



Статистика, учет и аудит, 1(96)2025. стр. 232-243
DOI: <https://www.doi.org/10.51579/1563-2415.2025.-1.17>

Экономикадағы пәнаралық зерттеулер
FTAMP 06.01.39
ӨОЖ 330.8

ҚАЗАҚСТАН ТҰРҒЫНДАРЫНДА ЭКОНОМИКАЛЫҚ САНА ҚАЛЫПТАСУЫНЫҢ ФАКТОРЛАР МЕН ШАРТТАРЫ

И.Р. Халитова,¹ М.М. Халитова^{2*}, Е.Т. Садыков

¹Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан

²ҚРҒЖБМ ҒК Экономика институты, Алматы, Қазақстан

*Corresponding author e-mail: madinakhalidi@mail.ru

Аңдатпа. Қазақстанның қазіргі халқының мінез-құлқы мен ойлауы көбінесе динамизм мен жылдам өзгерістерге ұшырайтын бірқатар факторларға байланысты. Мақаланың мақсаты-халықтың экономикалық ойлауы мен мінез-құлқына әсер ететін жағдайлар мен факторларды анықтау. Зерттеу әдістемесі жалпы критерийлер негізінде факторларды жіктеуден тұрады. Сонымен қатар, мақалада экономикалық ойлау, содан кейін экономикалық мінез-құлық тәуелді болатын экономикалық сананың өзгеру шарттары көрсетілген. Бұл экономикалық ойлау мен мінез-құлықтың даму ерекшеліктерін анықтау, сондай-ақ қазіргі экономикалық ойлаудың өзгеру мүмкіндіктерін және халықтың экономикалық мінез-құлқына әсерін түсіну үшін қажет. Бұл тәсілдің маңыздылығы әлеуметтік-экономикалық және саяси процестер адамдардың ойлауы мен мінез-құлқына көбірек тәуелді болуымен байланысты. Зерттеу нәтижесінде тұрғылықты жеріне, білім деңгейіне, өмірлік тәжірибесіне, менталитетіне және т. б. байланысты халықтың экономикалық мінез-құлқының ерекшеліктері анықталды. Экономикалық мінез-құлыққа әсер етуі мүмкін факторлар мен жағдайларды анықтау үшін халықтың пікірін, экономикалық мінез-құлқын, экономикалық сауаттылық деңгейін зерттеу қажеттілігі туралы қорытынды жасалды. Зерттеу әдістері сауалнаманы, эмпирикалық деректерді зерттеуді және т. б. қамтуы мүмкін. Зерттеудің практикалық маңыздылығы оның нәтижелерін халықтың экономикалық білім деңгейін арттыруға бағытталған әлеуметтік-экономикалық саясатты, білім беру бағдарламалары мен іс-шараларын әзірлеу кезінде қолдану мүмкіндігі болып табылады.

Түйін сөздер: экономикалық сана, факторлар, экономикалық ойлау, экономикалық мінез-құлқы

Негізгі ережелер. Мақалада қазіргі заманғы экономиканың даму тенденцияларына сүйене отырып, Қазақстан халқының экономикалық санасын қалыптастырудың факторлары мен шарттары қарастырылған. Жағдайларды анықтау үшін әртүрлі факторлардың әсерінен қалыптасатын халықтың экономикалық санасының қалыптасуы мен даму ерекшеліктерін анықтау маңызды. Факторлар мен жағдайларды анықтау негізінде болашақта экономикалық ойлауды дамыту құралдары мен әдістерін және уақыт талаптарына сәйкес халықтың экономикалық мінез-құлқын өзгертуге болады.

Cite this article as: Khalitova I.R., Khalitova M.M., Sadykov Ye.T. Factors and conditions of the formation of economic consciousness among the population of Kazakhstan. *Statistics, accounting and audit*. 2025, 1(96), 232-243. (In Kaz.). DOI: <https://www.doi.org/10.51579/1563-2415.2025.-1.17>



Кіріспе. Қазіргі уақытта Қазақстан айтарлықтай экономикалық өзгерістер сатысында тұр, бұл халықтан экономикалық процестер мен қағидаттарды терең түсінуді талап етеді. Жаһандық экономикалық интеграция және ішкі нарықты жаңғырту жағдайында экономикалық тетіктер туралы хабардар болу азаматтардың елдің экономикалық өміріне белсенді қатысуының негізгі факторына айналады.

Экономикалық сананың қалыптасуы тұтынушылардың, кәсіпкерлердің және инвесторлардың мінез-құлқына тікелей әсер етеді. Экономикалық шешімдерді сауатты және негізделген қабылдау экономикалық процестердің тұрақтылығы мен тұрақтылығына ықпал етеді. Экономикалық негіздерді түсіну адамдарға қаржылық ресурстарын тиімдірек басқаруға көмектеседі, бұл өз кезегінде экономикалық тұрақтылықты сақтайды және экономиканың өсуіне ықпал етеді. Сонымен қатар, Қазақстан экономикалық сананың қалыптасуына әсер ететін бірегей әлеуметтік және мәдени ерекшеліктерге ие. Қазақстандықтардың кредиттік, депозиттік-жинақ, сақтандыру, қор, ипотекалық, алтын мен бағалы металдарға инвестициялау, жылжымайтын мүлік, ломбардтар мен МҚҰ қызметтері, криптовалюталар мен олар бойынша мәмілелер майнингі, Қазақстанның қазіргі заманғы жағдайларындағы онлайн және мобильдік банкинг салаларындағы экономикалық мінез-құлқының ерекшеліктері халықтың экономикалық санасының қаржы -экономикалық өміріне шартты

Макроэкономикалық үрдістерді талдау Қазақстандағы қоғам мүшелерінің экономикалық ойлауы мен мінез-құлқын қалыптастыру және дамыту процестеріне әсер еткен геосаяси, сыртқы экономикалық және ішкі факторлардың жиынтығына негізделген ұлттық экономиканың даму жағдайларының екіұштылығын көрсетті.

Тәуекелдерді бағалау қабілеті экономикалық сана мен ойлаудың қырларының бірі болып табылады, бұл бізді мемлекеттің қаржы-экономикалық саясатының қарыз алу, инвестициялау, халықтың түрлі қаржы құралдары мен өнімдеріне ақша қаражатын салу процестеріне әсерін зерттеу қажеттілігіне бағыттайды.

Материалдар мен әдістер. Экономикалық санаға әсер ететін факторлар – адамды жігерлі қимылдарға жетелейтін ахуал, жағдай, шарттар деп ұғуға болады [1].

Әлемдегі, қоғамдағы, факторлар көп болуы себепті оларды ғалымдар мегафактор, макрофактор, мезафактор, микрофактор деп топтастырған. Аталмыш факторлар қоғамдық өмірдің барлық жақтарына ықпал етеді. Бұдан басқа жеке адамның бойындағы өзіндік факторлар деген тағы бар. Олар адамның ой-санасы, қасиет, қабілет, іс секілді жекелітерге байланысты.

Мегафакторға – гректің өте зор, өте кең (космос, планета, әлем, дүние) деген ұғымдар жатады. Олар бүкіл жер жүзінде өмір сүрген халықтың барлығына басқа факторлармен қатар немесе солармен астараласа ықпал етеді. Әлем немесе космос және оның жер шарына тигізетін әсері. Табиғи – климаттық жағдайларға қарай Жер шарының көлемді (глобал-жаһандық) мәселелері де космос, планета, дүниелік құбылыстармен қоса экономикалық байланыстар, мысалы, континенттер мен өлкелердің даму жағдайлары, сауда-саттық қарым-қатынастар т.б. ондағы тұрғындардың тұрмыс жағдайларына өзара ықпал ететіні белгілі. Әлемдегі мегаэкономикалық байланыстарды зерттеген ғалым Е.В.Чибисова «Макроэкономикалық көрсеткіштерді талдау, жүйенің жалпы әлуетін дамуы мен оның бәсекеге қабілетін бағалауға мүмкіндік береді» деген, шындығында әлемдік экономиканың даму көшінен кейін қалып қалмау үшін мегаэкономикалық ахуалдардан хабардар болып отыру маңызды. Сонда ғана біз нені қалай дамыту, не нәрсеге мән беру реке деген секілді сұрақтарға жауап таба аламыз [2].



Макрофактор – грекше зор деген сөзден алынған. Оған өлке, қоғам, мемлекет кіреді. Өлке – географиялық ұғым. Әр өлкенің табиғи-климаттық жағдайы, сол өңірде өмір сүрген адамдар қауымы мен жекелеген тұлғаларға әсер етпей қоймайды. Этнос немесе ұлт-тарихи қалыптасқан, жалпы ұлттық менталитеті, мінезі, мәдениеті мен басқа ұлттардан айырмашылығы көрініп тұратын, белгілі бір жер аумағын мекендеген адамдар тобы. Ұлттық экономикамен қатар Қазақстан мен қатар жүйедегі елдердің экономикасының даму жолдарын пайымдай келе қазақстанның даму моделін жасауға ұмтылған.

Этностың экономикалық, идеологиялық, мәдени құрылымдары бар. Қоғамның жыныстық-рөлдік сипаттамасы әйел мен ер адамдардың қоғамда және отбасында алатын орнынан көрінеді. Бұлардан басқа, әйелдер мен ер адамдардың «үлкен», «кіші», «бала», «жеткіншек» жасөспірім-бозбала, бойжеткен, «орта жастағы» «қартайған», «жасамыс» деген секілді жас ерекшеліктеріне қатысты ұғымдар олардың қоғамдағы орнын және атқаратын міндеттерін де айқындайды.

Мезофактор – ортаңғы факторға халық өмір сүретін аймақ, ауыл, қала, шағын қала, аудан, және бұқаралық ақпарат құралдыр-радио, телекөрсету т.б. және соған байланысты субмәдениет немесе мәдениетке жақын жерде орналасқан және даму тенденциялары бар елді мекен кіреді. Аймақ – өлкенің құрамдас бөлігі. Онда жергілікті халық өмір сүріп, еңбектенеді, өсіп-өнеді. Әрбір аймақтың өзіне ғана тән сонда өмір сүрген адамдарға ықпал ететін ерекшеліктері бар, мысалы, әлеуметтік – экономикалық ерекшелігі – өнеркәсіп орталығы, халықтың тұрмыс деңгейі, мәдениеті, экономикалық байланыстар т.б. Мемлекеттегі кезкелген экономикалық ахауалдар алдымен қоғамның осы мезатоптарына ұрымтал әсер етеді. Экономикалық даму моделін жасау кезінде алдымен халықтың осы топқа жататын бөлңгнн зерттеу арқылы оларды немен, қалай, қайтып, қашан қамтамасыз ете аламыз деген пікір төңірегінде ой жүргізумен қосы экономикалыққамтамасыз ету мүмкіндіктерін қарастыру керек.

Микрофактор – кішкене деген сөзден мағынасына қарай аударсақ, ол адамға ең жақын орта дегенді білдіреді. Бұған отбасы, көрші-қолаң, тұрғындар өзара қарым-қатынасқа енетін жақын орта, сауда-саттық әрекетінде уақытша қарым- қатынсқа енетін адамдар, жұмыс істейтін ұйымдағы адамдар, қоғамдық, мемлекеттік, меншік мекемелер, микроәлеуметке (микросоциум) кіреді.

Әрбір ұсынылған деңгей саяси, экономикалық, әлеуметтік-мәдени, технологиялық, экологиялық, табиғи-климаттық және т.б. бірқатар факторларды біріктіреді. Кез келген мемлекеттің немесе ұлттың өзінің тарихи, шаруашылық және мәдени дәстүрлері бар. Қазақ халқының сан ғасырлық дәстүрлері тарихтың барысын көрсетеді және мемлекеттің экономикалық дамуына елеулі әсер ететін көптеген факторларды білдіреді. Экономикалық санаға әсер ететін факторларды анықтау және бөлу экономикалық сананың ерекшеліктерін анықтау үшін маңызды. Экономикалық сананың факторлары айтарлықтай ауқымды болғандықтан және оларды толық сипаттау мен сипаттау осы бап шеңберінде мүмкін болмайтындықтан, біз ірілендірілген жіктемені ұстанатын боламыз.

Сананы қалыптастырудағы ерекше маңыздылық факторлардың барлық деңгейлеріне әсер ете отырып, ақпарат және БАҚ сияқты факторға тиесілі.

Әдебиеттерді шолу. Қоғам экономикасының тұрақты дамуы миарофакторлармен тығыз байланысты болатынын С.С. Копасова, А.С.Чешин, ұлттық экономиканы тұрақты дамыту мүмкін емес, елді мекендердің аумақтық-басқару сатыларын дамытпай тұрып дей келе «елді мекендер, әсіресе ауылды жерлер...дәл осы микрожүйе, мезожүйенің тұрақты дамуына іргетас бола алады және бұл микрожүйенің соңғы



нәтижесі бола алады. Осы негізде қуатты бәсекелестік туындайды» - деп микро, мезофакторлардың дамудағы байланысын дәріптейді [3].

Кравчук Ю.Б. «Әртүрлі құндылық бағдарлары бар студент жастардың экономикалық санасының ерекшеліктері» деген мақалада экономикалық сана қалыптасуы экономикалық әлеуметтендіру кезінде жүзеге асады деп белгілейді [4]. Экономикалық әлеуметтендіру дегеніміз – тұлғаның әлеуметтік топ және қоғаммен экономикалық мәміле(отношение) ену үрдісі және нәтижесі»-дей келе осы экономикалық әлеуметтену кезінде тұлға экономикалық нормалар, құндылықтар, тәжірибелер меңгеретінін айтты. Көріп отырғанымыздай қоғамдық ортада экономикалық қарым-қатынас экономикалық сана қалыптасуына ықпал ететін факторлардың бірі.

Зерттеуші Е.В. Тарханова «адамдардың қылықтары мен шешім қабылдауына сөз жоқ басылымдар, телекөрсетулер, интернет ресурстары ықпал етеді. Сонымен бірге»-дей келе басылымдармен басқа да БАҚ материалдары адамдарға нақты экономикалық жағдай туралы түсінік ұсынады. Басылымдардағы болжаулар болып жатқан ахуалдың себептерін қарастырса, болашақ жайлы жағымсыз пікірлер келтірсе тұрғындардың көңіл күйіне кері әсер етуі мүмкін, сонымен қатар БАҚ материалдары адамдардың экономикалық іс-қимылына да әсер етіп санасында белгілі бір пікір орнықтыра алады. Бақ материалдары экономикалық білімі бар адамдарды ойға жетелесе, қарапайым халықты іс-әрекетке жетелеуі мүмкін. Кейбір материалдар адамдарды абыржытса, кейбіреулер олардың ақыл-кеңесіне назараударды-деп көрсетеді [5].

Анисимов Р. реформаланатын елдер қоғамындағы теріс құбылыстардың факторларын жүйелі түрде қайта қарастыруға тырысады [6].

Сананы қалыптастырудың әлеуметтік-экономикалық факторлары Кошетар, Ороховска мақаласында қаралды [7]. Әлеуметтік-экономикалық аспектілер макрофакторлар ретінде де, мезо-, тіпті мегафакторлар ретінде де ұсынылуы мүмкін екенін атап өткен жөн.

Жасөспірімдердің санасын қалыптастыру үшін экономикалық, саяси және әлеуметтік процестерге қатысты өз ұстанымын талдау қабілетінің маңыздылығы мен рөлін Гилберт Д, Олкон К және т.б. түсінеді. [8]. Бұл жерде жеке сипаттамалар факторлар ретінде әрекет етеді.

Алини А., Харахап Д., Ирфан А. және басқалардың экономикалық сана деңгейіне негізделген сауалнама арқылы жүргізген зерттеулері көрсеткендей, табысы белгісіз адамдар экономикалық санаға көбірек алаңдайды [9]. Бұл зерттеу табыс деңгейі экономикалық сананың қалыптасуына да әсер ететінін көрсетті. Мұнда кірістілік деңгейінің факторы микрофактор ретінде айқындалады.

Жақында болған экономикалық дағдарыс жағдайындағы адам мінез-құлқының психологиялық факторлары Рос пен Гомбравелланың жұмысында қаралды [10]. Экономикалық ойлауға ықпал ететін факторларды Е.В.Путенхина зерттеп оларды 1) қоғамның әлеуметтік құрылымы; 2) саяси сфера; 3) құқытық сфера; 4) мәдени-білімдік орта; 5) әлеуметтік орта (отбасы, замандастар); 6) экономика ғылымының дамуы- деп көрсетеді [11]. Осы мақаланы зерттеу әдіснамасының ерекшелігі факторлардың жоғарыда көрсетілген деңгейлердің негізінде жіктелуінен тұрады.

Нәтижелер және талқылау. Экономикалық санаға, ойлауға және халықтың мінез-құлқына әсер ететін кейбір факторларды талдау.

Күнделікті өмірсалтындағы іс-әрекеті. Тұлғаның экономикалық санасына ықпал ететін басты факторлардың бірі – оның субъект ретіндегі әрекеті, атап айтсақ кәсіпқойлығы. Өйткені бұл еңбек нарығында тұлғаның сұранысқа ие болуының кепілі,



басқаша айтқанды өз білім, білігін пайдаланып табыс табу немесе өз мүмкіндіктерін ақшаға алмастыру немесе сату. Бұл ретте өз іскерлігі мен білім-білігіне сенім артып мансап жағынан өсуді жоспарлау, сол негізде табысын арттыру, қоғам алдында беделге ие болу, өз қабілет-қарымын жүзеге асыруға ұмтылыс тұлғаның субъект ретіндегі сұрау-талаптарын қанағаттандыру, сол арқылы экономикалық жақтан өзін қамтамасыз ету. Демек, тұлғаның экономикалық санасына ықпал ететін факторлардың бірі оның субъект ретіндегі іс-әрекеті болып табылады.

Осы заманда халықтың экономикалық санасына әсер ететін қымқуыт ақпараттар электронды құралдар арқылы жылдам жетіп отырады. Замануи бұқаралық ақпарат құралдары бүкіл әлемді қамтиды, сол арқылы адамдар әлемнің әр түкпіріндегі экономикалық ахуалдардан хабардар болады отырады. Сөйтіп ол тұрғындардың экономикалық ой жүргізуі мен өзара пікір алмасуына экономикалық қарым-қатынасына ұрымтал әсере етеді. БАҚ-тың көмегімен әр түрлі мәліметтер тұрғындарға жылдам жетеді және әлемдегі өзгерістерден хабардар болып отыру қазіргі заман талабы, озық болудың бір белгісі. БАҚ оның ішінде интернет пен ұялы телефон адамдар арасындағы қарым-қатынасты жылдамдату мен бірге әлемдегі жағдайдан хабардар болып отыруға ықпал етуде. Сонымен қатар оларда валютаның жағдайы, бензин, газ, нан, қант т.б. күнделікті тұрмыста қажетті нәрмелердің бағасының құбылыстары сағат, минут сайын жеткізіліп тұрады. БАҚ арқылы әлемнің түкпір-түкпіріндегі саяси, экономика, әлеуметтік ахуалдардан хабардар болуы адамдардың көзқарасына, сана сезіміне ұрымтал ықпал етуде. БАҚ тық адамдардың ой- санасына ықпалы дәлелденген. БАҚ құралдары билік институты болуы (төртінші билік аталуы) себепті мәліметтер арқылы адамдарда билікке қажетті ой-сана қалыптастыруды көздейді. Десек те өмір шындығы кейде бақ материалдарымен сәйкес келмейтін тұстары да болады. Сондықтан экономикалық сана қалыптастыруда оның ықпалы сыңрақты болуы мүмкін.

Қазақстан қоғамындағы әлеуметтік трансформация әсерімен тұрғындардың экономикалық санасы да айтақаларлықтай өзгерістерге ұшырады. Әрі бұл үрдісті тоқтату, тежеу де мүмкін темес. Себебі бұл мегафактор ретінде бүкіл әлемде көрініс беріп отырған жағдай.

Экономикалық сана қалыптасуына ықпал ететін факторлардың тағы бірі - тұлға орын тепкен өндіріс орыны немесе жұмыс орны. Өйткені өндіріс барысында ол өндіру, пікір алмасу, заттар алмастыру, бөлістіру немесе бөлісу, пайдалану немесе тұтыну т.б. әрекеттер іске асу барлығы саналы іске асады. Бұлар біз атап өткен микрофакторлар болып саналады.

Экономикалық сананың ерекшеліктерінің бірі экономикалық мәдениетке байланысты. Ол көшіру қасиетіне ие, осыған орай Т.В.Логинов «селекция қызметі құндылықтар, нормалар, қажеттену, іс-қимыл мотивтері, ұнатуы секілді экономикалық ойлау мен экономикалық сана мазмұнын өткеннен бүгінге, бүгінгіні болашаққа жеткізу арқылы субъектілердің келесі кезеңдердің мәселелерін шешуіне пайдалы; экономикалық мәдениеттің инновациялық қызметі әлеуметтік құндылықтар мен нормалардың жаңаруы, бұнда басқа мәдениеттердің жетістіктерін пайдалану және мәдениеттің оны реттеуі, сапасын жақсартуы» -деп көрсетеді. Айтылған пікірлерге негіздей келе Қазақстан тұрғындарының экономикалық мәдени ерекшеліктерінің кейбірлерін айтуға болады.

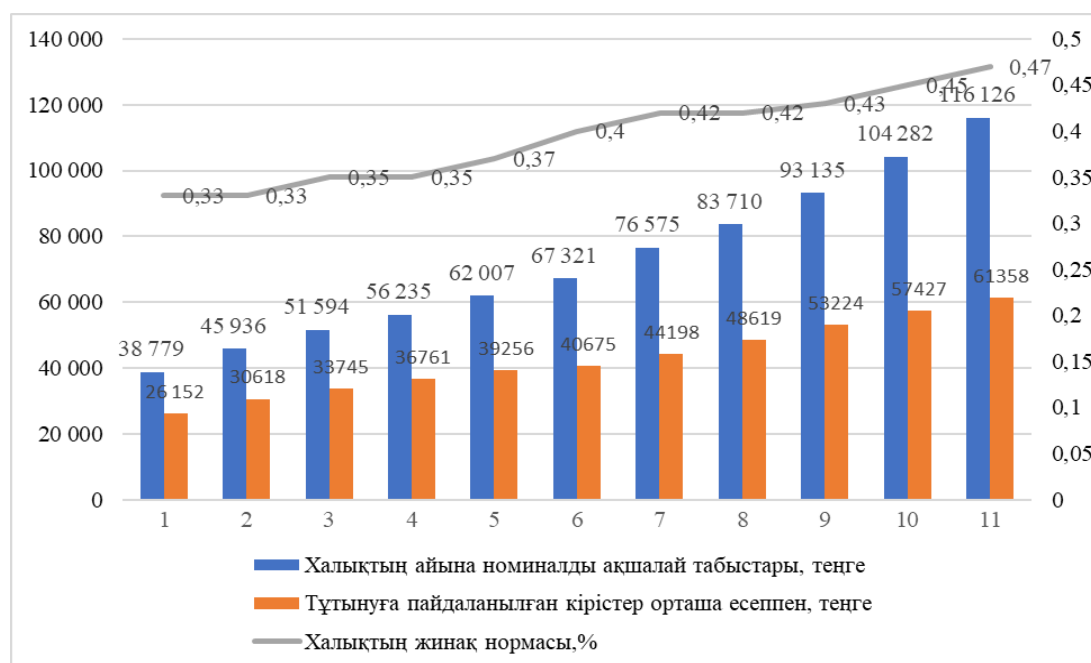
Адамның қоғамдық ортадағы экономикалық қарым-қатынастар үрдісіне ықпал ететін әр түрлі экономикалық өзгерістер, экономикалық ахуалдар, экономикаға қатысы бар оқиғалар мен құбаластар, қоғамдағы, табиғат құбылыстары, заттар, дүние-мүлік



т.б. факторлар деп аталады. Олардың әсері түрліше және адамдардың қабылдап әсерленуісезінуі де әр түрлі. Экономикалық саясаттың халықтың экономикалық мінез құлқына әсерін кейбір макроэкономикалық көрсеткіштерді талдау арқылы байқауға болады

Эмпирикалық деректерді, дәлірек айтқанда статикалық көрсеткіштерді қолдана отырып, біз макроэкономикалық факторлардың халықтың экономикалық санасына, ойлауына және мінез-құлқына әсерін көрсете аламыз. Халықтың өмір сүру деңгейінің онжылдықтағы жинақтау саласындағы экономикалық мінез-құлыққа әсерін қарастырыңыз.

2010-2020 жылдар кезеңінде қазақстандықтардың жан басына шаққандағы номиналды ақшалай табысы тұтыну тауарлары мен қызметтеріне бағаның 2 есеге, оның ішінде азық – түлік өнімдеріне 2,2 есеге, коммуналдық шығыстарға-74% - ға, ал көлік тарифтеріне 89% - ға өскен кезде 2,99 есеге жуық өсті (1-сурет) [12].



1-сурет – 2010-2020 жылдар кезеңіндегі Қазақстан Республикасы халқының табыс динамикасы

Ескерту: Ұлттық статистика бюросының деректері негізінде авторлар жасаған stat.gov [13]

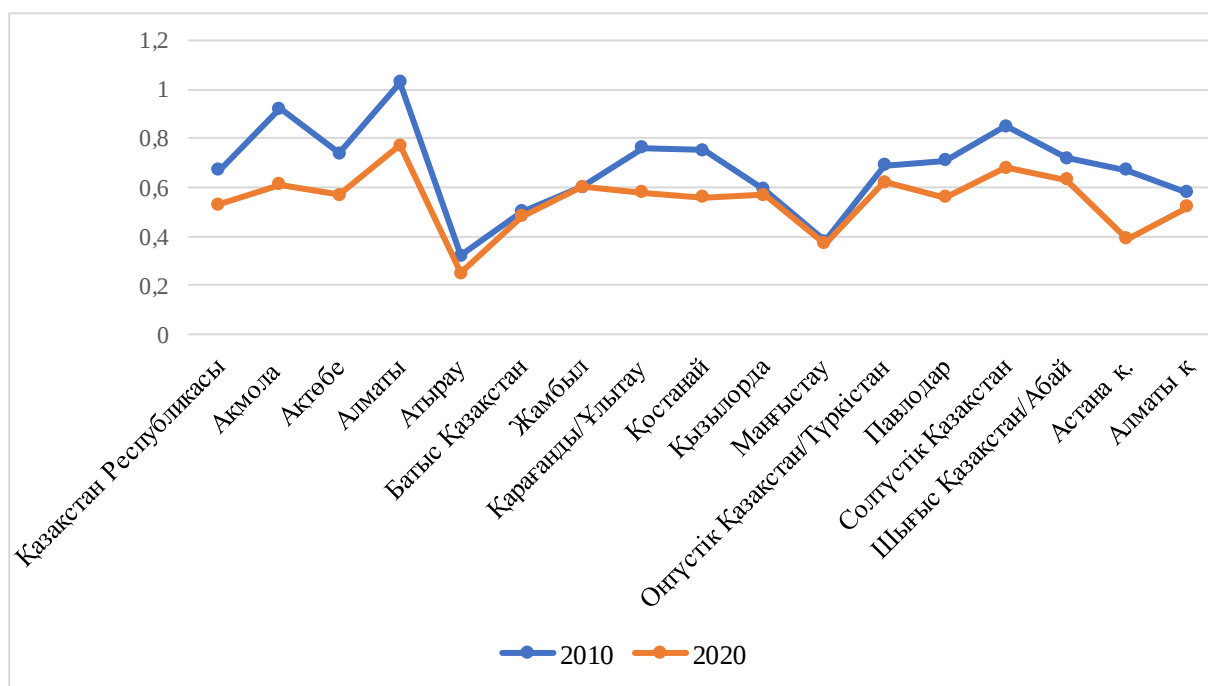
Жан басына шаққандағы тұтынуға шаққандағы табыстың өсу қарқыны 2,35 құрады. Егер 2010 жылы кірістерді тұтыну үлесі 67% –. құраса, 2020 жылы-53% - құрады, бұл жинақтардың есептік көрсеткішінің номиналды табысқа қатынасы ретінде есептелген халықтың жинақтау нормасының 45% - ға ұлғаюына ықпал етті.

Ресейлік ғалымдар жан басына шаққандағы орташа табысты күнкөріс деңгейімен салыстыру негізінде жинақ мөлшерлемесін талдауды ұсынады [14]. Осылайша алынған есептік деректер тұтастай алғанда қазақстандықтардың бос ақшасының оң серпінін көрсетеді: егер 2010 жылы табыстың артуы шамамен 3 есе болса, 2020 жылы – 3,5 есе. Еліміздің өңірлері арасында 2011, 2015, 2017, 2018 жылдары жан басына шаққандағы табыс өңірдің ең төменгі күнкөріс деңгейінің екі еселенген мөлшерінен төмен болған кезде Түркістан облысының тұрғындарында жинақтау проблемалары байқалды. 2020 жылы жинақтарды қалыптастыру үшін ең



жоғары мүмкіндіктерге Атырау (6,68 еседен астам) және Қарағанды (4,18) облыстарының, сондай-ақ Астана (4,62) және Алматы (4,56) екі мегаполисінің тұрғындары ие болды.

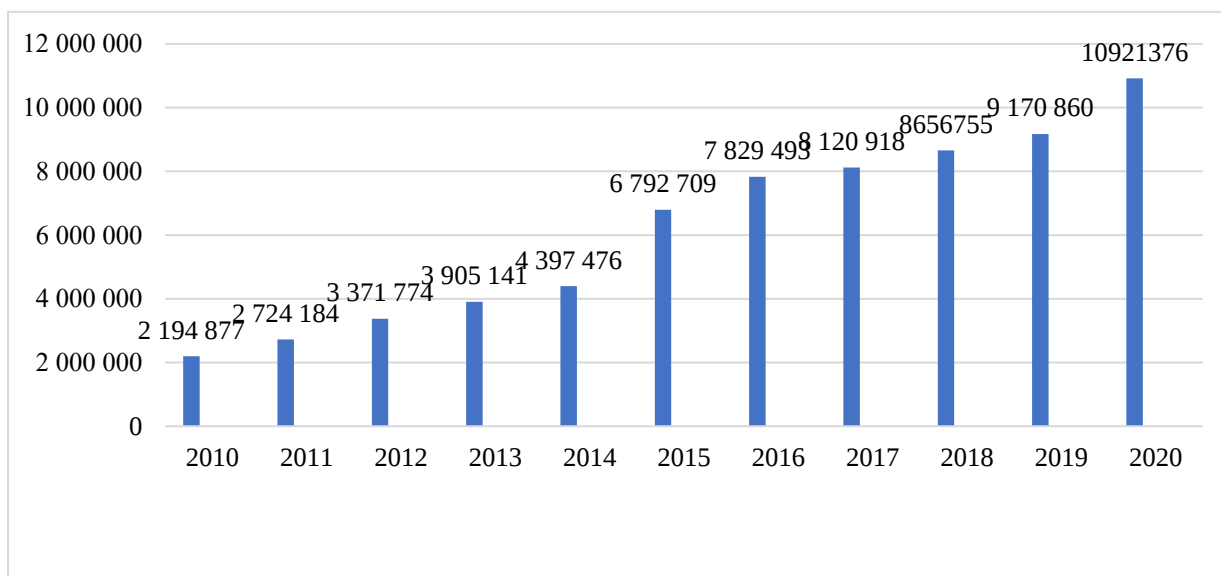
Еліміздің Астана қаласындағы (42%), Ақмола облысындағы (33%) өңірлері арасында едәуір байқалатын жан басына шаққандағы табыстардағы тұтыну үлесінің басым төмендеуі де оң көрсеткіш болып табылады (2-сурет). Алматы, Ақтөбе, Атырау, Қарағанды, Қостанай, Павлодар және Солтүстік Қазақстан облыстарында тұтыну үлесінің төмендеу диапазоны 21%-дан (СҚО) 25% - ға дейін (Алматы және Қостанай) құрады.



2-ші сурет – 2010, 2020 жылдары Қазақстан өңірлері бойынша жан басына шаққандағы номиналды табыстардағы тұтыну үлесі

Ескерту: Ұлттық статистика бюросының «Тұтыну қызметтеріне бағалар мен тарифтердің индекстері» деректері негізінде авторлар жасаған stat.gov [13]

Қазақстандықтарда бос ақша жинаудың оң үрдісі талданып отырған кезеңде халықтың банктік депозиттерінің өсуіне ықпал еткенін де айтуға болады (3-ші сурет). Сонымен қатар, халықтың едәуір бөлігі әрдайым Екінші деңгейдегі банктерге сене бермейтінін, жинақтарды өз бетінше сақтауды жөн көретінін мойындау керек, бұл мұндай қаражаттың нақты мөлшерін бағалау мүмкіндігін шектейді. Сенімсіздіктің белгілі бір деңгейі-халықтың экономикалық санасы мен экономикалық агенттердің әрекеттері, экономикалық саясат, экономикалық қабылдаулар арасындағы қайшылықтың салдары.



3-ші сурет – ҚР банк жүйесіндегі халық депозиттерінің динамикасы

Ескерту: Ұлттық статистика бюросының «Тұтыну қызметтеріне бағалар мен тарифтердің индекстері» деректері негізінде авторлар жасаған stat.gov [13]

Жалпы алғанда, көптеген шетелдік зерттеулер индустриалды және дамушы елдерде қарапайым қаржылық ұғымдар мен құбылыстарды түсіну проблемаларының кең таралғандығын көрсеткеніне қарамастан, ел халқының қаржылық сауаттылығы мен отбасылық әл-ауқаттың болашағы үшін жеке жауапкершіліктің жоғарылауын бағалауға болады. Қазақстандық шындық әлеуметтік инфантильділіктің басталуына, Қазақстандықтардың ысырапшылдықтан үнемшілдікке, тұтынушылықтан белсенді қызметке көшуіне үміт ұялатады.

Экономикалық сана қалыптастыру үшін белгілі бір шарттардың болуы сөзсіз. Бірінші шарт, өркениетті нарықтық экономикаға бағытталған шынайы экономикалық жаңғыру. Мемлекеттіктен ажыратудың шынайы көрінісі, бәсекелестік орта жасақтау, орта және шағын бизнестің нығаюы, аграрлық сектордың жаңғыруы, нарықтық инфрақұрылымның кеңейіп дамуының әлеуметтік аумақты қоса нығайту, осылардың барлығы тұрғындардың қалың қатпарыныңадекватты экономикалық ойлауының қалыптасуына мүмкіндік береді.

Екінші шарт, жүзеге асырылып жатқан экономикалық саясат арқылы экономикалық теорияның дамуы, экономикалық іс-әрекет субъектілеріне әртүрлі білім формалары да ықпал етеді.

Үшінші шарт, көптеген білім ұйымдарында, БАҚ т.б. алған тұрғындардың экономикалық білімі (мұнда жалпы білім беретін мектептің мүмкіндігі өте кең). Дамыған елдерде (Ұлыбритания, АҚШ, Франция) мектеп оқушыларының экономикалық біліміне ерекше назар аударады. Себебі олар әрқашан, қаласа да, қаламаса да экономикалық қарым-қатынасқа енеді.

Төртінші шарт, отбасындағы балалық шақтан басталатын экономикалық тәрбие. Заттарға, ойыншықтарға, отбасы бюджетін жоспарлауға қатысу, олардың экономикалық құндылықтарының қалыптасуына әсер етеді және үнемдеу, ақшаны үнемдеп пайдалануға үйретеді.



Көпшілік экономикалық сананы мына үш нәрсе айқындайды:

1. Экономикалық жүйені бағалау, оған ықпал ету мүмкіндіктері мен үміттенулері;

2. Ірі топтардың экономикалық тандауларының негізінде жататын әлеуметтік-экономикалық құндылықтары, мысалы, тұрақтылық, теңдік, әділдік т.с.с. көпшілікке пайдалы.

3. Елдегі, өлкедегі немесе шағын өндірістегі жылдам өзгеріп тұратын экономикалық жай-күйге байланысты ойлармен қалау-тілектері.

Қорытынды. Қазақстан тұрғындарының экономикалық өміріне ықпал ететін факторлардың кейбірлері білгілі бір дәрежеде толығырақ зерттелсе, кей бірлері экономимка психологиясы, әлеуметтік-экономикалық тұрғыда енді ғана зерттеле бастаса, мысалы, этнос, ірі топтар, ұлттараралық қатынас т.б. экономикалық өмірдегі орыны мен ықпалы зерттелуі маңызды. Атап айтсақ, әр түрлі факторлардың экономикалық санаға оң-теріс әсерін зерттеу қажеттігі бар. Кейбір жекелеген мақалалар болмаса, космос, әлем, планеталар, ақпарат құралдарының т.б. экономикалық сана мен іс-әрекетіне ықпалы, адамдардың психикасы, болмысының олармен байланысы зерттеу қажеттігі бар.

Экономикалық сана-бұл санадағы экономикалық білімді, теорияларды, әлеуметтік-экономикалық іс-әрекетпен қоғамдық қажеттенулерді тоғыстырып бағалау. Экономикалық сана, нақты тарихи шарттардың ықпалымен қалыптасады және әлеуметтік-экономикалық өзгерістерді ой елегінен өткізу арқылы айқындалады.

Әлеуметтік-экономикалық ауыспалы кезеңде тұрғындардың қай-қайсысы болса да экономикалық тұрғыда өзіне пайдалы жағынан ойлауды үйренуі маңызды. Бұл ретте экономикалық ой жүргізу осы өзгерістерден артта қалып қоятын жағдайлар бар, әсіресе ауылды жерлерде, орталықтардан, қаладан аулақ елді мекен тұрғындарында. Бұл ерекшеліктердің басты себебі, элементарлы экономикалық білімінің жеткіліксіздігі, тәжірибесінің жоқтығы, экономикалық сауат ашу мүмкіндігінің болмауы.

Қаржыландыру туралы ақпарат. Бұл зерттеуді Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігінің Ғылым комитеті қаржыландырды (AP23485949 гранты «Қазақстанның жаңа экономикалық саясатының доктринасын іске асыру жағдайындағы халықтың экономикалық ойлауы мен мінез-құлқы: факторлар, алғышарттар мен тетіктер»).

Әдебиеттер тізімі

1. Большая советская энциклопедия: в 30 т. / Под ред. А. М. Прохорова. – 3-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1977. – Т. 23. – 194 с.
2. Чибисова Е.В. Макроэкономические факторы развития национальных инновационных систем России // Вестник финансового университета. – 2017. - №4. – С. 112-126.
3. Копасова С.С., Чешин А.С. Концепция устойчивого развития: макро-мезо-микроуровней // Экономика региона. - 2009. - № 2. - С.248-253.
4. Кравчук Ю.Б. Основы экономической теории: Учебное пособие для студентов всех специальностей всех форм обучения. Харьков: ХНУВД. – 2014. – 341 с.
5. Тарханова Е.В. Роль СМИ в формировании экономического мышления и экономического поведения населения // Известия Уральского федерального университета. Серия 1, Проблемы образования, науки и культуры. - 2019. - Т. 25. - № 3 (189). - С. 24-32.
6. Anisimov, R. Results of the economic transformation in the social consciousness of Russians // Economics and Sociology. – 2014. - № 7(3). – P. 155-169.
7. Koshetar, U., Orochovska, L., Lytvynska, S., Stetsyk, C. Social and economic aspects of the formation of environmental consciousness // E3S Web of Conferences. – 2021. – 244. - e11033. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202124411033>.



8. Olcoñ, K., Gilbert, D.J., Pulliam, R.M. Critical Consciousness Raising About Global Economic Inequality Through Experiential and Emotional Learning // *Journal of Experiential Education*. – 2021. - №44(3). – P. 308-322.
9. Alini, A., Harahap, D.A., Irfan, A., Febria, D. Assessing the level of economic consciousness and the level of health consciousness of the COVID-19 pandemic: Evidence from Indonesia // *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*. – 2021. - № 9(E). – P. 634-640.
10. Ros i Hombravella J. Economic determinism of behaviours: An approach to its complexity // *Cuadernos de Economia*. - 2016. – № 39. - P.87-92. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cesjef.2016.05.001>.
11. Путенихина Е. В. Экономическое мышление как объект социологического исследования: содержание, типы, условия и факторы формирования: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.03 – экономическая социология и демография. – Уфа, 2005. – 32 с.
12. Индексы цен и тарифов на потребительские услуги [Электронный ресурс] // Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. – Режим доступа: <https://www.stat.gov.kz/official/industry/26/statistic/8> (дата обращения: 25.07.2024).
13. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bala.stat.gov.kz/dinamika-dohodov-naseleniya/> (дата обращения: 25.07.2024).

References

1. Prokhorov, A. M. (Ed.). *Great Soviet Encyclopedia* [The Great Soviet Encyclopedia: in 30 volumes]. Moscow: Soviet Encyclopedia Publishing House, 1977, Vol. 23, 3rd ed., 194 s. (In Russian).
2. Chibisova, E. V. Macroeconomic factors of the development of national innovation systems in Russia [Macroeconomic factors of development of the national innovation system in Russia]. *Vestnik Finansovogo Universiteta*, 2017, 4, ss. 112–126 (In Russian).
3. Kopasova S.S., Cheshin A.S. Kontseptsia ýstoichivogo razvitiya: makro-mezo-mikroýrovnei [The concept of sustainable development: macro-meso-microlevels]. *Ekonomika regiona*, 2009, 2, 248-253 ss. (In Russian).
4. Kravchuk, Y. B. Fundamentals of economic theory: A textbook for students of all specialties and forms of education [Fundamentals of Economic theory: A textbook for students of all specialties of all forms of education]. Kharkiv: KhNUVD, 2014, 341 s. (In Russian).
5. Tarkhanova, E. V. The role of mass media in shaping economic thinking and behavior of the population [The role of mass media in shaping economic thinking and economic behavior of the population]. *Izvestiya of the Ural Federal University. Series 1: Problems of Education, Science and Culture*, 2019, 25, 3(189), ss.24–32.
6. Anisimov, R. Results of the economic transformation in the social consciousness of Russians. *Economics and Sociology*, 2014. 7(3), pp. 155-169.
7. Koshetar, U., Orochovska, L., Lytvynska, S., & Stetsyk, C. Social and economic aspects of the formation of environmental consciousness. *E3S Web of Conferences*, 2021, 244, e11033. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202124411033>.
8. Olcoñ, K., Gilbert, D.J., Pulliam, R.M. Critical Consciousness Raising About Global Economic Inequality Through Experiential and Emotional Learning // *Journal of Experiential Education*, 2021, 44(3), pp. 308-322.
9. Alini, A., Harahap, D.A., Irfan, A., Febria, D. Assessing the level of economic consciousness and the level of health consciousness of the COVID-19 pandemic: Evidence from Indonesia. *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*, 2021, 9(E), pp. 634-640.
10. Ros i Hombravella, J. Economic determinism of behaviours: An approach to its complexity. *Cuadernos de Economia*, 2016, 9, pp. 87-92. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cesjef.2016.05.001>.
11. Putenikhina, E.V. *Economic thinking as an object of sociological research: content, types, conditions, and formation factors* (Candidate of Sociological Sciences dissertation abstract, specialty 22.00.03 – Economic Sociology and Demography). Ufa, 2005, 32 p.
12. Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan. *Indices of prices and tariffs for consumer services*. Available at: <https://www.stat.gov.kz/official/industry/26/statistic/8> (accessed: 25.07.2024).
13. Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan. *Dynamics of household income*. Available at: <https://bala.stat.gov.kz/dinamika-dohodov-naseleniya/> (accessed: 25.07.2024).



ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ У НАСЕЛЕНИЯ КАЗАХСТАНА

И.Р. Халитова¹, М.М. Халитова², Е.Т. Садыков²

¹Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Алматы, Казахстан

²Институт экономики КН МНВО РК, Алматы, Казахстан

Резюме. Поведение и мышление современного населения Казахстана во многом зависит от ряда факторов, которые подвержены динамизму и быстрым изменениям. Цель статьи – выявить условия и факторы, влияющие на экономическое мышление и поведение населения. Методика исследования заключается в классификации факторов на основе общих критериев. Кроме того, в статье показаны условия изменения экономического сознания, от которых зависит экономическое мышление, а затем и экономическое поведение. Это необходимо для выявления особенностей развития экономического мышления и поведения, а также для понимания возможностей изменения современного экономического мышления и влияния на экономическое поведение населения. Важность этого подхода связана с тем, что социально-экономические и политические процессы все больше зависят от мышления и поведения людей. В результате исследования выявлены особенности экономического поведения населения, связанные с местом жительства, уровнем образования, жизненным опытом, менталитетом и т.д. Сделан вывод о необходимости изучения мнения населения, экономического поведения, уровня экономической грамотности для выявления факторов и условий, которые могут повлиять на экономическое поведение. Методы исследования могут включать опрос, исследование эмпирических данных и т. д. Практическое значение исследования заключается в возможности применения его результатов при разработке социально-экономической политики, образовательных программ и мероприятий, направленных на повышение уровня экономической образованности населения.

Ключевые слова: экономическое сознание, факторы, экономическое мышление, экономическое поведение.

FACTORS AND CONDITIONS OF THE FORMATION OF ECONOMIC CONSCIOUSNESS AMONG THE POPULATION OF KAZAKHSTAN

I.R. Khalitova¹, M.M. Khalitova², Ye.T. Sadykov²

¹Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan

²Institute of Economics CS MSHE RK, Almaty, Kazakhstan, Almaty, Kazakhstan

Summary. The behavior and thinking of the modern population of Kazakhstan largely depends on a number of factors that are subject to dynamism and rapid changes. The purpose of the article is to identify conditions and factors affecting the economic thinking and behavior of the population. The research methodology consists in classifying factors based on general criteria. In addition, the article outlines the conditions for changing economic consciousness, on which economic thinking, and then economic behavior, depend. This is necessary in order to identify the features of the development of economic thinking and behavior, as well as to understand the possibilities of changing modern economic thinking and the impact on the economic behavior of the population. The importance of this approach is due to the fact that socio-economic and political processes are increasingly dependent on the thinking and behavior of people. As a result of the study, the features of the economic behavior of the population were identified, depending on the place of residence, level of education, life experience, mentality, etc. The conclusion was made about the need to study the opinion of the population, economic behavior, and the level of economic literacy in order to identify factors and conditions that may affect economic behavior. Research methods may include a survey, study of empirical data, etc. The practical significance of the study is the possibility of using its results in the development of socio-economic policies, educational programs and activities aimed at increasing the level of Economic Education of the population.

Key words: economic consciousness, factors, economic thinking, economic behavior.



Авторлар туралы ақпарат:

Халитова Исламия Рамазанқызы - педагогика ғылымдарының докторы, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің Әлеуметтік педагогика кафедрасының профессоры, Алматы, Қазақстан, e-mail: khalitova4646@gmail.com

Халитова Мадина Мұратқызы* – экономика ғылымдарының докторы, қауымдастырылған профессоры, ҚРҒЖБМ ҒК Экономика институты, Алматы, Қазақстан, e-mail: madinakhalidi@mail.ru.

Садыков Еркін Токмұхамедұлы – экономика ғылымдарының докторы, профессоры, ҚРҒЖБМ ҒК Экономика институты, Алматы, Қазақстан, e-mail: ieconomkz@gmail.com.

Информация об авторах:

Халитова Исламия Рамазановна – доктор педагогических наук, профессор кафедры социальной педагогики Казахского национального педагогического университета им. Абая, Алматы, Казахстан, e-mail: khalitova4646@gmail.com

Халитова Мадина Муратовна* – доктор экономических наук, ассоциированный профессор, Институт экономики КН МНВО РК, Алматы, Казахстан, e-mail: madinakhalidi@mail.ru.

Садыков Еркін Токмұхамедович – доктор экономических наук, ассоциированный профессор, Институт экономики КН МНВО РК, Алматы, Казахстан, e-mail: ieconomkz@gmail.com.

Information about authors:

Khalitova Islamiya Ramazanovna – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, and Kazakh National Pedagogical University named Abai, Almaty, Kazakhstan, e-mail: khalitova4646@gmail.com.

Khalitova Madina Muratovna* – Doctor of Economics, Associate Professor, Institute of Economics CS MSHE RK, Almaty, Kazakhstan, e-mail: madinakhalidi@mail.ru.

Sadykov Yerkin Tokmukhamedovich – Doctor of Economics, Associate Professor, Institute of Economics CS MSHE RK, Almaty, Kazakhstan, e-mail: ieconomkz@gmail.com.

Алынды: 05.09.2024

Қарауға қабылданды: 03.10.2024

Онлайн қолжетімді: 31.03.2025