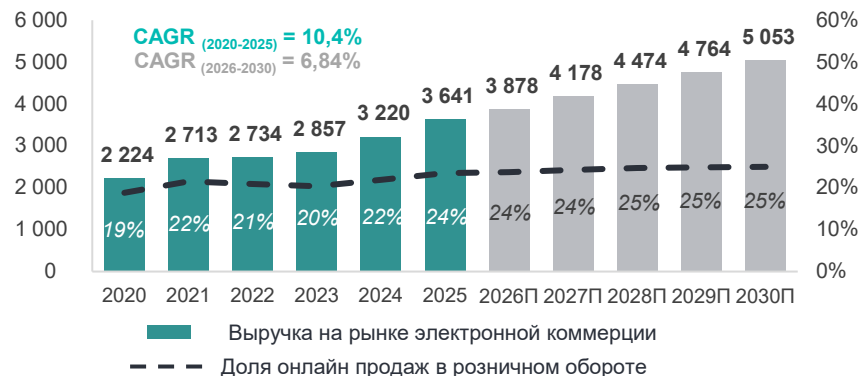

Обзор рынка
Электронной Коммерции,
онлайн-услуг и классифайдов
в Казахстане

За 2025 год



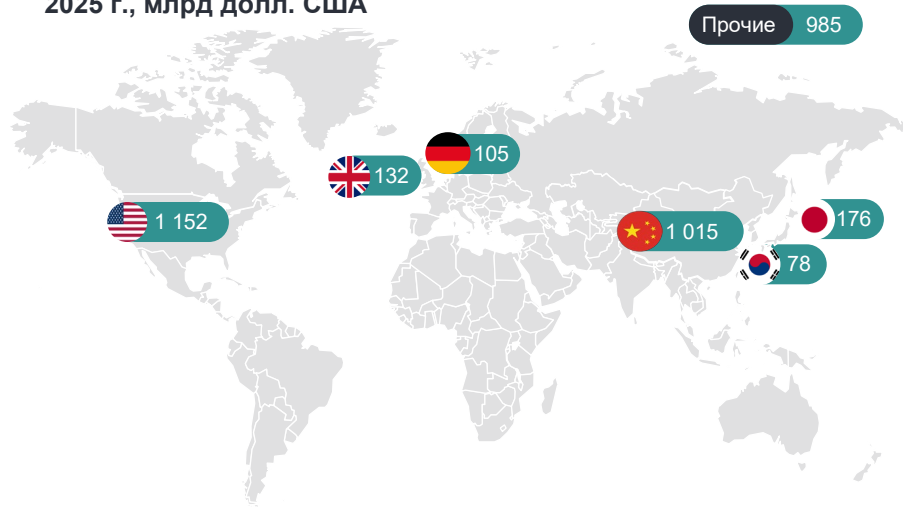
Обзор мирового рынка электронной коммерции

Динамика мирового объема электронной коммерции за 2020–2025 гг. и прогноз на 2026–2030 гг., млрд долл. США



Источник: Statista

Объем рынка электронной коммерции по странам мира за 2025 г., млрд долл. США



Источник: Statista

За последние годы электронная коммерция заметно укрепила свои позиции в мировой розничной торговле. Если в 2020 году объем онлайн-продаж составлял 2 224 млрд долл. США, то к 2025 году он вырос до 3 641 млрд долл. США. Основная часть рынка по-прежнему приходится на США и Китай, которые формируют более половины мирового объема электронной торговли (1 152 млрд долл. США и 1 015 млрд долл. США соответственно). Согласно прогнозу, в ближайшие годы рост сохранится, и к 2030 году объем рынка достигнет 5 053 млрд долл. США. Одновременно возрастает роль онлайн-канала в розничной торговле, его доля увеличивается с 19% в 2020 году до 25% в 2025 году. Это свидетельствует о том, что покупки через интернет продолжают становиться привычным форматом потребления во многих странах мира.

Объем мирового рынка электронной коммерции по регионам за 2025 г., млрд долл. США



Источник: Statista (Global e-com), анализ Baker Tilly (KZ)

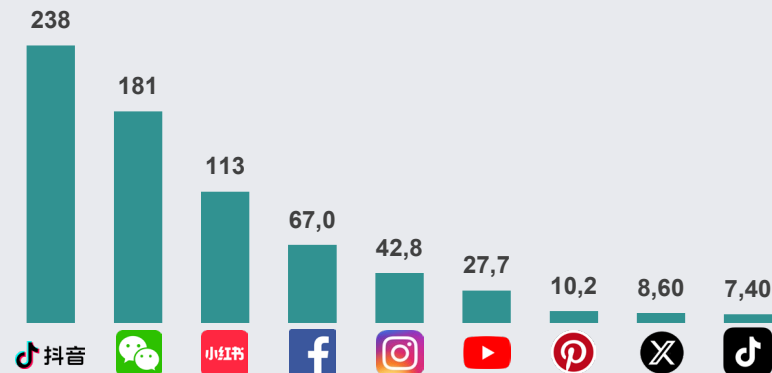
Глобальные лидеры электронной коммерции и социальных платформ

Крупнейшие игроки на рынке электронной коммерции в мире в 2025 году по валовой стоимости товаров, млрд долл. США

	Лидирующая категория	Крупнейший рынок	Валовая Стоимость товара, млрд долл. США
	Дом и Кухня	США	847
	Бакалея	Китай	780
	Мода	Китай	656
	Мода	Китай	585
	Мода	Китай	569
	Электроника	Китай	547
	Мода	Китай	226
	Продукты питания	США	214
	Мода	Индонезия	126
	Мода	Китай	93

Источник: ECDB GmbH

ТОП-10 социальных медиа-платформ по выручке в мире в 2025 году, млрд долл. США



Источник: Statista

Лидером мирового рынка электронной коммерции в 2025 году остается Amazon с GMV 847 млрд долл. США. Китайские платформы Pinduoduo, Douyin, Taobao, Tmall и JD.com формируют сопоставимый по масштабу кластер и обеспечивают значительную часть мирового оборота электронной торговли. Существенные позиции занимают также Kuaishou и Walmart, тогда как Shopee и Temu продолжают расширять свое присутствие на международных рынках. Структура рынка показывает усиление роли азиатских платформ в глобальной электронной коммерции.

В сегменте социальной коммерции крупнейшие объемы выручки приходятся на китайские платформы Douyin (238 млрд долл. США), WeChat (181 млрд долл. США) и Little Red Book (113 млрд долл. США). Среди западных игроков наиболее высокие показатели демонстрируют Facebook, Instagram и YouTube. Концентрация выручки на китайском рынке отражает высокий уровень интеграции покупок в социальные сети, мессенджеры и контентные сервисы. На фоне этого социальная коммерция постепенно становится самостоятельным направлением электронной торговли и занимает все более заметное место в структуре мирового онлайн-ритейла.

Социальная коммерция как новый канал алгоритмического спроса

Доля социальной коммерции в глобальном e-commerce выросла с 7,0% в 2020 году до 13,8% в 2025 году, а основными лидерами сегмента остаются китайские платформы. Покупки все чаще совершаются непосредственно внутри социальных сетей, видеоплатформ и мессенджеров без перехода на внешние сайты, что сокращает путь пользователя от знакомства с товаром до оформления заказа.

Рост сегмента связан с развитием рекомендательных алгоритмов Douyin и TikTok, которые формируют персонализированную ленту контента и интегрируют товарные предложения непосредственно в процесс просмотра. Существенную роль также играет WeChat, где пользователи могут общаться, оплачивать покупки и оформлять заказы в рамках одного приложения, объединяющего функции социальной сети, платежного сервиса и торговой платформы.



Рынок электронной коммерции в Казахстане

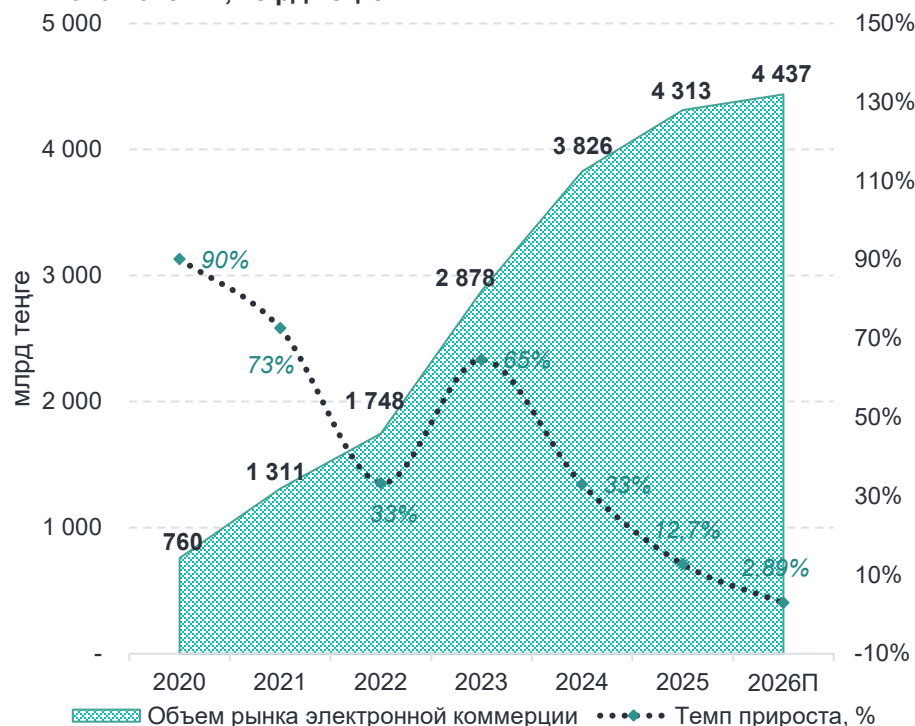
По итогам 2025 года объем рынка Retail e-commerce составил 4,3 трлн тенге (8,3 млрд долл. США), показав рост на 13% по сравнению с 2024 годом. По данным Бюро национальной статистики, доля электронной коммерции в общем объеме розничной торговли достигла 14,3%, что свидетельствует о продолжающемся укреплении позиций онлайн-каналов в структуре потребительских расходов.

По итогам 2026 года объем рынка электронной коммерции Казахстана может достичь 4,4 трлн тенге.

Важное значение приобретает адаптация участников рынка к новым требованиям в области налогообложения, маркировки и прослеживаемости товаров.

В целом электронная коммерция продолжает укреплять свои позиции в структуре розничной торговли и остается одним из наиболее динамично развивающихся сегментов экономики Казахстана.

Динамика роста объема рынка Retail e-commerce в Казахстане в 2020-2025 гг., млрд тенге



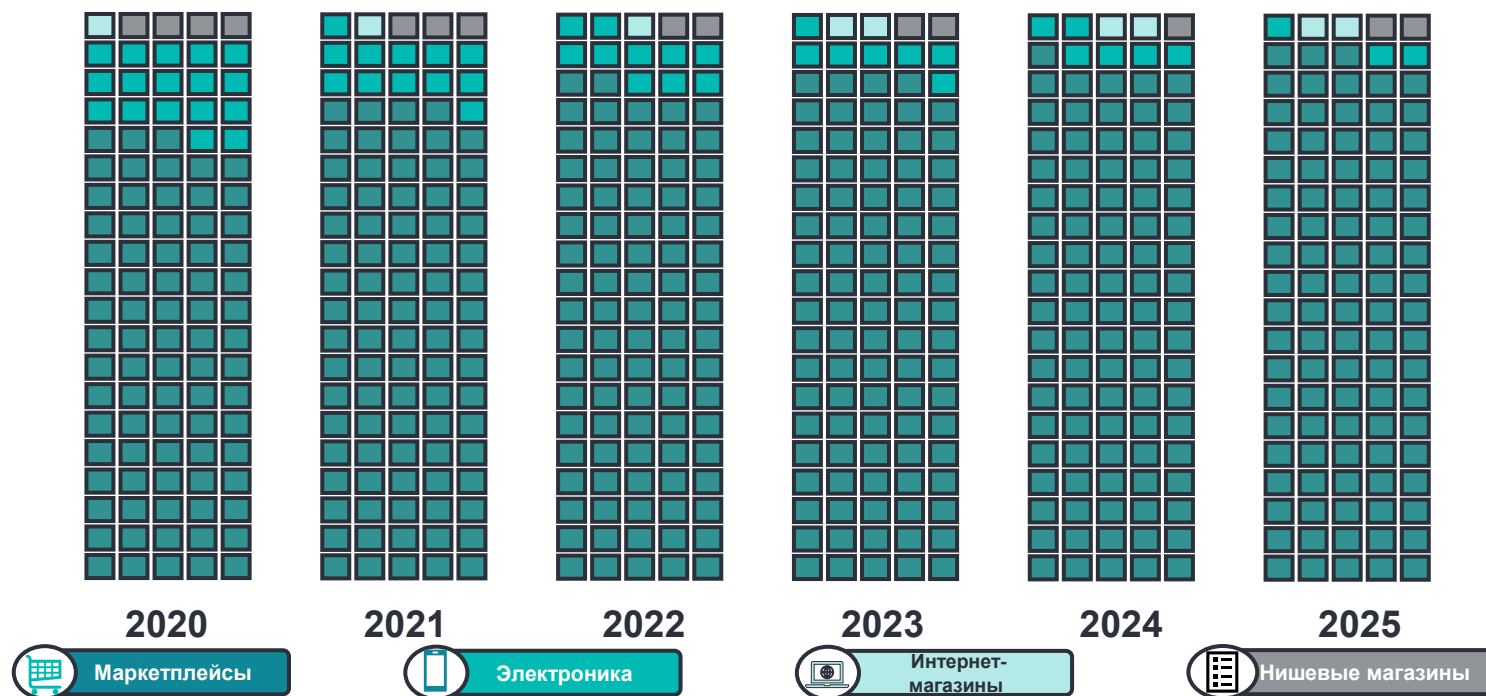
Источник: Аналитическое исследование Baker Tilly на базе рейтинга «TOP-50 KZ retail e-commerce, 2026» для forbes.kz

- 1** 4,3 трлн тенге *Объем рынка Retail e-commerce в Казахстане в 2025*
- 2** 14,3% *Доля электронной коммерции в объеме розничной торговли в 2025 по данным Stat.gov*
- 3** 4,4 трлн тенге *Объем рынка в Казахстане в 2026 г. по оценкам Baker Tilly*
- 4** 2,89% *Прогноз ежегодного увеличения оборота в 2026 г.*
- 5** 25% *Доля розничной электронной коммерции в мире на 2030 г по данным Statista.*
- 6** 20% *Доля розничной электронной коммерции В РК на 2030 г. по данным МТИ РК*

Рынок электронной коммерции в Казахстане

Динамика размера долей категорий Retail e-commerce в РК за период 2020 - 2025 гг., %

Источник: Аналитическое исследование Baker Tilly на базе ранкинга «TOP-50 KZ retail e-commerce, 2026» для forbes.kz



*Не включая 25% доли категорий «Прочие», куда входят продажи через социальные сети и мессенджеры, а также иной оборот

Маркетплейсы остаются крупнейшим сегментом рынка, увеличив долю с 77,5% в 2020 году до **93%** в 2025 году. Рост сегмента связан с расширением экосистем, ассортимента товаров и концентрацией спроса на крупных универсальных платформах. Второй по значимости является **электроника** и бытовая техника, продаваемая онлайн: несмотря на рост абсолютных показателей, её доля устойчиво снижалась - с 17,2% в 2020 году до 3,19% в 2025. Категория **интернет-магазинов**, то есть прямых интернет-магазинов отдельных ритейлеров, занимает стабильно небольшую долю - от 1,61% до 1,92% за весь период, несмотря на увеличение оборота более чем втрое. Доля **нишевых магазинов** в общем объёме retail e-commerce демонстрирует нисходящую динамику с последующим небольшим восстановлением: в 2020 году она составляла 3,7%, в 2021 году снизилась до 2,96%, в 2022 году - до 3,66%, а в 2023 году продолжила падение до 1,85%. В целом доля нишевых магазинов на протяжении всего рассматриваемого периода снижалась, что говорит о постепенном снижении их относительной значимости на фоне более быстрого роста маркетплейсов, однако с признаками стабилизации и роста интереса к нишевым площадкам в последний год.

Ключевые игроки по категориям рынка электронной коммерции Казахстана в 2025 году

Структура рынка электронной коммерции Казахстана по категориям и крупнейшим участникам по объему выручки в 2025 году, млрд тенге



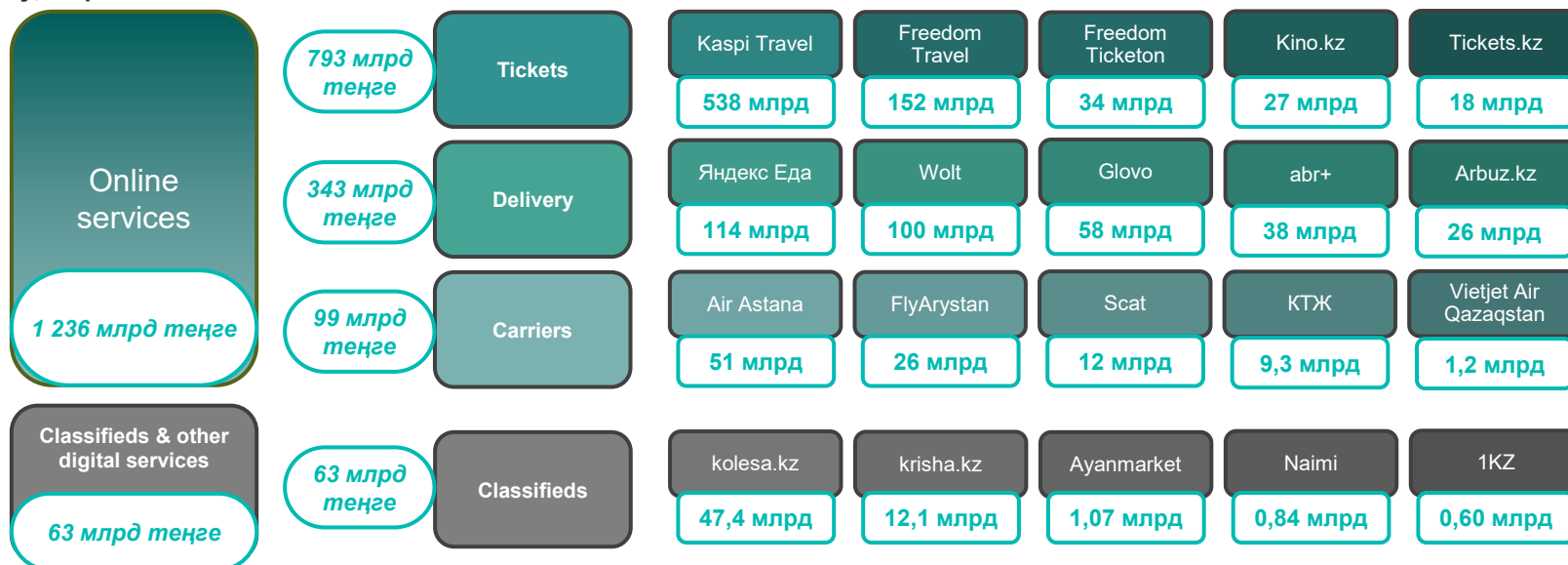
Источник: Аналитическое исследование Baker Tilly на базе ранкинга «TOP-50 KZ retail e-commerce, 2026» для forbes.kz

По объему выручки в 2025 году крупнейшим сегментом электронной коммерции остаются **маркетплейсы**, на которые приходится более 3 трлн тенге. Доминирующее положение занимает Kaspi Магазин с выручкой 2,47 трлн тенге, значительно опережая Wildberries, Halyk Market, Ozon и Forte Market. Второе место занимает категория **электроники** с объемом около 103 млрд тенге. Ключевым игроком выступает Sulpak, тогда как заметную роль также играют Technodom и Mechta. На сегмент **интернет-магазинов** пришлось 62 млрд тенге выручки. Основной объем продаж обеспечили Золотое Яблоко, Intertop.kz, Atomy.kz, Flip.kz и Monamie, работающие по модели собственных онлайн-магазинов. На **нишевые магазины** пришлось порядка 60 млрд тенге выручки. Лидер сегмента - Mycar.kz (42,6 млрд тенге), заметно опережающий конкурентов. Далее следуют Freedom Drive (7,32 млрд тенге) и Lamoda (7,12 млрд тенге), а Еврофарма (1,62 млрд тенге) и Ламана Про (1,35 млрд тенге) занимают меньшую долю. **Прочие категории** стабильно составляют 25% совокупного оборота на протяжении всего периода и отражают теневой рынок - продажи через социальные сети (Instagram, WhatsApp, Telegram-каналы) и прочий неучтенный оборот, не попадающий в официальную статистику маркетплейсов, e-store и электроники, что делает этот сегмент значимым для полной оценки реального объема рынка e-commerce.

Электроника имеет самый высокий средний чек - порядка 194 тыс. тенге, но самую низкую конверсию - 1,5%, что почти вдвое ниже бенчмарка Mastercard для этой категории (2,81%, по данным исследования Dynamic Yield Conversion Rate Benchmarks, агрегирующего среднеотраслевые тели конверсии сайтов), что говорит о более длительном цикле принятия решения при покупке электроники. Категория Интернет-магазинов показывает средний чек 67 тыс. тенге и конверсию 4,3%, что выше бенчмарка (3,07%). **Интернет-магазины** отдельных ритейлеров конвертируют трафик эффективнее рыночного ориентира. Наиболее показательна категория Маркетплейсов: при самом низком среднем чеке в 16,9 тыс. тенге она демонстрирует максимальную конверсию в 28%, что почти в 7,5 раз превышает бенчмарк Mastercard (3,75%), таким образом отражая специфику маркетплейсов, где невысокая стоимость заказа компенсируется значительно более высокой частотой и вероятностью покупки за счёт широкого ассортимента, доверия к платформе и короткого пути пользователя до оформления заказа.

Ключевые игроки по категориям рынка классифайдов и онлайн-услуг Казахстана в 2025 году

Структура рынка классифайдов и онлайн-услуг Казахстана по категориям и крупнейшим участникам по объему выручки в 2025 году, млрд тенге



Источник: Аналитическое исследование Baker Tilly на базе ранкинга «TOP-50 KZ retail e-commerce, 2026» для forbes.kz

По объему выручки в 2025 году сегмент Online services составляет порядка 1 236 млрд тенге, увеличившись более чем в 8 раз с 2020 года. Рост сегмента во многом связан с переходом бронирования билетов и заказа услуг в цифровые каналы на фоне развития суперприложений-экосистем. Основной вклад вносит категория Tickets - рост с 84 млрд тенге до 793 млрд тенге (в 9 раз), преимущественно за счёт Kaspi Travel. Delivery стала самой быстрорастущей категорией сегмента, увеличившись с 24 до 343 млрд тенге (в 14 раз) на фоне экспансии Яндекс Еда, Wolt и Glovo, тогда как Carriers показывает более умеренную динамику - с 42 до 99 млрд тенге.

Объем сегмента Classifieds & other digital services за 2025 составил 63 млрд тенге, увеличившись почти в 2 раза с 2020 года. Classified после пикового значения в 2024 году (66 млрд тенге) скорректировалась до 63 млрд тенге.

SWOT-анализ рынка электронной коммерции в Казахстане

- Активное развитие суперприложений и цифровых экосистем, объединяющих торговлю, платежи и финансовые сервисы на одной платформе
- Развитые программы лояльности и встроенные финансовые инструменты (рассрочка, кредитование, бесшовная оплата), стимулирующие покупательскую активность
- Высокая частота использования цифровых сервисов населением и рост удобства пользовательского опыта за счет интеграции услуг
- Усиление конкуренции между маркетплейсами и интернет-магазинами, способствующее постоянному улучшению клиентского сервиса

- Недостаточный контроль качества товаров со стороны отдельных маркетплейсов и продавцов, включая проверку происхождения продукции
- Распространение контрафакции и фэйковой продукции, а также наличие киберугроз и мошеннических схем в казахстанском retail e-commerce, снижающих доверие потребителей
- Зависимость маржинальности бизнеса от роста издержек (в том числе повышения НДС), напрямую влияющего на цены и покупательское настроение

SWOT

- Ожидаемый рост рынка на 20–30% в ближайшие 3–5 лет на фоне перехода потребителей из офлайн-розницы в онлайн
- Выравнивание конкурентных условий между отечественными и зарубежными участниками рынка e-commerce благодаря вступлению в силу нового Налогового кодекса, изменениям таможенного законодательства и внедрению обязательного декларирования товаров электронной торговли;
- Внедрение искусственного интеллекта для персонализации предложений, автоматизации процессов и роста эффективности продаж

- Усиление ценовой конкуренции и давления на маржинальность участников рынка вследствие быстрого роста числа маркетплейсов и цифровых каналов продаж
- Усиление трансграничной торговли - прямые заказы с зарубежных маркетплейсов с быстрой доставкой в Казахстан, давящие на локальных игроков
- Возможные жесткие регуляторные изменения, повышающие операционные издержки и замедляющие цифровизацию торговли

Авторы

Рамина Назырова, MRICS

Партнёр Baker Tilly

Qazaqstan Advisory

Сабина Курбан, FMVA

Менеджер по оценке Baker Tilly

Qazaqstan Advisory

Болат Абуталипов, FMVA

Консультант по оценке Baker Tilly

Qazaqstan Advisory

Карина Выборова

Стажер Baker Tilly

Qazaqstan Advisory

Муслим Усмаев

Стажер Baker Tilly

Qazaqstan Advisory



Baker Tilly Qazaqstan Advisory

www.bakertilly-ca.com

Адрес: Республика Казахстан, г. Алматы, пр-т
Аль-Фараби, 17/1, блок 5Б, этаж G, офис 1Б

Тел.: +7 727 355 47 57

Эл. почта: contact@bakertilly.kz