



Анализ рынка розничной электронной коммерции в Республике Казахстан

Март 2021

Важное замечание

Компания PwC Kazakhstan совместно с Ассоциацией Цифровой Казахстан (АЦК) представляет результаты исследования “Анализ рынка розничной электронной коммерции* в Республике Казахстан” за периоды 12 месяцев 2019 года и 12 месяцев 2020 года. В исследовании приняли участие крупнейшие представители рынка электронной коммерции в Казахстане: Mechta.kz, Леруа Мерлен Казахстан, Kaspi.kz, Казпочта и другие респонденты, пожелавшие сохранить конфиденциальность.

Результаты исследования отражают:

- Рынок розничной электронной коммерции 12M2020/12M2019
- Объемы продаж и количество транзакций
- Средний чек и изменения в среднем чеке в розничной электронной коммерции

*В определение розничной электронной коммерции входит предпринимательская деятельность, связанная только с онлайн продажей товаров физическим лицам с доставкой или самовывозом из магазинов и пунктов выдачи. Из расчетов исключены категории: продажа железнодорожных и авиабилетов, доставка еды, сайты объявлений, купонные сервисы, коммунальные и иные платежи, а также прочие категории не связанные с продажей товаров физическим лицам.





Наталья Лим
Партнер,
Консультационные
услуги
PwC Kazakhstan

Вступление

Наступил 2021 год. Победа над COVID-19 еще впереди. Формируется новое сознание, которое определяет наши ежедневные привычки и потребности. Мы все наблюдатели и участники нового этапа, когда из общества потребления человечество трансформируется в общество осознанного потребления. Пандемия спровоцировала не только серьезные экономические потрясения, структурные изменения в образе жизни и здоровья людей, но и дала возможность ускорить развитие и адаптацию цифровых услуг повсеместно.

Розничная электронная коммерция уже не первый год является быстро растущим трендом как в мире, так и в Казахстане. Если год назад, онлайн продажи для многих - был не основной и второстепенный канал продаж, то после 12 месяцев жестких ограничений, локдаунов и изоляции, розничные игроки изменили свои приоритеты. Перераспределение инвестиций произошло в пользу развития интернет-площадок, так как потребители ушли в онлайн.

Согласно анализу, на третий квартал 2020 года пришелся пик прироста в объемах онлайн продаж.

В рамках нашего исследования было важно представить полноценную картину об объеме рынка розничной электронной коммерции в Казахстане, его росте (2019 против 2020), а также поделиться результатами анализа по изменению в поведении потребителей из-за пандемии COVID-19.

Все данные, полученные от игроков рынка, представлены в агрегированном, деперсонализированном виде, без раскрытия имени респондента и сравнения участников. Комментарии, полученные от респондентов, были предварительно согласованы с участниками до публикации исследования.

Мы искренне благодарим всех участников исследования. Хотим отметить, что несмотря на то, что мы не получили разрешения от всех компаний-респондентов раскрывать их имена, наше исследование включило данные, которые по нашему мнению, представляют 80% рынка розничной электронной коммерции в Казахстане.



Содержание

Методология исследования	стр.6
Основные выводы	стр. 7
01 Рынок розничной электронной коммерции 12M2020/12M2019	стр. 8
02 Объемы продаж рынка розничной электронной коммерции	стр. 11
03 Количество транзакций на рынке розничной электронной коммерции	стр. 14
04 Средний чек на рынке розничной электронной коммерции	стр. 17
Контактные данные	стр. 22

Обзор и цели исследования

В опросе приняли участие представители розничной электронной коммерции в Казахстане. Некоторые участники исследования предоставили нам развернутые комментарии, которые вошли в содержание исследования.

С целью получения наиболее полной и взвешенной картины были привлечены крупнейшие игроки рынка из сектора розничной торговли. В числе наших респондентов - Mechta.kz, Kaspi.kz, Леруа Мерлен Казахстан, Казпочта и другие респонденты, пожелавшие сохранить конфиденциальность.

В исследовании были проанализированы данные за 12 месяцев 2019 и 2020 годов. Экспертам предлагалось ответить на вопросы относительно общего дохода и количества онлайн продаж.

Кроме того, респондентам было предложено поделиться мнением о развитии рынка розничной электронной коммерции в 2021 году, трендах, барьерах и об изменениях в поведении потребителей, которые повлияют на развитие их бизнесов.

Рынок розничной электронной коммерции стал более значимым и востребованным в следствие пандемии COVID-19.

Количество внешних посылок через Казпочту за 12M2020 сократилось на 37% (заказы извне в Казахстан), в то время как количество внутренних посылок выросло на 22% (заказы внутри страны) по сравнению с идентичным периодом прошлого года.

Заметное падение количества входящих международных почтовых отправок в 2020 году связано, в первую очередь, с удорожанием трансграничных товаров. Рост цен на трансграничные товары может быть обусловлен двумя существенными факторами. Во-первых, снижение с 1 января 2020 года в 2,5 раза (с 500 до 200 евро) порога беспошлинного ввоза товаров для личного пользования. Во-вторых, девальвацией национальной валюты.

Надеемся, что данный анализ по розничной электронной коммерции будет полезен всем читателям и заинтересованным лицам.

Опрос был проведен в конце февраля 2021 года.





Подход к анализу результатов опроса

Объем рынка рассчитан на основе данных предоставленных основными игроками электронной коммерции и АЦК.

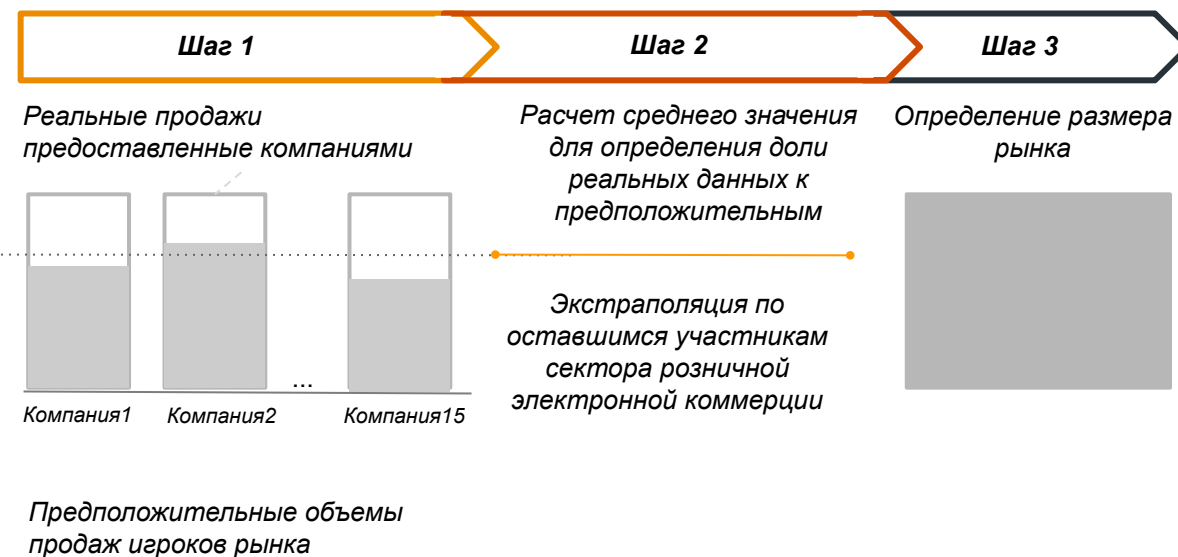
В определение электронной коммерции входит предпринимательская деятельность, связанная только с онлайн продажей товаров физическим лицам с доставкой или самовывозом из магазинов и пунктов выдачи. Из расчетов исключены категории: продажа железнодорожных и авиабилетов, доставка еды, сайты объявлений, купонные сервисы, коммунальные и иные платежи, а также прочие категории не связанные с продажей товаров физическим лицам.

АЦК предоставил предположительные данные по части продаж крупнейших игроков розничной торговли e-commerce.

Несколько крупных игроков сектора розничной торговли e-commerce: Mechta.kz, Kaspi.kz, Леруа Мерлен Казахстан, а также Казпочта, выступившая участником исследования, и другие респонденты, пожелавшие сохранить конфиденциальность, предоставили реальные данные по доходам и количеству транзакций для того, чтобы мы сделали перекрестную проверку данных.

Затем были определены доли отношения реальных доходов компаний к предположительным данным АЦК.

Среднее значение долей затем используется для экстраполяции данных по каждому из игроков розничного сектора электронной коммерции.



Основные выводы



Объем рынка розничной
электронной коммерции
12M2020

596 млрд

12M2019: 327 млрд

*тенге составил
объем рынка*

Объем продаж
12M2020/12M2019

в **1,8** раз

*увеличились продажи в
тенге*

Количество совершенных
транзакций
12M2020/12M2019

на **20%**

12M2020: 25 млн транзакций

*увеличилось количество
транзакций*

Сумма среднего чека
12M2020/12M2019

на **52%**

*увеличился средний чек в
тенге*

A man in a blue and red plaid shirt is wearing a white VR headset and gesturing with his right hand. A woman with dark hair, wearing a grey t-shirt, is looking at a white tablet held by the man. The background is a blurred office or retail environment.

01

Рынок розничной
электронной коммерции
12М2020/12М2019

Анализ ключевых показателей рынка розничной электронной коммерции**596** млрд тенге

составил размер рынка розничной электронной коммерции Казахстана в 2020 году

Изменения ключевых показателей в сравнении за период 12M2020 к 12M2019

Источник: Анализ рынка электронной коммерции в Республике Казахстан

Общий объем продаж за период 12M2019 и 12M2020

Источник: Анализ рынка электронной коммерции в Республике Казахстан

Объем рынка розничной электронной коммерции в 2020 году вырос на 82% по сравнению с 2019 годом, с 327 млрд тенге до 596 млрд тенге. Также, мы наблюдаем увеличение в количестве транзакций (онлайн заказов) на 20%, а среднего чека в тенге на 52%.

Объем рынка в долл. США тоже увеличился, однако менее, чем в тенге: на 72% в сравнении 12M2020 к 12M2019 года, что может указывать на некоторую девальвацию тенге к доллару.

Отсутствие возможности приобретать товары в физических магазинах, спровоцировало игроков на улучшение своих платформ, сервисов, процессов оплаты и доставки. Это в свою очередь повлияло на увеличение доверия со стороны потребителей и послужило более быстрому развитию электронной коммерции и рост спроса на приобретение товаров в онлайн-формате.

“

Для электронной коммерции, однозначно 2020 год был очень успешным. Он способствовал развитию E-commerce во всех отраслях. Компании которые ранее не работали в онлайн, очень сильно пострадали от введения ограничений, карантина и локдауна. Компании, которые быстро смогли адаптироваться к ситуации, успешно развивают свой бизнес и сейчас. Как уже говорили ранее, покупатели стали более открыты к покупкам через онлайн и после снятия ограничений.

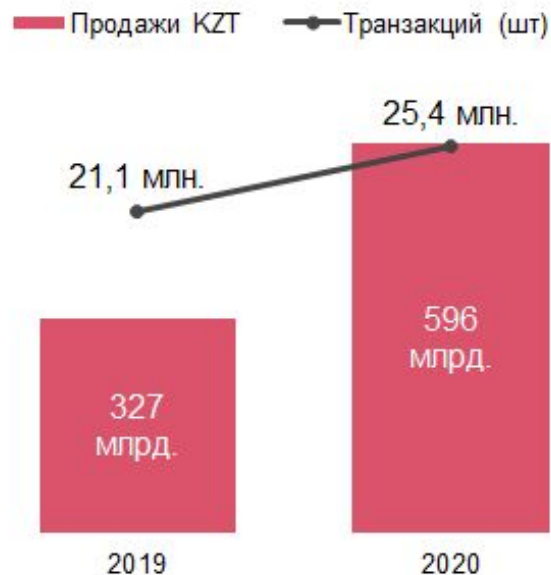
Mechta.kz

“

Участники рынка электронной коммерции достойно справились с резко возросшим спросом на покупки в онлайн. Получив положительный первый опыт онлайн-покупки, потребители будут продолжать делать такие покупки далее. Также 2020 год продемонстрировал потенциал и важность электронной коммерции для розничной торговли, значительно ускорив ее дальнейшее развитие.

Kaspi.kz

Продажи и количество транзакций за период 12М2019 и 12М2020

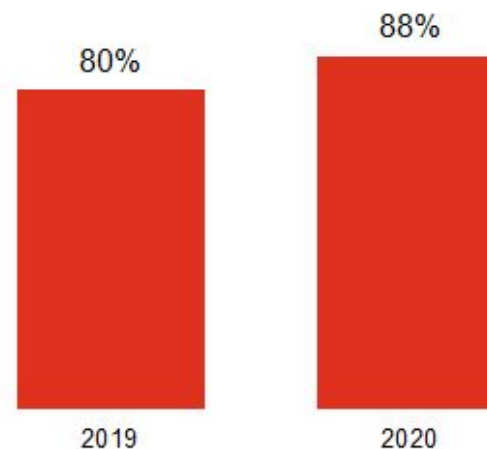


За 2020 года наблюдается увеличение объема продаж в 1,8 раз, при этом количество транзакций увеличилось всего в 1,2 раза. Можно предположить, что люди стали совершать более дорогостоящие и весомые покупки (например, электронику и бытовую технику), либо стали заказывать большее количество товаров за один раз, что также подтверждается ростом среднего чека в тенге на 52%.

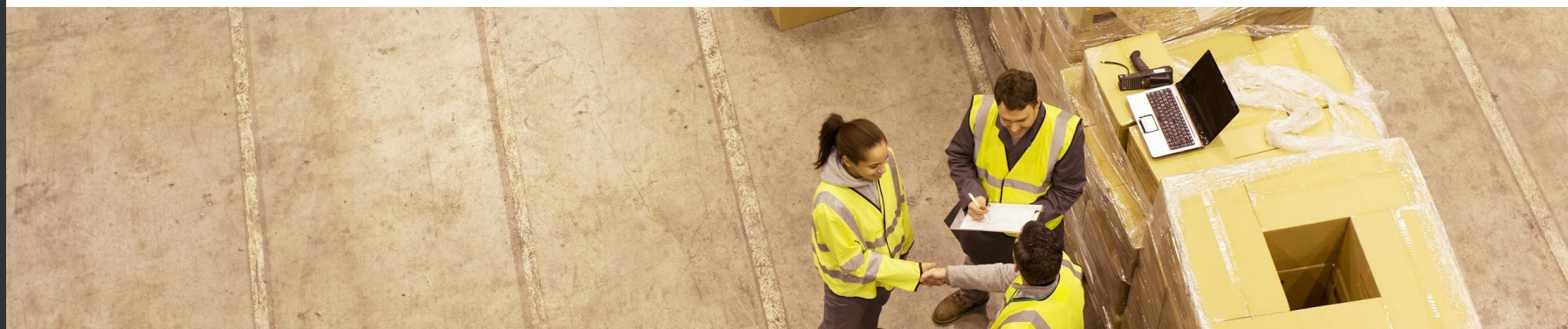
Экстраполированный анализ показал, что доля онлайн покупок, сделанных с телефона, возросла с 80% в 2019 году до 88% в 2020 году.

Это говорит о том, что мобильные приложения и веб-сайты, как инструменты для электронной коммерции, продолжают развиваться и становятся все более удобными и адаптированными для использования со смартфонов, что приводит к тому, что все больше людей пользуются мобильными телефонами для совершения покупок в интернете.

Процент покупок со смартфона от общего объема продаж за период 12М2019 и 12М2020



Источник. Анализ рынка электронной коммерции в Республике Казахстан



02

Объем продаж рынка
розничной электронной
коммерции

Анализ показателей по объему продаж**Изменение объема продаж по кварталам в разрезе 2019 и 2020 годов**

Источник: Анализ рынка электронной коммерции в Республике Казахстан

Общий объем продаж вырос с 327 млрд тенге в 2019 году до 596 млрд тенге в 2020 году. При этом наибольший рост в 2020 году пришелся на третий квартал, где наблюдается резкий скачок (на 65% больше по сравнению с 2К2020), тогда как в аналогичном периоде 2019 года был спад в 2%.

Принимая во внимание, что пик первой волны пандемии в Казахстане пришелся приблизительно на конец второго - начало третьего квартала, можно предположить, что многие игроки адаптировали свои бизнес процессы к новым реалиям через цифровые трансформации, расширили спектр услуг, товаров и улучшили качество сервиса. Заказывать товары стало не только удобнее и быстрее, но и предпочтительнее для части людей.

В действительности, несмотря на частичное снятие ограничений и локдауна, в 3К2020 года рост онлайн покупок не просто сохранялся, но и достиг максимального квартального прироста в 65%. Значительное увеличение продаж, вероятнее всего, обусловлено реализацией отложенного спроса в 3К2020 года, желанием потребителей продолжать придерживаться социального дистанцирования, соблюдать другие карантинные меры. Более того, возможно за время локдауна сформировались новые паттерны в поведении потребителей, люди стали больше доверять электронной коммерции и совершать покупки онлайн.

на **65%**

увеличились продажи в 3К2020 года по сравнению с предыдущим кварталом





Несомненно, 2020 год был успешным для рынка розничной электронной коммерции в Казахстане. Большая часть населения, которые никогда ранее не покупали онлайн, пересмотрели свое отношение и сформировали свой первый опыт электронных покупок, в большей степени этот опыт был положительный. Предприниматели изменили свое отношение к омниканальности и стали больше уделять внимания развитию электронных каналов продаж и коммуникации с клиентами.

Леруа Мерлен Казахстан

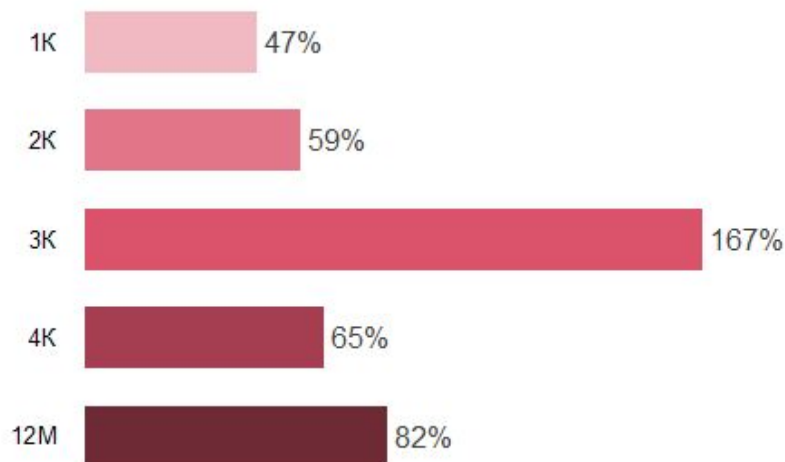
Анализ показателей по объему продаж

Интересный факт, увеличение объема продаж в 4К2020 года составило 15% по сравнению с 3К2020. Тогда как в аналогичном периоде 2019 года объем продаж вырос на 86%.

С нормальным течением обстоятельств, а именно без знаний о наступающей пандемии и соответствующих последствий, четвертый квартал, особенно период, близкий к концу года, можно считать преддверием праздничных дней, когда в магазинах начинаются скидки, акции черной пятницы, то есть большое количество людей совершают покупки, чем и можно объяснить такой значительный рост продаж (на 86% в 4К 2019 года).

Вероятно, что относительно низкий квартальный прирост продаж в 4К2020 (15%) частично обусловлен не только упомянутой реализацией отложенного спроса в 3К2020 года, но и возвращением части потребителей к традиционным формам покупок (оффлайн) ввиду смягчений ограничительных мер и ростом неуверенности людей в финансовой стабильности. Тем не менее интерес к онлайн покупкам сохранился и объем продаж в 4К2020 года достиг максимального значения в 213 млрд.

Изменение объема продаж в KZT по кварталам и за 12М в сравнении 2020 к 2019 году



на **167%**

выросли продажи в тенге в 3К2020 года по сравнению с 3К2019 года

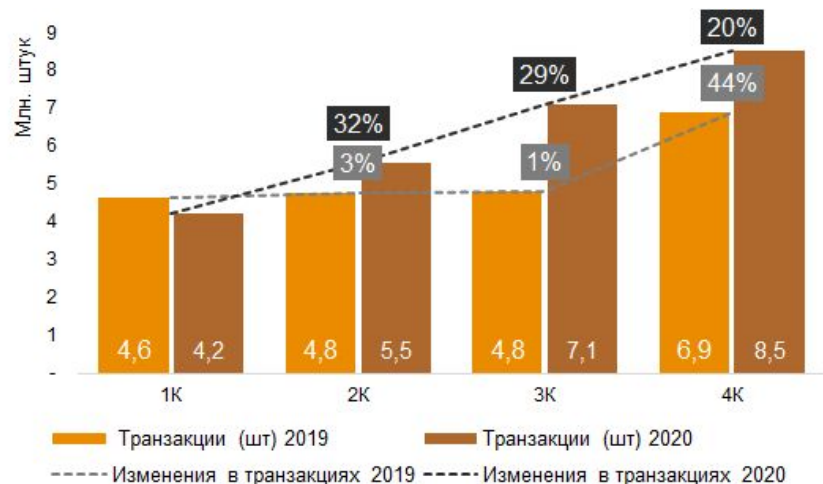
03

Количество транзакций на
рынке розничной
электронной коммерции



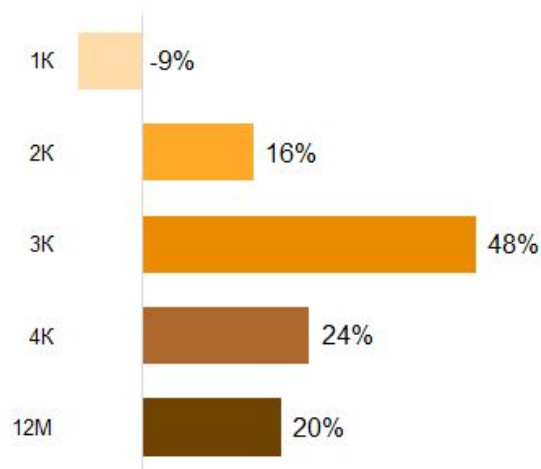
Анализ показателей по количеству транзакций

Изменение количества транзакций по кварталам в разрезе 2019 и 2020 годов



Источник: Анализ рынка электронной коммерции в Республике Казахстан

Изменение количества транзакций по кварталам и за 12М в сравнении 2020 к 2019 году



“

2020-ый год, несомненно, был успешен для сферы электронной коммерции, однако основным фактором является не пандемия, а сформированная тенденция удобных и быстрых покупок на e-сot платформах, чему способствуют, в первую очередь, развитие цифровых технологий в Казахстане и государственная поддержка интернет-торговли.

Анонимно

на **48%**

возросло количество транзакций в 3К 2020 году по сравнению с 3К 2019 года



“

Значительно увеличился трафик с мобильных устройств. Если на начало 2020 года 57% трафика приходилось с мобильных устройств, то к концу 2020 года уже 73%. Это заставило нас пересмотреть адаптацию страниц сайта под телефоны, мы сделали множество различных изменений. Стоит отметить, изменения в чекауте, что увеличило конверсию в оформленный заказа на 27% за счет улучшенной адаптации под мобильные устройства.

Леруа Мерлен Казахстан

Анализ показателей по количеству транзакций

По большей части, тенденция изменений в количестве транзакций коррелируется с изменениями в объеме продаж. А именно, можно заметить рост транзакций в 3К2020 года в 29% в сравнении с предыдущим кварталом, тогда как в аналогичном периоде 2019 года количество транзакций увеличилось лишь на 1%.

Однако, отложенный спрос, который так резко повлиял на продажи в 3К2020 года, не сказался в такой же значительной мере на увеличении транзакций. В 2020 году мы видим линейный рост количества транзакций, тогда как в росте продаж наблюдался резкий скачок в 3К2020 года и заметное снижение в 4К2020 года. Как результат, в 4К2020 года количество транзакций достигло 8,5 млн, что на 48% больше, чем в 4К2019 года.

В целом, в 2020 году транзакции увеличились не пропорционально росту продаж, то есть люди стали заказывать больше или более дорогие товары в одном чеке, что можно объяснить тем, что у людей появилось больше доверия к онлайн покупкам. Это и отражается в росте среднего чека в тенге с 15 тыс в 2019 году до 23 тыс тенге в 2020 году.

на **20%**

выросло количество транзакций в 4К2020 года по сравнению с 3К2020 года



04

Средний чек на рынке
розничной электронной
коммерции



Анализ показателей по среднему чеку

на **81%**

выросла сумма среднего чека в тенге в 3К2020 года по сравнению с 3К2019 года

на **7%**

уменьшилась сумма среднего чека в тенге в 4К2020 года в сравнении с 3К2020 года

“

Ключевым изменением в поведении потребителей было резкое увеличение спроса в онлайн. Мы подключили к нашему маркетплейсу большое количество новых продавцов, тем самым расширили ассортимент товаров. Организовали бесплатную доставку по всему Казахстану, чтобы сделать покупки онлайн еще более доступными для клиентов.

Kaspi.kz



“

Покупатели стали больше доверять онлайн магазинам, соответственно клиенты которые покупали только в оффлайн теперь преодолев барьер недоверия могут совершать покупки в онлайн, но в тоже время многие получают удовольствие от живого общения с продавцом. Во время консультации и выбора товара, они могут обмениваться новостями, мнениями. Оффлайн продолжает быть востребованным. Выбор товара не простой шаг для покупателя, поэтому мы активно работаем над контентом и отзывами, тем самым помогая покупателю сделать правильный выбор.

Mechta.kz

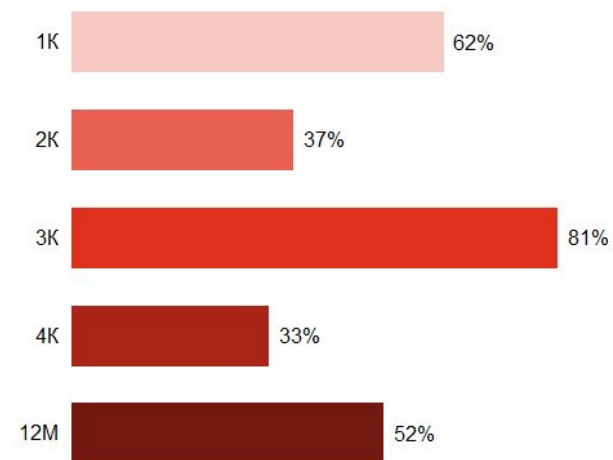
Анализ показателей по среднему чеку

Изменение суммы среднего чека по кварталам в разрезе 2019 и 2020 годов



Источник: Анализ рынка электронной коммерции в Республике Казахстан

Изменение суммы среднего чека в KZT по кварталам и за 12M в сравнении 2020 к 2019 году



Общий тренд изменения суммы среднего чека в разрезе 2020 года повторяет тенденции изменения продаж и количества транзакций. В третьем квартале 2020 года мы видим увеличение среднего чека в 28% по сравнению с предыдущим кварталом, в то время как в 2019 году в таком же периоде наблюдается снижение в 3%.

В 4K2020 года сумма среднего чека снизилась на 4%, тогда как в 4K2019 года, который мы можем принимать как отражение нормальных тенденций, средний чек вырос на 30%.

Это можно объяснить теми же факторами, повлиявшими на изменения в росте продаж и количества транзакций. В целом, из общей картины тенденций, можно заключить, что люди стали покупать больше товаров и на большую сумму, хотя прирост количества транзакций ниже, чем в подобном периоде 2019 года.



Какие тренды, по вашему мнению, будут активно развиваться на рынке розничной электронной коммерции в 2021 году в Казахстане?

“

Мы ярко видим тренд на быструю и дешевую доставку, с другой стороны видим повышенный интерес B2B рынка, клиенты говорят, что пересмотрели свое отношение к электронным покупкам и стали менее доверять «черному» рынку, на первый план выходит долгосрочное стабильное партнерство.

Леруа Мерлен Казахстан

“

Приход и развитие новых игроков, в частности тех кто идет по пути маркетплейса, чем больше товара на сайте тем больше у него будет посетителей, сейчас мы видим уже немало новых игроков выходят на рынок и начинают активно предлагать свои товары в онлайн тем самым популяризируя E-Com торговлю, от этого сильнее будет развиваться конкуренция за покупателя, а чем выше конкуренция тем выше будет сервис. Также основными трендами для E-Com можно будет назвать бесплатную и быструю доставку в любой регион страны, немаловажный факт - удобство оплаты на сайте, сейчас уже имеется много видов оплаты такие как Apple Pay, Samsung Pay и прочее, некоторые даже начинают принимать оплату Биткоином.

“

Мы ожидаем следующие тренды:

- *Малый бизнес будет активно возлечься в продажи через маркетплейсы. Увеличится количество предпринимателей, которые продают только онлайн и через маркетплейсы.*
- *Многие предприниматели будут расширять свой ассортимент, выходя в новые для себя вертикали.*

Какие барьеры вы видите для развития розничной электронной коммерции в Казахстане?



Усовершенствование налогового законодательства и правил работы международных платежных систем станет существенным драйвером развития электронной коммерции в РК.

Анонимно



Мы не видим барьеров для развития электронной коммерции, разве что, мало специалистов в этой сфере, но уверены, что тот, кто хочет развиваться, найдет способы достижения своих целей.

Леруа Мерлен Казахстан



Основная проблема в Казахстане низкая плотность населения. В связи с этим логистика очень дорогая и сложная, недостаточно развита инфраструктура. Поэтому есть трудности и нет реального игрока способного быстро и в срок доставить товар до покупателя.

Mechta.kz



Рост цен на трансграничные товары негативно влияет на развитие электронной коммерции. Трансграничная торговля - наиболее зависимый от цены сегмент e-commerce. Одновременно, она является крайне важной, как для жителей с низким уровнем дохода, позволяя им приобретать качественные товары по доступным ценам; так и для жителей труднодоступных регионов, учитывая, что 90% трансграничных товаров доставляются мощностями почтовых операторов.

Анонимно



Мы видим следующие направления для улучшения:

- *Качество мобильного интернета - особенно это ощущается в отдаленных регионах.*
- *Расширение логистикой инфраструктуры и увеличение количества курьерских и логистических компаний.*

Kaspi.kz

Благодарим

Мы выражаем благодарность каждому участнику нашего исследования за уделенное время, мнение и неоценимую помощь в формировании результатов.

Мы надеемся, что результат наших совместных усилий будет способствовать более глубокому пониманию текущих процессов в развитии электронной коммерции и в изменении поведения потребителей происходящих в Казахстане.



Над опросом работали:

PwC: Наталья Лим, Ержан Бердимбет, Джанэль Чадиярова, Марина Ким, Виктория Горланова

Контакты PwC:

Наталья Лим

Партнер, консультационные услуги

natalya.lim@pwc.com

Вопросы по исследованию и запросы просим направлять:

Ержан Бердимбет

Консультационные услуги

yerzhan.b.berdimbet@pwc.com

Джанэль Чадиярова

Консультационные услуги

janel.chadiarova@pwc.com

Марина Ким

Консультационные услуги

marina.k.kim@pwc.com

Виктория Горланова

Маркетинг и внешние связи

viktoriya.gorlanova@pwc.com



Офисы PwC в Казахстане

Алматы

Бизнес-центр "AFD", здание «А», 4 этаж, пр. Аль-Фараби, 34 Алматы, Казахстан, A25D5F6 Т: +7 (727) 330 32 00

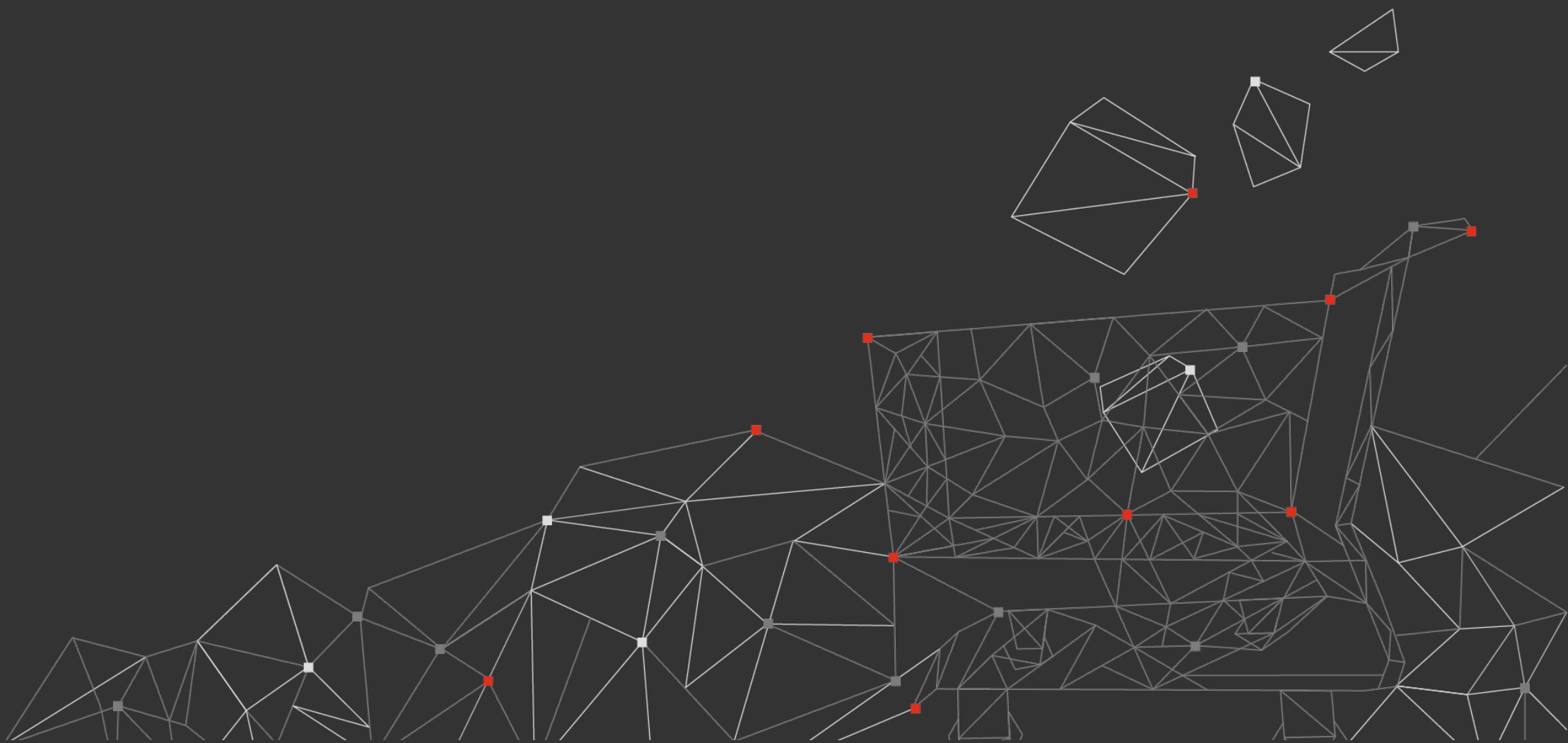
Нур-Султан

Бизнес-центр «Q2», 4 этаж пр. Кабанбай батыра, дом 15/1, район «Есиль», Нур-Султан, Казахстан, Z05M6H9 Т: +7 (7172) 55 07 07

Атырау

Гостиница "River Palace", 2-й этаж, офис 10, ул. Айтеке би, 55 Атырау, Казахстан, 060011 Т: +7 (7122) 76 30 00

Для заметок



www.pwc.kz

© 2021 PwC. Все права защищены. Дальнейшее распространение без разрешения PwC запрещено. "PwC" относится к сети фирм-участников ПрайсуотерхаусКуперс Интернешнл Лимитед (PwCIL), или, в зависимости от контекста, индивидуальных фирм-участников сети PwC. Каждая фирма является отдельным юридическим лицом и не выступает в роли агента PwCIL или другой фирмы-участника. PwCIL не оказывает услуги клиентам. PwCIL не несет ответственность в отношении действий или бездействий любой из фирм-участников и не контролирует их профессиональную деятельность, и ни при каких обстоятельствах не ограничивает их действия. Ни одна из фирм-участников не несет ответственность в отношении действий или бездействий любой другой фирмы-участника и не контролирует их профессиональную деятельность, и ни при каких обстоятельствах не ограничивает их действия.