

РОЗВИТОК «SOFT SKILLS» СТУДЕНТА ЯК ЧИННИК ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МАЙБУТНЬОГО МАРКЕТОЛОГА

***В. В. Шукліна**, к.е.н., доцентка кафедри менеджменту, маркетингу і туризму*

***Д. Т. Маслов**, здобувач вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг»,*

Херсонський національний технічний університет, м. Херсон

Структурний аналіз змін на ринку праці показав, що безробітними в результаті пандемії Covid-19 стали сотні тисяч громадян України серед представників як інтелектуальної праці, так і найпростіших професій. За всіма професійними сферами у 2020–першому півріччя 2021 рр. відбулося підвищення кількості вакансій порівняно з 2019 р., крім адміністративного персоналу (на тому ж рівні) [1]. Що стосується пропозиції робочої сили, то підвищення відбулося серед випускників ЗВО та студентства в сфері продажів та транспорту. Упровадження цифрових технологій у бізнес-процеси супроводжується в Україні трансформацією процесу праці, зумовлює появу цифрових форм зайнятості, формує новий цифровий вид міграції робочої сили [1]. Зазначене призводить до зміни вимог роботодавців до освітнього та професійного рівня потенційних працівників. Актуальним завданням стає підготовка фахівців, професійні якості та компетенція яких задовольняли б нові потреби бізнесу та ринку праці. Аналіз уподобань роботодавців, наприклад, в сфері маркетингу щодо досвіду роботи свідчить, що більша їх частина (53%) потребують фахівців з мінімальним досвідом роботи 1-3 роки; 3% – більше 6 років; без досвіду роботи готові взяти 20% роботодавців. Разом з тим ситуація з пошукачами роботи є протилежною – мінімальний досвід має лише 11% кандидатів. Аналіз типів зайнятості показав, що майже всі роботодавці в сфері маркетингу (95%) шукають фахівців на повну зайнятість, їм відповідають до 76% кандидатів [2]. Більшість пошукачів роботи в сфері маркетингу в т.ч. молодих спеціалістів, мають аналітичні, організаційні та автономні

компетентності стосовно вміння користування комп'ютером, презентації результатів розрахунків, володіння англійською мовою.

За ключовими параметрами ринку праці та очікуваннями роботодавців й потенційних працівників в сфері маркетингу протягом 2020 року та початку 2021 не відбулося значних змін. У той же час, слід відмітити, що претенденти були активнішими, ніж роботодавці, які більше змінювали якісні вимоги до претендентів [3]. Застарілий дисбаланс між ринками праці та освіти, негативним наслідком якого є складнощі у випускників ЗВО спеціальності «Маркетинг» з отриманням першого місця роботи, загострює невідповідність деяких навичок, опанованих здобувачами вищої освіти під час навчання вимогам роботодавців. Сучасні умови непередбачуваного бізнесу вимагають від випускників ЗВО унікальної компетенції яка відповідала б цифровим технологіям та викликам конкуренції на ринку. Для такої професії як маркетолог наявність гнучких компетенцій стає перевагою на ринку праці та означає здатність до самостійного навчання, мережевої співпраці, вміння взаємодіяти зі штучним інтелектом, здатність до критичного мислення креативного характеру та інше, які стають критеріями та чинниками успішного працевлаштування. Мова йде про так звані гнучкі компетенції або м'які навички «soft skills», що набуваються в процесі життя і взаємодії з різними типами людей чи колективами, при вирішенні різних задач. Їм часто протиставляють поняття «hard skills» – «жорсткі навички» – знання і вміння, специфічні саме для професії маркетолога [4].

В сучасних умовах ведення бізнесу для роботодавця саме soft skills є одним з головних критеріїв для прийому на роботу [5]. Маркетолог не працює в поодиночку, результат його діяльності пов'язаний зі спілкуванням з колегами, клієнтами, партнерами, з захистом власної точки зору. Він повинен вміти домовлятися, аргументувати свою позицію і доносити її до інших колег. Крім того, гнучкі навички допомагають працювати з інформацією, визначати головну і впевнено почувати себе в професії. Інтерес до soft skills і потреба в них стають все сильнішими, що пов'язують на ринку праці зі стрімким

розвитком технологій, швидким застаріванням отриманих знань [6]. Тому в маркетинговій діяльності цінним стає не той працівник, який колись багато всього вивчив, а той, хто вміє швидко вчитися, ефективно пристосовуватися під нові умови і знаходити нестандартним мисленням креативні рішення, схвалювати їх в команді, прагнути взаєморозуміння між колегами. Сюди ж відносяться лідерські якості та емоційний інтелект – здатність розуміти чужі почуття і контролювати свої [2-3]. Ранні можливості розвивати базові навички, які допоможуть міркувати, творчо мислити, аналізувати дані та спільно працювати в майбутньому формуються з самого дитинства, продовжується їх розвиток в умовах поза університетських програм – найважливіша частина навчання, що забезпечує набуття академічних, соціально-емоційних та трудових навичок для успішного працевлаштування в сфері маркетингу. Студенти повинні мати можливість розвивати уміння, навички та знання для розуміння та участі у глобально пов'язаному світі маркетингового середовища професійної діяльності [5].

Пропонувати і впроваджувати зміни на підприємстві – це стрес, а коли їх багато, здатність справлятися з ними і зберігати працездатність особливо важлива для маркетолога. Побудова кар'єри та довготривала робота в колективі вимагає від фахівця сфери маркетингу високої стресостійкості щоб добре виконувати свою роботу [4]. Спеціальність розвивається і для маркетолога пріоритетними стають вміння бачити особливе в простих речах, здатність зацікавлювати людей, можливість генерувати креативні ідеї. Професії в сфері маркетингу потребують розуміння споживача, можливостей бачити світ його очима і прогнозувати потреби до їх виникнення. Разом з тим, важливим є вміння ефективно організувати свою роботу і грамотно розпоряджатися часом [4,6].

Отже, в умовах швидкого виникнення нових запитів на компетенції в маркетингу гнучкими навичками повинен володіти кожен спеціаліст будь-якого рівня професіоналізму щоб швидко освоювати нове і корисне, що з'являється в професії маркетолога та бути ефективним працівником. Гнучкі

навички важливі, проте сам їх набір і співвідношення soft skills і hard skills залежать від підприємства та від маркетингової спеціальності. Для успішного працевлаштування в майбутньому, вже з етапу відбору претендентів на вакансію, студентам необхідно протягом навчання в ЗВО формувати та розвивати гнучкі навички. В професії маркетолога їх багато, причому серед них є такі, які не пов'язані між собою, всі умовно вітчизняними науковцями [1,5-6] розділені на групи: комунікативні навички, навички самоорганізації, креативні навички, стресостійкість, уміння працювати з інформацією. Кожний здобувач вищої освіти по своєму унікальний і має певний набір власних особливостей які вирізняють його з поміж інших в житті, навчанні та професії. Тому набуття soft skills відбувається у кожного по-різному під час навчання чи самого робочого процесу, але завжди відчувається більш ефективною взаємодією з колективом і більш продуктивним виконанням поставлених задач.

Література

1. Аксьонова І.В. Структурно-динамічний аналіз ринку праці України: виклики сьогодення. Економіка та суспільство. Випуск 25. 2021. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-20>. Електронний ресурс. Режим доступу: <file:///C:/Users/1/Downloads/248-Текст%20статті-236-1-10-20210506.pdf>
2. Пандемічний 2020-й. Підсумки року на ринку праці України. Електронний ресурс. Режим доступу: URL: <https://grc.ua/article/28012>.
3. Коваль К. О. Розвиток «soft skills» у студентів – один з важливих чинників працевлаштування: Вісник Вінницького політехнічного інституту, 2015. № 2. С. 162-167.
4. Як пандемія COVID-19 змінила ринок праці в Україні. Електронний ресурс. Режим доступу: URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3104312-ak-pandemia-covid19-zminila-rinok-praci-v-ukraini.html>.
5. Зуб М.Я., Вергелес І.В. Коронавірус як чинник формування нового ринку праці в регіонах України. Електронний ресурс. Режим доступу: URL: <https://www.ndifp.com/1579/>
6. Освіта, перспективи зайнятості та стійкість ринків праці : збірник тез міжнар. наук.-практ. конф.17.12.2020. ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». К.: НАНУ. 2021.124 с. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://ief.org.ua/docs/scc/18.pdf>