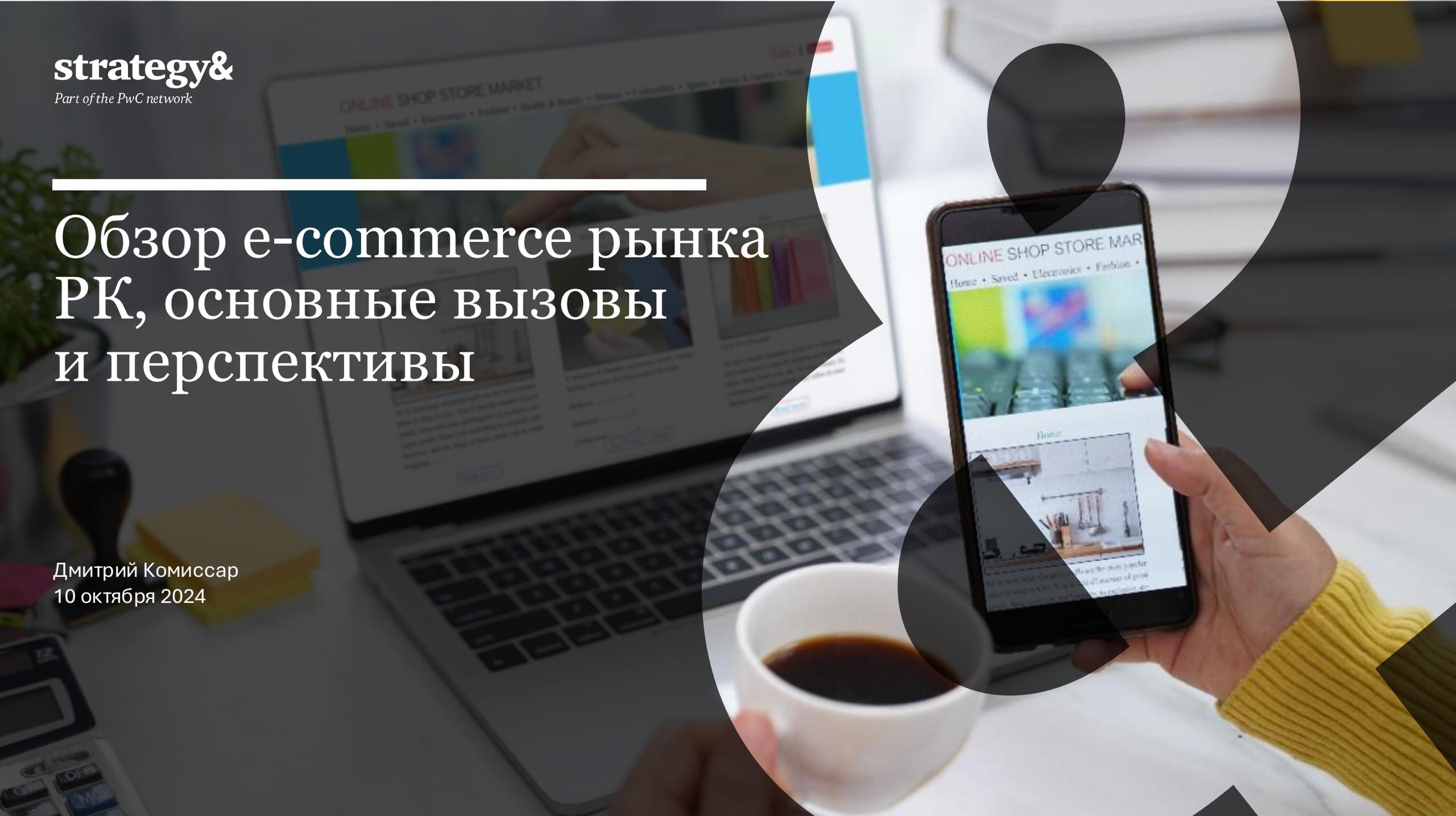


strategy&

Part of the PwC network

Обзор e-commerce рынка РК, основные вызовы и перспективы

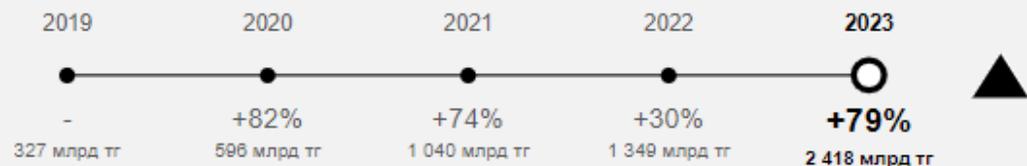
Дмитрий Комиссар
10 октября 2024



Ключевые показатели 2023

01

Объем рынка розничной электронной коммерции



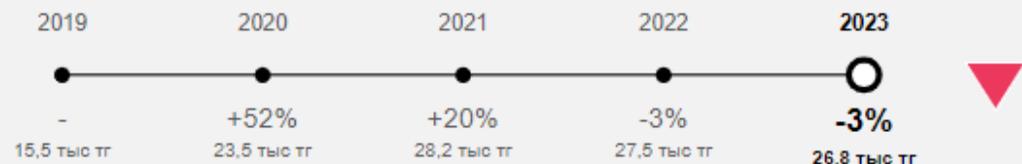
02

Число транзакций розничной электронной коммерции



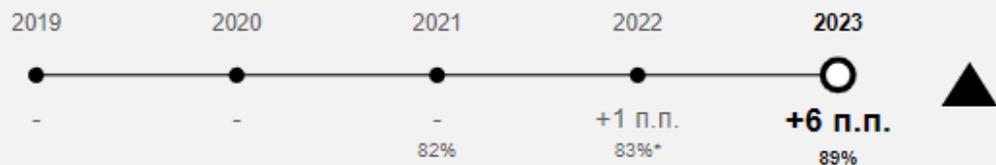
03

Сумма среднего чека



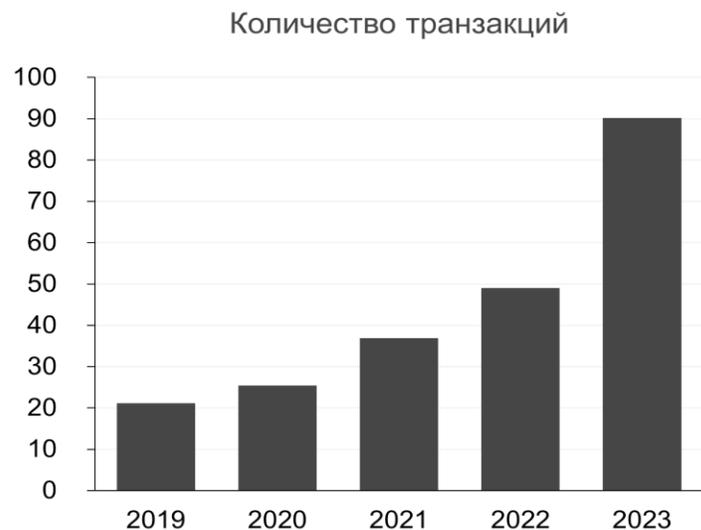
04

Доля продаж с маркетплейсов от всей розничной e-commerce



Розничная электронная коммерция набирает обороты

Объем e-commerce в денежном выражении и числе транзакций растёт, но средний чек снижается



Рынок розничной электронной торговли продемонстрировал уверенный рост как в денежном выражении, так и в количестве совершенных покупок.

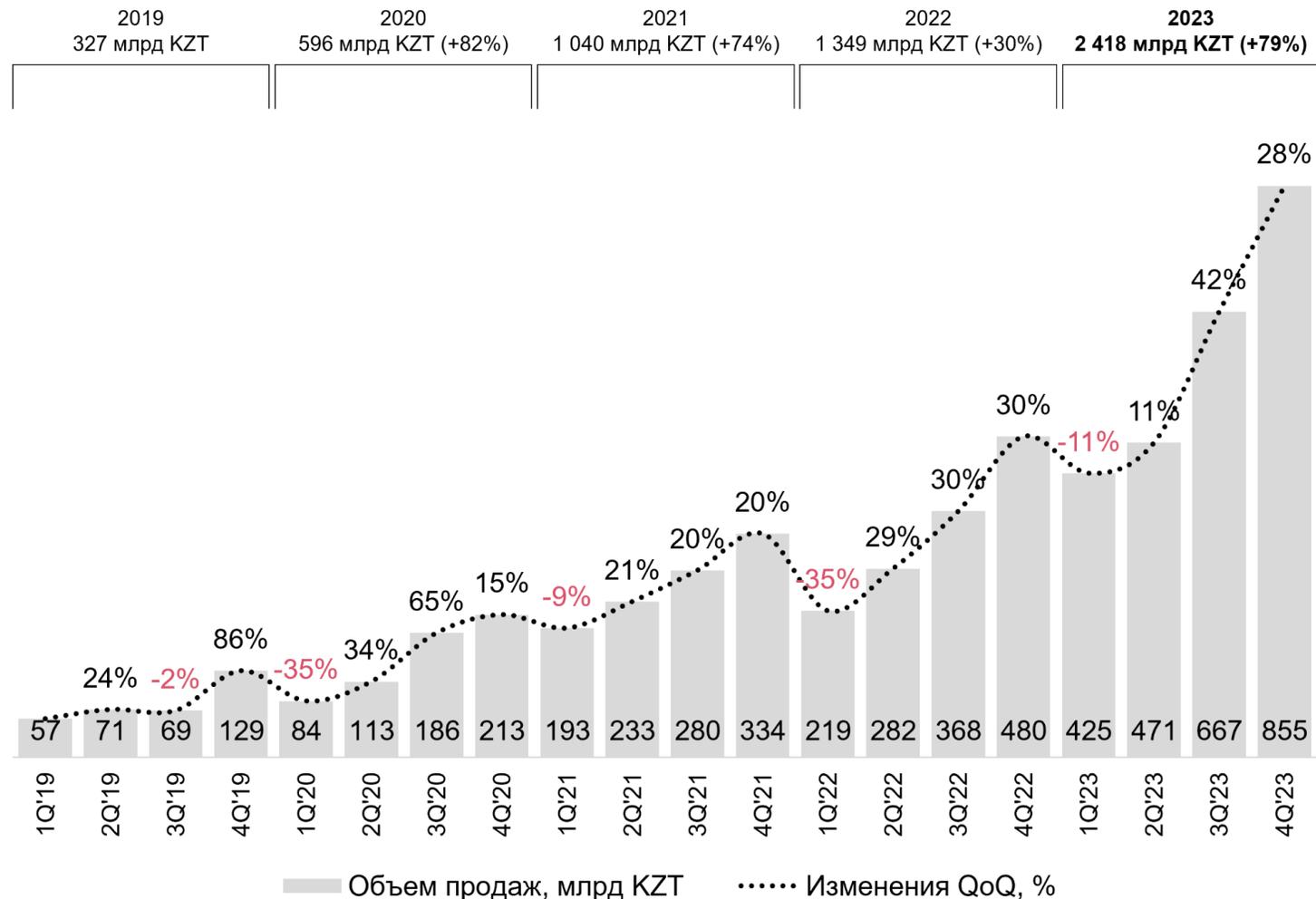
Так, объем продаж в 2023 году составил 2 418 млрд тенге (+79% YoY), что почти равняется 5,3 млрд долларов США. Число транзакций составило 90,2 млн (+84% YoY), а средний чек снизился до 26,8 тыс тенге (-2,6% YoY), или 58,8 долларов США (-1,5% YoY).

12,6%

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

Экспоненциальный рост и сезонная динамика

Объем продаж в сегменте e-commerce превысил 2,4 трлн KZT



В 2023 году, аналогично прошлому году, около 37% объемов продаж пришлось на первое полугодие, и 63% - на второе.

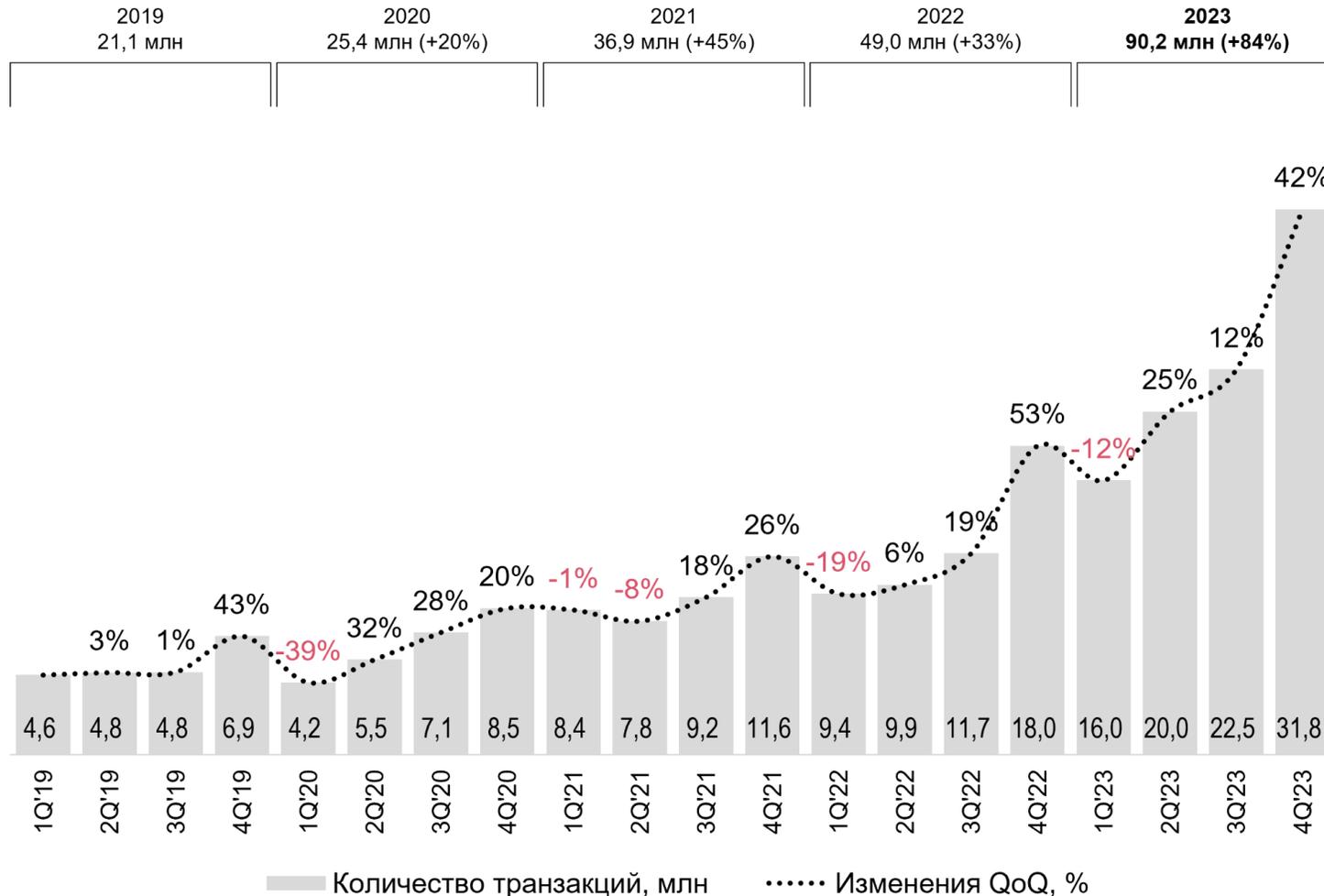
Показатели объемов продаж Q1 и Q2 снова уступают пиковым значениям предшествующего года, обусловленным повышенным спросом в период праздников и накануне. Общий нарастающий тренд пока не перекрывает это сезонное падение спроса, что и приводит к снижению объемов выручки в начале года.

79%

составил рост
объема продаж в KZT
по сравнению
с 2022 годом

За 4 года число онлайн покупок выросло в 4,3 раза

Число транзакций в сегменте e-commerce превысило 90 млн



За минувшие 4 года число заказов возросло в 4,3 раза, причем только за последний год рост числа заказов составил +84%. Так же, как и в прошлом году, почти 40% транзакций пришлось на первое полугодие, и число покупок нарастает к концу года.

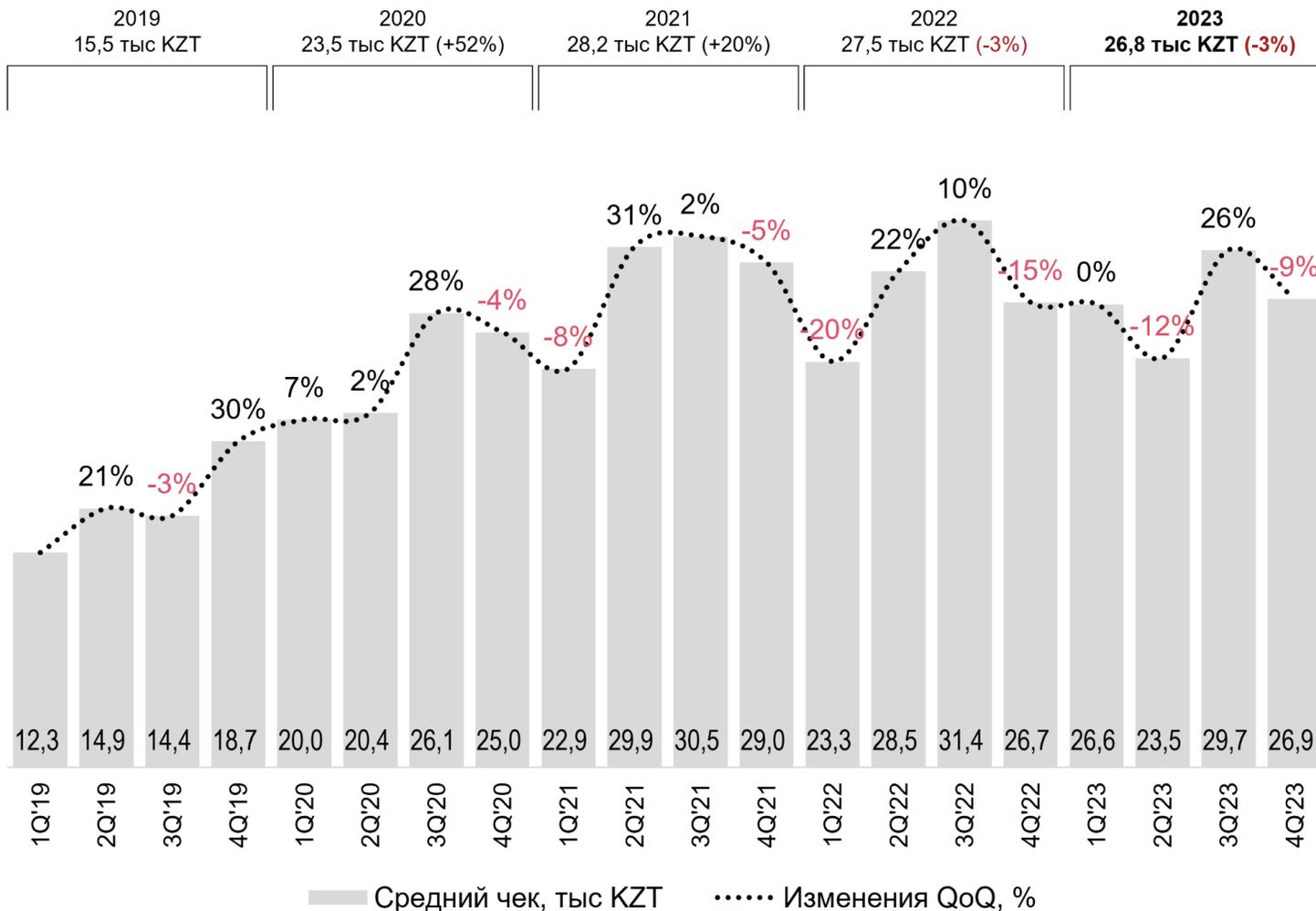
Однако снижение по окончании праздничного сезона было уже не столь значительным, чтобы полностью перекрыть основной растущий тренд, и 2Q'2023 по числу транзакций уже превзошел 4Q'2022.

84%

составил рост
числа транзакций
по сравнению
с 2022 годом

Средний чек снижается второй год подряд

В среднем чеке перестала наблюдаться сезонная составляющая спроса



На конец 2023 года средний чек составил 26,8 тысяч тенге, что является самым скромным результатом за последние 3 года.

На размер и динамику среднего чека сейчас в большей степени оказывают влияние фундаментальные изменения в соотношении популярности маркетплейсов и онлайн-магазинов, а также в соотношении местных и международных игроков.

-3%

составило снижение
среднего чека
по сравнению
с 2022 годом

Игрокам на рынке необходимо фокусироваться на различных приоритетах в зависимости от типа бизнеса

Различия в фокусах разных типов e-commerce бизнеса

- 1P интернет магазины**
 - Фулфилмент, последняя миля, управление остатками и ценами
- 3P маркетплейсы**
 - Фулфилмент, управление мерчантами, интеграции с партнерами
- Доставка еды из ресторанов**
 - Быстрая и ультра быстрая доставка, последняя миля, управление мерчантами
- Доставка продуктов питания**
 - Быстрая и ультра быстрая доставка, последняя миля, управление дарк-сторами и ассортиментом
- Сайты объявлений**
 - Управление подпиской
- C2C**
 - Продажа рекламы, управление подписками
- B2B**
 - Интеграции между партнерами
- Трансграничная торговля**
 - Международная доставка, таможенное оформление
- Продажа б/у товаров**
 - Управление платформой и сервисами

Основной вызов для e-commerce бизнеса - увеличение прибыльности за счет повышения операционной эффективности и логистических процессов

Ключевые направления для достижения прибыльности маркетплейсов

Unit-экономика 1 (Операционная эффективность)

Фокус на: управление затратами на фулфилмент, закупки, снижение затрат на упаковку и возвраты



2 Логистика

Фокус на: фулфилмент центрах, входящей и исходящей доставке, доставке последней мили, PUDO, трансграничная доставке, сети почтаматов и т. д.



Ассортиментная матрица 3

Фокус на: анализ прибыльности категорий, разработка ассортиментной стратегии, оптимизация доли SKU

4 Программа лояльности

Фокус на: стимулирование повторных покупок, кросс-продажи, up-sell, работа с клиентскими сегментами

Типы логистических проблем у e-commerce бизнеса, исходя из нашего глобального опыта

Основные вызовы e-commerce компаний в сфере логистики

1



Большой объем инвестиций в логистическую инфраструктуру

2



Низкая готовность клиентами оплачивать стоимость доставки

3



Сокращение сроков доставок и увеличений ожиданий по скорости доставки

4



Высокая операционная сложности процессов доставки

Оптимизация расходов по логистике и рост новых источников выручки позволят компании достичь прибыльности

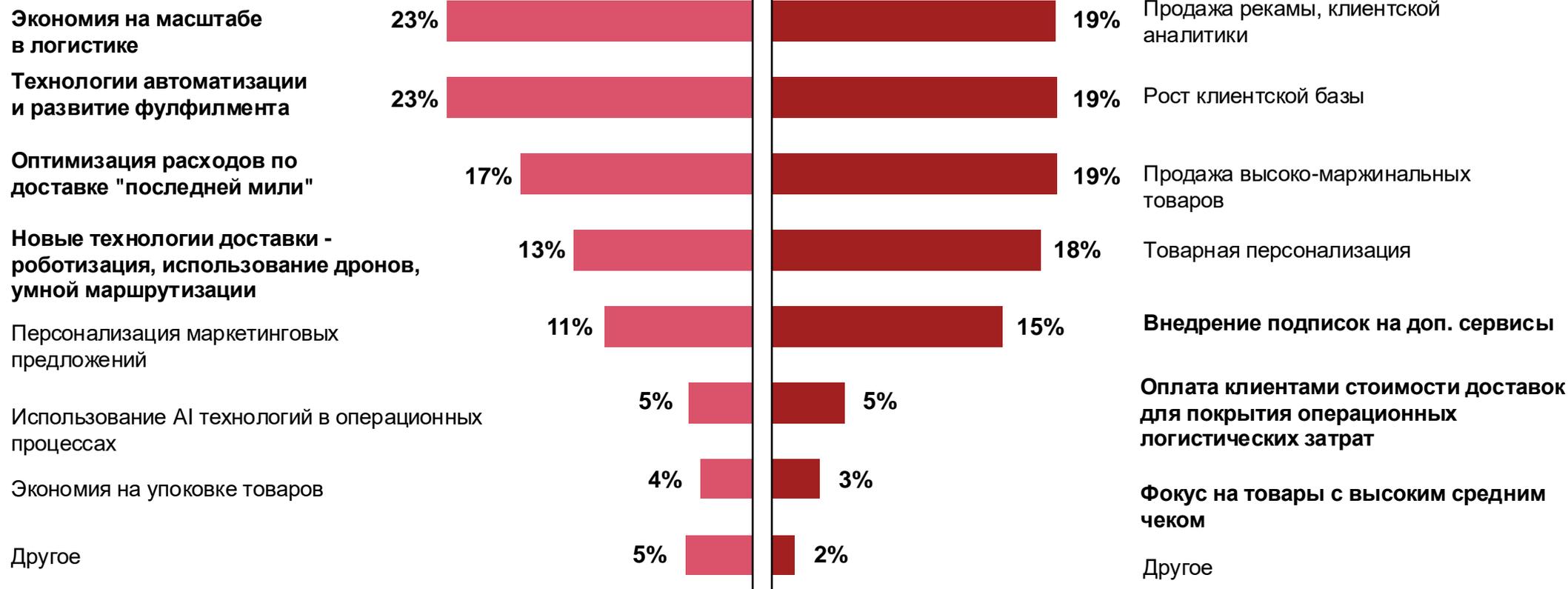
Методы увеличения прибыльности



Инструменты снижения расходов



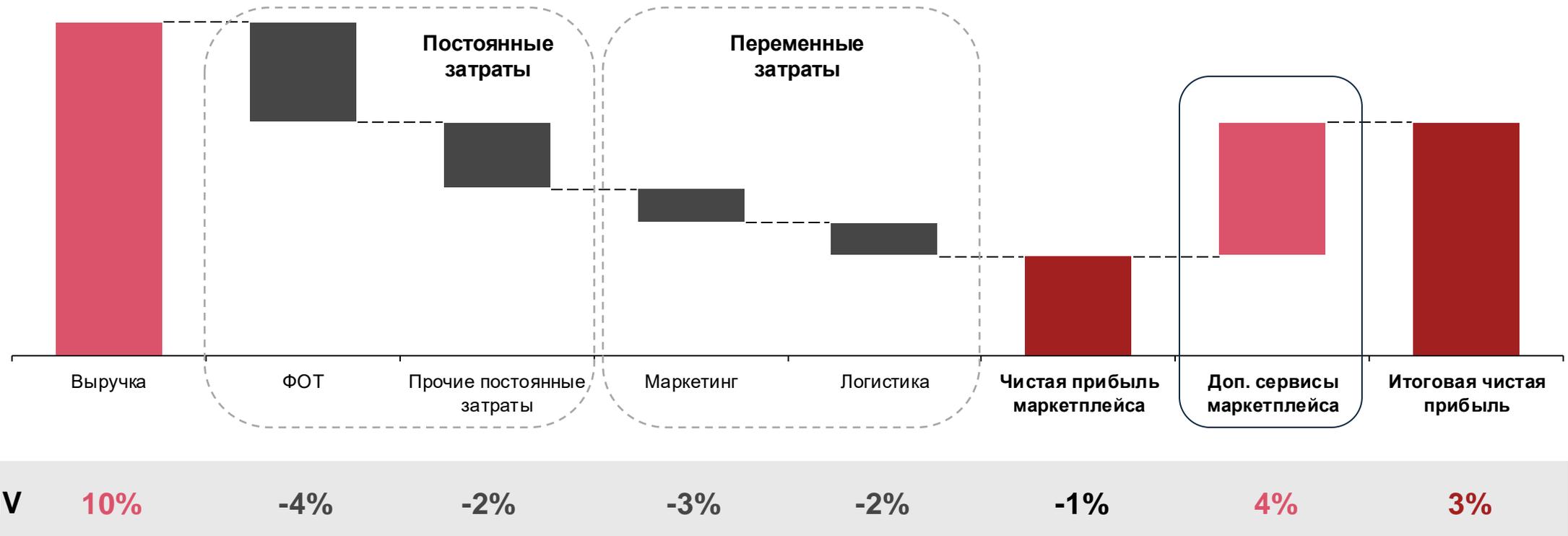
Инструменты увеличения доходов



Разработка и внедрение дополнительных услуг для продавцов и клиентов существенно повышает прибыльность маркетплейсов

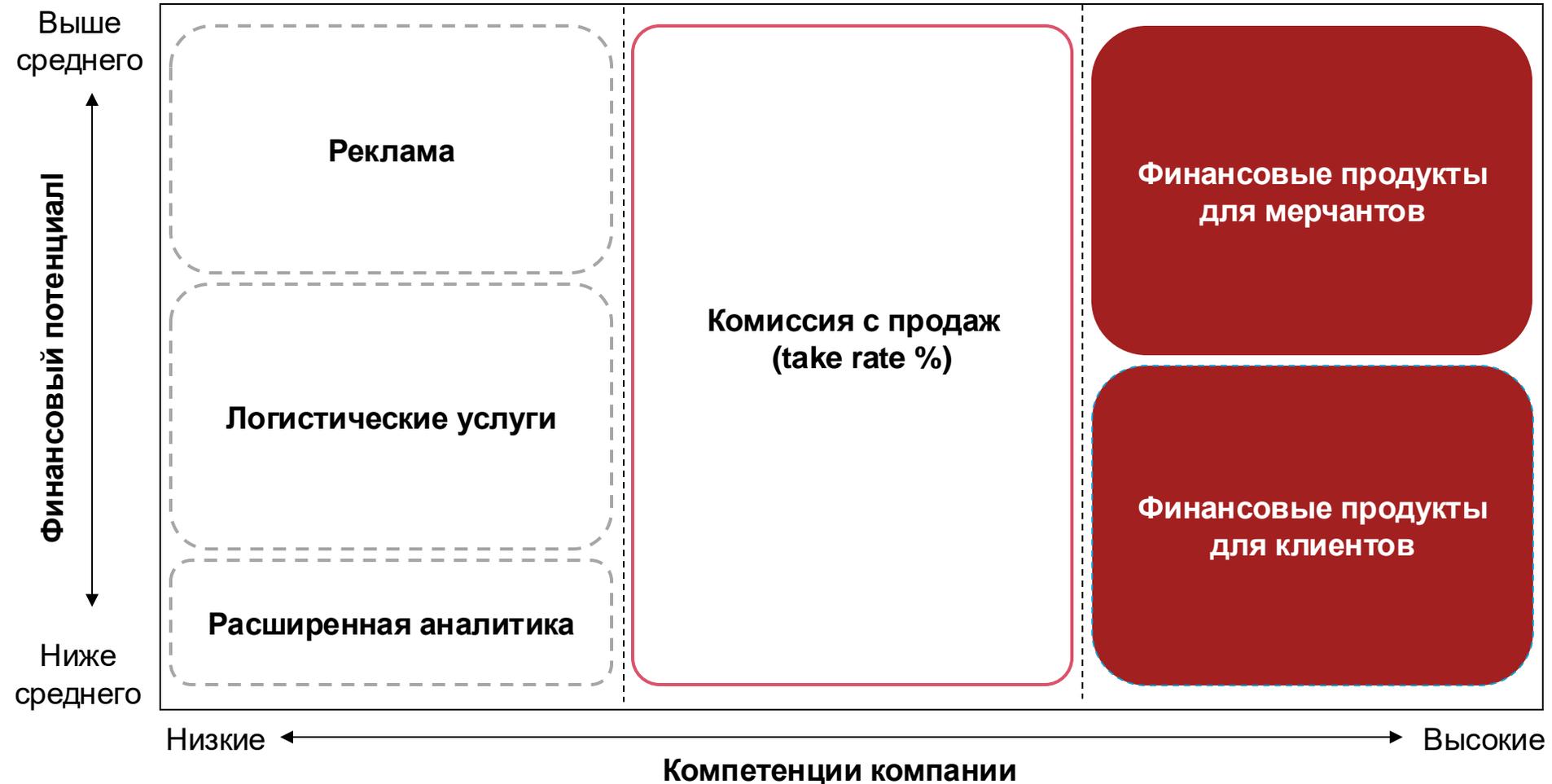
Анализ прибыльности

Иллюстративная бизнес модель B2C маркетплейса



Strategy& разрабатывает и внедряет портфолио продуктов и услуг для компаний онлайн торговли с целью увеличения прибыльности

Портфолио продуктов и услуг B2C маркетплейса



Команда Strategy& Евразия

Наша команда

Партнеры



Наталья Лим

Партнер Strategy&
Лидер практики консалтинга в регионе Евразия
Более 20 лет опыта в консалтинге



Бахтияр Бектурсунов

Партнер Strategy&
Лидер практики технического консалтинга в Евразии
Более 15 лет опыта в консалтинге и индустрии

Команда Strategy&

Группа FS: Экосистемы и e-com



Дмитрий Комиссар

Лидер практики e-com,
Strategy&
Более 15 лет в сфере e-com,
с фокусом на цифровую
трансформацию, разработку
и внедрение стратегии



Жанара Изимова

Старший менеджер в
Strategy&
Лидер практики Финансового
сектора
Эксперт в области разработки
стратегии и цифровой
трансформации для
финансовых учреждений с
более чем 20-летним опытом
работы в консалтинге и
индустрии



Елдос Кенжебаев

Менеджер в Strategy&
Более 20 лет опыта работы
в финансовой отрасли
Эксперт в области
разработки стратегий и
цифровой трансформации



Андрей Шевченко

Менеджер в Strategy&
Более 5 лет опыта работы в
сфере e-com, розничной
торговли и потребительского
консалтинга с упором на
разработку стратегии в
России и Центральной Азии

strategy&

Part of the PwC network

Спасибо!

strategyand.pwc.com

© 2024 PwC. Все права защищены. PwC относится к сети PwC и/или к одной или нескольким фирмам-членам, каждая из которых является отдельным юридическим лицом. Пожалуйста, ознакомьтесь со страницей pwc.com/structure для получения более подробной информации.

Отказ от ответственности: данный материал предназначен исключительно для общих информационных целей и не должен использоваться в качестве замены работе с профессиональными консультантами.