

## ДИАЛЕКТИКА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ПОКОЛІНЬ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕС СЕРЕДОВИЩІ

Кожні 30 років відбувається зміна поколінь, що впливає на всі усталені бізнес-процеси в суспільстві. Відома нам сьогодні класифікація на основі теорії поколінь була розроблена в 1991 р. істориком У. Штраусом і економістом Н. Хоув [1]. Незалежно один від одного вони прийшли до висновку, що той самий конфлікт поколінь виникає не тільки через відмінності у вихованні, але і завдяки потужному впливу глобальних тенденцій, а саме: науково-технічної революції, війни, економічних змін, тощо.

В ході дослідження, ми проаналізували історію середнього класу в США і прийшли до певних висновків, наприклад, такий парадокс, як відмінності в цінностях поколінь «дітей» і «батьків, які теж були дітьми». Доведено важливу річ: люди різних поколінь при досягненні певного віку все одно поведуться по-різному. В основі поведінкових проявів, як вважають дослідники, лежать ті чи інші глибинні цінності всього покоління, що сформувалися до раннього підліткового періоду, максимум до 14 років. Немає сумнівів, що у кожного представника свого покоління є як індивідуальні, так і специфічні соціальні цінності.

Отже, дефіцит кадрів, що утворився, уже сьогодні заповняють молоді люди покоління Y. Без сумнівів, вони не зможуть стати точною копією своїх керівників, а бізнес не буде таким же, як раніше. Молоді фахівці сьогодні готові міняти організації зсередини, підлаштовуючи їх під свої прогресивні погляди.

Найстарші і досвідчені співробітники організації відносяться до покоління бебі-бумерів. Це люди, народжені в роки післявоєнного демографічного вибуху, між 1946 і 1964 рр.[3] (на цих датах сходяться більшість дослідників), виховані з ідеями і цінностями трудоголізму, індивідуалізму і самовідданості. Їм довелося стати очевидцями багатьох економічних потрясінь, і не дивно, що їх приваблює стабільність і ясність перспектив. Вони з підозрою ставляться до організаційних змін, і їм практично не важливий престиж або статус їх роботи. Це досвідчені фахівці, що володіють відмінними технічними навичками. Як правило, вони орієнтовані на результат і досить консервативні у фінансовому плані.

Наступне демографічне покоління X, або «покоління MTV», народжене приблизно з 1965 по 1983 р [2], - це люди, що сьогодні керують більшістю організацій. Це найчисленніша категорія - за даними державної перепису, вона становить більше третини загального населення в Україні. Люди покоління X дуже цінують сталість і надійність, однак більш напористі, відповідальні і цілеспрямовані в порівнянні з попереднім поколінням. До побудови кар'єри люди покоління X мають серйозний підхід. Вони планомірно вчилися, спочатку в школі, а потім в інституті, після займали початкові посади і до 30 - 40 років поступово ставали керівниками. В їхньому кар'єрному розвитку все відбувалося закономірно і поетапно.

Особливості та відмінні риси покоління Y, як і будь-якого іншого, формувалися під впливом економічної, політичної і соціальної ситуації в світі. Найбільш вагомий внесок вніс розвиток нових технологій і комп'ютерних мереж, особливо мобільного зв'язку та Інтернету. У сучасному світі, на відміну від попередніх десятиліть, все більше розмиваються крос-культурні кордони, що відбувається як раз завдяки технічному прогресу.

Рекрутингові агентства підтверджують, що люди покоління Y часом мають більш високий рівень освіти, ніж покоління X на керівних позиціях. Крім цього, багато працівників починають свою кар'єру ще студентами, потім проходять ще кілька курсів екстерном і в результаті отримують не тільки безліч навичок, а й досвід роботи раніше, ніж попередні покоління. Звідси бере свій початок їх амбітність, в тому числі і щодо рівня винагороди.

Пріоритетним є електронне спілкування. Не секрет, що електронні засоби зв'язку відіграють велику роль в житті покоління Y, супроводжуючи їх завжди і всюди. Тому не дивно, що, за результатами опитування, більше 40% молодих співробітників часто використовують такі знайомі способи спілкування, як листування по електронній пошті, публікацію на форумах, повідомлення в програмах-комунікаторах. Навіть телефонний дзвінок вони вважають за краще особистій зустрічі.

Журнал Forbes довгі роки випускав рейтинг успішних підприємців і бізнесменів «30 under 30», поки в 2012 році його обкладинку не зайняв канадський поп-співак Джастін Бібер. І справа зовсім не в тому, що видання з 100-річною історією стало виглядати несерйозно. Навпаки - воно показало свою сучасність і повну відсутність консерватизму з минулого, коли на обкладинки ставили тільки солідних бізнесменів з металургійної промисловості та політиків [4].

Як і будь-яку іншу, теорію поколінь чекає ще багато уточнень, відкриттів і спростувань. При цьому найближчим часом навряд чи стане інша ситуація на верхівці бізнесу, адже покоління X поки ще більш численне. Але і талановитих представників покоління Y не варто скидати з рахунків, особливо з огляду на їх прагнення підкорювати нові горизонти.

Однак у сьогоднішній ситуації кадрового голоду роботодавцям, безумовно, варто продумати стратегію управління персоналом, звернувши увагу на особливості роботи з різними віковими групами населення. Багато в чому вона допомагає краще зрозуміти те, як можна залучати і утримувати потрібний персонал, чому виникають розбіжності на робочих місцях і чому молоді фахівці охоче їдуть працювати за кордон.

### Список використаної літератури:

1. Michael Rappa. Business Models On The Web. – <http://www.digitalenterprise.org/models/models.html>.
2. Allan Afuah, Christopher Tucci. Internet Business Models And Strategies: Text And Cases. – New York University. – 2015. – McGraw-Hill Higher Education.
3. Paul Sloan, Paul Kaihla. Blogging For Big Bucks. – Business 2.0 Magazine. <http://money.cnn.com/2016/08/21/Technology/Bloggingdollars0822.Biz2/index.htm>.
4. Alex Iskold. The Attention Economy: An Overview. – Technology Blog. – <http://Alexiskold.Wordpress.com/2017/03/02/The-Attention-Economy-An-Overview/>.