

инфраструктуру и логистику, чтобы сократить разрыв между городом и селом и обеспечить равный доступ к товарам и услугам по всей стране. Это особенно актуально в условиях роста онлайн-торговли и цифровизации, когда развитие транспортной инфраструктуры позволяет улучшить товарооборот, поддерживать малый бизнес и повышать уровень жизни в регионах. Таким образом, комплексный подход к поддержке населения, стимулирование внутреннего рынка, снижение закредитованности и продолжение цифровизации станут важными мерами для укрепления потребительской уверенности и обеспечения устойчивого роста экономики Казахстана.

### Список литературы

- 1.Онлайн-На основе исследования BISAM 2022 // <https://www.zakon.kz/6024986-kakmenialos-potrebitelskoe-povedenie-kazahstantsev-na-fone-mirovykh-potriasenii.html>
2. Официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан // <https://stat.gov.kz>
- 3.«Определение потребительского поведения – Потребительское поведение: определение, методы изучения и примеры компаний.» 2023г, Автор: Шленина В. // [smart-estet.ru](http://smart-estet.ru)
- 4.На основе данных за 2023г «Кредитный рынок-статистика»Национальный Банк Казахстана // [nationalbank.kz](http://nationalbank.kz)
- 5.«Электронная коммерция» 2019г. Гаврилов Л.П издательство Юрайт
6. FINPROM 2022 года- «50% расходов казахстанских семей уходит на продовольственные товары, причём 46% — непосредственно на еду» \ \ <https://finprom.kz/ru/article/50-rashodov-kazahstanskih-semej-uhodit-na-prodovolstvennye-tovary-prichyom-46-neposredstvenno-na-edu>

### К вопросу об использовании цифровых технологий при повышении финансовой грамотности молодежи

О.В. Коробова

к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент»

[ovk77@list.ru](mailto:ovk77@list.ru)

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов, РФ

Аннотация: В статье обосновывается необходимость повышения финансовой грамотности населения. Особое внимание уделяется роли ВУЗов при обучении навыкам управления личными финансами. Дается характеристика образовательного проекта по повышению финансовой грамотности молодежи, на протяжении нескольких лет применяемого в Тамбовской области в Российской Федерации. В проекте используется онлайн игра СтартБанк, которая позволяет обучающимся опробовать полученные знания и умения на практике, а также получить обратную связь.

Ключевые слова: финансовая грамотность, управление личными финансами, молодежь, школа финансовой грамотности, ВУЗ

Повышение финансовой грамотности становится все более актуальным в современном обществе. С ростом разнообразия финансовых инструментов и продуктов (кредиты, инвестиции, страхование и т. д.) необходимо понимание их особенностей и рисков для принятия обоснованных решений. В условиях экономических кризисов и нестабильности знание основ финансов может помочь людям лучше справляться с финансовыми трудностями и защищать свои средства.

В современном мире все больше людей становятся ответственными за свои финансовые решения, открывая свои собственные счета, занимаясь инвестициями и самостоятельным планированием бюджета. Финансовая грамотность помогает избежать ненужных долгов и потерь, так как люди учатся правилу бережливости и ответственности в своих расходах.

Знания в области личных финансов помогают лучше управлять своим бюджетом, планировать сбережения и достигать финансовых целей (например, покупка жилья, образование детей).

Умение разбираться в инвестиционных возможностях позволяет людям эффективно распоряжаться своими средствами и увеличить капитал, что способствует долгосрочному финансовому благополучию. С увеличением ожидаемой продолжительности жизни становится важным заранее планировать пенсионные накопления и понимать, как обеспечивать свою финансовую независимость в старости. Век цифровых технологий и интернета требует от людей понимания, как обращаться с онлайн-банкингом, мобильными приложениями и финансовыми платформами.

Повышение финансовой грамотности способствует уменьшению социального неравенства, так как более образованные люди принимают более обоснованные финансовые решения и становятся более устойчивыми к экономическим шокам.

Финансово грамотные люди менее подвержены финансовым мошенничествам и манипуляциям, так как они могут распознавать опасные схемы и нецелесообразные предложения.

Общество с высокой финансовой грамотностью способствует экономическому росту, так как грамотные граждане могут более активно участвовать в экономике, инвестировать и создавать новые предприятия.

Таким образом, повышение финансовой грамотности является важной задачей для личного и общественного благосостояния, способствуя более устойчивой и просвещенной экономике.

Финансово грамотный человек — это индивид, обладающий знаниями, навыками и привычками, необходимыми для эффективного управления своими финансами. Финансовая грамотность включает в себя не только понимание основ финансовой теории, но и практические навыки, позволяющие принимать обоснованные финансовые решения.

Образованные потребители могут лучше защищать свои права и интересы, что способствует справедливости в предоставлении финансовых услуг. Постоянное развитие цифровых технологий и финансовых инструментов требует от людей готовности адаптироваться и обучаться, чтобы эффективно использовать новые возможности. Люди, обладающие финансовой грамотностью, лучше справляются с экономическими кризисами, так как умеют планировать и распределять свои ресурсы.

Таким образом, повышение финансовой грамотности населения является важным шагом к созданию более стабильного и устойчивого общества, способного эффективно управлять своими финансами и достигать благосостояния.

Финансовая неграмотность может иметь множество причин, и их понимание помогает разработать меры для улучшения финансового образования. Вот основные причины финансовой неграмотности:

1. Отсутствие образования. В большинстве образовательных учреждений недостаточно внимания уделяется финансовой грамотности. Многие люди не получают базовых знаний о финансах в школьной программе или даже в высших учебных заведениях.

2. Сложность финансовых тем. Финансовые концепты могут быть сложными для понимания. Термины и принципы, связанные с инвестициями, кредитами, налогами и другими аспектами финансов, могут вызывать запутанность.

3. Недостаток информации. Многие люди не знают, где искать информацию, чтобы повысить свою финансовую грамотность. Отсутствие доступных и надежных источников информации может ограничивать возможности для обучения.

4. Социально-экономический статус. Люди из неблагополучных семей или со сложным финансовым положением могут не иметь доступа к финансовым ресурсам и образованию, что ограничивает их понимание финансовых вопросов.

5. Склонность к потреблению. В обществе, где пропагандируется потребительство, люди могут предпочитать тратить деньги на вещи, а не учиться управлять своими финансами или инвестировать.

6. Неумение планировать. Отсутствие навыков финансового планирования или недостаточная привычка вести бюджет может привести к тому, что люди не понимают, как управлять своими доходами и расходами.

7. Недостаток практического опыта. Без практического опыта в обращении с деньгами, например, управления почасовой работой, сбережениями и инвестициями, человек может не развить необходимые навыки.

8. Доступ к высокорисковым финансовым продуктам. Легкий доступ к высокорисковым инвестициям или кредитам может сбить с толку людей и вызвать неосознанные и неправильные финансовые решения.

9. Негативный опыт. Если у человека был негативный опыт с деньгами (например, банкротство, большие долги), он может развить страх или недовольство отношением к финансам, что мешает ему учиться и развиваться.

10. Отсутствие стимула. Некоторые люди могут не считать необходимым изучение финансов, считая, что их текущего уровня понимания достаточно для решения повседневных задач.

Понимание этих причин помогает разработать эффективные программы обучения и тренинги по повышению финансовой грамотности, особенно среди группы риска и уязвимых слоев населения.

Повышение финансовой грамотности различается в зависимости от возраста, и это связано с несколькими факторами, такими как жизненные этапы, финансовые потребности и цели, а также уровень знаний и опыта.

В разные возрастные периоды у людей возникают различные финансовые цели. Например, молодежь может сосредоточиться на обучении и первых шагах в карьере, в то время как люди среднего возраста могут больше задумываться о накоплениях на пенсию и образовании детей. Пенсионеры, в свою очередь, должны заботиться о сохранении и распределении своего капитала.

С возрастом люди накапливают опыт в управлении финансами. Молодежь зачастую не имеет практического опыта, поэтому им необходимо обучение с основами. В то же время пожилые люди могут нуждаться в обновлении знаний о новых финансовых инструментах и правилах, чтобы оставаться информированными. Для пожилых людей акцент смещается на управление накоплениями, эффективное распределение ресурсов, планирование пенсии и медицинские расходы. Им также может потребоваться информация о наследовании и защите активов.

Разные возрастные группы могут иметь разные уровни комфорта с современными технологиями и онлайн-финансовыми сервисами. Молодежь, как правило, более технологически подкована, и их обучение может включать использование мобильных приложений для управления финансами, в то время как пожилые люди, возможно, потребуют более традиционных методов обучения и поддержки. Однако, молодых людей важно обучать основам личных финансов, включая составление бюджета, управление долговыми обязательствами (например, студенческими кредитами), основы сбережений и начальные инвестиции. Часто молодежь не обладает опытом управления финансами, поэтому им требуется базовое понимание.

Люди среднего возраста обычно имеют более сложные финансовые ситуации, такие как ипотека, дети, образование для детей и подготовка к пенсии. Финансовая грамотность должна охватывать темы планирования, инвестирования, управления долгами и риск-менеджмента.

У молодых людей к вопросам денег может быть менее серьезное отношение, в то время как пенсионеры могут испытывать беспокойство о своих финансах, что требует более осторожного и внимательного подхода к обучению.

Таким образом, подход к повышению финансовой грамотности должен быть адаптирован в зависимости от возраста, что способствует более эффективному усвоению знаний и навыков, необходимых для успешного управления финансами в различных жизненных ситуациях.

ВУЗы (высшие учебные заведения) играют ключевую роль в повышении финансовой

грамотности населения. Они могут разработать и предложить курсы и программы по финансовой грамотности, которые будут доступны для студентов и широкой публики. Это могут быть отдельные курсы, семинары или даже целые программы бакалавриата и магистратуры, посвященные финансам, экономике и бизнесу.

ВУЗы могут проводить исследования в области финансового поведения населения, потребительских привычек и эффективности различных образовательных программ. Результаты этих исследований могут быть использованы для создания более эффективных образовательных инициатив. Они могут активно участвовать в социальных проектах и инициативах, направленных на повышение финансовой грамотности среди населения, включая мероприятия для школьников, студентов и взрослых.

Профессоры и эксперты из ВУЗов могут проводить публичные лекции, мастер-классы и семинары по вопросам финансовой грамотности, что сделает информацию доступной и понятной для широкой аудитории. ВУЗы могут создавать и распространять учебные материалы, пособия, онлайн-курсы и видеолекции по финансовой грамотности, которые могут использоваться в разных форматах: как в традиционном обучении, так и в дистанционных.

Обучение в ВУЗах способствует развитию навыков критического мышления и анализа, что позволяет студентам более осознанно подходить к финансовым вопросам и принимать обоснованные решения. Кроме того, ВУЗы занимаются исследованиями в области финансов, что может привести к выявлению проблем с финансовой грамотностью в обществе и предложению решений для их преодоления.

ВУЗы могут повысить осведомленность о важности финансовой грамотности, проводя информационные кампании, участвуя в социальных инициативах и сотрудничая с медиа.

ВУЗы могут создавать инкубаторы и бизнес-центры, которые предоставляют студентам возможность научиться управлять финансами своего бизнеса, что также способствует повышению финансовой грамотности.

Обучая студентов специальностям в области финансов, экономики и управления, вузы формируют новое поколение профессионалов, которые смогут передавать свои знания и опыт другим.

Таким образом, ВУЗы имеют многочисленные возможности и ресурсы для повышения финансовой грамотности населения и могут оказывать значительное влияние на формирование ответственного финансового поведения в обществе.

Повышение финансовой грамотности молодежи сталкивается с рядом проблем и вызовов.

Молодые люди часто не осознают важность финансовой грамотности и могут не испытывать интереса к этому вопросу. Надобность существует, но она не всегда является приоритетом.

Студенты и молодые работники часто заняты учебой, работой и социальными активностями, что оставляет мало времени для изучения финансовых вопросов.

В большинстве образовательных учреждений финансовая грамотность не включена в учебные планы. Если такие курсы и существуют, они могут быть неэффективными или недостаточно привлекательными.

Молодые люди могут не иметь возможности применять полученные знания. Например, отсутствие опыта ведения бюджета или инвестирования может привести к тому, что изученные темы кажутся абстрактными и неактуальными.

В век информации молодые люди могут столкнуться с проблемой избыточной информации. Это может затруднить выбор надежных источников и понимание ключевых концепций.

Молодежь может быть не готова к управлению собственными финансами, что порождает риск принятия неверных финансовых решений (например, необоснованные кредиты, избыточные расходы и т.д.).

Давление со стороны сверстников может способствовать импульсивным покупкам и ненужным расходам, что мешает формированию разумных финансовых привычек.

Молодые люди могут не видеть примера ответственного обращения с деньгами в своей

семье, что затрудняет формирование правильного отношения к финансам.

Некоторые молодежные группы могут сталкиваться с ограниченным доступом к ресурсам, таким как учебные материалы, семинары или курсы по финансовой грамотности, особенно в удаленных или неблагоприятных регионах.

Страх перед ошибками в финансовых решениях или страх перед сложностью финансовых инструментов могут подавлять желание изучать эту область.

Решение этих проблем требует комплексного подхода, включающего как образовательные реформы, так и кампании по повышению осведомленности о значимости финансовой грамотности для молодежи.

Для получения финансовых знаний и развития соответствующих способностей Тамбовский государственный технический университет совместно с Тамбовской областной библиотекой имени А.С. Пушкина сформировал проект «Школа финансовой грамотности», который реализуется на протяжении четырех лет [1].

Проект представляет собой комплекс обучающих мероприятий для молодых людей, которые проходят в форме лекций, практических занятий, интерактивных тренингов, мастер-классов, деловых игр.

Цель проекта – формирование у школьников старших классов и студентов колледжей базовых финансовых понятий и разумного финансового поведения.

Длительность проекта составляет три месяца, обучающие мероприятия проходят один раз в неделю.

Помимо обучающих занятий молодые люди принимают участие в обучающей компьютерной игре «СтартБанк». Онлайн игра длится на протяжении всего проекта и позволяет обучающимся закрепить полученные знания на практике. Принцип игры заключается в следующем: в начале учебного курса каждому участнику открывается виртуальный счет, на который зачисляется фиксированная сумма денег. Эту сумму за время обучения необходимо сохранить и приумножить.

По мере получения теоретических знаний обучающиеся совершают различные финансовые организации: продавать и покупать валюту, ценные бумаги, открывать банковские вклады, получать кредиты и предоставлять деньги в долг, страховать свои средства.

Среди обучающихся выбираются победители, которые смогли максимально увеличить первоначальный капитал.

Игра создает интерактивную среду, в которой игроки могут принимать решения и видеть последствия своих действий, что способствует более глубокому пониманию финансовых концепций. Кроме того, игровой формат делает обучение интересным и увлекательным, что повышает мотивацию пользователей к обучению и изучению сложных финансовых тем.

Игра позволяет игрокам пробовать разные стратегии управления деньгами, не подвергая себя финансовым рискам в реальной жизни. Это предоставляет полезный опыт и помогает закрепить полученные знания. СтартБанк требует от игроков принятия решений в условиях неопределенности. Это помогает развивать критическое мышление и навыки анализа, которые важны для управления финансами. Компьютерная игра моделирует реальные жизненные сценарии, такие как управление бюджетом, инвестирование или ведение бизнеса. Это помогает игрокам освоить практические навыки, которые пригодятся в жизни. Участникам предоставляется немедленная обратная связь о правильности их действий и решения, что конструктивно влияет на процесс обучения. СтартБанк охватывает широкий спектр тем, включая экономику, социальные аспекты и философские вопросы, связанные с деньгами, что способствует более комплексному пониманию финансов.

Таким образом, повышение финансовой грамотности является неотъемлемой частью создания более справедливого, устойчивого и процветающего общества. Для более результативного финансового просвещения молодежи в регионах должны быть реализованы «долгоиграющие» проекты повышения финансовой грамотности, которые объединят усилия ведущих финансово-кредитных институтов и образовательных организаций. Это позволит совместными усилиями охватить больший круг населения. Использование компьютерных игр

для обучения финансовой грамотности может быть эффективным и инновационным подходом, который делает обучение более вовлеченным и наглядным.

### Список литературы

1. Коробова, О.В. Направления повышения финансовой грамотности в Тамбове и Тамбовской области //Ключевые позиции и точки развития экономики и промышленности: наука и практика. Материалы Международной научно-практической конференции Липецк, 2021 – С.65-69
2. Коробова, О.В. Роль университетов в повышении финансовой грамотности молодежи // Стратегические приоритеты обеспечения качества жизни населения в контексте устойчивого социально-экономического развития региона: Материалы I Международной научно-практической конференции 15-16 ноября 2018 г.: в 2 т. / отв. ред. В.И. Меньщикова; М-во науки и высш. обр. РФ, ФГБОУ ВО «ТГТУ»; Тамбов: Изд-во Першина Р.В., 2018. - С.188-194

### The evolution of branding theory of conditions the digital economy

V. Kofman<sup>1</sup>

<sup>1</sup>postgraduate student of the third level of higher education, majoring in «Economics»  
vi.vitoryk@gmail.com

<sup>1</sup>State University of Intellectual Technologies and Communication

**Abstract:** The article examines the evolution of branding theories in the context of the formation of the digital economy. The stages of periodization of approaches to the evolution of brand theories and its transformation in the conditions of the digital economy are determined. The following theories are substantiated and analyzed: Traditional Branding, Emotional Branding, Cultural Branding, Experiential Branding, Digital Branding, Sustainable Branding, Personal Branding.

**Keywords:** brand, evaluation, branding theory, digital economy

Digital economics, as defined by various scholars, encapsulates the profound impact of digital technologies on the economy. This field, evolving rapidly with technological advancements, explores the transformation of markets, industries, and economic activities at large. Michael R. Baye's definitions, spanning from 2011 to 2016, consistently emphasize the paradigm shift in economic studies due to digitalization. He highlights the application of economic principles in digital markets and ecosystems, indicating a specialized approach within the broader economic landscape.

The definitions extend beyond general market transformations to specific sectors like digital goods, business models, currencies, and advertising. Liebowitz, Gawer, Yermack, and Goldfarb each contribute to understanding digital economics by focusing on these niche areas. This diversity in focus areas underlines the multifaceted nature of digital economics, showcasing its relevance across various sectors influenced by digital technologies.

Digital economics is not merely an academic discipline; it's a lens through which the contemporary economic landscape can be understood and navigated. It offers insights into how digitalization is reshaping economic principles and practices, making it a vital field for economists, policymakers, and business strategists. The comprehensive perspectives provided by these definitions are instrumental in grasping the complexities and opportunities of the digital era. This field stands at the forefront of understanding and addressing the economic implications of the digital revolution, highlighting the need for adaptive and forward-thinking economic strategies in the 21st century.

The evolution of branding theory, as encapsulated in the provided table, reflects a dynamic and multifaceted understanding of what constitutes a brand. This evolution is marked by a transition from traditional views, which emphasize tangible elements like brand identity and image, to more abstract and experiential concepts.