровадження маркетингу в галузі охорони здоров'я не втрачають актуальності, потребують системної наукової уваги, розроблення й практичної апробації [1; 2]. Медичний маркетинг уможливує комерціалізацію або стимулювання ринкових відносин між медичними установами і пацієнтами внаслідок зміни джерел фінансування галузі охорони здоров'я (державні субвенції, недержавні фонди, страхові компанії,

споживачі медичних послуг тощо); впровадження платних і співоплатних медичних послуг; появи окремих медичних установ, функціонування яких передбачає прибуток від діяльності; збільшення витратної складової надання медичних послуг у зв'язку з використанням нових технологій лікування, сучасного обладнання, нових лікарських засобів; підвищення вимог до якості надання медичних послуг і застосування нової системи контролю за їх реалізацією. Розуміння майбутніми магістрами медицини сутності впровадження ринкових засад у галузі охорони здоров'я, їх правового, економічного й етичного підґрунтя, знання маркетингового комплексу, вміння і навички технології реалізації маркетингу за обраною медичною спеціальністю мають стати органічними складовими змісту вищої медичної освіти [5, с. 77-80].

Мета статті – розкрити зміст і представити результати експериментальної перевірки ефективності педагогічних умов, моделі й науково-методичного забезпечення підготовки майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності.

Виклад основного матеріалу. Проведений теоретичний розгляд досліджуваної проблеми, аналіз новітніх концептуальних засад професійної підготовки студентів ВМНЗ послугував за основу для визначення й обґрунтування педагогічних умов підготовки майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності. Серед виокремлених педагогічних умов були запропоновані такі: формування мотиваційно-ціннісного ставлення майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності у процесі вивчення професійно спрямованих економічних дисциплін; інтеграція економічних і професійно-медичних знань з метою формування економічної компетентності як основи готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності; використання інноваційних педагогічних та інформаційно-комунікаційних технологій навчання для розвитку практичних навичок реалізації маркетингу в професійній діяльності.

Для реалізації й експериментальної перевірки ефективності обґрунтованих педагогічних умов підготовки майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності було створено модель й дібрано науково-методичне забезпечення цього процесу у ВМНЗ. Його висхідними положеннями стали наукові підходи, загальні і специфічні принципи, що повною мірою репрезентують концептуальні засади формування у майбутніх магістрів медицини ключових для реалізації маркетингу компетенцій (*теоретико-методологічний блок моделі*). Процесуальну основу науково-методичного забезпечення склали організація освітнього процесу, зміст, методи, форми навчальної співпраці викладачів і студентів ВМНЗ під час вивчення економічних і професійно-спрямованих дисциплін, які реалізувалися впродовж адаптаційно-мотиваційного, пошуково-інформаційного, практично-орієнтованого й узагальнювального етапів (*змістово-технологічний блок моделі*) і мали гарантувати досягнення мети, завдань і запланованого результату – позитивної динаміки в стані готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності за кожним з виокремлених компонентів, їх критеріїв і показників (*концептуально-цільовий і контрольний-результативний блоки моделі*).

Експериментальне дослідження проводилося впродовж чотирьох етапів: підготовчого, констатувального, формувального і підсумкового. Програма педагогічного експерименту передбачала вирішення таких завдань:

- з'ясування стану розроблення досліджуваної проблеми в сучасній науковій літературі, її реалізації в практиці освітньої діяльності ВМНЗ;
- розкриття теоретико-методологічних засад дослідження, обґрунтування ключових понять, визначення сутності й складових готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності;
- проведення констатувального етапу експерименту, спрямованого на з'ясування початкового рівня сформованості в студентів ВМНЗ готовності до реалізації маркетингу в професійній діяльності;
- обґрунтування педагогічних умов, розроблення моделі й системи науково-методичного

забезпечення формування готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності;

- реалізація формувального етапу експерименту, впровадження обґрунтованих інновацій у навчально-виховний процес ВМНЗ;

- проведення контрольного підсумкового оцінювання рівня готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності, узагальнення одержаних експериментальних даних, інтерпретація результатів формувального етапу експерименту;

- визначення ефективності впроваджених педагогічних умов, моделі й системи науково-методичного забезпечення формування готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу, доведення статистичної значущості досягнутих студентами особистісно-професійних змін, окреслення перспективних напрямів подальших досліджень.

Відповідно до визначених компонентів (ціннісний, мотиваційний, інформаційно-пізнавальний, операційно-технологічний, особистісний), критеріїв (мотиваційно-ціннісний, когнітивний, організаційно-діяльнісний, рефлексивний) та їх показників, рівнів сформованості готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності (низький, середній, високий) створено діагностичну програму, що дозволила з'ясувати її рівень у кожного студента експериментальної вибірки двічі: на констатувальному етапі й після завершення формувального етапу педагогічного експерименту (див. рис. 1).

Експериментальні групи (ЕГ) були еквівалентні контрольним групам (КГ) за мірою розвитку в студентів ВМНЗ особистісно-професійних якостей, важливих для успішної реалізації маркетингу в майбутній професійній діяльності, що емпіричним шляхом було з'ясовано на констатувальному етапі експерименту під час діагностування. Для створення ЕГ і КГ була застосована процедура рандомізації, що забезпечила репрезентативність експериментальної вибірки генеральної сукупності. До ЕГ увійшли 386 студентів, до КГ – 382 студенти ВМНЗ. Для статистичної перевірки еквівалентності ЕГ і КГ перед початком формувального етапу експерименту було за-

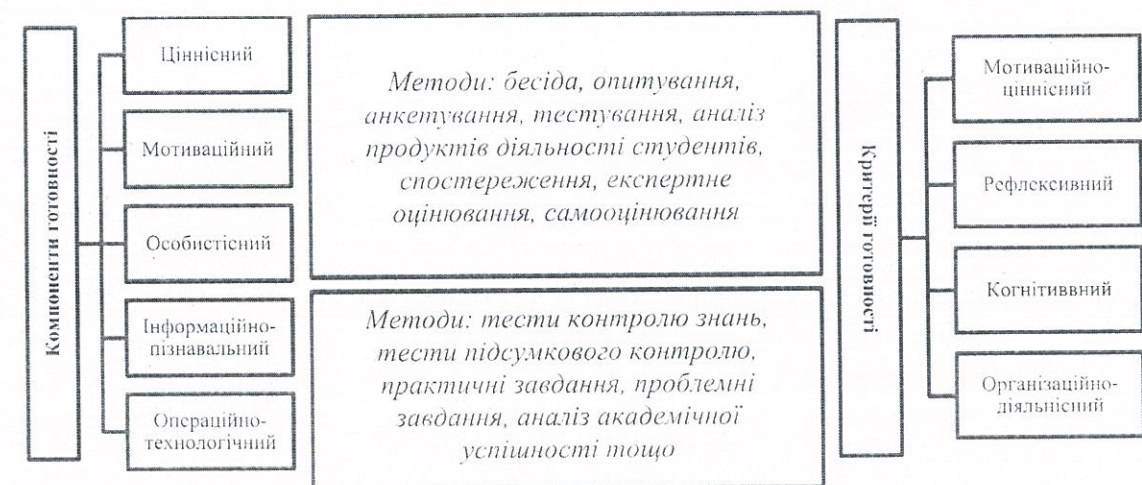


Рис. 1. Діагностична програма оцінювання сформованості готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності

стосовано t-критерій Стьюдента для незалежних вибірок. Підрахунки з використанням програми SPSS Statistics показали, що групи експериментальної вибірки не мають істотних відмінностей за середніми значеннями показників критерію готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності ($t_{\text{емп}} = 0,441$, $t_{\text{крит}} = 2,018$, при $p=0,05$; $t_{\text{емп}} < t_{\text{крит}}$). До участі в педагогічному експерименті було запрошено також 12 викладачів-учасників експериментально-дослідної роботи, для яких конкретизовано мету й завдання діяльності, визначено й пропрацьовано порядок організації та впровадження освітніх інновацій у навчально-виховний процес залучених до експерименту ВМНЗ.

Під час оцінювання рівня готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу на констатувальному етапі експерименту переважали низькі (ЕГ – 58%, КГ – 57,9%) і середні її значення (ЕГ – 29,6%, КГ – 30,1%). Лише 8 частина залученої до дослідження експериментальної вибірки (ЕГ – 12,4%, КГ – 12,0%) продемонструвала високі значення готовності до реалізації маркетингу.

Формувальний етап педагогічного експерименту передбачав експериментальну перевірку педагогічних умов підготовки майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності, покладався на розроблене науково-методичне забезпечення й модель упровадження таких освітніх інновацій у навчально-виховний процес ВМНЗ. Під час цього етапу в ЕГ були реалізовані спеціально дібрані методи, форми, засоби навчально-професійної діяльності, що репрезентували авторську систему науково-методичного забезпечення процесу формування готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу за обраною медичною спеціальністю.

Реалізація експериментально-дослідної роботи засвідчила ефективність застосування інноваційних педагогічних та інформаційно-комунікаційних технологій навчання (розв'язання проблемних завдань і ситуацій, проектна діяльність, групова дискусія, мозковий штурм, ділова гра, робота в малих групах, case-study, вебінари, веб-квести тощо), що посприяли формуванню в студентів ЕГ необхідних для реалізації маркетингу фахових компетенцій, підвищили економічну компетентність, стимулювали пізнавальний інтерес, активізували професійну мотивацію до продовження економічної самоосвіти на післядипломному етапі професіоналізації. Комбінування форм індивідуальної, групової, колективної роботи, використання прийомів технології контекстного навчання, змішаного й перевернутого навчання, ресурсів смарт-технологій, мережі Internet забезпечили створення продуктивного, відкритого, діалогічного й доступного освітнього середовища, яке забезпечувало можливість формування в студентів практичних умінь і навичок реалізації маркетингу.

Розвиток в майбутніх магістрів медицини мотиваційно-ціннісного усвідомлення необхідності й значущості формування доцільної маркетингової поведінки лікаря-професіонала як суб'єкта реалізації державної соціальної політики в галузі охорони здоров'я, особистісних і професійних якостей, важливих для налагодження професійних суб'єкт-

суб'єктних і деонтологічно виважених стосунків зі споживачами медичних послуг, відпрацювання «робочої ролі» в маркетинговому середовищі ринку охорони здоров'я забезпечили методи самоосцінювання, проведення рефлексивних вправ, творчі роботи, скайп-спілкування і перегляд відеоінтерв'ю з досвідченими лікарями-практиками, складання програми перспективного розвитку власної економічної компетентності тощо [3; 7].

Для підсилення потенціалу показників когнітивного критерію готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності ресурсними виявилися навчальні дисципліни «Основи економічних теорій», «Соціальна медицина, організація та економіка охорони здоров'я», «Економіка охорони здоров'я, маркетинг і менеджмент в стоматології», а також «Соціологія та медична соціологія», «Основи педагогіки. Основи психології», «Філософія», «Етика медичної діяльності» та ін., що включені до навчальних планів медичних спеціальностей, окремі теми з яких увійшли до цільового міжпредметного інтеграційного модуля. Для підсилення змісту дисциплін професійної і практичної підготовки в плані формування когнітивної складової готовності студентів до реалізації маркетингу було запропоновано доповнити інформаційний обсяг деяких змістових модулів, окремих тем блоками інформації, які органічно увійшли в формат навчального обговорення. Завдяки добору змісту інтегрованого характеру забезпечувалося співвіднесення й доповнення професійно-медичних і економічних знань майбутніх магістрів медицини з реалізації маркетингу, їх узагальнення й систематизація [6].

Під час лекцій, теоретичних семінарів, практичних занять, навчальних консультацій використовувалися проблемний виклад навчального матеріалу, метод проектів, створення студентами інтелект-карт, складання словника наукових термінів з медичного маркетингу, мультимедійні презентації, добірки відеороликів з відеохостингу YouTube, авторський навчальний посібник «Медичний маркетинг у таблицях і схемах» тощо.

Результати проведеної на формувальному етапі експериментально-дослідної роботи показали позитивні зрушення в стані готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності як за загальним рівнем, так і за окремими компонентами, критеріями та їх показниками. Експериментальні дані засвідчили стійку позитивну динаміку в змінах досліджуваної професійної якості в майбутніх магістрів медицини ЕГ, на відміну від студентів КГ, у яких таких суттєвих відмінностей виявлено не було. Зміни в стані сформованості готовності студентів КГ до реалізації маркетингу в майбутній професійній діяльності є наслідком традиційної організації навчально-виховного процесу у ВМНЗ, природного розвитку їхніх особистісних і професійних якостей, самоосвіти й самовиховання.

Повторне оцінювання сформованості готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності показало, що в ЕГ вдвічі зменшилася кількість студентів з низьким рівнем готовності до реалізації маркетингу в професійній діяльності, на відміну від

КГ де різниця виявилася незначною (з 57,9% до 54,3%). Позитивним стало збільшення в ЕГ кількості студентів з високим рівнем готовності до означеної діяльності (з 12,4% до 20,9%). В КГ такий приріст склав лише 1,3% (12,0% на констатувальному етапі, 13,3% – після завершення формульовального етапу педагогічного експерименту). Різнилися також показники ЕГ і КГ за середнім рівнем готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу: в ЕГ таких стало на 20,5% більше, в КГ – на 2,3%. Таким чином, на рівні емпіричних узагальнень було зроблене припущення, що проведена в ЕГ експериментально-дослідна робота виявилася ефективною для підвищення рівня сформованості готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності.

Математично-статистичні підрахунки з використанням програми SPSS Statistics v. 17.0 розглядалися в якості достовірного доказу ефективності впливу проведеної експериментально-дослідної роботи на сформованість готовності студентів ВМНЗ до реалізації маркетингу в професійній діяльності. Перевірялися такі статистичні гіпотези:

H_0 : обґрунтовані педагогічні умови не виявилися ефективними для формування готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності;

H_1 : впровадження обґрунтованих педагогічних умов суттєво вплинуло на формування готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності.

Математично-статистичні підрахунки за t-критерієм Стьюдента засвідчили ефективність досягнутих змін в стані готовності майбутніх магістрів медицини ЕГ до реалізації маркетингу в професійній діяльності. Були виявлені такі статистично підтверджені факти: 1) присутні суттєві відмінності за всіма показниками досліджуваних критеріїв готовності майбутніх магістрів медицини ЕГ ($t_{\text{емп}} = 10,57$, $t_{\text{крит}} = 2,08$, при $p=0,05$; $t_{\text{емп}} > t_{\text{крит}}$); 2) присутні суттєві відмінності за всіма показниками досліджуваних критеріїв готовності майбутніх магістрів медицини ЕГ і КГ після завершення формульовального етапу експерименту ($t_{\text{емп}} = 7,385$, $t_{\text{крит}} = 2,018$, при $p=0,05$; $t_{\text{емп}} > t_{\text{крит}}$). Таким чином, статистична гіпотеза H_0 була відхилена, а H_1 – підтверджена.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальшого розвитку в цьому напрямку. Результати педагогічного експерименту засвідчили ефективність обґрунтованих педагогічних умов, моделі й розробленої науково-методичної системи підготовки майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності. Однак, проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів означеної проблеми. Наукової уваги потребує, зокрема, вивчення й упровадження в вітчизняну практику найкращих зразків зарубіжного досвіду формування готовності студентів ВМНЗ до реалізації маркетингу в професійній діяльності, з'ясування потенціалу післядипломної освіти для розвитку і збагачення складових економічної компетентності медичних працівників.

Список літератури:

1. Артюхіна М. В. Маркетингова діяльність закладів охорони здоров'я в умовах реформування галузі / М. В. Артюхіна // Економічний вісник Донбасу. – 2011. – № 2(24). – С. 135-137.
2. Василенко І. О. Особливості маркетингу на ринку медичних послуг та освіти / І. О. Василенко, Н. В. Лакуста // Науковий вісник БДФА. Серія: Економічні науки: зб. наук. праць. Вип. 1; Міністерство фінансів України, БДФА. – Чернівці: Технодрук, 2010. – 228 с.
3. Вербицкий А. А. Компетентностный подход и теория контекстного обучения / А. А. Вербицкий. – М.: ИЦ ПКПС. – 2004. – 84 с.
4. Кадемія М. Ю. Інформаційно-комунікаційні технології в навчальному процесі: Навчальний посібник / М. Ю. Кадемія, І. Ю. Шахіна. – Вінниця: ТОВ «Планер». – 2011. – 220 с.
5. Кінаш Н. М. Напрямки реорганізації вищої медичної освіти в Україні / Н. М. Кінаш // Архів клінічної медицини. – 2015. – № 2. – С. 77-80.
6. Коломієць А. М. Міжпредметні зв'язки у контексті проблеми інтеграції / А. М. Коломієць, Д. І. Коломієць // Педагогіка і психологія професійної освіти. – Львів, 1999. – № 2. – С. 61-66.
7. Максименко С. Д. Впровадження інноваційних технологій в освітній процес – необхідна умова підвищення якості підготовки фахівців / С. Д. Максименко, М. М. Філоненко // Науковий вісник Національного медичного університету ім. О. О. Богомольця. – 2009. – Випуск 2. – С. 219-224.

Kashuba O.M., Kravchuk T.O., Navolska H.I. System of mutual verification for providing the quality of knowledge of students in foreign language at last.	791
Chirichok I.I., Voropay V.R. Pedagogical aspects of social succession of future leaders of general educational institutions.	794
Kovalenko O.V. The problems of personnel training for agro tourism.	801
Kryvoruchko M.Y. Comprehensive aspect of economic education.	804
Kushnir K.V., Klimishyna I.A. Modern views at an issue of music culture development of elementary school pupils.	808
Marchuk I.A. Formation of preparedness of future masters of medicine to implementation the marketing in professional activities.	812
Myroshnychenko O.A. Effective methods of teaching in the English language.	817
Pavlachenko P.G. Creative work of Vasil Verkhovintsya in the system of musical education.	821
Rastruba T.V. Personality oriented approach as a key organizing principle of art education of pupils of comprehensive educational establishments of Ukraine: the requirements of this.	825
Skoptsova O.M. Distribution of the choral collective as a method of improving vocal-technical skills.	829
Shevchuk A.Y. Problems availability of higher education for persons with disabilities in Ukraine.	834
Shokirova Z.R. Theoretical and methodological bases of teaching of painting the future teachers of the fine arts.	839
Yandola K.A. Evaluation the level of professional competency of scientific-pedagogical staff in high school.	843

STATE ADMINISTRATION

Isachenko V.P. Organizational structure of the social management mechanism.	846
---	-----

ECONOMIC SCIENCES

Butenko D.S. Level of development of enterprise activity in Ukraine on the basis of evaluation of international entrepreneurship.	850
Vdovichena O.G., Nergesh A.V. Perspectives of brand participation of enterprises in exhibition activities: the world and Russian experience.	854
Harkavchenko M.O., Ushenko N.V. Development of corporate social responsibility of business avia.	859
Honcharuk O.V., Babenko A.A. The state and the prospects for the development of the polygraphical industry of Ukraine and the world.	864
Hopkalo V.A. Diagnostic methodology and tools of creditworthiness for legal entities – bank's borrowers.	869
Dernova I.A., Zdir V.A. Influence of the external government debt on the dynamics of the national currency course.	874
Dudar A.A., Vakulchyk O.M. Analysis and optimization of capital structure with the aim of increasing the financial stability of the enterprise.	878
Zhmurko Yu.V. Accounting for cash flow management.	883
Ivanenko D.B., Savchenko I.G. Improving the development of the state-private partnership in the sphere of social protection.	888
Ivanyshina O.S., Volenko V.G. Consulting supply of large tax payers.	892
Kovalova V.I. Creative management as an important component of innovative entrepreneurship.	896
Kozhushko T.S. Developing innovative strategy for development of water transportation enterprise.	900
Kolumbet O.P., Malynevska D.P. Features of accounting of goods in the wholesale business.	905
Kotyk O.V., Lysachok A.V. Advantages and disadvantages of implementation of pension reform in Ukraine.	909
Lazorenko T.V., Nimukha Y.K. Evaluation of efficiency of staff training in IT companies.	914
Lysenko A.Y., Golikova T.P. Applying of IT-technologies – future of restaurant business.	917

Киричок І.І., Воропай В.Р. Педагогічні аспекти соціальної успішності майбутніх керівників ЗНЗ.794	Вдовічена О.Г., Нергеш А.В. Перспективи участі бренду підприємств у виставкових заходах: світовий та вітчизняний досвід854
Коваленко О.В. Проблеми підготовки професійних туристських кадрів для агротуризму.801	Гаркавченко М.О., Ушенко Н.В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності авіабізнесу.859
Криворучко М.Ю. Загальноосвітній аспект економічної освіти.804	Гончарук О.В., Бабенко А.А. Стан і перспективи розвитку підприємств поліграфічної промисловості в Україні та світі.864
Кушнір К.В., Клімішина І.А. Сучасні погляди на проблему формування музичної культури молодших школярів.808	Гопкало В.О. Методичні засади та інструментарій діагностики юридичних осіб – позичальників банку.869
Марчук І.А. Формування готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації маркетингу в професійній діяльності.812	Дернова І.А., Здір В.А. Вплив зовнішнього державного боргу на динаміку курсу національної валюти. ...874
Мирошниченко О.А. Ефективні методи навчання у викладанні англійської мови як іноземної (EFL).817	Дудар А.А., Вакульчик О.М. Аналіз та оптимізація структури капіталу з метою підвищення рівня фінансової стійкості підприємства.878
Павлюченко П.Г. Творча постать Василя Верховинця в системі музичної освіти.821	Жмурко Ю.В. Облікове забезпечення управління грошовими потоками.883
Раструба Т.В. Особистісно орієнтований підхід як ключовий принцип організації мистецької освіти учнів загальноосвітніх навчальних закладів України: вимоги сьогодення.825	Іваненко Д.Б., Савченко І.Г. Вдосконалення розвитку державно-приватного партнерства у сфері соціального захисту.888
Скопцова О.М. Розспівування хорового колективу як метод вдосконалення вокально-технічних навичок.829	Іванишина О.С., Воленко В.Г. Податкове консультування великих платників податків.892
Шевчук Г.Й. Проблеми доступності вищої освіти для осіб з особливими потребами в Україні.834	Ковальова В.І. Креативний менеджмент як важлива складова інноваційного підприємництва.896
Шокірова З.Р. Теоретико-методологічні основи викладання живопису майбутнім учителям образотворчого мистецтва.839	Кожушко Т.С. Розробка інноваційної стратегії розвитку підприємства водного транспорту.900
Яндола К.О. Оцінювання рівня професійної компетентності науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів.843	Колумбет О.П., Маліневська Д.П. Особливості обліку руху товарів на підприємствах оптової торгівлі.905
ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ	
Ісаченко В.П. Організаційна структура соціального механізму управління.846	Котик О.В., Лисачок А.В. Переваги та недоліки впровадження пенсійної реформи в Україні.909
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ	
Бутенко Д.С. Рівень розвитку підприємницької діяльності в Україні на засадах оцінки міжнародного підприємництва.850	Лазоренко Т.В., Німуха Ю.К. Оцінка ефективності навчання персоналу в ІТ компаніях.914
	Лисенко А.Ю., Голікова Т.П. Застосування сучасних інформаційних технологій – майбутнє ресторанного бізнесу.917
	Малярчина В.Д., Прокопович А.Б. Проблеми обліку нематеріальних активів в Україні.921
	Матвійчук М.О., Брехов С.С. Оптимізація рівня податкового навантаження на суб'єктів господарювання в Україні.926