



## ПОКОЛЕНИЕ «50+» В ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ И НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ



**АЛЕКСЕЙ ЗУБЕЦ**

*Руководитель Центра стратегических исследований ПАО «Росгосстрах»,  
руководитель Департамента социологии и политологии Финансового университета при Правительстве РФ,  
доктор экономических наук*

**Роль поколения «50+» в российской общественной жизни и экономике неизбежно будет увеличиваться. Уже сейчас возрастная группа старше 50 лет составляет 35% от населения страны. В связи с общей тенденцией старения населения из-за низкой рождаемости доля этой группы в общей численности граждан России будет только расти.**

Важно понимать, что сегодня социальное значение возрастной группы старше 50 лет, а также ее роль в экономике серьезно недооцениваются. Дело в том, что экономические реформы, проведенные в стране в начале 1990-х годов, стали своеобразным водоразделом поколений. Группы населения, которым в начале 1990-х было до 40 лет, как правило, смогли более или менее легко интегрироваться в новые экономические отношения, тогда как старшему поколению было гораздо сложнее совершить этот переход. Это и определило отклонение российской структуры доходов населения от традиционного распределения, характерного для экономически развитых стран.

В Соединенных Штатах, например, группа в возрасте 55–64 лет имеет самый высокий уровень доходов среди всех возрастных групп населения, тогда как в нашей стране наивысшими доходами обладают представители группы 30–40 лет. Эти представители были активны в момент серьезных экономических преобразований в нашей стране в 1990-е и 2000-е годы.

Однако можно быть уверенным, что со временем структура распределения доходов населения по возрастным группам будет все больше приближаться к традиционным распределениям, характерным для экономически развитых стран. Можно ожидать, что через определенное время (10–20 лет) именно

группа «50+» станет наиболее состоятельной в нашей стране, что повысит ее общественный и экономический вес.

Центр стратегических исследований компании «Росгосстрах», а также Департамент социологии Финансового университета при Правительстве РФ проводят большой объем исследований, посвященных жизненным ориентациям россиян и их экономическим настроениям. Накопленная база данных дает серьезный материал для анализа поведения различных возрастных групп населения, и в частности, группы «50+», в общественной жизни и в экономике.

Исследования показывают, что среди населения в возрасте от 50 до 60 лет больше всего неработающих пенсионеров (27%), а также специалистов с высшим образованием без руководящих функций (18%). Есть обслуживающий персонал (13%), есть руководители среднего звена (10%), довольно много частных предпринимателей (9%). В группе с возрастом более 60 лет основная доминирующая социальная группа — неработающие пенсионеры (83%), хотя определенный вес имеют профессиональные группы обслуживающего персонала и

специалистов с высшим образованием без руководящих функций.

Необходимо отметить, что среди тех, кому более 50 лет, в последнее время удерживается достаточно высокий уровень удовлетворенности собственной жизнью. В последние годы доля довольных жизнью здесь колеблется от 65 до 85%. В начале 2016 года произошло довольно серьезное снижение уровня удовлетворенности жизнью среди старшей возрастной группы, однако можно надеяться, что это снижение носит локальный, краткосрочный характер. Несмотря на кризис, доля тех, кто уверен в завтрашнем дне, в возрастной группе «50+» составляет около половины. При этом можно сказать, что данный показатель достаточно устойчив к кризисным явлениям.

Серьезной проблемой как для возрастной группы «50+», так и для всего российского общества, являются заниженные представления о «достойной», «справедливой» продолжительности жизни. Россияне сегодня считают, что «достойная», средняя ожидаемая продолжительность жизни составляет примерно 80 лет. При этом надо отметить, что сегодня в мире уже имеется





37 стран, в которых ожидаемая продолжительность жизни пересекла предел в 80 лет. Лидерами здесь являются Гонконг, Япония и Исландия, где она составляет 83–84 года.

Исследования показали, что ожидания по продолжительности жизни тесно связаны с ощущениями счастья и благополучия. Чем более счастливыми чувствуют себя россияне, тем большие цели по продолжительности жизни они ставят перед собой. Среди тех, кто считает, что в их окружении много счастливых людей, ожидания по средней продолжительности жизни составляет 83 года. К сожалению, только 5% россиян говорят о том, что в их окружении много счастливых людей. Надо отметить, что в группе «50+» тех, кто согласен, что жизнь — это источник счастья, меньше, чем в среднем по стране. В составе старшего поколения меньше людей, которые заботятся об улучшении своего здоровья, занимаются фитнесом, спортом и практикуют здоровое питание. Как представляется, такое пессимистическое отношение к собственному настоящему и будущему должно быть изменено на более оптимистическое мировоззрение.

Изменение картины мира в сознании пожилых россиян — крайне важная задача, способная значительно повысить качество жизни этой возрастной группы. Эта работа по силам общественным движениям и организациям, которые ставят перед собой целью интеграцию пожилых людей в полноценную общественную жизнь.

При этом надо отметить, что в группе «50+» имеются достаточно оптимистические взгляды на будущее нашей страны. Более половины представителей этого возрастного сегмента считает, что следующее поколение россиян будет жить лучше, чем нынешнее. К сожалению, среди старшего поколения достаточно велика доля тех, кто ставит перед собой цель в жизни на уровне простого выживания (12–18% от численности возрастных групп). С другой стороны, достаточно велико число тех, кто в своих

стандартах качества жизни ориентируется на западные стандарты потребления (16–24%), хотя их доля и ниже, чем по стране в целом (30%).

К чести поколения «50+» его представители считают правильным использовать для достижения жизненных целей «цивилизованный» набор «инструментов». К ним относится улучшение качества труда, повышение образовательного уровня, участие в общественной и политической жизни, а также в улучшении жизни в своем городе и стране в целом. Если среди молодежи до 30 лет только 60% считают необходимым лучше работать, чтобы добиться более высокого качества жизни, в возрастной группе более 60 лет доля тех, кто разделяет мнение о необходимости качественного труда, составляет 73%. В молодежной среде 46% считают необходимым для достижения собственных жизненных целей получить хорошее образование, а в группе старше 60 лет тех, кто так думает, 69%.

К сожалению, сегодня можно говорить о том, что старшее поколение находится в тяжелых материальных условиях. В возрастной группе 50–60 лет только около 12% россиян способны купить автомобиль, в группе старше 60 лет доходов на приобретение автомобиля хватает только у 7% представителей этого возрастного сегмента. Доля малоимущих россиян (тех, кому хватает не более чем на предметы первой необходимости) в старшей возрастной группе составляет около 80%, среди тех, кому от 50 до 60 лет — около 60%. Таким образом, платежеспособность этих возрастных сегментов российского общества сегодня совершенно недостаточна, вследствие чего этим людям довольно сложно делать накопления. В возрастной группе от 50 до 60 лет 56% респондентов в ходе социологических исследований заявляют о том, что тратят все средства, которые они получают, и не делают сбережений. В группе старше 60 лет таких людей еще больше — около 60%. И только 20% представителей



группы «50+» стараются регулярно откладывать средства на будущее.

При этом объем накоплений, которыми располагают представители старшей возрастной группы, как правило, незначителен. В среднем их хватит не более чем на год, хотя у 7% семей из группы «50+» накоплений, по их словам, хватит более чем на три года. Россияне старшего поколения отдают предпочтение в накоплениях российскому рублю (97–98% от числа имеющих накопления держат их в рублях), при этом у них имеются определенные долларové сбережения (7–11% семей). Если говорить об инвестиционных инструментах, используемых группой «50+», здесь безусловными лидерами являются банковские вклады в рублях (71–83% от числа делающих сбережения) и в валюте (5–8%), а также наличные деньги (16–24%). Имеются определенные вложения в прочие инвестиционные инструменты (например, в недвижимость с целью дальнейшей перепродажи), однако они не играют заметной роли в инвестиционной политике семей из группы «50+».

К сожалению, у россиян из старших возрастных групп не очень длинный горизонт

планирования инвестиций. Как правило, он не превышает года, а на большие сроки представители возрастной группы «50+» вкладывать свои средства не готовы. С другой стороны, в этой возрастной группе имеется низкая кредитная активность. В группе от 50 до 60 лет у 30% есть непогашенные кредиты (против 50% в группе 30–40 лет), в группе «60+» таких семей только 11%. При этом 84% не брали кредитов за последние два-три года.

При анализе социального и финансового поведения старшего поколения целесообразно рассмотреть и наполнение стандартов качества жизни так, как его видят представители этих социальных сегментов. На сегодняшний день стандарт качества жизни для представителей группы «50+» составляют, в первую очередь, качественная медицина (это отметили 82–84% респондентов), собственное жилье (81–78%), хорошее образование (77–79%), а также полноценное питание (75–76%). Таким образом, главные потребности представителей старшего поколения концентрируются в первую очередь вокруг медицинских и жилищных услуг (например, ремонт домов и квартир).

***«К чести поколения «50+» его представители считают правильным использовать для достижения жизненных целей «цивилизованный» набор «инструментов». К ним относится улучшение качества труда, повышение образовательного уровня, участие в общественной и политической жизни, а также в улучшении жизни в своем городе и стране в целом»***



Накопительная политика старшего поколения также имеет свои особенности. Основными целями накопления средств являются запасы на случай непредвиденных обстоятельств: болезни, аварии, несчастного случая (эти цели указали 17–18% от числа представителей группы «50+»). Представители старшего поколения накапливают также средства на поддержание желаемого уровня потребления в старости (9–12%), лечение и оздоровительные мероприятия (6–8%), отдых (4–8%), для поддержки детей (5–7%), на ремонт квартиры или дома (4–7%). В возрастной группе «60+» 56% не застрахованы ни по одному виду страхования, в группе 50–60 лет — 34%. Наиболее распространенными видами страхования в группе «50+» являются страхование автотранспорта ОСАГО, КАСКО, а также недвижимости (дач, квартир, городских и загородных домов).

Таким образом, финансовые и иные компании, работающие на рынке тех, кому за 50, должны ориентироваться в первую очередь на удовлетворение перечисленных потребностей как наиболее актуальных потребностей этой группы. При этом надо учитывать, что старшее поколение при выборе финансовых компаний в первую очередь делает акцент на надежность банков или страховщиков, которая может выражаться, в частности, в их государственном статусе. Следующие по важности факторы выбора банков — удобство расположения банковских отделений и банкоматов, скорость обслуживания и привлека-

тельные финансовые условия, причем для группы «60+» финансовые условия банков значат больше, чем для возрастной группы от 50 до 60 лет.

Подводя итог сказанному, можно выделить несколько основных задач в работе со старшим поколением. Прежде всего, общегосударственной, национальной задачей является активизация социальной позиции представителей этого возрастного сегмента, а также изменение их мировоззрения. Необходимо «втянуть» представителей группы «50+» в более активную, здоровую и счастливую жизнь. Пессимизм является общественно неприемлемым, так как он снижает качество жизни россиян.

Группа «50+» представляет собой существенный сегмент финансового и иных рынков, который имеет свои специфические потребности и особенности восприятия традиционных услуг. Индустрия, нацеленная на удовлетворение их потребностей, будет только расти, и ее успех зависит от того, в какой степени она будет учитывать особенности социальной группы «50+».

Платежеспособность возрастной группы «50+» пока не столь велика, как хотелось бы. В то же время можно ожидать, что в течение ближайших десятилетий ситуация изменится, и этот возрастной сегмент российского общества станет гораздо более состоятельным. С другой стороны, и сейчас группа «50+» представляет существенный интерес для операторов, предоставляющих различные товары и услуги: медицинские, жилищные, банковские и страховые.