

УДК 378

## ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ У МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

*Попова Н. В., докт. екон. наук, професор,  
pny-15@ukr.net*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

*Муха Т. А., аспірант,  
hammers.plant@gmail.com*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

*Коренев Є. І., здобувач  
korenevgorik@gmail.com*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Цифрова трансформація, яка відбувається швидкими темпами в суспільстві та бізнесі, кардинально впливає на освіту та потребує нових компетентностей майбутніх випускників. Це стосується різних сфер діяльності, в тому числі транспортно-логістичної системи, яка є зв'язуючим ланцюгом між підприємствами-виробниками, організаціями торгівлі, споживачами. Значення транспорту та логістики значно підвищилося в період воєнних дій, коли від їх ефективної роботи залежить забезпечення всіх необхідних сторін діяльності та суспільних потреб.

Щоб бути конкурентоспроможними, підприємства, організації транспорту та логістики повинні вчасно реагувати на технологічні зміни, що відбуваються. Відповідно, вони потребують фахівців, які швидко адаптуються до нових умов роботи, технологій, цифрових можливостей. Тому потреба у фахівцях з певними компетентностями є актуальною та потребує змін в наповненості освіти.

Підприємства, організації, які ефективно розвиваються, повинні усвідомити, які компетентності важливі для їх персоналу і якими методами їх потрібно розвивати. На практиці прийнято визначати компетентності як комплекс характеристик (якостей) працівника, що включає, поряд із знаннями і навичками, особистісні характеристики (здібності, емоційні і вольові особливості, цінності та установки, які проявляються в діловій поведінці).

Умовно компетентності ділять на дві групи. Компетентності першої групи орієнтовані на специфічні для кожної посади знання та навички, необхідні для виконання роботи. Компетентності другої групи описують, чим різняться підходи до роботи хороших співробітників і відмінних (наприклад, установки по відношенню до клієнтів або здатність швидко адаптуватися і ефективно працювати в різноманітних ситуаціях, здатність приймати і цінувати протилежну точку зору).

В сучасному цифровому світі, який швидко змінюється, важливими характеристиками персоналу є гнучкість мислення і поведінки, які дозволять швидко реагувати на зміну ситуації, приймати ефективні управлінські рішення, вміння адаптуватися, змінювати способи комунікації зі споживачами та партнерами, знаходити потрібні сьогодні та зараз аргументи, слова, звернення тощо.

Серед компетентностей, що цінуються у цифровому суспільстві, – здатність розуміти сенс великих масивів інформації, які приходиться обробляти в процесі роботи, здатність формулювати проблеми і завдання так, щоб їх можна було вирішити за допомогою комп'ютерної техніки, а також здатність проєктувати робоче оточення і сам хід робіт (дизайн-мислення).

У сучасному світі мають великий попит працівники, які працюють «на стику» професій. Багато компаній прагнуть сформувати крос-функціональні команди професіоналів, що володіють знаннями відразу в декількох областях. Такі співробітники можуть планувати свої дії з урахуванням діяльності колег, відмінно розуміють, яким є внесок кожного в загальний проєкт, а також відкриті до нового досвіду і готові навчати інших. Цифрові технології в цьому випадку надають нових можливостей щодо комунікацій таких команд, співпраці в єдиних програмах тощо [1].

Мінливість середовища та необхідність бути конкурентоспроможними підтверджує значний вплив на сучасний світ інновацій. В цих умовах особливого значення набуває переорієнтація бізнесу на нові умови роботи, підвищення стійкості за рахунок діджиталізації. Інноваційний розвиток бізнес-організацій в умовах цифрового суспільства тісно пов'язаний з хмарним обчисленням, штучним інтелектом, розширеною реальністю, великими даними, мобільністю, які розширюють можливості бізнесу, споживачів і суспільства в цілому. Відповідно, важливим є націленість майбутніх випускників на отримання компетентностей, які дозволяють успішно

працювати з інноваціями в різних сферах діяльності.

Щодо компетентностей співробітників, яких бажають найняти підприємства та організації в сучасних умовах постійного інноваційного розвитку, то це володіння різними аналітичними та ринковими методами дослідження, інтелектуальна цікавість та підприємницький досвід, творче, інноваційне мислення, досвід розроблення ідей для контенту, можливість працювати в умовах високої мінливості та невизначеності, відмінний зв'язок з цифровими платформами, вміння застосовувати інноваційні технології для вирішення складних проблем, знання аналітичних інструментів та алгоритмів для підприємницької оцінки інновацій, спроможність координувати роботу крос-функціональних команд, навички управління проєктами, вміння працювати в команді [2].

Таким чином, розвиток майбутніх професіоналів у сфері маркетингу та менеджменту для підприємств транспортно-логістичної системи потрібно спрямовувати на формування компетентностей, які дозволяють адаптуватися до умов швидкої цифровізації та взаємодії на цій основі зі споживачами і усіма стейкхолдерами. Компетентності та тренди у навчанні майбутніх професіоналів змінюються у зв'язку зі змінами, які відбуваються у цифровому суспільстві. Вони не є застиглими і змінюються під впливом процесів трансформації.

#### *Література:*

1. Popova N., Shynkarenko V. Personnel development at enterprises with regard to adaptation to the VUCA world. *Economic Annals-XXI*. 2016. № 156 (1–2). P. 88–91.
2. Marketing aspects of innovative development of business organizations in the sphere of production, trade, transport and logistics in VUCA conditions / N. Popova та ін. *Estudios de Economía Aplicada*. 2020. Vol. 38(4). P. 1–14.