

Demografia i Gerontologia Społeczna – Biuletyn Informacyjny 2012, Nr 7

Piotr Szukalski
Instytut Socjologii
Uniwersytet Łódzki
pies@uni.lodz.pl



Srebrna gospodarka

Czy starzenie się ludności jest tylko zagrożeniem społecznym? Tradycyjnie zwiększanie się udziału osób starszych postrzegane jest w naukach społecznych, zwłaszcza w ekonomii, zgodnie z logiką „demografii apokaliptycznej”, jako społeczne zagrożenie. Wzrost liczby seniorów powiązany jest bowiem ze zwiększeniem się wartości wypłacanych świadczeń społecznych, wzrostem nakładów na opiekę medyczną i usługi opiekuńczo-pielęgnacyjne, przede wszystkim te instytucjonalne. Rezultatem powyższych zmian jest wzrost wydatków publicznych powyżej poziomu możliwego do utrzymania w dłuższym okresie. Jednocześnie społeczeństwa doświadczające starzenia się charakteryzować się będą w nadchodzących dekadach obniżającym się udziałem osób w wieku produkcyjnym, a także starzeniem się zasobów pracy. Tym samym pojawiają się obawy o możliwość zapewnienia wzrostu produktywności pracowników, a w efekcie utrzymania międzynarodowej konkurencyjności. Lęki te wzmacniane są przez wiarę w niższy poziom innowacyjności starszych społeczeństw, a także w ich niższą skłonność do podejmowania ryzyka. Tym samym rodzą się pytania o możliwość uzyskiwania wystarczająco wysokich wpływów budżetowych, umożliwiających finansowanie zapotrzebowania na usługi społeczne wyłaniające się ze starzenia się populacji.

Powyższe obawy skłoniły do spojrzenia na proces starzenia się z perspektywy *foresight*-u, w efekcie czego zmiany demograficzne traktowane być zaczęły jako wyzwanie, któremu sprostanie zależne jest od jakości podjętych przygotowań związanych z zaobserwowanymi potencjalnie niepokojącymi przemianami. Na tym etapie pojawiło się myślenie odwołujące się do podejmowania działań mających z wyprzedzeniem zmniejszać niekorzystne konsekwencje wzrostu starzenia się ludności. Najważniejsze działania polegają na aktywizowaniu osób starszych, co przybiera różną postać, począwszy od promowania bycia aktywnym (koncepcja aktywnego starzenia się), poprzez umożliwianie bycia aktywnym (zapobieganie dyskryminacji ze względu na wiek, wdrażanie zarządzania wiekiem), do zmuszania do bycia aktywnym (podwyższanie wieku emerytalnego).

Początkowo powyższe wyzwania postrzegane były jako odnoszące się do sektora publicznego, jednak bardziej dogłębna analiza sposobu wdrażania sugerowanych rozwiązań zaczęła wskazywać na występowanie licznych, pozytywnych efektów ubocznych, odnoszących się tak do sektora publicznego, „półpublicznego”, jak i prywatnego. Zapobieganie „katastrofie demograficznej” okazuje się bowiem być obiecującym, samofinansującym się interesem, zaś sama potencjalna „katastrofa” zamienia się w szansę dla gospodarki. Podstawowe założenie, na którym powyższy wywód został oparty, mówi o tym, iż wszelkie problemy związane ze starzeniem się ludności mogą być rozwiązane w sytuacji występowania trwałego 2-3% wzrostu gospodarczego. Podstawową kwestią jest zatem znalezienie odpowiedniego „paliwa”, zapewniającego długotrwały wzrost. Rozwój rynku w wyniku wzrostu odsetka osób starszych uznawany jest za taki bodziec.

Etapy rozwoju „srebrnej gospodarki”. Szansa, o której mowa, na imię ma „srebrna gospodarka”. Termin ten obejmuje wszelką działalność gospodarczą mającą na celu zaspokajanie potrzeb wyłaniających się z procesu starzenia się ludności.

Historycznie, punktem wyjścia była sytuacja, gdy występowały trudności z zaspokojeniem specyficznych potrzeb osób starszych przez podmioty rynkowe związane z tym, iż dla większości typowych podmiotów gospodarczych grupą docelową są konsumenci w wieku 15-40 lat, zaś jedynie w przypadku niektórych usług i dóbr nieco starsi, w wieku 40-60 lat (rynek wysokiej jakości samochodów, prywatna bankowość, dobra luksusowe, turystyka, usługi medyczne i okołomedyczne). W większość przypadków konsumenci starsi traktowani są jako grupa nieatrakcyjna, jedynie dla producentów nielicznych dóbr stanowią kluczową grupę. Tymczasem „srebrny rynek” zaczyna się w przypadku osób mających co najmniej 50 lat (niektórzy mówią o osobach 60+, lub nawet 65+).

Na pierwszym etapie rozwoju „srebrna gospodarka” – wówczas jeszcze najczęściej utożsamiana ze „srebrnym rynkiem” (*silver market*) lub ze „srebrnymi przemysłami” (*silver industries*) – utożsamiana była jedynie z modyfikowaniem istniejących produktów w taki sposób, aby zwiększyć ich użyteczność dla seniorów (wzrost łatwości korzystania z produktów, dopasowanie ich niektórych charakterystyk do specyficznych wymagań seniorów). Nieco później pojawiły się pomysły, aby wdrażać specjalnie zaprojektowane dla osób starszych produkty, tj. takie które już w fazie przed wprowadzeniem na rynek uwzględniały ich specyficzne potrzeby. Tym samym nastąpiła zmiana percepcji osób starszych jako konsumentów – od pasywnych nabywców do aktywnych, kształtujących więźkę nabywanych użyteczności konsumentów. Wciąż jednak na tym etapie mowa była o typowych usługach lub dobrach oferowanych indywidualnym seniorom, tj. osobom, które z uwagi na stan zdrowia lub zaawansowany wiek nie są już – lub powoli przestają być – uczestnikami rynku pracy. Tym samym seniorzy doceniani są jako konsumenci zdolni do absorbowania większej ilości dóbr i usług.

Prawdziwe myślenie w kategoriach „srebrnej gospodarki” zaczyna się wówczas, gdy następuje wyjście poza tak wąsko zdefiniowane grupy docelowe. Zaczyna się wówczas myśleć o potencjalnych klientach w kategoriach nie tylko jednostek, lecz również grup lub organizacji, zaś zaspokajane potrzeby to nie tyle potrzeby seniorów, ile struktur mających z seniorami do czynienia. Z tej perspektywy w centrum zainteresowania stają się nie tylko osoby starsze, lecz również i te na przedpolu starości, zaś jednym z ważnych pól działalności jest dostarczanie usług umożliwiających dłuższą aktywność, np. wykonywanie kariery zawodowej przez starszych pracowników (np. poprzez doradzanie firmom jak organizować środowisko pracy i sposób zarządzania, aby przygotować się lepiej na starzenie się zakładowych zasobów pracy). Na tym etapie również i tradycyjnie podejmowane działania ukierunkowane na zaspokajanie osób starszych przybierają innych charakter, w miejsce bowiem uwzględniania specyfiki osób starszych przy projektowaniu produktów niezależnych od fazy cyklu życia jednostki, mamy do czynienia ze skupianiem się na zaspokajaniu „wykreowanych” – tj. nieuświadomianych sobie dotąd przez osoby starsze – potrzeb lub na wdrażaniu takich sposobów zaspokajania dotychczasowych potrzeb, które związane są z zastosowaniem najnowocześniejszych technologii. W efekcie pojawiają się nowe działy gospodarki – „srebrny” marketing czy gerontechnologie.

W rezultacie powyższych przemian w skład „srebrnej gospodarki” wchodzi coraz częściej działania związane z indywidualnym i społecznym przygotowaniem do starości w różnych wymiarach, zaś rozwój samej gospodarki bazuje na podejściu zwanym aktywnym starzeniem się, której atrybutem nie jest „imperatyw wyboru mającego na celu nie być starym”, lecz wybór takiego sposobu starzenia się, aby działało się to w sposób nowy, lepszy, bardziej produktywny.

Główne obszary wchodzące w skład „srebrnej gospodarki”. Obecnie wyodrębnić można kilka kluczowych obszarów, na których rozwija się „srebrna gospodarka”. Obszary te opiszę, odwołując się do dezyderatów, z którymi są powiązane, i przypisując do każdego obszaru przykładowe działania:

- 1) zapewnienie jak najdłuższej aktywności zawodowej – zaopatrzenie jednostek w zaktualizowane kwalifikacje, umiejętności i wiedzę niezbędne do pomyślnej kontynuacji kariery zawodowej; zaopatrzenie organizacji w wiedzę i umiejętność dostosowywania warunków i organizacji pracy do wymagań starzejących się zasobów pracy;
- 2) zapewnienie jak najdłuższej samodzielności – w skład tego działu wchodzi zapewnianie usług umożliwiających dłuższe przebywanie w domu (sprzątanie, zakupy, usługi pielęgnacyjne), dostarczanie wiedzy o występowaniu i korzystaniu z „protez cywilizacyjnych” (wszelkie przyrządy – w tym i roboty domowe, udogodnienia, których celem jest kompensacja utraconej sprawności); organizacja usług transportowych, jak i działalność firm przygotowujących tzw. inteligentne mieszkania (lokale, w których – dzięki zastosowaniu elektroniki – mamy do czynienia z występowaniem systemu urządzeń wspierających samodzielne życie);
- 3) zagospodarowanie czasu seniorów – w skład tego działu wchodzi zarówno edukacja, rozrywka, jak i rekreacja, najlepiej w połączonej formie edutainment; turystyka; segment usług odnoszących się do hodowli zwierząt domowych;
- 4) dbałość o swoje zdrowie i swój image – wszelkie działania mające poprawić stan zdrowia, sprawność (w tym przede wszystkim te o charakterze prewencyjnym), jak i podnoszące samoocenę jednostki dzięki odpowiedniemu makijażowi, ubiorowi;
- 5) zapewnianie integracji społecznej – działania ukierunkowane na osiągnięcie wyższego poczucia wspólnotowości pomiędzy różnymi grupami społecznymi, w tym i przedstawicielami różnych pokoleń, przybierające najczęściej charakter pracy w wolontariacie;
- 6) dostarczenie usług finansowych „wrażliwych na wiek” – doradztwo odnoszące się do sposobów zabezpieczenia posiadanego kapitału, gospodarowania posiadanymi środkami (w tym i planowania ich powolnego upływniania), oszczędzania z myślą o sfinansowaniu okresu własnej starości.

Szanse „srebrnej gospodarki” w Polsce. „Srebrny rynek” w Polsce zapewne w przyszłości mieć się będzie dobrze, co – oprócz jego dzisiejszej słabości, oznaczającej niski pułap wyjściowy – wynikać będzie z przynajmniej trzech czynników :

- 1) Wzrostu liczby osób starszych, a zatem zwiększenia się ważności tego segmentu konsumentów. Liczba osób w wieku 65+ pomiędzy rokiem 2010 a 2035 wzrośnie z 5,154 mln do 8,358 mln, co oznacza wzrost z 13,5% do 23,2% ogółu ludności Polski. W równie dużym stopniu zmieniać się będzie w przyszłości w powiązaniu do starzenia się ludności liczba gospodarstw jednoosobowych – w powyższym okresie wzrosnąć ma z 3,955 mln na 4,805 mln, pomimo spadku ludności o 5,5%;
- 2) powolnego wzrostu zamożności osób starszych, a zwłaszcza wyłaniania się podzbiorowości osób starszych, które zdołały skorzystać ze zmian ustrojowych i zgromadzić majątek. Nawet bowiem w przypadku obniżania się stopy zastępowalności (relacja między średnią emeryturą a średnim wynagrodzeniem), realna wartość przeciętnego świadczenia emerytalnego będzie wzrastać. Jednocześnie wzrastać będzie wartość zasobów zgromadzonych w trakcie życia przez Polaków – choć proces ten będzie bardzo nierównomiernie dotykać różne warstwy osób starszych i na przedpolu starości, najsilniej zaznaczy się wśród osób z reguły najbardziej skłonnych do korzystania z oferty „srebrnej gospodarki” – wykształconych mieszkańców wielkich miast, mających niewiele dzieci (lub ich niemających), przyzwyczajonych na wcześniejszym etapie życia do realizacji większości wyłaniających się potrzeb;
- 3) zmian mentalnych wśród seniorów, którzy w mniejszym stopniu oczekiwają będą opieki ze strony rodziny – a zatem i mniej będą skłonni do oszczędzania w imię przekazania majątku następnej generacji – a jednocześnie w większym stopniu będą nastawieni na korzystanie ze starości, zwłaszcza tej wczesnej, jako okresu, kiedy ze względu na dostatek czasu zacząć można realizację niewykonalnych wcześniej marzeń i zamierzeń (składnąd warto zaznaczyć, iż to osoby starsze dysponują obecnie czasem, tym niedocenianym zazwyczaj zasobem, potrzebnym do użytkowania

dóbr, a niezbędnym przy zakupie usług). Tej przemianie sprzyjać będą szybkie podwyższanie się poziomu wykształcenia seniorów oraz poprawa ich stanu zdrowia, wydłużająca okres konsumpcji kompensacyjnej.

Jednakże, dopóki w większym stopniu jednostki, grupy i instytucje, w tym i przedsiębiorcy, nie dostrzegą konieczności przygotowania się do starzenia – własnego, swoich klientów, pracowników – rozwój „srebrnej gospodarki” w Polsce ograniczać się będzie do pierwszej z przedstawionych wcześniej faz, tj. takiego modyfikowania dostarczanych produktów, aby zwiększać ich użyteczność dla starszych nabywców.

„Srebrny rynek” powinien być uznany za pole działań strategicznych z punktu widzenia zarówno podnoszenia jakości życia osób starszych i ogółu społeczeństwa, jak i zapewnienia możliwości trwałego, niezakłóconego rozwoju społeczno-gospodarczego. Podkreślić warto, iż kategoria ta jest przejawem prymatu jakości życia w myśleniu o przyszłości i jej projektowaniu, a jednocześnie jest ściśle powiązana z coraz bardziej świadomym zarządzaniem przyszłością, polegającym na minimalizowaniu konsekwencji przyszłych ryzyk.

Samo pojęcie „srebrna gospodarka” rozumiane jest coraz szerzej, jako ogół podejmowanych przez różnorodne podmioty działań ukierunkowanych już nie tylko na osoby starsze, ale również i na instytucje/organizacje, których klientami/pracownikami są takie osoby, zaś coraz częściej grupa docelowa nie jest definiowana poprzez odwołanie się do jakiegoś wieku, uchodzącego za starość, lecz poprzez odwołanie się do cyklu życia i konieczności uprzedniego przygotowania się do fazy starości. Podkreślić jednak przy tym należy, iż wskutek obserwowanego w badaniach zachowań konsumpcyjnych w państwach wysoko rozwiniętych powolnego zaniku wieku jako głównego czynnika różnicującego zachowania nabywcze seniorów dobre produkty dla nich przeznaczone winny być w rzeczywistości – mimo uwzględniania ich specyficznych potrzeb – „bezwiekowe”, neutralne ze względu na wiek, możliwe do wykorzystania przez osoby z innych grup wieku.

Zdawać sobie należy jednak sprawę, iż nawet i – tradycyjnie pojmowani – przyszli „srebrni konsumenci” będą grupą silnie heterogeniczną, wymagającą zróżnicowanej oferty, zarówno ze względu na dochody, wykształcenie, jak i odmienny styl życia. W przeciwieństwie do poprzednich generacji, które w dużym stopniu zależały do wsparcia swych dzieci – tak w postaci usług, jak i transferów materialnych – osiąganego najpełniej dzięki zamieszkiwaniu w jednym gospodarstwie domowym, obecni seniorzy bardziej polegają na sobie i na swych zasobach. Owe zasoby są bez wątpienia lepsze niż w przeszłości, zarówno gdy mowa o zgromadzonym majątku, bieżących dochodach, jak i o zdrowiu. Co więcej, duch czasów odciska swe piętno na ich oczekiwaniach odnośnie do możliwości i chęci uzyskania wsparcia ze strony własnych dzieci, zachęcając ich do podejmowania starań o wydłużenie okresu samodzielności.