

*Близнюк Т.П.,**к.е.н., доцент,**докторант кафедри менеджменту та бізнесу,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця*

ОЦІНКА ПОКОЛІНСЬКИХ ЦІННОСТЕЙ ПОКОЛІННЯ БЕБІ-БУМЕРІВ ТА ПОКОЛІННЯ X В УКРАЇНІ

Анотація. У статті проведено емпіричне дослідження, аналіз та порівняння поколінських цінностей українських бебі-бумерів та покоління X із використанням методики ціннісних орієнтацій М. Рокіча. За результатами аналізу визначено, що провідні термінальні цінності українського покоління бебі-бумерів та українського покоління X – це цінності індивідуальної взаємодії та соціальної взаємодії, а провідні інструментальні цінності – це загальнолюдські цінності.

Ключові слова: теорія поколінь, покоління бебі-бумерів, покоління X, поколінські цінності, методика ціннісних орієнтацій М. Рокіча, термінальні цінності, інструментальні цінності.

Постановка проблеми. Теорія поколінь є однією з найбільш нових теорій циклічності розвитку, оскільки вона була сформульована Н. Хоувом й У. Штраусом в 90-х роках ХХ ст. Основою теорії поколінь є той факт, що системи цінностей у людей, які виросли в різні історичні періоди, тобто належать до різних поколінь, розрізняються досить сильно. Це пов'язано з тим, що цінності людини формуються не тільки в результаті сімейного виховання, а й під впливом суспільних подій (економічних, соціальних, технологічних та політичних подій), які відбуваються в період дорослішання людини. Саме тому визначальною характеристикою кожного покоління є перелік базових (поколінських) цінностей цього покоління [12].

Згідно з точкою зору вчених [13], у рамках ціннісного підходу до теорії поколінь під поколінням розуміється спільність людей, народжених у певний історичний період, сформованих як особистості під впливом загальних факторів навколишнього середовища (соціальних, культурних, економічних і політичних подій, технічного прогресу), і які є носіями єдиних поколінських цінностей, що знаходяться на підсвідомому рівні особистості. Між поколіннями постійно відбувається взаємодія, оскільки кожне попереднє покоління через свої дії (прогресивні або регресивні) формує наступне покоління, і цей процес відбувається постійно.

Згідно зі статистичними даними [11], домінуючим у сучасній структурі населення України (32%) є покоління X віком від 30 до 51 років; 28% населення становлять представники покоління бебі-бумерів у віці від 52 до 70 років; 17% – представники покоління Y у віці від 11 до 29 років; 13% – представники мовчазного покоління у віці від 71 до 91 року; й лише 10% належать поколінню Z, яке зараз народжується.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням характеристик сучасних поколінь у рамках теорії поколінь займалися як вітчизняні, так і закордонні вчені. Так, Н. Хоув та У. Штраус [12] проаналізували цінності, притаманні всім поколінням американців починаючи з 1588 р. народження.

Дослідниця Н. Самоукіна [8] розглядає теоретичний перелік цінностей, притаманних кожному із сучасних поколінь, народжених у країнах колишнього СРСР.

В. Сьюмар [10] досліджує теорію поколінь у контексті політичної діяльності представників різних поколінь в Україні. Р. Долженко [4] значну увагу приділяє особливостям управління персоналом, який представлений лише представниками російського покоління Y.

Ю. Асташова [1; 2] розглядає можливості практичного використання теорії поколінь у сфері маркетингу для сегментації споживачів. В. Кірвас [6] аналізує особливості сучасних українських студентів (представників покоління Y) у контексті теорії поколінь. І. Веретеннікова [3] розглядає лише загальні характеристики представників сучасних поколінь та особливості підходів до роботи та освіти представників кожного з поколінь. М. Ісаєва [5] аналізує теорію поколінь лише в контексті молодіжних субкультур. М. Сушкова та Є. Шарахова [9] досліджують особливості управління персоналом, який складається з представників поколінь X та Y.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Саме тому деякі аспекти, пов'язані з описом та аналізом базових (поколінських) цінностей покоління бебі-бумерів та покоління X розглянуті ще не в повному обсязі, дана проблема є актуальною й потребує більш детального розгляду.

Мета статті полягає у дослідженні та аналізі поколінських цінностей українських бебі-бумерів та українського покоління X із використанням методики ціннісних орієнтацій М. Рокіча.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з найбільш універсальних методик дослідження цінностей особистості (групи особистостей) є методика вивчення ціннісних орієнтацій, розроблена М. Рокічем, яка заснована на прийомі прямого ранжирування списків цінностей, який складається з двох списків цінностей [14]:

1) термінальних (або цінностей-цілей) – переконання в тому, що якась кінцева мета індивідуального варта того, щоб її прагнути з особистої й суспільної точок зору;

2) інструментальних (або цінностей-засобів) – переконання в тому, що якийсь образ дій є кращим у будь-яких ситуаціях з особистої й суспільної точок зору.

Термінальні цінності є основними цілями особистості, які відображають довготривалу життєву перспективу, визначають основну життєву позицію та досягаються за допомогою інструментальних цінностей, які визначені на даному етапі осмислення особистістю життєвої ситуації і себе самої. Саме тому інструментальні цінності визначають модель поведінки особистості, а термінальні цілі – мету цієї поведінки.

Загалом у кожному зі списків цінностей визначено по 18 цінностей із коротким поясненням змісту кожної цінності.

На основі методики М. Рокіча, яка була адаптована Д. Леонтьєвим [7], проведено оцінку та аналіз базових цінностей представників покоління бебі-бумерів та покоління Х в Україні. Респондентам було запропоновано перелік термінальних та інструментальних цінностей, який наведено в табл. 1.

У проведеному в листопаді 2016 р. опитуванні щодо поколінських (базових) цінностей покоління бебі-бумерів та покоління Х брали участь 104 респонденти (віком від 30 до 70 років), які проживають у місті Харкові.

Усі респонденти протягом перших 14 років життя знаходилися на території України, тобто процес їх соціалізації та фор-

мування структури термінальних цінностей пройшов в однакових умовах – української національної культури.

Вибіркова сукупність становила дві групи респондентів:

- 1) 52 представники покоління бебі-бумерів (віком $61,05 \pm 8,95$ роки), з яких 44,23% чоловіків та 55,77% жінок;
- 2) 52 представники покоління Х (віком $38,5 \pm 8,95$ роки), з яких 25,0% чоловіків та 75,0% жінок.

На основі результатів емпіричного дослідження цінностей представників покоління бебі-бумерів та покоління Х було сформовано ієрархії термінальних та інструментальних цінностей цих поколінь України, які наведені у табл. 2 та 3.

Таблиця 1

Термінальні та інструментальні цінності (методика М. Рокіча, адаптована Д. Леонтьєвим [7])

№	Цінність	Сутність цінності
Термінальні цінності		
1	Активне, діяльне й цікаве життя	Повнота та емоційна насиченість життя
2	Внутрішня гармонія	Впевненість у 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 із 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, усього народу, людства у цілому
17	Творчість	Можливість творчої діяльності
18	Задоволення	Розваги, приємне, необтяжливе проведення часу, відсутність обов'язків
Інструментальні 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 увічливість	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, уміння 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 у справах	Працьовитість, продуктивність
18	Чуйність	Дбайливість

Класифікація термінальних цінностей покоління бебі-бумерів та покоління X в Україні за рівнем значимості (рангом)

Ранг	Цінність	
	Покоління бебі-бумерів	Покоління X
Найбільш значимі термальні цінності		
1	Здоров'я	
2	Прагнення краси	Щасливе сімейне життя
3	Внутрішня гармонія	Любов
4	Цікава робота	Внутрішня гармонія
5	Активне (цікаве) й діяльне життя	Матеріально забезпечене й комфортне життя
6	Любов	Активне (цікаве) й діяльне життя
7	Матеріально забезпечене й комфортне життя	Цікава робота
Бажані, але не обов'язкові цінності		
8	Життєва мудрість	Справжня дружба
9	Справжня дружба	Розвиток
10	Суспільне визнання	Пізнання
11	Свобода	Життєва мудрість
12	Продуктивне життя	Свобода
Цінності з низьким рівнем бажаності		
13	Пізнання	Продуктивне життя
14	Розвиток	Суспільне визнання
15	Щастя інших	Задоволення
16	Щасливе сімейне життя	Творчість
17	Творчість	Прагнення краси
18	Задоволення	Щастя інших

Класифікація інструментальних цінностей покоління бебі-бумерів та покоління X в Україні за рівнем значимості (рангом)

Ранг	Цінність	
	Покоління X	Покоління X
Найбільш значимі інструментальні цінності		
1	Відповідальність	Чесність
2	Чесність	Інтелект і освіченість
3	Інтелект і освіченість	Відповідальність
4	Старанність	Незалежність
5	Вихованість й увічливість	Раціоналізм
6	Життєрадісність	Вихованість й увічливість
7	Акуратність (охайність)	Життєрадісність
Бажані, але не обов'язкові цінності		
8	Терпимість	Чуйність
9	Самоконтроль	Ефективність у справах
10	Незалежність	Самоконтроль
11	Ефективність у справах	Сміливість у відстоюванні своєї думки, поглядів
12	Широта поглядів	Тверда воля
Цінності з низьким рівнем бажаності		
13	Раціоналізм	Старанність
14	Чуйність	Широта поглядів
15	Сміливість у відстоюванні своєї думки, поглядів	Терпимість
16	Тверда воля	Акуратність (охайність)
17	Високі запити	
18	Непримиренність до недоліків у собі та інших	

Підтвердження наявності зв'язку між оцінками термінальних цінностей за кожною з груп респондентів було проведено на основі розрахунків коефіцієнтів Пірсона (r). Для пред-

ставників покоління бебі-бумерів коефіцієнти Пірсона були в межах $r = 0,701 \div 0,911$, а для представників покоління X коефіцієнти Пірсона були в межах $r = 0,724 \div 0,933$. Це свідчить про

досить високий ступень узгодженості точок зору в кожній групі респондентів за даною категорією цінностей.

Як свідчать результати, група найбільш значимих термінальних цінностей українських представників покоління бейбі-бумерів та покоління Х мають спільні (абсолютні) цінності, а саме «здоров'я», «внутрішня гармонія» (різниця 1 ранг), «активне й діяльне життя» (різниця 1 ранг), «матеріально забезпечене й комфортне життя» (різниця 2 ранги), «цікава робота» (різниця 3 ранги) та «любов» (різниця 3 ранги). Однак для покоління бейбі-бумерів важливою цінністю є «прагнення краси» (переживання прекрасного в природі і в мистецтві), яка абсолютно відкидається українським поколінням Х. Водночас для представників покоління Х важливою цінністю є «щасливе сімейне життя», яка абсолютно відкидається українським поколінням бейбі-бумерів.

Значна різниця в переліку цінностях спостерігається в групах бажаних, але не обов'язкових цінностей та цінностей із низьким рівнем бажаності. Серед термінальних цінностей, які не важливі або абсолютно відкидаються, спільною цінністю (16-18 ранги) для двох груп є лише «творчість» (різниця 1 ранг).

Підтвердження наявності зв'язку між оцінками респондентів інструментальних цінностей за кожною з груп було проведено на основі розрахунків коефіцієнтів Пірсона (r). Для представників покоління бейбі-бумерів коефіцієнти Пірсона були в межах $r = 0,697 \div 0,929$, а для покоління Х $r = 0,724 \div 0,936$. Це свідчить про досить високий ступень узгодженості точок зору в кожній групі респондентів за кожною з категорій інструментальних цінностей.

Як свідчать результати, група найбільш значимих інструментальних цінностей українських представників покоління бейбі-бумерів та покоління Х має спільні (абсолютні) цінності, а саме «чесність» (різниця 1 ранг), «інтелект і освіченість» (різниця 1 ранг), «вихованість й увічливість» (різниця 1 ранг), «життєрадісність» (різниця 1 ранг) та «відповідальність» (різниця 2 ранги). Однак для українського покоління бейбі-бумерів важливими є «старанність» (дисциплінованість) та «акуратність (охайність – уміння тримати в порядку речі, порядок у справах), яка відкидається українським поколінням Х. Водночас для представників покоління Х важливою цінністю є «незалежність», яка є бажаною але не обов'язковою для бейбі-бумерів, та «раціоналізм», який узагалі відкидається українським поколінням бейбі-бумерів.

Значна різниця в переліку цінностей спостерігаються в групах бажаних, але не обов'язкових цінностей та цінностей із низьким рівнем бажаності. Серед інструментальних цінностей, які не важливі або абсолютно відкидаються, спільними цінностями (16-18 ранги) для двох груп спільними цінностями є «високі запити» та «непримиренність до недоліків у собі та інших».

Висновки. Оскільки всі респонденти пройшли процес соціалізації в умовах української національної культури, вони мають загальну національну культуру. Саме тому на основі результатів порівняння систем цінностей респондентів можна визначити особливості їх поколінь культури, представниками якої є всі респонденти.

За результатами аналізу ієрархій термінальних цінностей можна стверджувати, що провідні ранги термінальних цінностей як поколінням бейбі-бумерів, так і поколінням Х були встановлені для трьох цінностей індивідуального взаємодії: «здоров'я» (як стандартна, поширена цінність, передається з покоління в покоління), «активна і діяльна життя» і «цікава

робота» і дві цінності соціальної взаємодії («любов» та «внутрішня гармонія»). Однак для покоління бейбі-бумерів важливою цінністю є «прагнення краси» (переживання прекрасного в природі та мистецтві), а для представників покоління Х важливою цінністю є «щасливе сімейне життя». Найменш значущою термінальною цінністю для покоління бейбі-бумерів є цінність індивідуального взаємодії «задоволення», тоді як для покоління Х – «щастя інших».

В ієрархії інструментальних цінностей як поколінням бейбі-бумерів, так і поколінням Х найбільш значущими цінностями визначено чотири загальнолюдських цінності («відповідальність», «вихованість і увічливість», «чесність» і «життєрадісність») і одна цінність соціальної успішності («інтелект і освіченість»). Низький ранг отримали такі неважливі для обох груп респондентів цінності самоствердження, як «високі запити» і «непримиренність до недоліків у собі та інших».

Подальшим напрямом дослідженням стане формування системи управління персоналом, яка б відповідала структурі ціннісних орієнтацій персоналу та враховувала особливості представників усіх поколінь, які можуть бути співробітниками організації.

Література:

1. Асташова Ю.В. Теория поколений в маркетинге / Ю.В. Асташова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2014. – № 1. – Т. 8. – С. 108–114.
2. Асташова Ю.В. Поколенческий подход к сегментации потребителей в концепции маркетинга взаимодействия / Ю.В. Асташова // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=17883>.
3. Веретенникова И. Применение теории поколений для привлечения и развития персонала / И. Веретенникова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://interservis.ru/article/index.php?id=136&print=1>.
4. 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.
5. Исаева М.А. Поколения кризиса и подъема в теории В. Штрауса и Н. Хоува / М.А. Исаева // Знание. Понимание. Умение. – 2011. – № 3. – С. 290–295.
6. Кирвас В.А. Формирование информационно-коммуникационной компетентности современных студентов с учетом особенностей поколения / В.А. Кирвас // Системы обработки информации. – 2014. – № 2. – С. 288–292 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://nbuv.gov.ua/UJRN/soi_2014_2_60.
7. Леонтьев Д.А. Методика изучения ценностных ориентации / Д.А. Леонтьев. – М. : СМЫСЛ, 1992. – 17 с.
8. Самоукина Н. Теория поколений и управление персоналом в условиях кризиса / Н. Самоукина // Школа тренинга Натальи Саукиной [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://samoukina.com/index/publikaczi/itati/teoriya-pokolenij-i-upravlenie-personalom-v-usloviyax-krizisa.html>.
9. Сушкова М.С. «Теория поколений» в процессе управления персоналом аптечных организаций. / М.С. Сушкова, Е.Ф. Шарахова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://socpharm.nuph.edu.ua/files/2015/06/%D0%A1%D1%83%D1%88%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D0%9C.%D0%A1.-%D0%A8%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D0%95.%D0%A4.pdf>.
10. Сюмар В. «Третья волна», или Теория поколений в украинской политике / В. Сюмар // Украинская правда. – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2013/10/7/6999421/?attempt=2>.
11. Чернышев Е. Демографический прогноз: Украина уже скоро может исчезнуть как отдельное государство / Е. Чернышев

- шев // Накануне.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.nakanune.ru/articles/18461/#sthash.tX6j0T1s.dpuf/>.
12. Howe N. The Next 20 Years: How Customer and Workforce Attitudes Will Evolve / N. Howe, W. Strauss // Harvard Business Review. – 2007. – Vol. July-August. – P. 41–52.
13. Lepeyko T. Generational theory: value-oriented approach. / T. Lepeyko, T. Blyznyuk // Business inform. – 2016. – № 11. – P. 24–31.
14. Rokeach M. The nature of human values / M. Rokeach. – New York : Free Press. – 1973. – 355 p.
15. Rokeach M. The nature of human values / M. Rokeach. – New York : Free Press. – 1973. – 355 p.

Близнюк Т.П. Оценка поколенческих ценностей поколения бэби-бумеров и поколения X в Украине

Аннотация. В статье проведены эмпирическое исследование, анализ и сравнение поколенческих ценностей украинских бэби-бумеров и поколения X с использованием методики ценностных ориентаций М. Рокича. В результате анализа установлено, что ведущие терминальные ценности украинского поколения бэби-бумеров и украинского поколения X – это ценности индивидуального взаимодействия и социального

взаимодействия, а ведущие инструментальные ценности – это общечеловеческие ценности.

Ключевые слова: теория поколений, поколение бэби-бумеров, поколение X, поколенческие ценности, методика ценностных ориентаций М. Рокича, терминальные ценности, инструментальные ценности.

Blyznyuk T.P. Evaluation of generational values of baby boomers generation and generation X in Ukraine

Summary. The empirical study, analysis and comparison of the generational values of Ukrainian baby boomers and generation X using M. Rokeach's approach of value orientations are conducted in the article. As a result of the analysis it was established that the leading terminal values of the Ukrainian generation of baby boomers and the Ukrainian generation X are the values of individual interaction and social interaction, and the leading instrumental values are human values.

Keywords: the theory of generations, the generation of baby boomers, generation X, generational values, M. Rokeach's approach of value orientations, terminal values, instrumental values.