

Мотивационно-потребностная сфера поколения миллениалов

Научный руководитель – Хачатурова Милана Радионовна

Иванова Полина Ивановна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет социальных наук, Москва, Россия

E-mail: paula_ivanova@mail.ru

В настоящее время довольно часто можно услышать о проблемах в сфере HR, связанных с повышенной текучестью кадров и сложностью управления современными молодыми сотрудниками. Руководители жалуются на молодежь, по их словам, кардинально отличающуюся от своих предшественников, а поскольку именно современная молодежь - будущее рынка труда, сложившиеся трудности представляются особенно существенными. В связи с этим проблема изучения мотивационно-потребностной сферы молодежи или, иными словами, поколения Миллениум (Y), является крайне актуальной. Зарубежными исследователями эта проблема изучена довольно хорошо [2,3,4,5]. Однако, в отечественной психологии не существует единства в понимании концепции поколений, что приводит к недостаточной изученности особенностей мотивационно-потребностной сферы поколения Миллениум, а это, в свою очередь, может значительно влиять на эффективность управления кадрами. В России существуют отдельные попытки решения поставленной проблемы, предпринятые в сфере маркетинга и менеджмента, носящие преимущественно описательный, а не исследовательский характер [1,6]. Тем не менее, даже эти исследования являются немногочисленными. Исходя из вышесказанного, актуальность настоящего исследования определяется запросами практики, слабой разработанностью проблемы поколений в отечественной психологии, наличием различных точек зрения на содержание понятия и его возрастные границы, а кроме того, недостаточностью и недостоверностью эмпирических данных по представленной теме.

Наше теоретическое исследование направлено на освещение поставленной выше проблемы. Кроме того, мы предлагаем собственное понимание основания для выделения поколения Миллениум как отдельной социально-демографической группы, основанное на метафоре информационных революций, а также план будущего эмпирического исследования.

Так, необходимо провести серию исследований с помощью метода временного запаздывания, а именно, протестировать представителей разных поколений (X, Y, а впоследствии, и Z по достижению большинством представителей совершеннолетия) в одинаковом возрасте. Это позволит ответить на следующий вопрос: «Действительно ли Миллениалы России отличаются от представителей иных поколений цикла с точки зрения их мотивационно-потребностной сферы?», а именно, убедиться, что различия (при их наличии) могут объясняться не разницей в возрасте испытуемых, а своеобразием конкретного поколения. Кроме того, для полноценного изучения мотивационно-потребностной сферы представителей поколения Миллениум необходимо проведение лонгитюдного исследования.

Гипотеза: характеристики мотивационно-потребностной сферы представителей поколения Миллениум (Y) значительно отличаются от таких же характеристик представителей поколения X.

В связи с тем, что разрешение поставленной проблемы возможно только с помощью серии исследований (лонгитюдного исследования мотивационно-потребностной сферы представителей Миллениалов, а также исследований данной сферы поколения X, Y с помощью

метода временного запаздывания), работа такого масштаба не может быть проведена в рамках нескольких лет.

На первом этапе в исследовании примут участие 60 человек так, что 30 из них будут представителями поколения X, 30 - Y, проживающими на территории Российской Федерации. Большинство представителей поколения Z на данный момент еще не достигло совершеннолетия, в связи с чем их изучение представляется затруднительным.

При анализе мотивационно-потребностной сферы респондентов будет использована батарея методик, состоящая из методик «Диагностика мотивационной структуры личности» В.Э. Мильмана, «Уровень соотношения "ценности" и "доступности" в различных жизненных сферах» Е.Б. Фанталовой и «Диагностика социально-психологических установок личности» О.Ф. Потемкиной.

Для дальнейшей обработки результатов, дополненных на следующем этапе исследования (по достижению современными Миллениалами возраста представителей поколения X, с целью устранения таких побочных переменных как возрастные особенности или карьерная ситуация) будет применен непараметрический критерий Вилкоксона. Впоследствии, помимо количественного, будет проведен качественный анализ результатов по выборке Миллениалов для более полного описания их мотивационно-потребностной сферы на данный момент.

Источники и литература

- 1) 1. Сиврикова Н.В. Проблемы изучения поколений в психологии // Культурно-историческая психология. - 2015. - Т. 11. No 2. - С. 100—107.
- 2) 2. Eddy S. W. Ng, Schweitzer, L., Lyons, S.T.. New Generation, Great Expectations: A Field Study of the Millennial Generation // Journal of Business and Psychology. - 2010 - Vol. 25 Issue 2 - pp 281–292
- 3) 3. Strauss, W., Howe, N. Generations : the history of America's future, 1584 to 2069. - New York: William Morrow & Company, 1991.
- 4) 4. Thompson, C., Gregory, J.B. Managing Millennials: A Framework for Improving Attraction, Motivation, and Retention // The Psychologist-Manager Journal. - 2012 - Vol. 15 - pp 237–246
- 5) 5. Twenge, J. M. A Review of the Empirical Evidence on Generational Differences in Work Attitudes // Journal of Business and Psychology. - 2010 - Vol. 25 Issue 2
- 6) 6. Теории поколений (Generation Theory) в России [Электронный ресурс]: <https://rugenerations.ru>