

1. [Ключевые моменты](#)

1.1 Электронная коммерция через маркетплейс

1.2 Электронная коммерция через собственный Интернет-ресурс

1.3 Об используемых способах оплаты и доставки

2. [Глоссарий](#)

3. [Методологические пояснения](#)

4. [Ссылки на связанные публикации](#)

5. [Полезные ссылки](#)

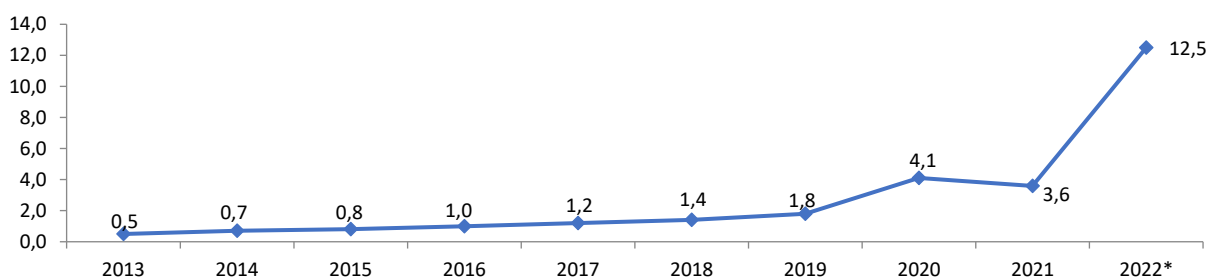
1. [Ключевые моменты](#)

В 2022 году объем рынка розничной электронной коммерции (внутренний рынок) с учетом маркетплейсов составил 1963,5 млрд. тенге, из них оборот розничной торговли через платформу электронной коммерции (маркетплейс) составил 1117,9 млрд. тенге (56,9%), предприятий розничной торговли, осуществляющих реализацию товаров через собственный Интернет-ресурс – 845,6 млн. тенге (43,1%).

Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли в 2022 году (с учетом маркетплейсов) составила 12,5%.

Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли

в процентах



*Данные за 2022г. сформированы с учетом маркетплейсов

Основные показатели электронной коммерции (внутренний рынок)

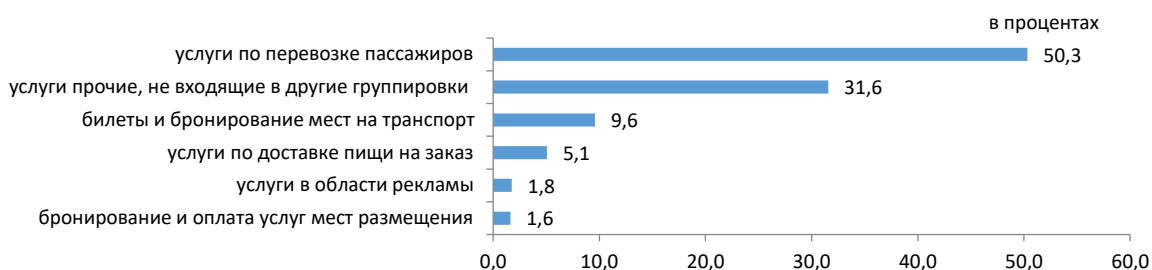
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022*
Объем электронной коммерции (розничная торговля), млн.тенге	50919,9	78500,5	106918,1	144606,0	206253,9	476651,5	481978,7	1963493,2
Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли, в процентах	0,8	1,0	1,2	1,4	1,8	4,1	3,6	12,5
Объем электронной коммерции (услуги) млн.тенге	39156,4	80198,4	70356,2	136123,0	121153,7	209164,7	349933,7	1186536,7

*Данные за 2022г. сформированы с учетом маркетплейсов

В 2022 году объем электронной коммерции услуг с учетом маркетплейсов составил 1186,5 млрд. тенге. Объем оказанных услуг через собственный Интернет-ресурс составил 254,7 млн. тенге (21,5%). Объем оказанных услуг через платформу электронной коммерции (маркетплейс) составил 931,8 млн. тенге (78,5%).

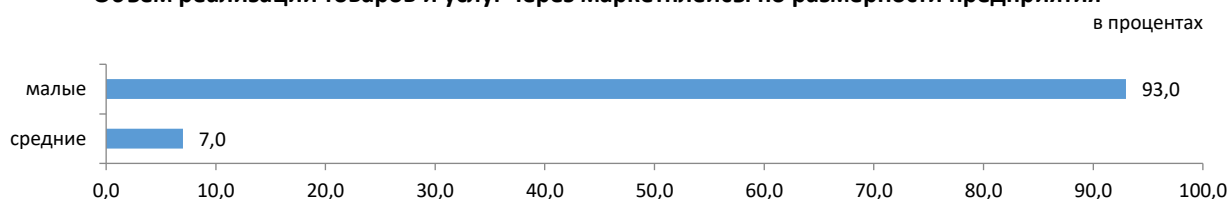
1.1 Электронная коммерция через маркетплейс

Объем оказанных услуг через маркетплейсы по видам за 2022г.



За 2022 год наибольшая доля в объеме оказанных услуг через маркетплейсы приходится на услуги по перевозке пассажиров – 50,3%, услуги по бронированию мест на транспорт – 9,6%, услуги по доставке пищи на заказ – 5,1%.

Объем реализации товаров и услуг через маркетплейсы по размерности предприятия



Наибольшая доля (93%) от общего объема реализации товаров и услуг осуществлялась через маркетплейсы с численностью работников до 100 человек (малые маркетплейсы) и лишь 7% – средними предприятиями.

Объем реализации товаров и услуг через маркетплейсы по видам экономической деятельности за 2022г.



За 2022 год наибольшая доля (58%) от общего объема реализации товаров и услуг осуществлялась через маркетплейсы с основным видом экономической деятельности «розничная торговля путем заказа товаров по почте или через сеть Интернет», 21,2% – «сопровождение программного обеспечения», 16,2% – «деятельность в области информационных технологий и информационных систем».

1.2 Электронная коммерция через собственный Интернет-ресурс.

Объем розничной торговли через собственный Интернет-ресурс по товарным группам за 2022г.



В розничной торговле наибольшую долю по реализации через собственный Интернет-ресурс составили товары для домашнего пользования (34,7%), одежда, обувь и спортивные товары (17,3%), продукты питания (13,2%), косметика (6,5%), лекарственные препараты (4,8%)

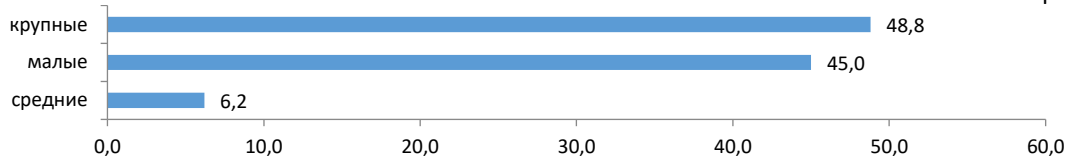
Объем розничной торговли через собственный Интернет-ресурс по видам экономической деятельности за 2022г.



За 2022 год наибольшая доля в объеме розничной торговли через собственный Интернет-ресурс приходилась на розничную торговлю прочими товарами в специализированных магазинах – 29,9%, розничную торговлю прочими бытовыми товарами в специализированных магазинах – 25,2%, оптовую торговлю компьютерами и коммуникационным оборудованием – 17,5%, оптовую торговлю непродовольственными товарами потребительского назначения – 10,2%.

Розничная торговля через собственный Интернет-ресурс по размерности предприятия

в процентах



В 2022 году наибольшая доля в объеме розничной торговли через собственный Интернет-ресурс приходилась на крупные предприятия – 48,8%, малые предприятия – 45%, средние – 6,2%.

Объем оказанных услуг через собственный Интернет-ресурс по видам услуг за 2022г.

тыс тенге



1.3 Об используемых способах оплаты и доставки

Используемые способы оплаты за товары и услуги

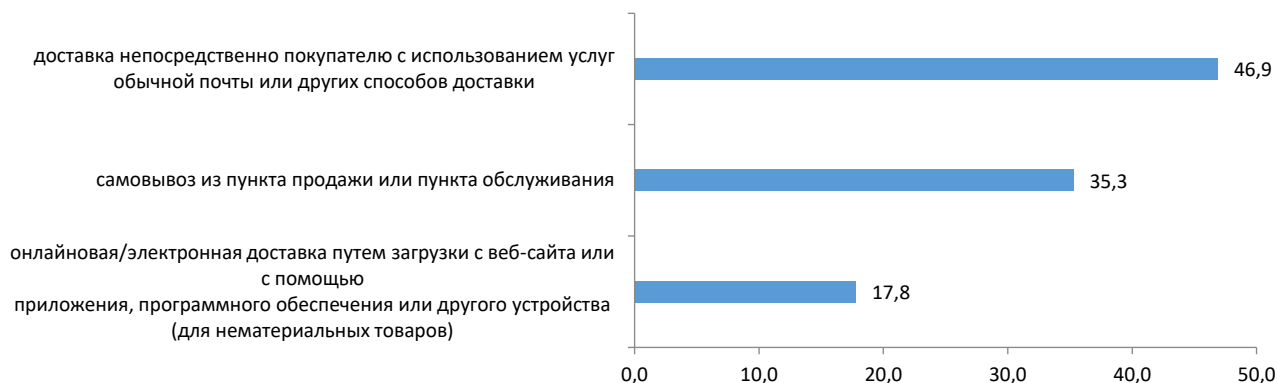
в процентах



В 2022 году из способов оплаты за товары и услуги наиболее предпочтительными являлись оплата дебетовой картой или электронный банковский перевод (31,5%), оплата кредитной картой через Интернет (23,5%), оплата наличными (22,6%), онлайн платежи (13,9%), мобильный телефон (5,3%), оплата подарочной картой или онлайн-ваучер «баллы» программы бонусов или купонов (3,1%), цифровой кошелек (0,1%).

Используемые способы доставки товаров

в процентах



По способу доставки наиболее предпочтительным является вид доставки непосредственно покупателю с использованием услуг обычной почты или других способов доставки, доля которого составила 46,9%, самовывоз из пункта продажи или пункта обслуживания – 35,3% и онлайн доставка – 17,8%.

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.

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	Директор департамента: Г. Караулова Тел. +7 7172 749060	Исполнитель: А. Нысанбай Тел. +7 7172 749336 E-mail a.nysanbai@aspire.gov.kz	Адрес: 010000, г. Астана, проспект Мәңгілік ел, 8 Дом Министерств, 4 подъезд
---	--	--	--