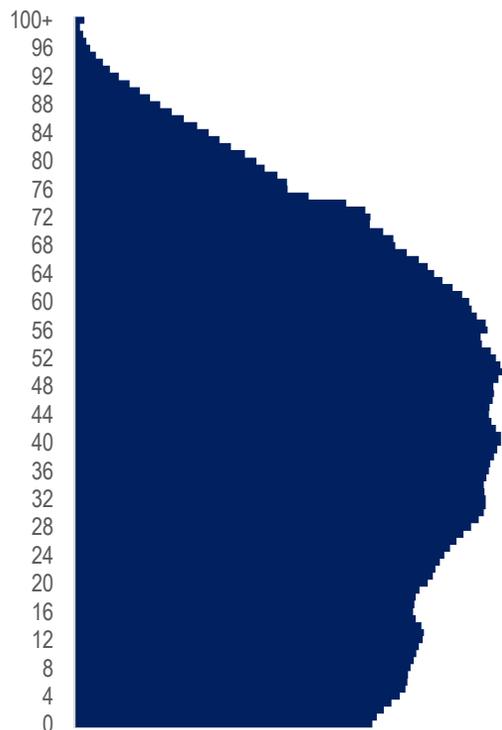


Демография

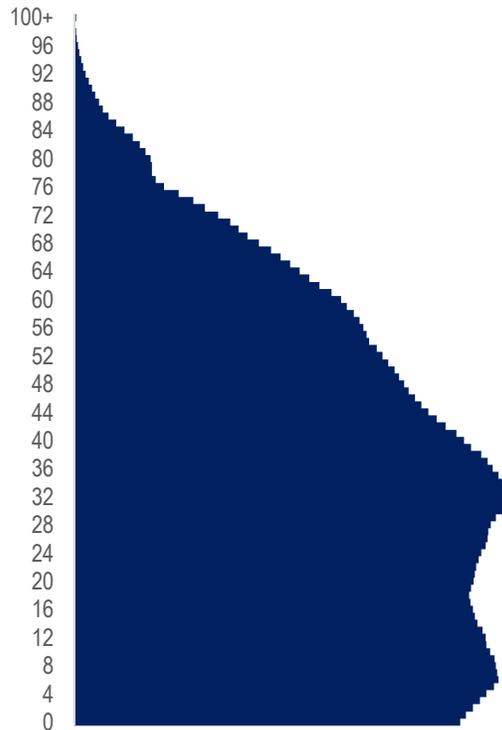
Jusan Analytics

Атипичная демография

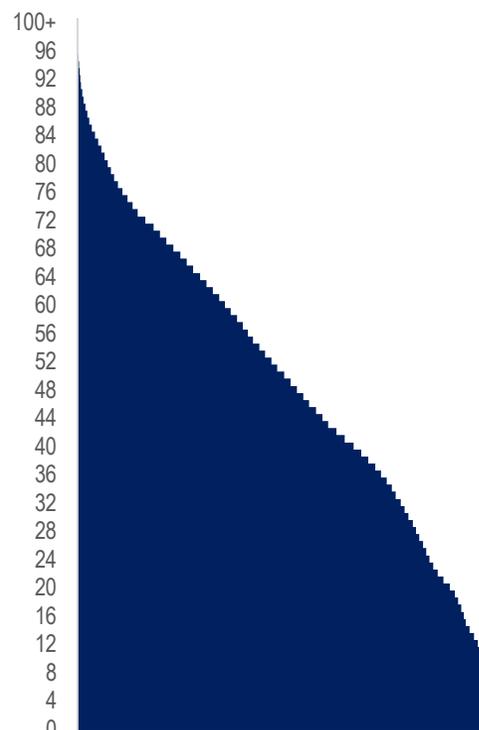
High-income



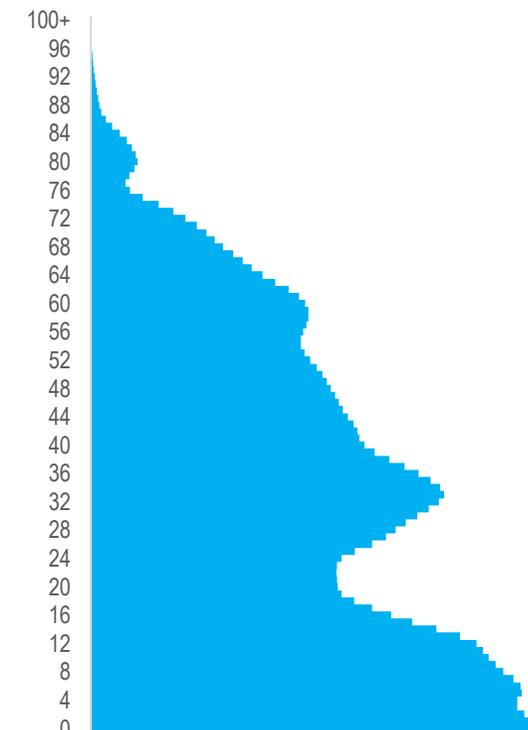
Upper-middle-income



Lower-middle-income



Kazakhstan



Глобально тенденция: чем выше подушевой доход, тем больше средний возраст
Демографическая структура в РК **сильно отличается** от стран со схожим уровнем дохода

Во-первых, высокие темпы рождаемости

Во-первых, неравномерность

Активность потребителей разных возрастов

Скачек потребительской активности происходит при полноценном выходе на рынок труда

В возрасте **30-39 лет** – пик потребительской активности:

- 1) доходы в этой возрастной группе более чем на 50% выше, чем средние
- 2) люди активно берут кредиты

После **40 лет** активность потребителей постепенно снижается:

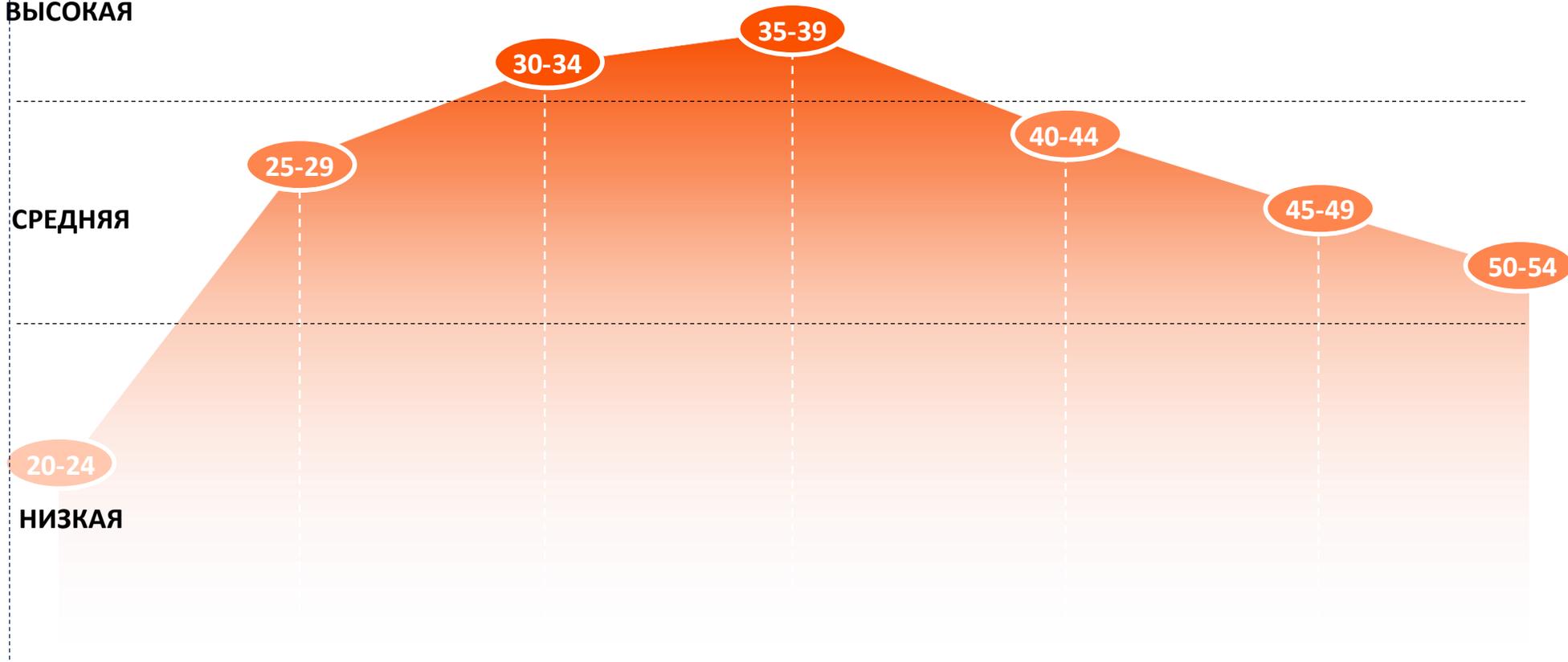
- 1) замедляется рост доходов;
- 2) увеличивается склонность к сбережениям

уровень потребительской активности рассчитывается на основе данных по доходам, расходам на потребления, уровню кредитной нагрузки и склонности к сбережению различных возрастных групп. Чем выше значение тем выше потребительская активность возрастной группы. Расчёты произведены на основе агрегированных данных клиентов Jusan Bank.

ВЫСОКАЯ

СРЕДНЯЯ

НИЗКАЯ



Демографические изменения

Сегодня:

- «Бэби бумеры» в возрасте самой высокой потребительской активности
- Они обеспечивают около **40% конечного потребления ДХ**

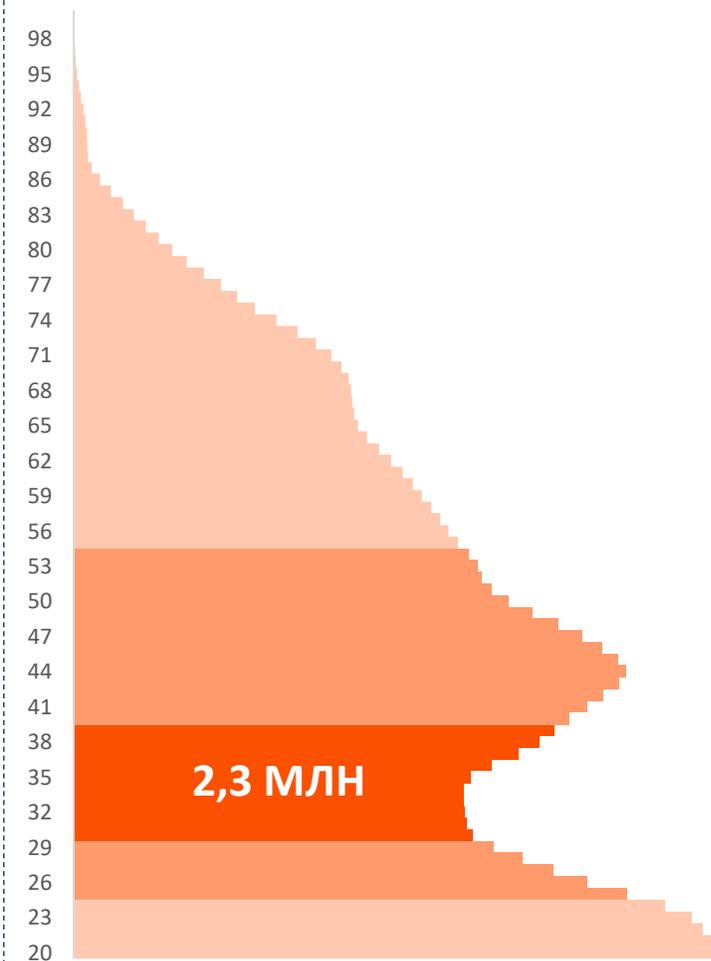


Через 5 лет

- Число самых активных потребителей будет снижаться
- При минимальной численности прироста новых потребителей



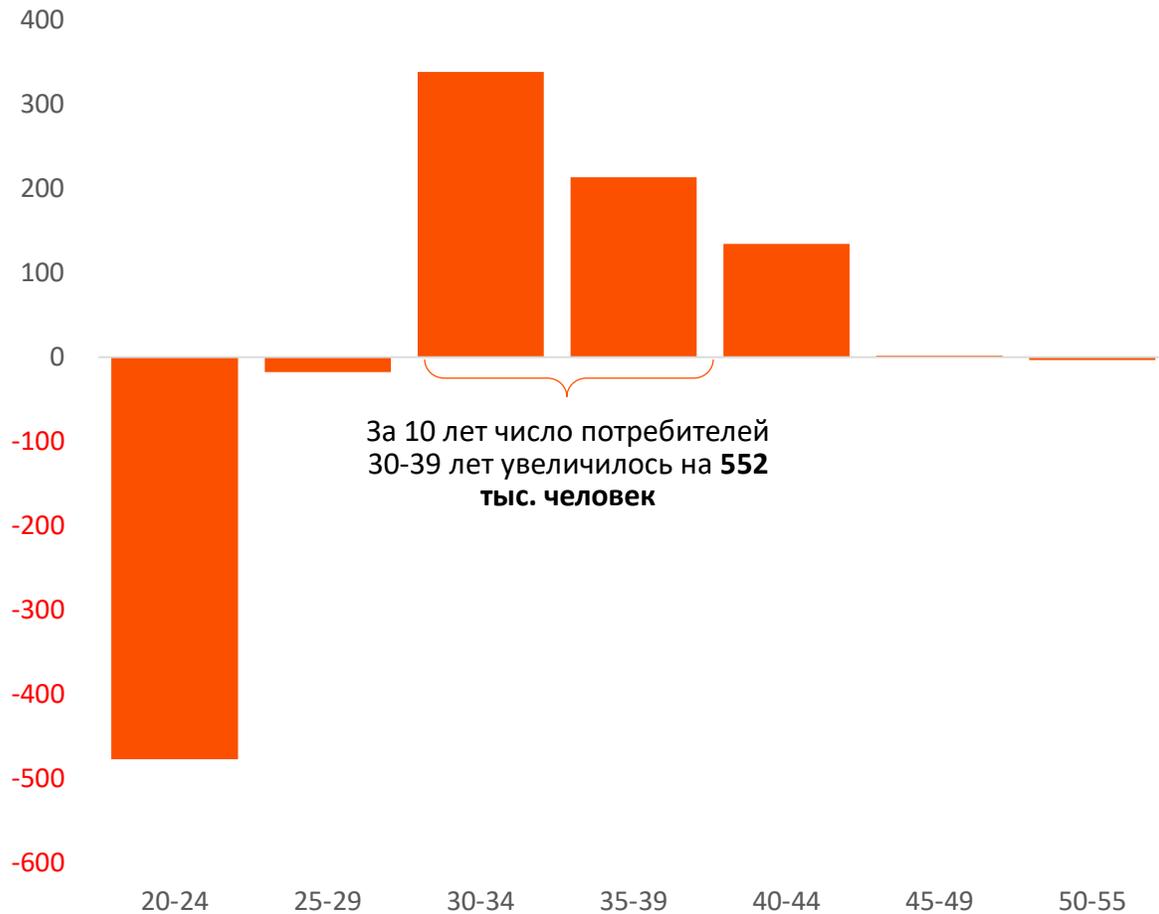
Через 10 лет



Как это влияет на потребление?

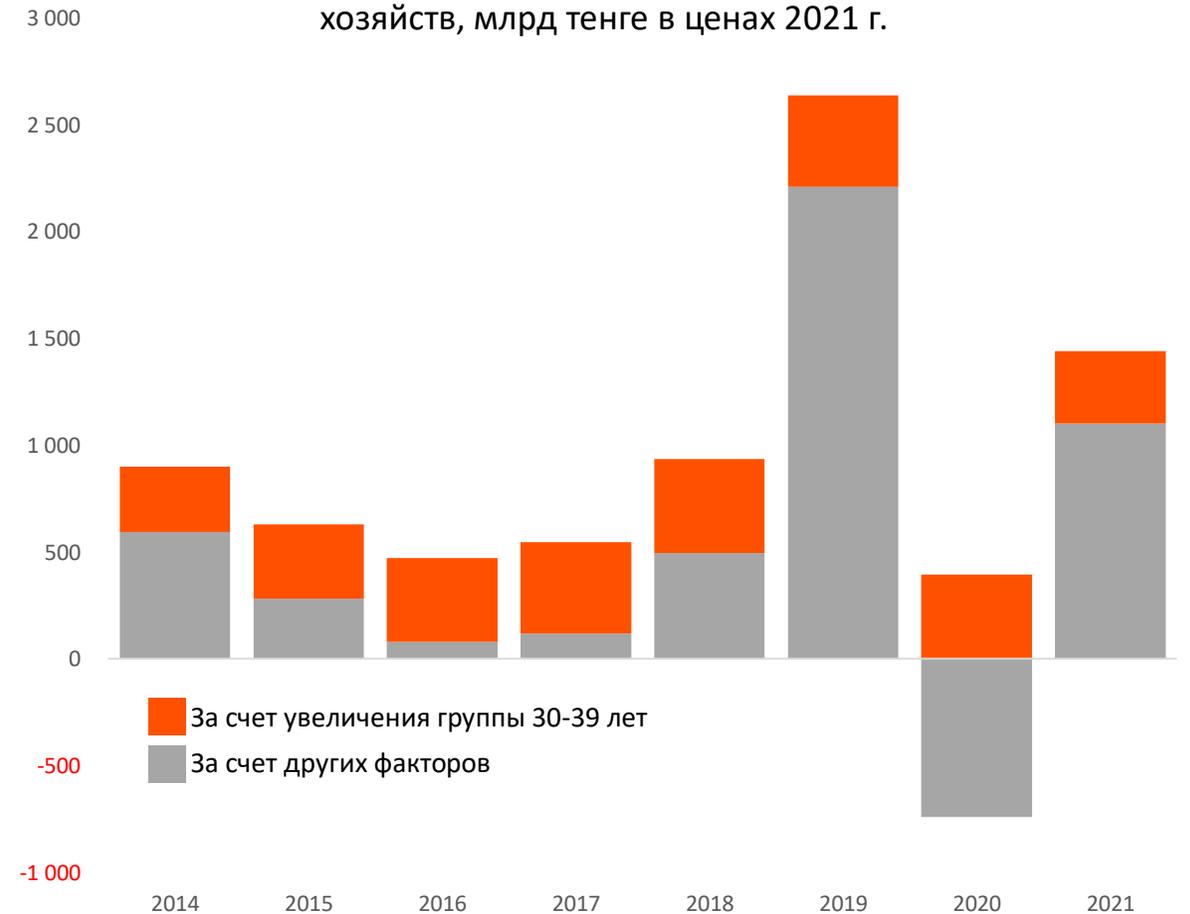
За 10 лет приток новых потребителей был низким... Но росла активность самого многочисленного поколения

Прирост численности возрастных групп за 2011-2021 годы, тыс. чел



Это обеспечило около 50% прироста конечного потребления домашних хозяйств

Влияние факторов на прирост конечного потребления домашних хозяйств, млрд тенге в ценах 2021 г.



Вызовы для потребительского рынка

1 МАКРО: как демографические изменения повлияют на объемы потребления и экономический рост в целом?

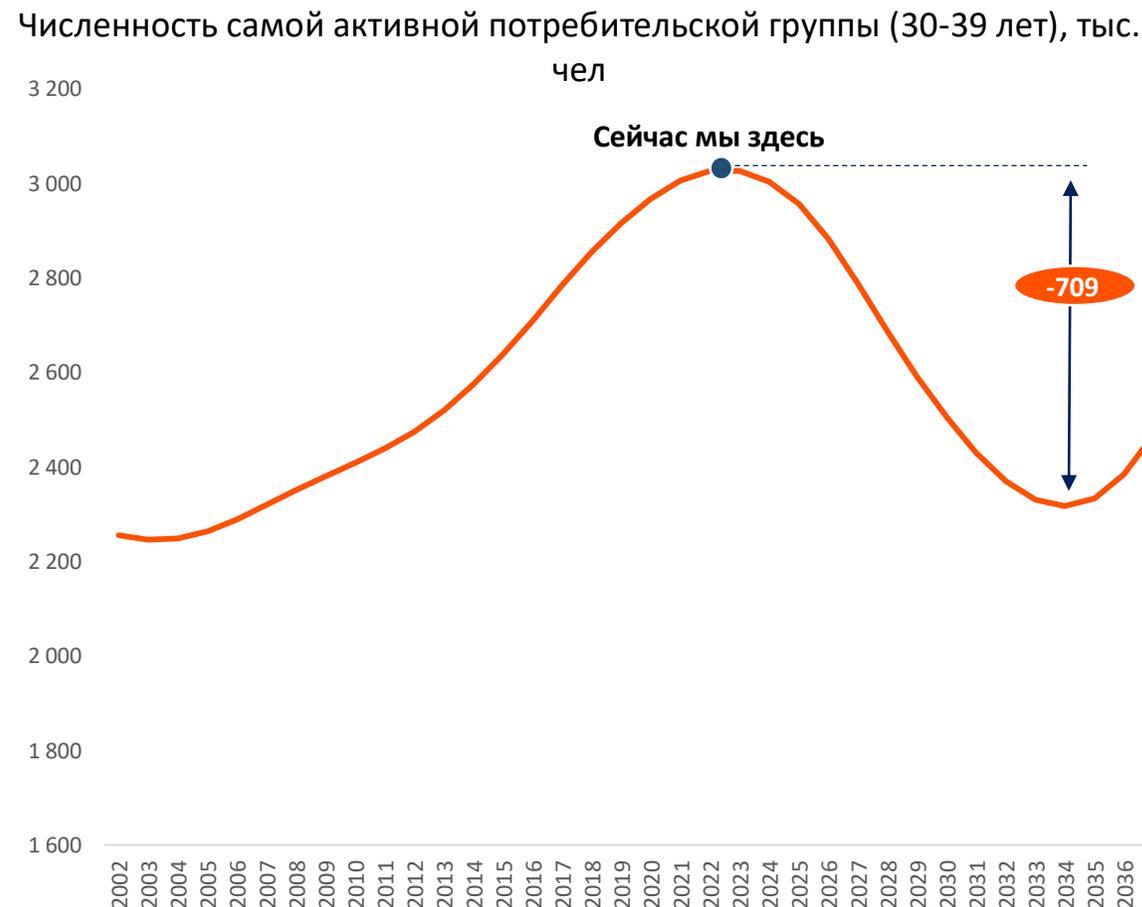
2 МИКРО: как изменятся предпочтения и поведение потребителей?

МАКРО: значительные риски замедления

В ближайшие 5 лет прирост занятости будет минимальным с 2000-х годов

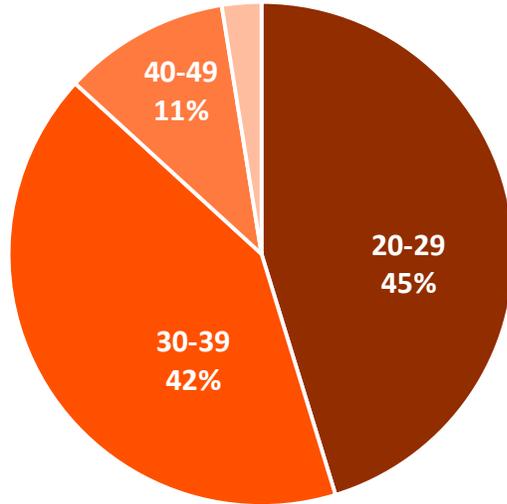


Одновременно мы входим в длительный цикл сокращения численности самых активных потребителей



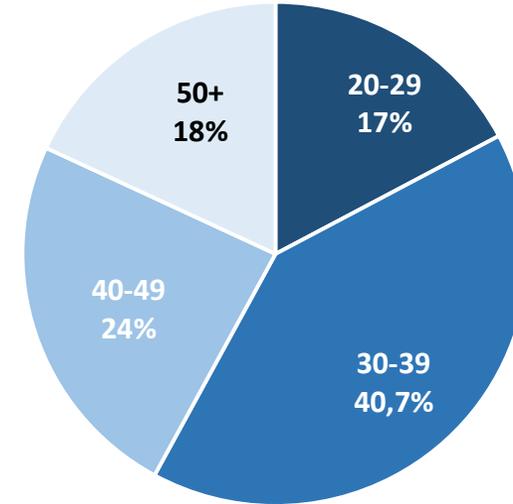
МИКРО: экспансия цифрового поколения

ОНЛАЙН
музыка, фильмы, доставка, такси



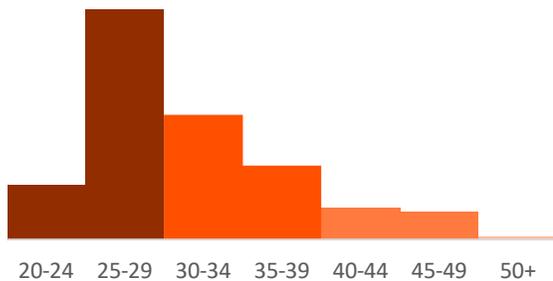
оценка доли возрастных групп в общем объеме потребительских расходов, %

ОФЛАЙН
оплата через POS терминалы

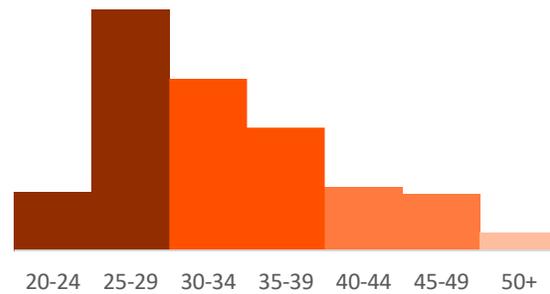


относительный уровень потребительской активности*

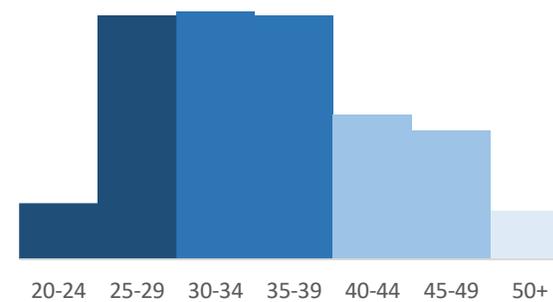
Доставка еды



Сервис такси



Рестораны



Супермаркеты

