

Рынок розничной электронной коммерции в Республике Казахстан

Анализ за 6 месяцев 2024 года

Ноябрь 2024



Контекст исследования

Фирма Strategy&, часть глобальной сети фирм PwC, совместно с Ассоциацией Цифровой Казахстан (АЦК) представляет результаты исследования “Анализ рынка розничной электронной коммерции* в Республике Казахстан” за 6 месяцев 2024 года.

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

В исследовании приняли участие крупнейшие представители рынка электронной коммерции в Республике Казахстан: Kaspi.kz, Halyk Market, Jusan Mart, Forte Market и другие игроки рынка, 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 3 квартале 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 первой половине 2024 года рынок розничной электронной коммерции в Казахстане продемонстрировал устойчивый рост, продолжив динамику, заложенную в 2023 году. Объем рынка достиг 1,45 трлн тенге, увеличившись на 61% по сравнению с аналогичным периодом 2023 года. Проникновение электронной коммерции составило 16,6%, что на 5,1 п.п. выше уровня первой половины 2023 года. Таким образом, Казахстан ускоренно приближается к среднемировому уровню проникновения электронной коммерции в 20,1%, опережая глобальный темп роста в 8,4%*.

Условия для развития рынка электронной коммерции остаются благоприятными, благодаря возрастающему проникновению интернета и цифровизации финансового сектора. Местные продавцы используют маркетплейсы для расширения аудитории и оптимизации затрат, а потребители выигрывают от разнообразия предложений и улучшения условий доставки.

Конкуренция выступает важным драйвером развития рынка: как локальные, так и международные маркетплейсы активно расширяют присутствие, развивая логистику, увеличивая количество пунктов выдачи заказов и постоматов, и предлагая удобные финансовые инструменты, такие как рассрочка. Это привлекает больше потребителей и стимулирует рост числа транзакций, но снижает средний чек, что отражает изменения в структуре приобретаемых товаров в сторону товаров повседневного использования. Широкий ассортимент, и конкуренция продавцов на маркетплейсах также способствуют снижению среднего чека.

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 90% рынка розничной электронной коммерции 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.
- К данному исследованию были привлечены крупнейшие игроки сектора электронной розничной торговли и банки второго уровня.
- В числе наших респондентов - Kaspi.kz, Halyk Market, Jusan Mart, ForteMarket и другие респонденты, пожелавшие сохранить конфиденциальность.
- Экспертам предлагалось предоставить данные относительно общего объема и количества онлайн продаж. Для точного определения среднемесячного курса доллара к тенге были использованы данные Национального Банка РК.

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 на 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 Наргиз Каниевой (nargiz.kaniyeva@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](#)



Содержание

Методология исследования	стр. 6
Ключевые показатели	стр. 7
1 Обзор рынка розничной электронной коммерции за 6 месяцев 2024 года	стр. 8
2 Объем продаж рынка розничной электронной коммерции	стр. 12
3 Количество транзакций на рынке розничной электронной коммерции	стр. 15
4 Средний чек на рынке розничной электронной коммерции	стр. 18
Контактные данные	стр. 22

Методология исследования

- Объем рынка розничной 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.
- Далее были определены доли отношения реальных данных компаний к предположительным данным АЦК. Усреднённые доли использовались для экстраполяции объемов продаж и числа транзакций по каждому из игроков розничного сектора электронной коммерции.
- Кросс-валидация производилась на основании агрегированных данных некоторых БВУ, участвовавших в исследовании.
- В случае выявления расхождений производилась дополнительная валидация и коррекция долей, на основании которых рассчитывался общий объем рынка розничной электронной коммерции.
- Все данные, полученные от игроков рынка, представлены в агрегированном, деперсонализированном виде, без раскрытия имени респондента и сравнения участников.
- Для целей унификации подхода к учету количества заказов игроками рынка, использовалась методология, в рамках которой несколько транзакций, сделанные одним и тем же человеком в течение одного дня, объединялись в единую транзакцию.
- Для точного определения среднемесячного курса доллара к тенге были использованы данные Национального Банка РК. Объем общей розничной торговли для расчета проникновения розничной электронной коммерции взяты с Национального Бюро Статистики РК.

* 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.

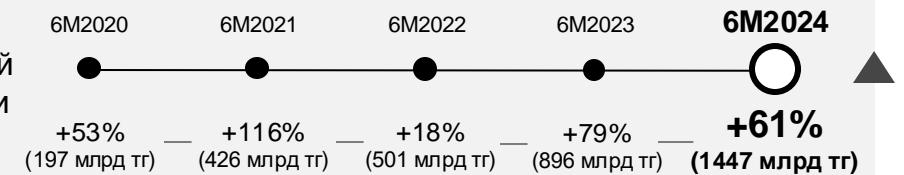




Ключевые показатели

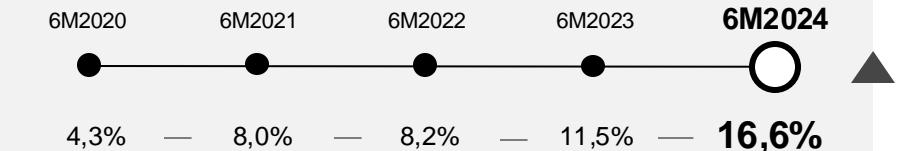
1

Объем рынка розничной
электронной коммерции



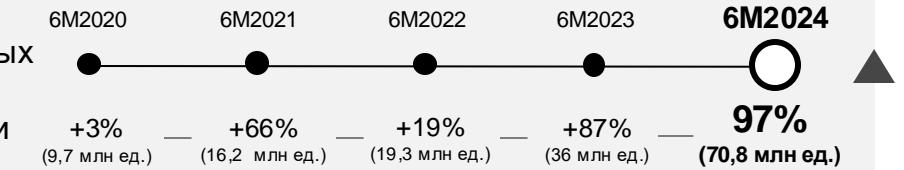
2

Доля электронной
коммерции в общем
объеме розничной
торговли



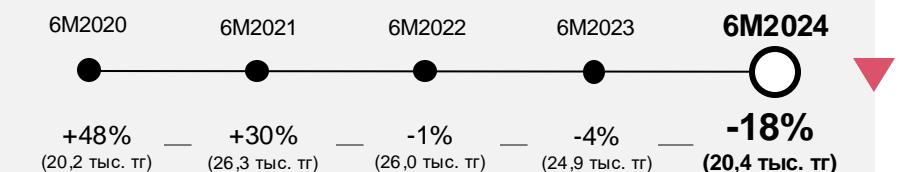
3

Количество совершенных
транзакций розничной
электронной коммерции



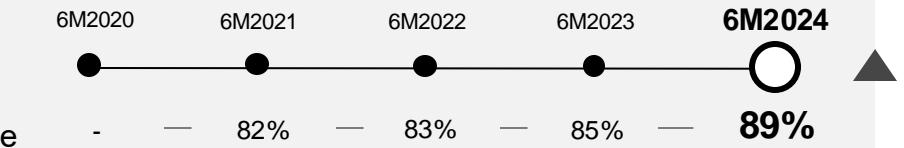
4

Сумма среднего чека



5

Доля продаж с
Маркетплейсов от
розничной электронной
коммерции в Казахстане





01

Обзор рынка розничной электронной коммерции за 6 месяцев 2024 года

Проникновение электронной коммерции уверенно растет

Объем электронной коммерции и доля в общем объеме розничной торговли в РК, по полугодиям



Количество транзакций и средний чек, по полугодиям



В первой половине 2024 года общий объем розничной электронной коммерции достиг 1 447 млрд тенге (+61% YoY), что эквивалентно 3,2 млрд долларов США. Доля розничной электронной торговли также увеличилась с 13.3% во втором полугодии 2023 года до 16.6% в первом полугодии 2024 года. Количество сделанных покупок/транзакций выросло до 70,8 млн (+97% YoY), тогда как средний чек снизился до 20,4 тысяч тенге (-18% YoY) или 45,5 долларов США (-17% YoY).

Падение среднего чека свидетельствует о все большем проникновении электронной коммерции в повседневную жизнь – доля розничной электронной коммерции в общем объеме розничной торговли в Казахстане составила 16,6% (+5.1 п.п. YoY). На усиление проникновения электронной коммерции положительно влияют множество факторов, в том числе поддержка государства в повышении уровня цифровизации и развитии электронной торговли, а также усиление конкуренции между местными и международными маркетплейсами, в результате которой потребители получают выгодные ценовые условия и более быструю, удобную доставку. Однако, потенциал роста электронной коммерции остается очень высоким.

16,6%

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

Ключевые показатели рынка электронной коммерции

Стремительный рост рынка электронной коммерции обусловлен рядом факторов, связанных с изменением потребительского поведения (где драйвером является высокая занятость и отсутствие времени на офлайн покупки), развитием цифровой и логистической инфраструктуры, высоким уровнем проникновения интернета (92,3%*) и хорошим выбором товаров на электронных площадках, что делает онлайн покупки более удобными для людей.

Маркетплейсы по-прежнему остаются ключевым драйвером розничного рынка. Важным фактором их конкурентоспособности стали: активная трансграничная торговля (онлайн площадки предлагают более широкий ассортимент), ценовая политика (в том числе скидки, акции, бонусы), улучшенный процесс доставки (срок доставки сократился и выросло количество пунктов выдачи заказов), удобные условия BNPL (Buy Now Pay Later - с оплатой в периоде 12 и 24 месяцев).

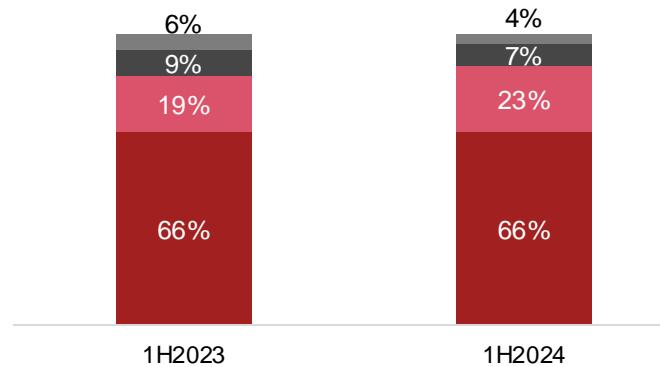
Тенденция улучшения логистических услуг продолжается, большие игроки инвестируют в складскую инфраструктуру и фулфилмент-центры для более удобной обработки, хранения и доставки заказов покупателям (переход в формат 3PL).

Показатель	1H2023	1H2024	Δ
Объем e-commerce, трлн KZT	0,9	1,45	+61% ▲
Объем e-commerce, млрд USD	2,0	3,2	+64% ▲
Число транзакций, млн	36,0	70,8	+97% ▲
Средний чек, тысяча KZT	24,9	20,4	-18% ▼
Средний чек, USD	54,6	45,5	-17% ▼
Проникновение e-commerce	11,5%	16,6%	+5,1 п.п. ▲

* Источник: Datareportal Digital 2024: Kazakhstan

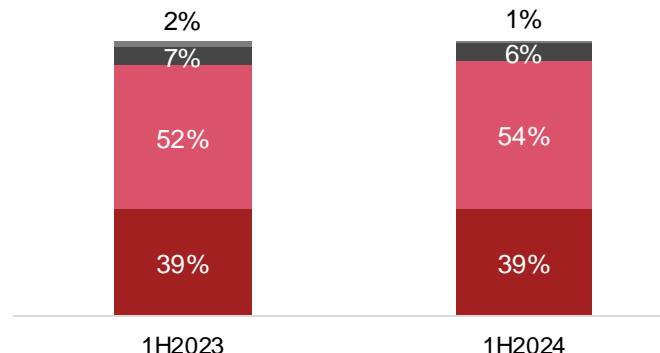
Доля маркетплейсов в продажах в KZT за год выросла почти на 4 п.п.

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



93% всех транзакций приходится на маркетплейсы

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

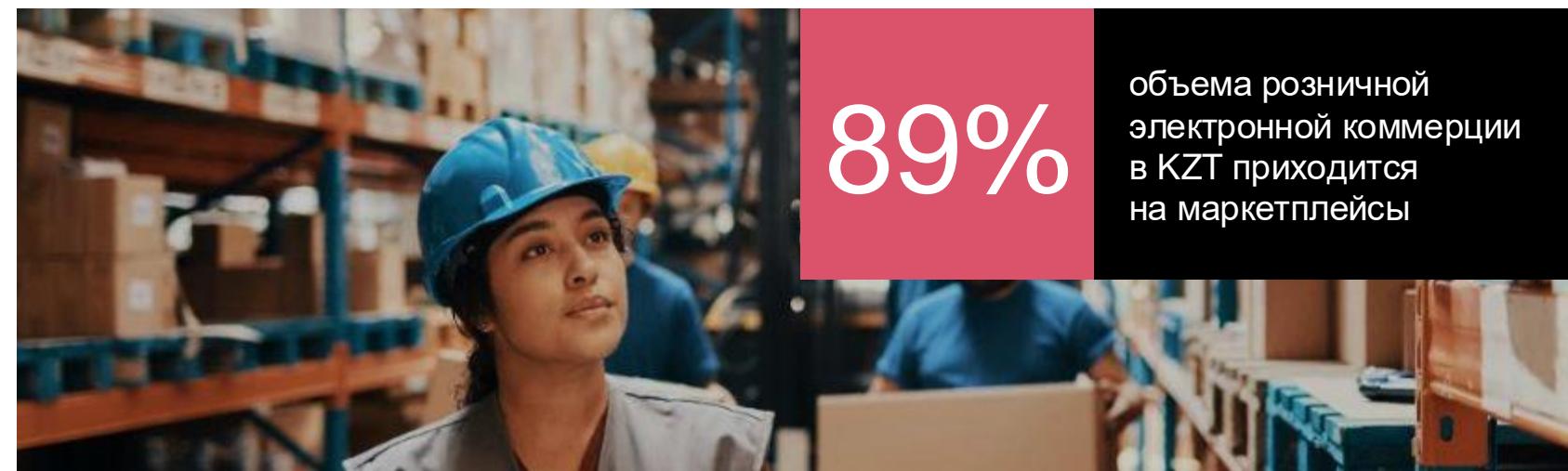


Маркетплейсы усиливают позиции на рынке

В первой половине 2024 года выручка как местных, так и международных игроков рынка, выросла, при этом тенденция к увеличению доли маркетплейсов, наблюдавшаяся в 2023 году, сохранилась. Продажи через маркетплейсы достигли 89% от общего объема розничной электронной торговли в тенге (+4 п.п. в сравнении с первым полугодием 2023 года), а доля транзакций увеличилась до 93% (+2 п.п.). Привлекательность маркетплейсов для клиентов обусловлена широким ассортиментом товаров и возможностью легко отслеживать скидки и сравнивать цены разных продавцов.

Местные маркетплейсы удерживают лидирующую долю на рынке по объему продаж в тенге – 66% от объема всей розничной электронной коммерции в Казахстане.

В то же время, международные маркетплейсы активно наращивают присутствие в Казахстане, привлекая покупателей конкурентными ценами. Рост продаж в тенге на этих платформах составил почти 96% в годовом выражении, а количество транзакций увеличилось на 103%.



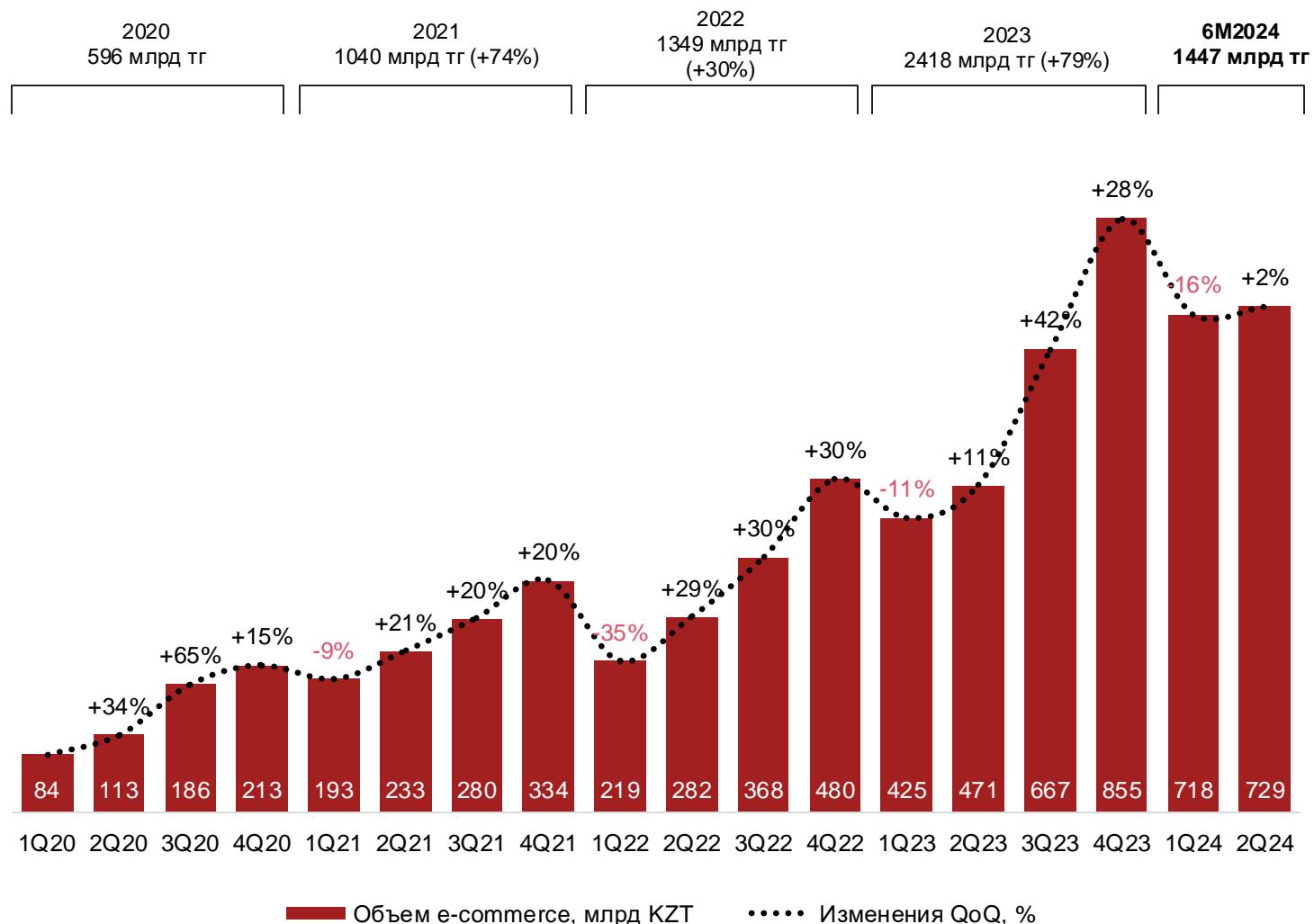
02

Объем продаж рынка розничной электронной коммерции



Сезонная динамика и замедляющийся рост

Общий объем электронной коммерции по кварталам в KZT



61%

составил рост объема рынка электронной коммерции в KZT по сравнению с первым полугодием 2023 года

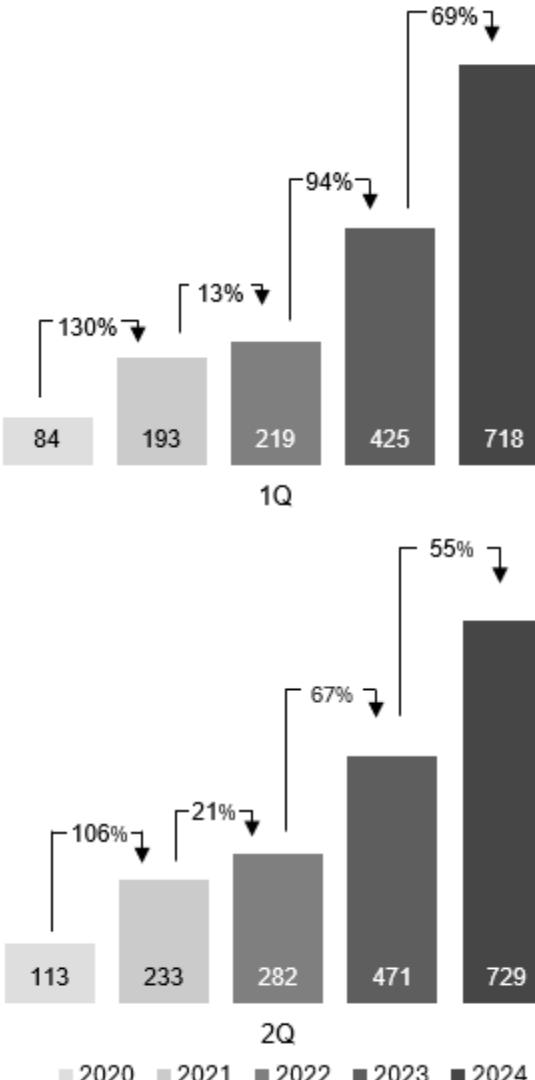
В первой половине 2024 года объем рынка розничной электронной коммерции в Казахстане показал значительный рост на 61% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, достигнув 1 447 миллиардов тенге. При этом, исторически тенденция роста демонстрирует отчетливую сезонную зависимость – в 2022 и 2023 годах только около 37% годового объема продаж приходилось на первое полугодие.

Отмечается небольшое снижение темпов роста — так, в 1Q 2024 года продажи сократились на 16%, в то время как в 1Q 2023 – только на 11%, а рост в 2Q 2024 составил всего 2%, что является самым низким показателем для второго квартала за весь анализируемый период.

Отмечаем небольшое замедление роста по кварталам и за весь период в целом (несмотря на то, что рост все еще остается значительным в Казахстане, так как например, ежегодный глобальный прирост электронной коммерции составляет 8,4%*). Это ожидаемая динамика постепенного насыщения рынка.

* Источник: eMarketer Worldwide Retail Ecommerce Forecast 2024 Midyear Update

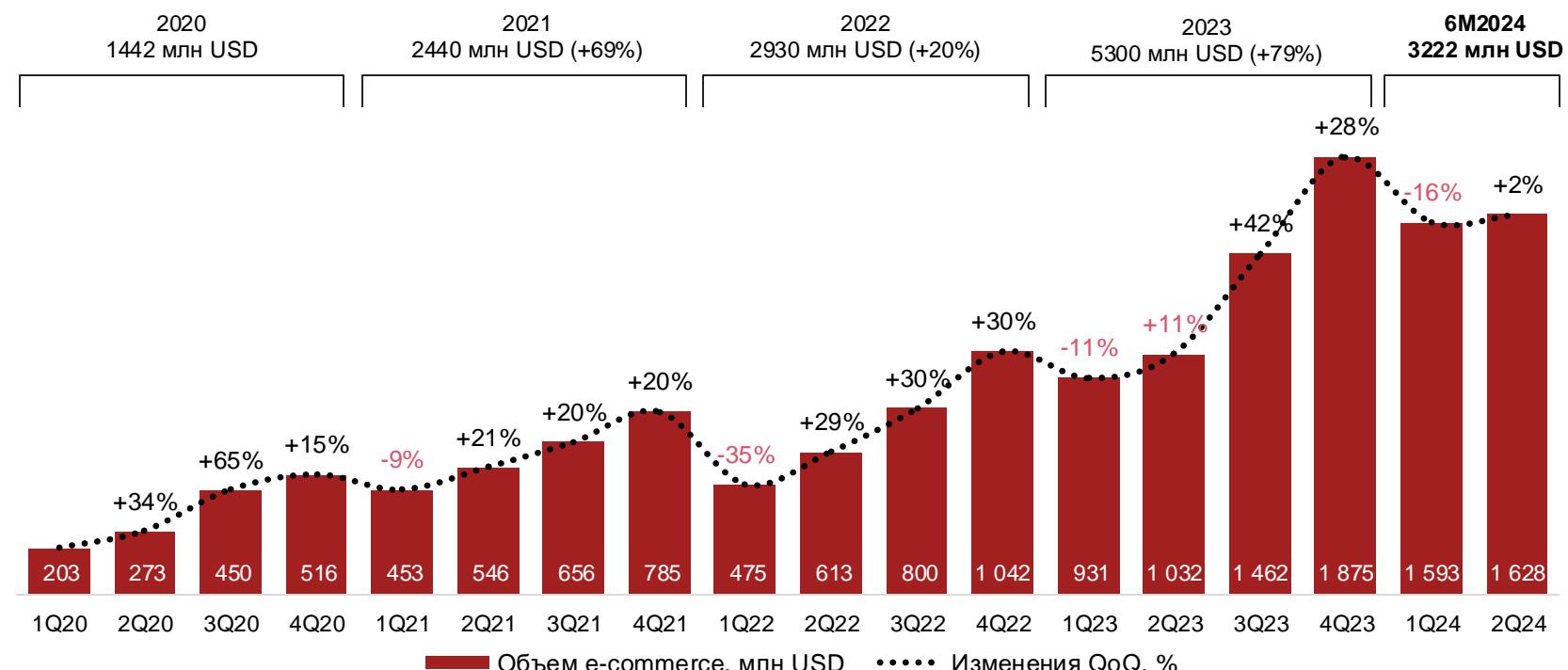
Динамика изменения объема e-commerce по кварталам YoY в KZT



Анализ динамики объемов розничной электронной коммерции по кварталам показывает, что в первой половине 2024 года рынок электронной коммерции демонстрировал уверенный рост по сравнению с аналогичными кварталами 2023 года. Однако темпы прироста оказались ниже, чем в предыдущем году. Это снижение частично объясняется эффектом высокой базы: в 2023 году рынок активно восстанавливался после турбулентностей 2022 года, демонстрируя рекордные темпы роста.

Динамика объемов розничной электронной коммерции в долларах следует аналогичным трендам, что обусловлено относительной стабильностью обменного курса тенге в первой половине 2024 года. Это позволило избежать значительных валютных колебаний, сохранив динамику продаж в KZT и USD на сопоставимом уровне.

Общий объем электронной коммерции по кварталам в USD



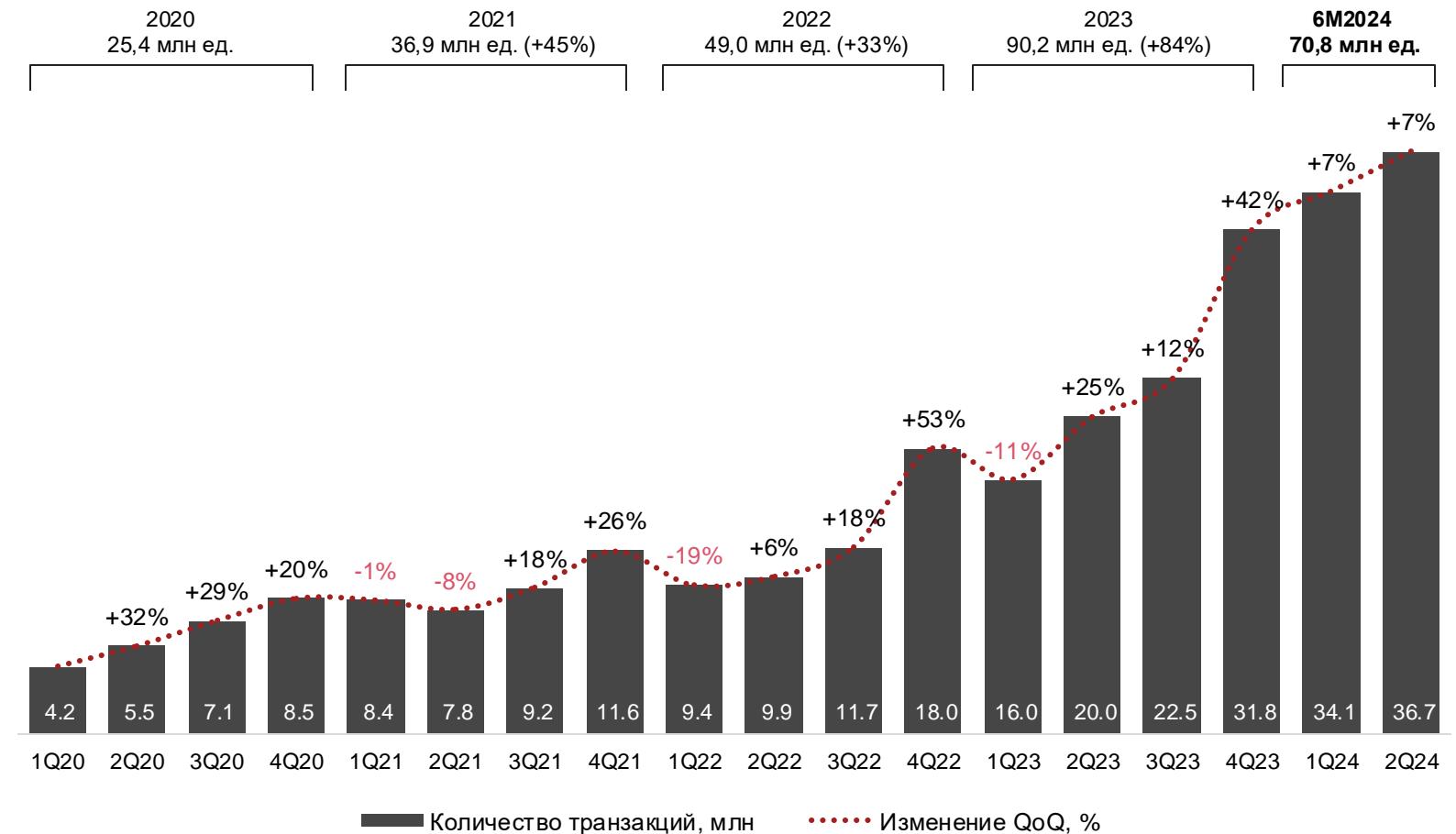
03

Количество транзакций на рынке розничной электронной коммерции



Транзакции растут несмотря на сезонный спад в объеме рынка

Динамика изменения количества транзакций по кварталам



97%

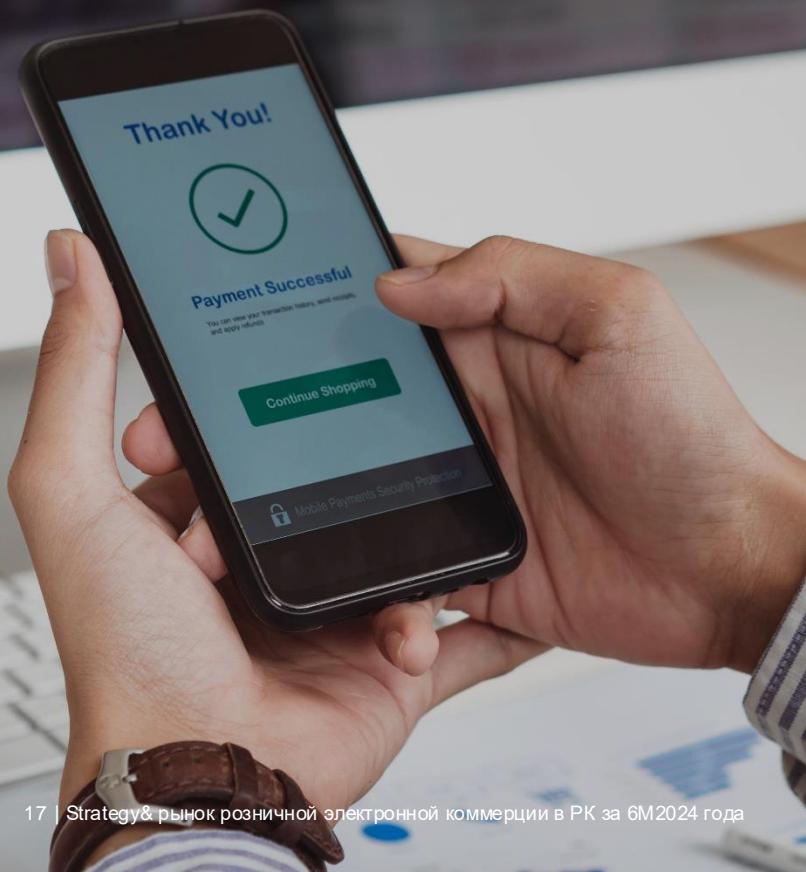
составил рост числа транзакций по сравнению с 1 полугодием 2023 года

Онлайн-покупки становятся неотъемлемой частью повседневной жизни, что подтверждается устойчивым ростом числа транзакций. Несмотря на снижение общего объема электронной коммерции в тенге на 16% в первом квартале 2024 года, количество транзакций выросло на 7% и продолжило расти во втором квартале.

Одним из основных факторов увеличения количества транзакций стали активное проникновение маркетплейсов на рынок, с их широким ассортиментом товаров повседневного спроса и низкой минимальной суммой заказа. Это дало возможность покупателям оформлять покупки более мелкими заказами, что стимулировало их к более частым транзакциям и поддерживало рост активности на рынке электронной коммерции.

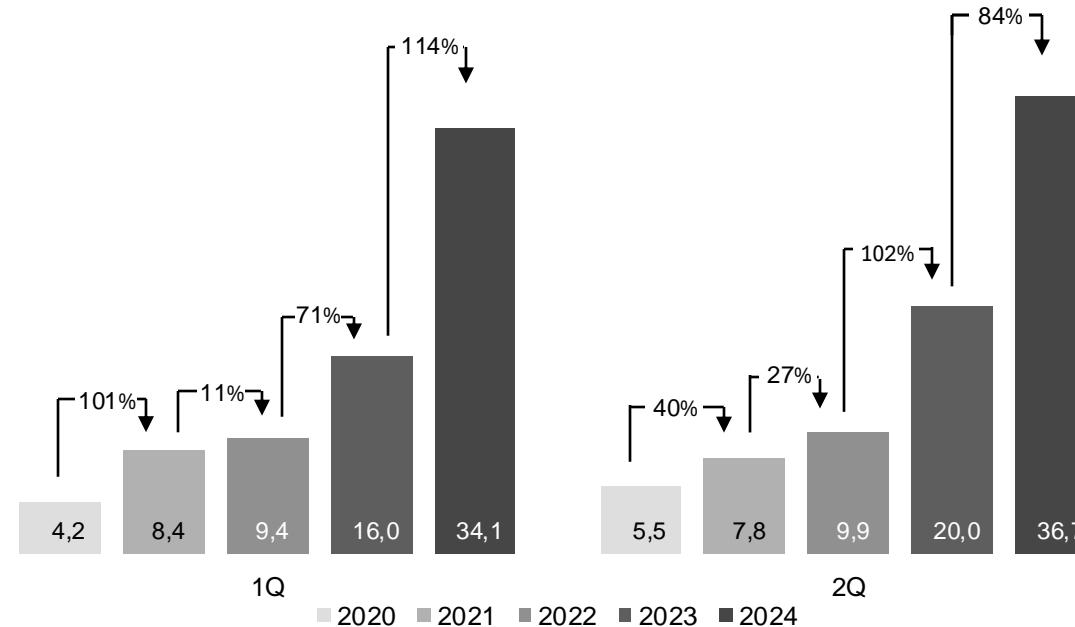
114%

составил рост числа транзакций в 1Q'24 по сравнению с 1Q'23



Максимальный темп роста количества транзакций в 1 квартале 2024 года

Годовые изменения количества транзакций, сравнение по кварталам



Первое полугодие 2024 года стало показательным в плане роста числа транзакций. В первом квартале рост транзакций, составивший 114% YoY, отметился как максимальный за весь анализируемый период.

Так же, как и в 2023 году, число транзакций росло более высокими темпами, чем объем рынка в денежном выражении, что, вероятно, объясняется активной экспанссией рынка маркетплейсами, которые традиционно демонстрируют более высокое число транзакций и низкий средний чек благодаря низкому минимальному порогу заказа (или его отсутствию в целом).



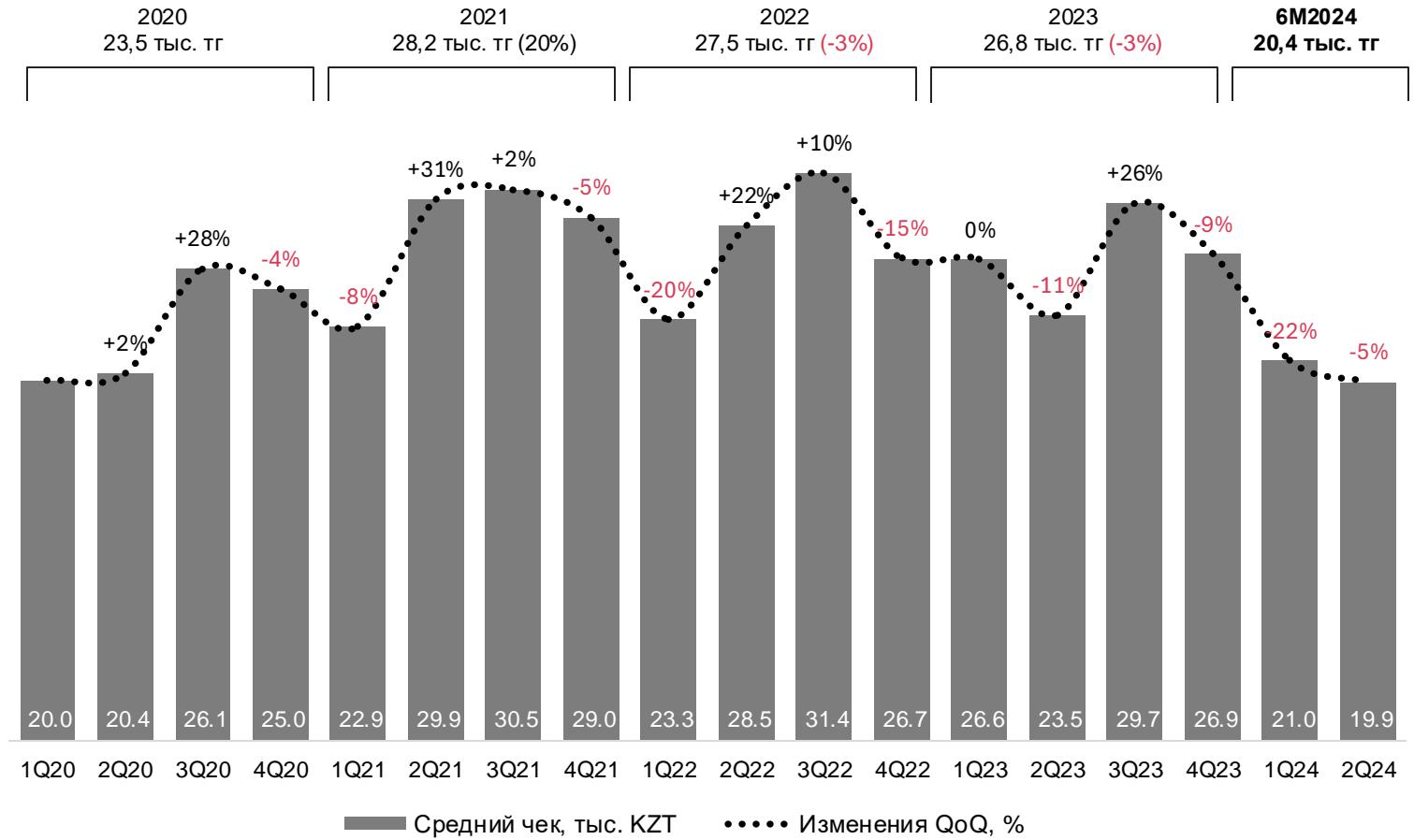
04

Средний чек на рынке розничной электронной коммерции



Средний чек снижается третий год подряд

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



составило снижение среднего чека по сравнению с 1 полугодием 2023 года

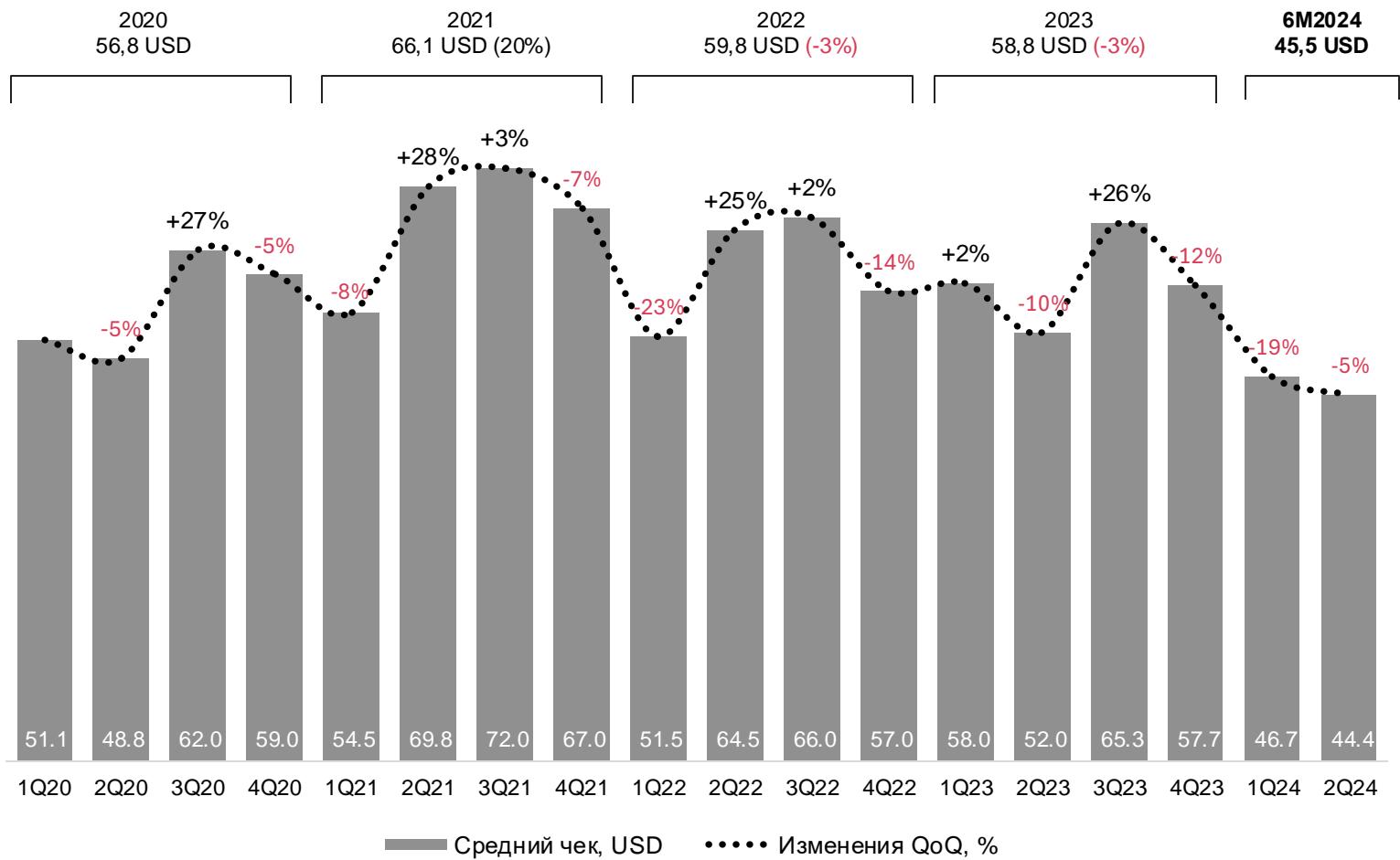
-18%

В первом полугодии 2024 года средний чек в электронной коммерции Казахстана достиг своего исторического минимума – 20,4 тысяч тенге, что демонстрирует снижение на 18% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Такая динамика связана с изменениями в структуре приобретаемых товаров и предпочтениями потребителей.

Рынок электронной коммерции продолжает расти, но одновременно меняется характер покупок. Если ранее значительную долю среднего чека формировали крупные товары, такие как бытовая техника и электроника, то сейчас наблюдается смещение в сторону более мелких и недорогих позиций. Покупатели всё чаще выбирают товары, которые удовлетворяют повседневные потребности, что объясняется расширением ассортимента и развитием доставки (особенно последней мили).

Средний чек отражает изменения в структуре покупаемых товаров

Средний чек, USD, и его поквартальная динамика, %



Отмечается рост онлайн-продаж в таких категориях как лекарства, косметика, товары для дома и e-grocery. Увеличение доли этих категорий в общей структуре онлайн-продаж повлияло на снижение среднего чека, так как всё больше потребителей предпочитают покупать товары повседневного использования через интернет.

Продавцы на маркетплейсах также вносят вклад в динамику среднего чека. Стремление привлечь новых покупателей приводит к расширению ассортимента товаров и акценту на доступность. Многие продавцы снижают цены и ориентируются на товары, которые чаще покупаются, но имеют более низкую стоимость. Это помогает увеличивать объем продаж, но снижает среднюю стоимость транзакций.

Благодарим

Мы выражаем искреннюю признательность всем участникам исследования за их вовлеченность, профессиональную экспертизу и ценный вклад в интерпретацию результатов.

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

Команда PwC Казахстан и Strategy& Евразия



Над опросом работали:

Над отчетом работали:

Наталья Лим,
Виктория Горланова,
Анастасия Чеснокова,
Наргиз Каниева

Контакты:

Наталья Лим

Партнер Strategy& и Лидер консультационной практики в регионе Евразия

natalya.lim@pwc.com

Вопросы по исследованию и запросы

просим направлять:

Виктория Горланова

Консультационные услуги

viktoriya.gorlanova@pwc.com

Юлия Ерлыкина

Маркетинг и внешние связи

yuliya.y.yerlykina@pwc.com



Офисы PwC в Казахстане

Алматы

Бизнес-центр "AFD", здание «А»,
4 этаж, пр. Аль-Фараби, 34
Алматы, Казахстан, А25Д5F6 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
