



Эксклюзивное отраслевое исследование отразило модные предпочтения молодых казахстанцев

Данные эксклюзивного отраслевого исследования представили в Алматы на бизнес-конференции 31-й Международной выставке моды Central Asia Fashion Spring-2023. Предметом изучения стал стиль жизни молодежи, а именно их досуг, шоппинг и модные предпочтения молодых казахстанцев.

По результатам исследования казахстанский эксперт Наталья Оспанова, директор группы исследовательских компаний Alvin Market и президент «Казахстанской Ассоциации Профессиональных Исследователей Общественного Мнения и Рынка» (КАПИОР) рассказала о том, как проводит досуг и на что тратит деньги казахстанская молодежь в разных регионах страны, что в приоритете у казахстанцев: шоппинг, спорт, развлечения или самообразование. А еще обозначила любимые места модных покупок и их главные драйверы и причины НЕсовершения покупки. Детальному изучению экспертов подверглись хобби казахстанской молодежи и то, сколько и за что готовы платить молодые жители страны.



Наталья Оспанова, директор группы исследовательских компаний Alvin Market и президент «Казахстанской Ассоциации Профессиональных Исследователей Общественного Мнения и Рынка» (КАПИОР)

Как проводит досуг и на что тратит деньги казахстанская молодежь в разных регионах

Как отметила спикер бизнес-конференции CAF Наталья Оспанова, в группу онлайн-опроса, проведенного в начале марта 2023 года, вошли молодые люди со всего Казахстана в возрасте от 14 до 35 лет, при этом 24 % опрошенных были в категории тинейджеры до 18 лет, и 22% молодые жители страны до 24 лет. Не маловажно, что 81% респондентов исследования - городские жители Казахстана и 19% - сельские, при этом при заполнении

анкеты респонденты могли выбрать русский или казахский язык, в итоге 46 % выбирали государственный язык.

«Мы задались вопросом, чем занята молодежь, есть ли в принципе у нее свободное время и как она его проводит - делится результатами исследования эксперт Наталья Оспанова.

Результат показал, что казахстанцы 14-18 лет уже не чужды того, чтобы трудоустроиваться и получать собственный заработок. Однако, некоторую настороженность вызывает то, что в активном, трудоспособном возрасте 25-35 лет только 60% опрошенных имеют постоянную работу. Остальные 40% в силу разных причин пока активно не вовлечены в рынок труда».

Анализ свободного времени показал, что у среднего молодого казахстанца ежедневно, помимо сна, есть порядка 4 часов. В разрезе регионов, Астаны и Алматы данные разнятся: в городах молодежь имеет на час больше свободного времени, чем сельчане. Кроме того, девушки оказались более заняты, нежели юноши, получающие в распоряжение также дополнительный час. Отмечается, что и по мере взросления и завершения активного обучения, у казахстанцев появляется больше свободного времени.



Слайд из презентации выступления Натальи Оспановой на бизнес-конференции САФ. Каждый второй казахстанец 25-35 лет работает полный рабочий день

В то же время, по информации спикера бизнес-конференции САФ Натальи Оспановой, говоря о досуге, порядка 30% молодых казахстанцев замкнуты исключительно на семейном кругу.

«Если смотреть в региональном разрезе, то мы видим, что разнообразие по видам досуга больше наблюдается среди жителей северной и южной столицы. С точки зрения гендерной разницы и разницы по возрастным группам, здесь мы увидим достаточно интересную картину. Так девушки более ориентированы на проведения досуга в кругу семьи, любят смотреть кино, читать книги, делать покупки и ухаживать за собой. А вот молодые люди больше ориентированы на проведения досуга вне дома, больше времени уделяют спорту, компьютерным играм, обучению, - рассказывает эксперт САФ.

Если же говорить о семейном досуге, то с возрастом доля тех, кто проводит время с семьей и детьми, резко увеличивается. Что касается спорта, то здесь все не так отраднo: интерес к спорту с возрастом угасает. При этом возрастают виды занятий, больше связанные с расширением социальных связей. Соответственно, взрослеющие казахстанцы больше готовы к общению с друзьями в кафе, к походам или прогулкам».

Молодежь столиц более разнообразно проводит свое свободное время

Чем занимается молодежь в свободное время?

КАК ВЫ ПРОВОДИЛИ СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ ЗА ПОСЛЕДнюю НЕДЕлю?

* ПОКАЗЫВЫВАЮТ ВИДУ ДОСУГА, НАИБОЛЕЕ ВЫБРАННОМУ ПО РК

	РК	СЕВЕР	ЗАПАД	ЮГ	ВОСТОК	СТОЛИЦЫ
Проводил(а) время с семьей	32%	20%	30%	34%	41%	37%
Смотрел(а) фильмы/ сериалы	28%	27%	18%	27%	35%	35%
Гулял(а)	22%	19%	20%	22%	15%	29%
Слушал(а) музыку	21%	20%	14%	19%	24%	29%
Отдыхал(а) от всех дел	14%	16%	24%	12%	18%	19%
Занимался(ась) спортом	15%	15%	17%	14%	11%	15%
Встречался(ась) с друзьями в кафе/ барах	13%	17%	4%	8%	21%	23%
Читал(а) книги	12%	16%	4%	11%	15%	18%
Играл(а) в компьютерные игры	10%	13%	5%	8%	5%	15%
Выезжал(а) на природу/ путешествовать	9%	6%	8%	9%	11%	9%
Занимался(ась) творчеством/ хобби	9%	10%	7%	8%	10%	9%
Занимался(ась) шопингом в магазинах/ ТЦ	8%	6%	10%	6%	11%	12%
Ухаживал(а) за собой, ходил(а) в салоны красоты/ SPA	8%	5%	8%	7%	10%	11%
Проходил(а) образовательные курсы, учился(ась)	6%	1%	13%	7%	1%	8%

МАРТ 2023. Выборка 519 чел. Данные взвешены по основным социально-демографическим характеристикам.

Значимо ВЫШЕ / НИЖЕ по сравнению с РК на основании t-критерия соответствия

Север	Акмолинская Карагандинская Костанайская СКО Область Улытау
Запад	Актюбинская Атырауская ЗКО Мангистауская
Юг	Алматинская Жамбылская Область Жетысу Кызылординская Туркестанская г. Шымкент
Восток	Абайская область Павлодарская ВКО
Столицы	г. Астана г. Алматы

AL IN MARKET
НЕСТАНДАРТНЫЕ РЫНОЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Слайд из презентации выступления Натальи Оспановой на бизнес-конференции САФ. Чем занимается молодежь Казахстана в свободное время?

Придерживаясь научной точки зрения, чем больше в обществе население занимается активными видами отдыха, тем оно здоровее в физическом и психологическом плане, исследователи сгруппировали виды занятости молодых граждан республики по степени активности отдыха. В результате данные показали, что 70% опрошенных казахстанцев выбирают активный вид отдыха.

Что касается увлечений, здесь социологи отразили получившие максимальное количество упоминаний. Однозначно, культурный досуг среди казахстанской молодежи превалирует: лидирующими стали просмотры кино, передач, прослушивание музыки. Также в число популярных занятий вошли прогулки, фитнес и спорт, увлечение кулинарией, компьютерные игры, чтение книг и воспитание детей.

Спектр увлечений заметно отличается в возрастных группах

Какие увлечения есть у молодежи?

КАКИМ ХОББИ ВЫ УВЛЕКАЕТЕСЬ?

	РК	14-18	19-24	25-35
Просмотр фильмов/ сериалов/ передач	27%	18%	27%	32%
Музыка	23%	22%	34%	18%
Прогулки	22%	17%	24%	23%
Спорт/ фитнес/ тренажерный зал	20%	26%	22%	17%
Кулинария	19%	10%	19%	23%
Компьютерные или консольные игры	14%	26%	17%	11%
Чтение книг/ газет	14%	10%	18%	14%
Воспитание детей/ детский досуг	11%	4%	5%	17%
Активный отдых/ время на природе	9%	3%	11%	11%
Фотография	9%	4%	6%	12%
Путешествия, туризм	9%	10%	7%	8%
Рукоделие	7%	3%	10%	8%
Танцы	7%	10%	8%	5%
Вождение/ ремонт автомобилей	6%	5%	7%	7%
Настольные игры	6%	5%	10%	5%
Ведение социальных сетей	6%	3%	7%	6%
Вязание	5%	4%	7%	5%

МАРТ 2023. Выборка 519 чел. Данные взвешены по основным социально-демографическим характеристикам.

Значимо ВЫШЕ / НИЖЕ по сравнению с РК на основании t-критерия соответствия

AL IN MARKET
НЕСТАНДАРТНЫЕ РЫНОЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Слайд из презентации выступления Натальи Оспановой на бизнес-конференции САФ. Какие увлечения есть у казахстанской молодежи?

Шопинг, спорт, развлечения, самообразование: что в приоритете казахстанцев

Как делится авторитетный спикер бизнес-конференции САФ - Наталья Оспанова, в процессе исследования были определены 4 группы ключевых интересов молодежи для более подробного изучения.

«Прежде всего мы посмотрели тех, кто занимается самообразованием и потребляет образовательный контент. Мы в целом хотели понять, наша молодежь больше ориентирована на развлечения или готова тратить свободное время на самостоятельное развитие? Результаты показали, что 66% опрошенных

свободное от учебы время готовы посвящать самообразованию (прим.ред. - Наиболее активный период потребления образовательного контента приходится на студенческий возраст 19-24 года, также интерес к саморазвитию выше в Астане и Алматы). Это не просто чтение книг, полезных в учебе. Это потребление любого образовательного контента.



Слайд из презентации выступления Натальи Оспановой на бизнес-конференции CAF. Занимается ли молодежь самообразованием?

На втором месте все-таки культурный досуг, связанный с посещениями различных объектов культуры и развлечений: караоке, клубов, театров, кинотеатров и т.д. Каждый второй молодой казахстанец так готов проводить время, в Астане и Алматы большее число заинтересованных в таком досуге.

Спорт на третьем месте, со спадом в возрастной группе 25 – 35 лет.

В то же время шопингом среди молодежи занимаются всего 8%, причем с возрастом интерес к этому виду досуга растет. 14-18-летние респонденты практически не воспринимают это как досуг, скорее, как обязательную часть быта».



Слайд из презентации выступления Натальи Оспановой на бизнес-конференции CAF. Чем занимается казахстанская молодежь в свободное время?

Спикер бизнес-конференции CAF отмечает, что 65% молодежи делает покупки на свои собственные деньги, при этом процент самостоятельно приобретающих одежду, обувь, аксессуары с 20 лет резко начинает расти.

«Это довольно интересные данные, потому как стремление к потребительскому образу жизни и шопинг сегодня демонстрируются как доминирующий вид деятельности, с широким использованием телевидения, социальных сетей, иных СМИ. Демонстрируются практики референтных социальных групп: политиков, спортсменов, артистов. Все это должно провоцировать стремление молодежи им подражать. Однако, шопинг не стал повседневной досуговой практикой для казахстанской молодежи.», - делится наблюдениями эксперт Наталья Оспанова.



Слайд из презентации выступления Натальи Оспановой на бизнес-конференции САФ. Шопинг как самостоятельный досуг

Сколько и за что готовы платить молодые жители страны

Среди видов дохода аналитики и авторы исследования - группа компаний Alvin Market - выделяют доход от собственной работы (53% респондентов) и карманные деньги, предоставляемые родителями. Так по данным исследования, в возрасте 14-18 лет четверть молодежи пользуется карманными деньгами, а уже в 25-35 лет к этому числу относится 7% казахстанцев.

В то же время около 20% молодежи Казахстана предпочитает в основном бесплатные виды досуга. Если же говорить о бюджете, который молодые казахстанцы могут потратить на досуг в месяц, то это в среднем около 22,5 тысяч тенге для городских жителей и немного меньше для сельских жителей. Если разделить этот бюджет на еженедельные траты, то вне зависимости от гендера в среднем сумма составит порядка 5,5 тысяч тенге.



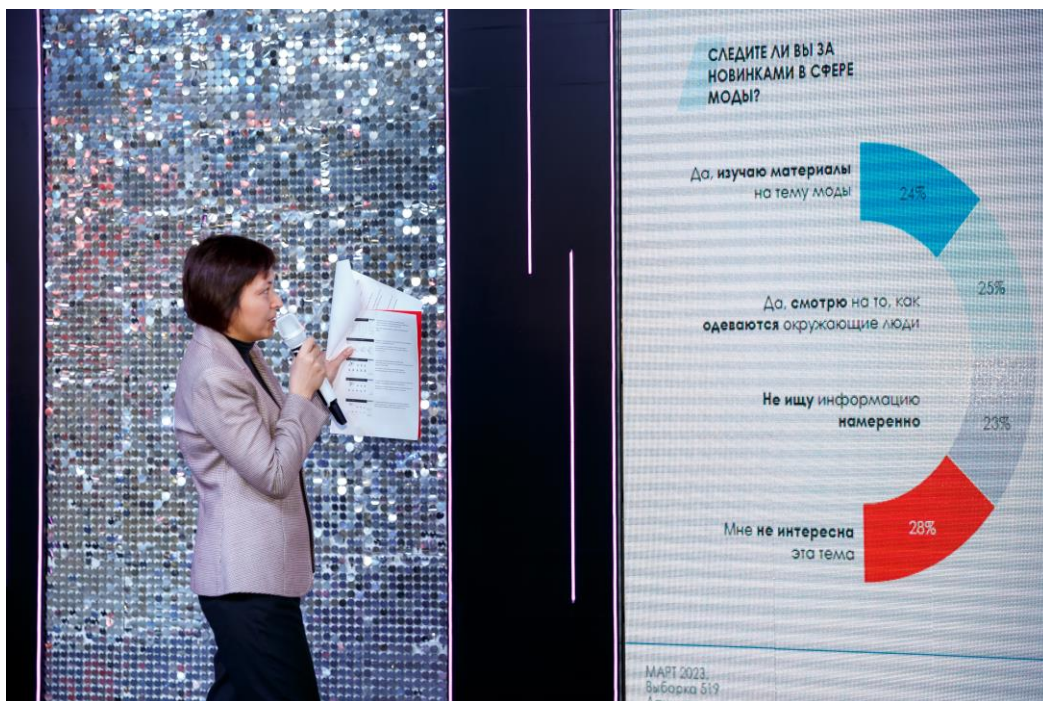
Слайд из презентации выступления Натальи Оспановой на бизнес-конференции САФ. Сколько тратит молодежь Казахстана на свой досуг?

Любимые места модных покупок и их главные драйверы

А между тем, согласно данным отраслевого исследования, представленными на бизнес-конференции САФ, интерес к моде у казахстанцев появляется в 14 – 18 лет.

«В этом возрасте молодые люди готовы искать информацию, что сейчас модно, что не модно. При этом интерес к теме возникает не только у тех, у кого появляются собственные деньги. За новинками в сфере моды следят почти 50% опрошенных молодых казахстанцев.

Заметим, что такие факторы, как география проживания, уровень образования или наличие работы не сильно сказываются на их желании быть в курсе моды. Однако, любопытный факт, что совершенно индифферентно к теме моды относятся часть мужчин и часть сельского населения», - делится данными президент «Казахстанской Ассоциации Профессиональных Исследователей Общественного Мнения и Рынка» (КАПИОР) - Наталья Оспанова.



Выступление Натальи Оспановой на бизнес-конференции CAF. На экране слайд презентации «Насколько вовлечена в тему моды казахстанская молодежь?»

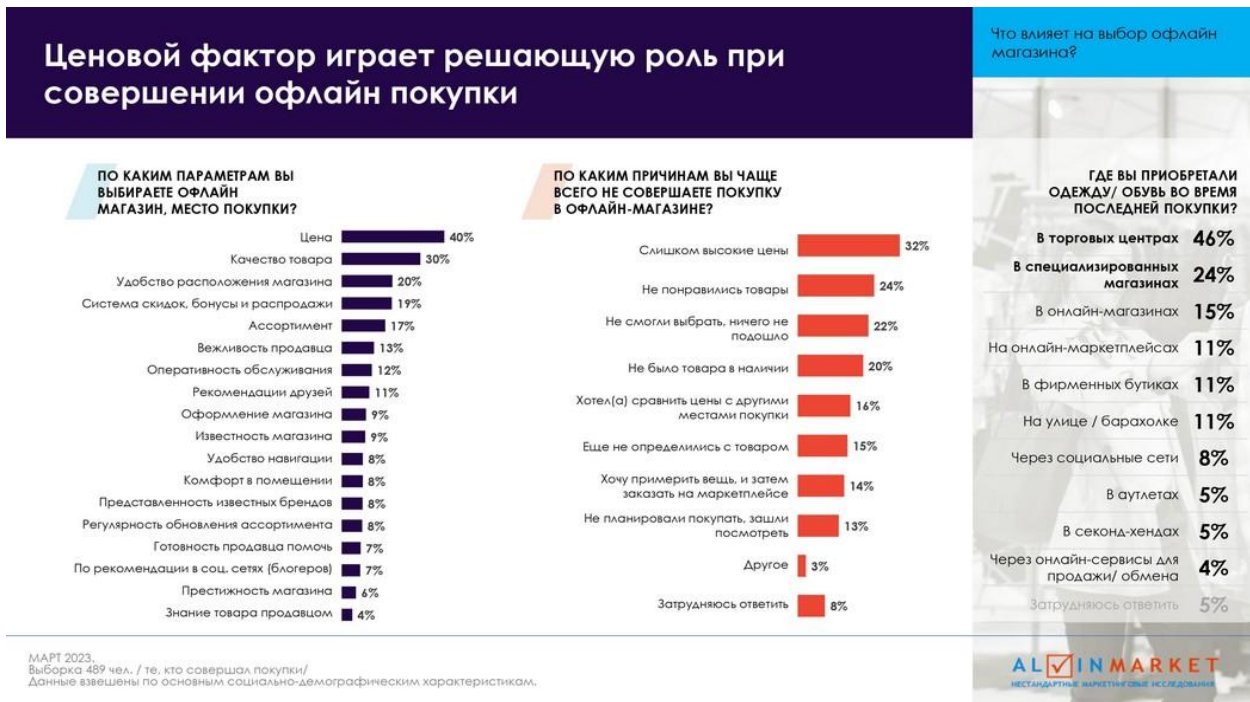
По мнению эксперта-спикера, ТРЦ – являются центром для совершения покупок одежды/обуви/аксессуаров. Причем, если посмотреть в разрезе регионов, можно увидеть, что жители столиц при выборе торговой точки пользуются гораздо большим спектром каналов продаж, активно используя онлайн-каналы.

«Здесь появляются и разные виды онлайн-каналов: онлайн магазины, маркетплейсы, социальные сети, - рассказывает Наталья Оспанова - Западный регион традиционно демонстрирует дефицит ТРЦ, молодежь здесь компенсирует дефициты ассортимента в специализированных магазинах и в онлайн, в том числе через соц.сети. При этом молодые люди Алматы и Астаны большую часть своих модных покупок совершают именно в торговых центрах, и только затем уже в специализированных или онлайн магазинах».



Слайд из презентации выступления Натальи Оспановой на бизнес-конференции CAF. Где казахстанская молодежь предпочитает приобретать одежду и обувь?

Основными факторами выбора магазина для опрошенной аудитории стали факторы цены и качества. Кроме того, в число влияющих на покупку вошли и такие категории как удобство расположения, вежливость продавца, удобство навигации, комфорт помещений, оформление, престиж магазина, бренда, и знание товара продавцом.



Слайд из презентации выступления Натальи Оспановой на бизнес-конференции САФ. Что влияет на выбор офлайн магазина?

В то же время главными причинами, побуждающими к отказу от покупки онлайн и офлайн, становятся как цена и качество, так и отсутствие возможности примерить товар.

«Мы регулярно делаем замер рейтинга онлайн магазинов и сервисов, и примечательно, где молодежь стала онлайн приобретать одежду, обувь, аксессуары. Мы видим, что Kaspi выходит в лидеры, причем обгоняет исторически лидирующих игроков. Такие маркетплейсы как Wildberries, LaModa, OLX и AliExpress ушли вниз. При этом появилась отдельная строчка «покупки в социальных сетях» - и сейчас это уже 6%», - сообщает о данных исследования спикер бизнес-конференции САФ Наталья Оспанова.



Слайд из презентации выступления Натальи Оспановой на бизнес-конференции САФ.

Что влияет на выбор офлайн магазина?

По данным исследования от Alvin Market, около 20% молодежи можно отнести к условным «шопоголикам», которые совершают покупки одежды/обуви/аксессуаров несколько раз в месяц. Чек на аксессуары, не сильно отличается от чека на одежду и обувь, при этом замечено, что в целом мужчины тратят на себя больше, чем девушки. Кроме того, именно в категории аксессуаров половина покупок совершается спонтанно.

Как отмечают исследователи, молодежь имеет ярко выраженный интерес к известным брендам: больше четверти молодых людей уже приобретают известные бренды и еще половина хочет иметь в гардеробе популярные марки. Абсолютный по пазе устроит не более четверти молодежи.

Что касается популярных среди молодых казахстанцев стилей одежды, на первом месте - спортивный стиль и оверсайз. Затем следует универсальный классический стиль.

Примечательно, что 3% молодежи интересуется этникой, а 40% опрошенных уже имеют в гардеробе одежду казахстанских брендов.



Слайд из презентации выступления Натальи Оспановой на бизнес-конференции CAF.

На что обращает молодежь внимание при выборе одежды?

Исследование молодой аудитории покупателей показало любопытный факт – все больше казахстанцев интересуются услугами профессиональных стилистов при подборе модного образа. Так, 22 процента казахстанцев уже получали эту услугу платно, а еще 14 процентов - готовы попробовать шопинг со стилистом в ближайшее время. Молодые казахстанцы четко обозначают комфортную для них стоимость услуги работы с модным консультантом – 18 067 тенге за разовый подбор образа и работу со стилистом.



Слайд из презентации выступления Натальи Оспановой на бизнес-конференции CAF.

Есть ли место Luxury брендам в молодежном сегменте?

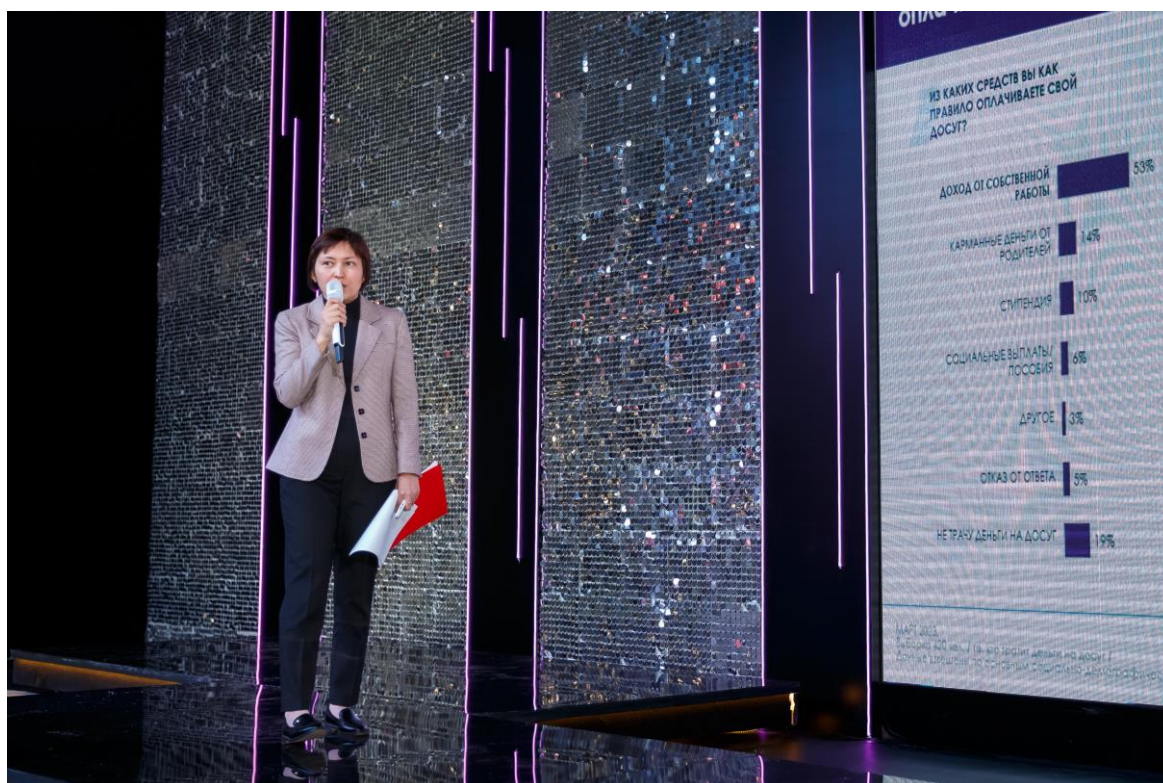
Также эксперт исследования Наталья Оспанова отмечает наличие опосредованного спроса на luxury бренды в молодежном сегменте: 45% молодых людей готовы брать одежду премиальных брендов напрокат, четверть уже приобретает подержанную люксовую одежду, еще 39% готовы к премиальному «second hand». Что касается устаревшей одежды, то молодежь в основном отдает ее знакомым-родственникам, либо убирает в кладовку или передает на благотворительность, также значительная часть (25%) выбрасывает ненужную одежду



Слайд из презентации выступления Натальи Оспановой на бизнес-конференции CAF.

За что готовы платить казахстанцы в виртуальном мире?

В то же время казахстанцы, как и во всем мире, проявляют потенциальный интерес к виртуальным покупкам. Как отмечает спикер бизнес-конференции CAF Наталья Оспанова, данные отраслевого исследования это подтверждают: «Более 70% респондентов готовы тратить деньги в виртуальном мире. Конечно, на первом месте покупка реальных товаров, однако, в виртуале молодые казахстанцы уже готовы пробовать примерять одежду, прически, получать советы от консультантов, делать совместный шопинг с друзьями, пробовать новый макияж и товары для красоты и даже покупать цифровую одежду для своего аватара».



Выступление Натальи Оспановой на бизнес-конференции CAF

При использовании данных релиза обязательно указание источника: Бизнес-конференция международной выставки моды Central Asia Fashion.

При использовании фотографий необходимо указание: пресс-служба Central Asia Fashion.

Все исключительные права на Материалы, принадлежат организаторам международной выставки моды САФ — ТОО САТЕХРО.

Все права на фотографии защищены казахстанским и международным законодательством об авторских и смежных правах.