

Анализ рынка розничной электронной коммерции в Республике Казахстан

Апрель 2023



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 2022 года. В исследовании приняли участие крупнейшие представители рынка электронной коммерции в Казахстане: Mechta.kz, Kaspi.kz, Sulpak, Halyk Market, Ozon Marketplace в Казахстане, ForteMarket и другие респонденты, пожелавшие сохранить конфиденциальность.

Результаты исследования отражают:

- Обзор рынка розничной электронной коммерции за 12M2022
- 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.



Наталья Лим

Партнер,
Лидер консультационной
практики в регионе Евразия

Индустрия розничной электронной коммерции заметно выросла за последние 5 лет и продолжает развиваться, оказывая влияние на поведение и привычки потребителей во всем мире. Пользователи могут быстро и легко сравнивать цены на товары и услуги онлайн, а также экономить время и деньги, избегая посещения физических магазинов. Для бизнеса отслеживать и изучать развитие электронной коммерции - это уже не просто интерес, а необходимый элемент постоянной аналитики.

Несмотря на достаточно турбулентный и неопределенный 2022 год, события которого оказали влияние практически на все индустрии, рынок розничной электронной коммерции в Казахстане продолжил свой умеренный рост и составил 1,3 триллиона тенге, что на 30% больше, чем в предыдущем году. Исходя из нашего анализа, самыми важными факторами, повлиявшими на рост рынка, оказались высокий уровень цифровизации в Казахстане и растущий спрос на онлайн-покупки среди потребителей. Например, согласно базе данных ООН, в 2022 году Казахстан занял 15-е место в мире по уровню электронного участия (EPI) и 28-е место по развитию электронного правительства (EGDI). Растет также и проникновение электронной розничной коммерции в общей розничной торговле. В 2022 году этот показатель составил 8,2% (в 2021 году - 7,5%). Годовой прирост продаж с маркетплейсов составил 32%, а продажи онлайн магазинов увеличились на 18%. Результат нашего анализа также показал, что на локальные площадки пришлось около 87% от общего объема продаж в 2022 году. *

Динамика изменения количества транзакций по кварталам показала значительное отличие от роста продаж в 2022 году. Общее количество транзакций составило 49 млн единиц, что на 33% больше, чем в 2021. Сумма среднего чека снизилась на 3% и составила 27,5 тысяч тенге в 2022 году, что по нашему мнению было обусловлено ростом транзакций. При этом стоит учесть, что количество транзакций зависит от стоимости доставки. На средний чек влияют реальные доходы населения (которые выросли в 2022 году на 14% в годовом выражении по сравнению с 2021 годом), инфляция (2021: 8.4%, 2022: 20.3%) и количество транзакций (2021: 36,9 млн ед., 2022: 49 млн единиц). Интересно отметить, что в 2022 году средняя сумма транзакции с онлайн магазинов превысила среднюю сумму покупки с маркетплейсов почти на 17%, тогда как в 2021 году наблюдался противоположный тренд. Средняя сумма транзакции с локальных площадок в 2022 году превысила среднюю сумму покупки с международных площадок почти в 5 раз.

Все данные, полученные от игроков рынка, представлены в агрегированном, деперсонализированном виде, без раскрытия имени респондента и сравнения участников.

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 электронной розничной торговли и банки второго уровня. В числе наших респондентов - Mechta.kz, Kaspi.kz, Sulpak, Halyk Market, Ozon Marketplace в Казахстане, ForteMarket и другие респонденты, пожелавшие сохранить конфиденциальность.

В исследовании были проанализированы данные за 12 месяцев 2022 года. Экспертам предлагалось ответить на вопросы относительно общего объема и количества онлайн продаж. 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.

Кроме того, респондентам было предложено поделиться мнением о развитии рынка розничной электронной коммерции в 2022 году, трендах, барьерах и об изменениях в поведении потребителей, которые влияют на развитие бизнеса.

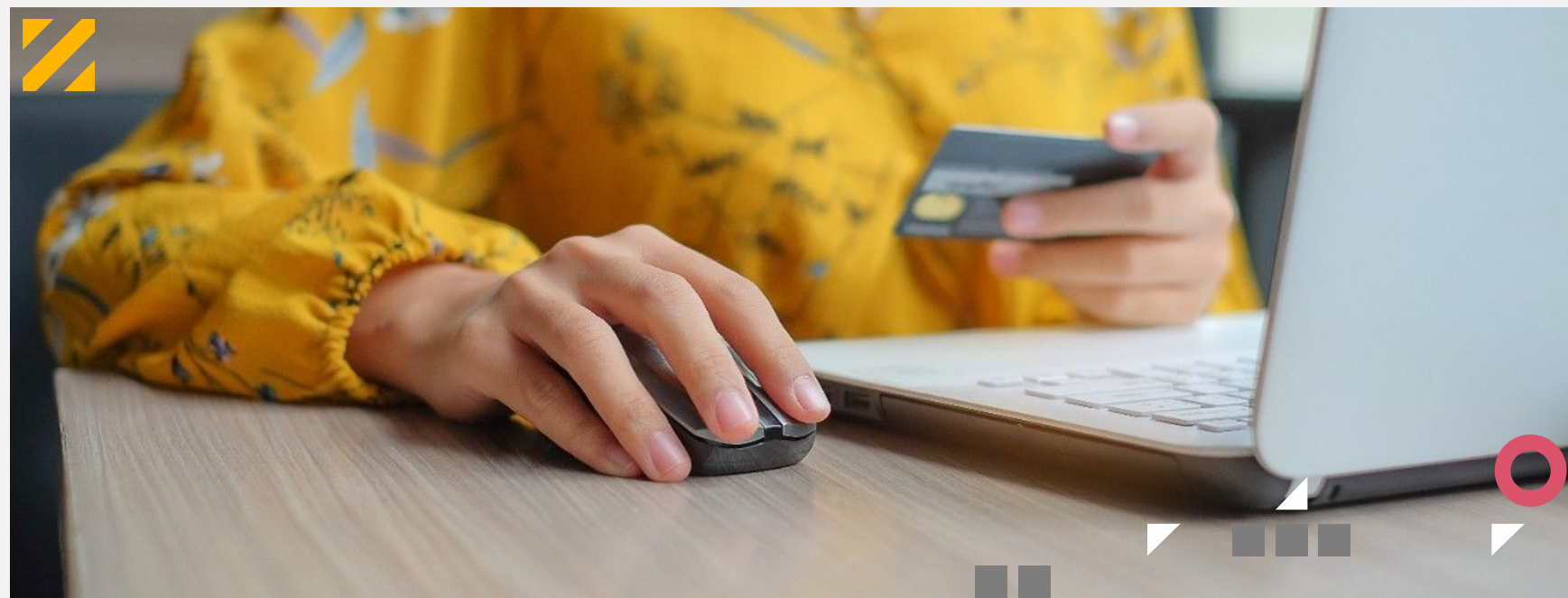
Наш анализ рынка розничной электронной коммерции в Республике Казахстан выходит на регулярной основе, 2 раза в год. Мы анализируем данные по полугодиям, что дает нашим читателям возможность более детально ознакомиться с динамикой и изменениями в представленных показателях, а также узнать мнение игроков.

Дополнительно мы разработали инструмент в формате дэшборда (Retail Ecommerce Dashboard), где можно увидеть данные в дополнительных разрезах, а также сравнить их 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.

В случае если вы заинтересованы в получении доступа Retail Ecommerce Dashboard, просим вас связаться с Мариной Ким (marina.k.kim@pwc.com) или Викторией Горлановой (viktoriya.gorlanova@pwc.com).

Опрос для подготовки выпуска данного отчета был проведен в марте 2023 года.



Содержание



Методология исследования

стр. 6

Основные выводы

стр. 7

1

Рынок розничной электронной коммерции за 12M2022

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



Методология исследования

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 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 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.

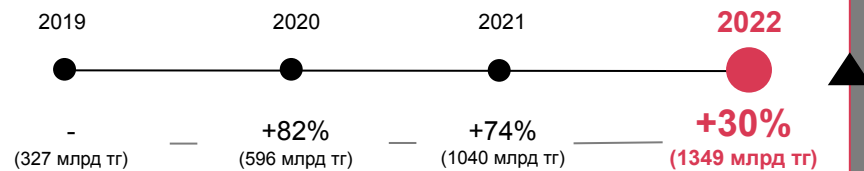
После этого цифры перепроверяются путем перекрестной сверки с агрегированными данными некоторых банков второго уровня, участвовавших в исследовании. В случае расхождений доли корректируются, и, в результате, выводится объем рынка розничной электронной коммерции.



Основные выводы

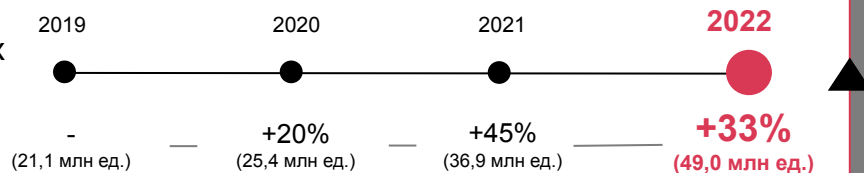
01

Объем рынка розничной электронной коммерции



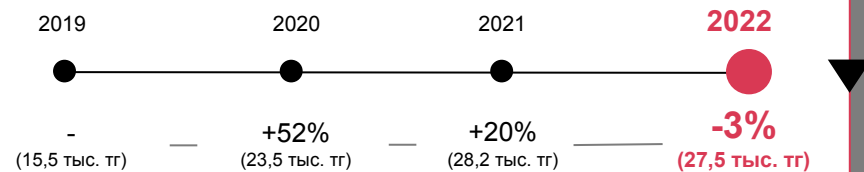
02

Количество совершенных транзакций розничной электронной коммерции



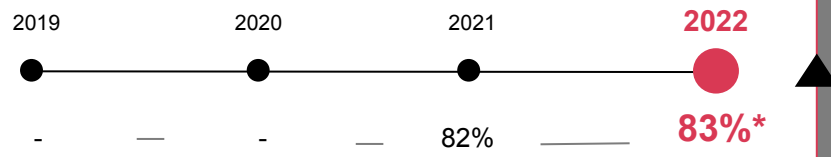
03

Сумма среднего чека



04

Доля продаж с маркетплейсов от розничной электронной коммерции в Казахстане



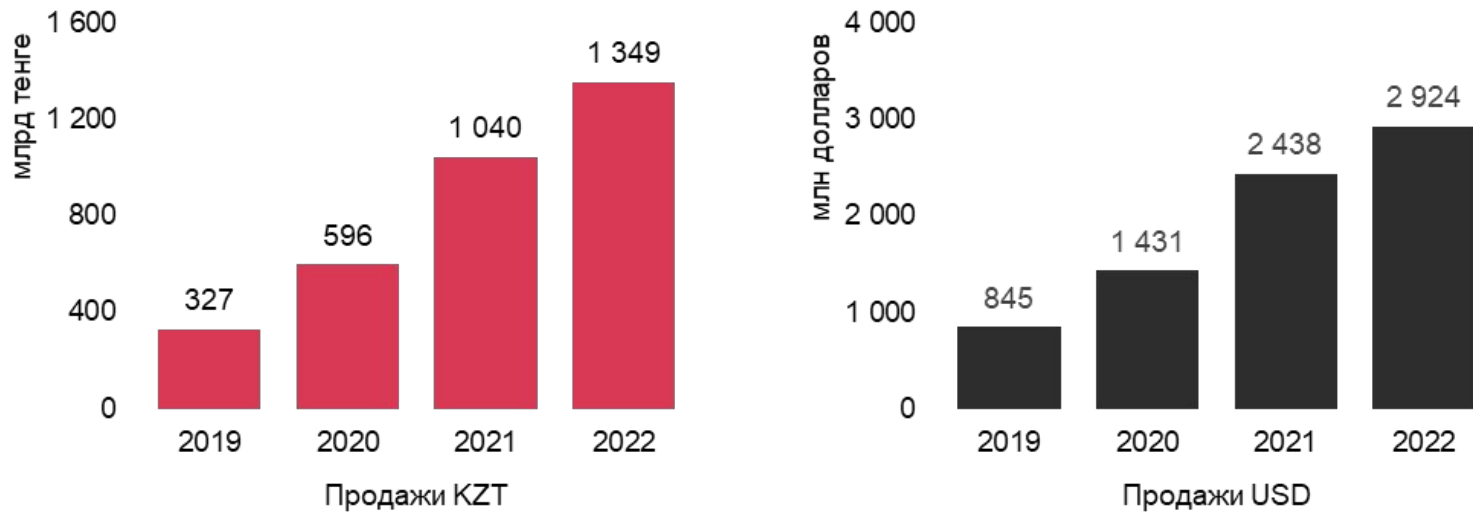


01

Рынок розничной
электронной
коммерции
12M2022



Общий объем продаж за периоды 2019, 2020, 2021, 2022 годы



Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

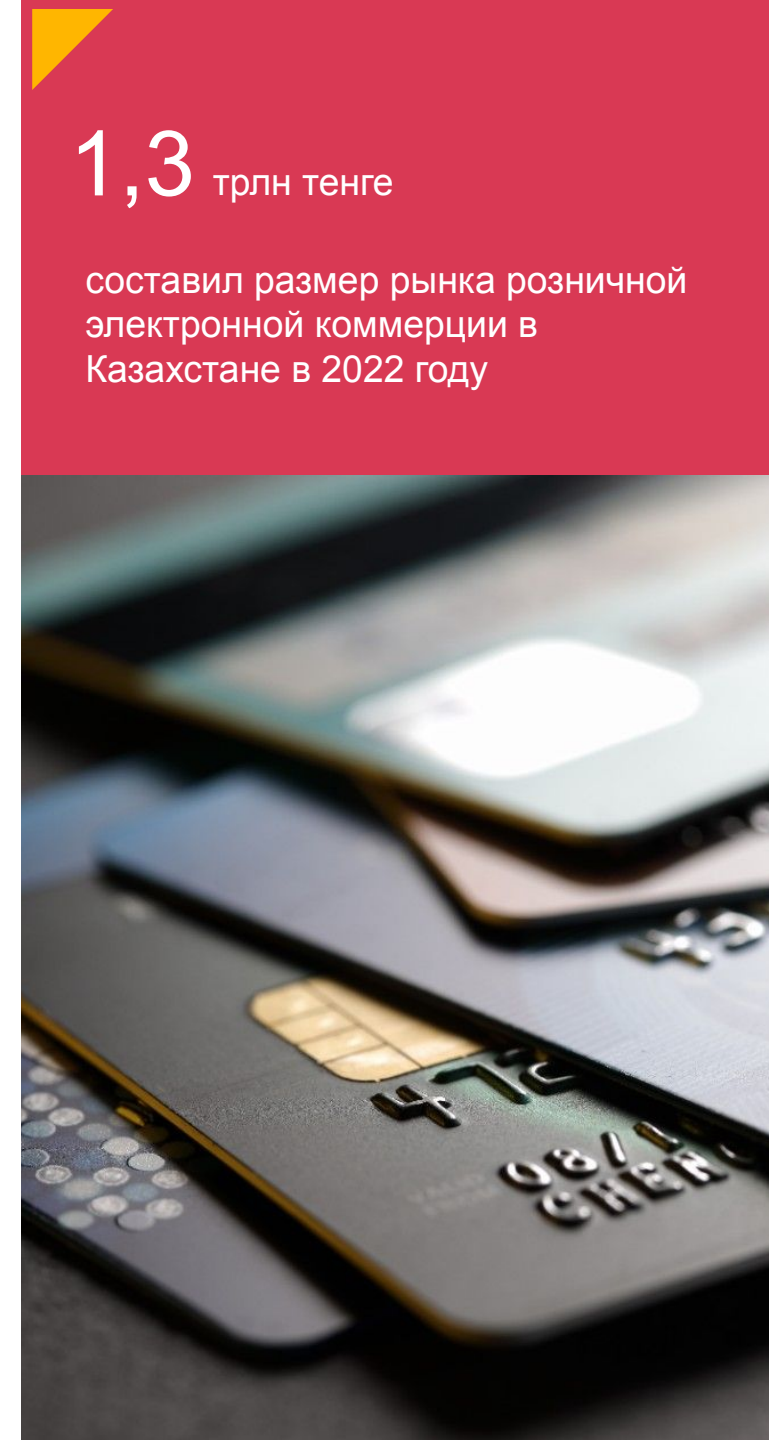
Рынок розничной электронной коммерции в Казахстане продолжил рост в 2022 году, однако, как ожидалось, темпы роста замедлились в сравнении с 2021 годом. Общий объем продаж в 2022 году составил более 1,3 триллиона тенге, что на 30% больше, чем в предыдущем году, в то время как в 2021 году рынок вырос почти в два раза.

Одним из важных факторов развития рынка является высокий уровень цифровизации в Казахстане. К примеру, согласно глобальной базе данных ООН*, Казахстан занял 15-ое место в мире по уровню электронного участия EPI и 28 место по развитию электронного правительства EGDI. Переход государственных услуг в онлайн формат и непрерывная работа бизнеса над удобствами пользования электронными площадками, развитием маркетплейсов на рынке, способствуют большому количеству мерчантов, расширению категорий товаров и дальнейшему росту розничной электронной коммерции. В свою очередь, у потребителей сформировался поведенческий паттерн приобретать товары и услуги онлайн, что также драйвит экономику к развитию цифровизации в стране.

*United Nations E-Government Development Database (UNeGovDD) <https://publicadministration.un.org/egovkb/Data-Center>

1,3 трлн тенге

составил размер рынка розничной электронной коммерции в Казахстане в 2022 году

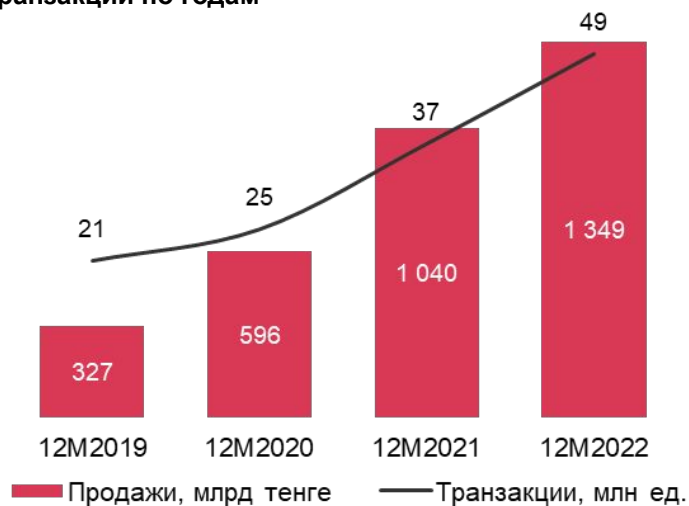


В 2021 году наблюдался значительный рост как в объемах продаж (почти в 2 раза) так и в количестве транзакций (почти в 1,7 раза) по сравнению с 2020 годом. 2022 год характеризуется меньшим ростом данных показателей - 30% и 33% соответственно.

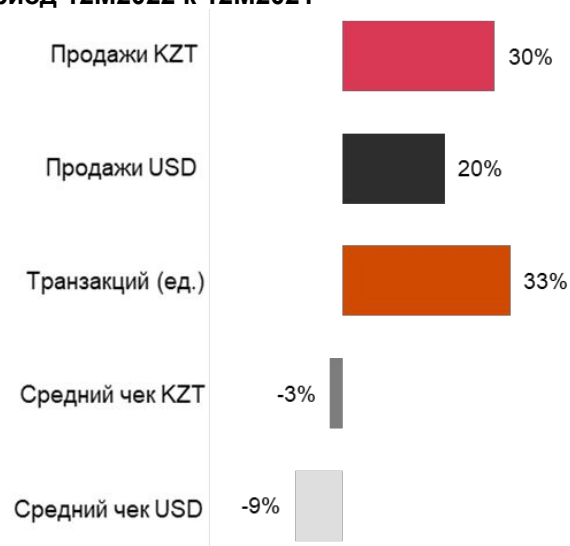
Рост транзакций превысил рост продаж следуя тенденции первого полугодия 2022 года, что привело к снижению среднего чека в тенге на 3%, а в долларах - на 9%. Вероятно, вследствие роста инфляции в 2022 году и снижения покупательской способности, потребители приобретать больше товаров первой необходимости, чем, к примеру, электронику и бытовую технику.

Несмотря на постепенное снижение темпов роста основных показателей рынка, проникновение электронной розничной коммерции в общей розничной торговле продолжает расти, достигнув 8,2% в 2022 году (в 2021 году - 7,5%)*. Доля продаж с маркетплейсов в 2022 году также продолжает увеличиваться, достигнув 83% по сравнению с 82% в 2021 году. Годовой прирост продаж с маркетплейсов составил 32%, тогда как продажи онлайн магазинов увеличились на 18%.**

Динамика изменения объема продаж и количества транзакций по годам



Изменения ключевых показателей в сравнении за период 12M2022 к 12M2021



Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

*Объем розничной торговли был рассчитан на основе данных Бюро Национальной Статистики (stat.gov.kz)

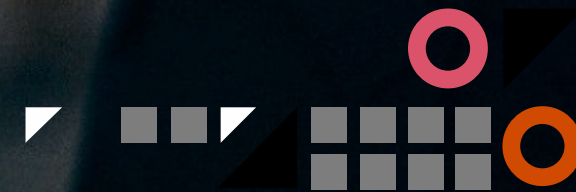


Текущая геополитическая ситуация привела к ряду изменений. Одно из важнейших, это то, что большинство контрактов с поставщиками были переведены из РФ в Европу, либо на локальный рынок. Процесс перехода достаточно затяжной, поэтому часть ассортимента выпала. А самое основное, что это привело к увеличению стоимости и времени на логистику.



02

Объем продаж
рынка розничной
электронной
коммерции



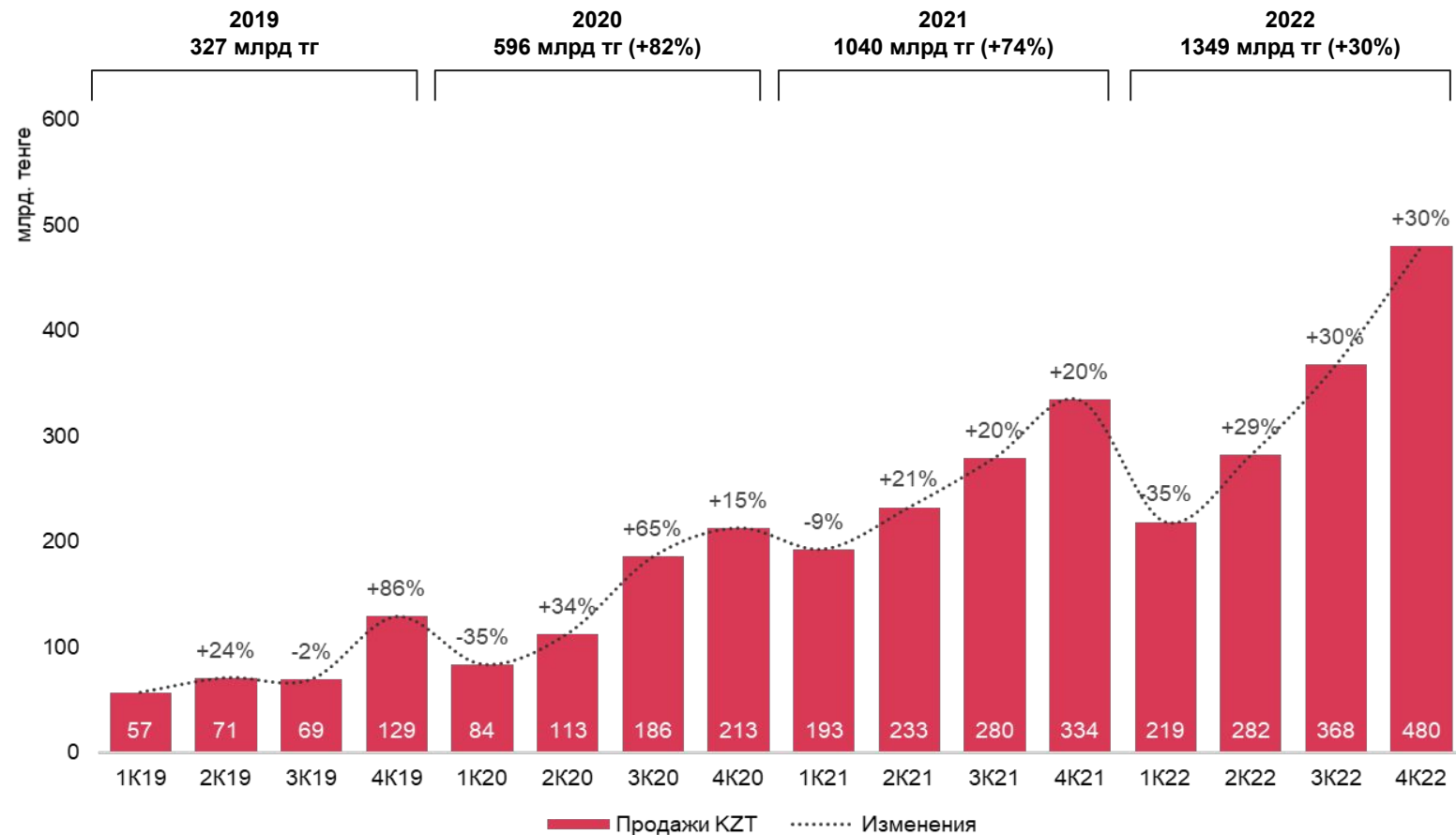
В 2022 году наблюдался равномерный рост продаж на 29-30% начиная со второго квартала. В первом квартале отмечается ожидаемое снижение уровня продаж в послепраздничный период, что соответствует динамике предыдущих лет. Можно также заметить, что процентное снижение в 35% повторило тренды последнего доковидного периода, что может свидетельствовать о нормализации развития рынка после последствий пандемии.

Четвертый квартал 2022 года не оправдал ожиданий по росту продаж и продолжил следовать трендам предыдущего года. Принимая во внимание тренды доковидного периода, к концу года обычно ожидается значительное увеличение продаж ввиду праздничного периода, различных предновогодних акций и распродаж. Однако квартальный прирост продаж значительно не отличался от предыдущих кварталов вероятно за счет снижения покупательской способности.

на **35%**

снизились продажи в 1K2022 по сравнению с предыдущим кварталом

Динамика изменения продаж по кварталам



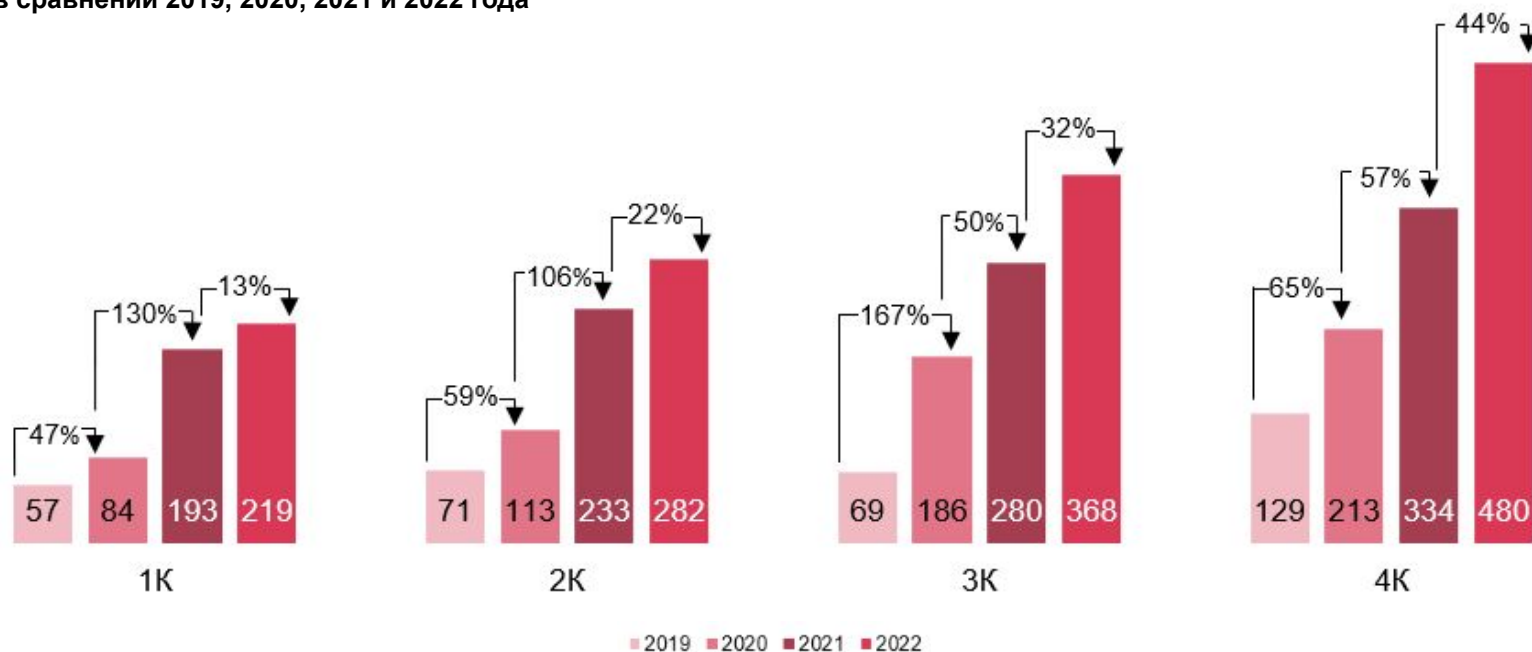
Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

Несмотря на то, что объем продаж в 4K2022 не показал ожидаемого значительного роста в сравнении с другими кварталами, тем не менее анализ годовых изменений показал, что максимальный прирост пришелся на четвертый квартал. Таким образом, продажи в 4K2022 составили 480 млрд тенге, что на 44% больше чем в аналогичном периоде 2021 года.

Интересно отметить, что объем продаж только в 4K2022 составил более 80% от годового объема продаж 2020 года, и превысил годовой объем продаж 2019 года почти в 1,5 раза.

Анализ продаж по типу площадок (локальных и международных) показал, что на локальные площадки пришлось около 80% от общего объема продаж в 2022 году (в 2021 году - 79%). Также наблюдался схожий годовой рост объема продаж местных и международных игроков (32% и 27% соответственно).

Годовые изменения объема продаж в KZT по кварталам и в сравнении 2019, 2020, 2021 и 2022 года



Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

480 млрд тенге
составил объем продаж в тенге в 4K2022



В 2022-м году произошел резкий рост онлайн-покупок продуктов питания. Это новая для индустрии электронной коммерции Казахстана вертикаль, в которой ранее доля онлайн-покупок была незначительной. Покупатели все больше вовлекаются в онлайн покупки товаров повседневного спроса. Более чем в 5 раз выросли заказы в таких категориях, как Продукты питания, Аптека, Товары для дома, Детские товары, Красота и здоровье, Товары для животных.

03

Количество
транзакций
на рынке розничной
электронной
коммерции



на **53%**

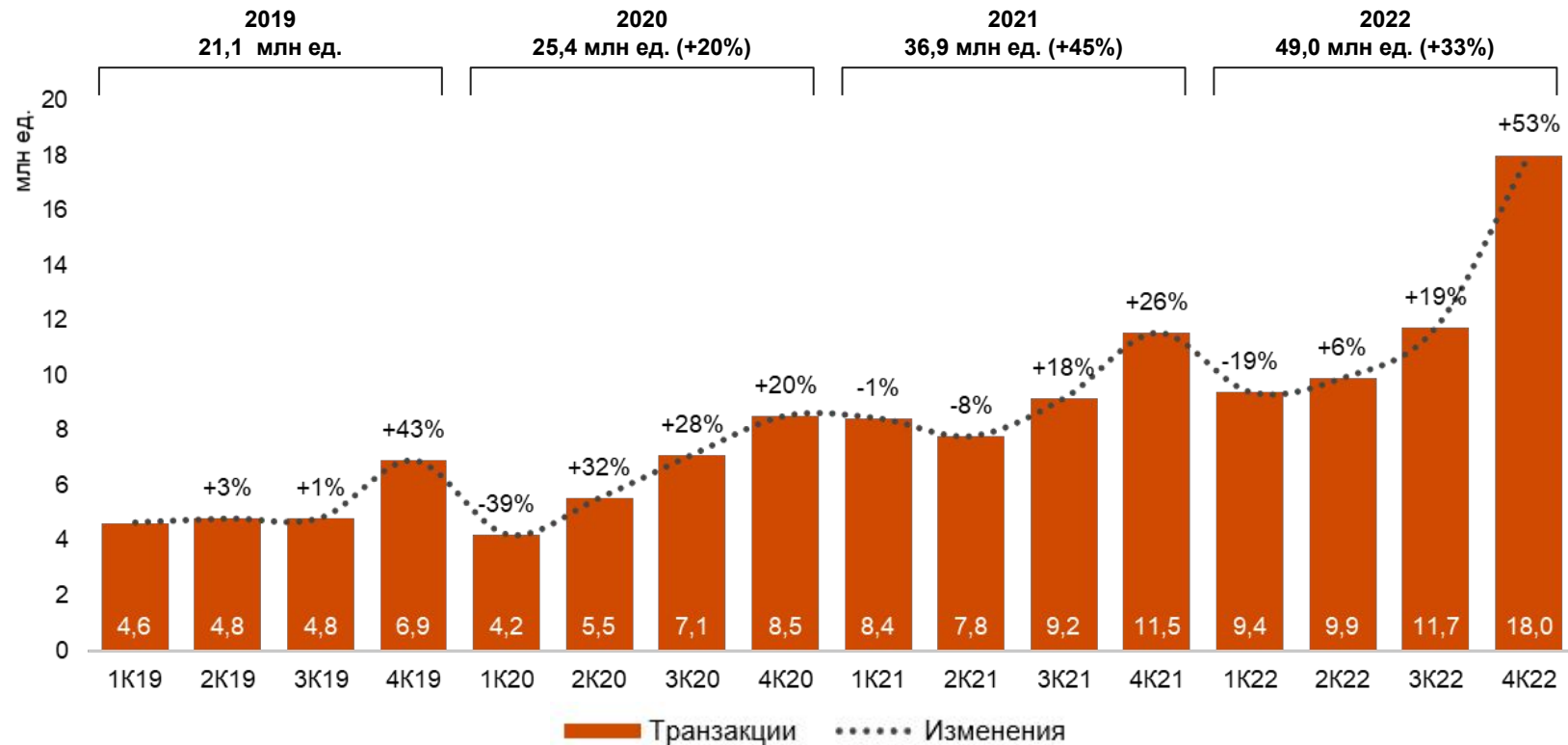
повысилось количество транзакций в 4К2022 по сравнению с предыдущим кварталом

“

В этом году будет прослеживаться тренд на укрепление позиций крупных игроков на рынке за счёт расширения сервиса услуг для покупателей. Многие e-commerce игроки стали развивать экосистемы внутри своих платформ и создавать различные дополнительные сервисы для привлечения внимания клиентов – быстрая логистика, финтех-решения, рекламные инструменты.

Ozon Marketplace в Казахстане

Динамика изменения количества транзакций по кварталам



Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

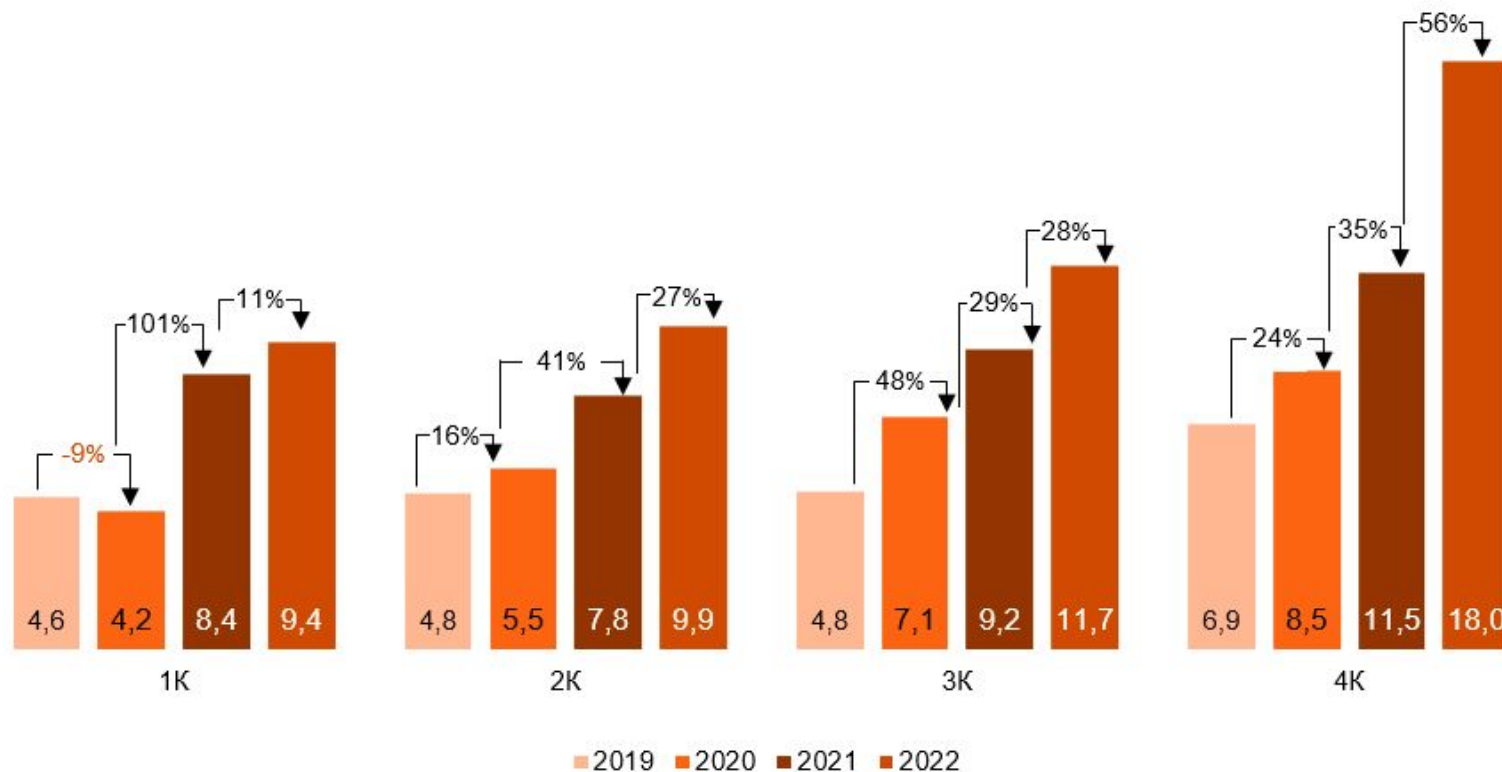
Динамика изменения количества транзакций по кварталам заметно отличается от динамики роста продаж в 2022 году. Общее количество транзакций в 2022 году составило 49 млн ед., что на 33% больше, чем в 2021 году. Темпы роста замедлились, в сравнении с 2021 годом, когда годовой прирост количества транзакций составил 45%. Несмотря на замедление темпов роста, количество транзакций в 2022 году превысило суммарное количество транзакций за 2019 и 2020 годы.

Интересная тенденция наблюдалась во 2К2022, когда количество транзакций увеличилось всего на 6%, в то время как продажи выросли на 29%, что привело к максимальному квартальному повышению среднего чека в тенге на 22% в 2022 году. Это можно объяснить тем, что пик ежемесячного роста инфляции в 2022 году пришелся на конец 1К2022 (+38% в марте к февралю), что спровоцировало спад потребительской активности в последующем квартале.

В 4К2022 количество транзакций значительно выросло на 53%, достигнув максимального квартального значения в 18 млн ед. за весь анализируемый период.

Дополнительный анализ показал, что доля количества транзакций с маркетплейсов составила 92% в 2022 году, что на 19 п.п. выше чем в 2021 году.

Годовые изменения количества транзакций по кварталам и в сравнении 2019, 2020, 2021 и 2022 года



Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

Анализируя годовые изменения количества транзакций по кварталам, можно заметить, что почти во всех кварталах 2022 года подтверждается тренд замедления темпов роста. В особенности разница в росте была заметна в 1К2022 года, когда увеличение составило всего 11% против 101% в аналогичном периоде 2021 года.

Однако в 4К2022 количество транзакций выросло на 56% в сравнении с 4К2021. Принимая во внимание тренды изменения объема продаж это привело к максимальному квартальному снижению суммы среднего чека в тенге (на 15%) за весь анализируемый период. Из этого следует, что потребители стали осуществлять онлайн покупки чаще и на меньшую сумму.

Помимо прочих факторов, на частоту транзакций также оказывает влияние развитие бизнес-моделей игроков рынка розничной электронной коммерции, включая улучшенные способы доставки и снижение минимального порога заказа, развитие более удобных методов онлайн оплаты, расширение ассортимента и появление новых игроков.

на **56%**

увеличилось количество транзакций в 4К2022 по сравнению с 4К2021

04

Средний чек на
рынке розничной
электронной
коммерции





на **15%**

снизилась сумма
среднего чека в тенге в
4К2022 по сравнению с
3К2022

27,5 тыс. тг

составила сумма
среднего чека в тенге
в 2022 году

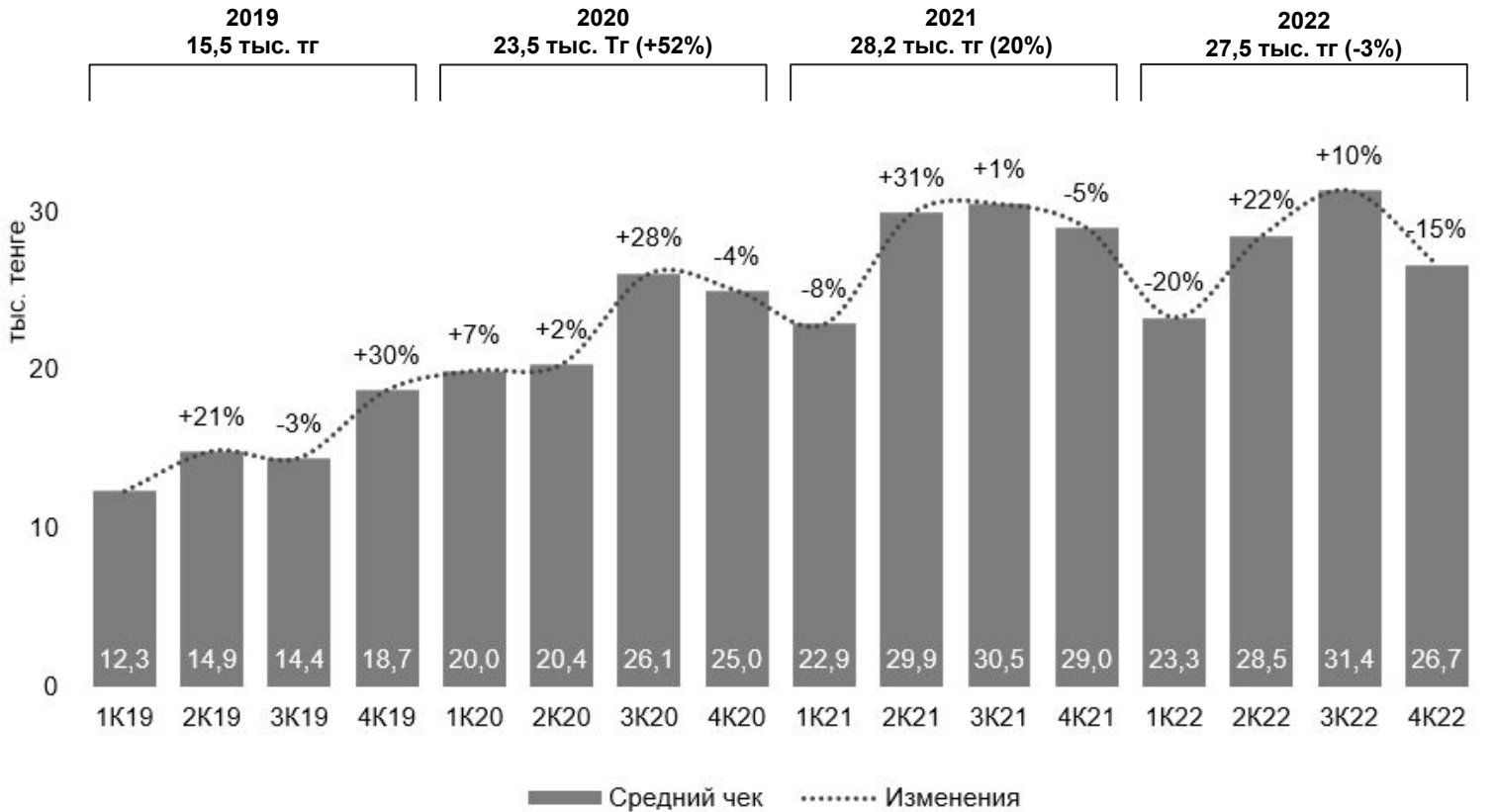
“

Фаза активного формирования рынка, запуска множества новых маркетплейсов/интернет магазинов проходит. Нас ожидает эволюционное развитие рынка, улучшение сервиса и процессов существующих компаний. Инвестиции будут концентрироваться не в запуск новых площадок как ранее, а в развитие существующих. Рынок уже наполнен. Возможно только появление специализированных, моно-категорийных или нишевых маркетплейсов.

ForteMarket



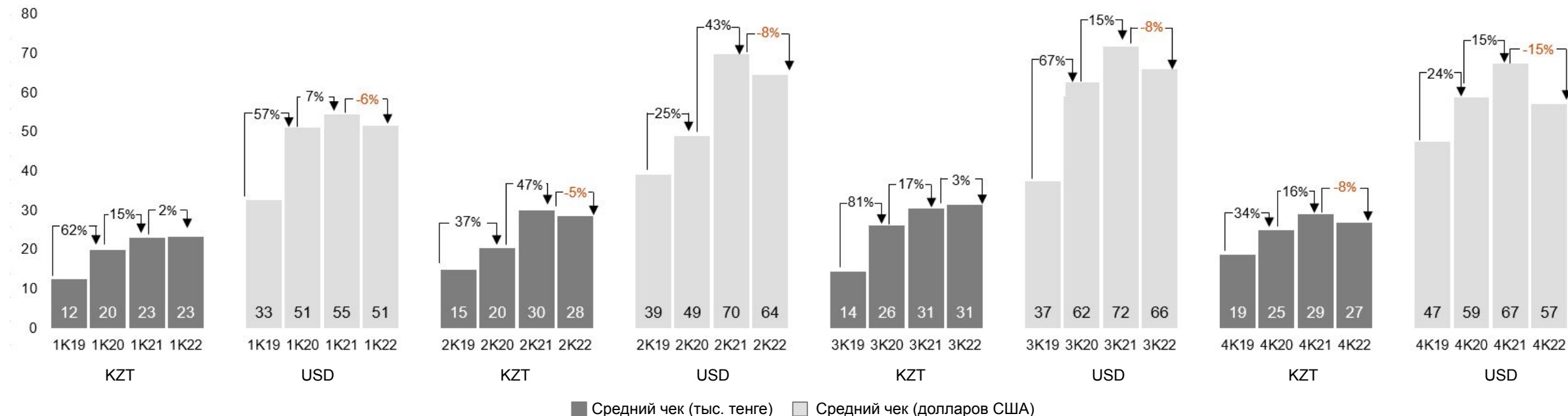
Динамика изменения суммы среднего чека в тыс. тенге по кварталам



Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

Сумма среднего чека в 2022 году составила 27,5 тыс. тенге, что на 3% ниже чем в 2021 году. Максимальный квартальный прирост среднего чека в 22% пришелся на 2K2022. Резкий скачок цен, ослабление национальной валюты, уровень нестабильности в силу последствий январских событий и военного конфликта между Россией и Украиной привели к снижению потребительской активности начиная с конца 1K2022, о чем свидетельствует относительно незначительный рост количества транзакций по сравнению с ростом суммы продаж. Данная тенденция продолжилась до 4K2022, когда сумма среднего чека в тенге упала на 15% составив 26,7 тыс. тенге, что является самым большим квартальным снижением за весь анализируемый период. Также, несмотря на общее годовое снижение среднего чека в 2022 году на 3% по сравнению с предыдущим годом, в 3K2022 сумма среднего чека в тенге достигла максимального значения в 31,4 тыс. тенге за весь анализируемый период 2019-2022 гг.

Годовые изменения суммы среднего чека в тыс. тенге и долларах США по кварталам и в сравнении 2019, 2020, 2021 и 2022 годов



Источник: анализ рынка розничной электронной коммерции в РК

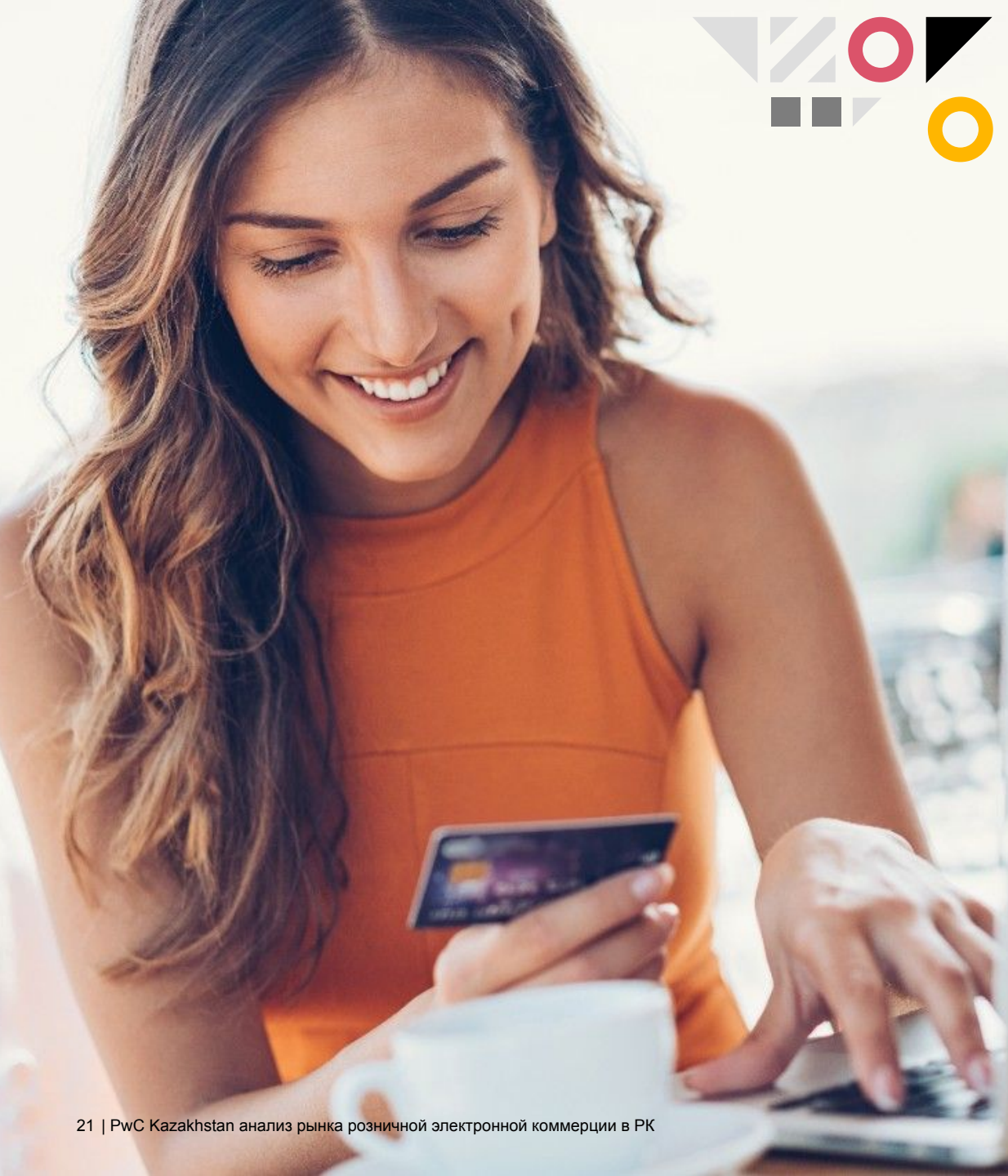
Анализ годовых изменений суммы среднего чека в каждом квартале показывает интересные тенденции. В предыдущих годах сумма среднего чека увеличивалась в каждом квартале. В 2022 году наблюдается изменение динамики среднего чека, к примеру во 2K2021 года годовой прирост среднего чека в тенге составил 47%, тогда как во 2K2022 произошло снижение на 5%.

Анализ изменения суммы среднего чека в долларах США показывает укрепление или ослабление национальной валюты по отношению к доллару. Пик курса доллара к тенге пришелся на период марта 2022 года, достигнув 512 тенге за доллар США, а максимальный средневзвешенный месячный курс наблюдался в декабре 2022 года и составил 434 тенге за доллар.

Дополнительный анализ среднего чека по типу онлайн площадок, а также локальных и международных игроков показал интересные тренды и выводы. К примеру, за период 12M2022 года средняя сумма транзакции с онлайн магазинов превысила среднюю сумму покупки с маркетплейсов почти на 17%, тогда как в 2021 году наблюдался противоположный тренд. Средняя сумма транзакции с локальных площадок в 2022 году превысила среднюю сумму покупки с международных площадок почти в 5 раз.

на **15%**

упала сумма среднего чека в тенге в 4K2022 по сравнению со 4K2021



Какие основные барьеры для развития розничной электронной коммерции в Казахстане возникли в 2022 году?

В результате нарушения логистических цепочек увеличился срок поставки товаров. Это приводит сначала к дефициту товаров, а потом, когда весь товар заходит разом, получается профицит. И, как следствие, компания сталкивается с заморозкой денежных средств и большой нагрузкой на склады.

Mechta.kz

Рынок электронной коммерции в Казахстане активно развивается, что говорит об отсутствии барьеров.

Kaspi.kz

Одним из ключевых барьеров, тормозящих развитие e-commerce сектора в Казахстане, сейчас является недостаточно развитый уровень логистической инфраструктуры. После пандемии у потребителей уже сформировалась привычка покупать онлайн, задача маркетплейсов сейчас работать над улучшением клиентского опыта и обеспечивать высокий сервис обслуживания, чтобы укрепить эту привычку.

Ozon Marketplace в Казахстане

Мы не видим существенных барьеров на рынке.

ForteMarket

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, Марина Ким, Виктория Горланова

Контакты PwC:

Наталья Лим

Партнер, Лидер консультационной практики
в регионе Евразия

natalya.lim@pwc.com

**Вопросы по исследованию и запросы
просим направлять:**

Марина Ким

Консультационные услуги

marina.k.kim@pwc.com

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, 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
