

Таким образом, Центральный банк Республики Казахстан играет незаменимую роль в регулировании денежного рынка и обеспечении финансовой стабильности. С помощью разнообразных инструментов денежно-кредитной политики, таких как управление процентными ставками, операции на открытом рынке и валютные интервенции, Национальный банк Республики Казахстан способен стабилизировать экономику, контролировать инфляцию и поддерживать стабильность национальной валюты. Успешная деятельность центрального банка напрямую влияет на экономический рост, уровень инфляции и общую финансовую устойчивость страны.

### Список литературы

1. Национальный банк Республики Казахстан. (2023). Ежегодные отчеты и статистика <https://nationalbank.kz>.
2. Всемирный банк. (2023). World Economic Outlook: Kazakhstan <https://www.worldbank.org>
3. Международный валютный фонд. (2023). Статистический ежегодник по экономике Казахстана <https://www.imf.org>.
4. Официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан // <https://stat.gov.kz>

### Современные тенденции потребительского поведения в Казахстане

С. С. Константинова<sup>1</sup>, М. В. Вихорева<sup>2</sup>, Мусина С. Т.<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> бакалавры 2-го года обучения по специальности «Предпринимательство и управление проектами»

<sup>3</sup> м.э.н., старший преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса  
[Konstnsofiya\\_y@mail.ru](mailto:Konstnsofiya_y@mail.ru), [vihoreva.milana@mail.ru](mailto:vihoreva.milana@mail.ru), [mussina.74@mail.ru](mailto:mussina.74@mail.ru)

<sup>1,2,3</sup> Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова, г. Караганда

Аннотация: Данная статья рассматривает актуальные тенденции потребительского поведения в Казахстане. В статье освещены проблемы современных привычек граждан нашей страны. Предлагаются меры решения и регулирования каждого аспекта. Статья имеет важность для предпринимателей, государственных структур и экономики в целом.

Ключевые слова: Тенденции, экономия, кредиты, цифровизация, правительство.

Тема актуальных тенденций потребительского поведения весьма важна и актуальна, поскольку она отражает быстро меняющиеся предпочтения и потребности покупателей, которые оказывают влияние на стратегии компаний, экономику и даже на государственную политику. На фоне глобальных изменений, таких как цифровизация, пандемия COVID-19, рост экологического сознания и технологические инновации, понимание этих тенденций помогает бизнесу адаптироваться к новым реалиям и предлагать более востребованные продукты и услуги. Вот несколько ключевых аспектов, почему эта тема остается актуальной: Цифровизация и омниканальные покупки: Потребители переходят в онлайн и используют различные каналы (интернет, социальные сети, офлайн-магазины), что требует от компаний адаптации к этому многоканальному подходу. Экологическое сознание и устойчивое потребление. Люди стали больше интересоваться экологически чистыми продуктами, предпочитая бренды, которые заботятся об окружающей среде и используют устойчивые методы производства. Персонализация и ожидание индивидуального подхода: Потребители ожидают персонализированные предложения и уникальный опыт покупок, основанные на их предпочтениях и поведении, что стимулирует компании внедрять анализ данных и искусственный интеллект. Осознанное потребление и минимализм: Люди все чаще отказываются от излишков и стараются покупать только самое необходимое, что влияет на

потребительские предпочтения и принципы маркетинга. Забота о здоровье и безопасности: После пандемии здоровье и безопасность стали приоритетом, что побуждает покупателей выбирать безопасные и полезные продукты, уделять внимание составу товаров и условиям их производства. Экономическая нестабильность и изменение структуры расходов. В условиях экономических потрясений и инфляции потребители ищут более выгодные и экономные варианты покупок, что стимулирует спрос на товары средней ценовой категории и акционные предложения. Эти тенденции формируют новые запросы на рынке, и знание их помогает компаниям лучше понимать своих клиентов, адаптировать свои продукты и маркетинг, а также оставаться конкурентоспособными. Тема актуальных тенденций потребительского поведения особенно важна для Казахстана, так как она влияет на развитие различных секторов экономики, определяет новые подходы в бизнесе и поддерживает устойчивое развитие страны. В Казахстане, как и в других странах, глобальные и локальные изменения формируют уникальные потребительские предпочтения и стили жизни, которые важно учитывать для адаптации бизнеса и государственной политики. В общем, понимание потребительских тенденций помогает бизнесу в Казахстане быстрее адаптироваться к изменениям и потребностям рынка, повышать конкурентоспособность, а государственным органам — разрабатывать более эффективные меры поддержки бизнеса, защиты интересов потребителей и устойчивого развития экономики [1].

Внедрение цифровых технологий остается одной из главных тенденций. Большое влияние на это оказала пандемия. Овладение старшим поколением технологий произошло именно за 2020 год, что привело к расширению целевой аудитории для предпринимателей. В 2024 году цифровизация это одна из главных тенденций потребительского поведения. Казахстанцы стали активно применять онлайн-услуги. По предварительным данным на 2023 год международной компании по исследованию рынков EuromonitorInternational, объёмы электронной торговли в Казахстане по итогам прошлого года выросли на 20,2%, до 1,3 трлн. тенге (без учёта торговли услугами через интернет). Это на 220,1 млрд. тенге больше, чем годом ранее[6]. В рейтинге за 2022 год DigitalIntelligenceIndex 90 крупных экономик по цифровой эволюции Казахстан занял 20-е место по скорости развития цифровизации. Рост электронной торговли и цифровизация в Казахстане открывают новые перспективы для бизнеса и создают уникальные возможности для экономического роста. Внедрение цифровых технологий не только расширяет рынок для предпринимателей, но и повышает доступность товаров и услуг, особенно для отдаленных регионов страны. Теперь люди всех возрастов, включая старшее поколение, всё активнее пользуются интернет-магазинами, мобильными приложениями для оплаты и государственными услугами онлайн. Казахстан занял высокое место в рейтинге цифровой эволюции благодаря государственным инициативам, направленным на поддержку цифровой инфраструктуры, и увеличению числа пользователей интернета. По мере улучшения доступа к интернету и развитию финтех-сервисов (например, мобильного банкинга и онлайн-платежей), цифровизация меняет привычки потребителей, делая онлайн-покупки и цифровые услуги неотъемлемой частью повседневной жизни. Для предпринимателей это значит, что работа с клиентами должна учитывать новые ожидания, такие как удобство, скорость доставки, качество обслуживания и персонализированный подход. В условиях такой быстрорастущей цифровизации компании в Казахстане могут сосредоточиться на следующих аспектах: Омниканальные стратегии. Местный бизнесу важно сочетать онлайн и офлайн-опыт, обеспечивая удобный переход между цифровыми и традиционными каналами продаж, что позволяет охватить разные категории потребителей. Инвестиции в пользовательский опыт (UX): Потребители ожидают интуитивно понятные интерфейсы и быстрый доступ к нужной информации. Бизнесам важно инвестировать в улучшение сайтов и приложений, чтобы создать комфортные условия для покупок. Поддержка безопасности и доверия. В условиях роста цифровой экономики вопросы кибербезопасности приобретают большое значение. Компании должны работать над защитой данных клиентов и обеспечивать надежность транзакций, чтобы заслужить доверие. Аналитика и персонализация: Сбор данных о потребительских предпочтениях позволяет компаниям предлагать персонализированные продукты и улучшать

клиентский опыт, что помогает удерживать существующих клиентов и привлекать новых. Обучение и поддержка старшего поколения. С ростом цифровой грамотности старшего поколения предприниматели могут предложить специальную помощь или адаптированные интерфейсы для этой аудитории, чтобы сделать онлайн-услуги более доступными. В целом, цифровизация в Казахстане оказывает положительное влияние на экономику, расширяя рынок для малого и среднего бизнеса и укрепляя позиции страны на международной арене. Ускоренный переход к онлайн-услугам и рост цифровых каналов продаж предоставляют огромный потенциал для дальнейшего роста и модернизации[2].



Рисунок 1. Соотношение объёмов продаж торговли

Примечание – составлено авторами на основе [2]

Большинство доходов не способны закрыть потребности казахстанцев. Многие находятся в режиме жесткой экономии. Начало этому положила пандемия и все обострилось с началом конфликта России и Украины. Власти говорят о разорвавшихся цепочках поставок, сложностях с логистикой и производством, влиянием антироссийских санкций. Покупательная способность снизилась, в результате на рынок Казахстана заходят дешевые бренды по одежде и обуви. Проводя опрос в 2022 году, выяснилось, что около 50% расходов казахстанцев уходит на продовольственные товары, а 46% из этой доли – непосредственно на еду. Совокупные расходы казахстанских семей увеличились на 17.7% за год – доходы не успевают за ростом цен, поэтому тенденция на экономию только растет. [6] В целом, причины, по которым казахстанцы вынуждены экономить, могут быть разнообразными и зависят от индивидуальных обстоятельств каждого человека и общей экономической ситуации в стране. Снижение покупательной способности казахстанцев и вынужденная экономия стали следствием совокупности глобальных и локальных факторов, отражающихся на повседневной жизни. Увеличение расходов на продовольственные товары и существенная инфляция подталкивают людей пересматривать свои привычки и выбирать доступные товары и услуги, что влияет на рынок и структуру потребительского спроса. Один из заметных трендов — переход на бюджетные бренды и недорогие сегменты товаров. Спрос на продукцию премиум-класса падает, так как многие потребители переключаются на экономичные варианты и сокращают необязательные покупки, предпочитая доступные продукты и одежду. Это подталкивает рынок к увеличению ассортимента недорогих и базовых товаров, а также к появлению новых, доступных брендов, ориентированных на массового покупателя. Ещё один аспект — снижение затрат на досуг и развлечения. Путешествия, рестораны и развлекательные мероприятия становятся менее доступными, что приводит к росту популярности бюджетных способов отдыха и развлечений, таких как домашний досуг, экономичные виды туризма внутри страны и бесплатные мероприятия. В условиях нестабильности многие казахстанцы также

стремятся к финансовой подушке безопасности. Уровень накоплений остается низким, но экономия на крупных покупках и стремление отложить средства на случай непредвиденных расходов становятся приоритетными. Для компаний и брендов это создает новый вызов — необходимость адаптировать свои стратегии, предлагая доступные и качественные товары, увеличивая количество акций, скидок и специальных предложений, а также развивая программы лояльности для удержания клиентов. Некоторые предприятия переориентируются на производство товаров массового потребления, других — развивают линейки эконом-класса, чтобы удовлетворить спрос на доступные продукты [5].

Таблица 1

Структура расходов Казахстанцев

	2022	2021	Прирост
Всего	754,6	645,1	17,0%
Потребительские расходы	693,2	596,2	16,3%
Продовольственные товары	377,4	331,5	13,9%
Продукты питания и безалкогольные напитки	349,2	309,3	12,9%
Непродовольственные товары	182,6	149,9	21,9%
Платные услуги	133,1	114,8	16,0%
Прочее	61,4	49,0	25,5%
Примечание – составлено авторами на основе источника [2]			

Казахстанцы оформляют кредиты на самые разные нужды, от квартир до продуктов. Большая популярность пришла на потребительские кредиты около 1 трлн. тенге за 2023год.

Товары первой необходимости тоже подверглись этому тренду. В июле 2023 года в кредитной сфере Казахстанцы побили несколько новых рекордов. Всего за месяц 2,55 млн человек оформили кредиты. Как отмечают аналитики, такое произошло впервые в истории. В целом объем выданных займов превысил 1,4 трлн. тенге – это также является максимальным значением за все время. Стоит отметить, что здесь учитывались все кредитные организации, а не только банки. Средний размер займа составил 564 тыс. тенге – это сразу на 62 тыс. тенге больше, чем было месяцем ранее. Эта сумма также является историческим рекордом. Так же, одной из основных тенденций является рост числа банков, предлагающих различные виды потребительских кредитов с различными условиями и процентными ставками. Банки активно развивают свои продукты и услуги, привлекая клиентов различными акционными предложениями и удобными условиями кредитования. Кроме того, изменение потребительского поведения также оказывает влияние на спрос на потребительские кредиты. С развитием рынка товаров и услуг, повышением уровня жизни и доступности продукции и услуг, люди становятся более склонными к приобретению товаров в кредит, чтобы удовлетворить свои потребности и желания немедленно, не ожидая накопления достаточного объема средств. Рост потребительских кредитов в Казахстане, особенно на товары первой необходимости, отражает стремление граждан поддерживать привычный уровень жизни и удовлетворять насущные потребности, несмотря на экономические трудности. Увеличение объемов кредитования свидетельствует о том, что все больше казахстанцев прибегают к займам, чтобы компенсировать недостаток доходов и справляться с растущими расходами, особенно в условиях инфляции и снижения покупательной способности. Кроме того, распространение кредитов может повлиять на социальное поведение, снижая уровень сбережений и увеличивая долю расходов на выплату процентов и погашение долга. Важно, чтобы в этих условиях финансовые организации и государство активно занимались финансовым образованием населения, помогая людям лучше понимать условия кредитования и свои обязательства. Также необходимы меры для предотвращения чрезмерной закредитованности, такие как регулирование процентных ставок и введение ограничений на суммы займов для отдельных категорий граждан. В итоге, рост потребительского

кредитования помогает временно поддерживать покупательскую способность, но требует ответственного подхода как со стороны кредиторов, так и со стороны заемщиков. Это ключевой момент для сохранения стабильности в экономике и обеспечения финансового благополучия казахстанцев[4].

Таким образом, можно выделить современные тенденции потребительского поведения в Казахстане. Самым актуальным и развивающимся трендом является цифровизация. В нашей стране играет ключевую роль в различных аспектах жизни, включая экономику, образование, здравоохранение, государственное управление и многое другое именно цифровизация. В последние годы правительство Казахстана активно содействует цифровому развитию страны, предпринимая шаги для создания благоприятной инфраструктуры и регулирования, а также поддерживая инновации и цифровые проекты. Немало важное место занимает тенденция на экономию. Так, как доходы большинства потребителей не покрывают их расходы. В ходе этого появляется новая тенденция в потребительском поведении это кредиты. К таким изменениям потребительского поведения особенно склонна молодежь, которая привыкла к немедленному удовлетворению своих потребностей. Сокращение уровня кредитования в Казахстане будет важным для улучшения финансовой стабильности как у населения, так и у экономики в целом. В нашей стране так же наблюдается явная тенденция к развитию многоканальности в сфере продаж и обслуживания клиентов. Это связано с рядом факторов такими как: рост интернет-пользователей, повышение уровня цифровизации, технологические инновации. Потребители становятся все более ориентированными на удобство и предпочитают выбирать те компании, которые предлагают им множество способов взаимодействия, включая как традиционные, так и цифровые каналы. В результате все больше компаний в Казахстане признают необходимость развития многоканальных стратегий продаж и обслуживания, чтобы оставаться конкурентоспособными и эффективно удовлетворять потребности современных потребителей [3].

Правительству важно обращать внимание на современные тенденции потребительского поведения. Необходимо продолжать цифровизацию для улучшения экономического и социального благосостояния страны. Так же, снизить закредитованность населения с помощью регулирования кредитного рынка. Повышения уровня доходов граждан может избавить Казахстан от тенденции на экономию и потребительские кредиты. Кроме того, для обеспечения устойчивого экономического развития правительству следует активно поддерживать инициативы, направленные на развитие отечественного производства и локальных брендов. Это позволит укрепить внутренний рынок, создать новые рабочие места и уменьшить зависимость от импорта. Развитие национальной промышленности и аграрного сектора также поможет стабилизировать цены на основные товары и услуги, что особенно важно в условиях высокой инфляции и снижения покупательной способности. Важным шагом является также поддержка финансовой грамотности населения. Программы и кампании, направленные на повышение осведомленности о рисках кредитования и основах управления личными финансами, помогут казахстанцам избегать избыточной долговой нагрузки и принимать более взвешенные решения по займам и расходам. Финансовая грамотность способствует формированию ответственного потребительского поведения, что, в свою очередь, снижает давление на банковский сектор и делает экономику более устойчивой. Ещё одним направлением, которое стоит развивать, является экологическая устойчивость и поддержка бизнеса, ориентированного на "зеленую" экономику. Внедрение экологических стандартов, стимулирование компаний к снижению углеродного следа и производству экологически чистой продукции поможет Казахстану улучшить качество жизни населения и соответствовать мировым трендам устойчивого развития. Помимо экономических мер, важно обратить внимание на доступность образования и здравоохранения, особенно в отдаленных регионах. Это поможет снизить социальное неравенство и повысить общий уровень жизни. Развитие доступных онлайн-услуг, особенно в сфере государственного управления и здравоохранения, позволит сократить расходы населения на транспорт и оптимизировать процесс получения госуслуг. Вместе с тем, правительству необходимо развивать

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.