

*Габдуллина А.Н., студент*

*Уфимский университет науки и технологий*

*г. Уфа, Российская Федерация*

*Галимова А.Ш., кандидат экономических наук, доцент*

*Уфимский университет науки и технологий*

*г. Уфа, Российская Федерация*

## **ЦЕННОСТИ И УСТАНОВКИ РАБОТНИКОВ**

***Аннотация:** В статье рассматривается понятие жизненного мира личности, определяется понятие и взаимосвязь ценностей и установок личности, рассматривается влияние определенных факторов (таких как категория работника, поколение) на формирование его системы ценностей. Также подчеркивается необходимость исследования и принятия во внимание ценностных ориентаций работников для обеспечения эффективной работы предприятий.*

***Ключевые слова:** жизненный мир; ценности; установки; персонал; работник; поколение; влияние.*

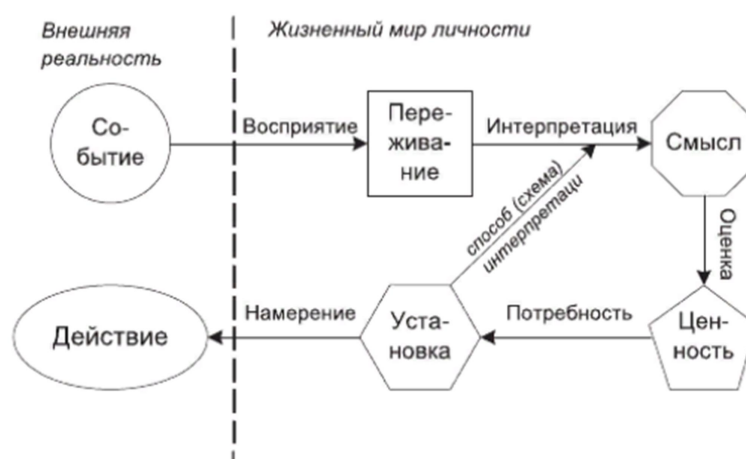
## **VALUES AND ATTITUDES OF EMPLOYEES**

***Abstract:** The article examines the concept of the life world of the individual, defines the concept and relationship of values and attitudes of the individual, examines the influence of certain factors (such as the category of employee, generation) on the formation of his value system. It also emphasizes the need to research and take into account the value orientations of employees to ensure the effective operation of enterprises.*

***Keywords:** life world, values, attitudes, personnel, employee, generation, influence*

Люди выступают главным ресурсом современных предприятий. При этом люди – это психологически сложные существа. Игнорирование их психологических особенностей приводит к снижению их трудового потенциала, и, в конечном счете, к снижению эффективности работы предприятия.

Жизненный мир каждой личности можно охарактеризовать как набор привычных, наделяемых определенными смыслами переживаний. Отличающиеся субъективизмом, эти переживания и смыслы складываются в ходе индивидуального развития организма и являют собой субъективный опыт человека. Живя в обществе и наработывая свой личный опыт, каждый человек также воспринимает опыт других и осваивает знания, которые становятся достоянием его жизненного мира. Как показано на рисунке 1, схема функционирования жизненного мира личности предполагает наличие внешней реальности (события), которая порождает у человека определенные переживания. Эти переживания интерпретируются (наделяются неким смыслом) и оцениваются человеком с учетом присущих ему ценностей, а после обуславливают у него намерение совершить определенные действия.



**Рисунок 1. Схема функционирования жизненного мира [2]**

Под ценностью понимается устойчивое убеждение человека в том, что некий способ действия либо некие жизненные цели являются более

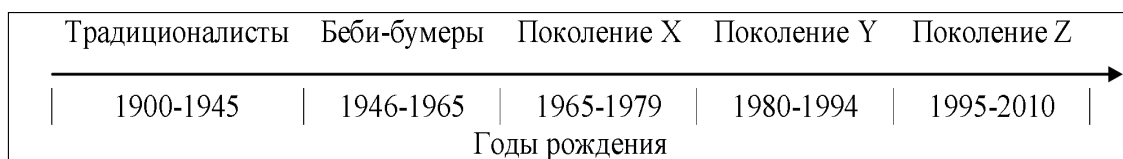
предпочтительными в сравнении с другими. Т.е. под ценностями понимается набор стандартов и критериев, согласно которым человек следует в процессе своей жизни. «Ценности являют собой определенную точку отсчета при оценивании тех или иных событий и явлений» [6]. Все имеющиеся ценности формируют определенную систему ценностей, в которой ценности располагаются в иерархическом порядке с учетом их значимости. Применительно к рабочей среде можно отметить, что когда представления о ценностях между менеджментом и подчиненными совпадают, тогда подчиненные более удовлетворены своей работой, конфликты либо отсутствуют либо являются незначительными.

Под установкой понимается долговременная организация ряда убеждений, которые касаются какого-то объекта либо ситуации и предрасполагают человека как субъекта действовать определенным, предпочтительным для него способом. Установки дают возможность человеку целесообразно выполнять деятельность, адаптироваться к окружающему миру и трансформировать его с учетом имеющихся нужд. На личностные установки можно оказывать влияние. Применительно к рабочей среде можно выделить такие способы влияния как предоставление свежих сведений, устрашение, использование авторитета коллег, привлечение к сотрудничеству, предложение определенной компенсации.

Как отмечает Н.В. Латова, «для большинства российских работников присущи такие ценности как семья, финансовое благополучие, работа и самореализация. Эти ценности связываются с таким понятием как «жизненный успех» [3]. Такие выводы были получены в ходе проведенного Институтом социологии РАН выборочного опроса россиян. Было замечено, что у разных профессиональных групп работников количество ведущих ценностей различается. В частности, у предпринимателей, специалистов и менеджмента выявлено до четырех-пяти ведущих ценностей (семья, работа, финансовое благополучие, самореализация, образование). У работников торговли и рабочих – три ценности (семья, работа и финансовое

благополучие), у работников рутинного нефизического труда – только две (работа и семья). Такая ценность как «образование» является высоко значимой лишь для специалистов и служащих. Для категории персонала «рабочие» ценность образования ниже, хотя считается важнее, чем общение, карьера, уважение со стороны коллег, доступ к сведениям. У категории «предприниматели» и «менеджмент» лидирующее место в системе ценностей занимает «финансовое благополучие».

Большой интерес представляет изучение трудовых ценностей работников с учетом такого критерия как «поколение». Как показано на рисунке 2, всех современных работников с учетом года их рождения можно разделить по таким поколениям как: традиционалисты, бэби-бумеры, поколение X, поколение Y и поколение Z.



**Рисунок 2. Поколения работников [1]**

В состав присущих для работников-традиционалистов трудовых ценностей входят дисциплина на предприятии, желание качественно выполнять работу, авторитет, соблюдение правил и инструкций, продвижение по карьерной лестнице. Эти работники обычно ведут скромный образ жизни, расходуют мало средств и испытывают потребность в постоянстве.

Работники из поколения «бэби-бумеры» отличаются развитым индивидуализмом и осмотрительностью. Их трудовые ценности – это самоопределение, самосовершенствование, продвижение по карьерной лестнице, высокий статус, положительный имидж.

Работники поколения X отличаются самостоятельностью, верностью и приверженностью к традициям, восприимчивостью к новым технологиям, умением мыслить масштабно. Их трудовые ценности – это творческое выражение, саморазвитие, чувство безопасности и справедливости, возможность проявить инициативу, профессионализм, построение личных связей.

Работник поколения Y отличаются уважительным отношением к другим, осознанием значимости духовных ценностей. Их трудовые ценности – это возможность постоянного обучения и развития, пребывание в технологической среде, выполнение разнообразной работы, быстрое получение поощрения.

Работники поколения Z как цифровое поколение являются свободолюбивыми индивидуалистами, уверенные в себе и имеющие масштабную точку зрения. Их трудовые ценности – это творческое самовыражение, инновационная цифровая среда, постоянное обучение, индивидуализм, гибкость, размышления в поисках смыслов.

Не принимать в расчет представленные особенности и ценности поколений будет грубой ошибкой в работе любого руководителя любого предприятия. Если работники-традиционалисты испытывают реальную готовность много и упорно трудиться, то для работников поколения X не менее важной ценностью является и семья. Работник поколения Y являются высокомотивированными, при этом частная смена места работы для них – это норма. А для работников поколения Z – работа и вовсе не на первом месте.

«Предприятиям следует использовать индивидуальные ценности как стимулы, которые побуждают работников вести себя в соответствии с целями фирмы» [4]. Имеющиеся у людей ценностные ориентации можно разделить на определенные группы. В том числе, можно выделить ценности индивидуальные (здоровье, коммуникации, карьерное развитие, семейные отношения) и групповые (ценности предприятия, отдела, сослуживцев). Учет

этих ценностей важен для работодателей для повышения эффективности труда каждого работника в составе трудового коллектива.

Для исследования ценностных ориентаций персонал можно использовать разные методики. Например, Л.Б. Плотников предлагает использовать методику М. Рокича. «Методика предполагает: разработку и предложение своим работникам перечня ценностей; присвоение ранга каждому пункту списка; получение результатов теста при помощи ключа» [5]. Также можно провести интервью по компетенциям. При беседе с работниками предпочтительно задавать открытые вопросы для получения развернутых многосложных ответов. Эти вопросы позволят сформировать картину предпочтений сотрудников. Также понимание трудовых ценностей сотрудников является важным для построения эффективной системы мотивации. Например, когда предприятие нуждается в стабильном работнике, но со своей стороны не может предложить ему в перспективе карьерного роста, руководство может рассмотреть кандидатов, в чьи лидирующие ценности входят семья, здоровье, хорошие отношения с коллегами. И т.д.

Таким образом, под ценностью понимается устойчивое убеждение человека в том, что некий способ действия либо некие жизненные цели являются более предпочтительными в сравнении с другими. Под установкой понимается «долговременная организация ряда убеждений, которые касаются какого-то объекта либо ситуации и предрасполагают человека как субъекта действовать определенным, предпочтительным для него способом. Для большинства российских работников присущи такие ценности как семья, финансовое благополучие, работа и самореализация. При этом набор и иерархия ценностей зависит от разных факторов: его категории, поколения и т.д. Учет ценностей и установок персонала позволяют предприятию повышать свою конкурентоспособность компании.

## Литература

1. Аранжин В.В. Влияние трудовых ценностей различных поколений работников на выбор форм и видов занятости: результаты теоретического анализа / В.В. Аранжин, Е.В. Нехода // Экономика труда. – 2022. – Том 9. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-trudovyh-tsennostey-razlichnyh-pokoleniy-rabotnikov-na-vybor-form-i-vidov-zanyatosti-rezultaty-teoreticheskogo-analiza> (дата обращения: 27.03.2023).
2. Дивисенко К.С. Ценности и установки в структуре жизненного мира / К.С. Дивисенко // Петербургская социология сегодня. – 2018. – № 9. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennosti-i-ustanovki-v-strukture-zhiznennogo-mira> (режим доступа: 27.03.2023).
3. Латова Н.В. Человеческий потенциал российских рабочих: ценности и установки / Н.В. Латова // Journal of institutional studies (Журнал институциональных исследований). – 2018. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chelovecheskiy-potentsial-rossiyskih-rabochih-tsennosti-i-ustanovki> (дата обращения: 27.03.2023).
4. Нефедова, Е.Е. Факторы, влияющие на поведение персонала в организации / Е.Е. Нефедова, А.А. Гужикова // Молодой ученый. – 2021. – № 32 (374). – URL: <https://moluch.ru/archive/374/83499/> (дата обращения: 27.03.2023).
5. Плотникова Л.Б. Ценностные ориентации работников: как совместить их с целями компании / Л.Б. Плотникова // Директор по персоналу: практический журнал по управлению человеческими ресурсами. – 2018. – № 7. – URL: <https://www.hr-director.ru/article/67220-tsennostnye-orientatsii-rabotnikov-18-m7> (дата обращения: 27.03.2023).
6. Студеникин А.А. Ценности и социальные установки персонала в системе характеристик организационной культуры / А.А. Студеникин // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2020. – № 5 (3). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennosti-i-sotsialnye-ustanovki>

personala-v-sisteme-harakteristik-organizatsionnoy-kultury (дата обращения:  
27.03.2023).