

*Секція: Економіка та управління підприємствами*

***Близнюк Т.П.***

*докторант кафедри менеджменту та бізнесу*

*Харківського національного економічного університету*

*імені Семена Кузнеця*

*м. Харків, Україна*

## **БАЗОВІ ЦІННОСТІ УКРАЇНСЬКОГО ПОКОЛІННЯ Y**

Сучасна теорія поколінь була сформована у 90-х роках ХХ століття Н. Хоувом й У. Штраусом [5]. На її основі активно проводились різноманітні практичні дослідження [1; 2; 4] різних аспектів управління персоналом мотивації, навчання, кар'єрного росту.

В зв'язку зі щорічним збільшенням частки молодих співробітників, тобто представників покоління Y, в структурі персоналу сучасних українських компаній актуальним стає дослідження особливостей саме цього покоління на основі ціннісного підходу.

Покоління Y, яке було народжено в Україні в 1987-2005 роках [6], тільки закінчує формування своїх базових цінностей (2015-2017 роки) і саме зараз це покоління активно дорослішає. Оскільки покоління Y зростає в епоху віртуального світу та комп'ютерів, тому його технологічна грамотність носить інший (природний) характер, на відміну від попередніх поколінь [7].

Для визначення переліку базових цінностей покоління Y в жовтні-грудні 2016 року було проведено анкетування, в якому приймали участь дві категорії респондентів: учні 9-11 класів гімназії № 47 м. Харкова та студенти 1-5 курсів факультету менеджменту та маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.

Вибіркова сукупність школярів складала 100 респондентів (51 чоловіків та 49 жінок) з наступною віковою структурою респондентів: 13 років – 25 % респондентів; 14 років – 25 %; 15 років – 25 %; 16 років – 25 %.

Вибіркова сукупність студентів складала 86 респондентів (25 чоловіків та 61 жінка) з наступною віковою структурою респондентів: 17 років – 19 %

респондентів; 18 років – 20 %; 19 років – 16 %; 20 років – 16 %; 21 рік – 16 %; 22 роки – 13 %.

Серед існуючих методик діагностування цінностей найбільш універсальною є методика вивчення ціннісних орієнтацій розроблена М. Рокічем [3]. В нашому дослідженні використано варіант Е методики М. Рокіча, який включає дві категорії цінностей:

1) термінальні цінності (цінності-цілі) – переконання в тому, що якась кінцева мета індивідуального існування (наприклад, щасливе сімейне життя, мир у всьому світі) варта того, щоб її прагнути з особистої й суспільної точок зору;

2) інструментальні цінності (цінності-засоби) – переконання в тому, що якийсь образ дій (наприклад, чесність, раціоналізм) є кращим у будь-яких ситуаціях з особистої й суспільної точок зору.

Респондентам було запропоновано наступний перелік термінальних цінностей (табл. 1) та інструментальних цінностей (табл. 2).

Таблиця 1

### Перелік термінальних цінностей

№	Цінність	Сутність цінності
1	Активне (цікаве) й діяльне життя	Повнота та емоційна насиченість життя
2	Внутрішня гармонія	Впевненість в собі, свобода від внутрішніх протиріч, сумнівів
3	Життєва мудрість	Зрілість суджень і здоровий глузд, що досягаються з життєвим досвідом
4	Здоров'я	Фізичне та психологічне
5	Цікава робота	
6	Любов	Духовна та фізична близькість з коханою людиною
7	Матеріально забезпечене й комфортне життя	Відсутність матеріальних труднощів
8	Справжня дружба	Наявність гарних та вірних друзів
9	Суспільне визнання	Повага оточуючих, колективу та колег по роботі
10	Пізнання	Можливість розширення своєї освіти, кругозору, загальної культури, інтелектуальний розвиток
11	Продуктивне життя	Максимально повне використання своїх можливостей, сил і здібностей
12	Розвиток	Робота над собою, постійне фізичне і духовне вдосконалення
13	Свобода	самостійність, незалежність у судженнях вчинках
14	Прагнення краси	Переживання прекрасного в природі і в мистецтві
15	Щасливе сімейне життя	
16	Щастя інших	Добробут, розвиток і вдосконалення інших людей, всього

		народу, людства в цілому
17	Творчість	Можливість творчої діяльності
18	Задоволення	Розваги, приємне, необтяжливе проведення часу, відсутність обов'язків

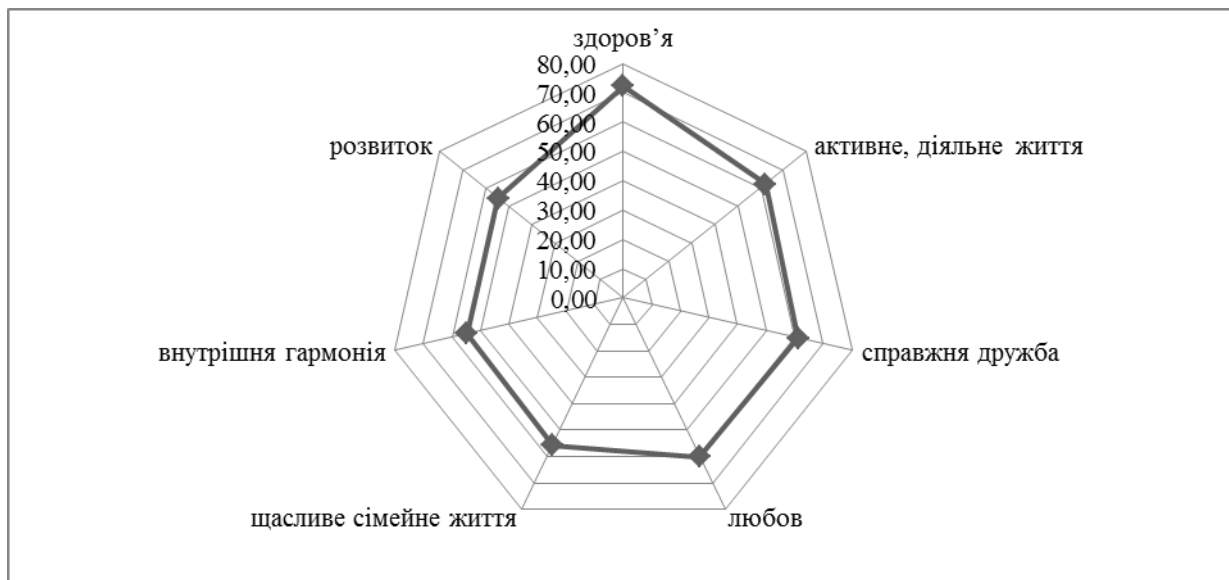
Метод оціночних орієнтацій М. Рокіча базується на прямому ранжуванні списків термінальних та інструментальних цінностей, що й було використано в проведеному дослідженні.

Таблиця 2

### Перелік інструментальних цінностей

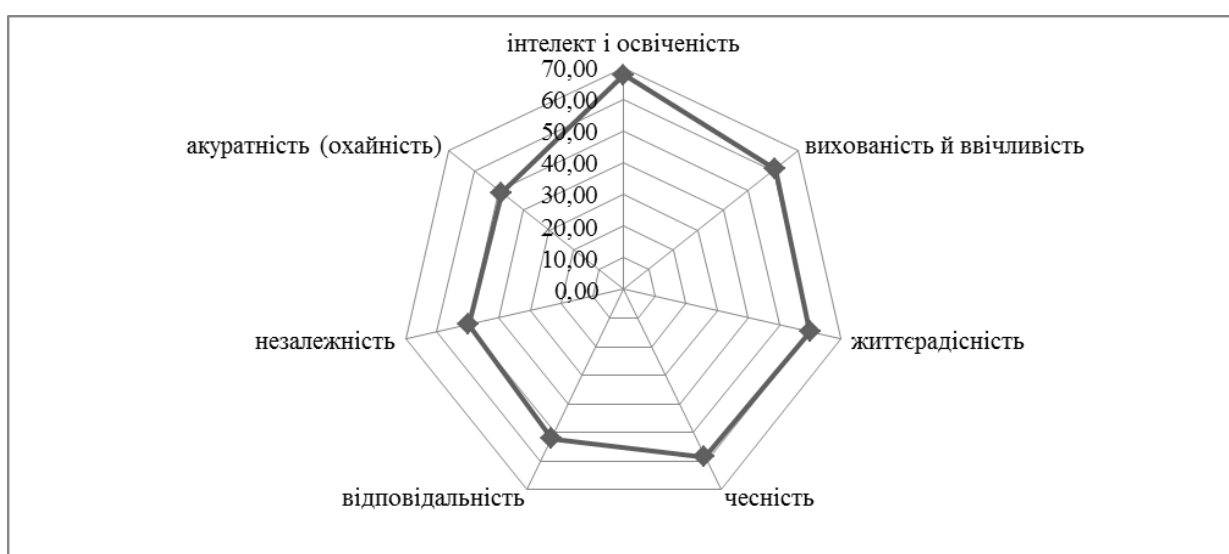
№	Цінність	Сутність цінності
1	Акуратність (охайність)	Вміння тримати в порядку речі, порядок у справах
2	Високі запити	Високі вимоги до життя і високі домагання
3	Вихованість й ввічливість	Гарні манери
4	Життєрадісність	Легка вдача і почуття гумору
5	Інтелект і освіченість	Широта знань, висока загальна культура
6	Старанність	Дисциплінованість
7	Незалежність	Здатність діяти самостійно, рішуче
8	Непримиренність до недоліків у собі та інших	
9	Відповідальність	Почуття обов'язку, вміння тримати своє слово
10	Раціоналізм	Вміння тверезо і логічно мислити, приймати обдумані, раціональні рішення
11	Самоконтроль	Стриманість, самодисципліна
12	Сміливість у відстоюванні своєї думки, поглядів	
13	Тверда воля	Вміння настояти на своєму, не відступати перед труднощами
14	Терпимість	Терпимість до поглядів і думок інших, вміння прощати іншим їхні помилки та омани
15	Чесність	Правдивість, щирість
16	Широта поглядів	Вміння зрозуміти чужу точку зору, поважати інші смаки, звичаї, звички
17	Ефективність в справах	Працьовитість, продуктивність
18	Чуйність	Дбайливість

В результаті аналізу було визначено найбільш значимі термінальні та інструментальні цінності представників покоління Y, які наведені на рис. 1 та 2.



**Рис. 1. Найбільш значимі термінальні цінності представників покоління Y**

Таким чином, було встановлено, що домінуючими у житті цього покоління є сімейні цінності (створення сім'ї, продовження роду, турбота про батьків). Воно зорієнтоване на досягнення значних успіхів в своїй справі (цінності справи та індивідуальні цінності), однак зважає на думку оточуючих (конформістські цінності). Для цього покоління однаково важливі як самореалізація (саморозвиток, досягнення поставлених цілей, цікава робота) та і статус (престижна робота, кар'єра, успіх).



**Рис. 2. Найбільш значимі інструментальні цінності представників покоління Y**

В умовах збільшення частки представників цього покоління в загальній структурі персоналу сучасного бізнесу необхідно знання особливостей саме представників покоління Y. Врахування змісту і структури ціннісних орієнтацій покоління Y дозволить сучасним компаніям сформулювати ефективні HR-стратегії, які б відповідали потребам покоління Y та найбільш ефективно його мотивували.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Долженко Р. А. Трансформация системы управления персоналом в условиях роста доли работников, представителей «Поколения Y» (на материалах ОАО «Сбербанк России») / Р. А. Долженко // Управление корпоративной культурой. –2015. – № 3. – С. 25–33.
2. Костенко И. Теория поколений и портрет современного молодого специалиста / И. Костенко [Электронный ресурс] // Независимый аудитор. – Режим доступа: [http://n-auditor.com.ua/ru/component/na\\_archive/870?view=material](http://n-auditor.com.ua/ru/component/na_archive/870?view=material).
3. Леонтьев Д. А. Методика изучения ценностных ориентации / Д. А. Леонтьев. – М. : «СМЫСЛ», 1992. — 17 с.
4. Сюмар В. "Третья волна", или Теория поколений в украинской политике. / В. Сюмар . [Электронный ресурс] // Украинская правда . – 2013. – Режим доступа: <http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2013/10/7/6999421/?attempt=2>.
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.
7. Ueberwimmer M. Generational Theory: Cross-Cultural Approach / M. Ueberwimmer, T. Blyznyuk // Economics of development. – 2016. –№2 (78). – P. 44-48.