

Об электронной коммерции в Республике Казахстан

Дата опубликования: 23.05.2025

Дата следующего опубликования: 25.05.2026

1. Ключевые моменты

1.1 Электронная коммерция через маркетплейс

1.2 Электронная коммерция через собственный Интернет-ресурс

1.3 Способы оплаты и доставки

2. Глоссарий

3. Методологические пояснения

4. Ссылки на связанные публикации

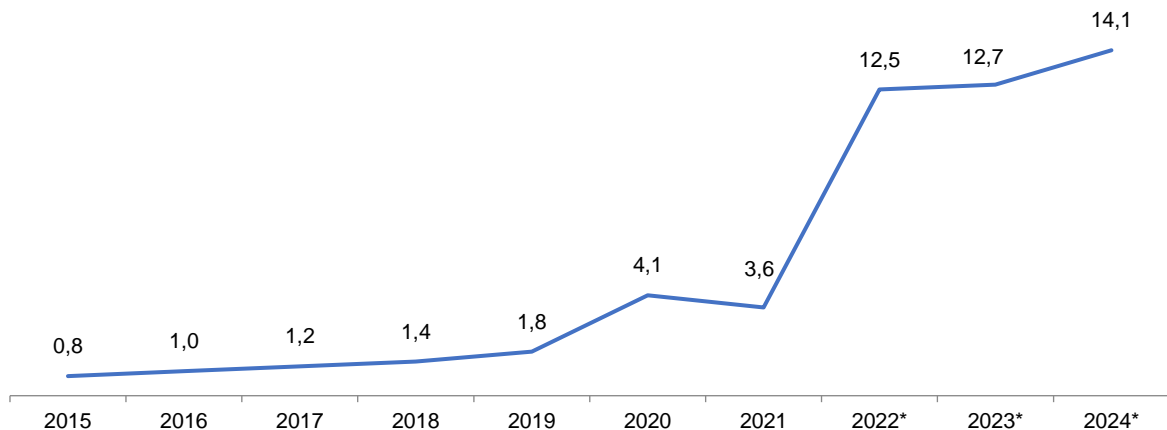
5. Полезные ссылки

1. Ключевые моменты

Доля электронной коммерции (внутренний рынок) в общем объеме розничной торговли в 2024 году (с учетом маркетплейсов) составила 14,1%.

Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли

в процентах



*Данные за 2022-2024 гг. сформированы с учетом маркетплейсов.

В 2024 году объем рынка розничной электронной коммерции (внутренний рынок) с учетом маркетплейсов составил 3156,4 млрд. тенге, из них оборот розничной торговли через платформу электронной коммерции (маркетплейс) составил 2679,8 млрд. тенге (84,9%), предприятий розничной торговли, осуществляющих реализацию товаров через собственный Интернет-ресурс – 476,5 млрд. тенге (15,1%).

Основные показатели электронной коммерции (внутренний рынок)

	2020	2021	2022*	2023*	2024*
Объем электронной коммерции (розничная торговля), млн.тенге	476 651,5	481 978,7	1 963 493,2	2 439 821,5	3 156 372,2
Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли, в процентах	4,1	3,6	12,5	12,7	14,1
Объем электронной коммерции (услуги) млн.тенге	209 164,7	349 933,7	1 186 536,7	1 602 576,3	2 443 353,1

*Данные за 2022-2024 гг. сформированы с учетом маркетплейсов.

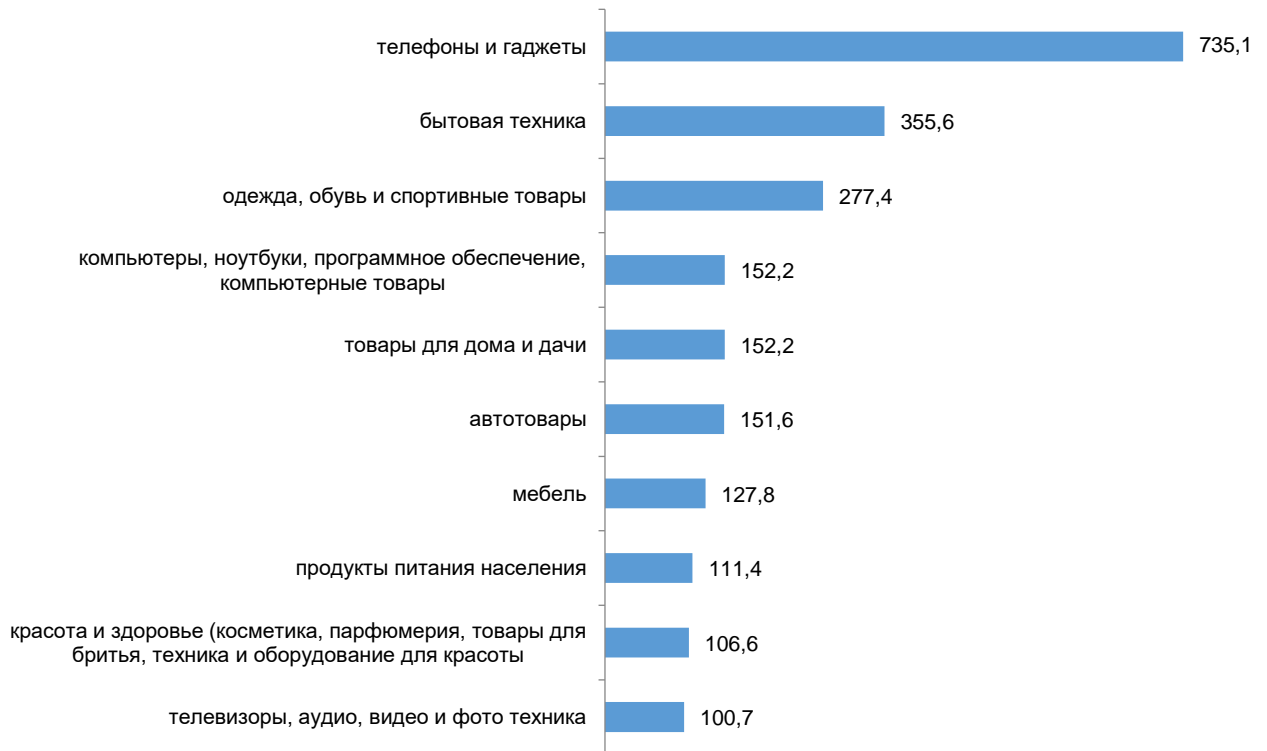
Доля предприятий, использующих платформу электронной коммерции (маркетплейс) в 2024г. составила 82,5%, реализующих товары и услуги через собственный Интернет-ресурс – 26,8%, из них 9,3% осуществляют розничную электронную коммерцию (через маркетплейс и собственный Интернет-ресурс).

В 2024 году объем электронной коммерции услуг с учетом маркетплейсов составил 2443,4 млрд. тенге. Объем оказанных услуг через платформу электронной коммерции (маркетплейс) составил 2065,2 млрд. тенге (84,5%). Объем оказанных услуг через собственный Интернет-ресурс составил 378,2 млрд. тенге (15,5%).

1.1 Электронная коммерция через маркетплейс

ТОП-10 товарных групп, реализованных через маркетплейсы за 2024г.

млрд. тенге



За 2024 год наибольшую долю от общего объема розничной реализации товаров через маркетплейсы составили телефоны и гаджеты – 27,4%, бытовая техника – 13,3%, одежда, обувь и спортивные товары – 10,3%, компьютеры, ноутбуки, программное обеспечение, компьютерные товары – 5,7%.

**Доля держателей электронной коммерции (маркетплейс)
по видам экономической деятельности за 2024г.**

в процентах



В 2024 году на рынке электронной коммерции наибольшая доля держателей платформ (маркетплейс) по видам экономической деятельности приходилась на деятельность в области компьютерного программирования – 26,8%, обработку данных, размещение приложений (прикладных программ) и связанную с этим деятельность – 19,5%, розничную торговлю путем заказа товаров по почте или через сеть Интернет – 12,2%, другие виды деятельности в области информационных технологий и информационных систем – 12,2%.

**Реализация товаров через маркетплейсы
по размерности предприятия за 2024г.**

в процентах



Наибольшая доля (79%) от общего объема розничной электронной торговли через маркетплейсы приходится на средние предприятия, малые – 17,1% и крупные – 3,9%.

Объем оказанных услуг через маркетплейсы за 2024г.

млрд. тенге



За 2024 год наибольшая доля в объеме оказанных услуг через маркетплейсы приходится на услуги по перевозке грузов – 29,5%, услуги по перевозке пассажиров – 29,4% и услуги по бронированию мест на транспорт – 25%.

Реализация услуг через маркетплейсы по размерности предприятия за 2024г.

в процентах



Наибольшая доля (56,3%) от общего объема оказанных услуг осуществлялась через маркетплейсы с численностью работников до 100 человек (малые предприятия) и 43,7% – средними предприятиями.

Сумма среднего чека товаров и услуг, реализованных через маркетплейсы за 2024г.

(расчетный показатель)

тенге



В 2024 году на маркетплейсах средний чек для розничных товаров, реализованных через маркетплейсы составил – 17 572 тенге, для оказанных услуг – 3 274 тенге.

1.2 Электронная коммерция через собственный Интернет-ресурс.

ТОП-10 товарных групп, реализованных через собственный Интернет-ресурс за 2024г.

млрд. тенге



В розничной торговле наибольшая доля по реализации через собственный Интернет-ресурс приходилась на косметику, парфюмерию (22,4%), бытовую технику (13,4%), аптеки (11,8%), телефоны и гаджеты (10,1%), ювелирные изделия (8,7%) и продукты питания (8,3%).

Реализация товаров через собственный Интернет-ресурс по размерности предприятия за 2024г.

в процентах



В 2024 году наибольшая доля в объеме розничной торговли через собственный Интернет-ресурс приходилась на крупные предприятия – 45,1%, малые предприятия – 43,8%, средние – 11,1%.

Объем оказанных услуг через собственный Интернет-ресурс за 2024г.

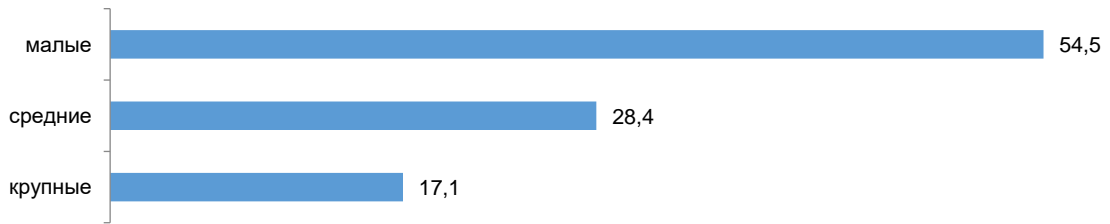
млрд. тенге



За 2024 год наибольшая доля в объеме оказанных услуг через собственный Интернет-ресурс приходится на услуги - билеты и бронирование мест на транспорт – 30,5%, услуги по перевозке пассажиров – 23,9%, услуги прочие, не входящие в другие группировки – 18,6%.

Реализация услуг через собственный Интернет-ресурс по размерности предприятия за 2024г.

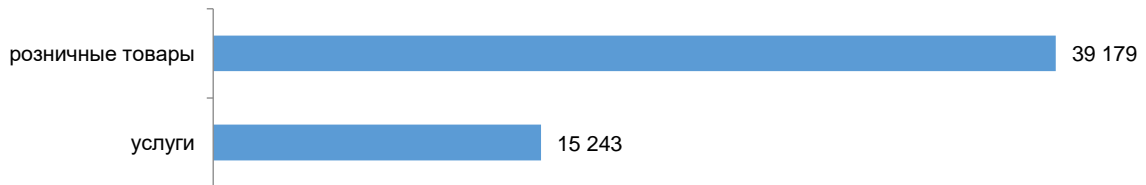
в процентах



В 2024 году наибольшая доля в объеме оказанных услуг через собственный Интернет-ресурс приходилась на малые предприятия – 54,5%, средние – 28,4%, крупные предприятия – 17,1%.

Сумма среднего чека товаров и услуг, реализованных через собственный Интернет-ресурс за 2024г. (расчетный показатель)

тенге



В 2024 году средний чек реализации через собственный Интернет-ресурс для розничных товаров составил 39 179 тенге, для оказанных услуг – 15 243 тенге.

1.3 Способы оплаты и доставки

Используемые способы оплаты за товары и услуги, реализованные через собственный Интернет-ресурс за 2024г.

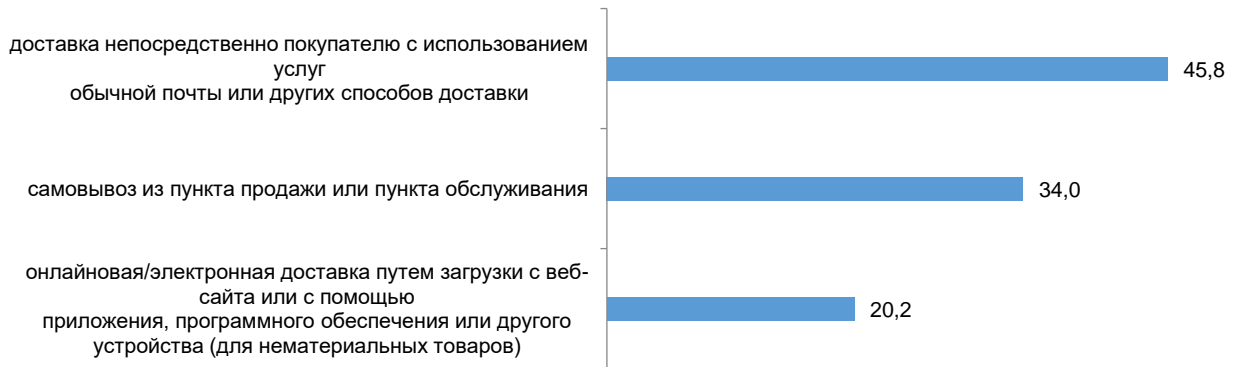
в процентах



В 2024 году из способов оплаты за товары и услуги наиболее предпочтительными являлись оплата дебетовой картой или электронный банковский перевод (32,2%), оплата кредитной картой через Интернет (23,7%), оплата наличными (22,8%), онлайн платежи (13,7%), через мобильный телефон (3,9%), оплата подарочной картой или онлайн ваучер «баллы» программы бонусов или купонов (3,7%).

**Используемые способы доставки товаров и услуг,
реализованные через собственный Интернет-ресурс за 2024г.**

в процентах



По способу доставки наиболее предпочтительным является вид доставки непосредственно покупателю с использованием услуг обычной почты или других способов доставки, доля которого составила 45,8%, самовывоз из пункта продажи или пункта обслуживания – 34% и онлайн доставка путем загрузки с веб-сайта или с помощью приложения – 20,2%.

2. Глоссарий

Электронная коммерция – предпринимательская деятельность в электронной торговле, а также продаже услуг, осуществляемая посредством информационно-коммуникационных технологий.

Электронная торговля – предпринимательская деятельность по реализации товаров, осуществляемая посредством информационно-коммуникационных технологий.

Онлайн платформа электронной коммерции (маркетплейс) - это цифровая площадка, выступающая в роли посредника и дающая сопоставлять спрос и предложения (товаров, услуг и/или информации) на многостороннем рынке участников через Интернет.

Розничная торговля – предпринимательская деятельность по продаже покупателю товаров, предназначенных для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Оптовая торговля – предпринимательская деятельность по реализации товаров, предназначенных для последующей продажи или иных целей, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

Под электронными платежами понимаются – платежи осуществленные безналичным путем (посредством банковских карт, счетов, электронных денег, мобильных телефонов, платежных терминалов).

3. Методологические пояснения

В данном документе содержатся данные по рынку электронной розничной торговли через Интернет, по услугам, оказанным через Интернет. Кроме того, отражаются данные в разрезе товаров и видам услуг.

Источником данных по электронной коммерции со стороны предложения является общегосударственное статистическое наблюдение «Отчет об электронной коммерции» (индекс Э-коммерция, периодичность годовая). Целью данного наблюдения является измерение объема и характеристик электронной торговли со стороны предложения для мониторинга и анализа электронной торговли.

Субъектами общегосударственного статистического наблюдения являются юридические лица, индивидуальные предприниматели, осуществляющие реализацию товаров и услуг через сеть Интернет.

Заказом считается предложение потребителя изготовить, поставить, продать ему продукцию, товар определенного вида и качества или выполнить работу, оказать услуги. Один заказ включает покупку одного или нескольких товаров.

Статистическое наблюдение предприятий (со стороны предложения) включает вопросы о характеристиках деятельности электронной коммерции, таких как: тип товаров и услуг, продаваемых или приобретаемых онлайн, количество заказов, количество предприятий использующих собственный Интернет-ресурс и платформу электронной коммерции, объем реализации товаров и услуг способы доставки, электронные платформы, используемые для ведения электронной коммерции, или электронных платформах, способы оплаты покупок в Интернете.

4. Ссылки на связанные публикации

Об электронной коммерции в Республике Казахстан

Электронная торговля в Республике Казахстан

5. Полезные ссылки

«Методика по формированию показателей по статистике электронной коммерции»

«Методика по формированию показателей по статистике внутренней торговли»

Форма Э-коммерция «Отчет об электронной коммерции»

Ответственные за выпуск: Департамент статистики услуг и энергетики	И.о. директора департамента: Г. Айгозина Тел. +7 7172 749077	Исполнитель: А.Ахмет Тел. +7 7172 749336 E-mail a.akhmet@aspire.gov.kz	Адрес: 010000, г. Астана, проспект Мәңгілік ел, 8 Дом Министерств, 4 подъезд
---	---	--	--
