

УДК 334.72:316.346.36
JEL: L26
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-6-222-228>

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ ПОКОЛІНЬ

©2025 МАЖНИК Л. О., МИХАЙЛЕНКО Д. Г., КОВАЛЬОВА В. І.

УДК 334.72:316.346.36
JEL: L26

Мажник Л. О., Михайленко Д. Г., Ковальова В. І. Підприємницька діяльність у контексті теорії поколінь

Метою статті є дослідження підприємницької діяльності в контексті теорії поколінь для визначення стратегічних напрямів взаємодії мультипоколіннєвого середовища. У статті проаналізовано перелік існуючих підходів до визначення «підприємництва». У тексті відсутнє розмежування підходів підприємницької діяльності та підприємництва. Обґрунтована актуальність розгляду специфічних особливостей розвитку поколінь задля створення та укріплення інтеграційних процесів комунікації в характеристиці підприємницької діяльності відповідно до розподілу за теорією поколінь. Акцентовано увагу також на інших підходах, що розширюють кордони світосприйняття в межах теорії поколінь. Запропоновано розглянути характеристики підприємницької діяльності відповідно до розподілу за теорією поколінь з метою їх подальшого аналізу для побудови системи інтеграційних процесів у комунікації між поколіннями для підтримання та розвитку підприємництва. Сучасні підходи до визначення «підприємництва» демонструють багатовимірність цього феномену. Загалом, результати аналізу наукових джерел засвідчують актуальність інтеграції теорії поколінь у прикладні економічні дослідження підприємницької діяльності, особливо в контексті освітніх програм з підприємництва та менеджменту, розробки молодіжних політик, підтримки стартапів і розвитку цифрової економіки та подальшої її інтеграції в повсякденні процеси суспільства. Перш ніж почати впроваджувати трансформацію комунікації, слід розуміти акценти та особливості розвитку кожного з поколінь, щоб знайти точки їх перетину. Подальші дослідження доцільно спрямувати на вивчення мотиваційних стратегій представників покоління Z та Alpha в умовах війни та повоєнної відбудови України. Варто зазначити, що окреслені стратегії мають бути в єдності трендів стратегії розвитку підприємницької діяльності.

Ключові слова: підприємницька діяльність, теорія поколінь, трансформація та розвиток, підприємницькі ознаки.

Табл.: 2. Бібл.: 17.

Мажник Лідія Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна) доцент, кафедра маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: lidia.mazhnyk@hneu.net

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-9546-896X>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/LSI-9063-2024>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57189048417>

Михайленко Дар'я Геннадіївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: mikhailenko.dg@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8420-6510>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/N-5268-2018>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57365428300>

Ковальова Вікторія Іванівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: vikakova04@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1665-6971>

UDC 334.72:316.346.36
JEL: L26

Mazhnyk L. O., Mykhailenko D. H., Kovalova V. I. Entrepreneurial Activity in the Context of Generational Theory

The aim of the article is to study entrepreneurial activity within the context of generational theory in order to determine strategic directions for interaction within a multi-generational environment. The article analyzes the existing approaches to defining «entrepreneurship». The text does not differentiate between approaches to entrepreneurial activity and entrepreneurship. The relevance of discussing the specific features of generational development is substantiated for creating and strengthening integration processes in communication within the characteristics of entrepreneurial activity according to the distribution defined by generational theory. Attention is also drawn to other approaches that expand the boundaries of world perception within generational theory. It is proposed to consider the characteristics of entrepreneurial activity according to the generational distribution for further analysis to build a system of integration processes in communication between generations to support and develop entrepreneurship. Modern approaches to defining «entrepreneurship» demonstrate the multidimensionality of this phenomenon. Overall, the results of the analysis of scientific sources confirm the relevance of integrating generational theory into applied economic research on entrepreneurial activity, especially in the context of educational programs in entrepreneurship and management, the development of youth policies, support for startups, and the development of the digital economy and its further integration into the everyday processes of society. Before beginning to introduce communication transformation, it is necessary to understand the nuances and characteristics of the development of each generation in order to find points of intersection. Further research should be directed towards studying the motivational strategies of representatives of Generation Z and Alpha in the context of the wartime and post-wartime reconstruction of Ukraine. It is worth noting that these outlined strategies must be consistent with the trends of the development strategy for entrepreneurial activity.

Keywords: entrepreneurial activity, generational theory, transformation and development, entrepreneurial traits.

Tabl.: 2. Bibl.: 17.

Mazhnyk Lidiia O. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Management, Logistics and Innovation, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine) Associate Professor, Department of Marketing, Management and Entrepreneurship, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: liidiia.mazhnyk@hneu.net

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-9546-896X>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/LSI-9063-2024>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=57189048417>

Mykhailenko Daria H. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Management and Entrepreneurship, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: mikhailenko.dg@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8420-6510>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/N-5268-2018>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=57365428300>

Kovalova Viktoriia I. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Management and Entrepreneurship, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: vikakova04@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1665-6971>

У сучасних умовах динамічних соціально-економічних змін підприємницька діяльність зазнає суттєвого впливу ціннісних орієнтацій, поведінкових моделей і комунікаційних звичок різних поколінь. Теорія поколінь дає змогу глибше зрозуміти мотиваційні чинники та управлінські особливості представників поколінь X, Y, Z, Альфа в бізнес-середовищі, що набуває особливої актуальності в контексті цифрової трансформації, зміни форматів праці та клієнтоорієнтованості. Вивчення підприємницької активності крізь призму динаміки поколінь дозволяє формувати більш ефективні управлінські підходи, моделі залучення молоді до бізнесу та адаптацію стратегій до нових соціокультурних умов.

Актуальність теми зумовлена необхідністю адаптації підприємницьких стратегій до світоглядних відмінностей між поколіннями, а також потребою формування стратегічного підходу до підприємницької діяльності та зростанням впливу молодіжного підприємництва в умовах цифрової економіки. Урахування особливостей за теорією поколінь у підприємницькій діяльності сприяє підвищенню ефективності управлінських рішень, персоналізації маркетингових комунікацій та сталому розвитку бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що питання взаємозв'язку між приналежністю до певного покоління та підприємницькою активністю посідає важливе місце в сучасних соціально-економічних дослідженнях. Теорія поколінь, започаткована американськими соціологами Н. Хоу та В. Штрауссом [11], надала нові методологічні інструменти для пояснення відмінностей у поведінці, стилі мислення та ціннісних орієнтаціях представників різних поколінь, зокрема у сфері економічної активності. У сучасній міжнародній

літературі спостерігається активне дослідження підприємницької мотивації поколінь Y та Z. За результатами досліджень Д. Тапскотт [16], цифрові покоління демонструють високу схильність до підприємницької діяльності у сфері IT, маркетингу, цифрового дизайну та креативних індустрій. Водночас, як зазначає Дж. М. Твендж [17], характерною рисою підприємницьких намірів покоління Y є прагнення до балансу між роботою та особистим життям, гнучкості, а також ціннісної орієнтації на самореалізацію.

В українському науковому дискурсі проблема досліджується у працях А. Капліної [2], І. Бурчак [1], Л. Хромушиної [7] та інших, які аналізують динаміку розвитку молодіжного підприємництва в Україні. Дослідники наголошують на впливі зовнішніх чинників (економічна нестабільність, війна, еміграція) на підприємницькі наміри молоді. При цьому наголошується, що покоління Z значною мірою орієнтується на соціальні ініціативи, креативні стартапи та онлайн-платформи як ключові формати самореалізації.

Аналіз праць Д. Кобець [3] та інших підтверджує, що міжпоколіннєві відмінності набувають істотного значення у процесі формування управлінських стратегій підприємництва, зокрема щодо особливостей рекрутингу, мотивації персоналу, побудови внутрішніх комунікацій та маркетингу. Відмінності в сприйнятті ризику, цілей діяльності, технологічної взаємодії мають бути враховані під час формування підприємницьких команд у мультипоколіннєвому середовищі.

Проте сучасні вітчизняні особливості розвитку підприємницької діяльності враховано не в достатній мірі, оскільки підприємницька діяльність в контексті теорії поколінь не розглядалася за зміс-

товими складовими, які можуть бути покладені у стратегічний план розвитку підприємництва.

Метою статті є розгляд підприємницької діяльності в контексті теорії поколінь і визначення стратегічних напрямів взаємодії мультипоколіннього середовища.

Розглядаючи визначення поняття «підприємництво» в науковій літературі, можна зустріти значний перелік його розуміння. У табл. 1 наведено основні сучасні підходи (узагальнено на основі [1; 4; 7–10; 12; 14; 15]).

Згідно з аналізом даних у табл. 1 варто зазначити, що хоча єдиної думки щодо підприємництва в науковців та представників бізнесу не склалося, проте перелічені підходи, незважаючи на аналіз з різних ракурсів, окреслюють суть підприємництва як явища, що поєднує ініціативу, інновації, ризик, систему управління та соціальну відповідальність. Це зумовлює його центральну роль у розвитку сучасної економіки та формуванні конкурентоспроможних моделей бізнесу, а також впливає на умови, в яких формуються та розвиваються покоління. Суб'єкти підприємницької діяльності в межах підходів єдині, але слід зазначити, що вони перебувають у безпосередньому розвитку та процесі трансформації, що підтверджує теорія поколінь. І саме через наявність у суспільстві наявних відмінностей виникає потреба їх узгодження в процесі комунікації поколінь. Зміни стосуються налагодження зв'язків між поколіннями та побудови єдиної функціонуючої соціально-економічної підприємницької системи.

Різноманіття розглянутих підходів щодо підприємницької діяльності не акцентує увагу на особливостях поколінь, що займаються підприємництвом. Окремо варто зосередити увагу на контексті впливу повномасштабної війни в Україні, а також на зміні технологічних укладів, які розглядають трансформацію поколіннєвих орієнтацій і поведінкових патернів щодо підприємництва.

Сучасні підприємці, незалежно від приналежності до покоління, стикаються з численним, постійно оновлюваним, переліком проблем, які слід вирішувати тут і зараз, що потребує наявності чи формування відповідних характеристик у суб'єктів підприємництва. Нові умови підвищеної невизначеності та мобільності спонукають молодь покоління Z та Alpha до пошуку швидких рішень, трансформації процесу рекрутингу за рахунок активізації цифрової самозайнятості, участі та розвитку волонтерських бізнес-моделей, соціальних стартапів тощо. Водночас у науковій літературі поки що бракує теоретико-емпіричних досліджень, що комплексно оцінюють ці трансформації.

У табл. 2 наведено основні ознаки підприємництва відповідно до теорії поколінь (авторська розробка на основі [5; 8]).

Підприємницька діяльність характеризується тим, що все ще багато покоління X лишається і на керівних посадах, і серед головних виконавців у підприємницьких структурах. Наразі, у зв'язку зі специфічними умовами, в яких розвивається українське підприємництво, все більше акцентується увага саме на поколіннях X, Y та Z, проте підготовлювати основу для взаємодії із поколінням Alpha підприємцям вже варто.

Підприємницьке мислення, що формується у працівників, де спонукається ініціативність персоналу всередині корпорації, а також підкріплюється активним упровадженням інновацій, що притаманно інтрапренерському підходу, за даними аналізу [13] характерно більшою мірою міленіалам, тобто поколінню Y. Оскільки вони прагнуть сенсу, творчості та автономії під час роботи, також щоб їх власні проекти розвивалися, а підприємства, в яких вони працюють, – зростали. Це означає, що на місці керівники здатні впливати лише на покоління Y, а для зміни мислення інших поколінь слід більш масштабно та довгостроково діяти, вибудовуючи систему інтеграційних процесів у комунікації між поколіннями.

У контексті теорії «соціальних естафет» соціальна динаміка представляється як передача естафети від покоління до покоління, трансляція певних соціальних програм і зразків та патерни поведінки [6, с. 169]. Вони безпосередньо завдані ситуацією або вказані на рівні вербальних формулювань, можуть бути двох типів: зразки позитивні та зразки-заборони, котрі фіксують негативний досвід або досвід невдач, що застерігає від повторень. Але цей підхід застаріває, тому слід шукати нові шляхи та способи взаємодії між поколіннями. Часова тривалість соціальних стереотипізованих форм досвіду скорочується, наприклад традиції можуть змінюватись навіть в рамках одного покоління. З інформатизацією суспільства змінюється зміст і форми знань та швидкість їх передачі новим поколінням. Наприклад, якщо в минулі епохи образ життя літньої людини виступав як зразок майбутнього життя молоді людини, то для сучасності характерне засвоєння молодим поколінням нових життєвих звичок і традицій, що знецінює досвід представників старшого покоління і зменшує їх вплив, оскільки часи змінюються разом з умовами та обставинами розвитку. Теорія «громадянства декількох поколінь» [6, с. 169] також говорить про взаємозв'язок і відповідальність поколінь. Згідно з даною теорією громадяни несуть колективну від-

Таблиця 1

Аналітична таблиця підходів до визначення «підприємництва»

№ з/п	Назва підходу	Сутнісна характеристика	Основні представники
1	Неокласичний, класичний (економічний)	Підприємництво як діяльність, спрямована на організацію виробництва, ризик і прибуток	А. Маршалл та ін.
2	Історико-класичний	Передбачає акцент на інноваціях та рушійній ролі підприємців у розвитку. Ж.-Б. Сей у XIX ст. визначав підприємця як ризикового інноватора, що координує ресурси для створення нових можливостей і ринків. Ключова ідея – підприємці забезпечують рух капіталу у продуктивні напрямки, запобігаючи монополії та сприяючи економічному різноманіттю	Ж.-Б. Сей та ін.
3	Інноваційний (шумпетеріанський)	Підприємництво – це джерело інновацій, що спричиняє «творче знищення» економіки. Й. Шумпетер продовжує лінію класиків і вводить ідею «творчого руйнування» (creative destruction), коли саме через інноваційну діяльність підприємці руйнують попередні економічні межі й стимулюють тривале економічне зростання	Й. Шумпетер та ін.
4	Процесуальний	Підприємництво – як динамічний процес створення нової вартості попри обмежені ресурси. Сучасні економісти сприймають підприємництво не лише як власність чи організацію, а передусім як процес. Як зазначає С. Хизрич, підприємництво – це процес створення нового бізнесу, що несе економічну цінність, ризик, інвестицію часу та зусиль і дає винагороду у вигляді прибутку та власного задоволення. Г. Стівенсон із Гарвардської школи бізнесу визначає підприємництво як «пошук можливостей за межами контрольованих ресурсів», – це означає, що ключовим у підприємстві є здатність діяти попри обмеження – через творчість та ініціативу	С. Хизрич, Г. Стівенсон та ін.
5	Ресурсно-факторний	Підприємництво – чинник виробництва, форма організації ресурсів. Австрійська школа розглядає додатковий вимір, трактуючи підприємництво як фактор виробництва нарівні зі землею, працею та капіталом, що приносить ренту саме через прийняття ризику та організацію неефективно розподілених ресурсів	Л. Мізес, Ф. Хайєк та ін.
6	Психологічно-особистісний (персональний)	Ряд дослідників робить акцент на психологічних рисах особистості, де підприємництво – це діяльність, зумовлена особистою ініціативою, творчістю, креативністю, схильністю та готовністю ризикувати й упроваджувати зміни як основи підприємництва	П. Друкер та ін.
7	Інституційний (інтегративний)	Підприємництво як соціальний інститут, пов'язаний із культурою, політикою, етикою. Сучасні концепції вважають підприємництво системним явищем, що охоплює як економіку, так і соціокультурну сферу	Г. Дізі, А. Рибчук та ін.
8	Соціально-економічний	Активність підприємця охоплює соціальні й культурні аспекти, створює суспільну користь. Бізнес як інститут, що поєднує особисте та суспільне. У соціально-економічному контексті підкреслюється мультидисциплінарність підприємництва: це активність, котра поєднує соціальні, організаційні та економічні складники. Згідно з цим підходом підприємця визначає не лише мета отримання прибутку, а й суспільно-культурні функції бізнесу	Г. Багієв, М. Борисенко та ін.
9	Соціально-підприємницький	Поєднання прибуткової діяльності з розв'язанням соціально значущих проблем. Соціально-економічний підхід наголошує на інтегрованості бізнесу в інститути, культуру й політику, де основою виступає об'єднання особистих інтересів із громадською користістю та активного поширення набуває соціальне підприємництво	М. Юнус та ін.
10	Інтрапренерство (внутрішній)	Підприємницька ініціатива в межах великої організації, розвиток внутрішніх інновацій. Окрім індивідуальних підприємців, виокремлюють «intrapreneurs» – працівники, які запроваджують інновації всередині корпорації	Б. Антоніч, Р. Хісріч, Дж. Ковін, Р. Прада, Б. Фішер

ЕКОНОМІКА ПРОБЛЕМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Таблиця 2

Характеристика підприємницької діяльності відповідно до розподілу за теорією поколінь

Покоління	Період народження	Підприємницькі ознаки
Покоління переможців (G1)	1901 – 1927 рр.	Орієнтація на стабільність та індустріальні цінності. Низький рівень підприємницької ініціативи, висока лояльність до державної чи корпоративної служби. Підприємництво сприймалося як ризик, допустимий лише в межах ремісничої чи аграрної справи
Мовчазне покоління	1928 – 1945 рр.	Раціональність, дисципліна, консерватизм у фінансах. Підприємництво розглядалося як засіб соціального піднесення, але лише після досягнення певного досвіду. Низький рівень готовності до інновацій, зберігається домінування традиційного бізнесу
Покоління бумерів (Baby Boom)	1946 – 1964 рр.	Висока мотивація до економічного успіху та кар'єрного зростання. Активна участь у побудові малого та середнього бізнесу в 1990-х роках. Висока автономія в управлінні, відбувається переважна орієнтація на стабільний прибуток і довгостроковість планів, заходів тощо
Покоління X	1965 – 1980 рр.	Скепсис щодо корпорацій, прагнення до самозайнятості. Гнучкість і здатність адаптуватися до нових обставин і постійних змін. Висока частка підприємців у сфері послуг, ІТ, нерухомості
Покоління Y (міленіуму)	1981 – 1995 рр.	Цінність work-life balance і самореалізації. Підприємництво як простір для креативності, гнучкості та впливу, особливо в пострадянських умовах. Високий рівень цифрової компетентності, пошук соціального сенсу в бізнесі (social impact)
Покоління Z (інді-виокремлюють з міленіуму)	1996 – 2010 рр.	Стартап-мислення, підприємництво розглядається як стиль життя. Орієнтація на швидкий результат, багатозадачність, диджиталізація. Висока залежність від соціальних мереж як платформи просування
Нове покоління (Alpha)	2010 – формується донині	Перебуває на стадії формування, але вже прогнозуються такі тренди: глибока інтеграція зі штучним інтелектом, XR-технології; підприємництво вибудовується навколо та через платформену економіку (метавесвіт, ігрові екосистеми, оміканальний маркетинг); етичне споживання, кліматичний активізм як бізнес-цінність

повідальність за природний, фізичний, фінансовий, соціальний, культурний капітали, що передаються майбутнім поколінням. Проте кожне наступне покоління змінюється та прагне формувати кращі умови для розвитку подальших поколінь. Але не завжди прагнення до кращого надає змогу досягнути ті трансформаційні зміни, які запускаються, та до якого переліку нових проблем прагнення досконалості продуктів, процесів та умов підприємницької діяльності це може призвести.

Варто зазначити, що в цілому для розвитку вітчизняної підприємницької діяльності варто враховувати специфічні обставини, що передбачають її розвиток в Україні та характеризують специфічні тренди, притаманні бізнес-структурам сьогодні, зокрема:

- ✦ шкільне та молодіжне підприємництво;
- ✦ акцент на участі жінок у різноманітних бізнес-структурах;
- ✦ ветеранське підприємництво;
- ✦ підприємництво серед людей з обмеженими можливостями;
- ✦ формування підприємництва так званого «третього» віку (60–75 років).

Означені складові елементи мають формувати базу підприємницької діяльності, тому в контексті теорії поколінь мають стати основними факторами зростання та реалізації підприємницького потенціалу, а отже, слід приділити більше уваги специфічним ознакам у теорії поколінь, що характеризують їх особливості та сприятимуть взаємній інтеграції у процесі побудови злагодженої діючої підприємницької системи України. Необхідно на цих факторах і ознаках робити акцент, формуючи відповідні стратегії розвитку підприємницької діяльності як на мікро-, так і на державному рівні.

ВИСНОВКИ

Висновки та перспективи подальших розвідок у цьому напрямку полягають у тому, що сучасні підходи до визначення «підприємництва» демонструють багатовимірність цього феномену. Загалом, результати аналізу наукових джерел засвідчують актуальність інтеграції теорії поколінь у прикладні економічні дослідження підприємницької діяльності, особливо в контексті освітніх програм з підприємництва та менеджменту, розробки молодіжних політик, підтримки стартапів і розвитку цифрової економіки та подальшої її інтеграції в повсякденні процеси суспільства. Перш, ніж почати впроваджувати трансформацію комунікації, слід розуміти акценти та особливості розвитку кожного з поколінь, щоб знайти точки їх перетину.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на вивчення мотиваційних стратегій представників покоління Z та Alpha в умовах війни та повоєнної відбудови України. Варто зазначити, що окреслені стратегії мають бути в єдності трендів стратегії розвитку підприємницької діяльності. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бурачек І. В., Ярмолук Д. І., Верстова В. Я. Покоління Z на вітчизняному ринку праці. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 26. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-2>
2. Капліна А. І. Молодіжне підприємництво: проблеми та шляхи їх вирішення. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.50
3. Кобець Д. Л. Роль віртуальної реальності у трансформації HR-процесів: досвід та інновації. *Modern Economics*. 2024. № 46. С. 46–52. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V46\(2024\)-07](https://doi.org/10.31521/modecon.V46(2024)-07)
4. Понедільчук Т., Проходько Т. Методичні підходи до розвитку підприємництва в Україні. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації*. 2022. Вип. 3–4. С. 67–76. DOI: <https://doi.org/10.35774/ibo2022.03-04.067>
5. Сірий Є. В. Особливості розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості молоді в Україні: монографія. Київ : ЦОП «Глобус» ФОП Кравченко Я. О., 2021. 68 с. URL: <https://enpuirb.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f6cc24a3-9c51-45ec-83bb-7eba3df3aad6/content>
6. Сопко Р. І. Теоретичні концепції старіння та їх сутність. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Педагогіка, соціальна робота»*. 2012. Вип. 24. С. 166–169. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/12006>
7. Хромушина Л. А. Виклики і перспективи управління персоналом у контексті теорії поколінь та в умовах невизначеності. *Економіка та суспільство*. 2023. № 51. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-40>
8. Янієва Д. Теорія генерацій як основа формування ефективного мотиваційного механізму в організаційній культурі підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2022. № 4. С. 83–89. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-308-4-13>
9. Hisrich R. D., Peters M. P. Marketing Decisions for New and Mature Products. Columbus, OH: Charles E. Merrill, 1984. P. 131–146.
10. Hisrich R. D., Peters M. P. Entrepreneurship. McGraw-Hill /Irwin, 2002. 663 p.
11. Howe N., Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York : William Morrow & Company, 1991. 538 p.
12. Ravix J. T. Jean-Baptiste Say et l'entrepreneur: la question de la filiation avec Cantillon et Turgot. *In-*

- novations. 2014. No. 3. Vol. 45. P. 59–76. URL: <https://shs.cairn.info/revue-innovations-2014-3-page-59?lang=fr>
13. Kenton W. Intrapreneurship: Definition, Duties, and Responsibilities. *Investopedia*. 2025. URL: <https://www.investopedia.com/terms/i/intrapreneurship.asp>
 14. Schumpeter J. A. Capitalism, Socialism and Democracy. 1942. 389 p. Topics IIIT. DOI: <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.190072/page/n9/mode/2up>
 15. Stevenson H. H., Amabile T. M. Entrepreneurial Management: In Pursuit of Opportunity. In the Intellectual Venture Capitalist: John H. McArthur and the Work of the Harvard Business School, 1980–1995. Boston: Harvard Business School Press, 1999.
 16. Tapscott D. Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World. McGraw-Hill, 2009. 384 p.
 17. Twenge J. M. Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled – and More Miserable Than Ever Before. New York : Atria Books, 2014. 400 p.
- REFERENCES**
- Burachek, I. V., Yarmoliuk, D. I., and Verstova, V. Ya. "Pokolinnia Z na vitchyznianomu rynku pratsi" [Generation Z in the Domestic Labor Market]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 26 (2021). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-2>
- Hisrich, R. D., and Peters, M. P. *Entrepreneurship*. McGraw-Hill /Irwin, 2002.
- Hisrich, R. D., and Peters, M. P. *Marketing Decisions for New and Mature Products*. Columbus, OH: Charles E. Merrill, 1984.
- Howe, N., and Strauss, W. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow & Company, 1991.
- Kaplina, A. I. "Molodizhne pidpriemnytstvo: problemy ta shliakhy yikh vyrishennia" [Youth Entrepreneurship: Problems and Solutions]. *Efektivna ekonomika*, no. 11 (2020). DOI: [10.32702/2307-2105-2020.11.50](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.50)
- Kenton, W. "Intrapreneurship: Definition, Duties, and Responsibilities". *Investopedia*. 2025. <https://www.investopedia.com/terms/i/intrapreneurship.asp>
- Khromushyna, L. A. "Vykyly i perspektyvy upravlinnia personalom u konteksti teorii pokolin ta v umovakh nevyznachenosti" [Challenges and Perspectives of Personnel Management in the Context of Generational Theory and in Conditions of Uncertainty]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 51 (2023). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-40>
- Kobets, D. L. "Rol virtualnoi realnosti u transformatsii HR-protseviv: dosvid ta innovatsii" [The Role of Virtual Reality in Transforming HR Processes: Experience and Innovations]. *Modern Economics*, no. 46 (2024): 46–52. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V46\(2024\)-07](https://doi.org/10.31521/modecon.V46(2024)-07)
- Ponedilchuk, T., and Prokhodko, T. "Metodychni pidkhody do rozvytku pidpriemnytstva v Ukraini" [Methodological Approaches to the Development of Entrepreneurship in Ukraine]. *Instytut bukhhalter-skoho obliku, kontrol ta analiz v umovakh hlobalizatsii*, no. 3-4 (2022): 67–76. DOI: <https://doi.org/10.35774/ibo2022.03-04.067>
- Ravix, J. T. "Jean-Baptiste Say et l'entrepreneur: la question de la filiation avec Cantillon et Turgot". *Innovations*. 2014. <https://shs.cairn.info/revue-innovations-2014-3-page-59?lang=fr>
- Schumpeter, J. A. *Capitalism, Socialism and Democracy*. Topics IIIT. 1942. DOI: <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.190072/page/n9/mode/2up>
- Siryi, Ye. V. "Osoblyvosti rozvytku molodizhnogo pidpriemnytstva ta samozainiatsosti molodi v Ukraini" [Peculiarities of the Development of Youth Entrepreneurship and Self-employment of Youth in Ukraine]. Kyiv : TsOP «Hlobus» FOP Kravchenko Ya. O., 2021. <https://enpuirb.udu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f6cc24a3-9c51-45ec-83bb-7eba3df3aadbf/content>
- Sopko, R. I. "Teoretychni kontseptsii starinnia ta yikh sutnist" [Theoretical Concepts of Aging and Their Essence]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriiia «Pedahohika, sotsialna robota»*. 2012. <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/12006>
- Stevenson, H. H., and Amabile, T. M. *Entrepreneurial Management: In Pursuit of Opportunity*. In the Intellectual Venture Capitalist: John H. McArthur and the Work of the Harvard Business School, 1980–1995. Boston: Harvard Business School Press, 1999.
- Tapscott, D. *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. McGraw-Hill, 2009.
- Twenge, J. M. *Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled – and More Miserable Than Ever Before*. New York: Atria Books, 2014.
- Yaniieva, D. "Teoriia heneratsii yak osnova formuvania efektyvnoho motyvatsiinoho mekhanizmu v orhanizatsiinii kulturi pidpriemstva" [The Theory of Generations as a Basis for Forming the Effective Motivational Mechanism in the Organizational Culture of the Enterprise]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Seriiia «Ekonomichni nauky»*, no. 4 (2022): 83–89. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-308-4-13>