

28 мая 2025 года

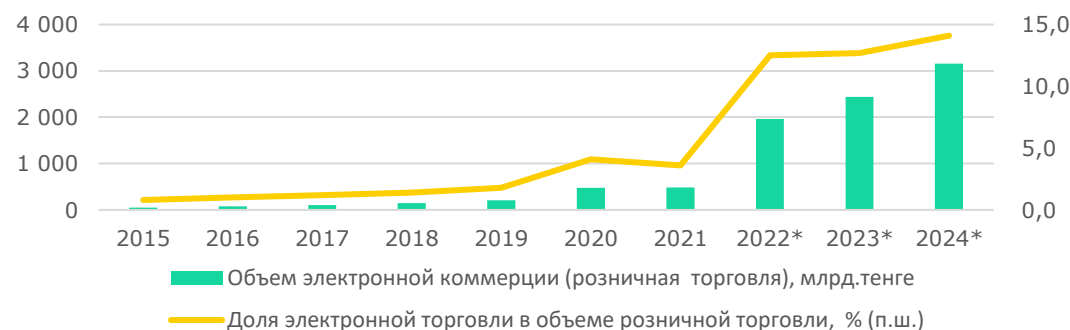
Рынок электронной коммерции Казахстана демонстрирует активную динамику: по итогам 2024 года онлайн-продажи составили 14,1% всего розничного оборота. Высокий уровень цифровизации и формирование устойчивой потребительской культуры вывели Казахстан в топ-10 стран по уровню проникновения электронной коммерции в стране. Рынок характеризуется доминирующей ролью маркетплейсов, конкуренцией между отечественными и зарубежными площадками, инвестициями в улучшение сервиса и логистику. Развитие онлайн-торговли открывает новые возможности для малого и среднего бизнеса, способствует увеличению прозрачности и эффективности бизнеса, а также расширяет доступ к товарам и услугам для населения. При этом онлайн компании демонстрируют более заметное расширение географии продаж, высокую производительность и эффективность благодаря цифровым технологиям и инновациям.

Государство активно поддерживает этот сектор, запуская обучающие программы, инфраструктурные проекты и меры финансовой поддержки предпринимателей. Вместе с тем остаются актуальными вопросы защиты прав потребителей, а также обеспечения равных условий конкуренции для всех участников рынка.

Учитывая глобальный тренд на активную динамику роста электронной торговли с развитием цифровых технологий, мы ожидаем продолжения роста электронной коммерции, что положительно скажется на уровне потребления и доходах отечественных бизнесов. Для стимулирования внутреннего спроса, выхода казахстанских товаров на международные рынки и обеспечения занятости необходимо дальнейшее развитие инфраструктуры и создание адекватной регуляторной среды.

Доля электронной коммерции в розничной торговле стремительно растет и за последние 10 лет, по данным БНС, увеличилась многократно – с 0,8% в 2015 году до 14,1% в 2024 году (Рис.1). В 2024 году объем рынка розничной электронной коммерции составил Т3,2 трлн, из них оборот через маркетплейсы составил Т2,7 трлн или 84,9% от общего оборота электронной торговли, предприятий розничной торговли, осуществляющих реализацию товаров через собственный Интернет-ресурс – Т476,5 млрд (15,1%). Значительный рост объемов электронной торговли с 2022 года связан с включением в статистику данных по маркетплейсам, которые стали драйверами рынка благодаря активной трансграничной торговле, ценовой политике, улучшенным процессам доставки (сокращение сроков доставки, рост количества пунктов выдачи заказов).

Рис. 1. Динамика электронной торговли в Казахстане, 2015-2024 годы



Источник: БНС

Примечание: данные за 2022-2024 годы сформированы с учетом маркетплейсов

Хотя местные маркетплейсы удерживают лидирующую долю на рынке, международные маркетплейсы активно наращивают присутствие в Казахстане. Так, доля трансграничной торговли увеличилась с 40% в 2022 году до 62% в 2024 году, что объясняется доступностью более широкого ассортимента товаров, часто с более низкими ценами на зарубежных площадках и расширением

возможностей доставки из-за рубежа. Кроме того, крупные маркетплейсы инвестируют в строительство фулфилмент-центров в крупных городах Казахстана. Количество транзакций на зарубежных маркетплейсах за тот же период выросло в 3,2 раза.

Наибольшая доля (79%) торговли товарами через маркетплейсы приходится на средние предприятия, на малые – 17,1% и крупные – 3,9% (Рис.2). Средние предприятия обладают достаточными ресурсами (складские площади, логистика, персонал) для активного использования маркетплейсов для продажи товаров. Крупные компании часто развивают собственные онлайн-магазины и дистрибуционные сети, возможно поэтому меньше зависят от маркетплейсов. Кроме того, крупные компании ввиду наличия корпоративных процессов и внутренних стандартов менее интегрированы в маркетплейсы.

В торговле услугами преобладают малые предприятия – 56,3% от общего объема реализации на маркетплейсах (Рис.3.) вследствие низких барьеров входа, гибкости и клиентоориентированности, т.к. многие услуги востребованы на локальных рынках и требуют индивидуального подхода, что проще реализовать малым компаниям.

Рис. 2. Реализация товаров через маркетплейсы по размерности предприятий, %

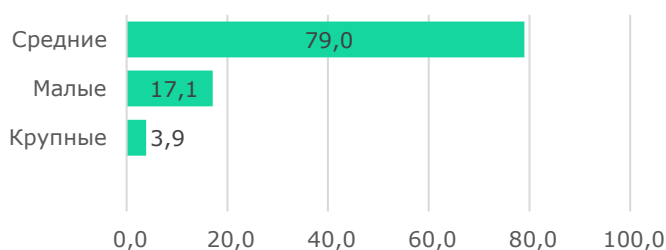
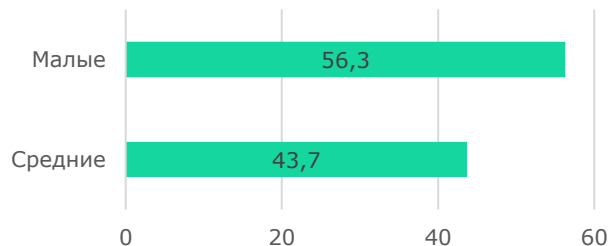


Рис. 3. Реализация услуг через маркетплейсы по размерности предприятий, %



Источник: БНС

Важно, что 60% оказанных услуг через маркетплейсы предоставлены компаниями в области информационных технологий (держатели маркетплейсов), что способствует стимулированию инноваций и ускорению цифровизации экономики, росту эффективности бизнеса и повышению спроса на квалифицированные кадры.

По данным Министерства торговли и интеграции¹ активные онлайн-компании составляют 12,6% всех предприятий розничной торговли. При этом данные компании показывают более высокую производительность, ими обеспечено 60% налоговых поступлений в секторе розничных продаж. Через 1,5 года после выхода предприятия на маркетплейс расширяется география его продаж, средний объем продаж компаний увеличивается в 4,8 раза, налоговые отчисления – в 13,5 раза¹. Кроме того, электронная торговля важна с точки зрения обеспечения продуктивной занятости. По данным Министерства торговли и интеграции в данной сфере создано более 300 тыс. рабочих мест, с учетом косвенной занятости общее количество людей, вовлеченных в работу цифровых платформ или маркетплейсов, может достигать 500 тыс. человек, что составляет примерно 5% от всех занятых в экономике страны.

Учитывая динамику развития электронной торговли, ее важность для цифровой трансформации и экономического роста Правительством Казахстана приняты План развития электронной торговли до 2027 года и Правила оказания мер государственной поддержки субъектам электронной коммерции в виде субсидирования ставки вознаграждения и гарантирования. В целях поддержки и развития отечественной электронной коммерции предлагается упрощение процедур таможенного оформления и оптимизация нефискальных сборов при импорте, введение специальных налоговых режимов для субъектов электронной торговли, оптимизация налогового администрирования, а также развитие складской и логистической инфраструктуры. Государство планирует увеличить долю электронной коммерции в общем объеме розничной торговли до 18,5% к 2029 году или до Т9,3 трлн,

¹Официальный информационный ресурс Премьер-министра РК. Доступно: <https://primeminister.kz/ru/news/devatelnost-zarubezhnykh-marketpleysov>

практически в 3 раза, что с учетом высоких темпов проникновения электронной торговли достаточно реалистично.

При этом в данной сфере наблюдается ряд проблем: платформенные работники не всегда получают социальные гарантии, а нелегальный оборот товаров снижает конкурентоспособность официальных продавцов. Предприниматели обеспокоены тем, что законодательные инициативы не всегда учитывают специфику онлайн-бизнеса, что приводит к избыточной нагрузке на продавцов.

Особое внимание вызывает защита прав потребителей при покупках на иностранных маркетплейсах, которые сталкиваются с несоответствующим качеством товаров, без сертификации и гарантий, а возврат осложнен из-за внеюрисдикционной работы таких площадок.

Рынок электронной коммерции характеризуется активным развитием крупных платформ, благодаря чему онлайн-торговля становится более доступной и масштабной, однако данная тенденция может создавать определённые риски для конкурентной среды. Происходит сокращение доли интернет-магазинов и самостоятельных платформ в пользу маркетплейсов. Кроме того, асимметрия информации между платформами и пользователями может влиять на поведение покупателей для повышения продаж определенных продуктов. Встроенные алгоритмы маркетплейсов способны завышать цены и способствовать скрытому сговору между компаниями, что делает возможным воздействие на поведение покупателей и на структуру продаж. Кроме того, особую актуальность приобретают вопросы защиты персональных данных пользователей, которые собирают и обрабатывают цифровые платформы. В этих условиях важно разработать адекватные меры по регулированию конкуренции, защите прав потребителей, учитывая стремительное расширение цифровых платформ, недостаток практического опыта в их регулировании, инновационность и относительную новизну данного сегмента рынка.

Эксперты прогнозируют, что электронная коммерция продолжит расти и постепенно завоёвывать всё большую долю общего розничного рынка в ближайшие годы. По оценкам, ожидается, что доля мировой электронной коммерции в розничных продажах достигнет 23% к 2027 году². Благодаря высоким темпам роста, широкой цифровизации и развитию платежных систем, Казахстан опережает некоторые развитые страны по динамике развития электронной коммерции и будет демонстрировать дальнейший рост данного сегмента. Однако на фоне стремительного развития электронной коммерции остаются актуальными вопросы регулирования. Необходимо формировать эффективную регуляторную среду, которая учитывает особенности онлайн-торговли и поддерживает равные условия конкуренции между маркетплейсами и поставщиками. Это будет способствовать повышению качества услуг, снижению цен и обеспечению защиты прав потребителей.

Салтанат Игенбекова – Аналитический центр

При использовании материала из данной публикации ссылка на первоисточник обязательна.

² По данным MobiLoud. Доступно: <https://www.mobiloud.com/blog/ecommerce-percentage-of-retail-sales>

© 2025 АО «Halyk Finance» (далее - HF), дочерняя организация АО «Народный банк Казахстана».

Настоящая публикация носит исключительно информационный характер и не является предложением или попыткой со стороны HF купить, продать или вступить в иную сделку в отношении каких-либо ценных бумаг и иных финансовых инструментов, на которые в настоящей публикации может содержаться ссылка, предоставить какие-либо инвестиционные рекомендации или услуги. Указанные предложения могут быть направлены исключительно в соответствии с требованиями применимого законодательства. Настоящая публикация основана на информации, которую мы считаем надежной, однако мы не утверждаем, что все приведенные сведения абсолютно точны. При этом, отмечаем, что прошлая доходность не является показателем доходности инвестиций в будущем. Мы не несем ответственности за использование клиентами информации, содержащейся в настоящей публикации, а также за сделки и операции с ценными бумагами и иными финансовыми инструментами, упоминающимися в ней. Мы не берем на себя обязательство регулярно обновлять информацию, которая содержится в настоящей публикации или исправлять возможные неточности. HF, его аффилированные и должностные лица, партнеры и сотрудники, в том числе лица, участвующие в подготовке и выпуске этого материала, оставляют за собой право участвовать в сделках в отношении упоминающихся в настоящей публикации ценных бумаг и иных финансовых инструментов. Также отмечаем, что на ценные бумаги и иные финансовые инструменты, рассматриваемые в настоящей публикации и номинированные в иностранной валюте, могут оказывать влияние обменные курсы валют. Изменение обменных курсов валют может вызвать снижение стоимости инвестиций в указанные активы. Следует иметь в виду, что инвестирование в Американские депозитарные расписки также подвержено риску изменения обменного курса валют, а инвестирование в казахстанские ценные бумаги и иные финансовые инструменты имеет значительный риск. В указанной связи инвесторы до принятия решения об участии в сделках с ценными бумагами и иными финансовыми инструментами, рассматриваемыми в настоящей публикации, должны проводить собственное исследование относительно надежности эмитентов данных ценных бумаг и иных финансовых инструментов.

© 2025 г., все права защищены.

Аналитический центр

Мадина Кабжалылова
Санжар Калдаров
Салтанат Игенбекова
Айдос Тайбекұлы
Арслан Аронов

+7 (727) 339 43 86

m.kabzhalyalova@halykfinance.kz

s.kaldarov@halykfinance.kz

s.igenbekova@halykfinance.kz

a.taibekuly@halykfinance.kz

araonov2001@bk.ru

Адрес:

Halyk Finance
пр. Абая, 109 «В», 5 этаж
A05A1B9, Алматы, Республика Казахстан
Тел. +7 727 331 59 77
www.halykfinance.kz

Bloomberg HLFN

Refinitiv

Halyk Finance

Factset

Halyk Finance

Capital IQ

Halyk Finance