

3. Дікань Л.В., Щербаков О.І., Ольховський Ю.А. Контроль в бюджетних установах: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. Х.: ІНЖЕК, 2016. 208 с.

## ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІННОСТІ ПРАЦІВНИКІВ РІЗНИХ ПОКОЛІНЬ ДЛЯ РОБОТОДАВЦЯ

*Величко Я.І., асистент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

При створенні системи мотивації праці важливо враховувати особливості кожного покоління, що працює в організації. Теорія поколінь розглядає основні риси поколінь, їх цінності та зовнішні фактори, що вплинули на становлення представників кожного покоління [1-3].

Аналіз структури робочої сили України за віковими групами дає можливість наближено визначити частку представників різних поколінь на ринку праці (таблиця 1).

Таблиця 1 - Приблизне групування робочої сили в Україні за типом поколінь відповідно до статі та типу місцевості у 2021 р., %

Покоління	Усе населення	Жінки	Чоловіки	Міська місцевість	Сільська місцевість
Мовчазне покоління	0,011	0,014	0,010	0,012	0,009
Бєбі-бумєри	4,23	4,58	3,91	3,88	4,99
X (хоум-лендєри)	64,57	67,57	61,85	66,11	61,20
Y (мїленїуми)	24,70	21,77	27,36	24,38	25,41
Z (альфа)	6,49	6,06	6,87	5,62	8,39
Разом	100	100	100	100	100

Джерело: розраховано автором на основі даних Державної служби статистики України [4]

За даними таблиці 1 можна зробити висновок, що зараз на українському ринку праці переважають представники поколінь X (1963-1983 р.н.) та Y (1983-2000 р.н.); зовсім мала частка «мовчазного покоління» (1923-1943 р.н.) та покоління «бєбі-бумєрів» (1943-1963 р.н.), які залишають ринок праці, виходячи на пенсію. Щорічно потроху збільшується частка молоді, що належить до покоління Z (з 2000 р.н.). Керівництво організації повинне знати відмінності між поколіннями та причини, що їх зумовили, щоб обирати ефективні методи та інструменти мотивації.

Крім того, кожне покоління грає особливу роль в діяльності компанії з допомогою унікального набору якостей і поглядів. Вони мають свої слабкі та сильні сторони, які слід враховувати на всіх етапах менеджменту персоналу.

Покоління бєбі-бумєрів та X в основному обїймають керівні посади у різних сферах праці. Вони досвідчені, стабільні, хочуть визнання, репутації та високої заробітної плати. Представники даного покоління готові багато

працювати і ставити інтереси компанії вище за власні, що, безсумнівно, цінує керівництво. Вони впевнені в таких працівниках і готові довіряти найскладніші завдання і делегувати свої повноваження. Покоління бебі-бумерів та X готові передавати свій досвід та спрямовувати у роботі менш досвідчених колег.

Покоління Y займає проміжне положення. Вони мають певний досвід у робочій сфері, мають величезні амбіції і потенціал для розвитку своєї кар'єри. Представники цього покоління досить швидко засвоюють нові знання, потрібні їм у робочому процесі. При цьому, вони не готові жертвувати своїм особистим життям заради роботи, а повинні залишати вільний час на повсякденні речі. Вони сповнені ідей та підходів, як реалізувати різні завдання, які ставить перед ними керівництво. Представники цього покоління працюють керівниками нижчої та середньої ланки, або вищої ланки у сферах, пов'язаних з використанням сучасних технологій та гаджетів. Вони із задоволенням беруть участь у різноманітних конференціях та інших заходах, пропонують нові ідеї для розвитку та вдосконалення компанії.

Представники покоління Z доволі талановиті та добре орієнтуються в сучасному світі, де переважають технології. Вони швидко аналізують великий обсяг інформації, пропонують нестандартні, екстраординарні рішення та можуть вирішувати кілька завдань одночасно. Їм необхідний якийсь наставник, який скоординує їхню роботу, правильно поставить завдання та пояснить нюанси.

Керівництву компанії варто приділити особливу увагу мотивації покоління Y та покоління Z, тому що вони прагнуть спробувати себе у різних сферах і далеко не завжди готові присвятити своє життя розвитку та процвітанню компанії.

Таким чином, з урахуванням особливостей поколінь, сильних та слабких сторін їхніх представників як співробітників, показано цінність кожного покоління для компанії з погляду роботодавця, визначено види та характеристики робіт, де вони зможуть максимально розкрити свої здібності та трудовий потенціал. Врахування теорії поколінь під час встановлення найбільш ефективних методів і інструментів мотивації працівників дозволить компанії підвищити продуктивність їхньої праці, збільшити прибуток, знизити плинність кадрів і залучити нових співробітників, оптимізувати витрати, пов'язані зі стимулюванням працівників.

#### Література:

1. Коваль Н.В., Биба В.А. Використання теорії поколінь в менеджменті персоналу. *Ефективна економіка*. 2020. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8262> (дата звернення: 15.09.2022).
2. Боришкевич І.І., Якубів В.М. Вплив теорії поколінь на формування мотивації працівників. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-12> (дата звернення: 20.10.2022).

3. Кащук К. М. Особливості управління співробітниками X, Y та Z поколінь. *Економіка. Управління. Інновації*. 2018. Вип. 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2018\\_1\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2018_1_9) (дата звернення: 15.09.2022).

4. Робоча сила за статтю, типом місцевості та віковими групами у 2021 р. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.09.2022).

## **АСПЕКТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

*Євченко В.В., к.е.н., доцент  
Українська інженерно-педагогічна академія*

В сучасних умовах менеджмент підприємницької діяльності має враховувати вплив на результати діяльності нових факторів, таких як інтернетизація, інформатизація, глобалізація економіки, зростання проникнення економіки новітніх мобільних технологій та мобільних пристроїв доступу до мережі Інтернет, що зумовлює безперервні зміни умов підприємницької діяльності.

Сучасна економіка все частіше характеризується як обізнана економіка. Завдяки досягненням у сфері зв'язку інформація стала доступною у таких обсягах, про які раніше неможливо було й подумати. Володіння конкурентною перевагою вимагає створення впорядкованості серед хаосу та різноманітності інформації, яка потребує компетенції. Компетенція припускає наявність таких характеристик, як досвід, фактичне розуміння діяльності та умов роботи, управлінські навички та навички прийняття рішень, а також створення інформаційних мереж, яких задіяні люди та сучасна комп'ютерна техніка [1].

Сучасна економіка характеризується збільшенням здатності до копіюванню та імітації. У підприємців з'являються великі можливості швидко запозичити відмітні ознаки нового товару або послуги, яку пропонує конкурент. Сьогодні можна просто «скопіювати за шаблоном» будь-яку нову пропозицію на ринку. Деякі підприємці досягають успіху, будучи «швидкими послідовниками» на ринку, спрямовуючи свої можливості на пропозицію більш досконалого товару чи послуги, не поступаючись лідерством дійсному автору.

В основі ринку, що змінюється, лежать сучасні телекомунікаційні та інформаційні технології, які дозволяють перекладати інформаційні дані набагато швидше, ніж коли б того не було. Збільшення швидкості та глибини аналізу конкурентної інформації. Протягом останніх років спостерігається значне збільшення швидкості та глибини аналізу конкурентної інформації через вдосконалення комп'ютерних, дисплейних, інтерактивних інструментів та засобів моделювання. Швидкість аналізу збільшилася також за рахунок кращої підготовки аналітиків та завдяки новим аналітичним інструментів, баз даних та методів зв'язку.