

## СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНДУСТРИИ ЗРЕЛОГО И СТАРШЕГО ВОЗРАСТА



**ИРИНА КАЛАБИХИНА**

*Профессор кафедры народонаселения  
экономического факультета  
МГУ им. М.В. Ломоносова,  
доктор экономических наук*

**К девизу, который часто звучит: «Учись, работай, зарабатывай», — я хочу добавить еще одно слово. Он должен звучать так: «Учись, работай, зарабатывай, отдыхай». Обязательно отдыхай! Потому что 50+ — это период, когда надо еще и удовольствие получать.**

Картина народонаселения в России кардинально меняется. Через 20 лет в стране будет на 9 млн. потребителей больше в возрасте «60+». Появляется особая группа, которую нужно изучать, которая растет быстрее, чем пожилые, — «80+». Для этой группы нужны свои программы, свои продукты, своя история.

Плюс 9 млн. после трудоспособного возраста и минус 9 млн. трудоспособного возраста. Уже сегодня каждый пятый житель в пенсионном возрасте, а через 20 лет, которые пролетят моментально, это будет каждый третий. А Владимирская область — одна из самых «серебряных», потому что в ней уже сегодня 30% пожилых.

Основными факторами формирования индустрии зрелого и старшего возраста являются демографические. Перечислим основные демографические изменения, которые произошли и еще произойдут в ближайшем будущем.

Людей зрелого и старшего возраста стало больше, и численность этой группы будет значительно расти.

Если в 1989 году людей старше 50 лет было 40,5 млн., то в 2015 году — 50,9 млн. Так называемых «молодых стариков» («65+») было 14 млн, а стало 20 млн. Быстро растет и самая старшая группа. В 1989 году людей старше 80 лет («старые старики») было 1,8 млн., в 2015 году — 2,5 млн.

В будущем численность пожилых еще существенно вырастет: за 20 лет на 9 млн. человек (рис. 1).

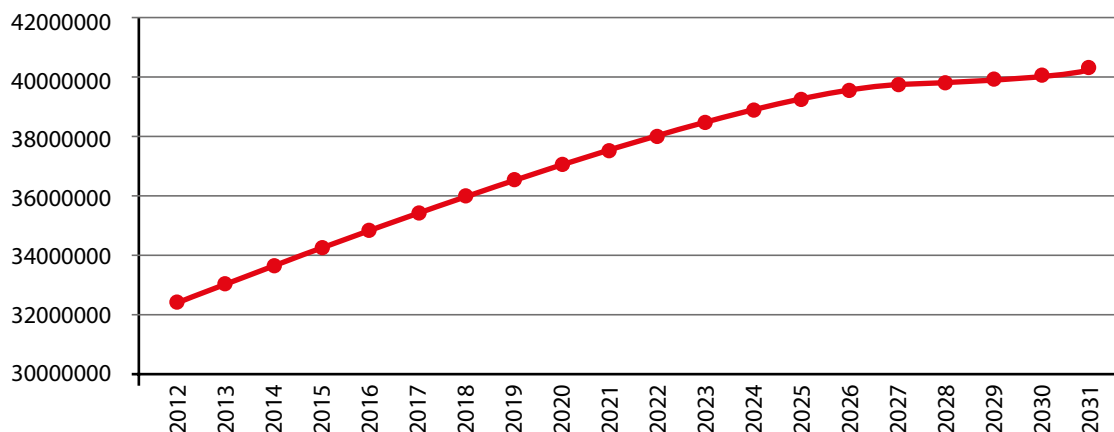


Рис.1. Численность населения старше трудоспособного возраста, чел. 2012–2031 гг., Россия, Росстат

Растет не только абсолютная численность, но и доля пожилых людей. Сегодня она составляет 20%, через 20 лет окажется 30%, то есть каждый третий человек будет в пожилом возрасте (рис. 2).

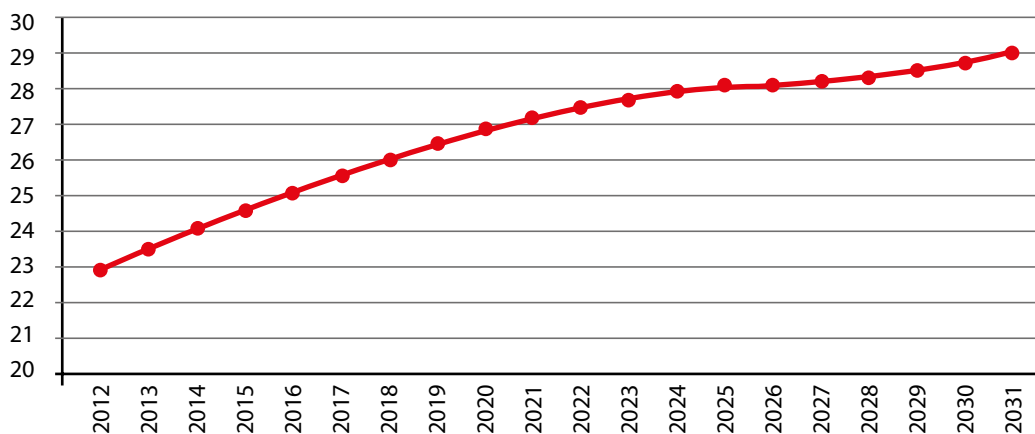


Рис.2. Доля населения старше трудоспособного возраста, %. 2012–2031 гг., Россия, Росстат

Демократия — это голос большинства, то есть чем больше в процентном соотношении людей старшего возраста, тем ярче звучит их голос, нужно работать для них. При этом пожилых женщин в 2,5 раза больше, чем мужчин — 25 млн. и 10 млн соответственно.

В возрасте 35–39 лет начинается преобладание численности женщин над численностью мужчин. Это преобладание увеличивается, в возрасте 65–69 лет женщин в два раза больше, чем мужчин, в возрасте 80–84 — почти в 4 раза (рис. 3).

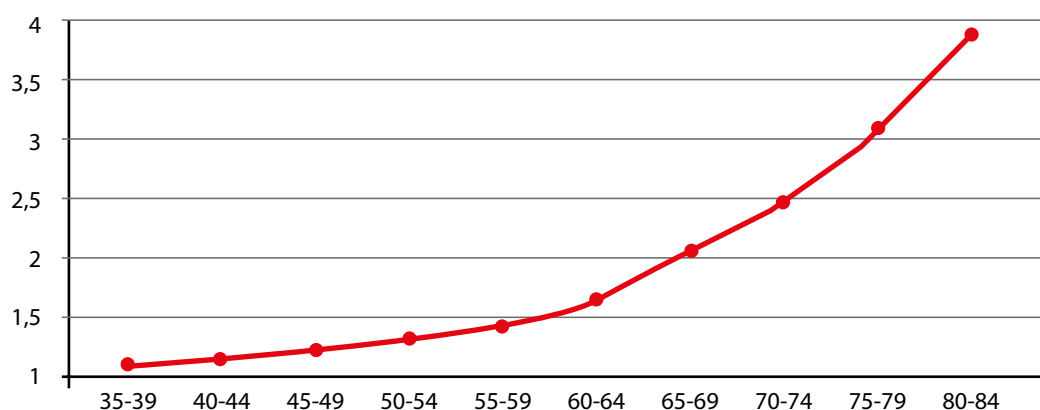


Рис.3. Отношение численности женщин к численности мужчин, во сколько раз. 2015 г., Россия, Росстат

Преобладание численности женщин связано с различиями в ожидаемой продолжительности жизни. В России один из самых больших гендерных разрывов в ожидаемой продолжительности жизни при рождении — более 10 лет.

Но, несмотря на неравенство по полу, и у женщин, и у мужчин растет ожидаемая продолжительность жизни, в том числе и в старших возрастах. В 2001 году женщинам в 50 лет предстояло прожить еще 26,5 лет, а мужчинам — 18,5 лет. В 2014 году у женщин впереди было уже 30 лет, у мужчин — 22,4 года. Меньше чем за полтора десятилетия выросла ожидаемая продолжительность жизни и у 70-летних, и даже у 80-летних.

В 2001 году женщинам в 80 лет предстояло прожить еще 6,9 лет, а мужчинам — 6 лет. В 2014 году у женщин впереди было уже 7,6 лет, у мужчин — 6,6 лет (рис. 4).

Заметим: чем старше население, тем меньше гендерный разрыв по полу в продолжительности жизни. Если средний мужчина преодолел трудоспособный возраст, шансы на дожитие у него сравниваются со средней женщиной этого же возраста.

И состояние здоровья у людей старшего возраста улучшается, старость отодвигается к старшим возрастам. Сто лет назад человек в 60 лет считался глубоким стариком, сегодня «старый» — это человек в 80 лет.

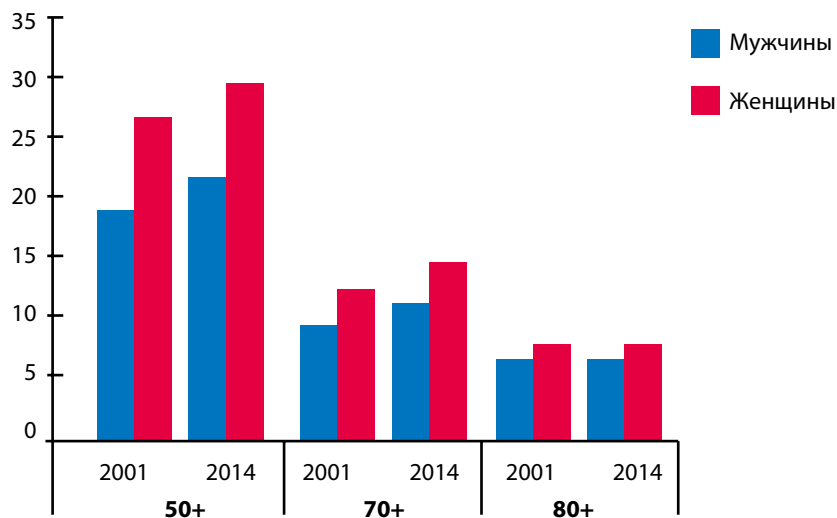


Рис.4. Ожидаемая продолжительность жизни мужчин и женщин в 50, 70, 80 лет. 2014 г., Россия, Росстат

Растет численность потенциальных взрослых мам (рис. 5), причем на фоне снижения общей численности женщин репродуктивных возрастов (15–49 лет). Меняется кален-

дарь рождений (рождаемость стареет). Если 1990-е годы вклад в рождаемость женщин 35–44 лет составлял 5%, то сегодня он вырос до 15%.

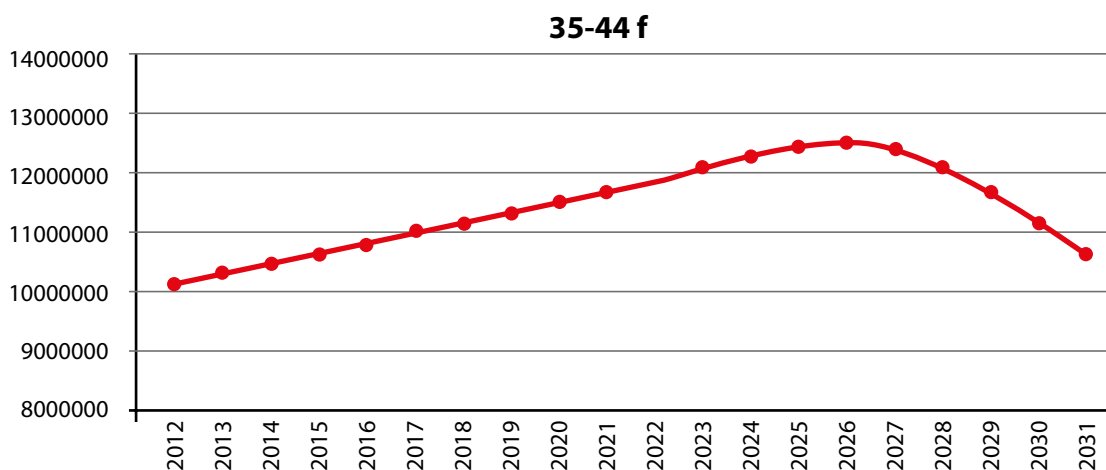


Рис.5. Численность женщин в возрасте 35–44 лет, чел. 2012–2031 гг., Россия, Росстат

К этим демографическим изменениям стоит добавить такой социально-экономический фактор, как платежеспособный спрос пожилых. В рамках жизненного цикла благосостояние растет с возрастом, самыми обеспеченными считаются зрелые люди, потом благосостояние снижается. Сдача квартир в аренду, использование земельных участков — хорошее подспорье к доходам людей старшего возраста. В развитых странах пожилые — активные игроки на финансовых рынках. В России пожилые также не самая бедная группа, в зоне риска бедности не пожилые, а семьи с маленькими детьми. У них риск бедности выше среднего в 1,6 раз, тогда как работающие пенсионеры имеют один из самых низких рисков бедности. Денежные межпоколенные трансферты чаще идут от старых к молодым.

Почему же даже в России люди зрелого и даже старшего возраста могут быть важной группой потребителей? Экономический рост и рост уровня жизни 2000–2013 годов отразился и на пожилых людях. Исполнение социальных обязательств — самое строгое для пожилых людей (это основной электорат). Многие пожилые люди работают, будучи на пенсии (60–72 года — 27% мужчин и 17% женщин; 55–59 лет — 52% женщин).

Все перечисленные факторы приводят к новым вызовам:

- растет демографическая нагрузка;
- в экономике заботы России растет «феномен сэндвича» (уход за детьми и пожилыми);
- женское одиночество в зрелом возрасте;
- угроза дефицита рабочих мест, университетских парт, социальных услуг и досуга для людей старшего возраста;
- конфликт или солидарность поколений.

Однако образ жизни в постиндустриальном обществе кардинально меняется, появляются новые возможности активного включения людей старшего возраста во все сферы жизни. Кратко перечислю, какие новые возможности мы наблюдаем.

- В экономике: гибкий рынок труда, рост сектора услуг.
- В семье: потребители, работники, члены семьи — больше наличных, но меньше времени (спрос на услуги пожилых).
- В технологии: быстрое развитие умных приспособлений на работе, в домохозяйстве, в медико-социальном пространстве.
- В свободное время: мобильный шопинг и досуг.
- В политике: стратегия для людей старшего возраста, программа «дружественная среда».

Несколько слов надо сказать и об изменениях в потребительском поведении.

Во-первых, происходит значительный сдвиг в образе жизни всех поколений — ин-

**«Демократия — это голос большинства, то есть чем больше в процентном соотношении людей старшего возраста, тем ярче звучит их голос, нужно работать для них. При этом пожилых женщин в 2,5 раза больше, чем мужчин — 25 млн. и 10 млн соответственно»**



теграция семьи и работы. В частности, возникает потребительский термин *bleasure* (*business and pleasure*), особенно это заметно в индустрии ресторанного бизнеса, гостеприимства и туризма.

Во-вторых, в потребительской сфере возникают два особых поколения: поколение «миллениумов» (сегодня это «зеленое поколение») и поколение «беби-бумеров» (сегодня — «серебряное поколение»).

Характеристики поколения «миллениумов» — конец священной ценности старых форм семьи, требование к гибкой работе, спрос на комфорт и рациональность, спрос на образование, ипотека для новой семьи, здоровый образ жизни, гибкость восприятия информации и постоянное включение в конкурентной среде.

Характеристики поколения «беби-бумеров» — требования к гибкой работе, спрос на комфорт, спрос на второе образование,

ипотека до 65 лет, спрос на туризм и досуговые услуги, спрос на услуги здравоохранения и здоровый образ жизни.

Мы видим, как много в ценностях и вкусах этих поколений совпадает. Будут ли они конкурентами на новых рынках товаров и услуг? Или, дополняя друг друга, снизят риски развития индустрии для людей старшего возраста?

В заключение следует сказать о значительном потенциале индустрии для людей зрелого и старшего возраста на фоне демографических и социальных изменений, реализации новой парадигмы активного долголетия. В английском языке появился уже такой термин — «блэже». Есть английское слово *pleasure* (удовольствие, досуг). Есть слово *business* (бизнес). Так вот это новое слово «блэже» о том, что сейчас все слилось: удовольствие, работа, семья. Так что, «Учись, работай, зарабатывай и отдыхай!»