

Анализ рынка розничной электронной коммерции в Республике Казахстан

Май 2022



Важное замечание

Компания PwC Kazakhstan совместно с Ассоциацией Цифровой Казахстан (АЦК) представляет результаты исследования “Анализ рынка розничной электронной коммерции*” в Республике Казахстан за 12 месяцев 2021 года. В исследовании приняли участие крупнейшие представители рынка электронной коммерции в Казахстане: Mechta.kz, AliExpress Россия, Kaspi.kz, Leroy Merlin Казахстан, Halyk Market, Ozon Marketplace в Казахстане и другие респонденты, пожелавшие сохранить конфиденциальность.

Результаты исследования отражают:

- Обзор рынка розничной электронной коммерции за 12М2021
- Объемы продаж и количество транзакций
- Средний чек и изменения в среднем чеке

* 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.



Вступление



Наталья Лим

Партнер,
Лидер консультационной
практики в регионе Евразия

В 2021 году рынок розничной электронной коммерции в Казахстане превысил 1 триллион тенге. Это действительно знаковое событие. За 2 года (2020-2021) рынок поднялся с 327 миллиардов (в 2019 году) до более одного триллиона тенге. Мы писали, что потребитель стал ценить время и безопасность, что значительно повлияло на формат ведения бизнеса (все практически перешли в онлайн). Более того, сам бизнес осознал, что онлайн гораздо эффективнее с точки зрения расходов и покрытия.

За 2021 год мы отметили, что потребители стали более рациональными. Они меньше тратят, больше копят, несмотря на то, что средний чек растет из года в год в тенговом эквиваленте. 2021 год можно назвать периодом перехода или трансформации предпочтений, когда как в 2022 году мы ожидаем более глубокий рационализм. Все привыкли к онлайн работе “из дома” и к онлайн покупкам. Так проще, дешевле и удобнее.

Со своей стороны, мы хотим отметить, что активное развитие локальных игроков рынка, готовность и желание покупателей к совершению покупок в онлайн формате, государственная поддержка развития электронной коммерции и рост рынка безналичных платежей - все это стимулирует развитие здоровой конкуренции, а также привлекает зарубежных игроков на рынок Казахстана. Совокупность этих факторов положительно сказывается на экономике и инвестиционном потенциале страны.

Средний ежеквартальный рост объема продаж в 2021 году составил примерно 20%. В 2021 году количество транзакций достигло 37 млн единиц, что на 45% выше, чем в 2020 году, а сумма среднего чека составила 28 тысяч тенге, что на 20 % выше по сравнению с прошлым годом.

Доля маркетплейсов в Казахстане повторяет мировой тренд в электронной коммерции, и по нашим расчетам составила около 82% от общего объема продаж в стране.

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 85% рынка розничной электронной коммерции в Казахстане.

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 и банки второго уровня. В числе наших респондентов - Mecha.kz, AliExpress Россия, Kaspi.kz, Leroy Merlin Казахстан, Nalyk Market, Ozon Marketplace в Казахстане и другие респонденты, пожелавшие сохранить конфиденциальность.

В исследовании были проанализированы данные за 12 месяцев 2021 года. Экспертам предлагалось ответить на вопросы относительно общего объема 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 влияют на развитие бизнеса.

С момента выпуска нашего первого отчета в 2020 году по рынку розничной электронной коммерции в Казахстане, который начался с анализа за 9M2019 к 9M2020, мы работаем с агрегированными данными, где предоставляем самые важные цифры и факты, с учетом того, чтобы каждый заинтересованный

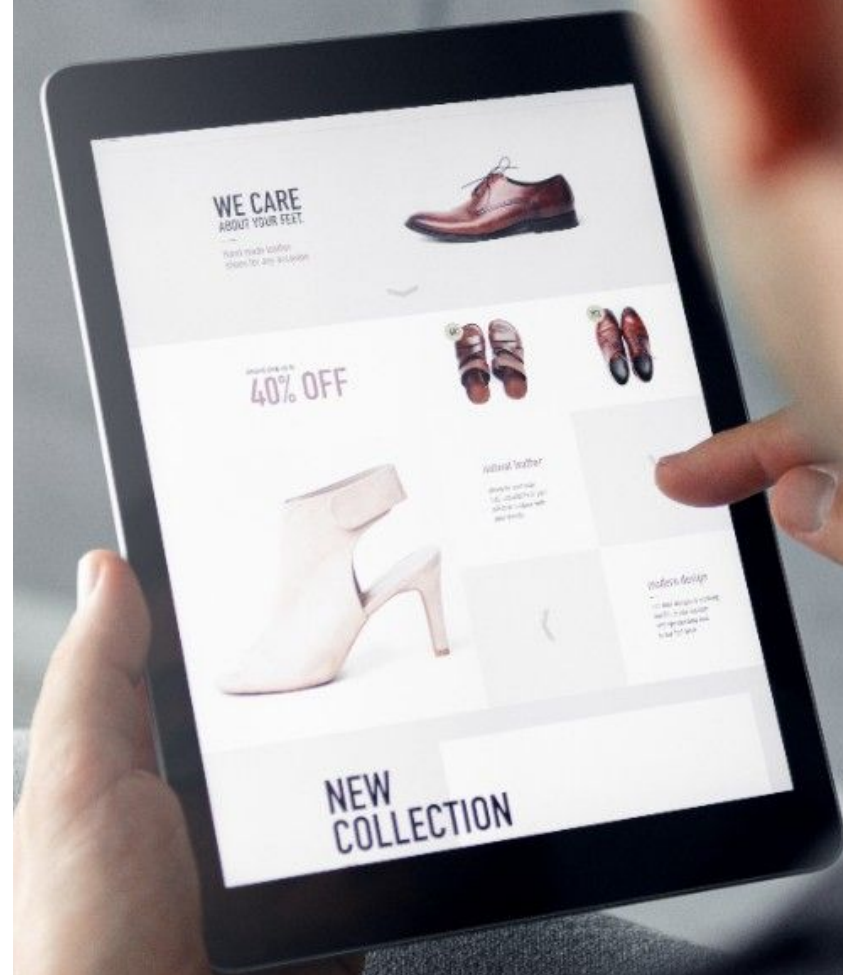
читатель мог на понятном языке быстро ознакомиться с основными тенденциями и цифрами. Однако, мы получаем множество запросов от читателей нашего отчета, которые просят добавить больше деталей к анализу, включая показатели по макроэкономике и платежам.

Поэтому, для всех тех, кто хотел бы получить доступ к расширенной аналитике, мы разработали инструмент в формате дэшборда (E-com Dash), где можно сравнить данные в интерактивном режиме по разным периодам с использованием фильтров для получения различных перспектив на основе агрегированных данных текущего анализа, данных из других публичных анализов PwC и информации находящейся в общем доступе. E-com Dash будет опубликован в открытом доступе для любого пользователя до октября 2022 года.

В случае если вы заинтересованы в E-com Dash, просим вас связаться с Мариной Ким (marina.k.kim@pwc.com) или Викторией Горлановой (viktoriya.gorlanova@pwc.com).

Важное замечание: E-com Dash будет предоставляться всем участникам анализа розничной электронной коммерции на постоянной бесплатной основе.

Опрос для подготовки выпуска данного отчета был проведен в марте и апреле 2022 года.



Содержание

Методология исследования

стр. 6

Основные выводы

стр. 7

1

Рынок розничной электронной коммерции за 12M2021

стр. 8

2

Объемы продаж рынка розничной электронной коммерции

стр. 11

3

Количество транзакций на рынке розничной электронной коммерции

стр. 14

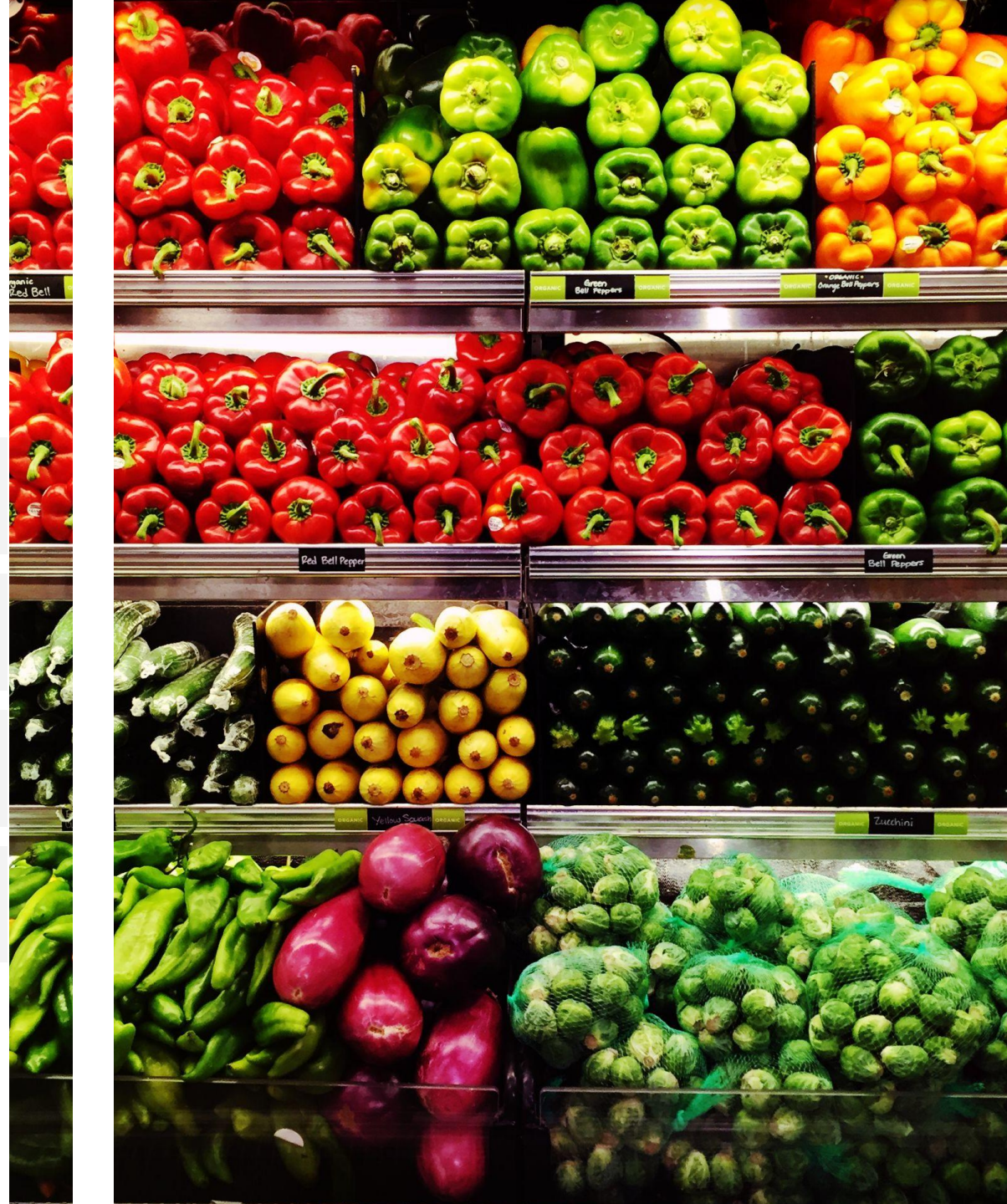
4

Средний чек на рынке розничной электронной коммерции

стр. 17

Контактные данные

стр. 23



Подход к анализу результатов опроса

Объем рынка рассчитан на основе данных, предоставленных основными игроками электронной коммерции, АЦК, а также некоторыми банками второго уровня РК.

В определение “электронная коммерция” входит предпринимательская деятельность, связанная только с онлайн продажами 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 предоставили реальные данные по объему продаж и количеству транзакций.

Далее были определены доли отношения реальных данных компаний к предположительным данным АЦК. Среднее значение долей затем используется для экстраполяции данных по каждому из игроков розничного сектора электронной коммерции.

После этого цифры перепроверяются путем перекрестной сверки с агрегированными данными некоторых банков второго уровня, участвовавших в исследовании. В случае расхождений доли корректируются, и, в результате, выводится объем рынка розничной электронной коммерции.

Примечание: в данном выпуске данные за первое полугодие 2021 года были частично скорректированы за счет перерасчета цифр, так как мы получили обновленные данные в рамках подготовки этого выпуска.

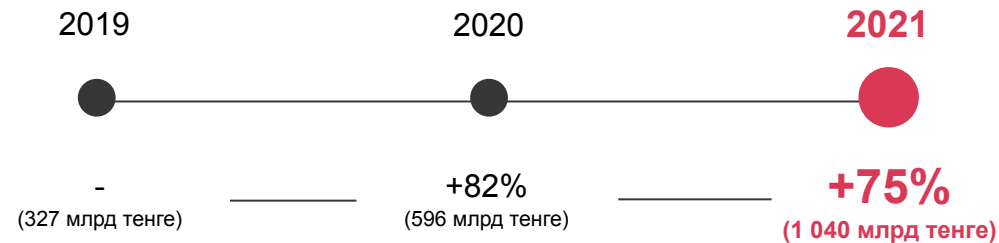


Основные выводы



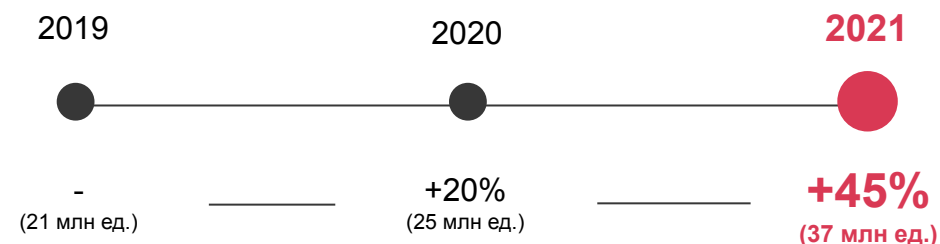
1

Объем рынка розничной электронной коммерции



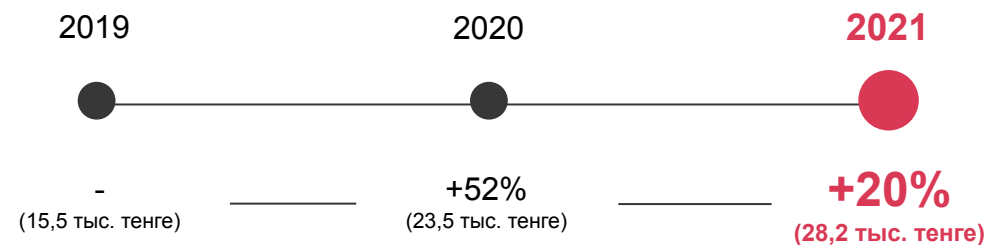
2

Количество совершенных транзакций розничной электронной коммерции



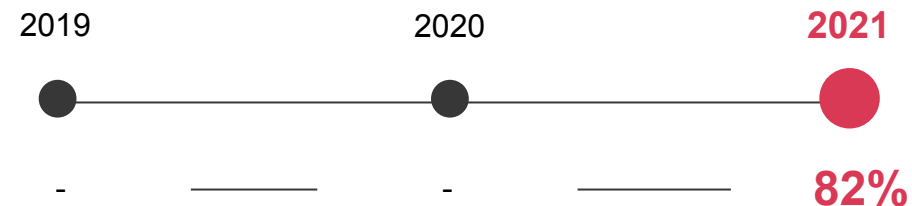
3

Сумма среднего чека



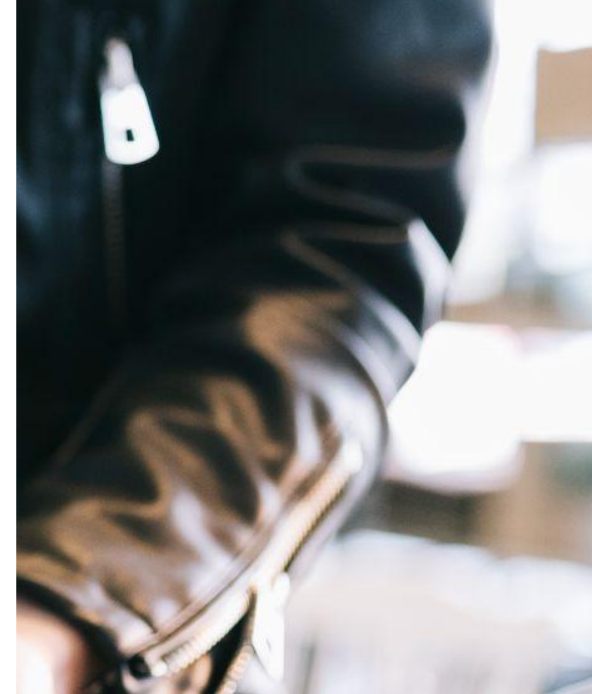
4

Доля продаж с маркетплейсов от розничной электронной коммерции в Казахстане



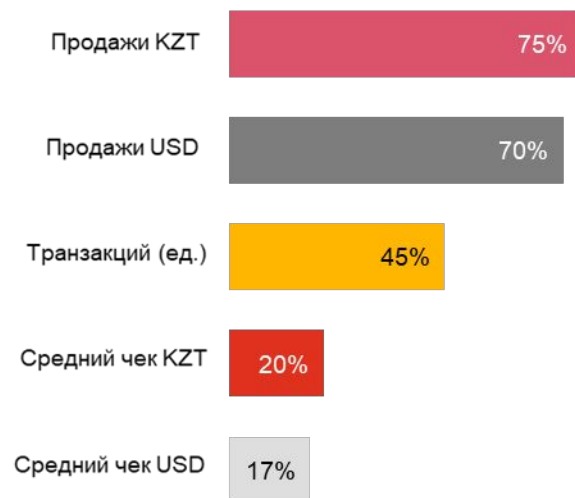
01

Рынок розничной
электронной коммерции
12M2021

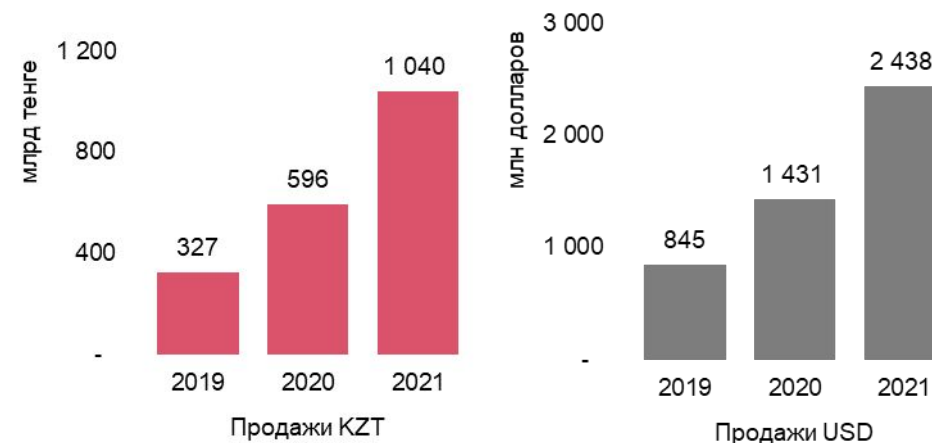


Более **1** трлн тенге
составил размер рынка
розничной электронной
коммерции в Казахстане
в 2021 году

Изменения ключевых показателей в сравнении за период 12M2021 к 12M2020



Общий объем продаж за периоды 2019, 2020 и 2021 годы



Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

Рынок электронной розничной коммерции в Казахстане продолжил значительный рост в 2021 году, составив более 1 трлн тенге, что на 75% больше объема рынка в 2020 году или в 3 раза больше относительно 2019 года.

Однако, если рассматривать годовое изменение, то можно сказать, что темпы роста рынка замедлились: например, в 2020 году объем рынка увеличился примерно на 82%, если сравнивать с 2019 годом.

Если же сравнивать полугодичные изменения, то наблюдается интересный тренд - объем рынка в первом полугодии 2021 года вырос всего на 7% по сравнению с предыдущим полугодием (то есть со вторым полугодием 2020 года).

Количество транзакций также увеличилось на 45% относительно 2020 года и составило более 37 млн транзакций, тогда как сумма среднего чека в тенге увеличилась на 20% (для сравнения, в 2020 году увеличение суммы среднего чека составило более 50% относительно 2019 года).

“

Представители малого бизнеса Казахстана активно вовлекаются в продажи через маркетплейсы, для них это уникальная возможность развития бизнеса и увеличения продаж. Количество продавцов на Kaspi.kz за год выросло более чем в 5 раз. Покупатели стали больше приобретать товары повседневного спроса - продукты питания, хозяйственные товары, что повысило требования к скорости и удобству доставки. В этом году мы запустили экспресс-доставку за 3 часа и сеть устройств Kaspi Postomat, в которых можно забирать товары в удобное время.

Kaspi.kz

“

Казахстану удалось создать благодатную почву для развития электронной коммерции. Можно отметить доступность интернета, оцифрованные процессы идентификации, которые обеспечивают безопасность всем участникам, положительный инвестиционный климат. При этом, у нас всё ещё сравнительно низкая доля электронной торговли от общей суммы розничных продаж и есть запас роста.

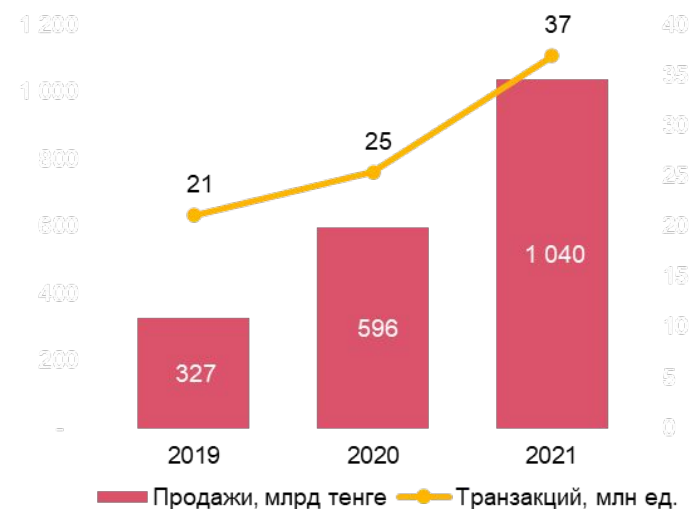
Halyk Market

Анализируя общую картину годовых изменений объема продаж и количества транзакций, можно наблюдать увеличение обоих показателей. Однако, рост количества транзакций составил 45%, в то время как продажи выросли на 75% в аналогичном периоде. Это и обосновывает продолжающийся рост среднего чека в 2021 году.

Такой тренд можно частично объяснить тем, что в 2020 году у людей оставалась необходимость совершать покупки онлайн в силу карантинных ограничений. Таким образом средний чек в 2020 году вырос на более чем 50%, так как люди стали совершать более крупные покупки, такие как мебель и бытовая техника.

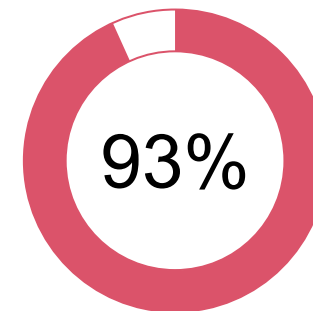
В 2021 году со снижением влияния пандемии и постепенным переходом к привычному образу жизни, можно наблюдать возвращение потребительских привычек людей покупать более дорогие товары в режиме офлайн что повлияло на уменьшение роста среднего чека в 2021 году относительно 2020 года. На средний чек также повлияло увеличение количества игроков рынка электронной розничной коммерции, что привело к большим возможностям сравнивать и выбирать самые низкие цены.

Продажи и количество транзакций за периоды

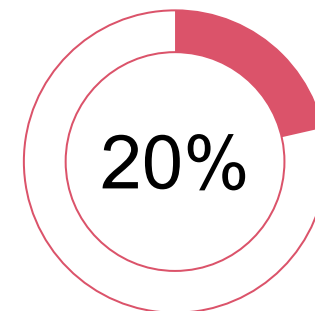


Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

Покупки со смартфона в 2021 году



Процент покупок со смартфона от общего объема продаж за 12М2021



Увеличение среднего чека в тенге при покупках со смартфона в сравнении 12М2021 к 12М2020

Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

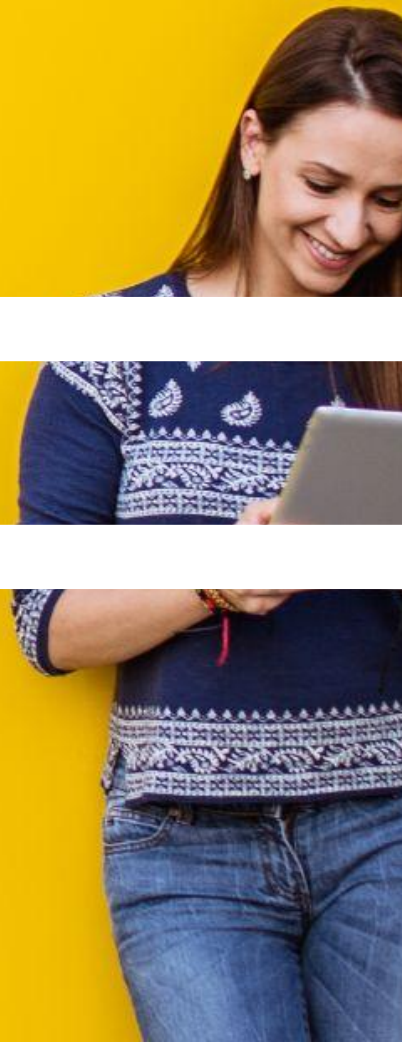
Пандемия вывела рынок розничной электронной коммерции в Казахстане на новый уровень. Мобильные приложения маркетплейсов и онлайн-магазинов продолжают развиваться, становиться все более удобными в использовании и предлагать еще больше категорий товаров.

Об этом говорят и результаты анализа, показавшие примерную долю покупок через мобильные устройства в 93% за 12М2021. Для сравнения, в первом полугодии 2021 года мобильные покупки достигли 91% от общего объема продаж.

Средний чек при мобильных покупках в 2021 году также вырос по сравнению с 2020 годом. Рост среднего чека составил 20% (в 2020 году годовое увеличение среднего чека составило 12% относительно 2019 года).

02

Объем продаж рынка
розничной электронной
коммерции





Бум развития рынка электронной коммерции в Казахстане пришелся на последние 2 года. Несколько лет пандемии простимулировали развитие отрасли, у людей стала формироваться привычка покупать товары онлайн. Мы видим динамику роста, количество онлайн-заказов на нашей площадке стабильно растёт. Например, в январе 2022 объем продаж электроники на нашей площадке вырос в 5 раз по сравнению с январем 2021, одежды - в 7 раз, а хозяйственных товаров - в 8 раз.

Отметив стремительный рост рынка, многие зарубежные маркетплейсы стали заходить на рынок в Казахстане. По итогам 2021 года доля e-commerce в общем объеме розничной торговли в Казахстане составила около 11%. Доля e-commerce сектора в других странах, таких как Китай, Великобритания, достигает 30% и более. Рынок в Казахстане находится на стадии развития, сейчас лучшее время для того, чтобы занять свою нишу.

Ozon Marketplace в Казахстане

Анализируя рынок за прошедший год, можно наблюдать, что 2021 год начался со снижения общего объема продаж на 9% в 1K2021 в сравнении с 4K2020, что соответствует нормальным тенденциям предыдущих лет, когда потребительская активность снижается после праздничных периодов. Начиная со 2K2021, объем продаж равномерно растет в среднем на 20% ежеквартально.

Однако, 20% рост продаж в 4K2021 по нашим ожиданиям можно назвать сравнительно скромным. Так как в 2019 году рост продаж в 4K2019 года составил 86% к 3K. В 2020 году, из-за отложенного спроса, потребители приобрели большую часть товаров в 3K2020 (поэтому прирост за 3K составил 65% к предыдущему, а рост продаж в 4K к 3K за 2020 год составил 15%). Поэтому, оценивая рост продаж 4K 2021 года (несмотря на период самых больших акций, скидок, новогодних праздников) всего в размере 20% мы объясняем [1] скорректированным потреблением, которое за два года пандемии изменилось за счет приоритетов, в том числе и большей склонности к накоплению (так депозитная база физ.лиц на конец 2021 года выросла на 22.7% по сравнению с 31 декабря 2020 года на конец дня), а также [2] смягчением карантинных ограничений, которое повлияло на переход некоторых покупателей в офлайн, в особенности на период праздничных дней.

Можно отметить еще один интересный тренд - в период 1K и 2K2021 рост продаж относительно аналогичных периодов 2020 года был намного значительнее (130% и 106% соответственно), чем рост в 3K и 4K2021 (50% и 57% соответственно). Это может быть частично обусловлено факторами начала пандемии в первой половине 2020 года и отложенным спросом второй половины 2020 года. Из этого можно сделать вывод, что в 2021 году наблюдается еще большая нормализация спроса и адаптация к новым тенденциям рынка, заданным ковидным шоком. В 2022 году, мы ожидаем еще большей коррекции спроса уже за счет роста инфляции и снижения доходов. .

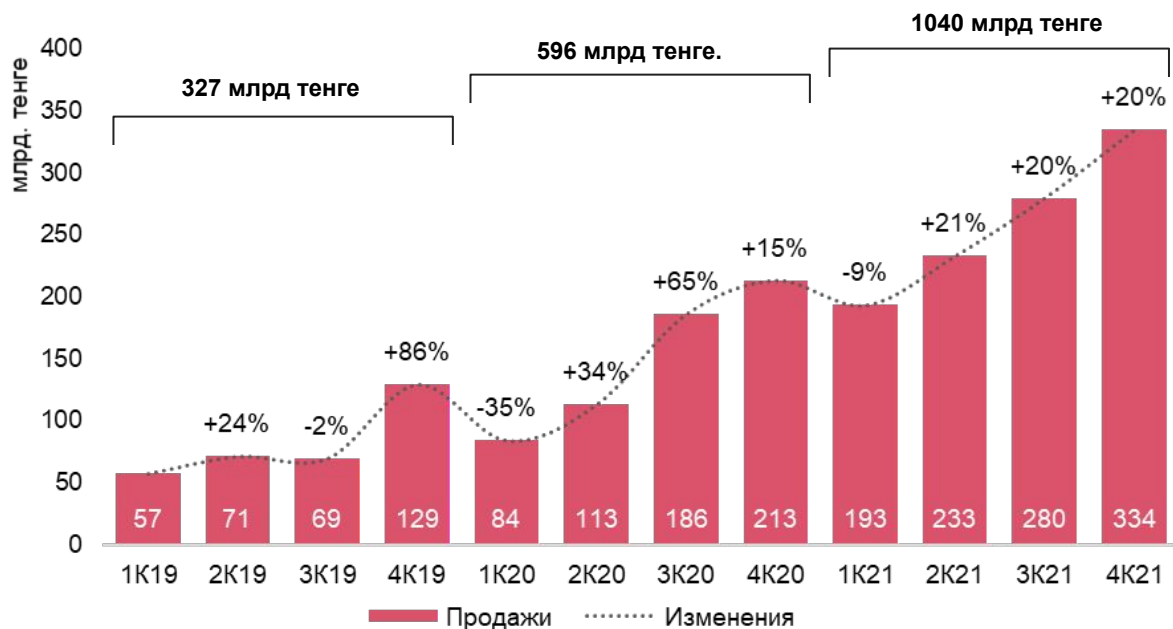
Изменение объема продаж в KZT по кварталам и в сравнении 2019, 2020 и 2021 года



334 млрд тенге

составили продажи в тенге в 4K2021

Динамика изменение продаж по кварталам



Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

Общий объем продаж за год вырос на 75%, с 596 млрд тенге в 2020 году до 1 040 млрд тенге в 2021 году.

Понятно, что в 2020 году воздействие пандемии дало скачок развитию электронной коммерции как на казахстанском, так и на мировом рынке.

Последствия пандемии остаются важным фактором, влияющим на развитие рынка, однако значительный рост продаж в 2021 году можно объяснить и другими факторами.

К примеру, развитие новых технологий на рынке безналичных платежей, государственная поддержка среднего и малого бизнеса в сфере электронной коммерции (в виде бесплатных обучающих инициатив, помимо прочего), выход новых игроков на местный рынок, а также возрастающий экспорт казахстанских предпринимателей на международных площадках электронной коммерции.

на **20%**

в среднем ежеквартально
увеличивались продажи,
начиная со 2K2021

“

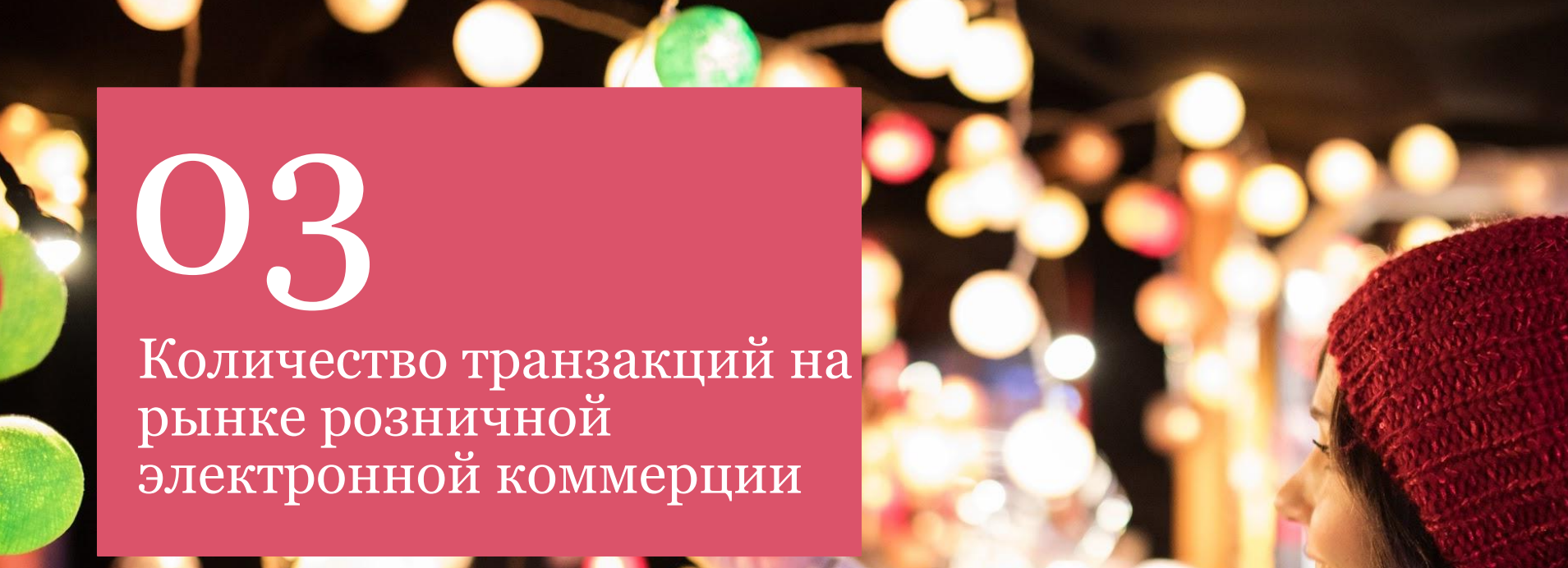
Рынок Казахстана имеет большие перспективы как для торговли внутри страны, так и для экспорта товаров казахстанских компаний в Россию и другие страны ЕАЭС. За последний год крупные маркетплейсы показали заинтересованность в развитии электронной коммерции страны. Кроме того, Казахстан имеет выгодное географическое положение для развития международной торговли.

AliExpress Россия

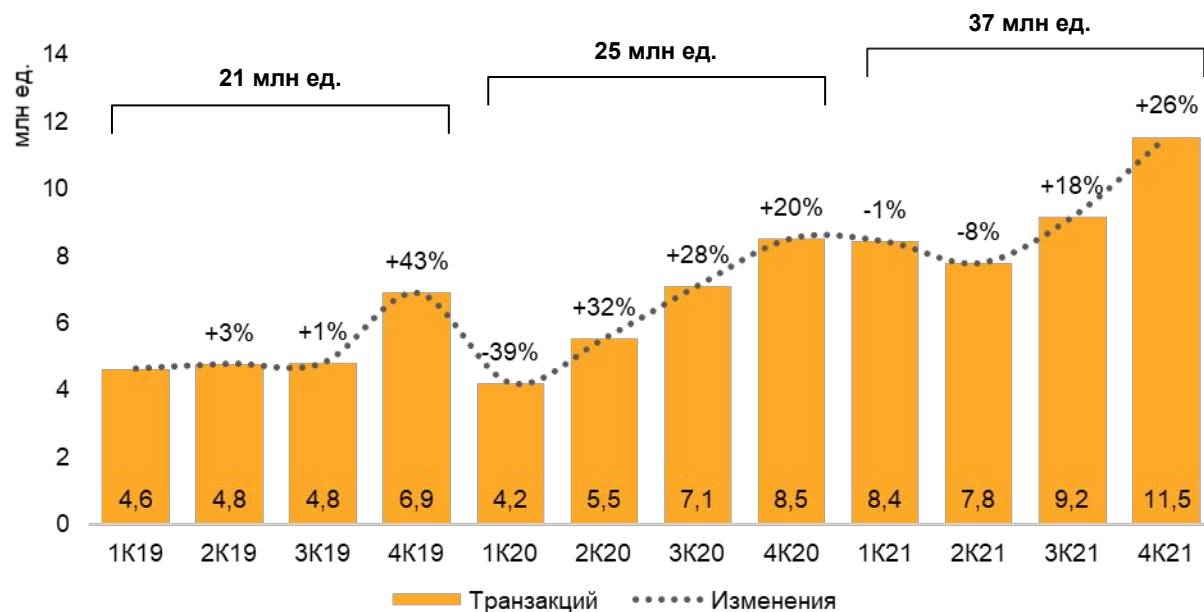


03

Количество транзакций на
рынке розничной
электронной коммерции



Динамика изменения количества транзакций по кварталам



Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

В целом в 2021 году наблюдалось увеличение количества транзакций, достигшее 37 млн единиц, что на 45% выше чем в 2020 году. Тенденция изменений в количестве транзакций коррелируется с изменениями в объеме продаж, за исключением 2K2021, где присутствует противоположный тренд, а именно снижение количества транзакций на 8% и рост объема продаж. Падению транзакций во 2K2021 частично могли послужить такие факторы, как девальвация тенге, а также самое высокое за 2021 год значение месячного индекса потребительских цен в июне в 1,1%*.

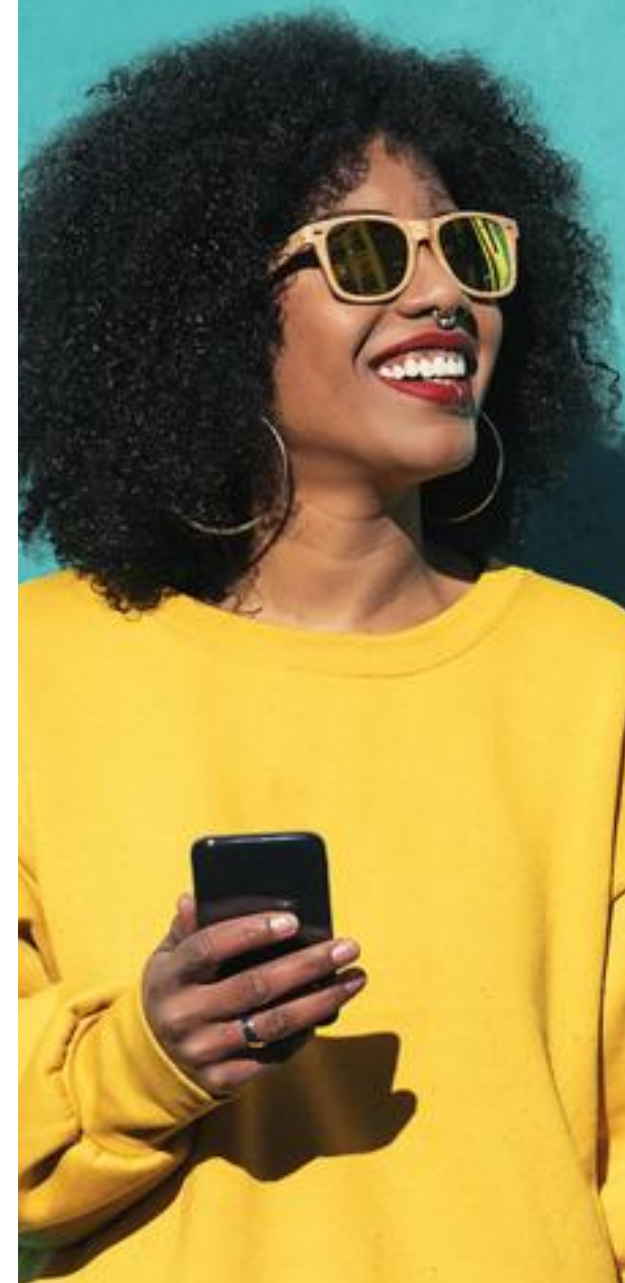
Снижение количества транзакций в начале года скорее всего обусловлено после новогодним периодом. Однако квартальное сокращение количества транзакций в 1K2021 на 38 п. п. менее значительно, чем в аналогичном периоде 2020 года.

В 4K2021 наблюдался самый высокий квартальный рост на 26% по количеству транзакций за 2021 год, что соответствует нормальным тенденциям рынка. Тем временем рост объема продаж в 4K2021 года составил 20%. За этим следует снижение суммы среднего чека на 8% в сравнении с предыдущим кварталом. Из этого следует то, что люди стали покупать меньше товаров за одну транзакцию, либо стали покупать более недорогие товары. В любом случае, растущее развитие логистических процессов и услуг оказало и продолжает оказывать влияние на потребительские привычки.

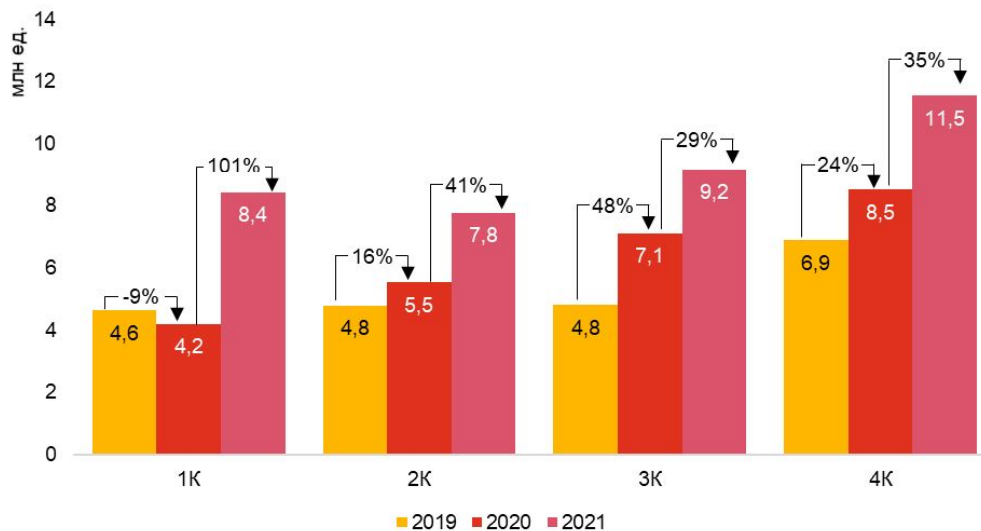
*Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан

на **45%**

Увеличилось количество транзакций 2021 году по сравнению с 2020 годом



Изменение количества транзакций по кварталам и в сравнении 2019, 2020 и 2021 года



Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

Углубляясь в анализ квартальных изменений, можно наблюдать интересный факт - количество транзакций в 1К2021 превысило значение 2К2021, что заметно отличается от трендов предыдущих лет. Наибольший годовой прирост пришелся именно на 1К2021 и составил 101% к аналогичному периоду 2020 года и 82% к 1К2019.

Потребительские привычки, сформированные со скачком онлайн покупок вследствие пандемии продолжают укрепляться на рынке. Более быстрая доставка, улучшение услуг и сервисов позволяют людям совершать частые покупки на меньшие суммы.

Итоги 2021 года показали, что количество транзакций выше, чем за предыдущие три года, что говорит об увеличении вовлеченности и развитии электронной коммерции в Казахстане, несмотря на постепенное снижение последствий пандемии.

“

В первом полугодии 2021 года размер рынка розничной электронной коммерции в Казахстане составил 426 млрд тенге (990 млн долларов), что примерно в 2,2 раза больше, чем в аналогичном периоде 2020 года. Многие аналитики сходятся во мнении, что сектор e-commerce будет стремительно развиваться и дальше.

Два года пандемии простимулировали развитие отрасли, у потребителей сформировалось доверие к онлайн-торговле. Онлайн-шopping постепенно становится привычкой казахстанцев. Ozon, как крупный e-commerce игрок Казахстана, будет способствовать развитию местной онлайн-торговли, в первую очередь в части развития интернет-предпринимательства. Мы предлагаем казахстанским производителям и продавцам площадку для продвижения самых разных товаров – как на местном, так и на российском и других зарубежных рынках.

на **101%**

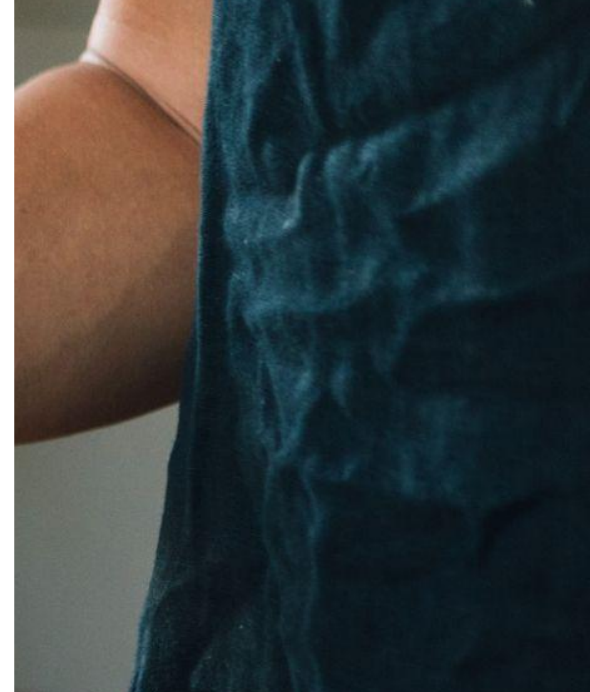
увеличилось количество транзакций в 1К2021 по сравнению с 1К2020

Ozon Marketplace в Казахстане



04

Средний чек на рынке
розничной электронной
коммерции



на **25%**

снизилась сумма среднего чека
в тенге в 1K2021 по сравнению с
4K2020

28,1 тыс

составила сумма среднего чека
в тенге за 12M2021

“

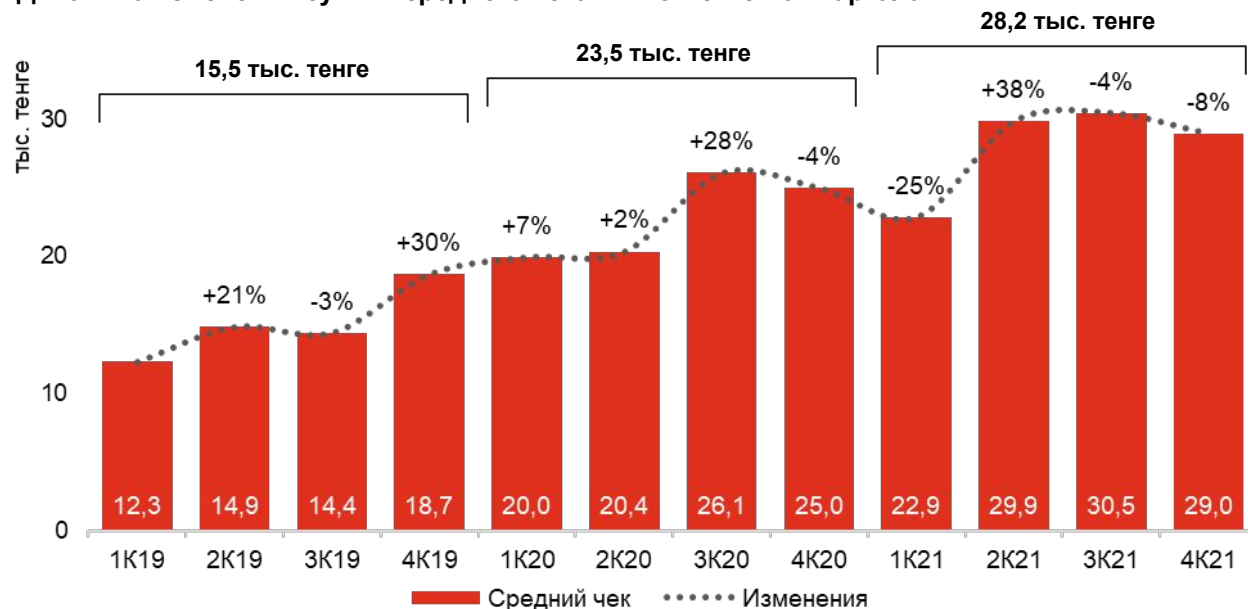
Рынок розничной электронной коммерции Казахстана становится привлекательней благодаря высокому уровню цифровизации сервисов, позволяющих активно развивать онлайн бизнес проекты. После пандемии сильно изменилось поведение клиентов в пользу онлайн услуг и мы видим, что этот тренд сохранился даже после ослабления ограничений. Оборот безналичных платежей в e-commerce растет с каждым годом, поэтому закономерно появление новых площадок, рост представителей малого бизнеса в онлайн каналах и рост логистических компаний, которые стремятся удовлетворить растущий спрос.

Halyk Market





Динамика изменения суммы среднего чека в тыс. тенге по кварталам



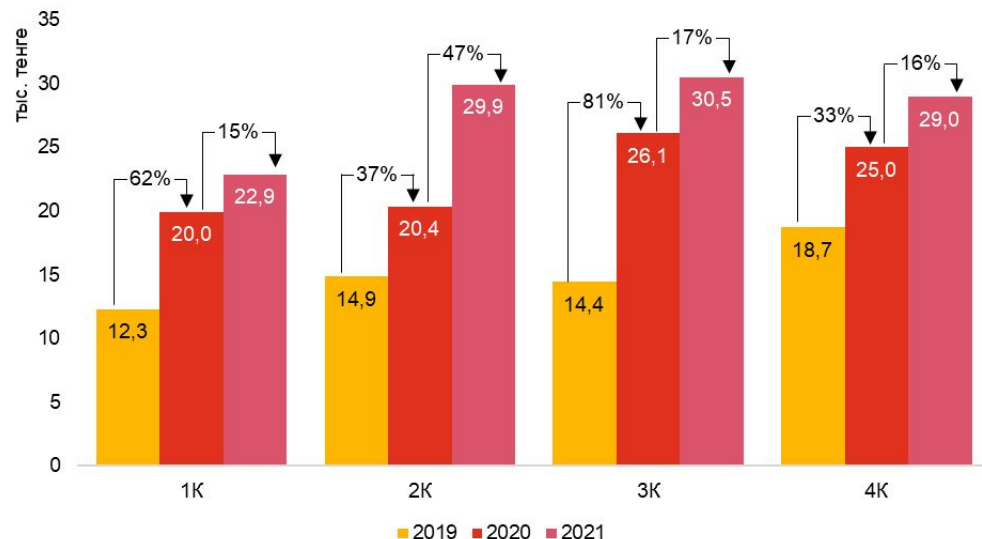
Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

Общий тренд изменения суммы среднего чека в 2021 году повторяет противоположную тенденцию изменениям количества транзакций. Сумма продаж на протяжении 2021 года росла, в то время как в количестве транзакций наблюдался разнонаправленный тренд, что и привело к таким тенденциям суммы среднего чека.

В 1K2021 наблюдается самое большое падение в 25% по сравнению с предыдущим кварталом за весь анализируемый период (2019-2021 гг.), в то время как в 2020 году в этом же периоде наблюдалось квартальное увеличение на 7%. Во 2K2021 квартальный прирост среднего чека достиг максимального уровня - 38% за трехлетний период, тогда как в 2019 и 2020 годах аналогичный период показывал увеличение всего на 21% и на 2% соответственно.

Третий квартал на протяжении трех лет показывал разную динамику, на что большее влияние оказали последствия пандемии. Таким образом, в 3K2021 снижение составило 4% за счет роста количества транзакций на 18% и стабильного среднего роста продаж в 20%. Стоит отметить, что паттерны изменения среднего чека в 3K2021 схожи с доковидным периодом 3K2019, где наблюдается снижение в 3%.

Изменение суммы среднего чека в тыс. тенге по кварталам и в сравнении 2019, 2020 и 2021 годов



Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

Квартальное снижение суммы среднего чека в 4К2021 на 8% можно назвать нехарактерным, независимо от того, что данная тенденция наблюдалась и в 2020 году. В обычных условиях, 4К является предновогодним праздничным периодом, когда все показатели рынка, в том числе и средний чек должны возрасти (к примеру в доковидный период было увеличение среднего чека на 30% в 4К2019 относительно 3К2019). Как мы упоминали ранее, такое поведение рынка можно в некоторой степени объяснить смягчением карантинных мер, часть покупателей если и не ушли полностью в офлайн формат покупок, но стали покупать более дорогие товары на физических площадках, а также произошла корректировка потребления покупателей (тенденция на более доступные по цене товары, сокращение затрат и увеличение доли сбережений).

Наибольший процентный рост в 2021 году относительно аналогичного периода 2020 года пришелся на 2К за счет нехарактерного снижения транзакций. В целом последние три квартала 2021 года показали, что люди стали покупать больше товаров в одном чеке или же на большую сумму. Другой причиной удорожания среднего чека могли стать увеличение стоимости товаров из-за девальвации тенге, а также рост инфляции (годовая инфляция 2019 и 2020 года составляла 5.4% и 7.5% , соответственно).

на **20%**

выросла сумма среднего чека в тенге в 2021 году по сравнению со 2020 годом

“

В этом году мы продолжили развивать Kaspi Smart Logistics - крупнейшую в Казахстане технологическую логистическую платформу, объединяющую всех участников логистики с умной маршрутизацией.

К нашей платформе уже подключены более 30 логистических компаний. Логистическая сеть покрывает практически все города РК и позволяет обслуживать 6 тысяч направлений.

Kaspi.kz

На каких процессах вы планируете сфокусироваться для улучшения торговой площадки и увеличения прибыли в 2022 году?

«Наш главный фокус на этот год - улучшение сервисов для продавцов, в первую очередь для представителей малого бизнеса, на базе нашего приложения Kaspi Pay. Удобные сервисы платежей, финансов, рекламы и электронной коммерции, объединенные в одном приложении, создают новые возможности роста для наших партнеров. Особенно представителей малого и среднего бизнеса. Помимо этого, мы продолжим активно расширять ассортимент, упрощать процесс выбора товара для покупателей и ускорять доставку».

Kaspi.kz

«Основные зоны развития в 2022 году для Halyk Market – это доставка товаров в удаленные районы, запуск своих пунктов выдачи заказов и, в целом, популяризация e-commerce среди не городского населения. Развитие логистики в удаленных районах даст рынку электронной розничной торговли дополнительный толчок для роста».

Halyk Market

«С начала прошлого года мы усиливаем свои позиции в стране — развиваем платформу маркетплейса для местных предпринимателей. В 2022 году мы собираемсякратно увеличить количество продавцов в Казахстане, что приведет к росту ассортимента для местных покупателей и, как следствие, росту заказов и других бизнес-показателей».

Ozon Marketplace в Казахстане



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, Чадиярова Джанэль, Марина Ким, Аружан Балтаева, Виктория Горланова

Контакты PwC:

Наталья Лим

Партнер, консультационные услуги

natalya.lim@pwc.com

Вопросы по исследованию и запросы просим направлять:

Ержан Бердимбет

Консультационные услуги

verzhan.b.berdimbet@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
