НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт экономики и менеджмента

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИКИ: ЧЕЛОВЕК И СОЦИУМ (ИТЭ-ЧС 2021)

**Материалы
VII Международной научной конференции**

Томск, 21–23 октября 2021 г.

Ответственный редактор М.В. Чиков

Томск
Издательство Томского государственного университета
2021

5. Block F., Evans E. The State and the Economy // The handbook of economic sociology / eds by N.J. Smelser, R. Swedberg. Princeton University Press, 2005. 736 p.
6. Charron N. Diverging cohesion? Globalisation, state capacity and regional inequalities within and across European countries // European Urban and Regional Studies. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0969776413512844> (accessed: 09.08.2021).
7. Doing Business. URL: <https://www.doingbusiness.org/en/doingbusiness> (accessed: 05.08.2021).
8. Hanson J.K. Leviathan's Latent Dimensions: Measuring State Capacity for Comparative Political Research. URL: http://www-personal.umich.edu/~jkhanson/resources/hanson_sigman13.pdf (accessed: 07.08.2021).
9. Organisation for Economic Co-operation and Development. Handbook on Constructing Composite Indicators: Methodology and user guide. URL: <https://www.oecd.org/sdd/42495745.pdf> (accessed: 29.03.2021).
10. Ottervik M. Conceptualizing and Measuring State Capacity: Testing the Validity of Tax Compliance as a Measure of State Capacity. URL: https://www.gu.se/sites/default/files/2020-05/2013_20_Ottervik.pdf (accessed: 08.08.2021).
11. The QoG Institute, University of Gothenburg. URL: <https://www.gu.se/en/quality-government> (accessed: 07.08.2021).
12. The World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org/> (accessed: 05.08.2021).
13. Transparency International. URL: <https://www.transparency.org/en/> (accessed: 05.08.2021).
14. Worldwide Governance Indicators. URL: <http://info.worldbank.org/governance/wgi/Home/Documents> (accessed: 05.08.2021).

УДК 338.9

DOI: 10.17223/978-5-907442-40-5-2021-112

Е.М. Рождественская

*Национальный исследовательский Томский государственный университет,
Национальный исследовательский Томский политехнический университет*

ФОРМИРОВАНИЕ ПРАКТИКИ ПОТРЕБЛЕНИЯ В СТАРШЕМ ВОЗРАСТЕ

Ключевые слова: активное долголетие, практики потребления, ресурсный потенциал, экономика старения, институциональная экономика, благополучие, социальные институты

Введение. Старение населения оказывает влияние на социально-экономическое, культурное, демографическое развитие. Выявлено, что существует вытесняющий эффект потребления в связи с расходами на поддержку пожилых людей [1, 2]. Согласно данным Всемирного банка население стареет темпами по 3% в год [3], что затрагивает все экономики мира, включая Россию. Изменения в возрастной структуре происходят из-за сокращения рождаемости и смертности, что приводит к «старению» и повышению нагрузки на пенсионную систему [4]. С одной стороны, увеличение продолжительности жизни дает мощный импульс экономическому развитию за счет прироста трудового потенциала, или так называемые «демографические дивиденды» [5]. С другой стороны, меняется образ жизни и потребительское поведение, появляются новые потребности и вызовы для экономической системы в целом, повышается нагрузка на социальные институты, что приводит к стагнации и неравенству. В старшем возрасте трудовые доходы ниже потребности в особых товарах и услугах, часть этой социальной нагрузки покрывается за счет государства, но часть ложится на плечи молодого поколения, снижая общую потребительскую силу домохозяйства. Практики потребления представляют собой набор рутинизированных действий в целях удовлетворения потребностей [6]. В данной работе *целью* является определить потребительские паттерны поведения [7] в старшем возрасте в зависимости от ценностных установок и имеющихся финансовых ресурсов на основе анализа субъективных оценок респондентов в возрасте 55+ по результатам опроса, проведенного в Томской области.

Методы исследования. Эмпирической базой исследования являются результаты опроса, проведенного Международной научно-образовательной лабораторией технологий улучшения благополучия пожилых людей Томского политехнического университета [8] в марте-

апреле 2021 года. Выборка составила 400 человек, использовались квоты по географическому (50% г. Томск, 20% город области, 30% сельская местность) и демографическому признакам (36% мужчины, 64% женщины). Использовались квоты по возрастным группам, соответствующие генеральной совокупности по Томской области. Анкета опроса состояла из 78 вопросов, разделенных по блокам – социально-демографические параметры, уровень материального благополучия, социальное настроение и ожидания, оценка качества предоставления социальных услуг, социальная активность, уровень владения современными технологиями. В данном исследовании предпринята попытка выявить потребительские предпочтения в старшем возрасте в зависимости от покупательной способности. Гипотезой исследования является предпосылка о низкой покупательной способности, вынуждающей применять стратегии экономии в старшем возрасте [7].

Практики потребления в старшем возрасте. Традиционно считается, что в старшем возрасте падает покупательная способность в связи с потерей трудового дохода. На основе проведенного исследования выявлено, что более трети опрошенных в возрасте 55 + сталкиваются с проблемой низкого материального положения, характеризуя ситуацию как «денег хватает только на питание», причем в районном центре эта проблема стоит острее, чем в сельской местности (рис. 1).

Рис. 1. Покупательная способность в субъективных оценках респондентов 55+ в Томской области в зависимости от пола, возраста и места проживания, 2021.

Источник: данные МНОЛ ТУБПЛ ТПУ [8]

Кроме того, выявлена группа респондентов, кто отмечает, что «денег не хватает даже на еду» – 4% (по сравнению с замерами предыдущих лет этот показатель растет). В целом, можно говорить о низком уровне потребительской способности в возрасте 55+, когда 41% респондентов отмечает, что располагаемые доходы по субъективным ощущениям достаточны (или не вполне достаточны) для удовлетворения потребностей в питании.

В финансовом плане выявлены неудовлетворенные потребности, которые связаны с рядом ограничений в удовлетворении потребностей («Нет, не могу, но хотел бы»). Каждый второй опрошенный хотел бы, но не может себе позволить, путешествия (53%). 44% отметили, что им не доступны платные медицинские услуги, столько же – не могут поменять бытовую технику. В сравнении с замерами до пандемийных лет эти показатели выросли. Больше всего положительных оценок получили две категории – делать подарки детям (84% при суммировании ответов «да, без ограничений» и «да, но с ограничениями») и покупать качественные продукты (73% при суммировании показателей). Скорее, следует говорить о ценностных предпочтениях, связанных с возрастом, в первую очередь, социальных ценностях и здоровье, которые выходят на первый план. Следовательно, располагаемый доход «тратится» в первую очередь на удовлетворение наиболее «ценных» с точки зрения респондентов 55+ потребностей. Рейтинг самых значимых ценностных ориентаций возглавляют «хорошее здоровье» (84%) и «благополучие родных и близких» (82%).

Выявлена статистически значимая связь между субъективными оценками удовлетворенности жизнью и покупательной способностью (эмпирический уровень значимости меньше 0,05). Так, те, кто может позволить себе широкий набор товаров и услуг, включая возможности путешествовать, чаще отвечали, что они полностью или частично удовлетворены жизнью в целом. Следует отметить, что на возможности путешествовать влияют не только финансовые ресурсы, но и социальные ограничения и физическое состояние [9]. Среди «недовольных» жизнью высокий процент тех, кто не может и не хотел бы иметь возможности путешествовать. Данные результаты исследования по Томской области коррелируют с исследованиями из других стран [10].

Таким образом, покупательная способность влияет не только на формирование практики потребления, но и на удовлетворенность жизнью в целом. Вынужденное низкое материальное обеспечение развивает стратегии экономии, причем респонденты 55+ склонны предпочесть сэкономить на одежде или спорте и отдыхе, чем на питании и лечении. Всего 11% респондентов выбирали варианты экономии на услугах ЖКХ, что говорит о высокой финансовой дисциплине и социальной ответственности в старшем возрасте. Социальные институты поддержки пожилых людей сглаживают неравенство в доступе к товарам и услугам в старшем возрасте, как показали данные опроса, становится доступнее страховая медицина, включая стоматологические услуги, растет удовлетворенность квалификацией врачей и качеством оказываемых услуг. Но тем не менее, говорить о том, что возрастная группа 55+ формирует новую практику потребления не приходится, скорее речь идет о гетерогенности потребительских предпочтений и необходимости дифференциации в зависимости от косвенных показателей (не только дохода), как удовлетворенность жизнью, возможности и желания путешествовать, наличие стратегии экономии, желания помогать детям и внукам и т.п. [11].

Заключение. Таким образом, практики потребления в старшем возрасте формируются под воздействием не только демографических факторов, но и социально-экономических и культурных факторов. Важным является наличие стратегий экономии, в том числе на питании, лечении, отдыхе и покупке одежды. В приоритете ценностных установок находятся забота о ближнем круге (дети и внуки) и поддержание здоровья. Частично потребности в медицинских услугах закрываются благодаря социальной поддержке государства, но степень удовлетворенности такой помощью крайне низкая (хотя, отмечается рост положительных оценок). Выявлено, что существует зависимость удовлетворенности жизнью (общим субъективным благополучием) и наличие широких потребительских возможностей. Одним из косвенных показателей формирования практики потребления можно выделить возможность и желание путешествовать. С одной стороны, выявлено, что этот показатель коррелирует с финансовыми возможностями респондентов, с другой стороны, желание путешествовать отражает и состояние здоровья в определенном аспекте, чтобы наслаждаться мобильностью. Следовательно, данный показатель может быть использован как критерии сегментирования потребителей с таршем возрасте с учетом особых потребностей как физиологических, так и

материальных и социально-ориентированных установок (стилей жизни). Возрастная группа 55+ гетерогенна, следует продолжить исследования для выявления подгрупп с различными характеристиками и практиками потребления.

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 19-18-00300).

Литература

1. Huo C., Xiao G., Chen L. The crowding-out effect of elderly support expenditure on household consumption from the perspective of population aging // Evidence from china. *Frontiers of Business Research in China*. 2021. № 15(1). DOI: 10.1186/s11782-021-00099-5
2. Shi M., Jiang Z., Qiu X. How ageing affects the expenditure of household consumption in China—Evidence from Chinese social survey // *Economic Theory and Economic Management*. 2019. № 4. P. 62–79.
3. United Nations (2017). World population prospects: The 2017 revision. United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division Retrieved from: <https://Esa.Un.Org>.
4. Kim H.K., Lee S.-H. The effects of population aging on South Korea's economy: The National Transfer Accounts approach // *The Journal of the Economics of Ageing*. 2021. Vol. 20. P. 100340. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jeoa.2021.100340>
5. Mason A., Lee R., Abrigo M., Lee S.H. Support ratios and demographic dividends: Estimates for the World. 2017. Technical Paper. 1.
6. Reckwitz A. Toward a Theory of Social Practices // *European J. of Social Theory*. 2002. Vol. 5:2. P. 243–263.
7. Ечевская О.Г. Потребление и различие: социальные значения и практики потребительского поведения горожан / под ред. Т.Ю. Богомоловой. Новосибирск : ИЭОПП СО РАН, 2011. 160 с.
8. Официальный сайт Международной научно-образовательной лаборатории технологий улучшения пожилых людей Томского политехнического университета. URL: <https://tpu.ru/university/structure/departament/view?id=7381> (дата обращения: 06.08.2021).
9. Кучмаева О.В. Социальная активность пожилых россиян и перспективы реализации политики... «активного старения» // *Население и экономика*. 2018. Т. 2, № 4. С. 47–84. DOI: <https://doi.org/10.3897/popecon.2.e36060>
10. Choung Y., Pak T.-Y., Chatterjee S. Consumption and life satisfaction: The Korean evidence // *International Journal of Consumer Studies*. 2021. № 45 (5). Сс. 1007–1019. DOI: <https://doi-org.ez.lib.tsu.ru/10.1111/ijcs.12620>
11. Шерешева М.Ю., Валитова Л.А., Березка С.М. Потребительское поведение россиян возрастной категории 50+: пилотное исследование // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент*. 2017. Т. 16, № 2. С. 242–267.

УДК:338.2444.4

DOI: 10.17223/978-5-907442-40-5-2021-113

В.Б. Романюк, Лю Сян

Национальный исследовательский Томский государственный университет

СИСТЕМА КОМПЛЕКСНОГО ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА DUPONT

Ключевые слова: анализ, рентабельность, движение денег, декомпозиция, фактор

Система финансового анализа DuPont основана на рентабельности чистых активов в качестве основного показателя, который органично сочетает в себе прибыльность, операционную мощность и платежеспособность и формирует систему финансового анализа посредством послышной декомпозиции. Исходя из перспективы движения денежных средств, анализ традиционной системы финансового анализа DuPont, имеет следующие недостатки.

Во-первых, недостатки в целях финансового управления. Традиционной целью финансового менеджмента является максимизация стоимости предприятия. Стоимость предприятия – это рыночная цена всех активов предприятия, отражающая потенциальную или ожидаемую прибыльность предприятия, а потенциальная или ожидаемая прибыльность определяется годовым денежным потоком и ставкой дисконтирования предприятия. Традиционная система финансового анализа DuPont, в которой основное внимание уделяется балансовой