

УДК 37.012:[378.1:330]

© Селезень Г.В.

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ В ДОСЛІДЖЕННЯХ ПРОБЛЕМ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ІЗ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Постановка проблеми та її актуальність. Актуальність вивчення проблеми професійної підготовки фахівців із комерційної діяльності була зумовлена політичними і соціально-економічними перетвореннями, що відбуваються на межі ХХ – ХХІ століть, які призвели до змін в усіх сферах суспільного життя. Корінна зміна форм власності, приватизаційні процеси, свобода підприємницької діяльності, розвиток комерційної ініціативи сприяли появі великого числа підприємств торгівлі й управління, розвиток яких неможливий без сильних, професійно діючих фахівців із комерційної діяльності.

Саме в цей час якісна вища освіта й професійна підготовка набуває особливого значення для економік, які намагаються рухатися вперед шляхом створення додаткової вартості, не обмежуючись звичайними виробничими процесами і продукцією.

Так, у «Звіті про конкурентоспроможність регіонів України 2012 року», опублікованого Фондом «Ефективне управління» за підтримки Всесвітнього економічного форуму наголошується на тому, що сучасна глобальна економіка потребує від країн створення резерву освічених працівників, які в змозі виконувати складні завдання, швидко адаптуватися до зміни середовища й нових вимог економіки [8, с.14]. У зв'язку з цим, при визначенні конкурентоспроможності регіонів України оцінюється рівень зарахування до середніх шкіл та ВНЗ, якість освіти з точки зору бізнес-спільноти. Також зважаючи на важливість професійного й безперервного навчання без відриву від виробництва, ступінь навчання співробітників [8, с.14].

Це ще раз підтверджує те, що фактори освіти та професійної підготовки майбутніх фахівців із комерційної діяльності визначальним чином впливають на забезпечення зайнятості молоді та підвищення її конкурентоспроможності. Освіта і професійна підготовка фахівців із комерційної діяльності надає кваліфікацію, сприяє розвитку ділових навичок та підприємливості, сприятливості до наукових ідей і технічних розробок, підвищуючи таким чином продуктивність праці та надаючи необхідну якість професійної підготовки. В свою чергу професійна підготовка фахівця з комерційної діяльності у ВНЗ I-II рівнів акредитації визначається засвоєнням системи знань, сформованістю професійних умінь і навичок, що забезпечує усвідомлення професійної діяльності. Вона оснований на кваліфікаційних вимогах, що поєднують у собі сукупність професійних вимог, характеристик, показників, цінностей, ролей, функцій тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про посилену увагу до проблем підготовки фахівців із комерційної та економічної діяльності. Загальнопедагогічні засади формування економічних знань особистості досліджували А.С. Дем'янчук, В.І. Євдокимов, А.С. Нісімчук, О.С. Падалка, І.О. Смолюк, І.Ф. Прокопенко, О.Т. Шпак. Висвітленню професійних аспектів економічної освіти присвятили свої праці А.І. Абрамова, А.Ф. Аменда, П. Бурдье, Ю.К. Васильєва. Питанням організаційно-педагогічних умов професійного навчання фахівців комерційного профілю присвячена праця О.В. Кукліна.

Наші наукові інтереси спрямовані на дослідження проблем професійної підготовки фахівців із комерційної діяльності у ВНЗ I-II рівня акредитації. Одним із завдань якого було визначення сутності понять «комерсант» та «комерція», для цього нами було використано метод контент-аналізу.

Мета статті. Обґрунтувати використання методу контент-аналізу в дослідженнях проблем професійної підготовки фахівців із комерційної діяльності. Розкриття мети статті зумовлено необхідністю вирішення таких *завдань*: 1) визначити сутність поняття методу контент-аналізу та особливостей його використання в наукових дослідженнях; 2) розробити процедуру застосування методу контент-аналізу в дослідженнях проблем професійної

підготовки фахівців із комерційної діяльності; 3) здійснити кількісно-якісний аналіз результатів контент-аналізу щодо визначення сутності понять «комерсант» та «комерція».

Виклад основного матеріалу. Дієвим заходом стабілізації та покращення рівня надання освітніх послуг в Україні є створення на державному рівні маркетингової стратегії та моніторингу дійсної потреби різних секторів економіки у певних фахівцях та кваліфікованих робітниках із подальшою зміною державної освітньої концепції, спрямувавши її на підготовку дефіцитних фахівців у достатній кількості та на високому якісному рівні.

Показником професійної підготовки фахівців із комерційної діяльності у ВНЗ I-II рівня акредитації є професіоналізм, який виражається в набутих нових знаннях, умінні використовувати їх на практиці; здатності приймати рішення у різних ситуаціях, формуванні всебічно розвиненої особистості.

Професійне становлення особистості відбувається під час навчання у ВНЗ. Велику роль відіграють якості особистості, які розвиваються і вдосконалюються у процесі здобуття освіти та в подальшій трудовій діяльності.

Багато зусиль покладається на підвищення якості підготовки, так, у сучасних умовах розвитку суспільства ВНЗ намагаються підтримувати постійний зв'язок із потенційними роботодавцями і враховувати їхні вимоги щодо професійно-кваліфікаційних якостей майбутніх фахівців із комерційної діяльності.

Аналіз психолого-педагогічних досліджень із проблем підготовки майбутніх фахівців із комерційної діяльності дає підстави констатувати: на сьогодні в українській освіті в галузі підготовки майбутніх фахівців із комерційної діяльності існують як переваги, так і певні недоліки. Серед здобутків у даній галузі Т.І. Черкесова визначає [22]:

- фундаментальна базова освіта;
- мережа спеціалізованих базових шкіл, коледжів у структурі університетів.

Серед недоліків підготовки фахівців із комерційної діяльності у ВНЗ I-II рівня акредитації, можна назвати:

- відсутність довготривалих традицій вивчення комерційної діяльності;
- невідповідність навчальних програм міжнародним стандартам;
- нестача і недостатня кваліфікація професорсько-викладацького складу;
- недостатня кількість затребуваних фахівців;
- низька середня якість підготовки студентів;
- невідповідність світовому рівню підготовки майбутніх фахівців у переважній більшості ВНЗ.

На жаль, можна констатувати: недоліків українського ринку освітніх послуг у галузі комерційної діяльності більше, ніж переваг. Але така разюча розбіжність, за свідченням цілого ряду науковців, виникли у зв'язку з соціально-економічними подіями, що відбулися наприкінці ХХ століття. Саме ці історичні події пригальмували розвиток професійної підготовки висококваліфікованих фахівців із комерційної діяльності.

Слід зазначити, що з 1918 року підготовка комерсантів у навчальних закладах країни перестала існувати. У жовтні 1920 року було прийнято рішення про промислово-економічну освіту за напрямками: бухгалтерський облік, товарознавство, економіка, статистика. А спеціальність «Комерційна діяльність» була виключена з напрямів підготовки на всіх рівнях. З 1918 року підприємницьку та комерційну діяльність не вивчали, більш того, багато років і десятиліть самі поняття «підприємливість» і «комерція» оцінювалися як явища, чужі суспільству.

Прихід у сферу комерційної діяльності непрофесіоналів підсилив неприйняття суспільством заповзятливості, комерції і, як наслідок, негативне ставлення до людей комерційних професій. Таке ставлення і досі відбивається на виборі абітурієнтами спеціальностей із комерційної діяльності як непопулярних під час вступу до ВНЗ I-II рівнів акредитації.

Але з переходом України до ринкових відносин назріла нагальна необхідність у формуванні позитивної громадської думки як до самих комерційних працівників, так і «комерції» як виду професійної діяльності.

У негативному ставленні суспільства не тільки до напряму підготовки «Комерційна діяльність», але й таких понять як «комерсант», «комерція» ми переконалися ще раз, визначаючи сутність цих понять за допомогою методу контент-аналізу.

За даними Б. Берельсона, виникнення контент-аналізу було пов'язане з «об'єктивним, системним і кількісним описом наявного змісту інформації» [24, с. 9]. У своїй праці Б. Берельсон указує, що основоположні елементи контент-аналізу – це синтаксис і семантика. Тобто йдеться про «об'єктивність (точне визначення терміна й категорій), систематичність, призначену для захисту даних, що стосуються наукової проблеми або гіпотези, і квантифікацію, призначену для численних значень аналітичних категорій» [24, с. 9].

Розглянувши близько сорока визначень контент-аналізу, дослідники Н. Костенко та В. Іванов дали таке визначення контент-аналізу: «Контент-аналіз – це якісно-кількісний метод вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків і суворістю процедури та полягає у квантифікаційній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів» [9, с. 11].

З історичного огляду виникнення даного методу дослідження, здійсненого Ю. Сурміним, робимо висновок, що цей метод виник під час Другої світової війни, коли фахівці з американської розвідки під керівництвом П. Лазарфельда і Г. Лассвела проводили аналіз змісту німецьких газет і отримали інформацію про стан промисловості і економіки, транспорту і продовольчого забезпечення, хоча в Німеччині подібна інформація була суворо засекречена [19, с.201].

У Соціологічному словнику-довіднику, який був надрукований у 2002 році під загальною редакцією В.М. Пічі, контент-аналіз визначається як «метод кількісного вивчення змісту соціологічної інформації. Цей метод застосовується до аналізу документів чи візуального матеріалу» [18, с.175]. У виданні визначається ряд категорій, що характеризують досліджувані питання, а потім класифікують проаналізований зміст відповідно до визначених категорій. При цьому категорії повинні бути визначені якнайчастіше, щоб звести до мінімуму зміщення, яке виникає в результаті суб'єктивних суджень різних дослідників [18, с.175].

Основна мета методу контент-аналізу полягає в тому, щоб знайти такі процедури, за допомогою яких можна було б виявити в тексті відповідні індикатори досліджуваних явищ і характеристик, заміряти їх і потім адекватно інтерпретувати. Для вирішення цього завдання контент-аналіз застосовує процедури, зміст яких полягає в тому, щоб, виходячи з конкретного тексту документів і завдань дослідження, зробити таке: а) сформулювати ключові, концептуальні поняття дослідження, які прийнято називати категоріями контент-аналізу; б) надійно і систематично зафіксувати частоту (і обсяг) згадування цих категорій в окремих елементах тексту документів і в усій сукупності текстів документів, що аналізуються. Отримані в такий спосіб кількісні дані піддаються статистичній обробці і результати інтерпретуються відповідно до цілей дослідження [1, с.4].

Із лінгвістичної точки зору суть методу контент-аналізу полягає в тому, щоб на рівні слів, словосполучень тексту зробити припущення про його зміст, висновок про наміри, цілі, цінності, які відобразив автор цього тексту [13, с.180].

Наукова доцільність використання цього методу в дослідженнях обумовлюється тим, що він дає змогу отримати й відповідним чином проаналізувати не окремі факти, а їхню оптимальну сукупність. Застосування методу контент-аналізу не обмежується звичайним описом тексту, а навпаки – розширює межі своїх можливостей.

Слід зазначити, що на сучасному етапі розвитку наукової думки даний метод аналізу документів не тільки застосовується в соціології, історії, економіці, а й в дослідженнях з професійної педагогіки. В подальшій нашій роботі у використанні даного методу

дослідження ми використовували досвід використання методу контент-аналізу в дослідженнях О.А. Дубасенюк [5], Н.В. Кузьміної [14], О.А. Макаренко [11].

При організації та реалізації цього методу ми дотримувалися процедури згідно з розробками Н.В. Кузьміної [14, с. 106–108], яка визначила компоненти методу контент-аналізу. За аналогією дій дослідниці нами було визначено послідовність застосування методу контент-аналізу в наших дослідженнях, зокрема:

1) *чітка ціль або ієрархія цілей*: в нашому випадку, ми будемо досліджувати терміни «комерсант» та «комерція» з метою визначення сутності цих понять;

2) *гіпотеза з наміром перевірити її подальшим аналізом змісту обраного матеріалу*: гіпотеза містить припущення, що застосування різноманітних наукових методів, зокрема методу контент-аналізу сприяє підвищенню рівня досліджень у сфері професійної підготовки висококваліфікованих фахівців;

3) *вибіркова сукупність, на основі якої буде зібрана первинна інформація* – шість лінгвістичних довідникових джерел, один юридичний словник, три економічних енциклопедії та три енциклопедичні словника, які видавалися в 1880 – 2000 роки;

4) *спосіб виявлення інформації, яка цікавить дослідника*, – вибір у довідникових джерелах визначення сутності понять «комерсант» та «комерція»;

5) *одиниці аналізу* – трансформація складних висловлювань у прості речення, які є одиницями аналізу;

6) *критерії класифікації висловлень відповідно до цілей* – наявність визначення сутності понять, повнота їх визначення;

7) *способи кількісної обробки зібраної інформації* – ранжування якісних характеристик за кількісними показниками;

8) *способи змістовної інтерпретації зібраної інформації* – аналіз в часі частоти використання та значення термінів «комерсант» та «комерція», формулювання власного бачення сутності понять з урахуванням сучасних психолого-педагогічних досліджень із проблем професійної підготовки фахівців із комерційної діяльності.

За результатами аналізу довідникової літератури та з метою подальшого ранжування якісних характеристик за кількісними показниками було складено матрицю, де по горизонталі подано інформацію щодо довідникового видання (назва видання та автор; рік видання; тлумачення сутності поняття), а по вертикалі – перелік довідникової літератури, що підлягали контент-аналізу. На перетині означено наявність, сутність відображення сутності поняття у виданні.

Кількісно-якісний аналіз тлумачення сутності понять «комерсант», «комерція» у довідниковій літературі наведено у таблиці 1.

Таблиця 1.

Кількісно-якісний аналіз тлумачення сутності понять «комерсант», «комерція» в довідниковій літературі

| Назва видання, автор | Рік видання | Тлумачення сутності понять «комерсант» | Тлумачення сутності понять «комерція» |
|---|-------------|---|--|
| Даль В. Толковий словарь живого великорусского языка [4]. | 1880-1882 | У словнику поняття відсутні. | Комерція – (франц.) торг, торгівля, торговельні обороти, купецькі промисли. Комерційний радник, почесне звання, що дарується купцям, чину 7 класу. Комерційний, торговельний, купецький. |
| Толковый словарь русского языка [20]. | 1935 | Коммерсант – особа, яка займається торговельними справами, комерцією, | Комерція (від лат. commercium) – торгівля, торгові справи. |

| Назва видання, автор | Рік видання | Тлумачення сутності понять «комерсант» | Тлумачення сутності понять «комерція» |
|---|-------------|---|---|
| | | переважно крупного масштабу. | |
| Малая советская энциклопедия [12]. | 1959 | Комерсант (франц. commercant) – в капіталістичних країнах особа, яка займається торгівельною діяльністю, купець | Комерція (від лат. commercium) – торгівля. В більш широкому розумінні під комерцією розуміють діяльність капіталістичного суспільства, направлену на отримання прибутку. |
| Цыганенко Г.П. Этимологический словарь русского языка [21]. | 1970 | У словнику поняття відсутні. | У словнику поняття відсутні. |
| Большая советская энциклопедия [2]. | 1973 | У словнику поняття відсутні. | У словнику поняття відсутні. |
| Словарь русского языка [16]. | 1983 | Комерсант – той хто займається комерцією. | Комерція – торгівля, торгової операції. |
| Советский энциклопедический словарь [17]. | 1984 | У словнику поняття відсутні. | У словнику поняття відсутні |
| Юридический энциклопедический словарь [23]. | 1984 | У словнику поняття відсутні. | У словнику поняття відсутні. |
| Ожегов С.М. Словарь русского языка [15]. | 1986 | Комерсант – той хто займається комерцією. | Комерція – торгівля, торгової операції. |
| Краткий экономический словарь [10]. | 1989 | У словнику поняття відсутне. | У словнику поняття відсутне. |
| Энциклопедический словарь бизнесмена [7]. | 1993 | Комерсант – особа яка займається приватною підприємницькою діяльністю. | Комерція – торгівля, діяльність спрямована на отримання прибутку. |
| Большой толковый словарь русского языка [3]. | 1998 | Комерсант – той хто займається комерцією | Комерція – торгівля, торгової операції . В Росії до 1917р. польотне звання, яке давали купцям. |
| Економічна енциклопедія [6]. | 2000 | Комерсант – особа, яка самостійно здійснює комерційну і підприємницьку діяльність і укладає угоди. | Комерція: 1) підпорядкування діяльності підприємства, установи або організації меті отримання прибутку; 2) процес розширення комерційних засад в економіці та збільшення кількості комерційних організацій. |

Кількісно-якісний аналіз тлумачення сутності понять «комерсант», «комерція» здійснений шляхом опрацювання тринадцяти довідникових видань із педагогічного, економічного і юридичного наукових напрямків які були надруковані з 1880 по 2000 роки дозволив зробити висновки:

- 1) Сутність поняття «комерсант» знайшло своє відображення в семи довідникових джерелах, що складає 53,85% від загальної кількості; відсутнє визначення сутності поняття у шести джерелах – 46,15%.
- 2) Сутність поняття «комерція» згадується у восьми джерелах, що складає 61,54% від загальної кількості; відсутнє визначення сутності поняття в п'яти джерелах – 38,47%.
- 3) Відсутнє визначення сутності поняття «комерсант», «комерція» у п'яти джерелах, що становить 38,47%. Видання цих довідникових джерел співпадає з історичним проміжком часу коли фахівців з комерційної діяльності не готували взагалі у ВНЗ, і більш того ця професія була неprestижна і засуджувалася суспільством.
- 4) Сутність понять «комерсант» та «комерція» були визначені в «Толковом словарю живого великорусского языка» В. Даля (до 1918 року), потім їхнє визначення зустрічаємо в «Толковом словаре русского языка» (1935 рік). Цей факт можна пояснити поверненням цих понять у науковий обіг того часу у зв'язку із впровадженням уряду нової економічної політики (НЕП) 1921-1930-х рр. XX століття.
- 5) У кінці 60 рр. XX століття «Малая советская энциклопедия» (1959 рік) визначає сутність поняття «комерсант» та «комерція» як пережиток минулого та діяльність, яка ведеться «в капіталістичних країнах з метою отримання прибутку». Що свідчить про ідеологічне спрямування визначення.
- 6) З 1970 року визначення сутності понять відсутні в довідниковій літературі, винятком є «Словарь русского языка» (1983 рік) та вісімнадцяте перевидання «Словаря русского языка» С.М. Ожегова (1986 рік).
- 7) Перші згадування понять «комерсант» та «комерція» у довідниках після переходу України до ринкових відносин з'явилися в кінці 90-х рр. XX століття, що зумовлено появою комерсантів і, як слідство, реабілітацією цих понять.

Після кількісно-якісного аналізу тлумачення сутності понять «комерсант», «комерція» нами було проаналізовано цілий ряд психолого-педагогічних досліджень із проблем професійної підготовки фахівців із комерційної діяльності. Обмеженість обсягу статті не дає нам можливості представити в повній мірі більш-менш повний звіт про проведену роботу. Але дає змогу зробити деякі теоретичні узагальнення поняття «комерсант» та «комерція». Так, комерсант – це особа, яка самостійно здійснює комерційну і підприємницьку діяльність і укладає угоди, в свою чергу комерція – це торгівля, діяльність спрямована на отримання прибутку, або підприємницька діяльність.

Виходячи з вище наведеного, ми можемо зробити висновок що комерційна діяльність (підприємництво) – це ініціативна, самостійна, здійснювана від свого імені, на свій ризик, під свою майнову відповідальність діяльність громадян, фізичних і юридичних осіб, спрямована на одержання доходу, прибутку від користування майном, продажу товарів, виконаних робіт, надання послуг.

Отже, фахівець в галузі комерційної діяльності затребуваний у будь-якій організації, що виробляє товар або надає послуги, у торговельному підприємстві, у банку, страховій і лізинговій компаніях, посередницьких організаціях, а також у приватному бізнесі. Сучасний фахівець із комерційної діяльності повинен уміти здійснювати економічний аналіз господарської та фінансової діяльності підприємства і знаходити найбільш оптимальні шляхи організації досягнення цілей підприємства. Професійна компетентність, прагнення до самовдосконалення, усвідомлення особистої відповідальності за результати роботи підприємства є характерними рисами сучасного фахівця з комерційної діяльності.

Фахівець із комерції діяльності – це фахівець із організації процесів, пов'язаних із купівлею-продажем, обміном і просуванням товарів від виробників до споживачів із метою задоволення купівельного попиту й одержання прибутку.

Таким чином, на основі викладеного вище можна зробити **висновок**, що сучасні перетворення в суспільстві неможливі без формування особистості фахівця комерції, створення умов для розвитку її ціннісних орієнтацій, самореалізації. Забезпечити ці умови мають вищі навчальні заклади I-II рівня акредитації через побудову оптимального процесу професійної підготовки майбутніх фахівців із комерційної діяльності, з урахуванням останніх досягнень педагогічної науки.

Підвищенню рівня досліджень у сфері професійної підготовки висококваліфікованих фахівців сприяє застосування різноманітних наукових методів. Один з таких методів – метод контент-аналізу, під яким розуміємо якісно-кількісний метод вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків і суворістю процедури.

Саме використання методу контент-аналізу при визначенні сутності понять «комерсант» та «комерція» в тринадцяти довідникових видань із педагогічного, економічного і юридичного наукових напрямків, які були надруковані з 1880 по 2000 роки, та подальшому опрацювання психолого-педагогічних досліджень із проблем професійної підготовки фахівців із комерційної діяльності дозволило визначити сутність цих понять відповідно до сучасного розуміння актуальності проблеми підготовки фахівців з комерційної діяльності.

Здійснений науковий пошук не вичерпує всіх аспектів розглянутої проблеми. **подальшого дослідження потребують** сучасні підходи підготовки фахівців із комерційної діяльності та аналіз сучасного стану професійної підготовки фахівців із комерційної діяльності у вищих навчальних закладах I-II рівня акредитації в умовах ступеневого навчання.

Список використаних джерел:

1. Болотова В. А. Контент-аналіз як метод вивчення документів / В. А. Болотова, Г. В. Попова ; [за заг. ред. проф. В. О. Соболева]. – Х.: Університет внутрішніх справ, 2000. – 40 с.
2. Большая советская энциклопедия : в 30 т. Т. 12 / [гл. ред. А.М. Прохоров]. – 3-е изд. – М.: Сов. энцикл., 1973. – 624 с.
3. Большой толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] [гл. ред. С. А. Кузнецов]. – Режим доступа: <http://retrosit.blogspot.com/2011/01/blog-post.html>.
4. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка [Электронный ресурс] : в 4 т. / В. Даль. – 2-е изд., испр. – СПб.; М., (1880-1882). – режим доступа: <http://retrosit.blogspot.com/2011/01/blog-post.html>.
5. Дубасенюк О. А. Теоретичні і методичні основи виховної діяльності педагога: дис. ... д-ра пед. наук.: 13.00.04 / Олександра Анатоліївна Дубасенюк. – К., 1996. – 527 с.
6. Економічна енциклопедія: у 3 т. Т. 1 / [редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін]. – К.: Академія, 2000. – 848 с.
7. Энциклопедический словарь бизнесмена: Менеджмент, маркетинг, информатика / под заг. ред. М. И. Молдованова. – К.: Техніка, 1993. – 856с. – Терміни парал. рос., англ., нім., фр., пол.
8. Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2012 [Електронний ресурс]: опубліковано Фондом «Ефективне управління» за підтримки Всесвітнього економічного форуму. – 2012. – 209 с. – режим доступа: http://www.feg.org.ua/docs/FEG_report_2012_body_ua_20.11.2012.pdf
9. Костенко Н. Досвід контент-аналізу. Моделі та практики / Н. Костенко, В. Іванов. – К. : Центр вільної преси, 2003. – 200 с.
10. Краткий экономический словарь / под. ред. Ю. А. Белика [и др.]. – 2-е изд. доп. – М.: Политиздат, 1989. – 399 с.
11. Макаренко О. А. Використання методу контент-аналізу в процесі дослідження проблем підготовки майбутніх педагогів професійної школи до виховної роботи /

- О. А. Макаренко // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми: зб. наук. пр. / редкол.: І. А. Зязюн (голова) [та ін.]. – К.; Вінниця: ДОВ «Вінниця», 2008. – Вип. 17. – С. 184–188.
12. Малая советская энциклопедия. Т.14 / [под. ред. Б. А. Введенский]. – 3-е изд. – М.: Большая сов. энцикл., 1959. – 1306 с.
 13. Мараховська Н. О. Контент-аналіз як метод дослідження політичної комунікації: теоретичні засади / Н. О. Мараховська // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2011. – №. 6, ч. 1. – С. 179-182.
 14. Методы системного педагогического исследования: учеб. пособие / под ред. Н. В. Кузьминой. – Л. : ЛГУ, 1980. – 172 с.
 15. Ожогов С. И. Словарь русского языка: Ок.57000 слов / С. И. Ожогов ; [под ред. чл.-корр. АН СССР Н. Ю. Шведовой]. – 18-е изд., стереотип. – М. : Рус. яз.,1986. – 797 с.
 16. Словарь русского языка: в 4-х т. Т. 2: К-О / АН СССР, Ин-т рус. яз. / [под ред. А. П. Евгеньевой]. – 2-е изд., исп. и доп. – М. : Рус. яз. ,1983. – 736 с.
 17. Советский энциклопедический словарь / [гл. ред. А. М. Прохоров]. – 3-е изд. – М.: Сов. энцикл., 1984. – 1600 с.
 18. Соціологія: терміни, поняття, персоналії : навч. словник-довідник / уклад.: В. М. Піча, Ю. В. Піча, Н. М. Хома [та ін.] ; за заг. ред. В. М. Пічі. – К.: Каравела; Львів: Новий Світ-2000, 2002. – 480 с.
 19. Сурмі Ю. Майстерня вченого: підруч. для науковця. – К. : Навч.-метод. центр «КУМОУ», 2006. – 302 с.
 20. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] : в 4 т. Т. 1: А – Кюрины / [под ред. Д. Н. Ушакова] ; сост. : Г. О. Винокур, Б. А. Ларин, С. И. Ожегов, Б. В. Томашевский, Д. Н. Ушаков. – М. : Сов. энцикл. : ОГИЗ, 1935. – 1562 с. – Режим доступа: <http://feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/0ush.htm>.
 21. Цыганенко Г. П. Этимологический словарь русского языка / Г. П. Цыганенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – К. : Рад. шк., 1989. – С. 598.
 22. Черкасова Т. І. Якісні зміни ринку праці в умовах реалізації інноваційної моделі розвитку // Економіка та держава. – 2005. – № 2. – С. 46–49.
 23. Юридический энциклопедический словарь / [гл. ред. А. Я. Сухарев; ред. кол.: М. М. Богуславский и др.]. – М. : Сов. энцикл., 1984. – 415 с.
 24. Berelson B. Content Analysis in Communication Research / B. Berelson. – New York : Free Press, 1952. – 329 p.

Г.В. Селезень

Використання методу контент-аналізу в дослідженнях проблем професійної підготовки фахівців із комерційної діяльності

У статті визначено сутність поняття методу контент-аналізу, розглянуто особливості його використання в наукових дослідженнях із професійної педагогіки, зокрема в дослідженнях проблем підготовки фахівців із комерційної діяльності. Здійснено кількісно-якісний аналіз результатів контент-аналізу тринадцяти довідникових видань із педагогічного, економічного і юридичного наукових напрямків, які були надруковані з 1880 по 2000 роки, щодо визначення сутності понять «комерсант» та «комерція». Зроблено висновок про те, що тлумачення сутності цих понять у певні історичні проміжки часу мали ідеологічне спрямування, в деяких – ця професія була непрестижною і засуджувалася суспільством. Автором обґрунтована актуальність формування особистості фахівця комерції, створення умов для розвитку її ціннісних орієнтацій у сучасних умовах перетворень суспільства.

Ключові слова: метод контент-аналізу, комерсант, комерція, фахівець з комерційної діяльності.

А. В. Селезень

Использование метода контент-анализа в исследованиях проблем профессиональной подготовки специалистов с коммерческой деятельности

В статье определено сущность понятия метода контент-анализа, рассмотрены особенности его использования в научных исследованиях из профессиональной педагогики, в частности в исследование проблем подготовки специалистов с коммерческой деятельности. Осуществлено количественно качественный анализ результатов контент-анализа тринадцати изданий справочников из педагогического, экономического и юридических научных направлений, которые были напечатаны в период с 1880 по 2000 годы, относительно определения сущности понятий «коммерсант» и «коммерция». Сделан вывод о том, что толкования сущности этих понятий в некоторые исторические промежутки времени имели идеологическое направление, в некоторых – эта профессия была непрестижной и осуждалась обществом. Автор обоснованная актуальность формирования личности специалиста коммерции, создания условий, для развития ее ценностных ориентаций в современных условиях развития общества.

Ключевые слова: метод контент-анализа, коммерсант, коммерция, специалист по коммерческой деятельности.

H. Selezien

The Use of Method of Content-Analysis in Researches of Problems of Professional Preparation of Specialists on Commercial Activity

The article defines essential concept of content-analysis method, the features of its use in scientific research from professional pedagogic, particularly in research of preparation problems of specialists on commercial activity. It is carried out in number high-quality analysis results of content-analysis of thirteen editions reference book from pedagogical, economic and legal scientific directions which were printed from 1880 to 2000, in relation to determination of essence concepts «merchant» and «commerce». Author made a conclusion that interpretations of essence of these concepts in some historical intervals of time had ideological direction, in some – this profession was not prestige and reprobated society. Author grounded actuality of forming of specialist's personality of commerce, conditioning for development of his valued orientations in the modern terms of transformations society.

Keywords: method of content-analysis, merchant, commerce, specialist of businesses.

Стаття до редакції надійшла 3.03.2014