

УДК 338.222

ЦІННІСНІ ПРОФІЛІ ПОКОЛІННЯ Y ТА X

Близнюк Т.П., к.е.н., доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — Ключовою характеристикою кожного покоління є перелік його базових цінностей. В процесі дослідження на сонові методики М. Рокіча були виявлені та проаналізовані цінності представників поколінь Y та X. Порівняльний аналіз цінностей цих поколінь показав на істотні розбіжності в особливо в інструментальних цінностях поколінь Y та X.

Ключові слова — методика М. Рокіча, поколінські цінності, покоління X, покоління Y, ціннісний профіль покоління.

Однією з сучасних теорій циклічності розвитку є теорія поколінь, яка була створена Н. Хоувом та В. Штраусом у 90-х роки ХХ століття, в рамках якою ключовою характеристикою кожного покоління визначена сукупність поколінських цінностей цього покоління, яка безпосередньо впливає на поведінку представників цього покоління [5].

Дослідженням основних характеристик поколінь в рамках теорії поколінь займалися такі провідні закордонні та вітчизняні вчені як Н. Хоув та В. Штраус, Ю. Асташова, Р. Долженко, А. Ермоленко, М. Ісаєва, В. Кірвас, Н. Самоукіна, М. Робісон та ін. Однак дослідження поколінських цінностей таких поколінь як покоління Y та X проведено ще не в повному обсязі, оскільки процес формування поколінських цінностей покоління Y щойно закінчився (2010-ті роки) [6].

Серед існуючих методик діагностування цінностей найбільш універсальною є методика вивчення ціннісних орієнтацій, розроблена М. Рокічем [4]. Методика М. Рокіча заснована на прийомі прямого ранжирування списків цінностей, яка складається з двох списків цінностей:

термінальних (цінностей-цілей) та інструментальних (цінностей-інструментів). В кожному списку наведено по 18 цінностей, які отримані шляхом виключення синонімічних форм з більш об'ємних переліків, які формувалися в ході аналізу інтерв'ю і літературних даних (для термінальних цінностей) і лінгвістичного аналізу (для інструментальних цінностей) [4].

На основі даної методики було проведено анкетування представників двох поколінь Y та X (235 респондентів) з використанням форми Е. На основі результатів аналізу термінальних цінностей була сформована наступна ієрархія найбільш важливих термінальних цінностей представників покоління Y та X, які наведена на рис. 1-2.

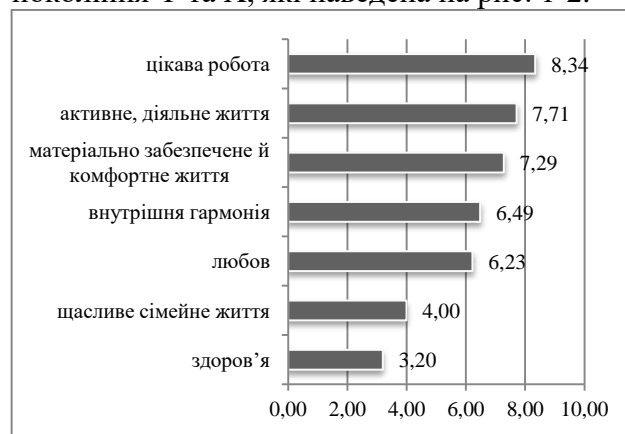


Рис. 1. Найбільш важливі термінальні цінності представників покоління X

В цілому, отримані результати аналізу термінальних цінностей свідчать про те, що обидва покоління зорієнтовані на сімейні цінності, внутрішню гармонію (впевненість в собі, свобода від внутрішніх протиріч, сумнівів) та активне й діяльне життя (повнота та емоційна насиченість життя). Однак для представників покоління X важливим також є матеріально забезпечене й комфортне життя й цікава робота. А для представників покоління Y більш важлива

справжня дружба та розвиток (робота над собою, постійне фізичне і духовне вдосконалення).

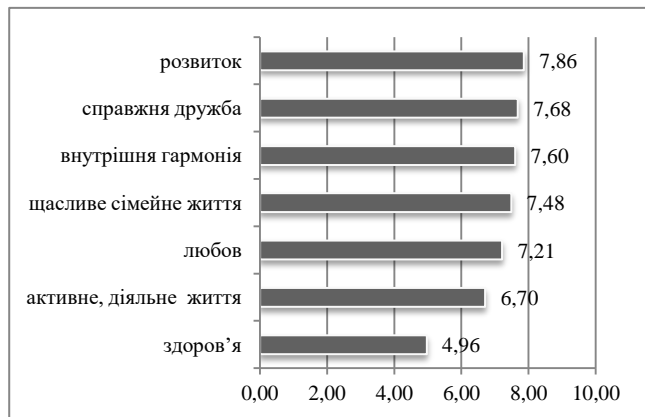


Рис. 2. Найбільш важливі термінальні цінності представників покоління Y

За результатами аналізу структури інструментальних цінностей представників покоління Y та X були побудовані профіль інструментальних цінностей поколінь Y та X, який наведено на рис. 3.



Рис. 3. Профілі інструментальних цінностей покоління Y та X

Згідно рис. 3 можна зробити висновок, що представники поколінь Y та X зорієнтовані на досягнення успіхів в своїй справі на основі конформістських цінностей, для них є важливим при цьому спілкування. Однак для покоління X більш важливе сприйняття інших ніж самоствердження та альтруїстські цінності.

Таким чином, було визначено що актуальними цінностями для представників покоління Y є наступний перелік цінностей-

цілей: здоров'я, активне, діяльне й цікаве життя, любов, щасливе сімейне життя, внутрішня гармонія, справжня дружба та розвиток. Для їх досягнення ним необхідні наступні цінності-інструменти: інтелект і освіченість, чесність, вихованість й ввічливість, життєрадісність, відповідальність, раціоналізм й акуратність. А для представників покоління X визначений наступний перелік цінностей-цілей: здоров'я, щасливе сімейне життя, любов, внутрішня гармонія, матеріально забезпечене й комфортне життя, активне, діяльне життя та цікава робота. Для їх досягнення необхідні наступні цінності-інструменти: чесність, інтелект і освіченість, відповідальність, незалежність, раціоналізм, вихованість й ввічливість та життєрадісність.

Список використаної літератури

1. Асташова Ю.В. Теорія поколінь в маркетингу / Ю.В. Асташова // Вестник ЮУрГУ. Серія «Економіка и менеджмент». – 2014. - № 1, том 8. – С. 108-114.
2. Долженко Р.А. Трансформація системи управління персоналом в умовах росту доли працівників, представителів «Покоління Y» (на матеріалах ОАО «Сбербанк Росії») / Р.А. Долженко // Управление корпоративной культурой. –2015. – № 3. – С. 25–33.
3. Ермоленко А.Б. Розвиток національного освітнього простору в контексті надбань теорії поколінь / А.Б. Ермоленко // Вісник національного університету оборони. – 2015. – №3(40). – С. 82-87. [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://lib.iitta.gov.ua/11251.pdf>.
4. Леонтьев Д.А. Методика изучения ценностных ориентации / Д. А. Леонтьев. – М. : «СМЫСЛ», 1992. – 17 с.
5. Hall N. The Next 20 Years: How Customer and Workforce Attitudes Will Evolve / N. Hall, W. Strauss // Harvard Business Review. – 2007. – Vol. July-August. – P.41-52.
6. Lepeyko T. Generational theory: value-oriented approach / T. Lepeyko, T. Blyznyuk // Business inform. – 2016. – №11. – P. 24-31.

Автор

Близнюк Тетяна Павлівна, докторант, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (blyznyuk.tetyana@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 05 лютого 2017 року.

Опубліковано в авторській редакції