



Анализ рынка розничной электронной коммерции в Республике Казахстан

Результаты опроса экспертов
Декабрь 2020

Данные проанализированы за периоды январь - сентябрь 2019 и 2020 годов (9 месяцев)



Важное замечание

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

Результаты исследования отражают:

- Объем рынка розничной электронной коммерции в Казахстане (9М2019 и 9М2020)
- Темпы роста розничной электронной коммерции в Казахстане (9М2019 против 9М2020)
- Средний чек и изменения в среднем чеке в розничной электронной коммерции (9М2019 и 9М2020)

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





Наталья Лим
Партнер,
Консультационные
услуги
PwC Kazakhstan

Вступление

Сегодня мы живем в быстро меняющемся мире: то, к чему мы привыкли поколениями, меняется ввиду новых реалий. Пандемия - это не просто временное испытание. Это возможность всем нам пересмотреть модель ведения бизнеса (из offline мы перешли в online, из офиса мы перешли к работе из дома) и нашу устоявшуюся культуру потребления.

Теперь, люди предпочитают не ходить и выбирать товары, а им безопаснее и удобнее все делать онлайн. Это поведение в значительной степени повлияло на рост электронной коммерции в мире и в Казахстане, в частности.

Заккрытие городов, социальное дистанцирование дали невероятный толчок росту электронной коммерции. Это уже не второстепенный и опционный канал продаж, а ключевой для успеха и развития бизнеса. И те страны, где уровень цифровизации высок, будут развиваться быстрее других.

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

Все данные, полученные от игроков рынка, представлены в агрегированном, деперсонализированном виде, без раскрытия имени респондента и сравнения участников. Комментарии, полученные в ходе интервью, 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 75% рынка розничной электронной коммерции в Казахстане.



Содержание

Методология исследования

стр.6

Основные выводы

стр. 7

01 Рынок розничной электронной коммерции
9М2020/9М2019

стр. 8

02 Рынок розничной электронной коммерции в период
локдауна 2К2020/1К2020

стр. 11

03 Рынок розничной электронной коммерции в период
локдауна 2К2020/2К2019

стр. 14

04 Рынок розничной электронной коммерции в период
пост локдауна 3К2020/2К2020

стр. 17

Контактные данные

стр. 22

Обзор и цели исследования

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

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

В исследовании были проанализированы данные за 9 месяцев 2019 и 2020 годов. Экспертам предлагалось ответить на вопросы относительно общего дохода и количества онлайн продаж.

Кроме того, респондентам было предложено поделиться мнением о развитии рынка розничной электронной коммерции в 2021 году и об изменениях в поведении потребителей.

Рынок розничной электронной коммерции приобрел особое значение из-за пандемии COVID-19, которая затронула Казахстан в начале 2020 года.

Внедрение карантинных мер, таких как запрет выхода на улицу без уважительной причины в период локдауна, социальное дистанцирование, ограничения по посещению магазинов, закрытие ТРЦ в выходные дни заставило население искать альтернативные способы покупки необходимых товаров.

Количество внешних посылок за 9M2020 сократилось на 37% (заказы извне в Казахстан), согласно данным Казпочты, в то время как количество внутренних посылок выросло на 37% (заказы внутри страны) по сравнению с идентичным периодом прошлого года.

Такое изменение, вызванное необходимостью бороться с пандемией, может оказать значительное влияние на привычки, а затем и на культуру консьюмеризма.

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

Опрос был проведен в конце ноября 2020 года.





Подход к анализу результатов опроса

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

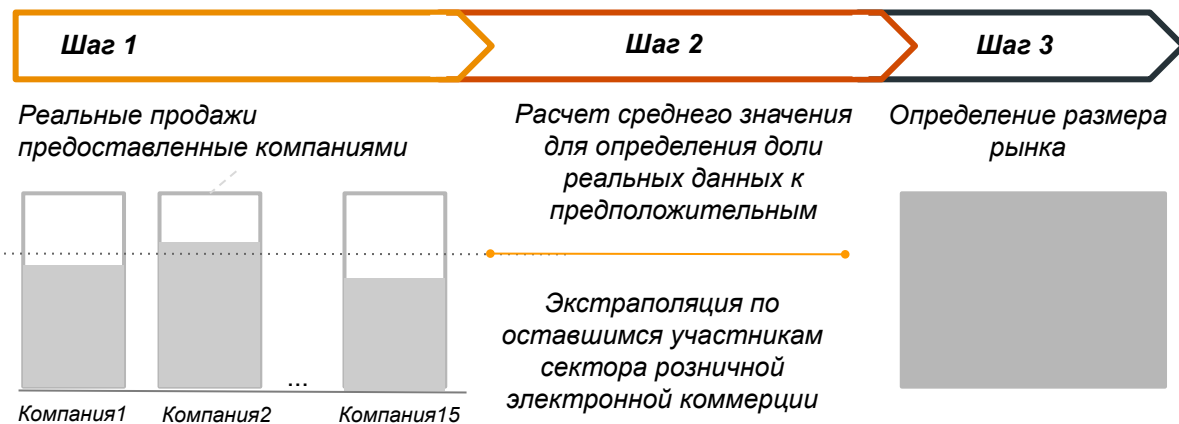
В определение электронной коммерции входит предпринимательская деятельность, связанная только с онлайн продажей товаров физическим лицам с доставкой или самовывозом из магазинов и пунктов выдачи. Из расчетов исключены категории: продажа железнодорожных и авиабилетов, доставка еды, сайты объявлений, купонные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

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

Несколько крупных игроков сектора розничной торговли e-commerce: Mechta.kz, Sulpak, Kaspi.kz, AliExpress Россия, Казпочта и другие респонденты, пожелавшие сохранить конфиденциальность, предоставили реальные данные по доходам и количеству транзакций для того, чтобы мы сделали перекрестную проверку данных.

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

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



Предположительные объемы продаж игроков рынка

Основные выводы

Рынок розничной электронной коммерции 9M2020/9M2019

на **93%**

увеличились продажи в тенге

Рынок розничной электронной коммерции в период локдауна 2K2020/1K2020

4%

составило уменьшение среднего чека в долл. США

Рынок розничной электронной коммерции в период локдауна 2K2020/2K2019

на **16%**

увеличилось количество онлайн покупок (транзакций)

Рынок розничной электронной коммерции в период пост-локдауна 3K2020/2K2020

65%

составило увеличение суммы продаж в тенге

Страница 9

Страница 12

Страница 15

Страница 18

01

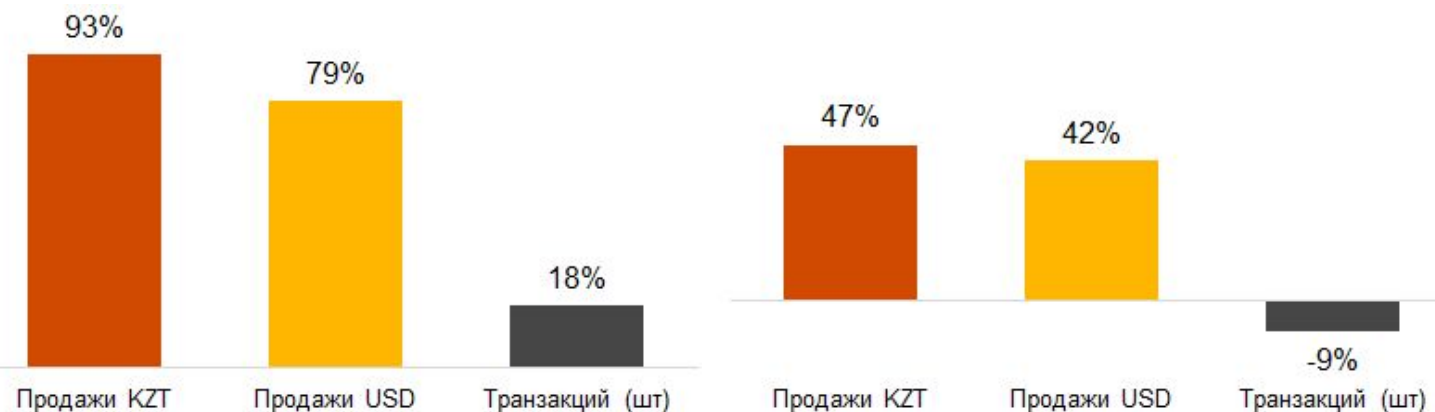
Рынок розничной электронной коммерции 9М2020/9М2019



Рынок розничной электронной коммерции 9M2020/9M2019

Изменение по рынку электронной коммерции за период 9M2020/9M2019

Изменение по рынку электронной коммерции за период 1K2020/1K2019



Источник: Анализ рынка электронной коммерции в Республике Казахстан

Объем рынка розничной электронной коммерции за первые 9 месяцев 2020 года вырос на 93% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года, с 198 млрд тенге до 382 млрд тенге. Также мы наблюдаем прирост в количестве транзакций (онлайн заказов) и в среднем чеке в тенге на 18% и 63% соответственно.

Более того, объем рынка в долл. США тоже вырос, однако немного меньше, чем в тенге: на 79% в сумме продаж и на 52% в среднем чеке.

Бесспорно, на рынок розничной электронной коммерции в 2020 году повлияла пандемия и карантин. Карантин был объявлен только к концу 1K2020 года, и поэтому можно предположить, что изменения за 1K2020 года по сравнению с 1K2019 года отражали бы обычный тренд изменения объемов рынка.

За 1K2020 года по сравнению с 1K2019 года продажи выросли на 47% в тенге и на 42% в долл. США, но тем не менее количество транзакций сократилось на 9%, что означает значительный рост среднего чека (62% в тенге и 57% в долл. США).



AliExpress Россия развивает рынок внутри России и СНГ, что является приоритет для компании. Тем не менее, трансграничная торговля остается важным сегментом бизнеса. Мы сильно выросли в России в плане локального рынка. За полгода количество российских продавцов увеличилось почти вдвое, до 22 тыс. В Казахстане у AliExpress Россия пока нет физического присутствия. Этот рынок достаточно интересный, несмотря на небольшое население. Казахстан это 3-й рынок для нас. Сейчас основной вопрос — это оптимизация маршрутов из Китая в Казахстан, задействование мощностей Казпочты, развитие инфраструктуры и логистики. Прорывом в этом вопросе стала бы возможность использования модели бондовых складов для рынка Казахстана и других стран ЕАЭС.

AliExpress Россия

В первом квартале 2020 года, мир столкнулся с распространением нового вируса и началом пандемии COVID-19. Вследствие ограничительных мер, принятых для борьбы с распространением инфекции, многие страны мира столкнулись с резким сокращением ВВП и экономики.

Структурные сдвиги ввиду пандемии COVID-19 в секторе розничном электронной коммерции

Согласно данным организации экономического сотрудничества и развития (OECD), кризис COVID-19 ускоряет распространение электронной торговли в сторону новых фирм, клиентов и типов продуктов. Ожидается долгосрочное смещение операций электронной торговли с предметов роскоши и услуг на предметы первой необходимости.

Некоторые источники связывают цифровую трансформацию китайской розничной торговли со вспышкой атипичной пневмонии (SARS) в 2002-2003 г. В качестве примера такой трансформации приводят компанию JD.com, ныне одного из крупнейших интернет-магазинов в мире, который из-за COVID-19 перешел в сектор электронной коммерции, также как и Taobao, который был запущен в 2003 году.

382
млрд тенге

составил размер рынка розничной электронной коммерции Казахстана за 9M2020

Продажи и количество транзакций за период 9M2019 и 9M2020



Источник: Анализ рынка электронной коммерции в Республике Казахстан

ПОЧТИ
В 2
раза

вырос рынок электронной коммерции за 9M2020 по отношению к аналогичному периоду за 2019 год

Согласно мнению игроков рынка, в сложный период пандемии все получили большой опыт, как покупатели так и продавцы.

Электронная коммерция будет стремительно развиваться в 2021 году, как за счет того, что будут приходить новые игроки, так и по причине расширения имеющихся крупных площадок и их ассортимента.



Рынок электронной коммерции в 2020 году начал развиваться намного быстрее за счет ряда ограничений. В этой связи сайты стали единственным источником связи между покупателем и продавцом. Многие компании в этот период начали уделять большое внимание электронной коммерции. Если план развития был расписан на год, то в 2020 году он выполнялся за один-два месяца.

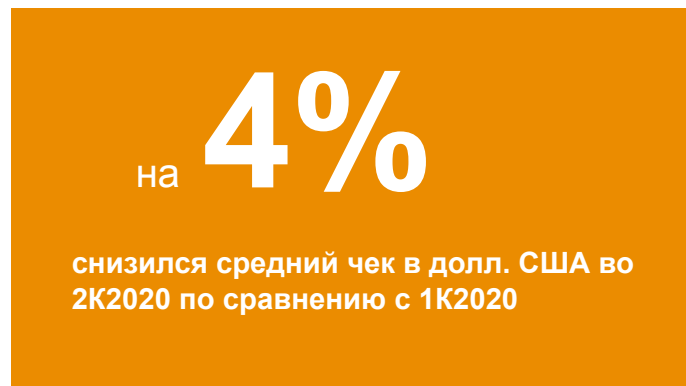
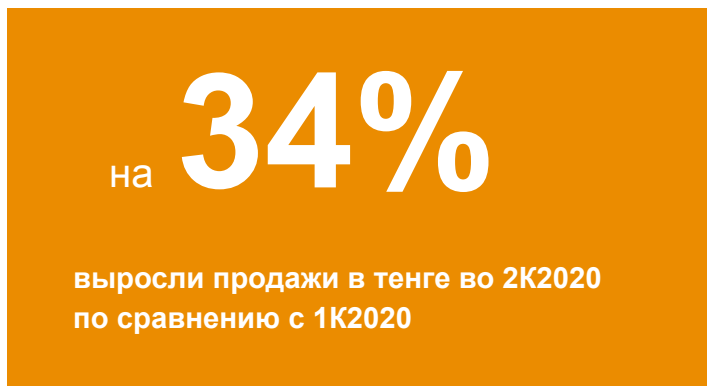
Mechta.kz

02

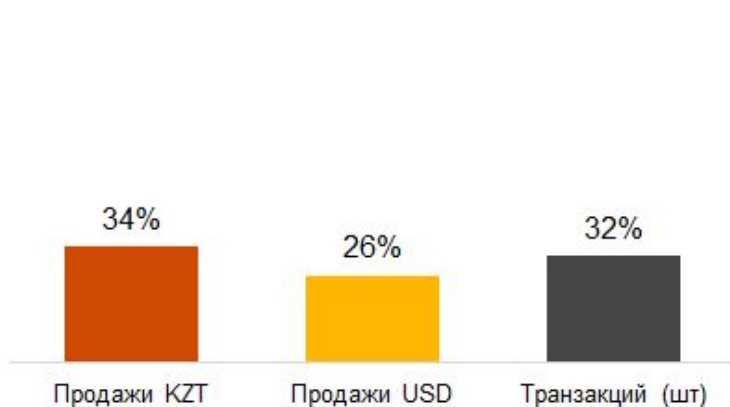
Рынок розничной электронной коммерции в период локдауна 2К2020/1К2020



Рынок розничной электронной коммерции в период локдауна 2K2020/1K2020



Изменение по рынку электронной коммерции за период 2K2020/1K2020



Продажи и количество транзакций за период 1K2020 и 2K2020



Источник: Анализ рынка электронной коммерции в Республике Казахстан



Пандемия ускорила процесс изменения клиентского поведения и проникновения онлайн-покупок в новые сегменты:

- **значительно увеличилась доля покупателей старше 50 лет**
- **люди стали покупать онлайн: продукты питания, товары для дома и то, что раньше покупали в супермаркетах**
- **также мы видим рост покупок из отдаленных городов и поселков.**

Kaspi.kz



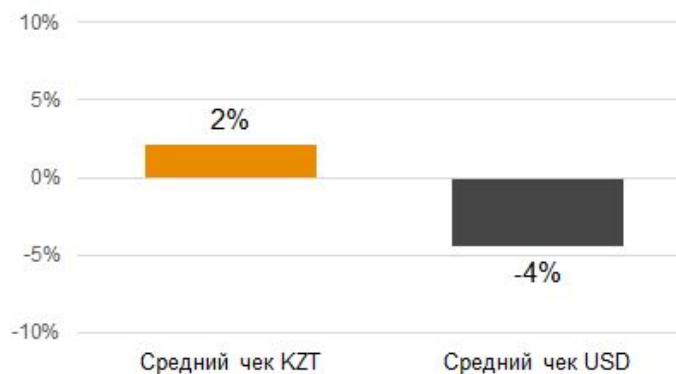
Объем рынка розничной электронной коммерции в разрезе каналов продаж 2K2020 к 1K2020

Объем рынка розничной электронной коммерции и количество транзакций во 2K2020 года по сравнению с 1K2020 года выросли почти одинаково, на 34% и 32% соответственно.

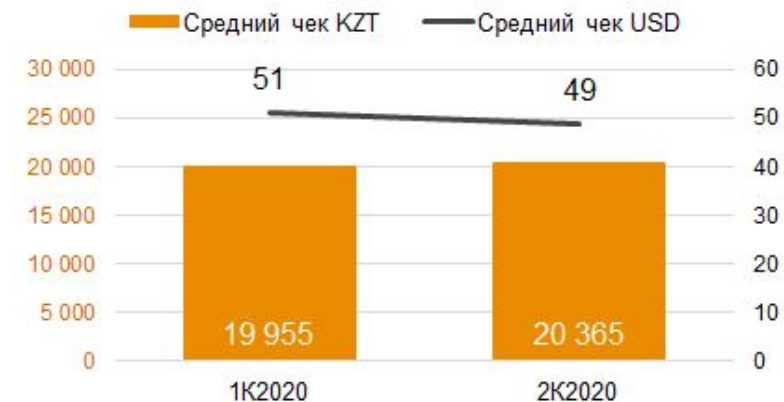
Можно предположить, что количество потребителей в этом секторе во время карантина возросло. Однако средняя сумма покупок не изменилась, а в долл. США вовсе уменьшилась (с 51\$ до 49\$). Причиной этому может быть то, что больше потребителей перешли на онлайн покупки с покупок в офлайн точках. Возможно, сокращение рабочих мест, снижение покупательской способности, изменения предпочтений (в ценовом сегменте, в степени необходимости) и прочие причины способствовали незначительному увеличению среднего чека в тенге и уменьшению среднего чека в долл. США.

Режим ЧП из-за коронавируса в Казахстане сохранялся с 16 марта 2020 года по 11 мая 2020 года.

Изменение в среднем чеке в тенге и долл. США за период 2K2020/1K2020



Средний чек в тенге и долл. США за период 1K2020 и 2K2020



Источник: Анализ рынка электронной коммерции в Республике Казахстан

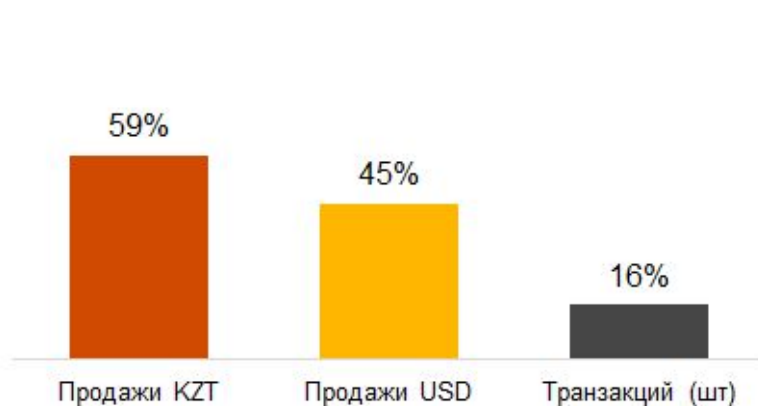
03

Рынок розничной электронной коммерции в период локдауна 2К2020/2К2019



Рынок розничной электронной коммерции в период локдауна 2K2020/2K2019

Изменение по рынку электронной коммерции за период 2K2020/2K2019



Источник: Анализ рынка электронной коммерции в Республике Казахстан

Продажи и количество транзакций за период 2K2019 и 2K2020



В 2021 году темпы роста онлайн торговли будут меньше, чем в 2020 году, так как часть потребителей будет предпочитать делать покупки в традиционных магазинах, которые возобновили свою работу. Но все равно, в 2021 году темпы роста онлайн торговли будут значительно выше, чем традиционной офлайн розницы.

на **59%**

выросли продажи во 2K2020 по сравнению с 2K2019

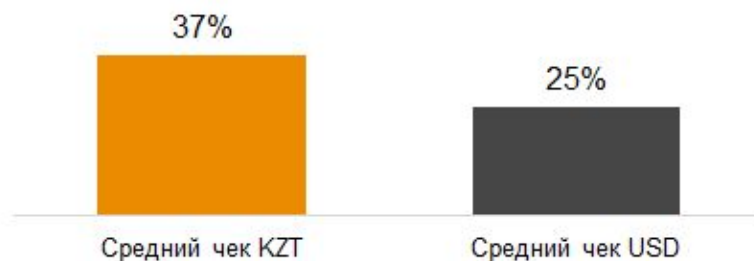
на **16%**

выросло количество транзакций во 2K2020 по сравнению с 2K2019

Kaspi.kz

Рынок розничной электронной коммерции в период локдауна 2K2020/2K2019

Изменение в среднем чеке в тенге и долл. США за период 2K2020/2K2019



Средний чек в тенге и долл. США за период 2K2019 и 2K2020



Источник: Анализ рынка электронной коммерции в Республике Казахстан

Во 2K2019 года общие продажи на рынке электронной коммерции в Казахстане составили 113 млрд тенге, в сравнении с тем же периодом в 2020 году объем продаж вырос на 59%. Значительное влияние на рост оказал локдаун, введенный в Казахстане весной 2020 года. Этот период оказал беспрецедентный эффект на всю отрасль розничной торговли. Представители малого и среднего бизнеса, которые ранее не рассматривали переход в сектор электронной коммерции, оказались под давлением пандемии COVID-19 и лишились доступа к клиентам. Многие ключевые игроки сектора e-сотмерсе укрепили свои позиции на рынке за счет налаженной системы работы в онлайн и увеличения транзакций на 16%. Увеличение среднего чека в тенге составляет 37%, в то время как в долл. США наблюдается рост в 25%.

Респонденты отмечают, что пандемия не столько принесла что-то новое на рынок электронной коммерции, а просто усилила тренды, которые намечались в 2019 году и ускорила их рост. Также респонденты наблюдают развитие новых категорий, таких как продукты повседневного спроса и продукты питания.



В период пандемии мы увидели, что люди стали ответственнее подходить к покупкам. Они перестали заказывать аксессуары - шнурочки, наушники. Мы отметили увеличение веса посылок. Это свидетельствует о том, что потребители стали заказывать то, что им действительно нужно. Все же на постсоветском пространстве определяющим фактором остается цена.

AliExpress Россия

04

Рынок розничной электронной коммерции в период пост- локдауна (3К2020/2К2020)



Рынок розничной электронной коммерции в период пост-локдауна (3К2020/2К2020)



Изменение по рынку электронной коммерции за период 3К2020/2К2020



Объем продаж и количество транзакций во 2К2020 и 3К2020



Источник: Анализ рынка электронной коммерции в Республике Казахстан



Покупки стали реактивными сразу после карантина и локдауна. Конечно, часть покупателей перешла в онлайн, но все же основные продажи мы наблюдаем в рознице. Люди привыкли приходить в офлайн магазины, так сказать «увидеть и пощупать» товар. К онлайн покупкам возникали вопросы - доставка, доверие к банкам. Но принимая новые реалии жизни, покупатель адаптировался и перестроился на новую волну. Мы не можем сказать, сколько времени продлится пандемия и будет ли введен новый карантин, но знаем, что сейчас мы готовы к подобным ситуациям.

Sulpak

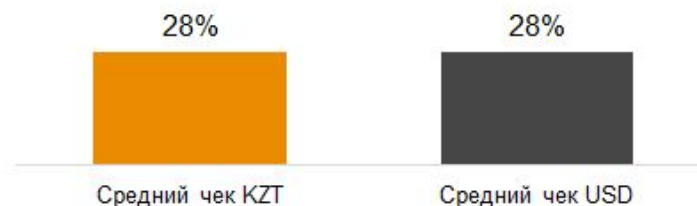


Тенденция 2020 года будет продолжаться. В 2021 году, без таких резких скачков, планируемый прирост будет до 15%. Нашему рынку необходимо работать над сервисом, особенно в сфере доставок, тогда и покупки онлайн смогут превалировать. Банковская система соответствует основным ожиданиям клиентов, доверие растет, почти все банки предлагают полноценное онлайн кредитование.

Sulpak

Рынок розничной электронной коммерции в период пост-локдауна (3К2020/2К2020)

Изменение в среднем чеке в тенге и долл. США за период 3К2020/2К2020



Источник: Анализ рынка электронной коммерции в Республике Казахстан

Средний чек в тенге и долл. США за период 2К2020 и 3К2020



Объем рынка розничной электронной коммерции в 3К2020 вырос на 65% до 186 млрд тенге, количество транзакций возросло на 28% по сравнению со 2К2020.

В 3К2020 режим ЧП в Казахстане был уже снят* и несмотря на то, что потребители могли вернуться в “привычное” русло покупок в офлайн магазинах, количество транзакций и средний чек, как в тенге, так и эквивалент в долл. США, продолжали расти. Количество транзакций возросло с 5,5 млрд тенге во 2К2020 до 7,1 млрд транзакций за 3К2020, средний чек в локальной валюте вырос до 26 тыс. тенге или в иностранной до 62 долл. США.

Такой тренд перехода в онлайн ритейл связан, с одной стороны, с нуждами потребителей: опасения находиться в многолюдных местах, необходимость социального дистанцирования и другие карантинные меры. С другой стороны, быстро прореагировавший рынок электронной коммерции расширил спектр услуг и товаров, улучшил качество сервиса, дал возможность различных вариантов оплаты и доставки, чем сумел удержать потребителей и после снятия локдауна.

Согласно мнению игроков рынка электронной коммерции в Казахстане, уровень проникновения электронной коммерции все еще достаточно низкий, поэтому потенциал роста высок. Пандемия и закрытие городов увеличило проникновение электронной коммерции среди пожилых людей, а также наблюдался рост онлайн потребления из отдаленных городов.

*Режим ЧП в Казахстане был приостановлен 11 мая 2020 года..

Сейчас в ЕАЭС обсуждается снижение порога беспошлинного ввоза товаров, приобретенных в иностранных интернет-магазинах, который сейчас составляет 200 евро за одну посылку. Казахстан выступает против, а Беларусь и Россия настаивают на том, чтобы пороги беспошлинного ввоза поэтапно были снижены до нуля. Снижение порогов беспошлинного ввоза приведет к тому, что количество заказов резко упадет, что может привести к отсутствию импортных товаров и монополии отечественных ритейлеров.

AliExpress Россия

В 2021 году рынок онлайн торговли продолжит стремительный рост. В Казахстане уровень проникновения электронной коммерции пока достаточно низкий.

Kaspi.kz

Мы не планируем сокращение офлайн точек продаж, даже наоборот - хотим увеличивать магазины и количество пунктов выдачи заказов. А новые офлайн магазины продумывать так, чтобы покупатели оформившие заказ через сайт могли быстро его забрать.

Mechta.kz

Заккрытие офлайн точек не планируется. Наоборот, мы будем открывать новые магазины, также проводятся работы по ребрендингу определенных из них. В 2021 году мы планируем открытие 12 новых магазинов, общей площадью 20 тыс. кв. м.

Sulpak

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, Индира Занкина, Ержан Бердимбет, Виктория Горланова

Контакты PwC:

Наталья Лим

Партнер, консультационные услуги

natalya.lim@pwc.com

Вопросы по исследованию и запросы просим направлять:

Индира Занкина

Консультационные услуги

indira.zankina@pwc.com

Ержан Бердимбет

Консультационные услуги

yerzhan.b.berdimbet@pwc.com

Виктория Горланова

Маркетинг и внешние связи

viktoriya.gorlanova@pwc.com



Офисы PwC в Казахстане

Алматы

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

Нур-Султан

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

Атырау

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

Для заметок



www.pwc.kz

© 2020 PwC. Все права защищены. Дальнейшее распространение без разрешения PwC запрещено. "PwC" относится к сети фирм-участников ПрайсуотерхаусКуперс Интернешнл Лимитед (PwCIL), или, в зависимости от контекста, индивидуальных фирм-участников сети PwC. Каждая фирма является отдельным юридическим лицом и не выступает в роли агента PwCIL или другой фирмы-участника. PwCIL не оказывает услуги клиентам. PwCIL не несет ответственность в отношении действий или бездействий любой из фирм-участников и не контролирует их профессиональную деятельность, и ни при каких обстоятельствах не ограничивает их действия. Ни одна из фирм-участников не несет ответственность в отношении действий или бездействий любой другой фирмы-участника и не контролирует их профессиональную деятельность, и ни при каких обстоятельствах не ограничивает их действия.