

Научная статья

УДК 331.5

doi: 10.19181/lspr.2022.18.1.7

Олимпиадники поколения Z: поведенческие установки на рынке труда

Олеся Васильевна Вередюк¹, Екатерина Алексеевна Черных²

¹ СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия

² ИСЭПН ФНИСЦ РАН, Москва, Россия

¹ o.veredyuk@spbu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9862-633X>

² chernikh@isesp-ras.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6970-487X>

Аннотация

Одним из процессов, активно трансформирующих рынок труда, является выход на него новых поколений с характерными ценностными установками поведения, требованиями к качеству трудовой жизни. В статье предпринята попытка выявить особенности поведенческих установок, которые будут определять поведение на рынке труда, а также отношение к условиям и содержанию труда со стороны участников олимпиад – интеллектуальных соревнований для школьников – как представителей поколения Z. Эмпирической базой исследования стали результаты анкетного опроса участников олимпиадного движения в России, проведённого с помощью Google-формы. Выявлено, что, имея характерные для поколения Z в целом поведенческие установки, у олимпиадников более выражен ряд из них. Так, при выборе места работы более заметными оказываются: перспективы уехать за границу и приверженность компании принципам корпоративной социальной ответственности; менее значимыми – комфортное офисное пространство; близость офиса к дому; возможность обучения в рамках компании. Относительно более вероятными факторами ухода олимпиадников по сравнению с поколением Z в целом являются: отсутствие возможности профессионального развития и карьерного роста; недружелюбная корпоративная культура и несовпадающие ценности; отсутствие возможности предлагать и реализовывать свои идеи. Отличия между олимпиадниками и поколением Z в целом в части поведенческих установок на рынке труда оказываются более существенными, чем между подгруппами олимпиадников. Несмотря на ряд методологических ограничений данного поискового исследования, его результаты позволяют сделать вывод о перспективности данного направления внутрипоколенческих исследований и спланировать дальнейший анализ, направленный на выявление причинно-следственных связей для подкрепления HR-решений о подборе и мотивации, а также решений в области государственной политики формирования и поддержки талантливой молодёжи.

Ключевые слова: поколение Z, олимпиадники, поведенческие установки, качество трудовой жизни, рынок труда, таланты, Всероссийская олимпиада школьников

Для цитирования: Вередюк О.В., Черных Е.А. Олимпиадники поколения Z: поведенческие установки на рынке труда // Уровень жизни населения регионов России. 2022. Том 18. № 1. С. 79–91. DOI: 10.19181/lspr.2022.18.1.7

Введение

Одним из важных процессов для рынка труда является выход на него новых поколений¹ с характерными ценностными ориентациями и установками поведения. Представители новых поколений предъявляют собственные², часто отличные от предыдущих поколений требования к качеству трудовой жизни, трансформируя рынок труда. Ценности, установки и знаковые системы как средства регулирования поведения личности изменяются в различные периоды исторического развития [12]. Применение в научном анализе поколенческого подхода дает возможность конструировать образы будущего (в том числе будущего рынка труда), основываясь на текущих ценностных предпочтениях тех, кто только начинает его

формировать; позволяет объяснять наблюдаемые явления, а также прогнозировать их развитие.

В настоящее время на рынок труда активно выходят представители поколения Z, которое, согласно распространённой точке зрения, в России появилось после 2000 г. В 2019 г. их число превысило количество миллениалов, достигнув 2,6 млрд. человек или 20% всей рабочей силы в мире³. По прогнозным оценкам, к 2036 г. их доля в трудовых резервах увеличится до 30%⁴. Это поколение называют «цифровыми аборигенами» («digital natives») [20], поскольку оно родилось в мире компьютеров и гаджетов и формировалось в период развития социальных сетей и распространения Интернета.

¹ О понятии «поколение» см., например, [15, 2, 13, 9, 7], а также [18, 17, 20, 22].

² Согласно одному из подходов [1] любые черты новых поколений являются лишь возрастными особенностями и присущи каждому поколению. Однако в исследовании [13, 14] показано, что различия в поведении и установках людей, принадлежащих к разным поколениям, не объясняются только возрастными особенностями. Последнюю точку зрения поддерживают и авторы данной статьи.

³ «Почему 20-летние больше не хотят «убивать» себя на работе». URL: https://www.forbes.ru/karera-i-svoyn-biznes/404261-pochemu-20-letnie-bolshe-ne-hotyat-ubivat-sebyana-rabote?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=otnoshenie-k-rabote-kak-k-osnovnoy-tsennost&fbclid=IwAR0D2p5mgUui5F24hodOaw4xBicTAh96QiwbrGVWCvWnkQZFALZwQRITU (дата обращения: 12.05.2021).

⁴ Исследование SberCIB: поколение Z уже задаёт новые модели потребления. URL: <https://www.sberbank.ru/ru/press-center/all/article?newsID=75904bf1-18f5-4a13-9def-041d77b038ed&blockID=1303®ionID=77&lang=ru&type=NEWS> (дата обращения: 12.05.2021).

Поколение Z, представители которого являются объектом данной статьи, находится в фокусе большого числа исследований, в которых данное поколение (впрочем, как и другие), как правило, рассматривается как однородная группа. В то же время в ряде научных работ о молодёжи с разным уровнем интеллектуальной успешности [8, 11, 4] вскрыты количественные и качественные различия в содержании и структуре их социальных представлений, мотивационно-личностных особенностях.

Обратив внимание на популярность в России олимпиад – интеллектуальных соревнований для школьников, авторы данного исследования сделали предположение об особенностях их участников не только в области мотивационных и образовательных установок, но и проекций на будущие карьерные траектории.

Ежегодно в России проходит более 700 олимпиад⁵, основными из которых являются Всероссийская олимпиада школьников (далее – Всерос) и перечневые олимпиады (т.е. те, которые попали в перечень, ежегодно утверждаемый Минобрнауки РФ). Так, число последних выросло с 53 в 2012–2013 гг. до 86 в 2021–2022 гг.⁶ Данные мероприятия направлены на поиск, поддержку и сопровождение талантливой молодёжи⁷. Дополнительную актуальность исследование приобретает в контексте недавних дискуссий об ужесточении требований к участникам олимпиад⁸.

Участники олимпиад инвестируют дополнительные временные и материальные ресурсы в подготовку к ним; формируются в особой среде, как с точки зрения уровня конкуренции, так и характера поддержки семьи, школы [6] и государства⁹.

Может показаться неожиданным, но доминирующей мотивацией для выбора школьниками данного вида активности далеко не всегда является поступление без экзаменов в высокорейтинговые вузы¹⁰. К участию в олимпиадах ребят мотивирует

интерес к предмету, потребность в познании, мастерстве, интеллектуальное развитие, желание добиться в выбранной области высоких научных достижений. Поступив в вузы, победители и призёры олимпиад, как правило, отличаются более высокими показателями продуктивной внутренней учебной мотивации, большей выраженностью внешней интроецированной мотивации (обусловленной ощущением стыда и чувства долга перед собой и другими), мотивацией достижения (стремление добиваться максимально высоких результатов в учёбе, испытывать удовольствие в процессе решения трудных задач) и более высоким личностным потенциалом [3, 4, 5]. Это позволяет ожидать того, что их успешность будет более устойчивой в долгосрочной перспективе по сравнению с теми, кто поступил по конкурсу. Вышеперечисленное актуализирует выделение олимпиадников как подгруппы поколения Z.

Характерными чертами олимпиадников как группы можно также назвать следующие: 1) наличие собственных проектов или патентов помимо дипломов олимпиад; 2) развитые профессиональные навыки по выбранной специальности, так как региональный и заключительный этапы Всероса по многим предметам имеют практический тур; 3) плотное общение в социальных сетях и мессенджерах, где оказывается друг другу моральная поддержка; 4) сохранение социальных связей во времени и создание на их основе совместных бизнес-проектов, стартапов; 5) наличие межрегиональных сообществ и пабликов.

Олимпиадники, поступая в ведущие вузы страны, становятся «трендсетерами» и «инфлюэнсерами» в вопросах выбора специальности, карьерных траекторий и ценностных установок, хобби и увлечений. Они представляют страну на международных олимпиадах, формируя её имидж. За их таланты идёт конкуренция, как внутри страны, так и за её пределами. Проблема утечки умов по ряду предметных направлений стоит особенно остро. На этом фоне необходимо отметить проблему психологического «выгорания» олимпиадников¹¹ (не зря у каждой сборной есть свой психолог), а также ситуации, когда бывшие олимпиадники теряют мотивацию к учёбе на первых курсах вуза.

Авторы данного исследования сделали предположение о специфике олимпиадников как подгруппы поколения Z в части ценностных установок, которые будут определять их поведение на рынке труда, требования к условиям и содержанию труда. В таком аспекте анализ поколения

¹¹ «Нам там не место. Почему студенты-отличники бросают вузы после первой сессии». URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2019/06/09/80831-nam-tam-ne-mesto> (дата обращения: 26.10.2021).

⁵ Информационный сайт «Olimpiada.ru». URL: <https://olimpiada.ru/article/942> (дата обращения: 26.07.2021 г.).

⁶ Минобрнауки России утвердило список олимпиад для школьников на 2021/22 учебный год. URL: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT_ID=41754 (дата обращения: 02.11.2021).

⁷ Российский совет олимпиад школьников. URL: <https://rsr-olymp.ru/about> (дата обращения: 12.07.2021).

⁸ Фальков заявил, что школьные олимпиады должны стать одинаково прозрачными и объективными. URL: <https://tass.ru/obschestvo/12244103> (дата обращения: 02.11.2021).

⁹ Участие во Всеросе и перечневых олимпиадах бесплатно; участники заключительного этапа Всероса освобождаются от оплаты проезда к местам проведения туров и проживания, а также взносов за участие в сборах для подготовки.

¹⁰ См., например, [3]; <https://olymp.hse.ru/vseross/news/149308617.html>; <https://world-olymp.livejournal.com/tag/интервью>; https://olimpiada.ru/articles/author_donskaja; <https://olimpiada.ru/articles> и др.

Z, по нашим оценкам, не проводился. **Объектом** работы стали участники регионального и заключительного этапов Всероса, а также финалов печерневых олимпиад. На момент опроса эти представители поколения Z были либо школьниками старших классов, либо студентами; **предметом** – установки, которые будут детерминировать поведение данной группы на рынке труда. В силу того, что предмет исследования изучен мало, было выбрано пилотное (поисковое) исследование, позволяющее в целом определить перспективность научных изысканий в новом проблемном поле. **Цель** данного исследования – выявить перечень и оценить особенности поведенческих установок олимпиадников Z-поколения на рынке труда. Основная проверяемая **гипотеза** состоит в предположении о существовании разных по силе проявления поведенческих установок в отношении рынка труда, условий и содержания труда у олимпиадников по сравнению с поколением Z в целом.

В следующем разделе рассмотрены характерные особенности Z-поколения в целом и установки в отношении работы в частности. Затем представлены результаты исследования ценностных установок ожидаемого поведения на рынке труда олимпиадников Z-поколения. В заключении сформулированы выводы и даны соответствующие рекомендации.

Поколение Z: общие черты и ценностные установки в отношении работы

Результаты многочисленных исследований поколения Z зачастую оказываются противоречивыми. Так, согласно одним исследованиям, представители данного поколения не хотят взрослеть; избегают обязанностей; не спешат получать водительские права, жить отдельно от родителей, заводить семью и обретать финансовую независимость; склонны к финансовой консервативности, избегают кредитов и долгов. Они предпочитают арендовать, а не иметь в собственности имущество (жильё, автомобили, спортивный инвентарь)¹². В силу отмеченного о зетах может сложиться мнение как об инфантильных и эгоистичных. При этом другие исследования говорят об обратном: молодые люди хотят жить отдельно от родителей и быть финансово независимыми; проявляют ответственность, откладывая создание семьи; стремятся стать собственниками жилья; совершают импульсивные покупки, склонны к демонстративному (престижному) потреблению (дорогие телефоны, кроссовки, брендовая

¹² Исследование SberCIB: поколение Z уже задаёт новые модели потребления. URL: https://www.sberbank.ru/ru/press_center/all/article?newsID=7590fbf1-18f5-4a13-9def-041d77b038ed&blockID=1303®ionID=77&lang=ru&type=NEWS (дата обращения: 12.11.2021).

одежда); используют шопинг как средство против стрессов и проводят досуг в торгово-развлекательных центрах.

Некоторые из отмеченных различий в наблюдениях можно объяснить конкретными социально-экономическими условиями, в которых проживают представители Z-поколения. Так, некоторые черты больше характерны для поведения молодёжи в развитых странах по сравнению с развивающимися; другие (например, отказ от получения водительских прав из-за роста издержек на содержание личного автомобиля и, одновременно, доступности «шеринговых» форм пользования автомобилем и развитого общественного транспорта) – чаще встречаются в мегаполисах, чем в иных населённых пунктах. Инфантилизм, отмечаемый в первой группе исследований, не всегда служит объяснением поведенческих паттернов Z-поколения. Так, например, откладывание создания семьи может быть связано с характерной для общества риска неуверенностью в возможности выстраивания прочных долгосрочных супружеских отношений, а также создания стабильной финансовой базы. Это можно интерпретировать как проявление ответственности в отношении будущего.

Поколение Z конкурентоспособное, решительное и трудолюбивое. Его характерные представители не боятся доносить до окружающих своё мнение, спорить и задавать вопросы; будучи толерантными и самодостаточными, избегают конфронтации; имеют высокий личностный потенциал и желание расти профессионально. Поколение Z может проявлять признаки более высокого интеллекта в раннем возрасте, способно обрабатывать большие объёмы информации, но при этом с трудом запоминает рутинные, бытовые аспекты, сложно решает простые задачи, связанные с социальными навыками¹³.

Представители поколения Z активно пользуются fintech-приложениями; являются разумными и опытными потребителями – умеют находить и использовать оптимальные предложения. Они уделяют внимание формированию онлайн-личности: создают личный бренд в социальных сетях, отслеживают комментарии, лайки и просмотры, от чего во многом зависит их самооценка.

Сравнивая тренды двух десятилетий, Pew Research Center¹⁴ показывает, что сейчас лишь

¹³ Загадочная точка Z. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2020/10/12/843012-zagadochnaya-tochka> (дата обращения: 12.11.2021).

¹⁴ On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far. URL: <https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2/> (дата обращения: 12.05.2021).

19% подростков имеют опыт работы, в то время как в 2002 г. таким опытом обладали 30% ребят такого же возраста. При этом среди представителей поколения Z есть те, кто становятся предпринимателями и создают свой бизнес ещё в школе.

В своей трудовой жизни представители поколения Z склонны к творческому мышлению, обладают продуктивным воображением, стремятся к новаторству. Приходя в компанию, они предпочитают оставаться независимыми от неё, добиваться статуса вне иерархии, передвигаться с позиции на позицию преимущественно по собственному желанию, то есть самостоятельно строить свою карьеру, получая при этом удовлетворенность от работы.

В отношении поведения и установок на рынке труда важным трендом для Z в отличие от миллениалов, ориентированных на командную работу, становится высокая конкуренция. Согласно исследованию Dell Technologies 2020 г.¹⁵, для поколения Z личное общение является предпочтительным способом коммуникаций на рабочем месте.

Ряд эмпирических исследований на данных по США обнаруживают свидетельства того, что «мифы» о поколении Y отразились на отношении к ним работодателей и коллег, представляющих другие поколения, создав эффект «обратного эйджизма», или дискриминацию по отношению к молодым специалистам [21, 19, 22]. В работе [1] высказывается точка зрения, согласно которой сформировавшееся негативное суждение о поколении Z в одних странах имеет вероятность переноса в другие страны.

Методология и данные исследования

Информационной базой разведывательного исследования стали результаты анкетного опроса с использованием Google-формы, проведенного Е.А. Черных в мае и июле 2021 г. Всего собрано 212 анкет. Анкета распространялась через группы в социальных сетях методом «снежного кома». Целевая аудитория – школьники московских и региональных школ, участвующие в олимпиадах по широкому набору предметов, а также студенты, ранее принимавшие участие в олимпиадах. В качестве основы для анкеты взят ряд закрытых и полужакрытых вопросов исследования компании Hays, проведенного в России в 2019 г.¹⁶ Пандемия

¹⁵ «Gen Z is here. Are you ready?». URL: <https://www.delltechnologies.com/en-us/perspectives/gen-z.htm> (дата обращения: 12.10.2021).

¹⁶ Исследование проходило в России с февраля по апрель 2019 г. методом интернет-опроса 2217 респондентов в возрасте 18–25 лет, 28% из которых не работали на момент опроса, в том числе 6% не работали никогда. Целью исследования было подтверждение или опровержение мифов о трудовом поведении поколения Z. URL: <https://hays.ru/research/genz/> (дата обращения: 12.10.2021).

COVID-19, которая разразилась в период между указанными исследованиями, как показывают специальные замеры¹⁷, не привела к существенной трансформации базовых ценностных установок.

Для пилотного исследования объём выборок методологически не регламентируется: опрос продолжается до тех пор, пока не станет ясно, что накопленная информация достаточно обширна и разнообразна для формулирования гипотез. При этом проверка гипотез, направленная на поиск и оценку взаимосвязей между переменными, выявление закономерностей проводится, безусловно, на гораздо более масштабных обследованиях.

Данные, собранные методом «снежного кома», который применён в данной работе, с высокой долей вероятности не репрезентативны и смещены. Более репрезентативные данные могут быть получены при условии доступа к статистике по всей генеральной совокупности участников регионального и заключительного этапов Всероса и финалов перечневых олимпиад.

Возрастные границы выборки – от 13 до 24 лет, в том числе школьники от 13 до 17 лет (включительно) – 57%. Средний возраст респондентов – 17,2 года. Доля девушек составляет 61%. Респонденты представляют все федеральные округа страны, в том числе Центральный ФО – 76% (преимущественно Москва и Московская область).

Респонденты (за исключением одного) либо работают (15% опрошенных), либо собираются работать. Доминирование в выборке неработающих молодых людей связано, в первую очередь, с преобладанием в ней возрастной группы от 13 до 17 лет. В условиях отсутствия или небольшого опыта работы можно говорить лишь об ожиданиях в отношении неё, которые, однако, небезосновательно представляют научный и практический интерес. В значительной мере ожидания также свойственны ребятам, имеющим только небольшой опыт работы. Учитывая указанную неоднородность выборки и, несмотря на её отмеченные ограничения, выделены соответствующие подгруппы: по возрасту – 13–17 лет и 18–24 года, а также по опыту работы – с опытом работы и без него.

Для обнаружения и оценки особенностей поведенческих установок олимпиадников в отношении рынка труда на общем фоне поколения Z было проведено сравнение наших данных с результатами упомянутого выше исследования компании Hays. Процедура анализа заключалась в том, что вначале ответы респондентов на со-

¹⁷ UPD: Global Trends 2020. Что изменилось за время пандемии. URL: <https://www.ipsos.com/ru-ru/upd-global-trends-2020-chto-izmenilos-za-vremya-pandemii> (дата обращения: 26.10.2021).

ответствующие вопросы в обоих исследованиях были ранжированы на основе убывания частоты их упоминаний респондентами, а затем полученные ранги были сопоставлены в разрезе выделенных подгрупп.

Результаты исследования особенностей поведенческих установок Z-олимпиадников в отношении работы

Общая характеристика обнаруженных авторами ценностных ориентаций на рынке труда Z-олимпиадников представлена в таблице 1. В ней отражены ответы о согласии респондентов с предложенными в вопросе утверждениями. Так, большая часть опрошенных в общей выборке разделяет мнение о чрезвычайной важности чёткого разделения работы и личной жизни¹⁸. Схожая доля молодых людей комфортно чувствует себя в атмосфере мультизадачности и высокого уровня стресса, но

умеют с ними справляться. Утверждение о том, что «работа не должна быть для человека единственным источником дохода», разделяет около половины респондентов, и этому ответу присвоен третий ранг в общей выборке. Наименьшую поддержку получило утверждение о нецелесообразности перерыва в карьере, то есть большинство опрошенных считают перерывы в работе для поиска себя или путешествий нормальным явлением и не боятся «отстать» в карьере.

Согласно таблице 1, на фоне общей выборки выделяются подгруппы 13–17 лет и с опытом работы, для которых, в частности, чёткое разделение работы и личной жизни кажется менее важным. Для первых это может быть связано с отсутствием опыта работы и, как следствие, невозможностью всесторонне оценить значение баланса работы и личной жизни. Для тех же, кто имеет небольшой опыт работы, на первый план,

Таблица 1

Ранги значимости ответов-согласий Z-олимпиадников с соответствующими утверждениями (1 = наиболее частый ответ)

Table 1

Significance Ranks of «Yes» Answers to Relevant Statements among Generation Z Participants of Olympiads (1 = most frequent answer)

Предложенное в опросе утверждение	Олимпиадники поколения Z				
	Вся выборка	Возрастная группа		Опыт работы	
		13–17 лет	18–24 года	Есть	Нет
<i>Кол-во наблюдений</i>	210	121	89	30	180
Для меня очень важно чёткое разделение работы и личной жизни	1–2	3	1	3	1
Я комфортно чувствую себя в атмосфере мультизадачности и высокого уровня стресса и умею с ними справляться	1–2	1	2	1	2
Работа не должна быть единственным источником дохода. С юности нужно инвестировать и создавать себе дополнительные источники дохода	3	2	3	2	3
Я не трудоголик: на работе не собираюсь перерабатывать и «пахать»	4	6	4	5–6	4
Я не понимаю, что такое лояльность к компании. Если что-то не понравится, станет скучно и неинтересно, я легко уйду	5–6	4–5	6	4	6
На работе мне нужна полная свобода действий и самостоятельность	5–6	4–5	6	5–6	5
Перерыв в карьере (для путешествий, учёбы, перезагрузки) – потеря времени	7	7	7	7	7

Источник: по данным авторов.

¹⁸ Схожие результаты о высокой значимости для молодых людей баланса работы и личной жизни получены компанией Dynamic Signal. См. «Gen Z In The Workplace: Everything You Need To Know». URL: <https://dynamicsignal.com/2019/09/19/generation-z-in-the-workplace/> (дата обращения: 12.05.2021).



вероятно, выходит содержание работы, а проблема оптимизации времени становится актуальной позже, по мере дальнейшего накопления опыта.

Около трети всех опрошенных олимпиадников не будет сохранять лояльность к своей компании и начнёт искать другую работу, если что-то не понравится, станет скучно и неинтересно на текущей работе. У нас нет данных, позволяющих сопоставить масштабы данной проблемы с поколением Z в целом, однако поведение, при котором, если работа не нравится, не приносит удовольствия, её бросают, не оглядываясь и не сожалея, в сфере HR получило название «потребление работы» (*job consumption*)¹⁹.

О наиболее привлекательном графике работы респонденты-олимпиадники отметили следующие варианты из предложенных в анкете (таблица 2). Режим с 9 до 18 в рабочие дни наиболее подходит 23% респондентов. Это второй по частоте упоминаний ответ. Самым популярным стал ответ о гибком графике без привязки к выходным или будням, рабочему или нерабочему времени (42% всех опрошенных). Наименее привлекательной оказалась комбинация из полной занятости и дополнительного фриланс-проекта. При этом

подгруппа с опытом работы не считает привлекательным чрезвычайно плотный график работы, даже если работа интересна и хорошо оплачивается. Участие в олимпиадах учит, вероятно, не только планировать свою нагрузку, но и избегать сильного перенапряжения, которое может привести к выгоранию и низкой производительности труда.

В части ожидаемой формы занятости респонденты в основном видят себя наёмными работниками (54% опрошенных Z-олимпиадников); затем следуют предпринимательство и самозанятость, включая стартап – 29%; наконец, готовы стать фрилансерами и искать работу через цифровые платформы около 13% ребят (таблица 3). Относительно низкая доля желающих работать на себя объясняется, вероятно, тем, что большая часть олимпиадников планирует вести преподавательскую и научно-исследовательскую деятельность. Это прослеживается в вариантах «идеального» места работы, предложенных самими респондентами: «большая собственная частная больница», «институт», «исследовательский центр/конструкторское бюро», «кабинет в лаборатории или зал для экспериментов в области ядерной физики»,

Таблица 2

Ранги значимости предпочтений о графике работы Z-олимпиадников (1 = наиболее частый ответ)

Table 2

Significance Ranks of Work Schedule Preferences among Generation Z Participants of Olympiads (1 = most frequent answer)

График работы	Олимпиадники поколения Z				
	Вся выборка	Возрастная группа		Опыт работы	
		13–17 лет	18–24 года	Есть	Нет
<i>Кол-во наблюдений</i>	211	121	90	31	180
Гибкий – без привязки к выходным или будням, рабочему или нерабочему времени	1	1	1	1	1
С 9 до 18 в рабочие дни	2	2	2	3	2–3
Проектная / частичная занятость: неполный рабочий день и/или неполная рабочая неделя	3	3	3	2	2–3
Я трудоголик – готов работать круглосуточно, если дело меня драйвит и хорошо оплачивается	4	4	4–5	–	4
Полная занятость и дополнительный проект на фрилансе	5	5	4–5	–	5

Источник: по данным авторов.

¹⁹ Почему 20-летние больше не хотят «убивать» себя на работе. URL: https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/404261-pochemu-20-letnie-bolshe-ne-hotyat-ubivat-sebya-na-rabote?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=otnoshenie-k-rabote-kak-k-osnovnoy-tsennos&fbclid=IwAR0D2p5mgUui5F24hodOaw4xBicTAh96QiwbrGVWC Avk Wnk QZFALZwQRTIU (дата обращения: 12.05.2021).

Таблица 3

Ранги значимости предпочтений о форме занятости Z-олимпиадников
(1 = наиболее частый ответ)

Table 3

Significance Ranks of Employment Form Preferences among Generation Z Participants of the Olympiads
(1 = most frequent answer)

Форма занятости	Олимпиадники поколения Z				
	Вся выборка	Возрастная группа		Опыт работы	
		13–17 лет	18–24 года	Есть	Нет
Кол-во наблюдений	209	119	90	178	31
Наемный работник	1	1	1	2	1
Предприниматель, самозанятый, основатель своего дела, стартапа	2	2	2	1	2
Фриланс	3	3	3	3	3

Источник: по данным авторов.

«личная художественная студия», «хорошо оборудованная лаборатория с новейшей и регулярно обновляющейся техникой, безграничным доступом к интернету, где есть условия для жизни и работы лучших учёных мира». Отметим важность «передачи знаний» как аспекта деятельности олимпиадников, которая подтверждается тем, что они (начиная с 1–2 года в вузе) активно преподают (часто бесплатно) на курсах, сборах, летних школах для подготовки к олимпиадам.

В случае, когда молодым людям сложно определиться с формой занятости, они считают оптимальными комбинированные решения, например, «государственный работник в комбинации со своими проектами»; «наёмный работник поначалу, потом предприниматель»; «наёмный работник, который имеет свободу действий»; «наёмный рабочий/фрилансер»; «нечто вроде работы учёным, когда отсутствует привязка к определённой организации».

При выборе «идеального» места работы наибольшую поддержку в каждой из подгрупп получил офис с современной техникой, зонами отдыха и общения. Вторым в рейтинге предпочтений стало любое место в мире, где есть доступ к интернету; третьим – дом. Выбор места работы в целом согласуется, как с выбором формы занятости, так и графика работы. Цифровыми кочевниками, готовыми работать в любом месте мира, ощущают себя 25% респондентов (из них девушки – 68%), а работать из дома хотят 9% (из них мужчины – 61%). Таким образом, устоявшееся публичное мнение о том, что женщины предпочитают работать из дома (чтобы уделять больше времени семье), а мужчины, наоборот, более мобильны, не находит подтверждения в данном исследовании. Молодые люди оказываются большими домоседами, а

девушки готовы работать из любой точки мира. Расхождение может быть связано с изменением предпочтений по мере взросления. Однако исследователи отмечают, что в целом для поколения Z характерно отсутствие гендерных стереотипов и размывание гендерных различий. Как показал анализ списков победителей и призеров Всероса за 2021 г.²⁰, девушки представлены наравне с юношами даже в таких считающихся «мужскими» предметах, как математика, физика, информатика и астрономия.

Респондентам-олимпиадникам было предложено выбрать (не более 5 из 16 предложенных вариантов с возможностью вписать свой ответ) главные, по их мнению, факторы, определяющие выбор места работы. Результаты ответов на этот вопрос представлены в таблице 4. Для большинства респондентов в выборке Z-олимпиадников приоритетами ожидаемо (с учетом результатов исследований о поколении Z в целом) оказались: заработная плата; содержание работы; возможности дальнейшего профессионального и/или карьерного роста. В то время как наименьшую роль при выборе работы респонденты отвели удалённости офиса от дома, бренду компании и возможности присутствия в офисе животных.

При сопоставлении факторов выбора работы между соответствующими группами олимпиадников к основным моментам можно отнести следующие (таблица 4). Во-первых, возможность хотя бы частично работать удалённо оказывается более значимым фактором для старшей возраст-

²⁰ Приказ Министерства Просвещения от 21 июня 2021 г. № 353 «Об утверждении итоговых результатов всероссийской олимпиады школьников, проведённой в 2020/21 учебном году, по каждому общеобразовательному предмету». URL: <https://docs.edu.gov.ru/document/1e3ab9240588ea0cc138d25277610ceb/> (дата обращения: 27.07.2021).

Таблица 4

Ранги значимости детерминантов выбора работы поколением Z в целом и олимпиадниками (1 = наиболее частый ответ)

Table 4

Significance ranks of Determinants of Job Choice among Generation Z in General and Participants of the Olympiads (1 = most frequent answer)

Детерминанты выбора работы	Поколение Z в целом	Олимпиадники поколения Z				
		Вся выборка	Возрастная группа		Опыт работы	
			13–17 лет	18–24 года	Есть	Нет
<i>Кол-во наблюдений</i>	2217	212	121	90	31	180
Заработная плата	1	1	2	1	2	1
Содержание работы	3	2	1	2	1	2
Возможности дальнейшего профессионального и/или карьерного роста	2	3	3	3	5	3
Перспективы уехать за границу	9	4	4	5	4	4
Гибкий график (возможность выбирать часы прихода/ ухода)	4–5	5	5	4	3	5
Социальный пакет	6	6	7	6	8–9	6
Социально значимые проекты и КСО*	13	7	6	8–9	6	7
Возможность часть времени работать удалённо	10	8–9	11	7	7	10
Возможность обучаться в рамках компании	4–5	8–9	10	8–9	11–12	8
Комфортный и благоустроенный офис	7–8	10	9	10	10	9
Демократичная корпоративная культура	11	11	8	11	8–9	11
Близость офиса к дому	7–8	12	12	12	13	12
Известный бренд компании	12	13	13	13	11–12	13
Pet friendly-офис	14	14	14	14	14	14

Источники: Исследование компании Hays (URL: <https://hays.ru/research/genz>), по данным авторов.

Примечание: * КСО — корпоративная социальная ответственность.

ной группы и тех, кто имеет опыт работы. Это, вероятно, можно объяснить необходимостью оптимизировать ограниченное время между большим количеством обязательств, включая семейные. Во-вторых, требования к степени демократичности корпоративной культуры, напротив, с возрастом снижаются, что ожидаемо. В-третьих, такой фактор как обучение, предоставляемое компанией, имеет большее значение при первом выборе работы, а при последующем выборе его роль снижается.

Если перейти к триггерам, способным побудить респондентов-олимпиадников в общей выборке оставить работу (таблица 5), то среди

наиболее значимых из предложенного перечня выбраны следующие: отсутствие возможности карьерного роста и профессионального развития; недружелюбная корпоративная культура, неэтичные ценности; рутинные задачи / отсутствие интересных проектов. Факторами меньшего риска ухода олимпиадников с работы оказались: жёсткий офисный дресс-код; контроль соблюдения рабочего графика и отсутствие возможности частичной удалённой работы; сверхурочная работа, переработки. Олимпиадники более дисциплинированы и адаптированы к формальностям, типа дресс-кода — в каком-то смысле толстовки и футболки команды, которые носят ребята на сборах

Таблица 5

Ранги значимости факторов, повышающих риск ухода с места работы представителей поколения Z в целом и олимпиадников (1 = наиболее частый ответ)

Table 5

Significance Ranks of Risk-Increasing Factors to Quit Job for Generation Z in General and Participants of the Olympiads (1 = most frequent answer)

Факторы риска ухода с работы	Поколение Z в целом	Олимпиадники поколения Z				
		Вся выборка	Возрастная группа		Опыт работы	
			13–17 лет	18–24 года	Есть	Нет
<i>Кол-во наблюдений</i>	2217	212	121	90	31	180
Отсутствие возможности карьерного роста, профессионального развития	4–5	1	2	1	2	2
Недружелюбная корпоративная культура, неэтичные ценности	1	2	1	2	1	1
Рутинные задачи / отсутствие интересных проектов	4–5	3	3	4	6	3
Нечёткое распределение задач и разделение зон ответственности	2	4	5	3	5	4
Отсутствие возможности предлагать и реализовывать идеи	9	5	4	7	3	5
Публичная критика	3	6	6	5	7–9	6
Сверхурочная работа, переработки	6	7	7	6	7–9	7
Жёсткий контроль соблюдения рабочего графика, отсутствие возможности частичной удалённой работы	7	8	9	8	4	9
Жёсткий офисный дресс-код	8	9	8	9	7–9	8

Источники: Исследование компании Hays (URL: <https://hays.ru/research/genz>), по данным авторов.

или заключительном этапе Всероса тоже можно назвать аналогом дресс-кода или униформы.

Межгрупповое сравнение факторов ухода олимпиадников с работы даёт следующие результаты (таблица 5). Во-первых, в ситуации отсутствия опыта работы респонденты склонны преуменьшать значение жёсткого контроля соблюдения рабочего графика и отсутствие возможности частичной удалённой работы. Во-вторых, с опытом меняется отношение (растет толерантность) к ситуациям, когда в работе присутствуют рутинные задачи, отсутствуют интересные проекты. В-третьих, с возрастом снижаются риски ухода с работы из-за невозможности предлагать и реализовывать свои идеи.

Выявить как общие моменты, так и особенности поведенческих установок в отношении рынка труда, условий и содержания работы Z-олимпиадников позволяет сравнительный анализ соответствующих установок с теми, которые

характерны для поколения Z в целом. Для этого результаты проведённого авторами исследования сопоставлены с данными исследования компании Hays, описанного выше.

При выборе работы (таблица 4) общими для обеих выборок оказались такие топ-3 критерия, как заработная плата, содержание самой работы и возможность профессионального и/или карьерного роста. В число общих наименее значимых факторов в выборках вошли бренд компании и возможность присутствия животных в офисе.

В то же время нельзя не обратить внимание на отличия между этими выборками. Для олимпиадников при выборе работы заметно более важными оказываются перспективы уехать за границу и приверженность компании принципам корпоративной социальной ответственности. А вот возможность обучаться в рамках компании; комфортное офисное пространство; близость офиса к дому являются заметно менее существен-

ными факторами, определяющими выбор работы олимпиадниками, по сравнению с поколением Z в целом. Вероятно, это объясняется большим стремлением олимпиадников профессионально развиваться в среде единомышленников, когда факторы внешнего комфорта отходят на второй план.

Ситуация с общими факторами риска ухода с работы (таблица 5), характерными как для Z-олимпиадников, так и для поколения Z в целом, не столь очевидна, пожалуй, за исключением, жёсткого офисного дресс-кода как наименее значимого фактора для обеих выборок. Более очевидны отличия между группами респондентов. Так, Z-олимпиадники кажутся заметно более чувствительными к таким факторам, как, во-первых, отсутствие возможности профессионального развития и карьерного роста; во-вторых, отсутствие возможности предлагать и реализовывать свои идеи. По сравнению с поколением Z в целом олимпиадники менее чувствительны к публичной критике, что можно объяснить их большей психологической устойчивостью, выработанной в результате тренировок, сборов, защиты проектов, специальных занятий, где им приходится сталкиваться с разными ситуациями и стилями преподавания.

Таким образом, отличия между олимпиадниками и поколением Z в целом оказываются более существенными, чем между рассмотренными подгруппами олимпиадников.

Заключение

Имея характерные в целом для поколения Z поведенческие установки, у Z-олимпиадников более выражен ряд из них. Так, при сопоставимой значимости заработной платы и содержания работы как факторов её выбора для Z-олимпиадников более важными являются перспективы уехать за границу и приверженность компании принципам корпоративной социальной ответственности. Более вероятными факторами ухода Z-олимпиадников с места работы по сравнению с их сверстниками оказываются отсутствие возможности профессионального развития и карьерного роста, а также предлагать и реализовывать свои идеи.

Структура мотивации олимпиадников, являясь преимущественно внутренней, существенно отличается от таковой у остальных представителей поколения Z. Победители олимпиад, проявляющие значимо более высокую целеустремленность, познавательную мотивацию и заинтересованность учёбой и работой, скорее всего, будут более стабильны и успешны в долгосрочной перспективе [3].

Для повышения эффективности управленческих решений (в том числе в сфере подбора²¹

и мотивации персонала) в отношении талантов важно учитывать вскрытые особенности Z-олимпиадников, удовлетворённость которых как группы, с одной стороны, определяется иным набором факторов по сравнению с набором предыдущих поколений, а, с другой стороны, складываясь из того же набора факторов, что у их сверстников, отличается весами данных факторов.

Поведенческие установки Z-олимпиадников и в целом поколения Z трансформируют требования к качеству трудовой жизни, составляющими которого являются условия труда и организация рабочего места; содержание и организация труда; производительность труда и др. Ожидания представителей поколения Z относительно работы и жизни в целом находятся в активной стадии перехода от идеалов к реализации, и уже отмечается рост их неудовлетворённости своим положением в обществе [16]. С учётом выявленной в исследовании высокой степени готовности работать за границей разрыв между ожиданиями и реальностью может стимулировать «утечку умов» среди олимпиадников. Последнее подчеркивает актуальность разработки дополнительной политики в области удержания и мотивирования талантливых молодых людей. Важно понимать, что от того, в какой мере поколению Z в целом и такой его группе как олимпиадники удастся реализовать свой потенциал, во многом зависит потенциал развития страны.

Несмотря на методологические ограничения данного исследования, его результаты позволяют сделать вывод о перспективности данного направления внутр поколенческих исследований и спланировать дальнейший анализ, направленный на выявление причинно-следственных связей для подкрепления решений в области государственной политики формирования и поддержки талантливой молодёжи.

Финансирование и благодарности

Исследование выполнено при частичной финансовой поддержке в рамках государственного задания по теме: «Компоненты, социальные стандарты и индикаторы уровня и качества жизни населения в современной России: качественная идентификация и количественное оценивание в условиях социально-экономического неравенства» (№ 0137-2019-0032).

²¹ Важным следствием для специалистов по подбору персонала может стать необходимость изменения алгоритмов кадрового рекрутинга, когда вначале происходит подбор кандидата с подходящим профилем индивидуальных характеристик, и уже под него создаётся индивидуальное рабочее место.

Список литературы

1. Богачёва Н.В., Сивак Е.В. Мифы о «поколении Z» // Современная аналитика образования. 2019. № 1. С. 1–64.
2. Глотов М.Б. Поколение как категория социологии // Социологические исследования. 2004. № 10. С. 42–48.
3. Гордеева Т.О., Осин Е.Н., Кузьменко Н.Е., Леонтьев Д.А., Рыжова О.Н. Эффективность олимпиадной системы набора абитуриентов в вузы (на примере химических вузов) // Российский химический журнал. 2011. Том 55. № 5-6. С. 68–76.
4. Гордеева Т.О., Кузьменко Н.Е., Леонтьев Д.А., Осин Е.Н., Рыжова О.Н., Демидова Е.Д. Индивидуально-психологические особенности и проблемы адаптации студентов: отличаются ли победители олимпиад от остальных? В кн. Современные тенденции развития естественнонаучного образования: фундаментальное университетское образование. М.: Издательство МГУ, 2010. С. 92–101.
5. Гордеева Т.О., Осин Е.Н. Особенности мотивации достижения и учебной мотивации студентов, демонстрирующих разные типы академических достижений (ЕГЭ, победы в олимпиадах, академическая успеваемость) // Психологические исследования. 2012. Том 5, № 24. С. 4.
6. Гошин М.Е., Пинская М.А., Григорьев Д.С. Формы участия родителей в образовании детей в школах разного типа // Социологические исследования. 2021. № 5. С. 70–83. DOI: 10.31857/S013216250012685-6
7. Гурова И.М., Евдокимова С.Ш. Теория поколений как инструмент анализа, формирования и развития трудового потенциала // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2016. № 3 (27). С. 150–159.
8. Кондратьев М.Д. Социальные представления об успешности подростков с разным интрагрупповым статусом и разным уровнем интеллектуальной успешности // Социальная психология и общество. 2017. Т. 8. № 2. С. 116–130. DOI: 10.17759/sps.2017080208
9. Левада Ю.А., Шанин Т.М. и др. Отцы и дети: поколенческий анализ современной России. М.: Новое литературное обозрение, 2005. 328 с.
10. Ожиганова Е.М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. 2015. № 1 (1). С. 94–97.
11. Пересецкий А.А., Давтян М.А. Эффективность ЕГЭ и олимпиад как инструмента отбора абитуриентов // Прикладная эконометрика. 2011. № 3 (23). С. 41–56.
12. Петрушихина Е.Б., Солодников В.В., Седова О.Л., Загоруйко А.В., Дорожевец А.Н., Смирнова Т.Ю. Поколенческий подход в гуманитарных науках // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2016. № 4 (6). С. 139–150.
13. Радаев В.В. Раскол поколения миллениалов: историческое и эмпирическое обоснование. (Первая часть) // Социологический журнал. 2020. Том 26. № 3. С. 30–63. DOI: 10.19181/socjour.2020.26.3.7395
14. Радаев В.В. Раскол поколения миллениалов: историческое и эмпирическое обоснование. (Окончание) // Социологический журнал. 2020. Том 26. № 4. С. 31–60. DOI: 10.19181/socjour.2020.26.4.7641
15. Семенова В.В. Современные концептуальные и эмпирические подходы к понятию «поколение» // Россия реформирующаяся. 2003. № 3. С. 213–237.
16. Сибирев В.А., Головин Н.А. Межпоколенческие различия в удовлетворённости жизнью и чувстве счастья в России (на материалах Европейского социального исследования) // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2020. № 1. С. 296–315. DOI: 10.14515/monitoring.2020.1.12
17. Твенге Д.М. Поколение I. РИПОЛ классик, 2019. 523 с.
18. Howe N., Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. N.Y.: William Morrow & Company, 1991. 538 p.
19. Krieger J. Unfairly Labeled: How Your Workplace Can Benefit From Ditching Generational Stereotypes. Wiley, 2016. 256 p.
20. Prensky M. Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. On the Horizon. 2001. Vol. 9. No. 5. P. 1–6.
21. Raymer M., Reed M., Spiegel M., Purvanova R. An Examination of Generational Stereotypes as a Path Towards Reverse Ageism. The Psychologist-Manager Journal. 2017. Vol. 20. P. 148–175.
22. Seemiller C., Grace M. Generation Z Goes to College. San Francisco: Jossey-Bass, 2015. 320 p.

Заявленный вклад авторов:

Вередюк О.В. – постановка проблемы, разработка концепции статьи, анализ данных исследования, табличное представление результатов, формулирование выводов исследования.

Черных Е.А. – постановка проблемы, критический анализ литературы, сбор, обработка и анализ данных, анализ результатов исследования, формулирование выводов исследования.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Сведения об авторах:

Олеся Васильевна Вередюк – кандидат экономических наук, доцент Санкт-Петербургского государственного университета

E-mail o.veredyuk@spbu.ru **elibrary Author ID** 287329

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-9862-633X> **ResearcherID** K-7044-2013

Екатерина Алексеевна Черных – кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник, лаборатория проблем уровня и качества жизни, ИСЭПН ФНИСЦ РАН

E-mail chernikh@isesp-ras.ru **elibrary Author ID** 473083

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-6970-487X> **ResearcherID** M-8255-2013

Автор, ответственный за переписку – Е.А. Черных.

Статья поступила в редакцию 02.11.2021; одобрена после рецензирования 27.12.2021; принята к публикации 20.01.2022.

RAR (Research Article)

doi: 10.19181/Ispr.2022.18.1.7

Generation Z participants of intellectual olympiads: labour market behavioral attitudes

Olesya V. Veredyuk¹, Ekaterina A. Chernykh²

¹ St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

² ISESP FCTAS RAS, Moscow, Russia

¹ o.veredyuk@spbu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9862-633X>

² chernikh@isesp-ras.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6970-487X>

Abstract

One of the processes actively transforming the labour market is the entry of new generations with their own values and requirements for the quality of working life. The article aims to identify the distinctive features of values, which will determine behavior in the labour market, as well as attitudes towards the conditions and content of labour among participants in the olympiads – intellectual competitions for schoolchildren – as representatives of generation Z. The empirical basis of the study was the results of a Google-form survey of the olympiad movement participants in Russia. It was revealed that having the behavioral attitudes typical for Generation Z, the olympiads' participants have a number of them more pronounced. For instance, when choosing a place of work the following determinants are more significant: the prospect of going abroad and the company's commitment to corporate social responsibility. Among less significant determinants, there are comfortable office space; distance from the office to the home; the possibility of upskilling within the company. Relatively more likely factors for the olympiads' participants to quit the job are lack of opportunities for professional development and career growth; unfriendly corporate culture and unethical business practices; lack of opportunities to offer and implement own ideas. In terms of behavioral values in the labour market, differences between the olympiads' participants and Generation Z as a whole are more significant than between subgroups of the olympiads' participants. Despite a number of methodological limitations of this exploratory study, the results allow us to conclude that this area of within-generation research is promising for further analysis aimed at identifying cause-effect relationships to underpin HR decisions about recruitment and motivation as well as public policy decisions about the formation and support of talented youth.

Keywords: Generation Z, behavioral values, quality of working life, labour market, talents, All-Russian Olympiad of Schoolchildren

For citation: Veredyuk O.V., Chernykh E.A. Generation Z participants of intellectual olympiads: labour market behavioral attitudes. *Living Standards of the Population in the Regions of Russia*. 2022. Vol. 18. No. 1. P. 79–91. DOI: doi: 10.19181/lspr.2022.18.1.7

Acknowledgements. The study was partly carried out within the framework of a state assignment on the topic: «Components, social standards and indicators of the level and quality of life of the population in modern Russia: qualitative identification and quantitative assessment in conditions of socio-economic inequality» (No. 0137-2019-0032).

References

1. Bogacheva N., Sivak E. Myths of Generation Z. *Sovremennââ analitika obrazovaniâ*. 2019. No.1. 64 p. (In Russ.).
2. Glotov M. Generation as a category of sociology. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2004. No. 10. P. 42-48. (In Russ.).
3. Gordeeva T., Osin E., Kuzmenko N., Leontiev D., Ryzhova O. The effectiveness of the olympiad system for recruiting applicants to universities (on the example of chemical universities). *Russian Chemical Journal*. 2011. Vol. 55. No. 5-6. P. 68-76. (In Russ.).
4. Gordeeva T.O., Kuzmenko N.E., Leontyev D.A., Osin E.N., Ryzhova O.N., Demidova E.D. Individual'no-psihologicheskie osobennosti i problemy adaptatsii studentov: otlichayutsya li pobediteli olimpiad ot ostal'nyh? [Individual psychological characteristics and problems of adaptation of students: are the winners of the Olympiads different from the rest?] In the book *Modern trends in the development of natural science education: fundamental university education*. Moscow: MSU Publishing House. 2010. P. 92-101. (In Russ.).
5. Gordeeva T.O., Osin E.N. Features of achievement motivation and educational motivation of students demonstrating different types of academic achievements (USE, victories in olympiads, academic performance) *Psychological research*. 2012. Vol. 5. No. 24. P. 4. (In Russ.).
6. Goshin M.E., Pinskaya M.A., Grigoryev D.S. Forms of Parental Participation in Education in Different Types of Schools. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2021. No. 5. P. 70-83 DOI: 10.31857/S013216250012685-6 (In Russ.).
7. Gurova I.M., Evdokimova S.Sh. Theory of generations as a tool for analysis, formation and development of labour potential. *MIR (Modernization. Innovation. Research)*. 2016. No. 3 (27). P. 150-159. (In Russ.).
8. Kondratyev M.D. Social concepts about the success of teenagers with different intragroup status and different levels of intellectual success. *Social Psychology and Society*. 2017. Vol. 8. No. 2. P. 116-130. 10.17759/sps.2017080208 (In Russ.).
9. Levada Yu.A., Shanin T.M. et al. *Otcy i deti: pokolencheskij analiz sovremennoj Rossii [Fathers and Sons: Generational Analysis of Modern Russia]*. Moscow: New Literary Review, 2005. 328 p. (In Russ.).
10. Ozhiganova E.M. Straus Howe generational theory. Opportunities of practical application. *Business education in the knowledge economy*. 2015. No. 1 (1). P. 94–97. (In Russ.).
11. Peresetskiy A.A., Davtyan M.A. Efficiency of the Unified State Exam and Olympiads as a Tool for Selecting Applicants. *Applied Econometrics*. 2011. No. 3 (23). P. 41-56. (In Russ.).
12. Petrushikhina E.B., Solodnikova I.V., Solodnikov V.V., Sedova O.L., Zagorulko A.V., Dorozhevets A.N., Smirnova T.Yu. Generational approach in the humanities *RGGU Bulletin: "Psychology. Pedagogics. Education" Series*. 2016. No. 4 (6). P. 139-150. (In Russ.).
13. Radaev V. The Divide among the Millennial Generation: Historical and Empirical Justifications. (Part one). *Sociological Journal*. 2020. Vol. 26. No. 3. P. 30-63. DOI: 10.19181/socjour.2020.26.3.7395 (In Russ.).
14. Radaev V. The divide among the Millennial Generation: Historical and Empirical Justifications. (Part two). *Sociological Journal*. 2020. Vol. 26. No. 4. P. 31-60. DOI: 10.19181/socjour.2020.26.4.7641 (In Russ.).
15. Semenova V.V. Modern conceptual and empirical approaches to the concept of «generation». *Russia Reforming*. 2003. No. 3. P. 213-237. (In Russ.).
16. Sibirev V.A., Golovin N.A. Intergenerational Differences in Life Satisfaction and Feelings of Happiness in Russia (Based on the Materials of the European Social Research). *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2020. No. 1. P. 296-315. DOI: 10.14515/monitoring.2020.1.12 (In Russ.).
17. Twenge J.M. iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy and Completely Unprepared for Adulthood. [Russ. ed. Pokolenie I]. Transl. from Eng. by A. Tolmachev. RIPOL classic, 2019. 523 p. (In Russ.).

18. Howe N., Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. N.Y.: William Morrow & Company. 1991. 538 p.
19. Krieger J. Unfairly Labeled: How Your Workplace Can Benefit From Ditching Generational Stereotypes. Wiley. 2016. 256 p.
20. Prensky M. Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*. 2001. Vol. 9. No. 5. P. 1–6.
21. Raymer M., Reed M., Spiegel M., Purvanova R. An Examination of Generational Stereotypes as a Path Towards Reverse Ageism. *The Psychologist-Manager Journal*. 2017. Vol. 20. P. 148–175.
22. Seemiller C., Grace M. Generation Z Goes to College. San Francisco: Jossey-Bass. 2015. 320 p.

Authors' declared contribution:

Olesya V. Veredyuk – statement of the problem, development of the concept of the article, analysis of research data, graphical presentation of data, formulation of research conclusions.

Ekaterina A. Chernykh – statement of the problem, critical analysis of literature, collection, processing and analysis of data, analysis of research results, formulation of research conclusions.

The authors declare no conflicts of interests.

Information about the authors:

Olesya V. Veredyuk – PhD. in Economical Sciences, Associate Professor, Department of Economic Theory, Saint-Petersburg State University

E-mail o.veredyuk@spbu.ru **elibrary Author ID** 287329

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-9862-633X> **ResearcherID** K-7044-2013

Ekaterina A. Chernykh – PhD. in Economical Sciences, Leading Research Worker, Laboratory of Problems of Living Standards and Quality of Life, ISESP FCTAS RAS

E-mail chernikh@isesp-ras.ru **elibrary Author ID** 473083

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-6970-487X> **ResearcherID** M-8255-2013

The author responsible for the correspondence is Ekaterina A. Chernykh

The article was submitted 02.11. 2021; approved after reviewing 27.12.2021; accepted for publication 20.01.2022.