

**28 мая 2026 года**

*В конце мая текущего года БНС опубликовало данные по рынку электронной коммерции Казахстана за 2025 год. Согласно официальной статистике, доля онлайн-продаж в розничной торговле продолжила увеличиваться и по итогам года достигла 14,3% от общего объема розничного товарооборота. Устойчивое расширение цифровых каналов продаж поддерживается высоким уровнем проникновения интернета, особенно мобильного, развитием онлайн-платежей и мобильных переводов, а также повышением доверия населения к цифровым сервисам.*

*Расширение электронной коммерции оказывает влияние на традиционные форматы розничной торговли. В частности, часть торговых центров и офлайн-магазинов, не имеющих выраженного развлекательного или общественного компонента (фудкорты), может сталкиваться со снижением физического потока покупателей. Данный процесс отражает не столько ослабление розничной физической торговли, сколько ее структурную трансформацию в сторону онлайн продаж товаров и услуг.*

*В целом, электронная коммерция становится одним из важных факторов развития потребительского рынка и экономики Казахстана. Ее рост способствует расширению розничной торговли, созданию новых рабочих мест в логистике, IT, финтехе и сервисных отраслях, увеличению налоговой базы, а также масштабированию малого и среднего бизнеса (МСБ) за счет доступа к более широкому кругу потребителей. Для МСБ маркетплейсы и цифровые платформы снижают барьеры выхода на рынок, позволяют расширять географию продаж и повышать операционную эффективность.*

*Отдельное значение имеет потенциальный дезинфляционный эффект электронной коммерции. За счет широкой конкуренции между продавцами, возможности оперативного сравнения предложений и оптимизации издержек онлайн-торговля может сдерживать рост цен по отдельным категориям товаров. В условиях сохраняющейся двузначной инфляции развитие электронной коммерции может выступать дополнительным рыночным механизмом повышения конкуренции и ограничения ценового давления. Вместе с тем на маркетплейсах сохраняются отдельные особенности действующей модели рассрочных платежей, которые могут оказывать влияние на ценовую динамику.*

По данным БНС, заметное расширение доли электронной коммерции в розничной торговле Казахстана началось в 2020 году на фоне пандемии COVID-19, когда ограничение мобильности населения и временное сокращение доступа к традиционным каналам продаж ускорили переход потребителей и бизнеса в онлайн-среду. В дальнейшем рост рынка поддерживался уже не только временными факторами, связанными с пандемией, но и более фундаментальными изменениями: высоким уровнем проникновения интернета, особенно мобильного, развитием онлайн-платежей и мобильных переводов, а также повышением доверия населения к цифровым сервисам.

Дополнительным фактором роста стало активное развитие маркетплейсов, в том числе со стороны банковского сектора. Казахстанские банки, располагая развитой клиентской базой, платежной инфраструктурой и цифровыми экосистемами, начали запускать собственные торговые платформы и продвигать их среди широкой аудитории. Для потребителей такие платформы стали привлекательными за счет удобных мобильных приложений, оформления заказов в сжатые сроки, конкурентных цен, широкого ассортимента товаров и услуг, а также постепенного улучшения логистики и сроков доставки. Поддерживающим фактором роста также является относительно молодая демографическая структура населения Казахстана. Молодые потребители, как правило, быстрее адаптируются к цифровым сервисам, активнее используют мобильные приложения, онлайн-платежи и маркетплейсы, что поддерживает устойчивое расширение электронной коммерции.

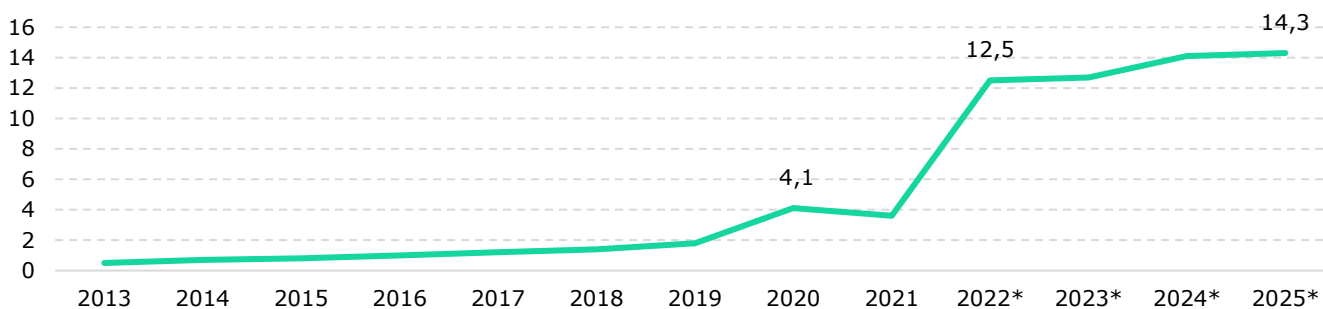
В 2022 году доля электронной коммерции в розничном товарообороте существенно увеличилась и достигла 12,5%, что в значительной степени было связано с включением в статистический учет

данных по маркетплейсам. В 2025 году рост продолжился, однако уже более умеренными темпами: показатель составил 14,3% (Рис. 1).

Объем розничной электронной торговли товарами в 2025 году достиг Т3,8 трлн. Основная часть оборота была сформирована через маркетплейсы - Т3,2 трлн, или 85,9% совокупного объема электронной торговли товарами. На предприятия розничной торговли, реализующие товары через собственные интернет-ресурсы, пришлось Т531,3 млрд, или 14,1%. Такая структура подтверждает ключевую роль маркетплейсов в развитии онлайн-торговли и отражает постепенное смещение потребительского спроса в сторону крупных цифровых платформ.

Расширение электронной коммерции оказывает влияние на традиционные форматы розничной торговли. В частности, торговые центры без выраженного развлекательного, сервисного или общественного компонента, а также отдельные рынки могут сталкиваться со снижением физического потока покупателей и усилением конкуренции со стороны онлайн-каналов. На этом фоне в 2025 году количество рынков и торговых мест сократилось на 6,1% г/г и 2,2% г/г соответственно.

Рис. 1. Динамика электронной торговли в Казахстане, 2013-2025 годы



Источник: БНС

\*Данные за 2022-2025 гг. сформированы с учетом маркетплейсов.

Структура реализации товаров через маркетплейсы в 2025 году заметно изменилась по сравнению с предыдущим годом. Если в 2024 году наибольшая доля продаж через маркетплейсы приходилась на средние предприятия - 79%, тогда как доля крупных предприятий составляла 3,9%, то в 2025 году реализация товаров через маркетплейсы практически полностью была обеспечена крупными предприятиями - 99,8% (Рис. 2). Такая динамика, вероятно, отражает возможные изменения статистического учета или классификации предприятий. В этой связи для корректной интерпретации показателя представляется целесообразным получение официального разъяснения БНС относительно методологических факторов, повлиявших на столь существенное изменение структуры реализации товаров через маркетплейсы.

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

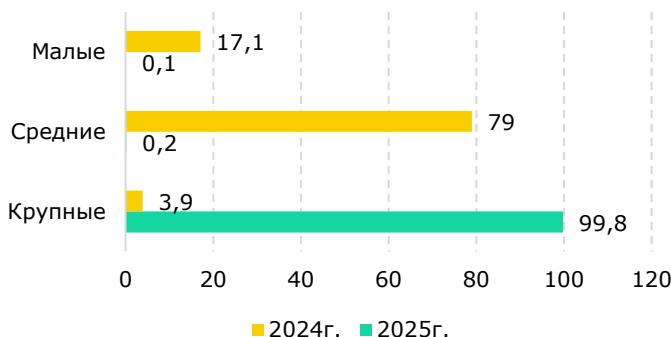
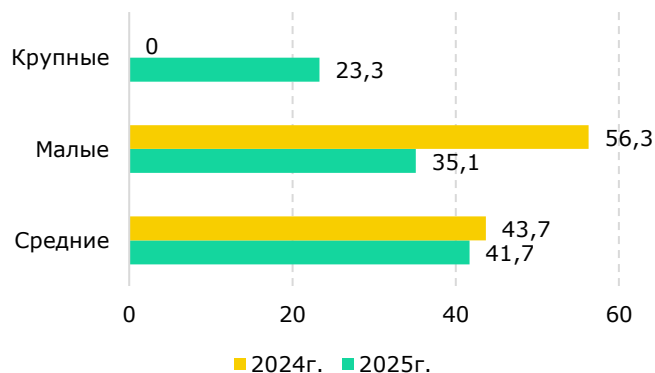


Рис. 3. Реализация услуг через маркетплейсы по размерности предприятий, %



Источник: БНС

В сегменте онлайн-реализации услуг через маркетплейсы сохраняется более диверсифицированная структура участников. На средние предприятия приходится 41,7% общего объема реализации услуг, на малые - 35,1%. Более высокая роль малого и среднего бизнеса в данном сегменте может быть связана с относительно низкими барьерами входа, гибкостью операционной модели и ориентацией на локальный спрос. Многие услуги требуют индивидуального подхода к клиенту и адаптации под конкретный рынок, что создает благоприятные условия для участия небольших компаний.

Значимую роль в сегменте услуг, реализуемых через маркетплейсы, играют компании в области информационных технологий, включая операторов цифровых платформ. На них приходится более 73% общего объема оказанных услуг через маркетплейсы. Такая структура отражает высокую технологическую составляющую электронной коммерции и способствует развитию цифровых решений, повышению операционной эффективности бизнеса, ускорению цифровизации экономики, а также формированию дополнительного спроса на квалифицированные кадры в IT-секторе и смежных отраслях.

В 2025 году в Казахстане насчитывалось 42 маркетплейса. При этом 69% из них осуществляли деятельность в сфере веб-порталов, обработки данных и компьютерного программирования, что подтверждает высокую технологическую составляющую данного сегмента рынка.

В структуре товарооборота маркетплейсов наибольшая доля приходилась на гаджеты и мобильные телефоны - 17,1%, одежду - 12,4%, товары для дома - 12,1%, а также бытовую технику - 10,3%. Такая структура указывает на устойчивый спрос на категории товаров, для которых онлайн-канал обеспечивает широкий выбор, удобство сравнения цен и быструю доставку. В сегменте услуг, реализуемых через маркетплейсы, преобладали услуги по перевозке пассажиров - 42,6%, а также бронирование билетов на транспорт - 30,8%. Это свидетельствует о высокой роли цифровых платформ не только в торговле товарами, но и в развитии онлайн-сервисов, связанных с мобильностью населения и транспортной инфраструктурой.

С учетом устойчивого роста электронной торговли, ее роли в цифровой трансформации и вклада в развитие потребительского рынка Правительством Казахстана принят План развития электронной торговли до 2027 года. [По данным Министерства торговли и интеграции](#), к концу 2025 года было устранено 69 из 70 торговых барьеров в рамках ЕАЭС, что создает дополнительные условия для расширения трансграничной торговли. [Государство прогнозирует](#) увеличение доли электронной коммерции в общем объеме розничной торговли до 18,5% к 2029 году, или до Т9,3 трлн в стоимостном выражении. С учетом текущих темпов проникновения онлайн-торговли и расширения цифровой инфраструктуры данный ориентир выглядит достижимым.

Отдельное значение имеет потенциальный дезинфляционный эффект электронной коммерции. За счет широкой конкуренции между продавцами, возможности оперативного сравнения предложений и оптимизации издержек онлайн-торговля может сдерживать рост цен по отдельным категориям товаров. В условиях сохраняющейся двузначной инфляции развитие электронной коммерции может выступать дополнительным рыночным механизмом повышения конкуренции и ограничения ценового давления.

Вместе с тем на маркетплейсах сохраняются отдельные аспекты функционирования, связанные с тем, что действующая модель рассрочных платежей может оказывать проинфляционное воздействие на экономику. Правительством были предприняты меры по совершенствованию соответствующих механизмов. Так, осенью 2025 года Министерство торговли и интеграции инициировало изменения Правил внутренней торговли, которые были призваны устранить дискриминацию и охладить рынок «рассрочек» через механизм указания «двойных цен» (одна цена - при продаже за единовременную оплату, другая - при использовании «рассрочки»). Данная инициатива в целом носила обоснованный характер, однако ее эффект, по нашему мнению, носил частичный характер, поскольку требование к субъектам внутренней торговли по указанию дифференцированных цен фактически не распространилось на крупнейшие маркетплейсы. Это обусловлено тем, что пункт 8 Правил регулирует «рассрочки», предоставляемые за счет собственных средств субъектов

внутренней торговли, и не распространяется на «рассрочки», предоставляемые за счет банковских ресурсов.

Электронная коммерция становится важным фактором структурного развития экономики Казахстана, оказывая положительное влияние на розничную торговлю, занятость, налоговые поступления, а также рост и масштабирование МСБ. Развитие маркетплейсов и цифровых платформ снижает барьеры выхода на рынок и расширяет географию продаж. Вместе с тем, Казахстан, благодаря высоким темпам цифровизации, развитию платежной инфраструктуры, распространению маркетплейсов и росту доверия потребителей к онлайн-покупкам, сохраняет потенциал для дальнейшего расширения данного сегмента. При этом по мере роста рынка будет усиливаться значимость качественного регулирования, ориентированного на обеспечение равных условий конкуренции между маркетплейсами, поставщиками и самостоятельными интернет-магазинами. Формирование предсказуемой и эффективной регуляторной среды будет способствовать повышению качества услуг, расширению выбора для потребителей, поддержанию ценовой конкуренции и защите прав пользователей цифровых платформ.

### **Арслан Аронов – Аналитический центр**

*При использовании материала из данной публикации ссылка на первоисточник обязательна.*

© 2026 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.

© 2026 г., все права защищены.

#### **Аналитический центр**

Салтанат Игенбекова  
Асан Курманбеков  
Арслан Аронов

**+7 (727) 339 43 86**

[s.igenbekova@halykfinance.kz](mailto:s.igenbekova@halykfinance.kz)  
[a.kurmanbekov@halykfinance.kz](mailto:a.kurmanbekov@halykfinance.kz)  
[a.aronov@halykfinance.kz](mailto:a.aronov@halykfinance.kz)

#### **Адрес:**

Halyk Finance  
пр. Абая, 109 «В», 5 этаж  
A05A1B9, Алматы, Республика Казахстан  
Тел. +7 727 331 59 77  
[www.halykfinance.kz](http://www.halykfinance.kz)

#### **Bloomberg**

**HLFN**

**Refinitiv**

Halyk Finance

**Factset**

Halyk Finance

**Capital IQ**

Halyk Finance