

strategy&

Part of the PwC network

Рынок розничной электронной коммерции в Республике Казахстан

Отчет за 12 месяцев 2023 года

Контекст исследования

Компания Strategy&, part of the PwC network, совместно с Ассоциацией Цифровой Казахстан (АЦК) представляет результаты исследования “Анализ рынка розничной электронной коммерции*” в Республике Казахстан” за 12 месяцев 2023 года.

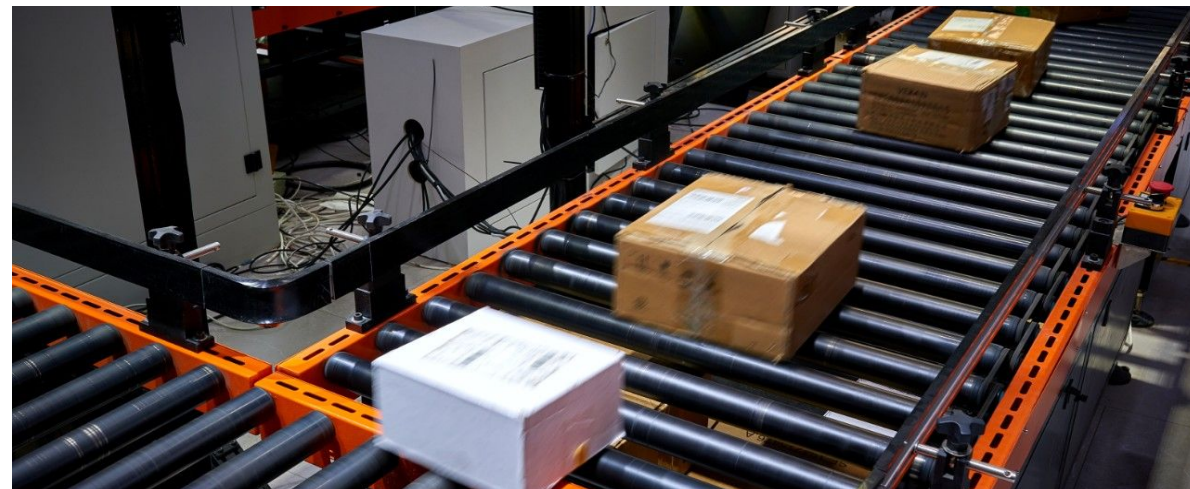
Анализ данных был проведен командой Data & Analytics, включающей в себя аналитиков данных, дата-инженеров и консультантов с индустриальной экспертизой.

В исследовании приняли участие крупнейшие представители рынка электронной коммерции в Республике Казахстан: Kaspi.kz, Halyk Market, Forte Market и другие респонденты, пожелавшие сохранить конфиденциальность.

Результаты исследования включают в себя:

- Обзор рынка электронной коммерции в РК
- Объем электронной коммерции и её доля в сравнении с объемом всей коммерции в РК
- Количество транзакций и средний чек
- Доля маркетплейсов в электронной коммерции

Сбор данных проводился в Q1 2024 года.



* 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, автомобилей, квартир, фитнес-абонементов, образовательных курсов и тренингов, доставка еды, сайты объявлений, купонные и букмекерские сервисы, коммунальные и иные платежи, а также прочие категории, не связанные с продажей товаров физическим лицам.

Вступительное слово



Наталья Лим

Партнер Strategy& и Лидер консультационной практики в регионе Евразия

В 2023 году рынок розничной электронной коммерции преодолел большинство затруднений, вызванных турбулентными событиями 2022 года, и показал стремительный рост. Общий объем выручки в секторе достиг 2,4 трлн тенге (+ 79% YoY), а проникновение e-commerce составило 12,6% (в 2022 году - 8,2%). Таким образом, Казахстан имеет все шансы войти в ТОП-10 стран по уровню пенетрации электронной коммерции в мире, обогнав Канаду с показателем на уровне 11,7%*.

На развитие розничной электронной коммерции оказали положительное влияние несколько факторов: цифровизация финансового сектора, увеличение доли интернет-пользователей и числа потребителей, имеющих опыт приобретения товаров и услуг через интернет, приток инвестиций в страну и высокие показатели роста ВВП второй год подряд.

Влияние сдерживающих факторов, таких как сложности с логистикой в условиях геополитической нестабильности, наоборот, ослабло, так как рынок успел адаптироваться к новым условиям.

Особую роль в 2023 году в развитии розничной электронной коммерции стали играть международные маркетплейсы, наращивающие свое присутствие - Wildberries, Ozon, Pinduoduo, Aliexpress и другие. Локальные бизнесы, стремящиеся оптимизировать издержки и получить доступ к широкой аудитории, все чаще стараются продвигать свою продукцию через маркетплейсы. Потребители, в свою очередь, также выигрывают от развития маркетплейсов, так как усиление конкуренции за покупателя побуждает продавцов снижать цены или предоставлять рассрочку.

В то же время, сектор e-commerce Казахстана пока очень молод и имеет огромный потенциал к росту и развитию в будущем, а условия для развития сектора складываются скорее благоприятно.

Мы искренне благодарим всех участников исследования и, хотя мы не получили разрешения от всех компаний-респондентов раскрывать их имена, наше исследование включило данные, которые охватывают 85% рынка розничной e-commerce в Казахстане.

Обзор исследования

- Наш анализ рынка розничной электронной коммерции в Республике Казахстан выходит 2 раза в год. Мы анализируем данные по полугодиям, что дает нашим читателям возможность более детально ознакомиться с динамикой представленных показателей.
- В 2023 году к исследованию были привлечены крупнейшие игроки сектора электронной розничной торговли и банки второго уровня.
- В числе наших респондентов - Kaspi.kz, Halyk Market, Forte Market и другие респонденты, пожелавшие сохранить конфиденциальность.
- Экспертам предлагалось ответить на вопросы относительно общего объема и количества онлайн продаж, а также прокомментировать наблюдаемые тренды и перспективы развития отрасли электронной коммерции в Республике Казахстан.

Кроме того, мы разработали инструмент в формате онлайн-дашборда (Retail Ecommerce Dashboard), который позволяет увидеть данные в дополнительных разрезах. Инструмент также даёт возможность сравнить данные в интерактивном режиме, по разным периодам, и с использованием фильтров а основе агрегированных данных текущего анализа, данных из других публичных анализов PwC и информации, находящейся в общем доступе. Все данные, полученные от игроков рынка, представлены в агрегированном, деперсонализированном виде, без раскрытия имени респондента и сравнения участников.

Если Вы заинтересованы в получении доступа Retail Ecommerce Dashboard, просим Вас связаться с Аружан Балтаевой (aruzhan.baltayeva@pwc.com) или Викторией Горлановой (viktoriya.gorlanova@pwc.com).

Наша команда также выпускает следующие регулярные отчеты:



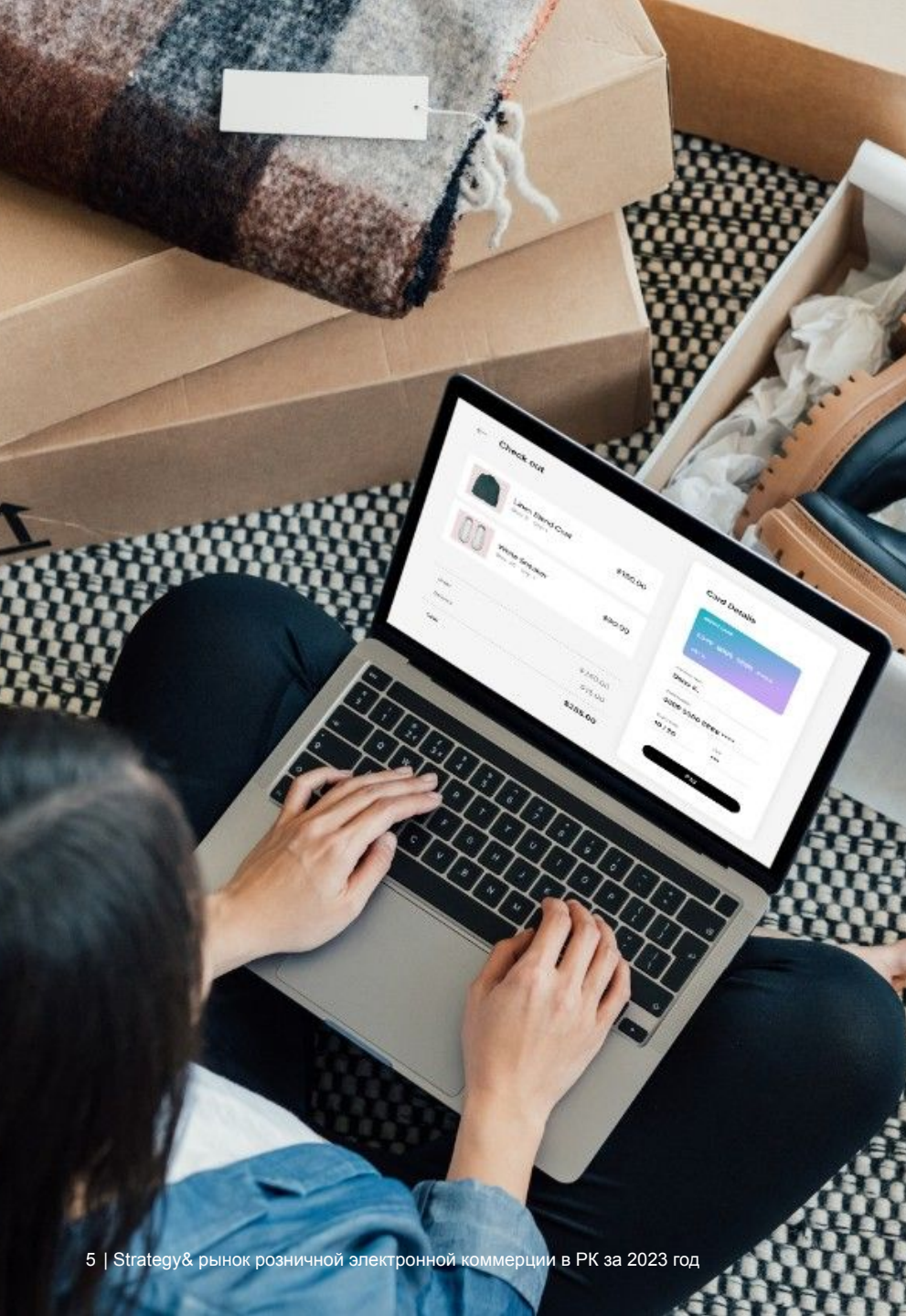
[Макроэкономический обзор Казахстана](#)



[Анализ рынка платежей в Казахстане](#)



[Анализ изменения цен в Казахстане](#)



Оглавление

Методология исследования

6

Ключевые показатели

7

1

Обзор рынка розничной электронной коммерции 2023

8

2

Объем продаж в сегменте e-commerce и его динамика

17

3

Число транзакций в сегменте e-commerce и его динамика

20

4

Средний чек в сегменте e-commerce и его динамика

23

Благодарность участникам

26

Контактная информация

27

Методология исследования

- Объем рынка электронной коммерции рассчитывался на основе данных, предоставленных основными игроками отрасли, АЦК (Ассоциация Цифровой Казахстан), а также некоторыми банками второго уровня (БВУ) РК.
- АЦК предоставил предположительные данные по части продаж крупнейших игроков розничной электронной торговли. Несколько крупных игроков сектора e-commerce предоставили реальные данные по объему продаж и количеству транзакций.
- Усреднённые доли отношения реальных данных компаний к предположительным данным АЦК использовались для экстраполяции объемов продаж и числа транзакций по каждому из игроков розничного сектора электронной коммерции.
- Кросс-валидация производилась на основании агрегированных данных некоторых банков второго уровня, участвовавших в исследовании.
- В случае выявления расхождений производилась дополнительная валидация и коррекция долей, на основании которых рассчитывался общий объем рынка розничной электронной коммерции.
- Кроме того, респондентам было предложено поделиться мнением о развитии рынка розничной электронной коммерции в 2023 году, трендах, барьерах и об изменениях в поведении потребителей, которые влияют на развитие бизнеса.
- Все данные, полученные от игроков рынка, представлены в агрегированном, деперсонализированном виде, без раскрытия имени респондента и сравнения участников.
- Для точного определения среднемесячного курса доллара к тенге были использованы данные Национального Банка РК. Данные по росту и значению инфляции взяты с Национального Бюро Статистики РК.



Ключевые показатели

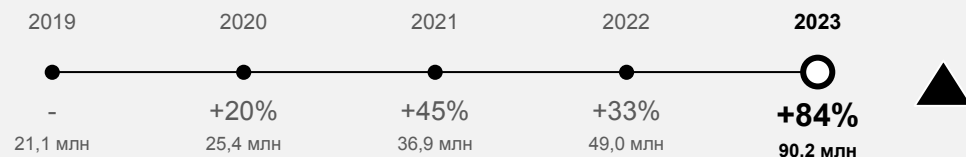
01

Объем рынка розничной электронной коммерции



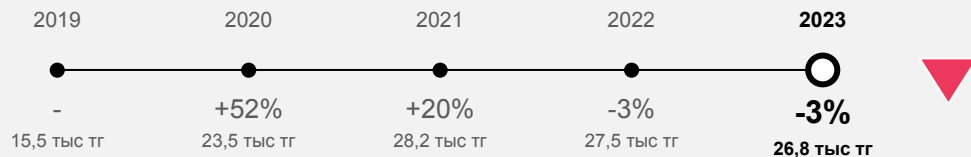
02

Число транзакций розничной электронной коммерции



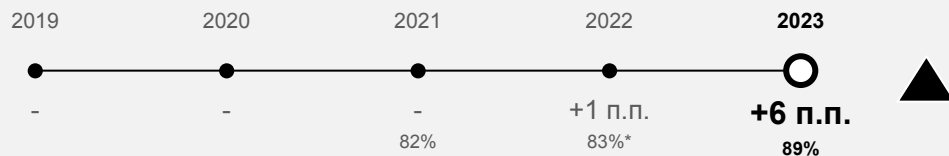
03

Сумма среднего чека



04

Доля продаж с маркетплейсов от всей розничной e-commerce



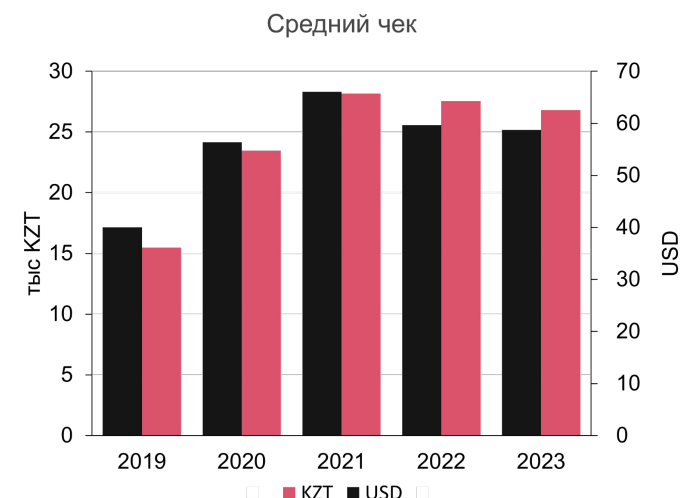
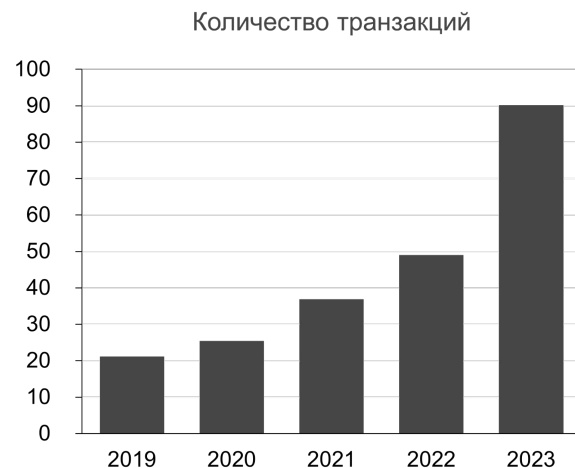
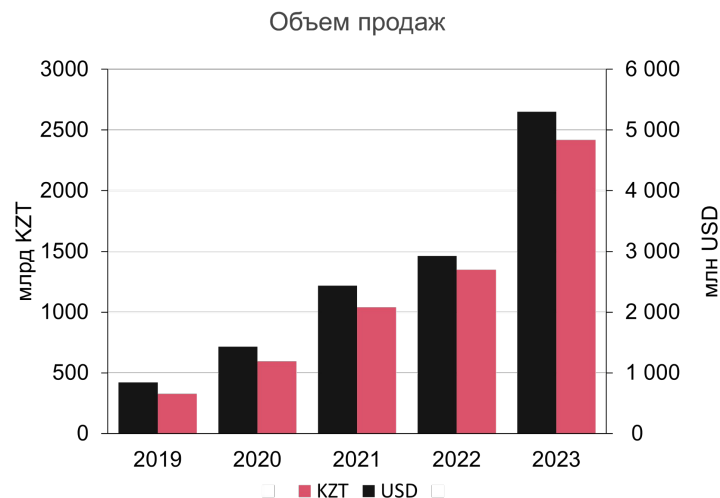
01

Обзор рынка розничной электронной коммерции 2023



Розничная электронная коммерция набирает обороты

Объем e-commerce в денежном выражении и числе транзакций растёт, но средний чек снижается



Рынок розничной электронной торговли продемонстрировал уверенный рост как в денежном выражении, так и в количестве совершенных покупок.

Так, объем продаж в 2023 году составил 2 418 млрд тенге (+79% YoY), что почти равняется 5,3 млрд долларов США. Число транзакций составило 90,2 млн (+84% YoY), а средний чек снизился до 26,8 тыс тенге (-2,6% YoY), или 58,8 долларов США (-1,5% YoY).

Падение среднего чека отражает изменение соотношения сил локальных и международных игроков рынка, а также изменение соотношения между маркетплейсами и розничными онлайн-магазинами.

12,6%

составила доля розничной электронной коммерции в общем объеме розничной торговли в Казахстане

Как изменился потребительский спрос и поведение покупателей в 2023 году в сравнении с 2022 годом?



Рынок онлайн торговли по-прежнему тесно связан с кредитованием, клиенты привыкли делать покупки в кредит или в рассрочку. Это заставляет крупные онлайн платформы запускать партнерство с Банками по кредитования покупок клиентов. Плюс на лицо увеличение требования клиентов по срокам доставки – покупатели привыкают к возможности получать заказы экспресс доставок в течение 1-2 часов, максимум день в день внутри города. Такие опции по доставке мы и предлагаем нашим клиентам благодаря работе наших логистических партнеров – Яндекс Доставки и DHL.

Forte Market



Покупатели продолжили стремительно вовлекаться в онлайн-покупки товаров повседневного спроса, каждый год количество покупок в Kaspi Магазине увеличивается более чем в 2 раза. Для миллионов казахстанцев онлайн-покупки стали неотъемлемой частью их жизни. Этому способствовала сеть наших устройств Kaspi Postomat, Этот способ получения товара стал самым популярным среди наших покупателей. На данный момент около 6 000 устройств установлены по всей стране.

Kaspi.kz



Ключевые показатели рынка электронной коммерции

Показатель	2022	2023	Δ
Объем продаж, трлн KZT	1,3	2,4	+79%
Объем продаж, млрд USD	2,9	5,3	+79%
Число транзакций, млн	49,0	90,2	+84%
Средний чек, тыс KZT	27,5	26,8	-2,6%
Средний чек, USD	59,7	58,8	-1,7%
Проникновение e-commerce	8,2%	12,6%	+4,3 п.п.

Помимо общей модернизации и цифровизации страны, развития IT-инфраструктуры и роста проникновения цифровых средств оплаты, развитию электронной коммерции в Казахстане в 2023 году также способствовало распространение сервисов, предоставляющих рассрочку, микрокредитование и привлекательные условия грейс-период.

Все вышеперечисленное, а также значительный приток инвестиций в складскую и транспортную логистику*, послужило основой для стремительного развития локальных и международных маркетплейсов.

Крупнейшие из таких площадок в минувшем году взяли курс на наращивание своего присутствия, открытие фулфилмент-центров, налаживание цепей поставок и расширение сети пунктов выдачи заказов и постаматов.

Источник: Официальный информационный ресурс Премьер-Министра Республики Казахстан



Какое влияние оказывает текущая экономическая ситуация на развитие рынка розничной электронной коммерции в Казахстане и на ваш бизнес?



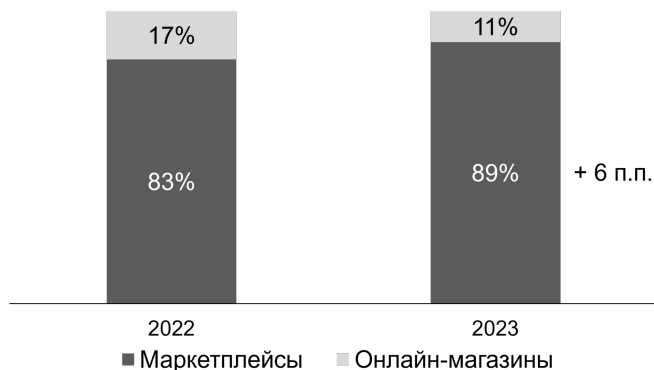
Рынок онлайн торговли продолжает стремительно расти, увеличиваются партнерства с банками и финансовыми организациями, растет качество логистических услуг. Вокруг маркетплейсов выстраиваются экосистемы сервисных компаний, помогающие селлерам торговать. У рынка большой потенциал для дальнейшего роста.

Forte Market

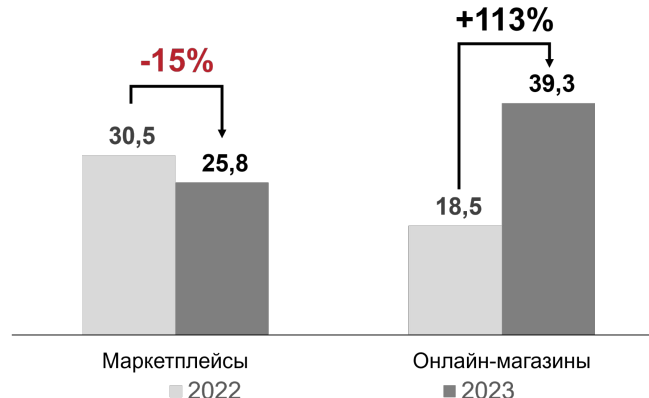


Маркетплейсы растут

Доля маркетплейсов составляет 89% всего объема e-commerce



Средний чек (в тыс KZT) плавно снижается у маркетплейсов и растёт у онлайн-магазинов



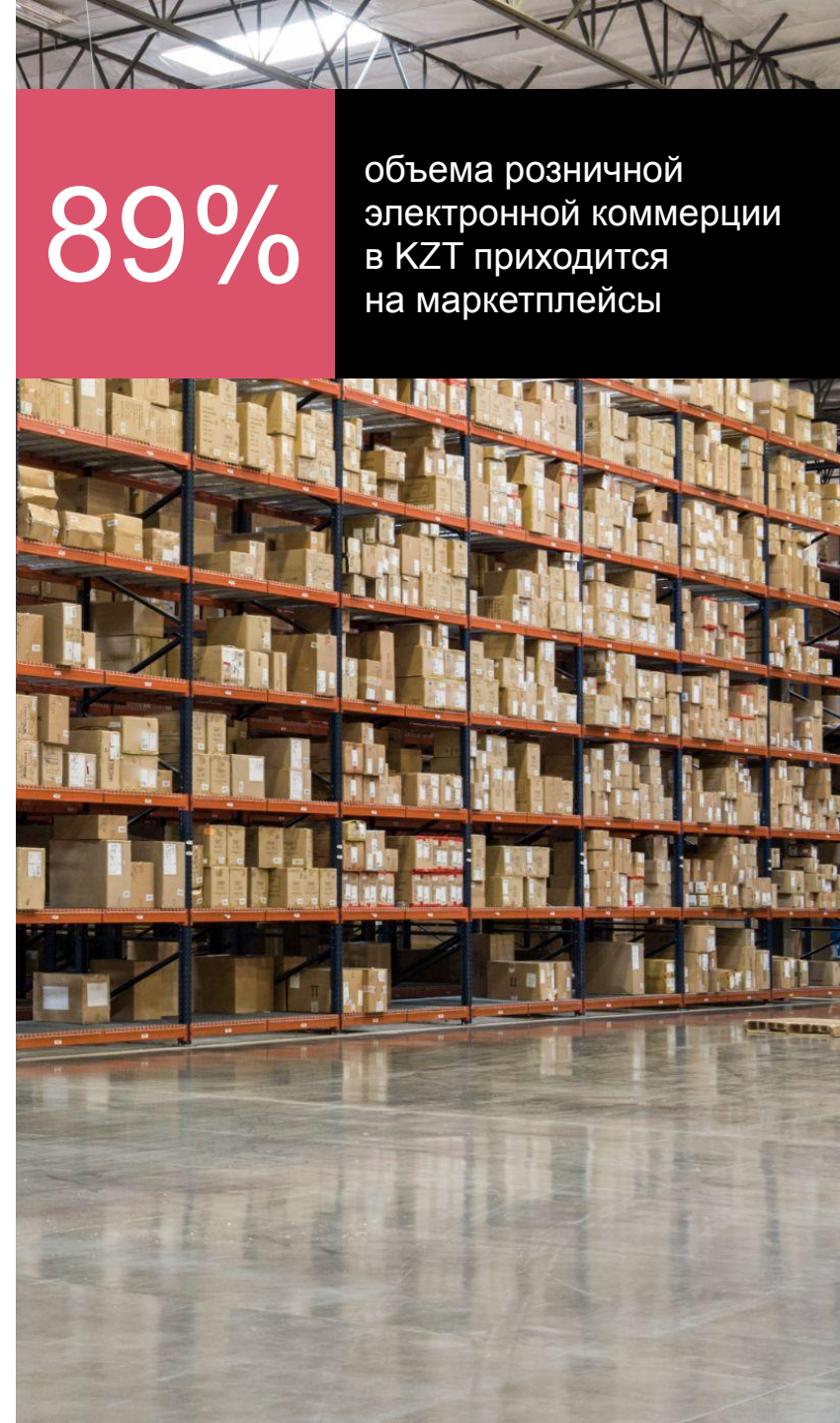
Объем продаж через маркетплейсы по итогам 2023 года вырос до 89% от объема всей розничной электронной торговли (+6 п.п. YoY, выраженный в KZT), а доля транзакций - до 93% от всех электронных покупок (+17 п.п.). В абсолютном выражении объем продаж через маркетплейсы почти удвоился (+92% YoY), а число покупок через агрегаторы возросло на 126% YoY.

Розничные онлайн-магазины отчитались о существенно более скромном абсолютном росте продаж - всего 15% YoY, а число покупок и вовсе сократилось на 46% по сравнению с 2022 годом. Закономерно, средний чек операций через маркетплейсы снизился на 15%, в то время как средний чек онлайн-магазинов вырос на 113%.

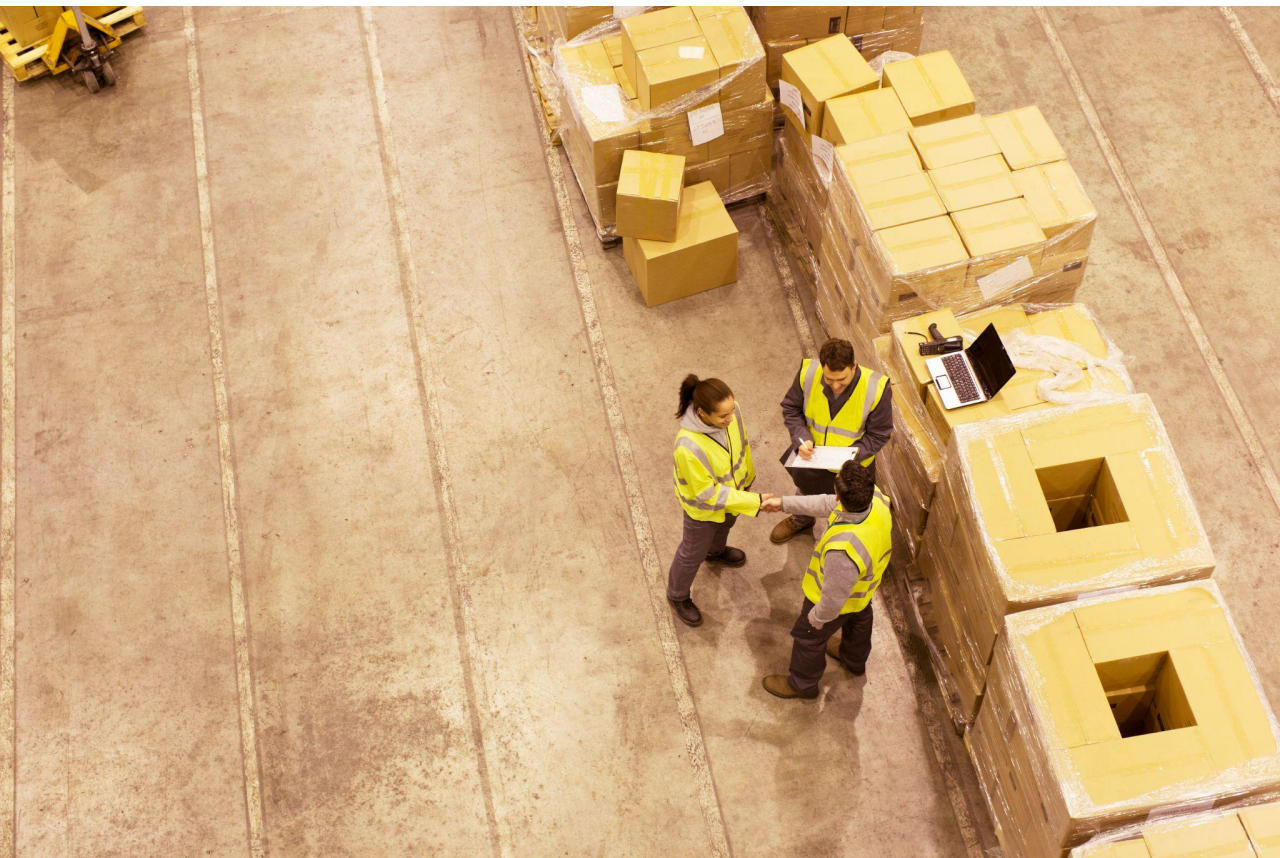
Главными драйверами роста выступили международные (показавшие рост в 3,7 раза) и в меньшей степени локальные (показавшие рост в 1,7 раза в KZT, YoY) маркетплейсы.

89%

объема розничной электронной коммерции в KZT приходится на маркетплейсы



Какие барьеры для развития розничной электронной коммерции в Казахстане возникли в 2023 году?



Рынок электронной коммерции в Казахстане продолжает активно развиваться, что говорит об отсутствии барьеров. Повышение качества дорог может значительно улучшить возможность доставлять заказы в рамках городов и по всей стране.

Kaspi.kz



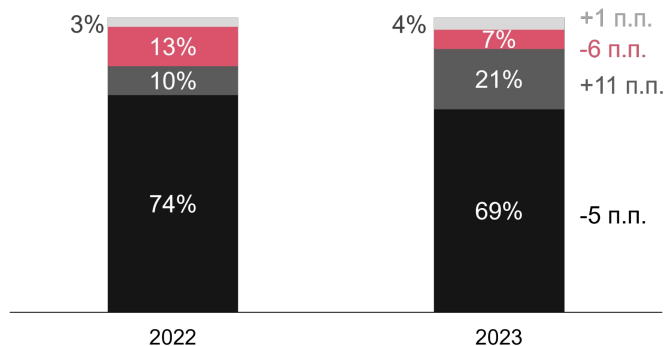
В целом рынок становится очень конкурентным за счет активного развития маркетплейсов-гигантов на рынке. Это скорее не барьер, а источник усиления конкуренции и драйвер развития рынка в целом.

Forte Market

Продажи локальных онлайн-магазинов снижаются

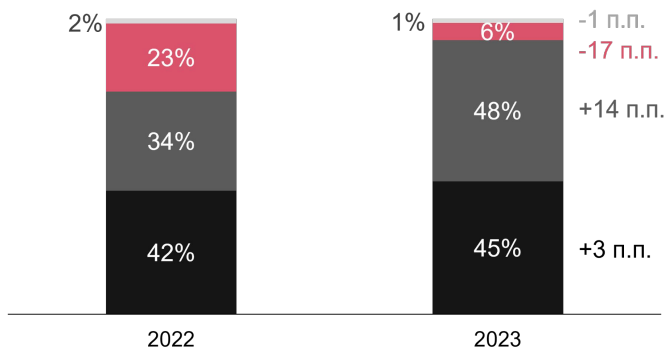
Доля продаж местных онлайн-магазинов в KZT за год упала вдвое

■ Международные онлайн-магазины ■ Местные онлайн-магазины
■ Международные маркетплейсы ■ Местные маркетплейсы



Доля местных онлайн-магазинов в транзакциях снизилась вчетверо

■ Международные онлайн-магазины ■ Местные онлайн-магазины
■ Международные маркетплейсы ■ Местные маркетплейсы



В 2023 году выручка как местных, так и международных игроков рынка, выросла, но соотношения между маркетплейсами и онлайн-магазинами трансформировались.

Местные и международные игроки рынка

Объемы продаж местных игроков выросли на 55% по сравнению с 2022 годом в KZT, и на 44% числе транзакций, в то время как международные игроки показали рост в 3,4 раза в денежном выражении и в 2,6 раза в числе заказов. Средний чек у местных участников рынка вырос незначительно (+8% YoY), а у международных площадок рост среднего чека составил 32%.

Розничные онлайн-магазины

Объемы продаж локальных розничных онлайн-магазинов за год снизились на 12%, а число продаж упало на 53% YoY. Международные онлайн-магазины, напротив, продемонстрировали солидный рост выручки (+130% в KZT, YoY) и числа операций по сравнению с 2022 годом (+62%, YoY).

Маркетплейсы

Местные и иностранные маркетплейсы показали уверенный рост. Продажи локальных маркетплейсов выросли в 1,7 раза в денежном выражении и в 2 раза в числе транзакций. Иностранные же маркетплейсы продемонстрировали рост объемов продаж в KZT в 3,7 раза и рост в 2,6 раза в количестве заказов.

Местные продавцы товаров среднего ценового диапазона все чаще отдают предпочтение продвижению через маркетплейсы, вместо того, чтобы инвестировать в развитие и поддержание собственных онлайн-магазинов. Выход на маркетплейсы предоставляет им такие преимущества, как быстрый старт, доступ к широкой аудитории покупателей, и возможность использовать логистические ресурсы площадок, экономя на доставке. Более дорогие и нишевые товары продолжают реализовываться местными игроками через онлайн-магазины, что приводит к росту их среднего чека на 44% по сравнению с 2022 годом.

Наблюдаете ли вы увеличение зарубежных игроков розничной электронной коммерции на рынке Казахстана? Если да, то как это влияет на ваш бизнес?



Да, мы наблюдаем большие инвестиции от зарубежных маркетплейсов непосредственно на рынке Казахстана, прежде всего от российских маркетплейсов, а также улучшаются логистические процессы по доставке товаров из-за границы с иностранных маркетплейсов. Все это усиливает конкуренцию на рынке.

Forte Market



Уровень проникновения электронной коммерции в Казахстане в 2-3 раза меньше по сравнению с развитыми рынками. Это говорит о большом потенциале роста для всех игроков на рынке.

Kaspi.kz



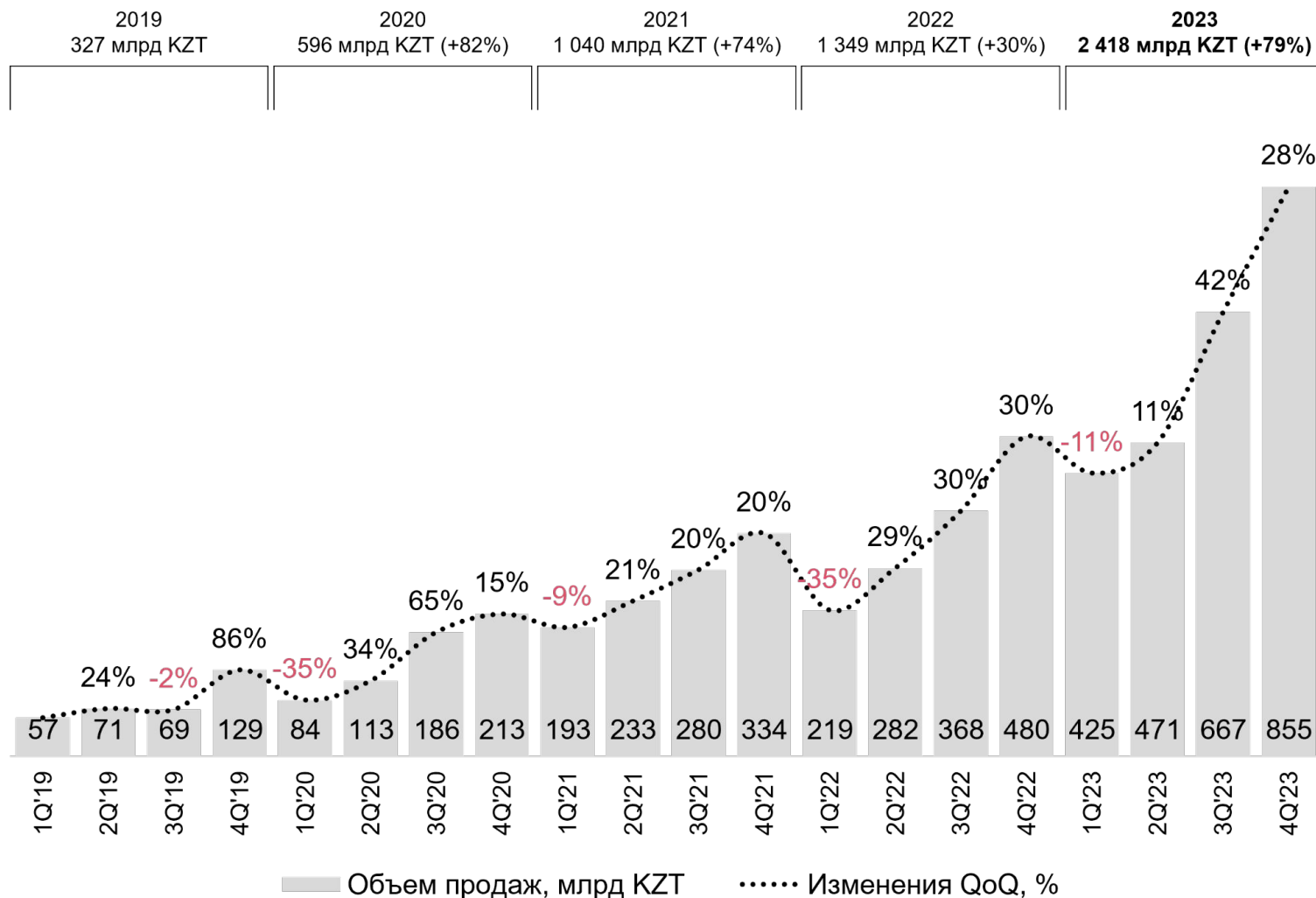
02

Объем продаж в сегменте
e-commerce и его динамика



Экспоненциальный рост и сезонная динамика

Объем продаж в сегменте e-commerce превысил 2,4 трлн KZT



Тренд объема продаж в розничной электронной коммерции представляет собой сочетание экспоненциального роста и выраженной сезонной составляющей.

В 2023 году, аналогично прошлому году, около 37% объемов продаж пришлось на первое полугодие, и 63% - на второе.

Показатели объемов продаж Q1 и Q2 снова уступают пиковым значениям предшествующего года, обусловленным повышенным спросом в период праздников и накануне. Общий нарастающий тренд пока не перекрывает это сезонное падение спроса, что и приводит к снижению объемов выручки в начале года.

79% составил рост объема продаж в KZT по сравнению с 2022 годом

Наверстывание темпов роста после вынужденной паузы

Рынок электронной коммерции продемонстрировал высокие темпы роста в каждом квартале, что в значительной мере может объясняться преодолением тех вызовов, которые отрасль встретила в прошлом году. Взамен нарушенным в результате событий 2022 года цепей поставок постепенно выстраиваются новые, свободные от санкционных рисков. Уже в 1Q'2023 рынок показал почти удвоение по сравнению с 1Q'2022, и далее темпы роста не опускались ниже +67%. Для сравнения, самые высокие показатели темпов роста в 2022 году составили +44% (в 4Q'2022).

Данные темпы роста оказались высокими даже по меркам 2021 года, на первую половину которого значительное влияние оказала пандемия COVID-19.

В 2023 году прирост объема продаж QoQ не опускался ниже 67% в каждом квартале



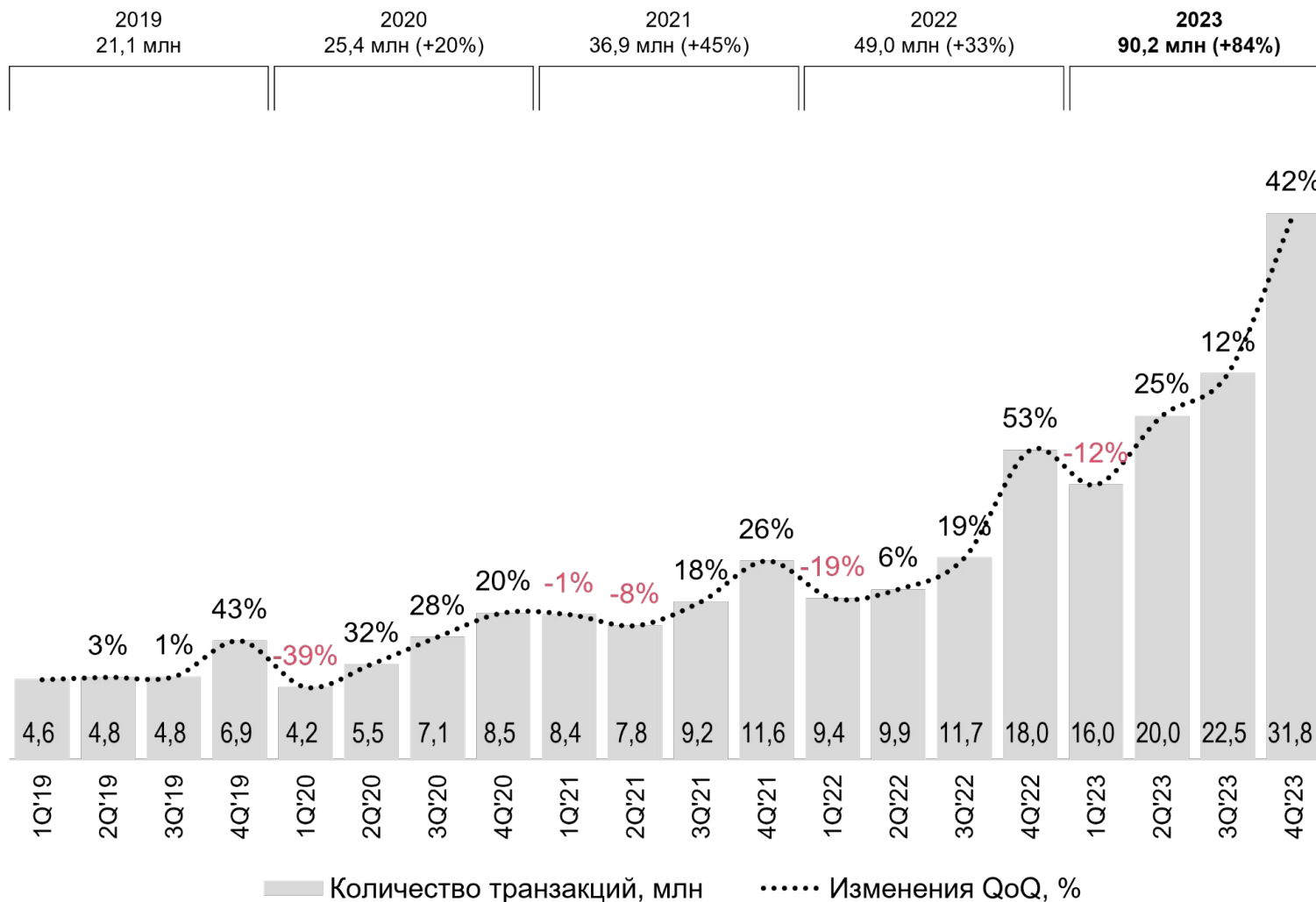
03

Число транзакций в сегменте
e-commerce и его динамика



За 4 года число онлайн покупок выросло в 4,3 раза

Число транзакций в сегменте e-commerce превысило 90 млн



Рынок электронной коммерции Казахстана находится лишь в начале своего пути, о чем говорят все возрастающие темпы роста числа заказов, совершенных онлайн.

За минувшие 4 года число заказов возросло в 4,3 раза, причем только за последний год рост числа заказов составил +84%. Так же, как и в прошлом году, почти 40% транзакций пришлось на первое полугодие, и число покупок нарастает к концу года.

Однако снижение по окончании праздничного сезона было уже не столь значительным, чтобы полностью перекрыть основной растущий тренд, и 2Q'2023 по числу транзакций уже превзошел 4Q'2022.

84%

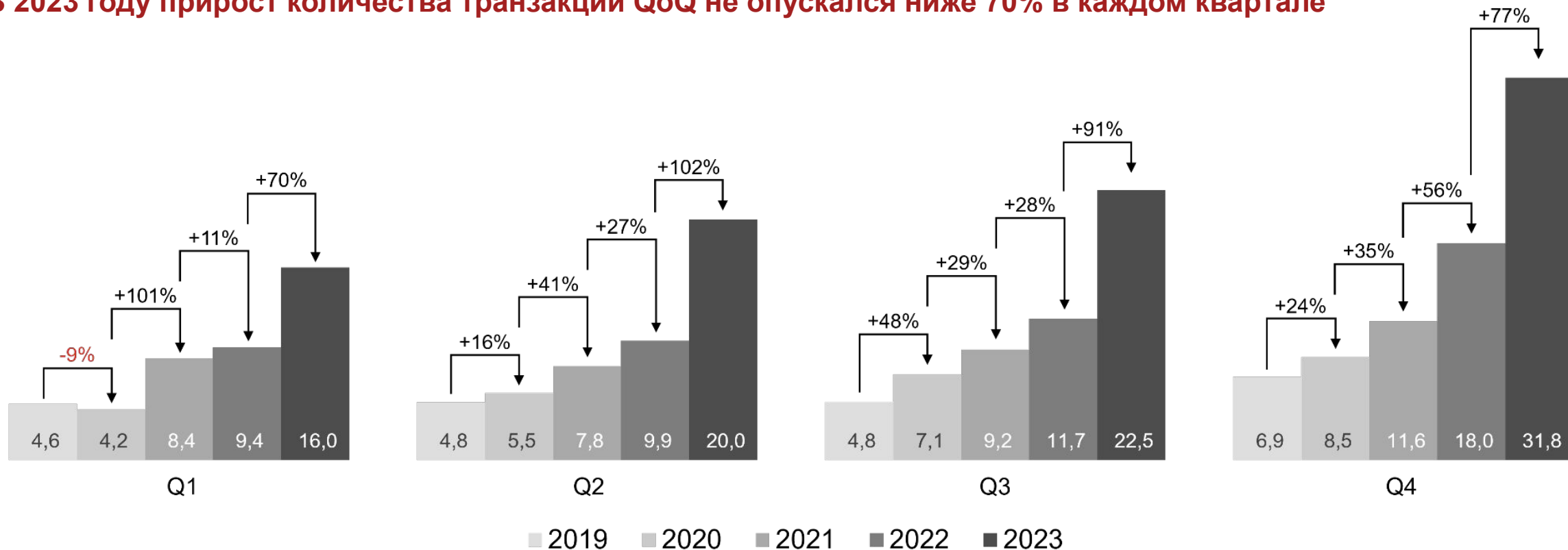
составил рост числа транзакций по сравнению с 2022 годом

Двукратный рост числа транзакций в Q2'23 и Q3'23

Так же, как и в случае с объемом продаж в денежном выражении, 2023 год стал показательным в плане роста числа транзакций. Так, в 2Q'2023 и 3Q'2023 число транзакций примерно удваивалось по сравнению с одноименными кварталами предыдущего года, а в целом динамика прироста в течение года не опускалась ниже +70%, тогда как в 2022 году максимальный квартальный прирост составил лишь +56% (4Q'2022).

Число транзакций стало расти более высокими темпами, чем объем отрасли в денежном выражении, начиная с 2Q'2023, что, вероятно, объясняется началом активной экспансии рынка маркетплейсами, которые традиционно демонстрируют более высокое число транзакций и низкий средний чек.

В 2023 году прирост количества транзакций QoQ не опускался ниже 70% в каждом квартале



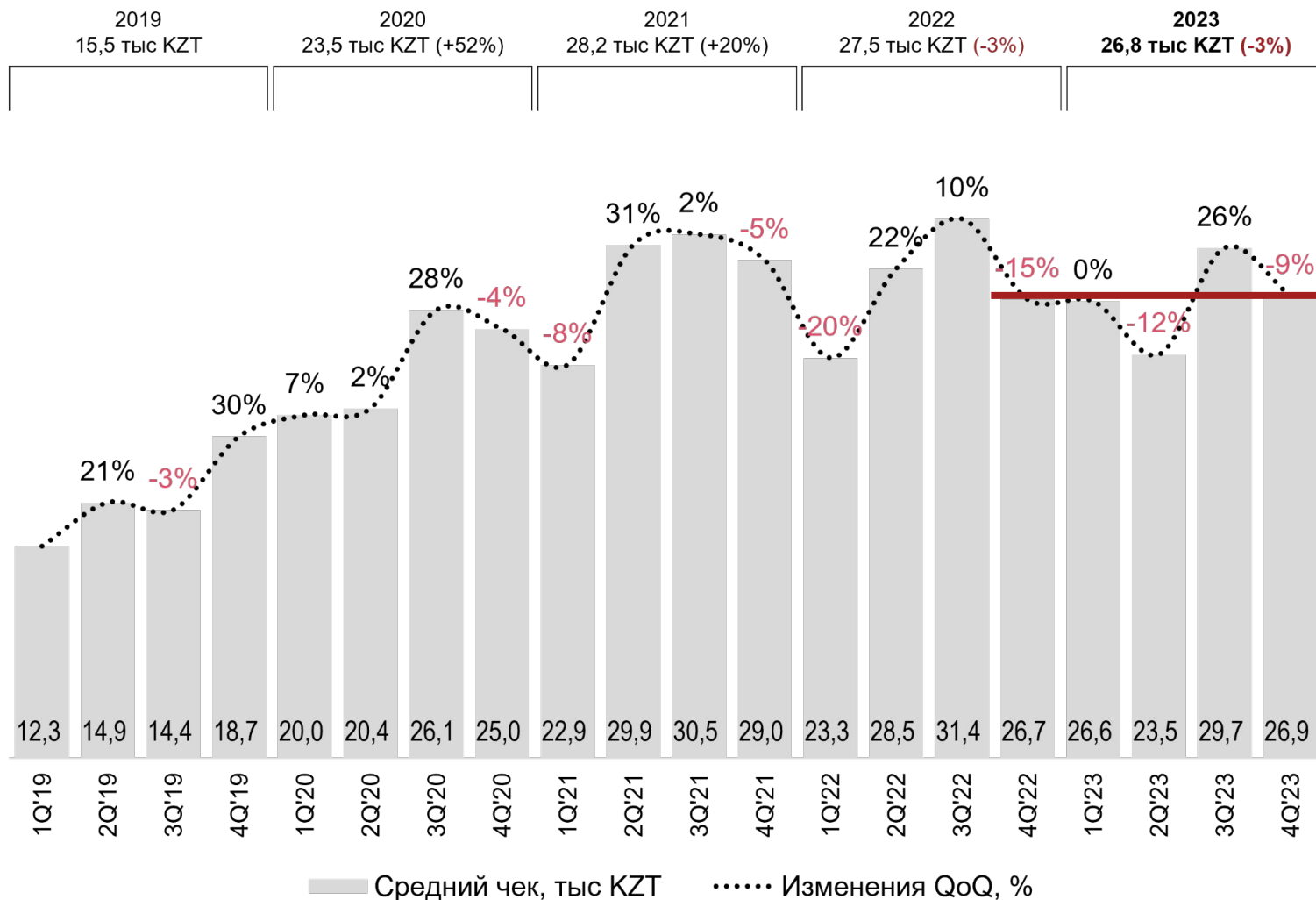
04

Средний чек в сегменте
e-commerce и его динамика



Средний чек снижается второй год подряд

В среднем чеке перестала наблюдаться сезонная составляющая спроса



На конец 2023 года средний чек составил 26,8 тысяч тенге, что является самым скромным результатом за последние 3 года.

На размер и динамику среднего чека сейчас в большей степени оказывают влияние фундаментальные изменения в соотношении популярности маркетплейсов и онлайн-магазинов, а также в соотношении местных и международных игроков.

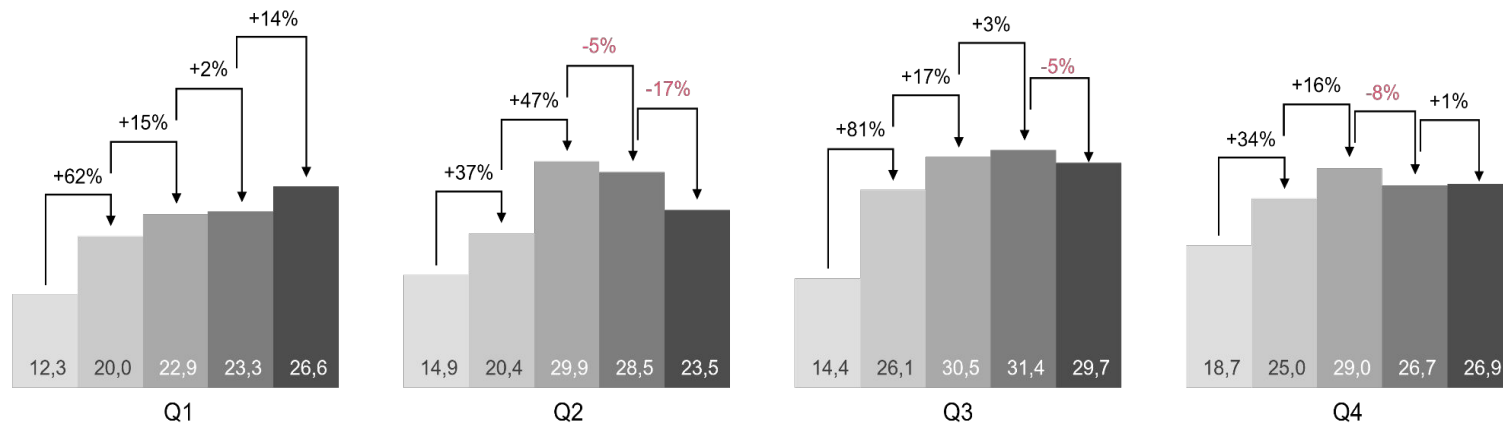
Сезонная динамика, ярко выраженная в 2019-2020 году, перестала играть определяющую роль в формировании данного показателя, и квартальные колебания среднего чека стали находиться в коридоре +/-15% от среднегодовых значений.

-3%

составило снижение среднего чека по сравнению с 2022 годом

Средний чек снижается к концу года

Средний чек, тыс KZT, и его поквартальная динамика, %

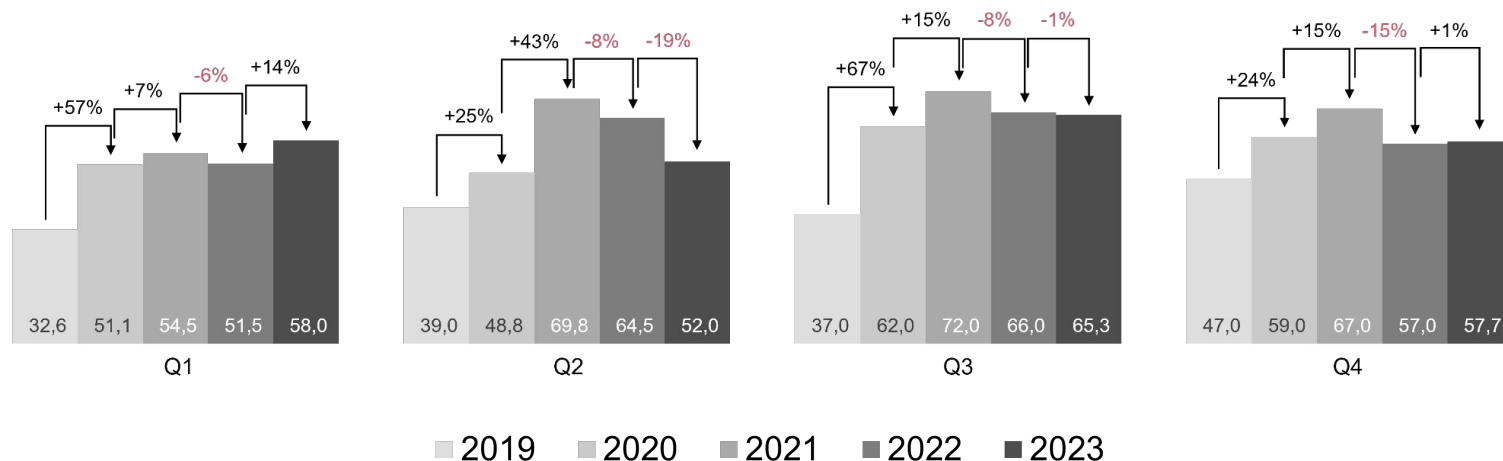


Неоднозначные тренды были отмечены в отношении среднего чека.

Так, 1Q'2023 характеризовался ростом среднего чека на 14% (как в тенге, так и в долларах США), но уже начиная со 2Q'2023 наблюдалось постепенное снижение среднего чека и в национальной валюте, и в долларовом выражении. Средний чек 4Q'2023 почти совпал с таковым по 2022 году.

Самое резкое снижение среднего чека выпало на 2Q'2023 и составило 17% в тенге и 19% в долларах США.

Средний чек, USD, и его поквартальная динамика, %



Динамика среднего чека косвенно отражает фундаментальные изменения в поведении потребителя, стремящегося к разумной экономии. Покупатели все чаще стремятся совершать покупки на агрегаторах, предоставляющих широкий ассортимент, выгодные цены и комфорт выбора не выходя из дома. Маркетплейсы предоставляют витрину для широкого круга продавцов, тем самым стимулируя конкуренцию и оказывая негативное влияние на сумму среднего чека.

■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023

Благодарность участникам

Мы глубоко признательны каждому участнику нашего исследования за уделенное время, мнение и неоценимую помощь в интерпретации результатов.

Мы надеемся, что результат наших совместных усилий будет способствовать более глубокому пониманию текущих процессов в развитии электронной коммерции Казахстана.

Команда PwC



Над опросом работали:

Над отчетом работали:

Наталья Лим, Аружан Балтаева,
Наргиз Каниева, Анна Катанугина

Контакты:

Наталья Лим

Партнер Strategy& и Лидер
консультационной практики
в регионе Евразия
natalya.lim@pwc.com

Вопросы по исследованию и запросы просим направлять:

Аружан Балтаева

Консультационные услуги
aruzhan.baltayeva@pwc.com

Юлия Ерлыкина

Маркетинг и внешние связи
yuliya.i.yerlykina@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

Астана

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

A series of horizontal dotted lines for taking notes.