

Логистика интернет-торговли Казахстана 2023



СОДЕРЖАНИЕ

ВСТУПЛЕНИЕ

1. ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ КАЗАХСТАНА: КРАТКИЙ ОБЗОР

2. ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В ECOMMERCE КАЗАХСТАНА

3. ПРИНЯТЫЕ НОРМЫ ДОСТАВКИ

4. ГЛАВНЫЕ ТРЕНДЫ, ДРАЙВЕРЫ И СТОППЕРЫ ЛОГИСТИКИ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

5. СТРУКТУРА И ОЦЕНКА РЫНКА ЛОГИСТИКИ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

6. ПРОФИЛИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

7. АО «КАЗПОЧТА»

8. СКЛАДЫ В КАЗАХСТАНЕ

9. EGROCERY – ДОСТАВКА ГОТОВЫХ БЛЮД

10. FOOD DELIVERY – ДОСТАВКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

11. МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

12. АНАЛИТИЧЕСКИЕ АГЕНТСТВА DATA INSIGHT И CROSS INSIGHTS

СЛЕДИТЬ ЗА НАШИМИ ИССЛЕДОВАНИЯМИ МОЖНО РАЗНЫМИ СПОСОБАМИ:



datainsight.ru

Наши публичные исследования



t.me/DataInsight

Оперативные данные исследований в Телеграм-канале



datainsight.ru/newsdi-subscribe

Бесплатная рассылка новостей электронной торговли.
Выходит каждую неделю. Чтобы подписаться, заполните форму на сайте.

Присоединяйтесь к нам!

ПАРТНЕР

 **Доставка**



Сергей Семко

Ведущий аналитик направления
«Логистика» Data Insight

ВСТУПЛЕНИЕ

Исследовательские агентства Data Insight и Cross Insights продолжают цикл исследований интернет-торговли Казахстана – одной из самых интересных и перспективных на постсоветском пространстве, с точки зрения инвестиционной привлекательности. Рынок eCommerсе страны интенсивно растёт двузначными темпами: на 20-30% в год сейчас и на 70-80% в недалёком прошлом. Это значит, что вложения окупаются за очень короткий срок, а при достижимом возвращении прежних темпов роста возврат на вложения будет одним из самых высоких среди инвестиций в другие страны и другие отрасли.

Интернет-торговля Казахстана достаточно молода. Но несмотря на свою молодость, отрасль идёт вровень или даже опережает мировые тренды. Kaspi.kz стал ведущим игроком интернет-торговли страны еще до того, как в России маркетплейсы заняли лидирующее положение в отрасли. В Казахстане продажи в рассрочку стали мейнстримом, когда мода на BNPL (Buy-Now-Pay-Later) ещё не пришла в Европу и США. Страна, которая создала прорывные идеи в отрасли обещает создать и новых «единорогов».

Вместе с тем Казахстан, если взглянуть со стороны непредвзято и дружелюбно, испытывает определённые инфраструктурные сложности. В Казахстане все обстоит благополучно с курьерской доставкой, относительно неплохо с магистралями, заметен рост пунктов выдачи заказов, но напряжённо со складами. Рынок готов к быстрому росту, но его сдерживают перекосы в логистике и недостаток инвестиций. Возвращение к прежним темпам роста возможно, но необходимо предпринять ряд действий: разработать стратегию и обеспечить её выполнение ресурсами.

У рынка есть запрос на инвестиции, но локальные игроки пока недостаточно активны, а международные выжидают из-за санкционных и геополитических резонансов. И только российские игроки, особенно российские маркетплейсы, начинают вкладывать.

Страны Центральной Азии уже стали конкурентами за денежные потоки из России. Успех этого соперничества будет зависеть от политики и действия властей. От того, насколько благоприятным будет регулирование и отношение к российскому бизнесу, будет зависеть, куда пойдут усилия и средства. Узбекистан и Кыргызстан могут стать более успешными в этом негласном соревновании.

Представленное вашему вниманию исследование посвящено логистике для интернет-торговли – «бутылочному горлышку» и одновременно источнику развития и роста отрасли. Данное исследование первое в своём роде: ранее исследования по логистике для интернет-торговли Казахстана не проводились. Между тем именно незнание особенностей и подводных камней доставки, складского хозяйства и той сферы, для которой они работают, может привести к потере всех вложений.

Наше исследование поможет новым и действующим бизнес-проектам в разрешении потенциальных трудностей. В целом, накопленная база знаний и созданное нами экспертное сообщество уже может быть полезным для запуска проектов в интернет-торговле Казахстана и поиска новых точек роста на динамичном рынке. Будем рады поделиться наработанной экспертизой.

ВСТУПЛЕНИЕ

Наше исследование было бы невозможным без помощи казахстанских и российских экспертов, которые откровенно рассказали о рынке, потребителях, трендах, своих компаниях и планах по их развитию в стране.

Мы благодарны собеседникам за готовность к разговору, доброжелательность, высочайший уровень экспертизы.

Мы признательны всем коллегам, давшим интервью:

Пётр Попов (**СДЭК Центральная Азия**)

Дмитрий Кулинич (**Техноград**)

Азат Машабаев (**ReWorker, СДЭК**)

Руслан Фахртдинов (**Детский Мир**)

Виктор Балагута (**DPD**)

Артём Шашин (**СДТ, SPARK**)

Евгений Усенко (**IRG**)

Константин Якунин (**ExpressRMS**)

Михаил Конев (**Boxberry СНГ**)

Сергей Полетский (**DHL Казахстан**)

Дина Аитахметова (**DHL Казахстан**)

Евгений Лавров (**Lamoda Казахстан**)

Марина Умарова (**Lamoda Казахстан**)

Кошкембаева Раушан (**SPD Express**)

Мукашев Руслан (**Office Expert.kz**)

Жакутов Руслан (**ForteMarket.kz**)

Игорь Шиянов (**inDrive Казахстан**)

Кетебаева Нургуль (**Digital Sales/ Диджитал Сейлз**)

Рамиль Мухоряпов (**ChocoFamily**)

Алишер Тунгушбаев (**Яндекс Доставка**)

Карина Широаян (**Яндекс Маршрутизация**)

Мольдер Рысалиева (**OZON.kz**)

Мазенцев Николай (**ChocoFamily**)

Что вы увидите в исследовании?

1

Интернет-торговля Казахстана относительно молода, но развита, разнообразна, представлена большим числом игроков. Казахстан — страна маркетплейсов с одним пока безоговорочным лидером — Kaspi.kz, который задаёт стандарты сервиса, стандарты рынка и выступает ролевой моделью для других онлайн-ритейлеров Казахстана.

Многие маркетплейсы создавались и создаются банковскими группами, поэтому много внимания продаже в рассрочку и в кредит. Все они пытаются строить экосистемы. У некоторых из них это получается.

Всем маркетплейсам очень важен продавец с товаром или со своими каналами закупки. Товарное предложение в стране не самое широкое. Есть многое из того, что можно купить за границей.

Местные интернет-ритейлеры испытывают и будут испытывать прессинг со стороны зарубежных игроков, которые приходят в страну. Китай возвращается в Казахстан после пандемического затишья, российские маркетплейсы устремились в Казахстан в условиях ограниченной экспансии на другие рынки после февраля 2022 года. Российские площадки показывают готовность к инвестициям. Подробнее читайте об этом в [этом разделе](#).

2

Потребительские паттерны в Казахстане.

Потребители:

- покупают, в первую очередь, на Kaspi.kz;
- являются скорее жителями крупнейших городов, вероятнее всего живут в Южном Казахстане, скорее всего в Алматы;
- покупают со смартфона;
- покупают недорогие товары по предоплате, а дорогие с рассрочкой;
- заказывают доставку курьером день в день, а не забирают в ПВЗ или постамате;
- готовы сменить площадку из-за цены;
- главной проблемой видят невозможность ознакомиться с товаром до покупки.

Подробнее — в [этом разделе](#).

3

Принятые нормы доставки. Казахстан — страна с двумя базовыми моделями доставки.

Большую часть заказов доставляют курьеры, чаще день в день, без наложенного платежа, примерки, узких слотов доставки. Другая модель — готовность ждать заказ из другой страны несколько дней или недель. В этом случае чаще всего заказ получают в ПВЗ включая отделения АО «Казпочта» или «Почтовые супермаркеты». Подробнее читайте в [этом разделе](#).

4

Логистика для интернет-торговли Казахстана. Доставка для интернет-покупателей в Казахстане — нетривиальная задача.

Ввиду огромных расстояний между городами, далеко отстоящими друг от друга в условиях резко-континентального климата с морозной зимой, сильным ветром и жарким засушливым летом, доставка в основном сконцентрирована на задаче перебрасывания имеющихся товарных запасов в пределах одного города. Складов при этом совершенно недостаточно. В дефиците любые площадки. Ставки по аренде высоки. В стране много курьерских служб, плотно конкурирующих друг с другом, но очень мало сетей ПВЗ. Их покрытие недостаточно, потенциал ПВЗ для увеличения продаж не используется. При этом главная проблема — недостаток инвестиций в инфраструктуру — склады и ПВЗ. Сейчас о готовности инвестировать заявляют только российские маркетплейсы и в некоторой степени крупные логистические компании России.

[Подробнее здесь](#), и [здесь](#).

5 **Структура рынка логистики для интернет-торговли Казахстана.** Число игроков логистики для интернет-торговли кажется большим: много местных игроков и зарубежных (для Казахстана) компаний. Но сегменты рынка сильно отличаются по числу игроков. Виден сильный перекоп в сторону курьерских и транспортных компаний. В то же время фулфилмент-операторов мало (складов нет), сетей ПВЗ почти нет (говорят, что нет спроса, но на самом деле спрос есть). Подробнее читайте в [этом разделе](#).

6 **АО «Казпочта»** — игрок логистики Казахстана, который в большой степени показывает влияние государства на отрасль. АО «Казпочта», как и другие национальные почтовые операторы, несет нагрузку в виде социальных услуг, менее манёвренны в изменении тарифов, вынуждены поддерживать не всегда эффективную инфраструктуру. Почтовый оператор реализовал несколько очень интересных решений для интернет-торговли, экспериментировал с партнёрскими пунктами выдачи заказов. В то же время многие проекты сейчас заморожены и развитие остановлено — в силу ли недостатка инвестиций или из-за невозможности реализации последовательной стратегии. Ригидность конструкции была видна невооружённым взглядом — например, среди прочего, представитель почтового оператора отказался участвовать в данном исследовании. В этом году, тем не менее, обновлённое руководство АО «Казпочта» начало предпринимать меры по выходу из застоя, часть действий могут привести не только к оптимизации затрат (что тоже немаловажно), но и могут выступить драйверами развития оператора. Подробнее читайте в [этом разделе](#).

7 **Рынок доставки готовой еды и продуктов** несмотря на свою молодость достаточно конкурентный. Один из самых конкурентных в интернет-торговле Казахстана — присутствуют и местные игроки доставки, и сильные игроки из Европы и России. Kaspi.kz, Magnum, Wolt, Glovo, Яндекс Еда, Chocofood, Arbut.kz, Airba Fresh, «Додо Пицца» активно соперничают за внимание и деньги потребителей и за курьеров. Подробнее читайте об этом в этом разделе [eGrocery – доставка готовых блюд](#) и [Food Delivery – доставка продуктов питания](#).

1

Интернет-торговля Казахстан Краткий обзор



ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ КАЗАХСТАНА. КРАТКИЙ ОБЗОР

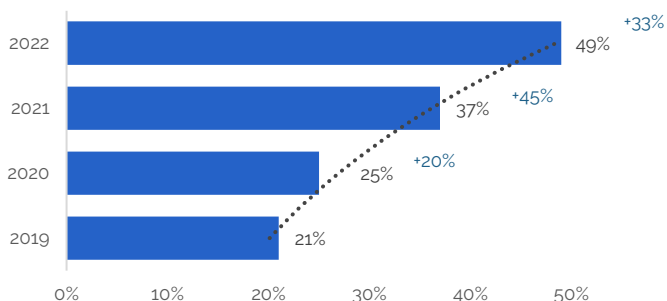
Казахстан – это страна маркетплейсов, точнее даже одного маркетплейса-лидера – Kaspi.kz, который выступает локомотивом отрасли.

Kaspi.kz задаёт стандарты работы с ритейлерами, задаёт стандарты доставки, стандарты оплаты и даже стандарты акций и распродаж задаются Kaspi.kz.

Казахстан – страна в которой много покупают в рассрочку и в кредит. Исторически это связано в том числе с тем, что и Kaspi.kz, и следующие в его фарватере другие маркетплейсы создавались банками, точнее банковскими холдингами. Они несколько потеснили классические интернет-магазины. Новые интернет-ритейлеры таким образом решали, как минимум, три задачи — продавали онлайн физические товары, продавали кредиты и рассрочку и создавали экосистему, которая привлекала новых клиентов. Российские маркетплейсы шли от противоположного и начали покупать банки и интегрировать финансовые услуги значительно позже казахстанских — только в 2020-2021 году.

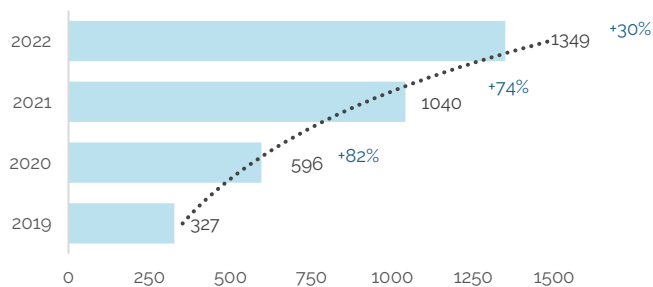
Более того, распространение продаж в рассрочку и в кредит в Казахстане предшествовало моде на продажи по схеме BNPL (Buy-Now-Pay-Later) в США и Европе. Более того, историю успеха Kaspi.kz изучают в Гарварде. **Во многом благодаря работе казахстанских маркетплейсов за короткий период объём безналичных транзакций в стране увеличился в 12 раз, и в 2019 году доля безналичных платежей впервые превысила 50%.**

Рисунок 1. Онлайн рынок Казахстана: заказы, оборот, чек



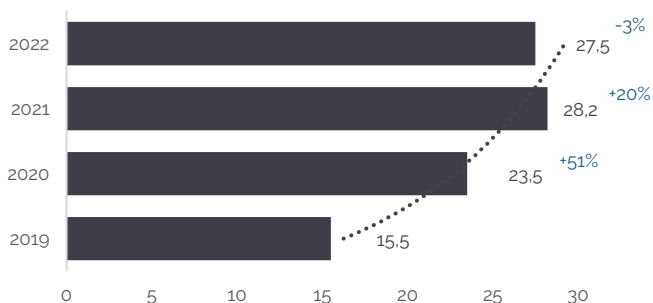
Количество заказов, млн штук

Рост количества заказов в 2022 г. к 2021 г. составил **33%**, а к 2020 г. – **96%**



Объём и динамика рынка, млрд тенге

Объём рынка в деньгах в 2022 г. вырос в **1,3** раза к 2021 г. и более чем в **2** раза к объёму 2020 г.



Динамика среднего чека, тыс. тенге

Рост среднего чека в 2022 г. составил **-3%** к 2021 и **+17%** к 2020 г. Темп роста за период год к году снизился с **20%** до **-3%** в 2022 г.

Покупатель



Количество активных онлайн-покупателей в Казахстане достигает **4,9 млн** человек



Число домохозяйств в Казахстане составляет **5,7 млн**



Доля городских жителей от всего населения немного меньше двух третей – **61,8%** популяции



Среднемесячная номинальная заработная плата в стране – **285 433 тенге**, что является эквивалентом **623,6 USD**



ВВП на душу населения в стране составляет **11 331 USD**



Пётр Попов
CEO CDEK Central Asia

Рынок Центральной Азии один из самых быстрорастущих в мире, хотя объём посылок все ещё меньше в 20 раз чем рынок РФ. Тем не менее, темпы роста и потенциал покупательской способности в перспективе 3 лет, должны привлечь на себя внимание крупных инвесторов и трансграничных компаний для вложений в инфраструктуру.

Интернет-торговля Казахстана. Краткий обзор

Большая территория страны в сочетании с высокой урбанизацией и удалённостью городов друг от друга приводит к дополнительным сложностям в логистике и дополнительным транспортным издержкам. Скажем, лидерство с большим отрывом в продажах Алматы и небольшую долю других регионов можно объяснить тем, что сроки доставки из города в город велики и покупатель с большей готовностью купит товар в физическом магазине или на рынке. В России вопрос сроков доставки также в своё время мешал продажам в регионах и только после ускорения доставки и строительства региональных хабов доля регионов в структуре продаж стала стремительно увеличиваться.

Роль государства в экономике и регулировании высока, поэтому государственные проекты выступают драйвером развития, а регулирование или ошибки в кадровой политике могут выступать стоппером развития. Например, в стране достаточно либеральна доставка алкоголя – это драйвер развития доставки продуктов и готовых блюд, но в части миграции позиция строга и это несколько тормозит решение острой кадровой проблемы в складской логистике и в доставке.

Пандемия Covid-19 и связанные с ней ограничения и карантинные мероприятия ускорили развитие eCommerce и eGrocery в несколько раз. **Но в 2023 году эффект ослабевает, и нужны новые источники роста, необходимо стратегическое переосмысление отрасли.**

Геополитические вызовы 2022-2023 года принесли много сложностей в самом начале: прервали логистические связи и цепи поставок товаров, заставили многое изменить в маршрутизации, закупках, логистике. Рынок был вынужден совершенствовать внутреннюю инфраструктуру – логистическую, финансовую, платёжную. Вместе с тем, усилился приток квалифицированных кадров, которые могут привести дополнительный импульс в развитие интернет-торговли Казахстана.



Алишер Тунгушбаев

руководитель Яндекс
Доставки в Казахстане

Наш сервис заметно растёт год к году органически, это отражение роста рынка электронной торговли в целом и роста объема почтовых и курьерских услуг в частности.

Среди основных факторов, обеспечивающих такой рост, отмечу по-прежнему постпандемийный эффект. Опыт, при котором многие люди вынужденно попробовали покупать продукты, лекарства с доставкой, помог снять барьеры, такие как недоверие, и стал привычкой для онлайн-покупок и в других категориях.

Другие важные факторы – доступность интернета и смартфонов и развитие инфраструктуры онлайн-платежей, даже дети уже умеют платить картами. Молодая аудитория создаёт базу для устойчивого долгосрочного роста. Все больше пользователей пробуют онлайн-покупки и могут почувствовать преимущества этого опыта, так растёт уверенность в безопасности онлайн-покупок и увеличивается их частота.

Конкуренция на рынке способствует внедрению инноваций и притоку инвестиций. Ритейл-сети активно идут в онлайн, развивают свои онлайн-витрины, появляются стартапы, новые маркетплейсы, приходят международные игроки, которые верят в потенциал рынка Казахстана. Так улучшаются стандарты сервиса на рынке, качество услуг для клиентов.

Государственные учреждения также способствуют обучению людей и повышению доверия, даже документы из ЦОНов можно получить на дом в течение часа.

B2b блок интернет-торговли

B2b-center

Центр электронных торгов b2b-Center — технологический партнёр лидеров российского бизнеса в сфере цифровых закупок, который также работает в Казахстане.

Более напоминает тендерную площадку.

B2b.trade

B2b.TRADE – оптовая торговая площадка, объединяющая производителей, поставщиков, дистрибьюторов и оптовых покупателей. Более напоминает маркетплейс.

На 2023 год на площадке B2b.TRADE зарегистрировано более 6 тыс. поставщиков и более 33 тыс. оптовых покупателей. Ежемесячно платформу B2b.TRADE посещают более 100 тыс. новых пользователей. На платформе представлены самые популярные категории товаров: FMCG, товары для детей, одежда, спорт, автотовары и многое другое.

Также с 2022 года компания b2b.TRADE начала развивать собственный импорт и дистрибьюцию. Сейчас компания осуществляет международные сделки полного цикла: поиск и выкуп оригинальной продукции различных категорий за рубежом через сеть партнёрских компаний, ввоз и логистику за счёт собственного департамента ВЭД, продажи на территории РФ через прямые контракты с крупными ритейлерами, а также через свою торговую площадку.

Office-Expert.kz

Office-Expert.kz – это интернет-магазин товаров для офиса. Компания сотрудничает как с индивидуальными покупателями, так и с крупным бизнесом, продавая товары и услуги, необходимые для бесперебойного функционирования офисов любого уровня. Ассортимент интернет-магазина включает в себя бумажную продукцию, картриджи и тонеры, канцелярские и хозяйственные товары, подарки и сувениры, офисную мебель и пр. Доставка товара занимает один рабочий день. Размер клиентской базы больше 35 тыс. юридических лиц по всей РК. В 2022 году реализовано 110 тыс. заказов.



Руслан Мукашев
CEO Office-Expert.kz

С 2022 года проводится трансформация в B2b-marketplace в первую очередь как модель работы с поставщиками. А для существующих и потенциальных клиентов это даст ещё больше доступного ассортимента. Office-Expert.kz расширяет аудиторию. Реализованы отраслевые (специализированные) предложения для таких сфер как образование, рестораны, отели, салоны красоты, розничная торговля, склады и производство.

BOXBERRY —

НАДЕЖНАЯ СЛУЖБА ДОСТАВКИ

заказов из интернет-магазинов
в любой регион России и в страны СНГ.

Доставка онлайн-заказов из Казахстана в Россию:

- вес до 15 кг, любое измерение до 120 см, сумма трех измерений до 250 см
- возможность возврата посылок из России
- доставка товаров на склады маркетплейса Ozon

Доставка онлайн-заказов из России в Казахстан:

- 19 городов присутствия и 127 пунктов выдачи в Казахстане
- наложенный платеж и оперативное перечисление средств
- передача заказов на отправку через отделение или курьерским забором

Преимущества для интернет-магазинов:

- онлайн-подключение за 10 минут
- удобный личный кабинет
- недорогая доставка даже отдаленные регионы

Преимущества для получателей заказов:

- удобное приложение для отслеживания
- широкая география доставки и оперативные сроки
- пункты выдачи в шаговой доступности от дома

Подключиться
к службе доставки



2

Потребительское поведение в eCommerce Казахстана



ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В ECOMMERCE КАЗАХСТАНА

Поведение большинства интернет-покупателей

Потребители:

- покупают, в первую очередь, на Kaspersky.kz;
- большинство являются жителями крупнейших городов, большая часть живёт в Южном Казахстане, особенно в Алматы;
- покупают со смартфона;
- покупают товары недорогие по предоплате, а дорогие в рассрочку;
- закажут доставку курьером день в день, а не заберут в пункте выдачи заказов или постамате;

Этот блок исследования составлен на основании отчёта Data Insight «[Потребительское поведение в онлайн-торговле, Казахстан 2023](#)» и интервью с экспертами и потребителями в Казахстане.

Поведение активных интернет-покупателей

В этом году Data Insight провело исследование «Потребительское поведение в онлайн-торговле, Казахстан 2023». Так как рынок eCommerce Казахстана ещё относительно молод, то это «раннее большинство» особенно важно для оценки того, каковы будут тренды, куда пойдёт онлайн-торговля в ближайшее время и в последующем. В нашем исследовании эта группа называется «Активные онлайн-покупатели».



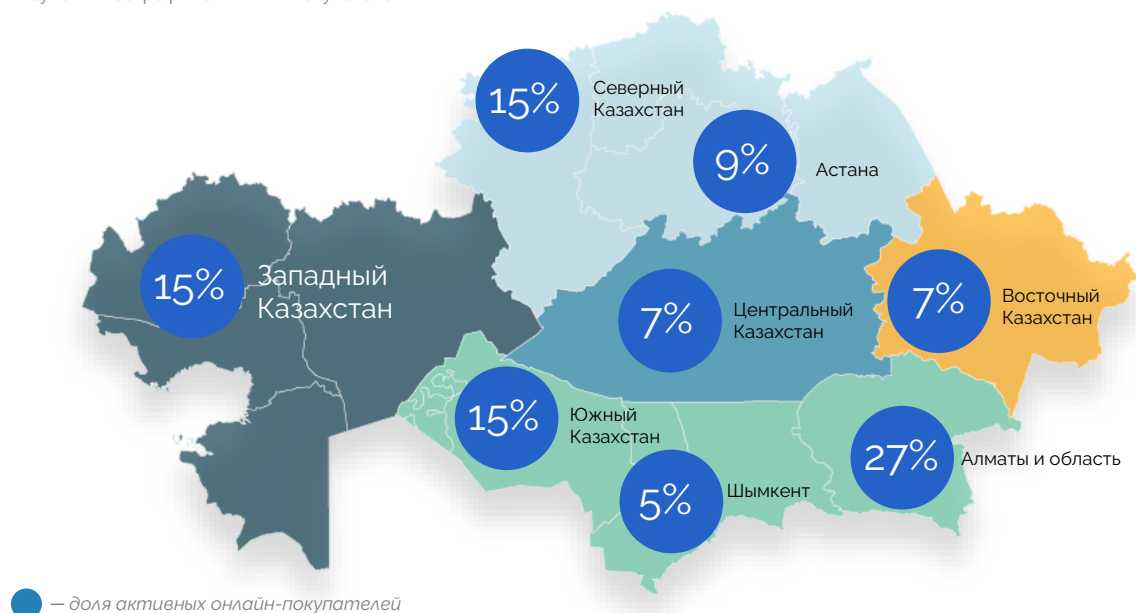
Пётр Попов
CEO CDEK Central Asia

Потребительское поведение, конечно, диктуют маркетплейсы, поднимая уровень retention (возвращаемость) за счет финтех решений. Больше 70% людей выбирают доставку до двери, но, по сравнению с прошлым годом доля выбора доставки через пункты выдачи или постаматы начала расти. Мы видим причину этому в том, что пока на рынке Казахстана никто не научился доставлять в часовые интервалы, и людям не всегда удобно ждать курьера «в течении дня», поэтому выбирают ближайший пункт выдачи или постамат у дома или работы.

47% активных онлайн-покупателей Казахстана проживают в Южном Казахстане

Более половины (27%) активных онлайн-покупателей Южного Казахстана – жители Алматы и области, а каждый десятый – житель Шымкента. 33% активных онлайн-покупателей проживают в двух городах страны.

Рисунок 2. География активных покупателей



В Казахстане онлайн-шопинг продолжает набирать обороты, открывая новые горизонты как для потребителей, так и для ритейлеров. **Согласно последним данным, 23% активных онлайн-покупателей страны совершили более 30 покупок через интернет в течение последних 12 месяцев.** Это внушительное число, особенно если учесть, что в эту статистику не включены доставка готовой еды и продуктов питания, покупки билетов на мероприятия и транспорт.

Развитие цифровой инфраструктуры и удобство онлайн-платформ делают онлайн-шопинг в Казахстане все более привлекательным.

Люди ценят возможность исследовать множество товаров и услуг, не выходя из дома. Отмечается, что удобство поиска и сравнения товаров, а также возможность быстрого оформления заказа и доставки на дом или в ближайший пункт выдачи, делают онлайн-шопинг привлекательным для казахстанцев.

Такой тренд, несомненно, благоприятствует развитию eCommerce в стране. Большое количество повторных покупок говорит о высокой лояльности клиентов к онлайн-платформам, что, в свою очередь, стимулирует компании улучшать сервис, расширять ассортимент и внедрять новые технологии для удобства пользователей.

Казахстанский рынок онлайн-ритейла продемонстрировал, что потребители готовы активно пользоваться интернет-платформами для удовлетворения своих потребительских нужд. Именно поэтому многие ритейлеры активно ищут возможности для улучшения своих онлайн-сервисов, ведь именно здесь скрыт большой потенциал для роста и развития бизнеса.

Более того, такая активность онлайн-покупателей может стать хорошим стимулом для развития смежных отраслей, таких как логистика и цифровые платёжные системы. Онлайн-шопинг в Казахстане уже не является новинкой, но его потенциал далеко не исчерпан. **С каждым годом увеличивается не только количество покупателей, но и частота их покупок в интернете, что открывает новые перспективы для всего рынка eCommerce страны.**

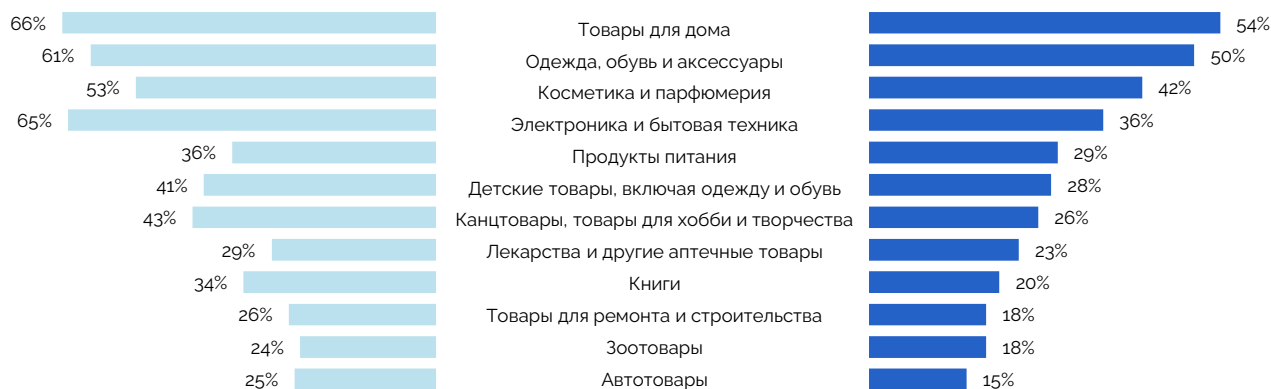
66% активных онлайн-покупателей Казахстана проводят большую часть своего времени в сети, почти постоянно оставаясь «онлайн». Ещё 32% подключаются к интернету несколько раз в день, что также **указывает на высокую степень их вовлеченности в цифровой мир.**

Средний стаж онлайн-покупок активного онлайн-покупателя составляет 4,9 года. Это говорит о том, что многие из них начали покупать товары онлайн довольно давно и продолжают придерживаться этого удобного способа шопинга. 62% активных онлайн-покупателей имеют опыт покупок через интернет более 3-х лет, и мы можем предположить, что они продолжают покупать, что и активное ядро покупателей сохранится и будет базой для продаж в отрасли.

Технологический аспект также играет важную роль в поведении потребителей. **Смартфон является самым популярным устройством для доступа в интернет и для совершения онлайн-покупок среди активных онлайн-покупателей.** Активные онлайн-покупатели в 98% используют мобильный телефон для выхода в интернет, и 93% делают покупки в интернете с мобильного устройства. Это отражает не только удобство и мобильность, которые предлагают смартфоны, но и интеграцию мобильных технологий в повседневные практики покупок.

ТОП-3 товаров, которые активные онлайн-покупатели приобретают в сети, включает в себя «Товары для дома» (57% ответов), «Одежда, обувь и аксессуары» (54%) и «Косметика и парфюмерия» (50%). Интересно, что этот список лишь незначительно отличается от ТОП-3 товаров, популярных как в онлайн, так и в офлайн-форматах: «Товары для дома» (71%), «Одежда и обувь для взрослых» (66%) и «Продукты питания» (65%).

Рисунок 3. Топ-3 товарных категории онлайн и онлайн + офлайн у активных онлайн-покупателей



Различие в покупательских предпочтениях между онлайн и офлайн-форматами подчёркивает динамичность рынка и важность адаптации ритейлеров к меняющимся потребительским трендам. Это также поднимает вопрос о том, как можно лучше интегрировать онлайн и офлайн шопинг-опыт, чтобы обеспечить более гладкий и удовлетворительный процесс покупки для потребителей в различных категориях товаров.

В центре этого внимания казахстанского онлайн-покупателя находится Kaspi.kz, который, безусловно, заявил о себе как о лидере онлайн-рынка страны.

Казахстанский eCommerce рынок можно с уверенностью охарактеризовать как рынок маркетплейсов, где Топ-3 площадки, предпочитаемые активными онлайн-покупателями, включают Kaspi.kz, Wildberries.kz и AliExpress.ru. Эти площадки обеспечивают широкий выбор товаров, что делает их первым выбором для многих потребителей. Исследование покупательских предпочтений также выявило, что приоритетная площадка для начала онлайн-покупок – Kaspi.kz, что свидетельствует о доверии и узнаваемости этой платформы среди казахстанских потребителей.



Михаил Конев
Директор Боксберри Юнион

Если рассматривать рынок интернет-торговли Казахстана, то на текущий момент сформировался сильный дисбаланс развития интернет-ритейла и логистических сервисов. Казахстан совершил резкий скачок от достаточно молодого рынка до рынка с доминированием маркетплейсов. Во многом это заслуга пришедших российских маркетплейсов: Lamoda, Wildberries, Ozon, так и местного лидера Kaspi.kz. Как раз по модели Kaspi.kz сейчас развиваются и новые маркетплейсы. Рост получился настолько взрывной, что классические интернет-магазины не успели развиваться и это обеспечило специфику местного рынка – доминирование маркетплейсов при малой доле и достаточно слабом развитии интернет-магазинов. Но такое стремительное развитие рынка электронной коммерции обнажило и большую проблему в соответствующей логистической инфраструктуре. Местные игроки по-прежнему не имеют необходимого масштаба бизнеса (да и серьёзных планов развития), иностранные игроки ещё не успели развернуть свои сети в масштабах всей страны. Поэтому, в значительной степени, ритейлу пришлось решать проблему доставки, подключая местное АО «Казпочта», либо выстраивая свои сети пунктов выдачи и курьерской доставки. Но оба способа имеют свои существенные недостатки, связанные как с качеством доставки, так и с размытием фокуса бизнеса: либо развивать продажи, либо логистику. И все больше появляется запросов на услуги сторонних сетей ПВЗ и курьерской доставки, гиперлокальной доставки. На мой взгляд, сейчас очень хороший момент для такого развития, что в целом со стремительным развитием электронной торговли в Казахстане может иметь отличный эффект синергии. По нашей оценке, в ближайшие два года число ПВЗ в стране должно вырасти как минимум на порядок, добраться до всех более-менее крупных райцентров, а плотность в крупных городах достигнет плотности, схожей с плотностью ПВЗ в России и Беларуси.

Два заграничных игрока в первой тройке, возможно, указывают на то, что казахстанские потребители ищут товары, стремясь к более широкому выбору и, возможно, более конкурентоспособным ценам.

Среди Топ-10 площадок, выбранных для онлайн-шопинга, 25% составляют площадки частных объявлений (С2С), что подчёркивает растущий интерес к более децентрализованным и форматам торговли напрямую между физическими лицами. Также покупки на классифайдах и досках объявлений отражают стремление потребителей к экономии.

Оптимизм в отношении будущего онлайн-шопинга явно прослеживается среди потребителей: **92% активных онлайн-покупателей выразили намерение сохранить или увеличить частоту онлайн-покупок в следующем году.**

Среди активных онлайн-покупателей на 20% больше женщин, чем мужчин, что может отражать различные потребительские предпочтения и шопинг-поведение между полами.

Причины того, почему не покупают в интернете

Причиной неиспользования интернета для покупок является желание видеть товар и держать его в руках перед покупкой. Это подчёркивает важность тактильного взаимодействия в потребительском опыте, который онлайн-шопинг пока что не может полностью заменить.

Рисунок 4. Причины отказа от покупок онлайн

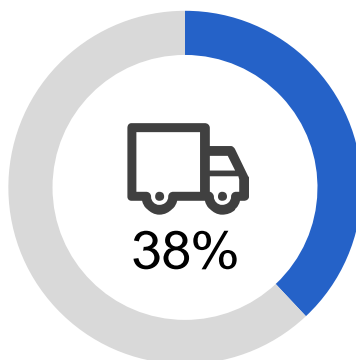


Покупатели сами формулируют запросы на услуги, которые станут точками роста. Например, «Мне нужно видеть товар, подержать его в руках» – 44%. Это ресурс, точка роста для eCommerce. Ресурс этот может быть использован при увеличении доли продаж с частичным выкупом и примеркой.

Более того, только 38% – доля заказов с доставкой среди активных онлайн-покупателей. Это число значительно ниже среднего по рынку.

Активные онлайн-покупатели предпочитают забирать свои заказы с самовывозом. С высокой долей вероятности можно говорить, что в ближайшем будущем увеличится доля заказов с самовывозом.

Рисунок 5. Доля заказов с доставкой



3

Принятые нормы и стандарты доставки



ПРИНЯТЫЕ НОРМЫ И СТАНДАРТЫ ДОСТАВКИ

Как выглядит для получателя – самые распространённые ситуации

- Норма доставки в Казахстане на данный момент – это курьерская доставка день в день – с ожиданием в течение дня без интервалов и экспресс-доставка в пределах 2-4 часов.
- Это доставка предоплаченного заказа или заказа, приобретённого в рассрочку. Оплата на месте не требуется.
- Это чаще доставка от Kaspi.kz
- Примерка одежды и обуви или проверка товара на месте при курьере не производится. В случае проблемы решается последующим возвратом.

Как выглядит для онлайн-ритейлера – самые частотные ситуации

- Заказ получен по модели рассрочки, BNPL, оплаты частями в кредит
- Условия доставки – «бесплатная доставка» при заказе на определённую сумму. Стоимость доставки заложена в себестоимость и/или стоимость кредита.
- Товар находится на складе ритейлера в этом же городе в случае Kaspi.kz или на складе селлера в том же городе в большинстве остальных случаев. Доставка из этого города в этом же городе.
- Доставка на месте («Последней миле») передаётся конкурентной среде исполнителей – малых курьерских служб, но это порождает специфические проблемы с сервисом.



Нургуль Кетебаева

Директор Digital
Sales/«Диджитал Сейлз»

Есть два варианта:

- позвонить 15 раз и задавать вопросы, даже если все это вы указали при доставке и написали в примечание «не звонить».
- доставят, когда им удобно, при этом ты в примечание написал «позвонить за 2 часа до доставки, заранее»

Как выглядит для доставщиков

- Работают на постоянной основе с онлайн-ритейлером. Утром забирают заказы, в течение дня развозят заказы. Немного знают о заказе. Готовы коммуницировать с получателем только по поводу времени доставки, не готовы долго ожидать, не готовы к полному или частичному возврату. Большинство заказов предоплачены, но возможна оплата картой, по QR-коду по номеру телефона и другими безналичными способами.
- Второй вариант. Получают заказ в приложении. Могут принять или отказаться. Делают и забор, и сразу после этого доставку. Не готовы коммуницировать с получателем по свойствам товара, не готовы к долгому ожиданию и возвратам. Редко готовы к приёму оплаты.

Яндекс  Маршрутизация

Планируйте маршруты для собственных курьеров

и мониторьте доставки
в режиме онлайн

Результаты использования
наших алгоритмов:

+20% заказов в одном маршруте
95% попадания во временные окна
до 30% экономии на логистике



Яндекс Маршрутизация



Управляемая доставка для мебельной компании: кейс группы EuroMebel

Раньше в EuroMebel в ручном режиме планировали маршруты и распределяли заказы между курьерами. Решения по маршрутизации принимали диспетчеры филиалов. Эти же специалисты контролировали доставку, обзванивая клиентов.

Такая система перегружала диспетчеров и приводила к неоптимальному планированию и использованию транспортных средств. Клиенты знали только дату доставки, но не ориентировочное время. Из-за этого им приходилось ждать курьера весь день.

Компания поставила перед собой цель — повысить уровень удовлетворенности клиентов, сократив временное окно ожидания доставки, и построить прозрачную систему контроля качества работы курьеров.

Автоматизация планирования и мониторинга

Для автоматизации доставки компания выбрала Яндекс Маршрутизацию. Главными критериями при выборе стали понятная и доступная документация и более 300 параметров, которые можно использовать при планировании. Решение для маршрутизации интегрировали с «1С:Комплексная автоматизация».

В EuroMebel также внедрили сервис мониторинга выполнения заказов от Яндекс Маршрутизации. Он помогает объединять логистов (диспетчеров), мобильных сотрудников и клиентов в единую систему и включает в себя приложение курьера, рабочее место для логиста и клиентский виджет.

Решение о начале проекта было принято 23 декабря 2021 года, а уже 21 февраля 2022 года прошёл первый выезд по запланированным Яндексом Маршрутизацией маршрутам. Изначально на ввод в эксплуатацию системы закладывали четыре месяца, но хватило двух. Помогла качественная документация и постоянная поддержка представителей Яндекс Маршрутизации при запуске.

В следующие полгода в компании дважды возвращались к проекту для доработок. В EuroMebel незначительно поменяли взаимодействие службы доставки со складами и розничными магазинами, а также процессы работы с диспутными ситуациями (если обнаружили брак во время доставки или после нее). Например, стали делать фотографии при разгрузке заказа с мебелью у клиента. Теперь у курьера есть фото разгруженного товара, а у EuroMebel — возможность аргументировано доказать свою позицию в спорах.

Управляемая доставка и прозрачный контроль

После реализации проекта сильно выросла управляемость доставки: 99% маршрутов стали строить с помощью Яндекс Маршрутизации. В компании также появилась прозрачная система оценки качества работы курьеров и рейтинги. Последние строятся на основании внутренних показателей EuroMebel с учетом параметров из Яндекс Маршрутизации, таких как исполнение доставки в запланированное окно и выполнение последовательности маршрута. В результате повысилась и удовлетворенность клиентов.

В EuroMebel также реструктуризировали диспетчерскую службу и изменили схему оплаты курьеров на более справедливую: после серии полевых испытаний и контрольных замеров стали использовать в ней километраж и соотношение тонна/км. Гонорары курьеров благодаря этому выросли. В планах — интегрировать Яндекс Мониторинг в «1С:Комплексная автоматизация» для автоматизации контроля качества и ознакомиться с новым функционалом системы, который добавился с прошлой итерации доработок.



В начале внедрения Яндекс Маршрутизации отношение к системе со стороны конечных пользователей было отрицательным. Диспетчеры опасались, что их труд станет невостребованным. В EuroMebel объяснили, что цели уволить их нет, задача — изменить их обязанности с ручного, длительного построения маршрутов на контроль за курьерами и решение локальных вопросов при доставке.

Результаты

- Рост уровня удовлетворенности клиентов
- Сокращение временного слота ожидания клиентом доставки до 2 часов
- Снижение количества курьеров на 15% при том же количестве доставляемых заказов

4

Тренды, драйверы и стопперы логистики интернет-торговли Казахстана



ТРЕНДЫ, ДРАЙВЕРЫ И СТОППЕРЫ ЛОГИСТИКИ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ КАЗАХСТАНА

1. Kaspi.kz – диктует стандарты онлайн-торговли Казахстана и логистики для неё.

На первый взгляд, Kaspi.kz как будто не выстраивает инфраструктуру для других игроков, а создаёт только для себя.

Такая оценка поверхностная: маркетплейс тестирует партнёрства и использует инфраструктуру других игроков, подключая и отключая службы доставки, операторов складских услуг и 3PL-операторов. **Решения Kaspi.kz определяют будущее логистических компаний.**

Сейчас маркетплейс пользуется услугами генерального подрядчика в фулфилменте и магистральной доставке, а доставку «Последней мили» отдаёт конкурентному пулу исполнителей и сети собственных постаматов.

Kaspi.kz задал стандарт курьерской доставки и приучил к ней потребителей. Несмотря на это, маркетплейс последние два года интенсивно развивает собственную сеть постаматов Kaspi Postomats, дошёл к концу сентября 2023 года число устройств до 5 223 и стимулирует покупателей пользоваться этим способом доставки. Планируется расширить сеть до 6 000 постаматов до конца года.

Маркетплейс в последнее время формирует новый покупательский опыт – получение самовывозом через постамат. И меняет паттерн поведения: ожидание курьерской доставки он меняет на готовность получить в удобном для получателя месте без ожидания.

2. «Иностранцев» в логистике Казахстана больше половины. Инвестиции международных и российских игроков – главный драйвер развития.

На казахстанском рынке – обилие международных и российских игроков логистики: DHL, Яндекс Доставка, DPD, СДЭК, Vohberry, Wolt, Glovo, Zammler, ПЭК, Деловые Линии, Reworker, СДТ. И это только самый поверхностный список зарубежных для Казахстана логистических компаний. В Kaspi.kz также инвестировали Baring Vostok и топ-менеджер этого фонда.

Последствия:

- Зарубежные компании инвестируют в инфраструктуру и кадры. Это значит, что российские и международные компании строили и будут строить склады, создавать сети дистрибуторов и сортировочных центров, будут покупать автомобили, будут инвестировать в связь и интернет, будут закупать складское оборудование, компьютеры и периферию, противопожарные и охранные системы. Это значит, что будет возникать потребность в подрядчиках, аутсорсинге и аутстаффинге. **Это значит, что компании будут «охотиться за головами» местных кадров или конкурентов-«иностранцев», будут создавать корпоративные системы обучения или сотрудничать с местными ВУЗами, потому что своих специалистов они привозят в Казахстан мало.** Правда, российские кадры теперь едут работать в Казахстан более охотно после февраля 2022 года.
- Зарубежные игроки приносят рынку Казахстана бизнес-стандарты и успешные практики своих рынков. Это значит одновременно развитие логистики для eCommerce ускоренным темпом и то, что стандарты ориентированы на шаблоны стран происхождения. **Это значит, что российские компании будут продвигать ПВЗ, а европейские компании и тесно связанные с ними ритейлеры – курьерскую доставку и постаматы при доставке непродовольственных товаров.** Только в eGrocery царит единодушие – и европейские и российские игроки развивают экспресс-доставку.
- У местных игроков меньше ресурсов для инвестиций. Меньше возможностей строить склады. Это означает дефицит складов для местных игроков и ограничение роста. **Это значит, что игроки не готовы вкладывать в создание собственных IT-решений, так как есть готовые международные и российские решения.** Исключений немного, например, казахстанская компания Relog с её решением по маршрутизации, которое предлагается и для пользователей в других странах.

- **Стоппер для развития IT-инфраструктуры выступает как драйвер логистов.** Международные и российские игроки приходят на рынок с готовыми и разработанными инструментами, инструментами многолетней разработки, которые уже показали свою успешность на других рынках. Можно быстро стартовать за счёт готовых коробочных или SaaS решений. Такое ПО многофункционально, есть большие команды разработки и поддержки. Это значит, что можно сэкономить на промежуточных этапах.
- Украинские компании, пришедшие в Казахстан в 10-е годы, довольно активно занявшие большую долю рынка, сейчас лишены возможности инвестирования, что сдерживает их рост. Но влияние кадров в логистике сильное, и многие предложения российских IT и логистических компаний отвергаются после февраля 2022 года.
- В eGrocery Казахстана **высокая конкуренция** международных и локальных игроков: Glovo, Wolt, Яндекс Еда, Magnum Go, ChocoFood и других что **означает продвинутость рынка в целом, обмен международными стандартами, возможность перетекания кадров, обмены лучшими практиками.**



Мольдер Рысалиева
Генеральный директор
Ozon в Казахстане

В феврале 2022 года мы запустили свою курьерскую доставку в Алматы, Астане и Караганде. Также у Ozon насчитывается уже более 210 брендированных пунктов выдачи товаров, расположенных по территории всей страны. В планах компании до конца года довести их количество до 1 тыс..

Кроме того, покупатели Ozon в Казахстане могут получить товары в 2 тыс. почтовых отделениях АО «Казпочта», в том числе в малонаселенных пунктах.

3. Казахстан на сегодняшний день – страна курьера, а не ПВЗ

Курьеры пока доставляют большую часть заказов. Много доставки день-в-день (Same Day), есть доставка на следующий день (Next Day), даже доставка через определённое число дней из Европы, России, Китая, США и других стран или с удалённых складов в большинстве случаев осуществляется курьерами.

Самовывоз представлен отделениями национального почтового оператора, постаматами-локерами Kaspi.kz, расширяющимися сетями российских маркетплейсов и некоторыми российскими сетями: СДЭК и Vohberry.

Kaspi.kz продвигает собственную сеть локеров уже большую по числу локаций и с широким покрытием. У игрока более 5 223 локеров. Маркетплейс стимулирует покупателей к тому, чтобы небольшие по размеру посылки доставлялись через постаматы. Ещё есть сети Tastamat (более 400 локеров) и 151 почтомат АО «Казпочта».

Эта модель в большой степени напоминает европейскую модель доставки, когда курьеры и постаматы национальных почтовых операторов и международных игроков доставки обеспечивают доставку на «Последней миле».



Пётр Попов
CEO CDEK Central Asia

За 2023 год Мы выросли со 112 подразделений (ПВЗ) до 225.

Рост выдачи посылок из ПВЗ постепенно начинает расти, но пока что остаётся в пропорции 70/30 в пользу курьерской доставки.

Мы видим потенциал роста так же в с2с сегменте. И, конечно, развиваем сервисы для физических лиц, например, программу лояльности и цифровой сервис CDEK id, который позволяет получать и отправлять посылки по клику.

Но рынок из-за этого теряет в предоставлении многих услуг, которые развиты, скажем, на рынке России. В Казахстане слабо развит самый быстрорастущий сегмент «Последней мили» – ПВЗ (пунктов выдачи заказов) с примерочными и возможностью оценить пригодность товара и сделать частичный выкуп. СДЭК, Vohberry быстро наращивает сеть пунктов самовывоза, Wildberries и Ozon строят сети монобрендовых пунктов, но число ПВЗ, их плотность, а, значит, и доля в доставке последней мили всё ещё низка. Казахстан пока почти не использует потенциал ПВЗ, как инструмента роста электронной коммерции.

Между тем ПВЗ может дать и лучший потребительский опыт, и порядочную экономию затрат на доставку, особенно при переводе части доставок день в день курьером (Same Day) на доставку Next Day в ПВЗ. Мало используется и потенциал ПВЗ, как географического социального доказательства: «ПВЗ такого-то маркетплейса есть в соседнем доме, значит, они «свои», а не «чужие».

Есть и альтернативное мнение нескольких экспертов в части того, что казахстанский потребитель сам не испытывает потребности получать заказ в пунктах самовывоза, не хочет куда-то идти и хочет получить курьером, а офлайн-потребности в шопинге предпочитает удовлетворять походом в торговый центр всей семьёй в выходные. Рынки многих стран прошли этот этап развития и торговые центры будут терять свою аудиторию, а онлайн-покупки расти.

Парадоксально, но Wildberries и Ozon получают большую долю рынка за счёт построения в Казахстане именно сетей ПВЗ с расширенным потребительским опытом и относительно меньшими финансовыми затратами. Пока стратегии этой экспансии мешает долгий срок доставки из России и недостаточность для быстрой доставки товарных запасов в самом Казахстане.

4. Инфраструктурные ограничения – тормоз развития интернет-торговли

- **Расстояния велики – междугородняя доставка и доставка из других стран долгая и дорогая.** Казахстан является 9-м крупнейшим по площади государством и 62-м по численности населения. Уровень урбанизации высок, но расстояния между большими городами – велики. Дороги не всегда хороши. Это приводит к проблемам с доставкой, особенно в отдалённые районы. Из-за больших расстояний между городами логисты активно используют авиадоставку не только из других стран, но и внутри Казахстана.
- **Зима сильно задерживает и усложняет доставку.** Протяжённость шоссе, климат и рельеф делают особенно трудной доставку зимой, задерживают доставку. И это не календарная, а фактическая зима со снегопадом, сильным ветром, гололедицей и гололёдом. С учётом того, что на зимнее время приходится высокий сезон продаж в электронной коммерции, это ещё больше усложняет доставку.
- **Удалённость городов друг от друга и приоритет экспресс-заказа заставляет держать товарные запасы в каждом крупном городе.** Значит нужно больше складов, которых и так мало. Это также «замораживает» дополнительные товарные запасы.
- **В Казахстане остро не хватает складов.** Не хватает не только складов А и В классов, но и вообще складских помещений любого типа. Российские маркетплейсы строят склады в разных регионах Казахстана и планируют строительство дополнительных. Наличие складов станет их конкурентным преимуществом в стране перед местными игроками.
- **Проблема нехватки складов настолько остра, что меняет приоритеты схем работы селлеров на маркетплейсах и логистики на них.** Все маркетплейсы Казахстана кроме Kaspi.kz активнее, чем в других странах используют модель DBS, когда доставка производится силами самого селлера или силами рекомендованной маркетплейсом службы доставки. Маркетплейсы и интернет-магазины в этом случае работают без собственного склада, что отличает интернет-ритейлеров Казахстана.
- **Собственных технологических решений в логистике Казахстана мало.** Большая часть решений иностранная: у них есть инвестиции, команды разработчиков, множество опций, несколько лет форы в развитии и учёте всех операций и факторов. Это тормозит развитие местных IT-решений, но ускоряет развитие местных логистов, которые получают готовые и продвинутые решения.



Мольдер Рысалиева

Генеральный директор
Ozon в Казахстане

Казахстан — страна очень протяжённая, расположенная на стыке между Европой и Азией. Большая проблема Казахстана — та же, что и для большинства стран СНГ — слабо развитая логистическая инфраструктура. Сейчас в Казахстане построено только две крупные магистрали, при этом территория страны очень обширная, а города сильно удалены друг от друга. Рост eCommerce компаний, которые будут наращивать свою инфраструктуру в регионе, будет способствовать развитию логистической сети в Казахстане.

5. Кредит и рассрочка – важный драйвер онлайн-продаж и стоппер разнообразия приёма оплаты

- В Казахстане интернет-ритейлеры с банками основателями – лидеры. Kaspi.kz показал другим банкам пример и они активно устремились на этот рынок. Рассрочка и кредит – главный инструмент онлайн-продаж. Регулярные распродажи чаще представлены, как рассрочка без процентов.
- Банк продвигал кредитование и развивал продажи своего маркетплейса. Ресурс банков позволял создавать УТП и одновременно ограничивал доступ на рынок независимых онлайн-ритейлеров без прямого финансового партнёра.
- Кредитование от якорного банка тормозило развитие сторонних финтех-сервисов и не давало разнообразия форм оплаты на месте.
- Кредит и рассрочка будут удерживать покупателей в экосистемах казахстанских банковских маркетплейсов, но российские «новички» рынка будут пытаться внедрять этот инструмент или переходить к ценовой конкуренции.

6. В Казахстане не хватает кадров в логистике, но есть источники пополнения

Не хватает сотрудников не только на линейные позиции (курьеров и работников склада), но и менеджеров и специалистов. Приход большого числа иностранных компаний только усиливает конкуренцию за кадры. Запрос курьеров по зарплате велик.

Сотрудники логистики готовы к протестам: в сентябре 2022 года бастовали сотрудники Алматинского почтамта, в июле 2023 года протестовали курьеры Яндекс.

Миграция из России после 2022 года позволила усилить команды менеджерами и специалистами и несколько снизить остроту кадрового голода в менеджменте.

Ресурс работы с самозанятыми в логистике пока почти не используется. Институт самозанятости в Казахстане молод и сейчас представлен в первую очередь фрилансерами в сфере услуг. «Самозанятых» курьеров почти нет.

Малое распространение получило использование трудовых мигрантов в логистике (в курьерской доставке и работе на складах).

Точки роста – работа с удержанием, мотивацией, обучением, внутрикорпоративным ростом, корпоративным обучением, связью с ВУЗами, сезонным рекрутингом, лоббированием введения самозанятости в логистике и допуска мигрантов.

Кадровый вопрос стоит очень остро. Здесь важно отметить, что проблема кадров существует «по всей логистической цепочке».

Например, курьеры, занимающиеся доставкой на «Последней миле», выбирают среди массы предложений и перетекают туда, где сегодня платят больше: такси, доставка для маркетплейсов во время акций, доставка готовой еды и так далее.



Артём Шашин
Генеральный директор
группы компаний Spark

Готовых операционных кадров, которые могли бы эффективно выстраивать работу складов, заниматься организацией транспортной логистики или планированием поставок, очень мало. Работодатели вынуждены удерживать их всеми доступными методами, в том числе при помощи финансовых стимулов. При этом нет прослойки «молодых специалистов», которых бы готовили профессиональные учебные заведения.



Нургуль Кетебаева

Директор Digital Sales/
«Диджитал Сейлз»

Хорошие кадры уже устроены, средние, как правило не хотят выходить из зоны комфорта, новички без опыта просят три оклада среднего специалиста и соцпакет. Рынок аутсорсеров очень вырос и специалисты пользуются успехом.

7. В Казахстане либерализована дистанционная торговля лекарствами, алкоголем и табаком. Это драйвер экспресс-доставки и eGrocery

Такие товары сильно увеличивают средний чек и плотность выполнения заказов. Для экспресс-доставки (особенно продуктов и готовых блюд) плотность заказов означает выход в плюс в юнит-экономике. Плотность заказов также преимущество при найме курьеров: курьеры больше зарабатывают и лояльнее к работодателю.

Точки роста: возможная либерализация рекламы продаж алкоголя и табака, а также либерализация и меньшая зарегулированность продаж рецептурных лекарств.

8. Логистика Казахстана в 2023 году во многом переориентируется на обслуживание доставки в Россию.

Например, FM Logistic сообщает, что после введения санкций против России цепочки доставки перестроились: объёмы поставок из Европы упали на 70%, поставки из Юго-восточной Азии выросли на 40%, а трафик из Казахстана вырос на 100%.

Ранее объёмы перевозок из России в Казахстан существенно превышали объём обратного трафика. Наполненность маршрутов в обе стороны делает сообщение более регулярным, сроки доставки сокращаются, сокращаются сроки доставки товаров в Казахстан, что уменьшает нагрузку на локальные склады: нужен меньший запас товара.

Одновременно сокращаются сроки доставки заказов российских интернет-ритейлеров, что делает их условия привлекательнее для покупателей.

5

Структура и оценка рынка ЛОГИСТИКИ интернет-торговли





СТРУКТУРА И ОЦЕНКА РЫНКА ЛОГИСТИКИ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

Каких-либо систематических данных о рынке логистики для eCommerce Казахстана нет. Службы логистики для онлайн-торговли не попадают в фокус статистических форм государства. Государственная статистика показывает агрегированные данные по грузоперевозкам, но пока не умеет считать специализированную доставку для eCommerce и eGrocery. Data Insight устраняет этот пробел.

Оценка рынка логистики для интернет-торговли Казахстана

Прямых данных о размере рынка логистики для интернет-торговли Казахстана нет.

- Отталкиваясь от данных полного 2022 года, Data Insight оценивает рынок интернет-торговли Казахстана в 2022 году в 1 349 млрд тенге.
- Данные интернет-магазинов и служб доставки оценивают долю затрат на доставку и складскую обработку в сумме среднего чека в 8-12%. Для оценки рынка мы возьмём значение в 10%.
- Итого: рынок доставки и хранения для интернет-логистики Казахстана можно оценить в 134,9 миллиарда тенге. Средневзвешенный курс тенге в 2022 – 0,1486 к рублю. Или около 20 млрд российских рублей

Наша оценка рынка логистики для интернет-торговли – 134,9 млрд тенге или 20 млрд российских рублей **по средневзвешенному курсу 2022 года.**

Структура рынка логистики для интернет-торговли Казахстана

Рисунок 6. Раздел «доставка» экосистемы электронной торговли Казахстана 2023, Cross Insights



Число игроков логистики для интернет-торговли велико, есть много местных игроков. Но кроме АО «Казпочта» они небольшие. Много зарубежных (для Казахстана) компаний и они большие: DHL, СДЭК, DPD и другие.

Сегменты рынка сильно отличаются по числу игроков. Виден сильный перекоп в сторону курьерских и транспортных компаний. В то же время фулфилмент-операторов мало (складов нет), сетей ПВЗ почти нет (говорят, что нет спроса, но на самом деле спрос есть).

Число постаматов в Казахстане в сентябре 2023 года

Рисунок 7. Число постаматов в Казахстане в сентябре 2023

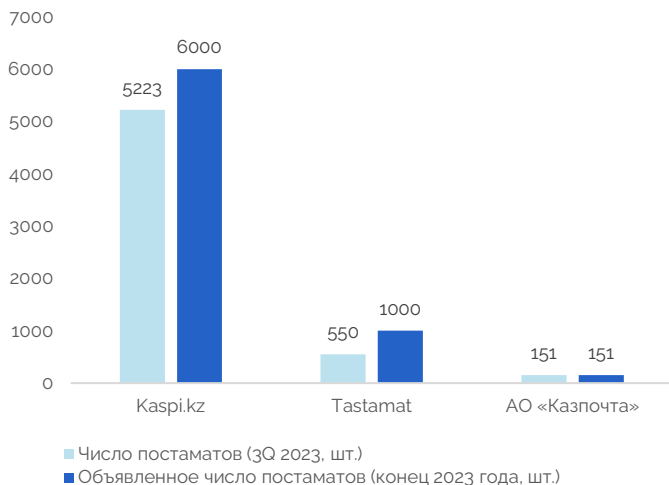


Таблица 1. Число постаматов в Казахстане в сентябре 2023

Товарная категория	Число постаматов (3Q 2023, шт.)	Объявленное число постаматов (конец 2023 года, шт.)
Kaspi.kz	5223	6000
Tastamat	550	1000
АО «Казпочта»	151	151



Игорь Шиянов
 Основатель и Генеральный директор inDrive Доставка

В результате роста интернет-торговли рынок логистики предстоит большой инвестиционный цикл. Зарубежные и локальные игроки будут выстраивать свои логистические мощности, включая складскую, магистральную, межгородскую, внутригородскую инфраструктуру и перевозки. Мы в inDrive делаем ставку на три сегмента: грузовые перевозки, междугородние перевозки и городская доставка on-demand. На фоне этого роста рынка красной нитью пройдут инвестиции в технологическое развитие сектора. Они будут направлены на создание специальных IT решений, возможности интеграции между игроками, разработку доставочных платформ, систем эффективной маршрутизации заказов и управления логистикой. Игроки, которые уже используют эти технологии, уже сегодня могут более выгодно для заказчиков решать их задачи по логистике, оптимизировать и удешевлять доставку.

Курьерская доставка VS самовывоз

Больше 80% доставок — это курьерская доставка. Поэтому большинство игроков сосредоточено на этом способе, развивает его. Даже число игроков курьерской доставки в 2-4 раза больше, нежели сетей ПВЗ и постаматов.

Простой список игроков доставки самовывоза и курьерской доставки показывает больший интерес к курьерской доставке, а не к получению в пункте выдачи или постамате.

Таблица 2. Списки значимых игроков рынка доставки в Казахстане

Список значимых игроков ПВЗ и локеров (постаматов)	Список значимых игроков курьерской доставки
Алем ТАТ, Boxberry, СДЭК, АО «Казпочта», Tastamat, Kaspi.kz, Wildberries, Ozon, DHL	ASE, Avis Logistics, Boxberry, СДЭК, Choco Доставка, DHL, DPD, Exline, Expert Logistic Kazakhstan, inDrive, АО «Казпочта», Pony Express, Post Express, Real time of delivery, SPD Express, Tastamat, Tmslog, Transkaz, Яндекс Go, Алем ТАТ, Блицпочта, Вozовоз, Курьер Сервис Экспресс, Яндекс Доставка



Раушан Кашкомбаева

Директор по развитию и совладелец курьерской компании SPD Express

Логистика в Казахстане активно растёт и рынок услуг курьерской доставки ежегодно увеличивается на 30%. Это конечно же, в первую очередь связано с ростом рынка eCommerce и развитием маркетплейсов в стране. Можно проследить основной тренд: экспресс-доставка стала главным преимуществом в сфере курьерских услуг. Клиенты заказывают товары и хотят получать их быстрее, что требует от компании оптимизировать свои логистические процессы и находить новые решения. Также наблюдается тренд на увеличение спроса на услугу доставки с выкупом товара и получение доставки в пункте выдачи. Это отличные возможности для игроков логистического рынка, которые позволят не только вырасти, но и улучшить качество своих услуг.

Кроссбордер VS domestik

Большинство логистических операторов Казахстана или сами, или в партнёрстве с российскими, китайскими и международными партнёрами занимаются доставкой из-за границы и за границу. Среди компаний по доставке сборных и FTL-грузов — почти все. Среди курьерских служб многие занимаются кроссбордером самостоятельно, некоторые заключают партнёрские отношения с международными компаниями. Почти все фулфилмент-операторы Казахстана сотрудничают с логистами, которые доставляют за границу или из-за границы.

Есть несколько исключений, но они только подтверждают правило. Конкуренция исполнителей доставки «Последней мили» работает исключительно локально. Доставка продуктов и еды, несмотря на широкое присутствие иностранных игроков, конечно, местная, как и в большинстве других стран.

Логистика на инсорсе VS логистика на аутсорсе

Логистика на инсорсе в Казахстане во многом ограничена ресурсами инфраструктуры, поэтому есть несколько групп интернет-ритейлеров по соотношению «собственной логистики» и сторонней.

- Игроки, у которых есть склады и/или есть инвестиции на строительство складов. Собственный склад почти однозначно указывает, что опора будет на инсорс логистику. Kaspi.kz, Wildberries и Ozon ориентированы на логистику инсорс. Что также иллюстрирует тот факт, что эти игроки строят сети ПВЗ (собственные или франчайзинговые) под своим контролем.
- Также в основном на инсорс в части логистики «Последней мили» ориентированы интернет-ритейлеры, у которых много крупногабаритных товаров.
- Интернет-ритейлеры, которые ограничены в складах практически всю свою логистику передают на аутсорс. Все маркетплейсы, кроме Kaspi.kz, Ozon и Wildberries ориентированы на DBS-модель доставки.
- Большинство игроков eGrocery ориентированы на аутсорсинг доставки – на доставку агрегаторами готовых блюд и продуктов.
- Интернет-ритейлеры на аутсорс охотно отдают междугороднюю доставку и Same Day доставку. Первую – транспортным компаниям, вторую – конкурентной среде исполнителей.



Мольдер Рысалиева

Генеральный директор
Ozon в Казахстане

Продавцы Ozon в Казахстане могут продавать как внутри страны, так и в Россию. Сейчас им доступны три схемы продаж: «продажа со склада Ozon» (FBO), «продажа со склада продавца» (FBS) и «доставка силами продавца» (rFBS). При работе по первой схеме, продавец просто передает товары компании, далее Ozon сам размещает на складе, собирает и доставляет товары. При работе по FBS, продавец хранит товары на своем складе и сам упаковывает товары, Ozon на последнем этапе доставляет товары покупателям. При работе по схеме rFBS Ozon выступает лишь торговой площадкой, а хранение, сборка и доставка заказов полностью осуществляется силами продавца. В Казахстане Ozon сотрудничает с тремя логистическими операторами, которые осуществляют доставку по стране: АО «Казпочта», Spark и «АлемТат».

**Игорь Шиянов**

Основатель и Генеральный директор inDrive Доставка

Логистический рынок Казахстана характеризуется повышенным спросом на грузовой транспорт. Как на магистральных маршрутах, так и на внутригородских.

На магистральных и внутригородских маршрутах не хватает загрузки, поэтому растёт роль консолидаторов или агрегаторов перевозок, которые набирают заказы и помогают бизнес-пользователям выстраивать процессы логистики, быстро находить перевозчиков по справедливой цене.

Мы в inDrive как раз помогаем закрыть потребность в организации быстрых перевозок для компаний среднего и малого размера. Достаточное количество водителей, разные типы грузовых кузовов, возможность организации перевозки on-demand через приложение буквально в несколько кликов отвечает потребностям этого сегмента рынка.

Мы делаем большую ставку на этот сегмент рынка и считаем, что он будет расти в ближайшие годы.

Крупные логистические компании VS маленькие

Казахстан – это рынок, который быстро разделяет игроков по принципу «большой» – «маленький». Применительно к общим размерам рынка.

Дефицит складской инфраструктуры и большие расстояния для пробега между городами, относительно дорогой кредит и дефицит кадров помогают крупным игрокам логистики (международным компаниям) с их собственными ресурсами. Местные игроки в большей степени опираются на помощь государства или тесную работу с крупными банками.

Те же факторы и приверженность казахстанской аудитории к курьерской доставке и особенно доставке день в день позволяют работать конкурентной среде исполнителей – совсем небольших логистических компаний в городах Казахстана. Предприниматель в этом случае – часто собственник одного транспортного средства, который сам доставляет заказы.

6

Профили ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ



ПРОФИЛИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

Карточки логистических компаний – наш традиционный раздел, который представляет широкой аудитории значимых игроков рынка. Часть казахстанских игроков согласились на заполнение нашей довольно большой анкеты. Мы особенно признательны таким компаниям.

Часть данных о компаниях мы собрали на основании открытых данных с сайта. Не обессудьте, но на сайте информация может быть и устаревшей, и не вполне очевидной. Призываем такие компании проверить свои данные и написать нам: в следующих исследованиях мы актуализируем информацию.

Рассчитываем, что с вашей помощью картина рынка будет точнее, а потенциальные партнёры узнают о вас и ваших возможностях.

CDEK Central Asia	42
Voxberry	43
DHL	44
Яндекс Доставка	46
inDrive Delivery.....	47
Деловые Линии.....	48
ПЭК.....	49
SPD EX.....	50
reWorker.kz	51
СДТ.....	52

Яндекс Доставка



Алишер Тунгушбаев

руководитель Яндекс
Доставки в Казахстане

Яндекс Доставка – это доступ к услугам курьерской доставки для пользователей мобильного приложения Яндекс Go, а также для предпринимателей и компаний Казахстана.

В Казахстане компания фокусируется на технологиях для эффективной экспресс-доставки внутри города, когда курьер назначается и выезжает за посылкой уже через несколько минут после заказа. Для предпринимателей такая доставка – это возможность получить конкурентное преимущество на рынке, улучшить качество клиентского сервиса, быстро запустить или развить онлайн-канал продаж.

В основе продукта Яндекс Доставки – технологическая платформа, которая клиентам дает доступ к услуге доставки, а курьерам-партнерам сервиса – к заказам. Платформа подбирает оптимального исполнителя на каждый заказ, а алгоритмы построения маршрута и объединения заказов по пути, позволяют тратить на доставку каждого заказа меньше времени.

Яндекс Доставка развивает и более медленные тарифы, например, доставку в течение дня. Так клиенты сервиса могут выбирать опции доставки по скорости и стоимости в зависимости от потребностей.

Сервис работает в 20 городах Казахстана и помогает расти уже сотням местных компаний и организаций, в том числе организует доставку более 150 видов документов из ЦОНов. Все отправления через сервис застрахованы.



Доставка

boxberry.ru

Конев Михаил,
руководитель Boxberry в СНГ

+7 (343) 385-87-24, доб. 5071

o_loginova@boxberry.ru

Boxberry – служба доставки онлайн-заказов. Работает на российском рынке с 2010 года, а с 2022 года доставляет посылки из Казахстана в Россию. С Boxberry сотрудничает 12300 интернет-магазинов: среди партнеров есть и компании-гиганты, и небольшие домашние мастерские.

Год основания: 2010

Посылка в день: 100

Общая информация

о компании, контакты, тип предоставляемых услуг

- Доставка из 19 городов Казахстана в любой регион России
- Гибкие тарифы и выгодные цены
- Интеграция с маркетплейсом OZON
- Удобный личный кабинет для интернет-магазинов

Доставка

- ✓ Курьером до двери
- ✗ Курьером до двери на след. день
- ✗ Курьером до двери день в день
- ✗ Экспресс-доставка за 1-3 часа
- ✓ В Пн-Пт
- ✓ В выходные
- ✗ Казпочтой
- ✗ Из Пн-Пт
- ✗ Полностью собственная доставка
- ✗ Частично собственная доставка
- ✗ Только партнёрская доставка

Описание доступных опций при доставке товаров

Дополнительные услуги

- ✗ Выбор временного интервала
- ✗ Доставка крупногабарита
- ✓ Доставка в выходные
- ✗ Примерка
- ✗ Упаковка
- ✓ Оплата картой при заказе
- ✓ Оплата картой при доставке
- ✗ Частичный выкуп и возврат
- ✗ Подъем на этаж
- ✓ Возможность поменять адрес
- ✗ Возврат подписанных документов
- ✓ Число бесплатных попыток доставки: 1

Описание доступных дополнительных опций при доставке товаров

Технологии

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет для клиентов
- ✓ Мобильное приложение для покупателей
- ✗ Мобильное приложение для клиентов
- ✓ Интеграция с другими логистами

Описание используемых ИТ-технологий

Пределы по заказу

- Многоместные заказы: да
- Предельное количество товаров: 10
- Предельная стоимость заказа: 1000000
- Предельная длина: более 250 см / 120 см / 50

Описание лимитов по размеру заказа

Регионы доставки

- ✓ Астана
- ✓ Алматы
- ✓ География доставки
- ✓ Города областного подчинения
- ✗ Все города
- ✗ Все населённые пункты
- ✓ В/из России

Места забора заказов

- ✗ Забор заказов и грузов
- ✓ Только в магазине
- ✗ Собственный склад
- ✓ Непосредственно из магазина
- ✗ Из даркстора
- ✗ От поставщика

Описание опций передачи заказов в доставку

Интеграция с CMS или CRM

- Интегрированные системы CMS или CRM
- 1С-БИТРИКС

Интегрированные системы CMS или CRM

Количество складов: 0
Количество ПВЗ: 127
Населённые пункты доставки: 19

Партнёры

Логистические партнеры

Работа с маркетплейсами

Клиенты-маркетплейсы



Доставка

boxberry.ru

Пётр Попов,
CEO CDEK Central Asia

+ 7 727 339 15 12

klient-kz@cdek.ru

Расскажу про наши успехи в 2023 году:

- мы выросли со 112 подразделений (ПВЗ) до 225 на сегодняшний день, целимся в 250 на конец года;
- в посылках выросли больше чем в 2 раза, но рост в основном произошёл в B2C сегменте. С2С растёт только на 40% к прошлому году;
- на сегодня каждая 7 посылка отправлена со СДЭК внутри Казахстана и один из наших фокусов, это развитие доместика внутри РК;
- в следующем году запускаем сортировочную линию в Астане для уменьшения времени обработки груза и увеличения наших мощностей. Таким образом в следующем году сможем обрабатывать порядка 5 млн посылок в год;
- мы запустили программу лояльности для наших клиентов С2С и цифровой сервис CDEK id, который позволяет получать и отправлять посылки по 1 клику;
- перспективы роста есот рынка в Казахстане очень привлекательные, к примеру, в 2022 году объем рынка был 2 посылки на душу населения в год, в 2023 году эта число увеличилось до 2,7. Если учесть, что мы повторяем тренды развития РФ, то нам ещё есть куда расти.

Год основания: **2012**

Посылок в день: **1 посылка на 1 клиента**

Пётр Попов,
CEO CDEK Central Asia

Доставка

- ✓ Курьером до двери
- ✓ Курьером до двери на след. день
- ✗ Курьером до двери день в день
- ✗ Экспресс доставка за 1-3 часа
- ✓ В ПВЗ
- ✗ В постаматы
- ✗ Казпочтой
- ✓ Из ПВЗ до двери
- ✗ Полностью собственная доставка
- ✗ Частично собственная доставка
- ✓ Только партнёрская доставка

Дополнительные услуги

- ✗ Выбор временного интервала
- ✗ Доставка крупногабарита
- ✓ Доставка в выходные
- ✓ Примерка
- ✓ Упаковка
- ✓ Оплата наличными при доставке
- ✓ Оплата картой при доставке
- ✓ Частичный выкуп и возврат
- ✓ Подъем на этаж тяжелых грузов
- ✓ Возможность поменять адрес
- ✓ Возврат подписанных документов

Технологии

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет для клиентов
- ✓ Мобильное приложение для покупателей
- ✓ Мобильное приложение для клиентов
- ✓ Интеграция с другими логистами

Пределы по заказу

Многоместные заказы: **да**
 Предельная масса: **800 кг**
 Предельные размеры: **сумма сторон не более 80*120*150**

Регионы доставки

- ✓ Астана
- ✓ Алматы
- ✓ Шымкент
- ✓ Города областного подчинения
- ✓ Все города
- ✓ Все населённые пункты
- ✓ В/из России

Места забора заказов

- ✓ Забор заказов и грузов
- ✗ Только с собственных складов
- ✓ Собственные ПВЗ
- ✓ Непосредственно из магазина
- ✗ Из даркстора
- ✓ От поставщика

Интеграция с CMS или CRM

n/a

Количество складов: **67**

Количество ПВЗ: **186**

Населённые пункты доставки: **n/a**

Партнёры

n/a

Работа с маркетплейсами

OZON

WILDBERRIES



Доставка

boxberry.ru

Михаил Конев,
Директор Боксберри Юнион

+7 (343) 385-87-24, доб. 5071

o_loginova@boxberry.ru

Boxberry – служба доставки онлайн-заказов. Работает на российском рынке с 2010 года, а с 2022 года доставляет посылки из Казахстана в Россию. С Boxberry сотрудничает 12300 интернет-магазинов: среди партнеров есть и компании-гиганты, и небольшие домашние мастерские.

Год основания: **2010**

Посылка в день: **100**

- Преимущества сотрудничества с Boxberry:
- Доставка из 19 городов Казахстана в любой регион России
 - Гибкие тарифы и выгодные цены
 - Интеграция с маркетплейсом OZON
 - Удобный личный кабинет для интернет-магазинов

Доставка

- ✓ Курьером до двери
- ✗ Курьером до двери на след. день
- ✗ Курьером до двери день в день
- ✗ Экспресс доставка за 1-3 часа
- ✓ В ПВЗ
- ✓ В постаматы
- ✗ Казпочтой
- ✗ Из ПВЗ до двери
- ✗ Полностью собственная доставка
- ✗ Частично собственная доставка
- ✗ Только партнёрская доставка

Дополнительные услуги

- ✗ Выбор временного интервала
- ✗ Доставка крупногабарита
- ✓ Доставка в выходные
- ✗ Примерка
- ✗ Упаковка
- ✓ Оплата наличными при доставке
- ✓ Оплата картой при доставке
- ✗ Частичный выкуп и возврат
- ✗ Подъем на этаж тяжелых грузов
- ✓ Возможность поменять адрес
- ✗ Возврат подписанных документов

Число бесплатных попыток доставки: **1**

Технологии

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет для клиентов
- ✓ Мобильное приложение для покупателей
- ✗ Мобильное приложение для клиентов
- ✓ Интеграция с другими логистами

Пределы по заказу

Многоместные заказы: **да**
 Предельная масса: **15 кг**
 Предельные размеры: **сумма сторон не более 250 см / 120*80*50**

Регионы доставки

- ✓ Астана
- ✓ Алматы
- ✓ Шымкент
- ✓ Города областного подчинения
- ✗ Все города
- ✗ Все населённые пункты
- ✓ В/из России

Места забора заказов

- ✗ Забор заказов и грузов
- ✓ Только с собственных складов
- ✗ Собственные ПВЗ
- ✓ Непосредственно из магазина
- ✗ Из даркстора
- ✗ От поставщика

Интеграция с CMS или CRM



Количество складов: **0**

Количество ПВЗ: **127**

Населённые пункты доставки: **19**

Партнёры



Работа с маркетплейсами





Доставка

mydhlExpress.dhl/kz/r

Евгений Багдашкин,
Генеральный директор

+7 (727)258-85-88

alacs@dhl.com

DHL – это международная компания, специализирующаяся на организации экспресс авиа доставке грузов и документов между странами по принципу «от двери до двери», в том числе оказывающая услуги по организации доставки внутри страны. Является официально зарегистрированным таможенным представителем с возможностью предлагать ряд таможенных услуг.

Год основания: **1969**

Посылок в день: **1-100**

Доставка

- ✓ Курьером до двери
- ✓ Курьером до двери на след. день
- ✓ Курьером до двери день в день
- ✗ Экспресс доставка за 1-3 часа
- ✓ В ПВЗ
- ✗ В постаматы
- ✗ Казпочтой
- ✗ Из ПВЗ до двери
- ✓ Полностью собственная доставка
- ✗ Частично собственная доставка
- ✗ Только партнёрская доставка

Дополнительные услуги

- ✓ Выбор временного интервала
- ✓ Доставка крупногабарита
- ✓ Доставка в выходные
- ✗ Примерка
- ✓ Упаковка
- ✗ Оплата наличными при доставке
- ✗ Оплата картой при доставке
- ✗ Частичный выкуп и возврат
- ✓ Подъем на этаж тяжелых грузов
- ✓ Возможность поменять адрес
- ✓ Возврат подписанных документов

Число бесплатных попыток доставки: **2**

Технологии

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет для клиентов
- ✗ Мобильное приложение для покупателей
- ✗ Мобильное приложение для клиентов
- ✗ Интеграция с другими логистами

Пределы по заказу

Многоместные заказы: **да**
 Предельная масса: **300 кг**
 Предельные размеры: **80*80*120**

Регионы доставки

- ✓ Астана
- ✓ Алматы
- ✓ Шымкент
- ✓ Города областного подчинения
- ✓ Все города
- ✗ Все населённые пункты
- ✓ В/из России

Места забора заказов

- ✓ Забор заказов и грузов
- ✗ Только с собственных складов
- ✗ Собственные ПВЗ
- ✓ Непосредственно из магазина
- ✓ Из даркстора
- ✗ От поставщика

Интеграция с CMS или CRM

n/a

Количество складов: **3**

Количество ПВЗ: **23**

Населённые пункты доставки: **нет**

Партнёры

n/a

Работа с маркетплейсами

n/a



Транспортная компания

mydhlExpress.dhl/kz/r

Евгений Багдашкин,
Генеральный директор

+7 (727)258-85-88

alacs@dhl.com

DHL – это международная компания, специализирующаяся на организации экспресс авиа доставке грузов и документов между странами по принципу «от двери до двери», в том числе оказывающая услуги по организации доставки внутри страны. Является официально зарегистрированным таможенным представителем с возможностью предлагать ряд таможенных услуг.

Год основания: **1969**

Объем посылки: **0,5 кг**

Сотрудники в Казахстане: **248**

Доставка

- ✓ Забор от поставщиков/со складов
- ✓ Приёмка товара поартикульно
- ✓ Приёмка товара поштучно
- ✓ Штрихкодирование/стикерование
- ✗ Поиск недостачи/отбор брака
- ✓ Временное хранение
- ✓ Хранение и доставка дорогих товаров
- ✗ Лицензированное хранение и/или доставка
- ✓ Доставка сборных грузов
- ✓ Доставка полными автомобилями
- ✓ Контейнерная доставка
- ✗ Кросс-докинг
- ✗ Утилизация
- ✓ Таможенное оформление
- ✓ Страхование грузов
- ✓ Консолидация грузов
- ✓ Экспресс-доставка грузов
- ✓ Перевозка опасных грузов
- ✓ Перевозка изотермическая
- ✓ Перевозка холодильными грузовиками
- ✓ Перевозка крупногабарита
- ✓ Услуги по трекингу грузов
- ✓ Услуги в области логистики
- ✓ Услуги по экспорту и импорту
- ✓ Работа с проектными грузами
- ✓ Подъем на этаж
- ✗ Сборка мебели
- ✗ Подключение бытовой техники
- ✓ Перевозка грузов «от двери до двери»

Регионы доставки

- ✓ Астана
- ✓ Алматы
- ✓ Шымкент
- ✓ Города областного подчинения
- ✓ Все города
- ✗ Все населённые пункты
- ✓ В/из России
- ✓ В/из Китая
- ✓ Другая международная доставка

Количество складов: **3**

Услуги поставщикам маркетплейсов

- ✓ Доставка на склад м/п товаров
- ✓ Доставка на склад м/п готовых заказов
- ✓ Доставка напрямую покупателям
- ✗ Подготовка товаров или заказов для доставки на склады м/п
- ✓ Доставка для покупателей м/п

Другие специализированные услуги

- Прием отправлений в нерабочее время
- Прием груза/доставка в субботу
- Оплата таможенных платежей за счет отправителя/импортера/получателя
- Доставка лично в руки
- Упаковка груза
- Уведомление о доставке
- Приоритетная доставка ко времен
- Доставка через личного курьера
- Доставка день в день
- Услуга GoGreen Plus
- Подготовка груза к рассылке.

Технологии

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет

Работа с маркетплейсами

n/a

Я Доставка

Доставка

delivery.yandex.kz

Алишер Тунгушбаев,
СЕО

Яндекс Доставка – это доступ к услугам курьерской доставки для пользователей мобильного приложения Яндекс Go, а также для предпринимателей и компаний Казахстана.

Год основания: **2019**

Посылка в день: **n/a**

В Казахстане компания фокусируется на технологиях для эффективной экспресс-доставки внутри города, когда курьер назначается и выезжает за посылкой уже через несколько минут после заказа. Для предпринимателей такая доставка – это возможность получить конкурентное преимущество на рынке, улучшить качество клиентского сервиса, быстро запустить или развить онлайн-канал продаж.

Доставка

- ✓ Курьером до двери
- ✗ Курьером до двери на след. день
- ✓ Курьером до двери день в день
- ✓ Экспресс доставка за 1-3 часа
- ✗ В ПВЗ
- ✗ В постаматы
- ✗ Казпочтой
- ✗ Полностью собственная доставка
- ✗ Частично собственная доставка
- ✓ Только партнёрская доставка

Дополнительные услуги

- ✓ Выбор временного интервала
- ✓ Доставка крупногабарита
- ✓ Доставка в выходные
- ✗ Примерка
- ✗ Упаковка
- ✗ Оплата наличными при доставке
- ✗ Оплата картой при доставке
- ✗ Частичный выкуп и возврат

Технологии

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет для клиентов
- ✓ Мобильное приложение для покупателей
- ✓ Мобильное приложение для клиентов
- ✗ Интеграция с другими логистами

Пределы по заказу

Многоместные заказы: **да**
 Предельная масса: **1400 кг**
 Предельные размеры: **380*180*180**

Регионы доставки

- ✓ Астана
- ✓ Алматы
- ✓ Шымкент
- ✗ Города областного подчинения
- ✗ Все города

Места забора заказов

- ✓ Забор заказов и грузов
- ✗ Только с собственных складов
- ✗ От поставщика

Интеграция с CMS или CRM



Количество складов: **n/a**

Количество ПВЗ: **0**

Населённые пункты доставки: **20**

Партнёры

n/a

Работа с маркетплейсами

n/a



Доставка

indrive.com

Игорь Шиянов,
CEO inDrive Delivery

inDrive Delivery – это новая бизнес-вертикаль inDrive, обеспечивающая профессиональную доставку по запросу для крупных и средних предприятий. inDrive Delivery предлагает своим клиентам технологии и стандарты организации логистики, которые позволяют, например, существенно снизить стоимость доставки для клиентов или увеличить количество доставок по маршруту. inDrive Delivery дополняет существующую линейку продуктов inDrive для бизнеса – inDrive.Грузовые и inDrive.Курьеры, которые уже обслуживают более 160 тысяч B2B клиентов по всему миру.

Год основания: **2022**

Посылок в день: **n/a**

Доставка

- ✓ Курьером до двери
- ✓ Курьером до двери на след. день
- ✓ Курьером до двери день в день
- ✓ Экспресс доставка за 1-3 часа
- ✓ В ПВЗ
- ✓ В постаматы
- ✗ Казпочтой
- ✓ Из ПВЗ до двери
- ✓ Полностью собственная доставка
- ✗ Частично собственная доставка
- ✗ Только партнёрская доставка

Дополнительные услуги

- ✓ Выбор временного интервала
- ✗ Доставка крупногабарита
- ✓ Доставка в выходные
- ✗ Примерка
- ✗ Упаковка
- ✓ Оплата наличными при доставке
- ✓ Оплата картой при доставке
- ✗ Частичный выкуп и возврат
- ✗ Подъем на этаж тяжелых грузов
- ✗ Возможность поменять адрес
- ✗ Возврат подписанных документов

Число бесплатных попыток доставки: ∞

Технологии

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет для клиентов
- ✗ Мобильное приложение для покупателей
- ✓ Мобильное приложение для клиентов
- ✗ Интеграция с другими логистами

Пределы по заказу

Многоместные заказы: **да**
 Предельная масса: **30 кг**
 Предельные размеры: **90*100*150**

Регионы доставки

- ✓ Астана
- ✓ Алматы
- ✗ Шымкент
- ✗ Города областного подчинения
- ✗ Все города
- ✗ Все населённые пункты
- ✗ В/из России

Места забора заказов

- ✓ Забор заказов и грузов
- ✗ Только с собственных складов
- ✗ Собственные ПВЗ
- ✓ Непосредственно из магазина
- ✓ Из даркстора
- ✗ От поставщика

Интеграция с CMS или CRM

Нет

Количество складов: **0**

Количество ПВЗ: **0**

Населённые пункты доставки: **4**

Партнёры

Нет

Работа с маркетплейсами

Нет

ДЕЛОВЫЕ ЛИНИИ

Транспортная компания

dellin.ru

Фарид Мадани,
Генеральный директор

8 (800) 200-80-00 (PK)
8 (800) 100-80-00 (PF)

pr@dellin.ru, info@dellin.ru

География доставки более 90% населенных пунктов в России, а также Белоруссия, Казахстан, Киргизия, Армения, Китай, Восточная Азия и Европа. Осуществляет перевозку сборных грузов, транспортировку еврофурами, адресную доставку по городу и региону, а также предоставляет комплексные складские услуги. Сеть терминалов насчитывает 249 подразделений в 201 городе России. Входит в перечень системообразующих организаций страны (Минтранс РФ).

Год основания: **2001**

Объем посылки: **n/a**

Сотрудники в Казахстане: **0**

Доставка

- ✓ Забор от поставщиков/со складов
- ✓ Приёмка товара по артикульно
- ✓ Приёмка товара поштучно
- ✓ Штрихкодирование/стикерование
- ✓ Поиск недостачи/отбор брака
- ✓ Временное хранение
- ✗ Хранение и доставка дорогих товаров
- ✓ Лицензированное хранение и/или доставка
- ✓ Доставка сборных грузов
- ✓ Доставка полными автомобилями
- ✓ Контейнерная доставка
- ✗ Кросс-докинг
- ✗ Утилизация
- ✗ Таможенное оформление
- ✓ Страхование грузов
- ✓ Консолидация грузов
- ✓ Экспресс-доставка грузов
- ✗ Перевозка опасных грузов
- ✓ Перевозка изотермическая
- ✗ Перевозка холодильными грузовиками
- ✓ Перевозка крупногабарита
- ✓ Услуги по трекингу грузов
- ✓ Услуги в области логистики
- ✗ Услуги по экспорту и импорту
- ✓ Работа с проектными грузами
- ✓ Подъем на этаж
- ✗ Сборка мебели
- ✗ Подключение бытовой техники
- ✓ Перевозка грузов «от двери до двери»

Регионы доставки

- ✓ Астана
- ✓ Алматы
- ✓ Шымкент
- ✓ Города областного подчинения
- ✗ Все города
- ✗ Все населённые пункты
- ✓ В/из России
- ✓ В/из Китая
- ✓ Другая международная доставка

Услуги поставщикам маркетплейсов

- ✓ Доставка на склад м/п товаров
- ✓ Доставка на склад м/п готовых заказов
- ✗ Доставка напрямую покупателям
- ✗ Подготовка товаров или заказов для доставки на склады м/п
- ✗ Доставка для покупателей м/п
- ✓ Доставка возвратов со складов м/п России

Другие специализированные услуги

n/a

Количество складов: **0**

Технологии

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет

Работа с маркетплейсами





Транспортная компания

pecom.ru

Бахтияров К.А.
Генеральный директор

+7 (7172) 644-644
+7 (727) 346-77-77

ak-dir@pecom.ru

Транспортная компания для широкого круга B2B отправителей. У нас 6 филиалов в крупнейших городах Казахстана. Наши преимущества – организация таможенного и СНТ оформления, полный цикл перевозок, включая забор и доставку. Мы доставляем по всему Казахстану и из Казахстана в Россию, страны ЕАЭС и обратно.

Год основания: **2013**

Объем посылки: **1 м³**

Сотрудники в Казахстане: **73**

Доставка

- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Забор от поставщиков/со складов ✗ Приемка товара поартикульно ✗ Приемка товара поштучно ✗ Штрихкодирование/стикерование ✓ Поиск недостачи/отбор брака ✓ Временное хранение ✗ Хранение и доставка дорогих товаров ✓ Лицензированное хранение и/или доставка (алкоголь) ✓ Доставка сборных грузов | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Доставка полными автомобилями ✗ Контейнерная доставка ✗ Кросс-докинг ✗ Утилизация ✓ Таможенное оформление ✓ Страхование грузов ✓ Консолидация грузов ✓ Экспресс-доставка грузов ✗ Перевозка опасных грузов ✓ Перевозка изотермическая ✗ Перевозка холодильными грузовиками | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Перевозка крупногабарита ✓ Услуги по трекингу грузов ✓ Услуги в области логистики ✓ Услуги по экспорту и импорту ✓ Работа с проектными грузами ✓ Подъем на этаж ✗ Сборка мебели ✗ Подключение бытовой техники ✗ Перевозка грузов «от двери до двери» |
|---|--|--|

Регионы доставки

- ✓ Астана
- ✓ Алматы
- ✓ Шымкент
- ✓ Города областного подчинения
- ✓ Все города
- ✓ Все населенные пункты
- ✓ В/из России
- ✗ В/из Китая
- ✓ Другая международная доставка
- ✓ Костанай, Петропавловск

Количество складов: **6**

Услуги поставщикам маркетплейсов

- ✓ Доставка на склад м/п товаров
- ✓ Доставка на склад м/п готовых заказов
- ✗ Доставка напрямую покупателям
- ✗ Подготовка товаров или заказов для доставки на склады м/п
- ✓ Доставка для покупателей м/п

Другие специализированные услуги

- Распечатка сопроводительных документов
- Возврат подписанных сопроводительных документов

Технологии

- ✗ API
- ✓ Личный кабинет

Работа с маркетплейсами

WILDBERRIES



Доставка

spdex.kz

Сымбат Асылбеков,
Генеральный директор

+7(727)377-77-22

operator@spdex.kz

Логистическая компания основанная в 2012 году, оказывающая курьерские, транспортные и складские услуги в Казахстане. В настоящий момент имеется 28 представительств в Казахстане и офис в г. Москва. Нашими клиентами являются Национальный банк РК, Халык банк, Береке банк, Кселл, Аралтуз и многие другие. Наши преимущества: собственный автопарк машин разной грузоподъемностью, широкий спектр услуг, квалифицированный персонал, отправка всеми видами транспорта (авиа, ж/д, авто).

Год основания: **2012**

Посылков в день: **2000**

Доставка

- ✓ Курьером до двери
- ✓ Курьером до двери на след. день
- ✓ Курьером до двери день в день
- ✗ Экспресс доставка за 1-3 часа
- ✗ В ПВЗ
- ✗ В постаматы
- ✗ Казпочтой
- ✓ Из ПВЗ до двери
- ✓ Полностью собственная доставка
- ✓ Частично собственная доставка
- ✗ Только партнёрская доставка

Дополнительные услуги

- ✗ Выбор временного интервала
- ✓ Доставка крупногабарита
- ✗ Доставка в выходные
- ✗ Примерка
- ✓ Упаковка
- ✓ Оплата наличными при доставке
- ✗ Оплата картой при доставке
- ✓ Частичный выкуп и возврат
- ✓ Подъем на этаж тяжелых грузов
- ✓ Возможность поменять адрес
- ✓ Возврат подписанных документов

Технологии

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет для клиентов
- ✗ Мобильное приложение для покупателей
- ✗ Мобильное приложение для клиентов
- ✓ Интеграция с другими логистами

Пределы по заказу

Многоместные заказы: **да**

Число бесплатных попыток доставки: **3**

Регионы доставки

- ✓ Астана
- ✓ Алматы
- ✓ Шымкент
- ✗ Города областного подчинения
- ✗ Все города
- ✗ Все населённые пункты
- ✗ В/из России

Места забора заказов

- ✓ Забор заказов и грузов
- ✗ Только с собственных складов
- ✗ Собственные ПВЗ
- ✓ Непосредственно из магазина
- ✓ Из даркстора
- ✓ От поставщика

Интеграция с CMS или CRM



1С-БИТРИКС

Количество складов: **9**

Количество ПВЗ: **26**

Населённые пункты доставки: **89**

Партнёры



Работа с маркетплейсами





Фулфилмент

reworker.kz

Асылбек Мухамбетов
+7 (775) 575-74-99
reworker@internet.ru

Фулфилмент reWorker.kz для интернет-магазинов, селлеров маркетплейсов и ритейлеров. Наш склад в Астане (950 кв м) и Алматы (1080 кв.м). Наши преимущества – мы работаем с маркетплейсами – Kaspi.kz, Wildberries и OZON. Есть собственная служба доставки, также мы интегрированы с 3 другими (СДЭК, КазПочта и Заммлер). Есть многофункциональное API и собственный штат IT. FBO, FBS.

Год основания: **2015**

Посылка в день: **100**

Хранение

- ✓ Адресное хранение
- ✓ Хранение паллет
- ✓ Хранение коробов
- ✓ Напольное
- ✓ В ПВЗ
- ✓ Стеллажное
- ✓ Мелкоячеестое
- ✓ Хранение с терморежимом
- ✓ Хранение в холодильнике
- ✗ Хранение опасных грузов
- ✗ Выделенные комнаты для хранения
- ✗ Спецхранение дорогих товаров
- ✗ Лицензированное хранение

Склады

Количество складов: **2**

1. Астана, ул. Ондирис, 45

Площадь: **1200 м2**

Класс: **A**

Год постройки: **2018**

Режим работы: **9:00 – 18:00**

Прием последнего заказа: **17:00**

Передача в доставку: **день в день**

Частота отгрузок в доставку: **ежедневно**

- ✓ Видеофиксация приемки и отгрузки
- ✓ Страхование склада
- ✓ Своя ж/д ветка

2. Алматы, с.Кара Жорга 28

Площадь: **1080 м2**

Класс: **B**

Год постройки: **2023**

Режим работы: **9:00 – 18:00**

Прием последнего заказа: **17:00**

Передача в службу доставки: **на следующий день**

Частота отгрузок в доставку: **ежедневно**

- ✓ Видеофиксация приемки и отгрузки
- ✓ Страхование склада
- ✗ Своя ж/д ветка

Управление возвратами

- ✓ Обработка возвратов
- ✓ Обработка частичных возвратов
- ✗ Регистрация причин возврата
- ✗ Оценка состояния товаров
- ✗ Подготовка товара к возврату
- ✓ Отправка в интернет-магазин
- ✗ Утилизация
- ✓ Штрихкодирование/стикерование
- ✓ Вложение доп. материалов

Упаковка

- ✓ Нестандартная упаковка

Забор заказов

- ✓ Забор от поставщиков
- ✓ Приемка товара
- ✓ Маркировка
- ✓ Поиск недостачи / отбор брака

Услуги маркетплейсам

- ✗ Забор от поставщиков
- ✓ Штрихкодирование/стикерование
- ✗ Фотосъемка товара
- ✗ Хранение товара/пополнение остатков на складе м/п
- ✓ Упаковка по правилам м/п
- ✓ Доставка на склад м/п
- ✗ Комплектация заказов
- ✗ Доставка до покупателя
- ✗ Отправка в ПВЗ и постаматы
- ✗ Кросс-докинг
- ✓ Интеграция складской системы поставщика и системы учета маркетплейса по API

Основная услуга: **Доставка на склад маркетплейса**

Доставка

- ✗ Полностью собственная служба доставки
- ✓ Частично собственная доставка
- ✗ Только партнёрская доставка
- ✓ Предпочтительная подготовка и передача в почту
- ✗ Кросс-докинг
- ✗ Таможенное оформление
- ✗ Оптовые отгрузки со склада

Технологии

- ✗ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✗ Интеграция с другими логистами
- ✓ WMS: eme.wms

Дополнительные услуги

- ✗ Контактный центр (свой)
- ✗ Привлечение продаж
- ✗ Маркетинг
- ✗ Создание карточек товаров
- ✗ Фото-/видеосъемка товара
- ✓ Создание и поддержка сайта
- ✗ Возможно SLA в договоре
- ✓ Персональный менеджер

Интеграция с CMS или CRM

Нет

Работа с маркетплейсами





Фулфилмент

zao-sdt.ru

Вячеслав Помещиков
8(495)739-21-15
info@dsserv.ru

СДТ (Сервис Дистанционной Торговли) – крупнейший фулфилмент-оператор. Компания оказывает широкий спектр услуг для интернет-магазинов и маркетплейсов: прием товаров от поставщиков, ответственное хранение, обработка заказов, доставка и услуга самовывоза, прием платежей и обработка возвратов. В активе компании 5 складов в России и Казахстане общей площадью 100 000 м². У СДТ настроены прямые интеграции с крупнейшими маркетплейсами. Компания работает по моделям FBO, FBS.

Год основания: **2010**

Посылок в день: **20-30**

Сотрудники: **120**

Хранение

- ✓ Адресное хранение
- ✓ Хранение паллет
- ✓ Хранение коробов
- ✓ Напольное
- ✓ В ПВЗ
- ✓ Стеллажное
- ✓ Мелкоячейстое
- ✗ Хранение с терморежимом
- ✗ Хранение в холодильнике
- ✗ Хранение опасных грузов
- ✓ Комната для хранения
- ✗ Спецхранение дорогих товаров
- ✓ Лицензированное хранение

Управление возвратами

- ✓ Обработка возвратов
- ✓ Обработка частичных возвратов
- ✓ Регистрация причин возврата
- ✓ Оценка состояния товаров
- ✓ Подготовка товара к возврату
- ✓ Отправка в интернет-магазин
- ✓ Утилизация
- ✓ Штрихкодирование/стикерование
- ✓ Вложение доп. материалов

Упаковка

- ✓ Нестандартная упаковка

Доставка

- ✓ Полностью собственная служба доставки
- ✓ Частично собственная доставка
- ✓ Только партнёрская доставка
- ✓ Подготовка и передача на почту
- ✓ Кросс-докинг
- ✗ Таможенное оформление
- ✓ Оптовые отгрузки со склада

Забор заказов

- ✓ Забор от поставщиков
- ✓ Приемка товара
- ✓ Маркировка
- ✓ Поиск недостачи / отбор брака

Дополнительные услуги

- ✓ Контактный центр (свой)
- ✓ Привлечение продаж
- ✓ Маркетинг
- ✓ Создание карточек товаров
- ✓ Фото-/видеосъемка товара
- ✓ Создание и поддержка сайта
- ✓ Возможно SLA в договоре
- ✓ Персональный менеджер

Услуги маркетплейсам

- ✓ Забор от поставщиков
- ✓ Штрихкодирование/стикерование
- ✓ Фотосъемка товара
- ✓ Хранение товара/пополнение остатков на складе м/п
- ✓ Упаковка по правилам м/п
- ✓ Доставка на склад м/п
- ✓ Комплектация заказов
- ✓ Доставка до покупателя
- ✓ Отправка в ПВЗ и постаматы
- ✓ Кросс-докинг
- ✓ Основная услуга: **FBO и FBS**

Работа с маркетплейсами



Интеграция с CMS или CRM

Собственная WMS-система

Технологии

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✓ Интеграция с другими логистами
- ✓ **WMS:** собственная WMS-система

Склады

Количество складов: **1**
Алматы, проспект Райымбека, д. 348/2
Площадь: **22000 м2**
Высота: **8,5** (рабочая)
Класс: **A**
Год постройки: **2023**
Режим работы: **8:00 – 20:00 (6/1)**
Прием последнего заказа: **16:00**
Передача в доставку: **20:00**
Частота отгрузок в доставку: **ежедневно**

- ✓ Видеофиксация приемки и отгрузки
- ✓ Страхование склада
- ✗ Своя ж/д ветка

Партнерская доставка

Spark

- Тип доставки**
- Курьерская доставка
 - Доставка полными машинами
 - Консолидация грузов
 - Экспресс-доставка
 - ПВЗ

География доставки

Все крупные города

CDEK

- Тип доставки**
- Курьерская доставка
 - ПВЗ

География доставки

Более 800 населенных пунктов

Kaspi.kz

- Тип доставки**
- Курьерская доставка
 - Постаматы

География доставки

В рамках сотрудничества клиентов с маркетплейсом kaspi

7

АО «Казпочта»



АО «КАЗПОЧТА»

АО «Казпочта» активно функционирует в сфере почтовых и логистических услуг Казахстана, занимая позицию национального почтового оператора. Она обеспечивает доставку письменной корреспонденции, простых отправлений, а также предлагает услуги экспресс-доставки. Помимо этого, АО «Казпочта» занимается осуществлением денежных переводов и выпуском платёжных карточек. Почтовые отделения компании принимают коммунальные платежи, доставляют пенсии и пособия, а также распространяют печатные издания. В рамках развития электронных сервисов, АО «Казпочта» запустила систему электронной почты, интегрированную с национальной системой eGov, что представляет собой альтернативу иностранным почтовым сервисам. Компания продолжает участвовать в различных национальных и международных проектах, например, в 2012 году приняла участие в национальной инвестиционной программе «Народное IPO», предоставляет брокерские и транс-агентские услуги.

Перечень обширен, но в рамках данного исследования нас интересуют только услуги для интернет-торговли: доставка посылок и мелких пакетов, главным образом. Как и в России, национальный почтовый оператор Казахстана обеспечивает самое большое территориальное покрытие как по числу населённых пунктов (практически все), так и по плотности расположения отделений. Да, и для устойчивого финансового положения национального почтового оператора именно доставка посылок сейчас играет наиглавнейшую роль.

Самые важные факты об АО «Казпочта» (по итогам 2022 года)

- число сотрудников – 17 972 человека;
- совокупный доход – 62,6 миллиарда тенге (9,3 миллиарда рублей по средневзвешенному курсу);
- число отделений разного типа – более 2 700;
- «Супермаркетов посылок» – 219;
- почтоматов – 151;
- партнёрская сеть – 216;
- легковых автомобилей – 1783;
- грузовых автомобилей – 246;
- фулфилмент-центров – 3 (Алматы, Актобе, Астана);

Почтовый оператор Казахстана не назвал конкретных чисел по доставке заказов интернет-торговли и не согласился на участие в этом исследовании.

Подробнее о «Супермаркете посылок» АО «Казпочта»

Более пяти лет назад АО «Казпочта» внедрила сервис – «Супермаркет посылок».

Обслуживание устроено довольно просто и понятно: можно в удобное время получить посылку в течение пяти минут без необходимости стоять в очереди

«Супермаркет» работает в режиме самообслуживания не менее восьми часов в сутки.

В настоящее время функционируют 219 «Супермаркетов посылок», в любом из которых для получения мелких пакетов, бандеролей и посылок, достаточно ввести трек-номер посылки или номер мобильного телефона на специальном терминале. Терминал выдаёт талон с номером стеллажа и номером ячейки. Клиенту нужно найти необходимый ряд и стеллаж, взять свою посылку.

Здесь также можно самостоятельно отправить посылку в любой населённый пункт страны.

Рисунок 8. Фото из годового отчёта АО «Казпочта» за 2022 год



Подробнее о почтоматах АО «Казпочта»

Почтомат – это автоматизированный терминал по выдаче посылок (не более 14 кг, и размеров в соответствии с размерами ячеек для хранения и выдачи), созданный как альтернативная доставка, с помощью которой можно самостоятельно забрать посылку без участия работника почты.

Почтоматы установлены в отделениях почтовой связи, супермаркетах, бизнес-центрах, торгово-развлекательных комплексах. Забрать посылку можно в удобное время, включая выходные дни.

Для этого надо на экране почтомата указать номер мобильного телефона и код посылки, который отправляется получателю в тот момент, когда посылка впервые поступила в почтомат на хранение.

Сеть из 151 почтомата АО «Казпочта» обеспечила выдачу 260 тысяч посылок в 2022 году.

Видимые трудности АО «Казпочта»

Ниже приведены трудности, с которыми сталкивается АО «Казпочта», согласно их годовому отчёту за 2022 год :

- **Снизился объём по услугам ускоренной почты** на 1,7 млн. ед. или 57%, вследствие увеличения тарифов по EMS на 2022 год от 20% до 40% и уменьшения объёмов отправок по договорам основных контрагентов.
- **По посылкам доходы составили 5,0 млрд. тенге**, план доходов не исполнен на 2,5 млрд. тенге или на 33%, вследствие уменьшения объёмов отгрузок корпоративных клиентов, конкуренции со стороны курьерских и логистических компании, а также нарушения логистики и увеличения сроков доставки посылок.
- За 12 месяцев 2022 года **доходы по почтовым услугам составили в сумме 31,9 млрд. тенге**, что **ниже планового уровня на 10,8 млрд. тенге** или **на 25%** за счёт неисполнения плана доходов по посылкам, EMS, а также неисполнение доходов по проекту «Бондовый склад», «Грузоперевозки и таможенный представитель» в связи с влиянием внешних факторов, таких как закрытие границ, геополитическая ситуация в стране и в мире.
- **Общее количество активных договоров в рамках фулфилмент услуг – 15 ед. Количество принятых почтовых отправок за 2022 года составило 318 062 ед.** Запланированные объёмы и выгоды по проекту не были исполнены по причине снижения деловой активности контрагентов. 15 договоров на фулфилмент – это поразительно мало. Для страны, которая испытывает жесточайший дефицит складских мощностей, говорить «запланированные объёмы и выгоды по проекту не были исполнены по причине снижения деловой активности контрагентов» – означает тот факт, что, либо не налажена работа на складах, либо команда продаж и маркетинга не работает. Либо и то и другое.
- **Проект «Бондовый склад» по-настоящему не заработал.** Объявили об открытии в середине 2021 года. Уже один раз меняли площадку, много информации об обсуждении нормативной базы, в том числе в рамках ЕАЭС. В отчёте сообщается о заключении только одного договора.

На ближайшее время в планах провести работу по внесению изменений в действующее законодательство РК по бондовым складам, в части доставки коммерческой партии товаров на территорию СЭЗ «Хоргос-Восточные ворота» и определении условий функционирования бондового склада.

- **Ожидается заключение договоров на услугу «f2b2c» с крупными логистическими организациями и интернет-магазинами других стран.**

Сегодня уже заключён договор на транзит в РФ с компанией Yiwu Yuexuan Trade Co. LTD, проводится работа по заключению договора с другими клиентами.

В связи с закрытием границы на МЦПС «Хоргос» с 23 января 2020 года произошло приостановление получения объёмов международных почтовых отправок через Бондовый склад «Хоргос» по настоящее время. В пилотном режиме открыт транзитный склад на территории свободной экономической зоны «Хоргос-Восточные ворота» в сентябре 2021 года.

В августе 2022 года проведён пилот приёма почтового транзита в объёме 400 кг в РФ. Однако, новый бондовый склад функционирует не на полной мощности по причине ограниченного количества трансграничного обмена.

Проводятся работы по внесению изменений в действующее законодательство РК в части применения в свободной экономической зоне «Хоргос-Восточные ворота».

- О других проблемах сообщают числа. **Число почтоматов неизменно с 2020 года (151)**, что может означать либо заморозку развития, либо малую эффективность инструмента, либо то и другое.
- **Число «супермаркетов» снизилось с 237** по итогам 2020 года, **до 219 по итогам 2022 года**. Причины те же, что в пункте выше.
- **АО «Казпочта» без огласки свернула программу «Партнёрская сеть КазПочты».** Это был один из самых интересных проектов почтового оператора развития отделений по франшизе. Проект запущен в 2018 году. К 2027 году планировалось открытие 756 партнёрских отделений. Председатель правления АО «Казпочта» Сакен Сарсенов в марте 2019 года заявлял: "В планах до 2027 года – открытие 756 партнёрских отделений и замещение точками партнёров 593 собственных отделений. Между тем **динамика такова: 2020 год – 625 отделений, 2021 год – 253, 2022 год – 216.** Число франчайзи-отделений снижается, публичный заявлений о судьбе программы не было с 2020 года. Фактически мы видим сворачивание программы.

Рисунок 9. Число партнёрских отделений Казпочты, шт.

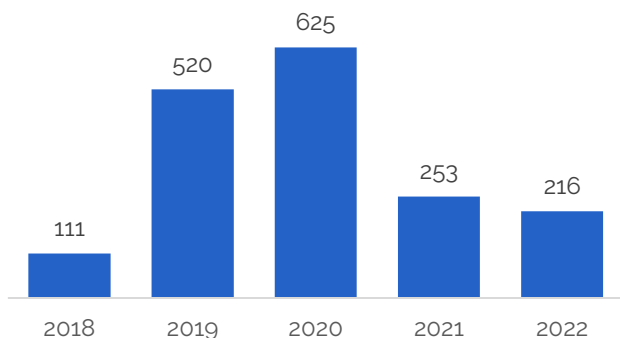


Таблица 3. Число партнёрских отделений Казпочты, шт.

Год	Число партнёрских отделений АО «Казпочта», шт.
2018	111
2019	520
2020	625
2021	253
2022	216

Позитивные сигналы в 2023 году

- За восемь месяцев 2023 года компания зарегистрировала первую чистую прибыль за последние пять лет, при этом её доходы увеличились на 44% по сравнению с прошлым годом.
- АО «Казпочта» сообщила об открытии логистического многофункционального центра в Астане площадью 10 000 квадратных метров. Центр ориентирован на работу с интернет-ритейлерами и способен обработать более шести миллионов посылок в год. Центр расположен в столичном торгово-логистическом кластере с доступом к республиканской трассе, есть возможность расширения площади фулфилмент-центра до 12 000 квадратных метров при необходимости.
- Новое руководство сокращает непродуктивные издержки, перестраивает маршруты доставки для сокращения сроков.
- В октябре АО «Казпочта» сообщила о подписании соглашения о сотрудничестве с AliExpress по которому будет налажен прямой и быстрый канал доставки из Шанхая в Казахстан, что сократит сроки доставки, а значит увеличит число заказов.

8

Склады в Казахстане



СКЛАДЫ В КАЗАХСТАНЕ

Один из самых острых вопросов логистики в Казахстане – это дефицит складов и по количеству площадок и по площади.

В Казахстане имеется более 1,3 млн кв. м. качественных складских помещений по данным NF GROUP (быв. Knight Frank) за 2023 год. Несмотря на то что по объёму таких складов страна находится на втором месте среди государств бывшего СССР (за исключением России, стран Балтии и Украины), 76% из них относятся к спекулятивным объектам и 3PL-операторам. **Однако практически нет свободных площадей для аренды – доля вакантных площадей 1%.** Это указывает на высокий спрос на качественные помещения и одновременно на ограниченное добавление новых площадей на рынок. Стоит отметить, что с 2011 по 2019 год количество складов класса В в Казахстане увеличилось в 2,5 раза.

Склады по типам распределяются почти поровну: класс А – 51%, класс В – 49%.

В 2022 году был зарегистрирован значительный рост стоимости аренды в Казахстане: в некоторых проектах показатель увеличился в 1,5 раза с начала 2021 года. Только в IV квартале 2022 года ставки выросли на 16%. Цены на начало 2023 года на аренду составляли 116 долларов за квадратный метр в год для объектов класса А и 60 долларов для объектов класса В. Годовая стоимость хранения одного паллетоместа была равна 97 долларам без учёта НДС.

В 2023 году в третьем квартале средняя ставка аренды составляет 140 долларов за квадратный метр в год (с OPEX без НДС). Для сравнения: на конец 2022 года ставка аренды в среднем составляла 100-116 долларов за кв. м в год для складов класса А и составляет 51 – 64 доллара за кв. м в год для складов класса В.

В Казахстане стандартная цена за ответственное хранение и предоставление 3PL-услуг колеблется от 88 до 99 долларов США за паллетоместо в год без учёта НДС.

Для сравнения: по данным III квартала 2022 года на российском складском рынке общий объём качественного предложения составил 37,8 миллионов квадратных метров. В регионах России средняя арендная ставка для складов категории А составляет 87 долларов за квадратный метр в год. Между тем, в Москве и Санкт-Петербурге эта цифра находится в диапазоне от 93 до 100 долларов за квадратный метр в год для складов класса А и от 81 до 93 долларов за квадратный метр в год для складов класса В.

Согласно данным NF Group, в 2022 году интерес крупнейших российских корпораций и логистических компаний к складским пространствам в государствах СНГ возрос в два раза и продолжает усиливаться, что отражается в увеличении количества новых промышленных объектов. Наибольшим спросом пользуется Казахстан, который занимает около 41% от всего объёма планируемых и введённых в эксплуатацию складов. Привлекательность Казахстана объясняется его активной позицией в создании логистических узлов на своих границах со такими странами, как Россия, Китай, Кыргызстан и Узбекистан.



Руслан Мукашев
CEO Office-Expert.kz

Мы можем однозначно сказать, что это дефицит доступных складских помещений (сейчас цена за кв.м. склада эквивалентна стоимости аренды офисов) является большим тормозом в развитии электронной коммерции. Также отсутствие на рынке решений в области быстрой, удобной, компетентной межгородской логистики негативно влияет на отрасль. Других препятствий мы не видим.

Из недавно реализованных проектов стоит упомянуть крупный складской комплекс класса «А» в Астане, построенный в конце 2022 года для компании Ozon и занимающий площадь в 32 тысячи квадратных метров. Wildberries запустил в сентябре сортировочный центр в Уральске. Ещё 4 логосцентра работают в Алматы, Астане и Шымкенте с общей площадью более 28 500 кв. м.

В ближайшем будущем ожидается запуск комплексов от ILP Group и AIE Logistics. Среди перспективных планов выделяются транспортно-логистические центры на границе с Кыргызстаном и в Актобе с поддержкой государственных и иностранных инвесторов.

Примерно 54% всего предложения на рынке приходится на спекулятивные объекты. Оставшиеся площади используются под нужды владельцев, не предоставляются в аренду или занимаются компаниями, специализирующимися на услугах ответственного хранения и 3PL-обслуживании.

Для дальнейшего развития казахстанского рынка важно уделять внимание строительству качественных объектов. Эксперты прогнозируют потребность в 2 миллионах квадратных метров качественных складских помещений на следующие пять лет.



Артём Шашин

Генеральный директор
группы компаний Spark

Одним из главных сдерживающих факторов развития логистики сегодня являются склады. Во-первых, в городах основного спроса (Алматы и Астана) ощущается острый дефицит складов классов А/В, срок ожидания подходящей площадки может достигать до года-двух; во-вторых, ставки аренды настолько высоки, что не позволяют быстро развиваться профессиональным операторам и арендаторам и неизбежно влекут за собой повышение логистической составляющей в стоимости продукта для конечного потребителя.

9

eGrocery – доставка ГОТОВЫХ БЛЮД



EGROCERY – ДОСТАВКА ГОТОВЫХ БЛЮД

В последние годы технологическая эволюция внесла фундаментальные изменения в повседневную жизнь казахстанцев. Одной из отраслей, претерпевших значительные изменения, стала индустрия продажи и доставки готовых блюд. Как показывают данные, в 2022 году объем рынка достиг 66 миллионов долларов, что на 26% больше показателей предыдущего года.

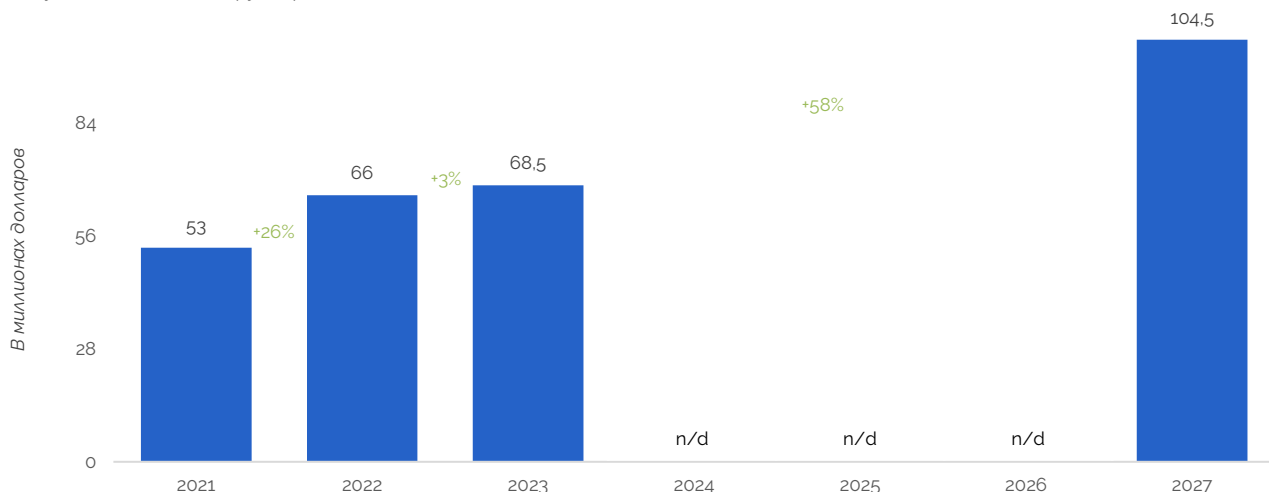
Разберём этот рост более детально. Одним из ключевых факторов, способствовавших увеличению объёма рынка, стало увеличение числа активных пользователей: в 2022 году их количество составило 1,6 млн. Такой рост активности пользователей свидетельствует о том, что услуги по продаже и доставке готовых блюд становятся все более популярными и востребованными среди населения Казахстана. Это связано с ускорением темпов городской жизни и увеличением числа занятых людей, которые предпочитают экономить своё время, заказывая готовую еду на дом или в офис.

Прогнозы на ближайшие пять лет также весьма оптимистичны: ожидается, что к 2027 году рынок достигнет отметки в 104,5 млн долларов. Такой прогноз подкрепляется рядом факторов. Прежде всего, постоянное улучшение логистических процессов и оптимизация работы служб доставки позволяют расширять географию обслуживания и сокращать сроки доставки, что, в свою очередь, увеличивает уровень удовлетворения клиентов и стимулирует их к повторным заказам.

Кроме того, появление новых технологий и сервисов, например, мобильных приложений для заказа еды, создаёт благоприятные условия для привлечения новых пользователей и удержания существующих.

Таким образом, динамичное развитие eGrocery рынка в Казахстане является результатом совокупности технологического прогресса, изменения потребительских привычек и улучшения качества услуг. Перед нами открываются новые горизонты возможностей, и нет сомнений, что будущее этой отрасли выглядит многообещающим.

Рисунок 10. Динамика выручки рынка доставки готовой еды за 2021-2023 гг.*



Источник: Statista

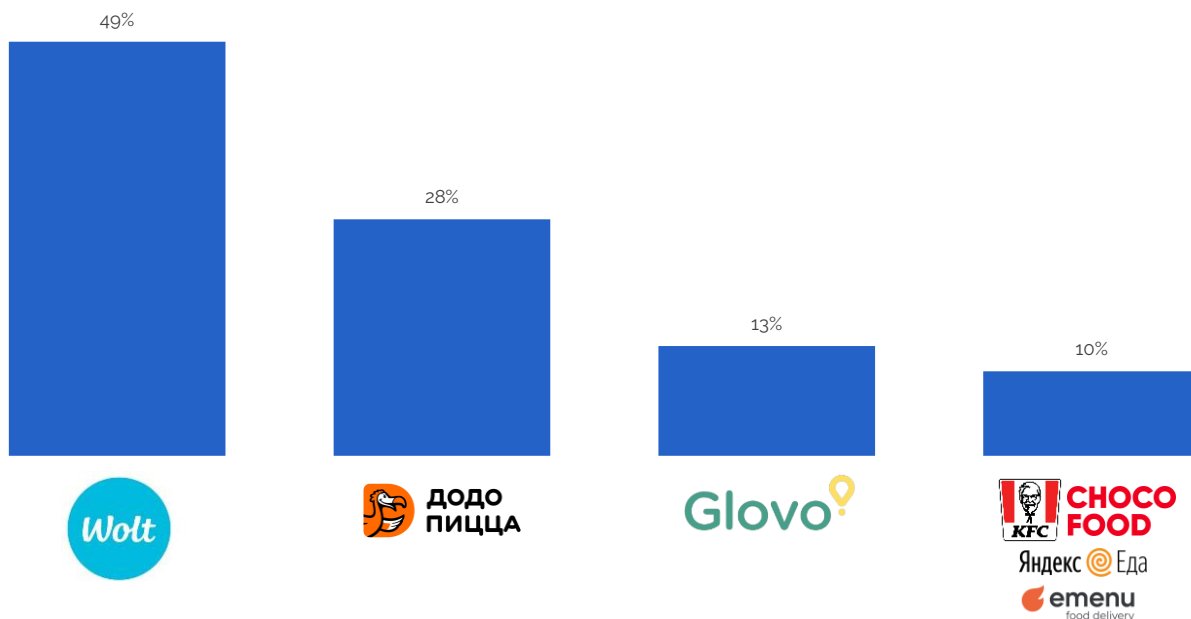
*Нет абсолютных данных за период 2024-2026 гг., указан суммарный прирост.

Рынок eGrosery в Казахстане также продолжает своё развитие, адаптируясь к новым потребительским трендам и технологическим инновациям. Цифровая трансформация, безусловно, останется ключевым фактором, формирующим будущее гастрономической индустрии в Казахстане, предоставляя новые возможности для бизнеса и удовлетворяя меняющиеся потребительские потребности.

Доли крупнейших игроков доставки готовых блюд

Отметим, что новички рынка – европейские агрегаторы уже заняли лидирующие позиции. Wolt – первый с 49% долей рынка доставки готовых блюд, Glovo – третий с 13 % рынка. А российская Додо Пицца, которая не доверяет агрегаторам и доставляет сама – 28%. Среди остальных игроков отметим Яндекс Еду – которая в 2022 не была в лидерах, но, вероятно, существенно улучшит позицию в 2023 году.

Рисунок 11. Доли крупных игроков рынка

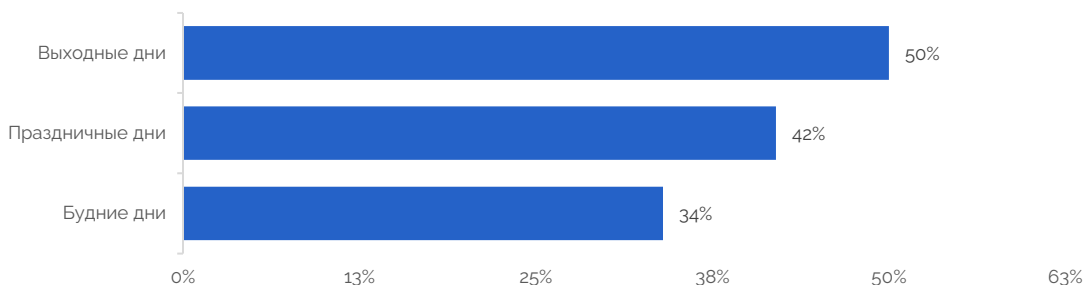


Потребительское поведение покупателей готовых блюд и готовой еды

Предпочтения в заказе готовой еды по дням разительно отличаются от заказа продуктов питания онлайн. Если в заказе продуктов питания уже лидируют заказы в будние дни, то готовую еду заказывают в первую очередь в выходные, во-вторую очередь в праздники и только на третьем месте – будние дни.

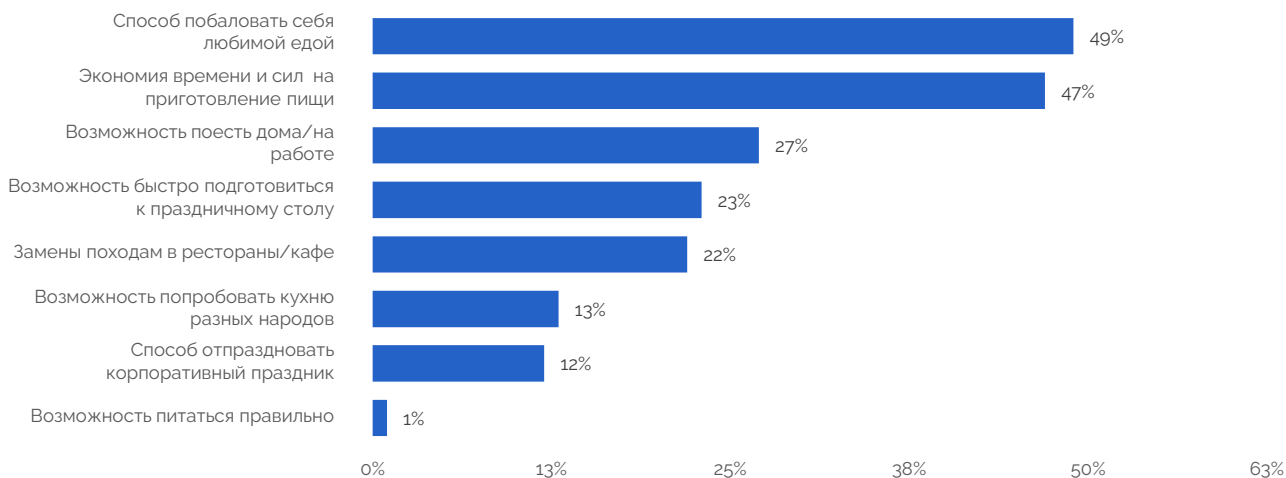
Это говорит о том, что заказ готовых блюд и приготовленной пищи пока ещё рассматривают как роскошь и излишество, нежели средство сэкономить время и усилия. Заказ готовых блюд – не рутина.

Рисунок 12. Периодичность заказов готовой еды



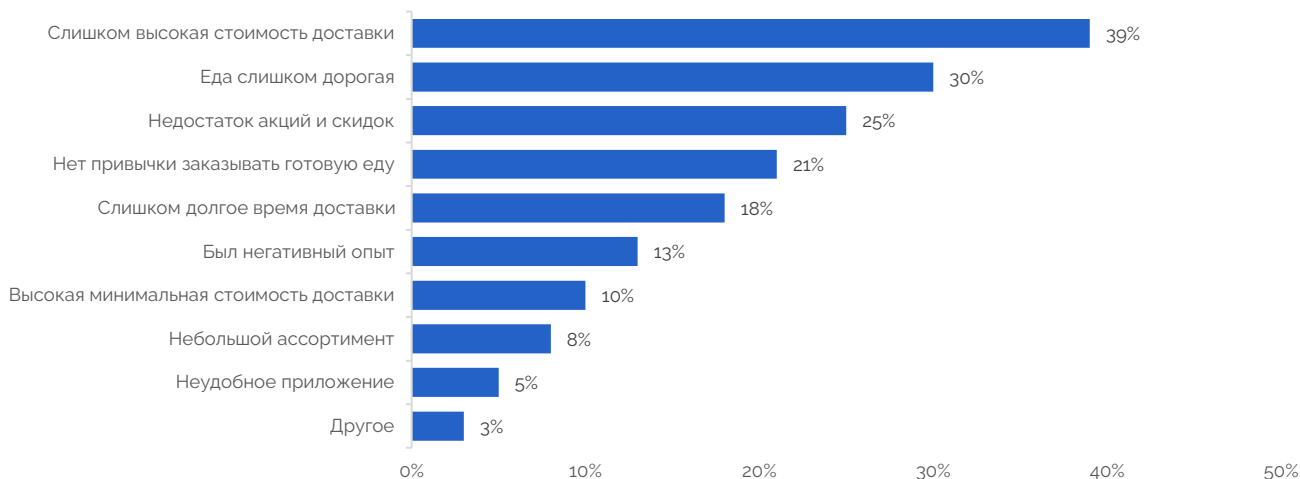
Этот наш тезис подтверждается и тем, что среди факторов, побуждающих заказывать готовую еду на первом месте расположился «способ побаловать себя любимой едой» – 49% и «экономия времени и сил на приготовление пищи» – стоит только на втором месте.

Рисунок 13. Факторы, побуждающие пользователей заказывать готовую еду онлайн



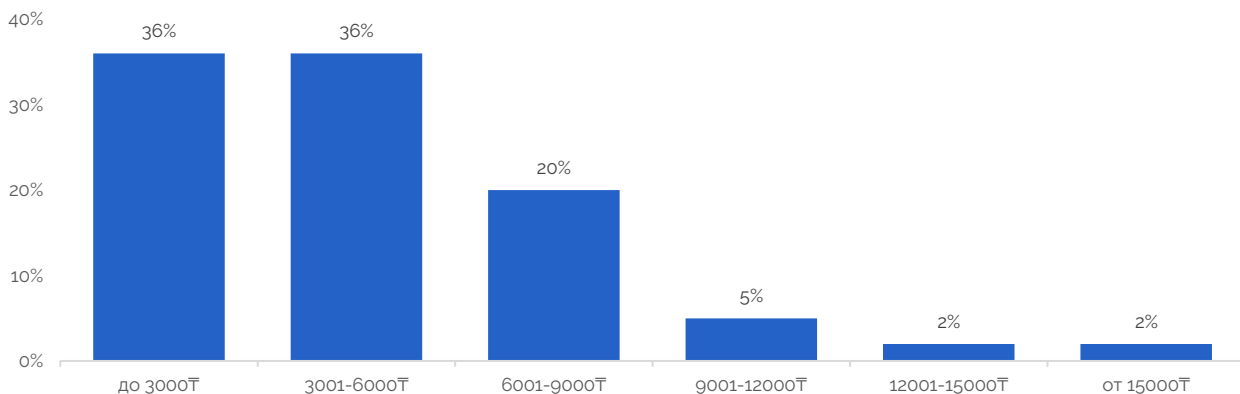
Главное препятствие к тому, чтобы заказывать готовую еду – цена: или цена доставки, или цена еды или недостаток акций и скидок, что также можно рассматривать как влияние цены.

Рисунок 14. Обстоятельства, останавливающие пользователей заказывать готовую еду онлайн



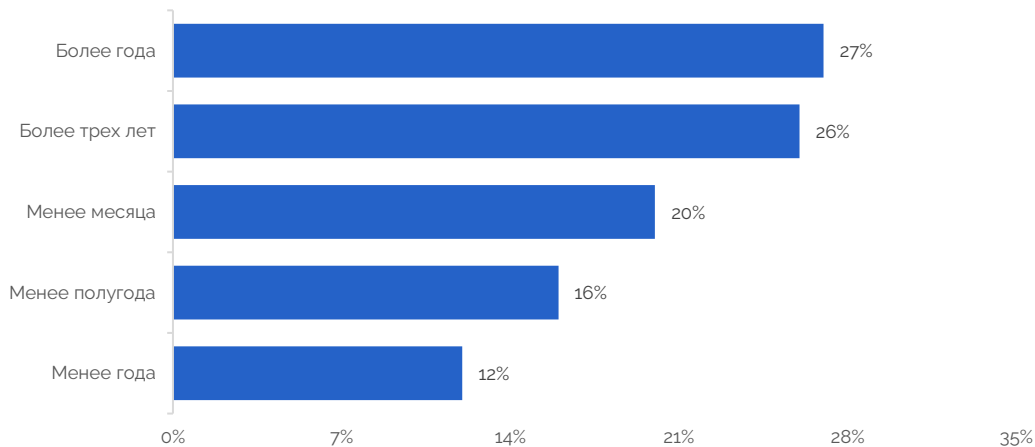
Этот график очень важен игрокам рынка. Он показывает, когорты пользователей, которым нужно делать предложение по верхней планке их ценовых ожиданий – или предлагать бесплатную доставку при достижении этих сумм, или предлагать сеты и наборы, или начислять баллы в программе лояльности.

Рисунок 15. Оптимальная стоимость заказа готовой еды



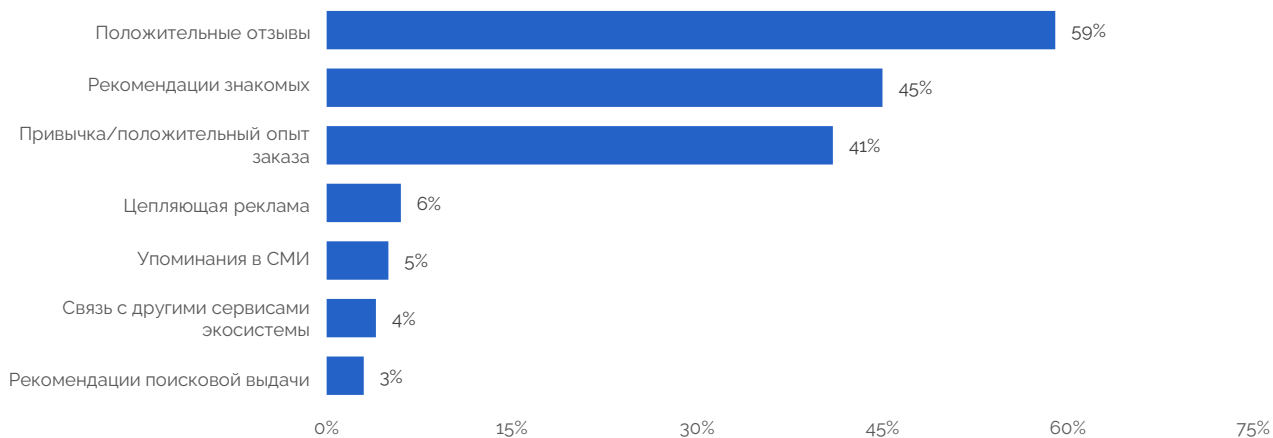
Аудитория потребителей, заказывающих готовую еду, очень молода по опыту в этом потреблении. Это говорит о высоком потенциале роста этого рынка.

Рисунок 16. Продолжительность опыта заказа готовой еды



Реклама оказывает небольшой эффект. Самый полезный инструмент привлечения – отзывы. Значит нужно работать с сообществами, выстраивать коммуникацию с клиентом, сосредоточиваться на поощрении к отзывам и тому подобном.

Рисунок 17. Внешние факторы, влияющие на выбор сервиса доставки еды



Этот график ещё раз показывает приверженность казахстанцев к быстрой курьерской доставке. Следующий график также говорит о том, что скорость доставки может повлиять на выбор того, где заказать.

Рисунок 18. Время ожидания

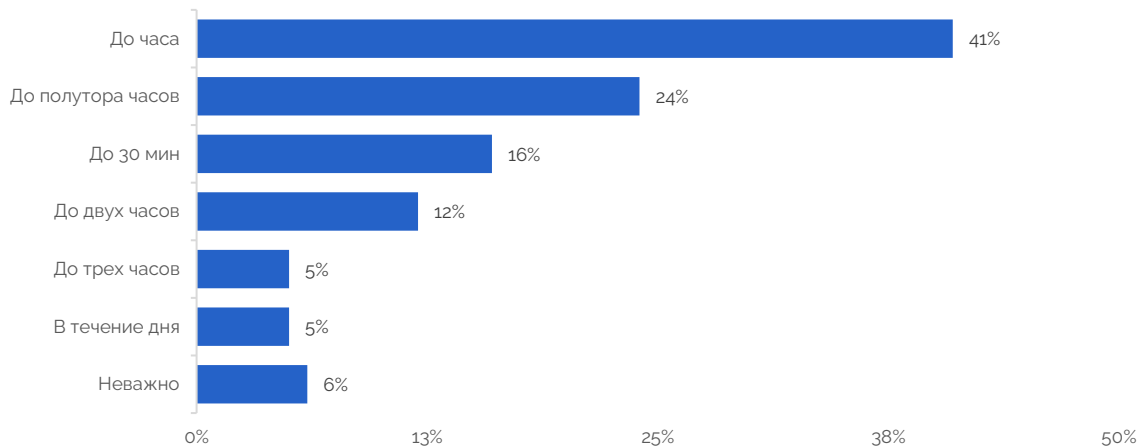
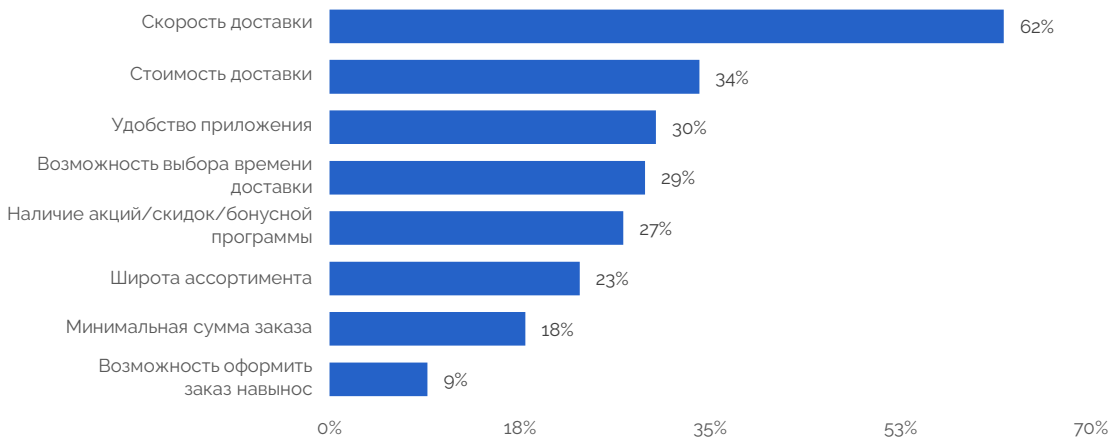


Рисунок 19. Внутренние факторы, влияющие на выбор сервиса доставки еды



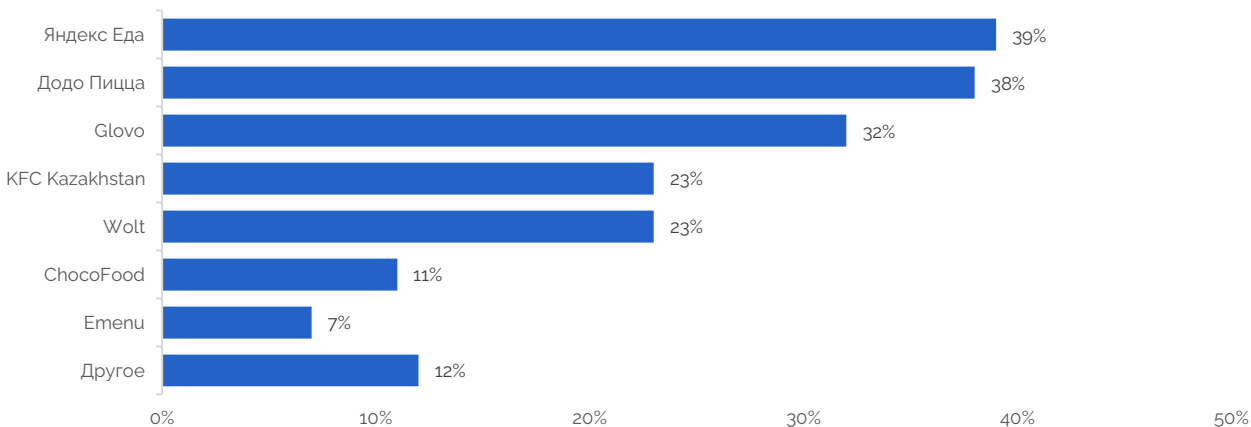
78% выберут заказ готовый еды вместо похода в кафе, ресторан или другое заведение общепита. Кстати, в условиях инфляции обгоняющей прирост доходов, доставка готовой еды как замена походу в ресторан может стать источником роста для eGrosery.

Рисунок 20. Предпочтение сходить в ресторан/заказать еду



Этот график уже отражает тот факт, что популярность обгоняет показатели доли рынка, и что доля рынка доставки готовых блюд может перераспределиться.

Рисунок 21. Самые популярные сервисы по доставке готовой еды



10

eGrocery – доставка продуктов





EGROCERY – ДОСТАВКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

Общий обзор eGrocery

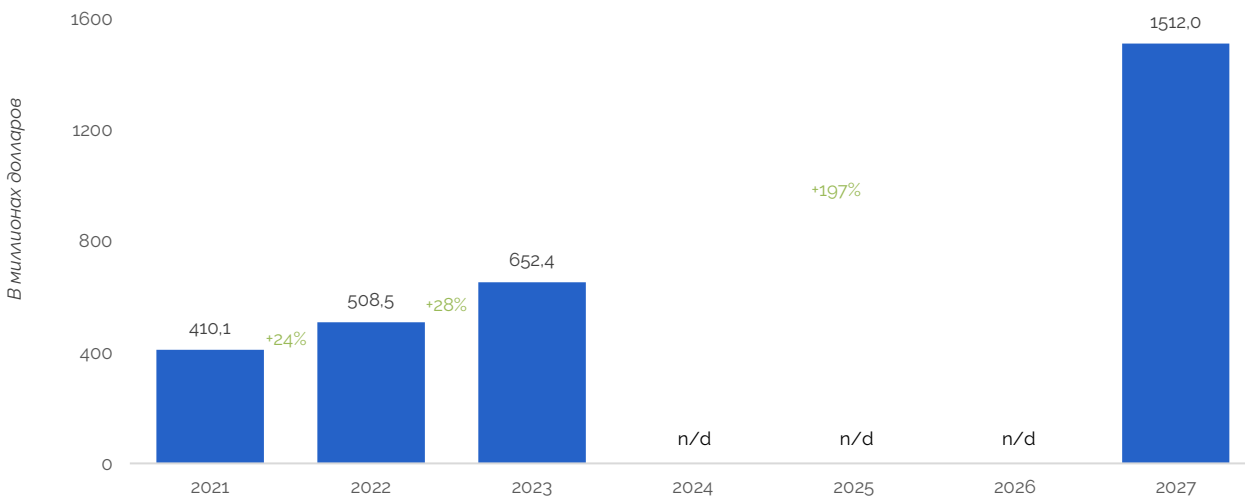
Доставка пищевых товаров является наиболее динамично развивающимся сектором электронной торговли в Казахстане. Почти половина (48%) интернет-покупателей предпочитает заказывать продовольственные товары в сети. Доходы от онлайн-продаж в сегменте продуктов питания в 2023 году составят 2,4% по данным Go Mobile.

Такой положительный тренд обусловлен несколькими факторами. Одним из них является удобство и возможность сэкономить время при регулярных закупках продуктов. В 2022 году рынок eGrocery в Казахстане достиг величины в 508,5 миллиона долларов, что на 21% превышает показатели 2021 года. Этот рост подкреплён увеличением числа активных пользователей рынка до 1,5 миллиона.

Рынок онлайн-продаж продуктов питания в Казахстане делится на две основные категории: онлайн-супермаркеты и магазины с собственной доставкой вроде Magnum Go, Airba Fresh и Arbus.kz, а также агрегаторы доставки и маркетплейсы в лице Wolt, Glovo, Яндекс Еды, Kaspi.kz, ChocoFood и Jusan.

Прогнозы на перспективу весьма обнадеживающие. Ожидается, что к 2027 году рынок eGrocery в Казахстане достигнет внушительной отметки в 1,5 миллиарда долларов. С учётом ежегодного прироста числа пользователей на 200 тысяч, это весьма вероятный сценарий.

Рисунок 21. Динамика выручки рынка доставки продуктов*



Источник: Statista

*Нет абсолютных данных за период 2024-2026 гг., указан суммарный прирост.

Рисунок 22. Динамика выручки рынка доставки продуктов

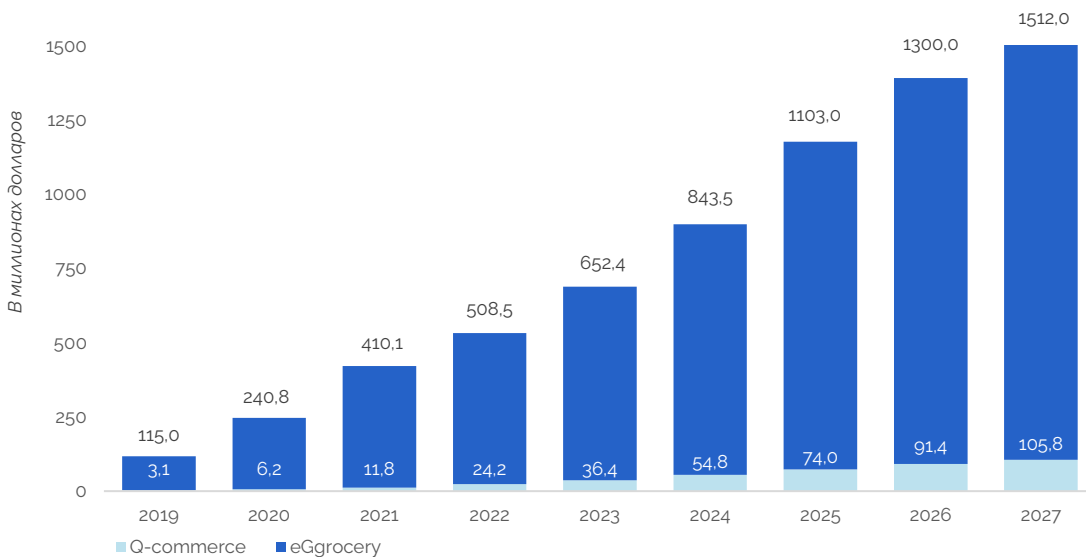
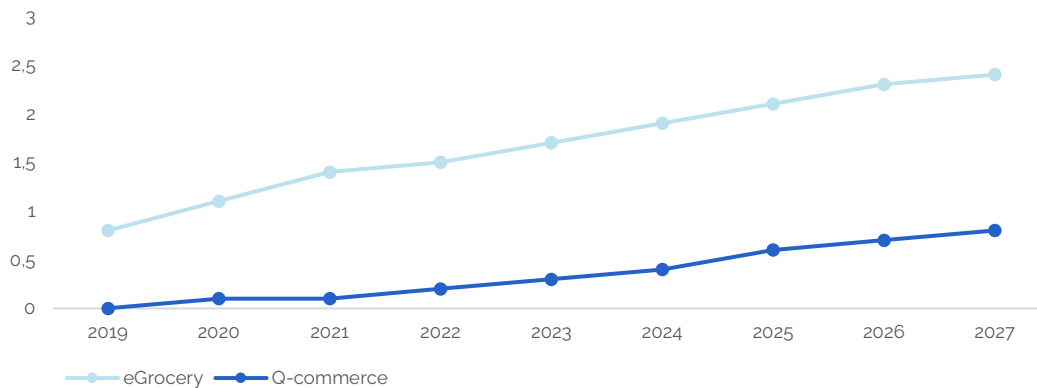


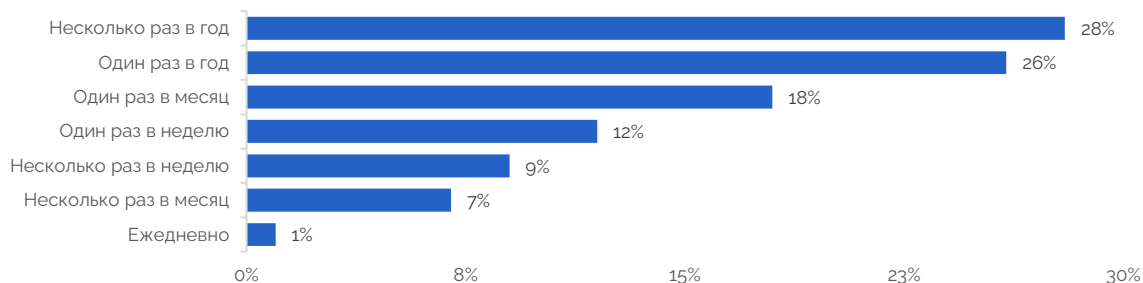
Рисунок 23. Динамика количества пользователей



Потребительское поведение при заказе доставки продуктов

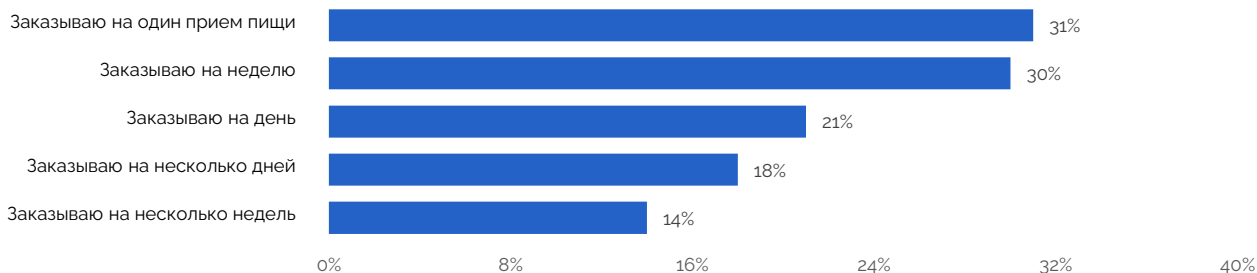
Пока ещё более половины казахстанцев заказывают продукты питания нечасто: «несколько раз в год» – 28% и «один раз в год» – 26%.

Рисунок 24. Частота заказа продуктов



Несмотря на то, что лидирует заказ «на один приём пищи» видно, что потребители уже рассматривают доставку продуктов как способ пополнения запасов и способ заполнить холодильник : «заказываю на несколько дней» – 18% и «заказываю на несколько недель» – целых 14%.

Рисунок 25. Объем заказа продуктов



Ниже тот график, о котором мы писали, когда говорили о том, что если доставка готовых блюд – это ещё элемент праздника, нерутинное действие, то заказ продуктов питания – уже будничная история. И следующий график подчёркивает, что доставка продуктов – это инструмент сэкономить время и силы, чтобы самим не везти или не нести покупки. Услуга уже встроена в обычное потребительское поведение.

Рисунок 26. Периодичность заказа продуктов

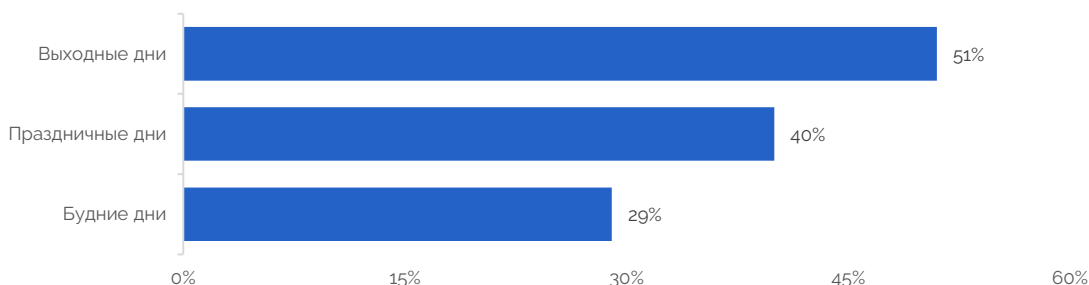
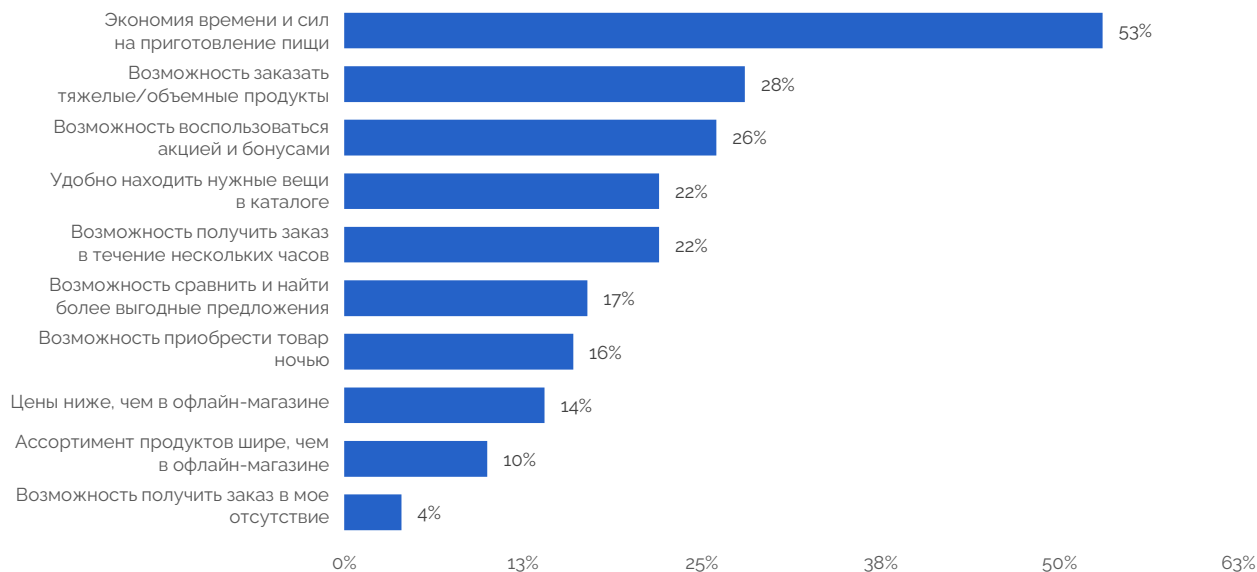
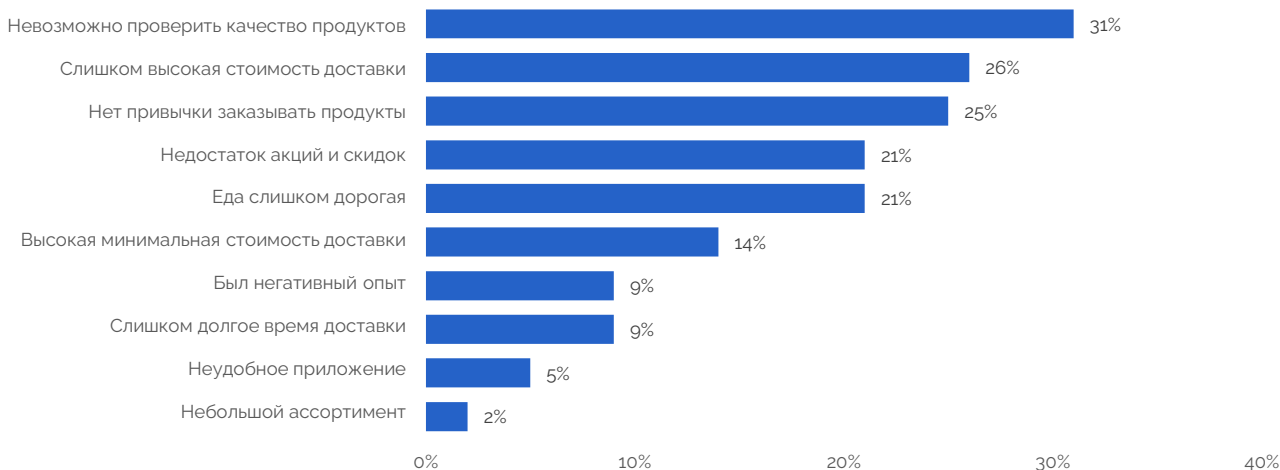


Рисунок 27. Факторы, побуждающие пользователей заказывать продукты онлайн



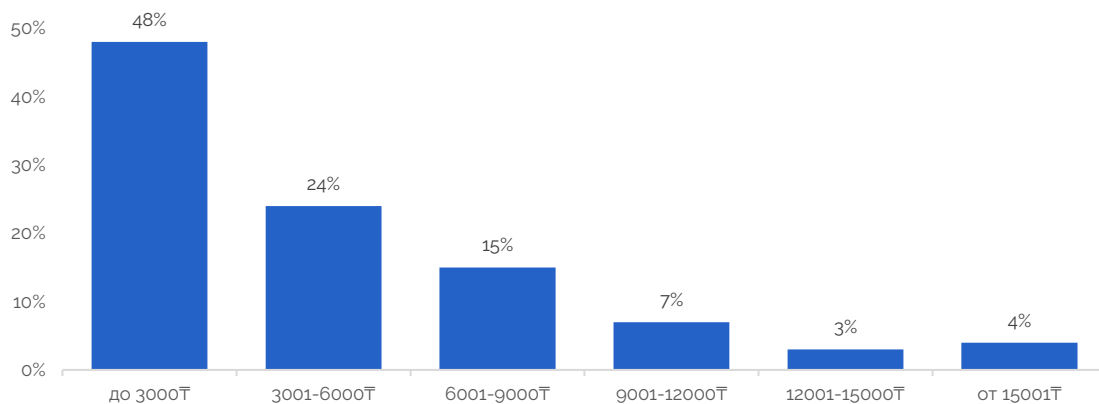
Несмотря на сформированную потребительскую привычку покупать продукты онлайн, главным препятствием выступает невозможность проверить качество продукции, поэтому сервисам очень важно выстроить систему работы с отбором заказа и донести до покупателя описание этой системы. Также разумно использовать описание мер по проверке качества и сроков продуктов в рекламе.

Рисунок 28. Обстоятельства, останавливающие пользователей заказывать продукты онлайн



Как и в части исследования доставки готовых блюд когорты ожиданий по стоимости заказа можно использовать для формирования акций внутри этих групп, чтобы увеличить средний чек в каждой из них.

Рисунок 29. Оптимальная стоимость заказа продуктов



Покупателей с опытом более трёх лет только 24%. Значит, у сектора большой потенциал роста за счёт притока новых потребителей.

Рисунок 30. Продолжительность опыта заказа продуктов

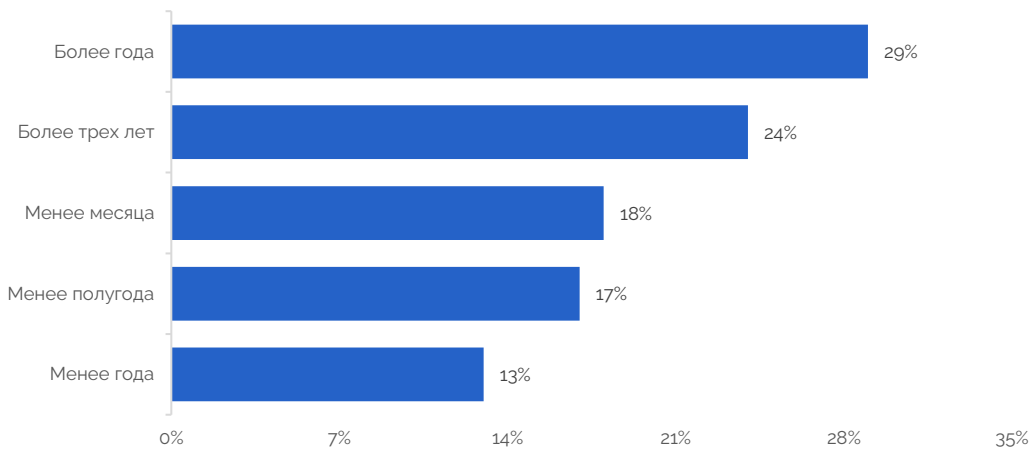
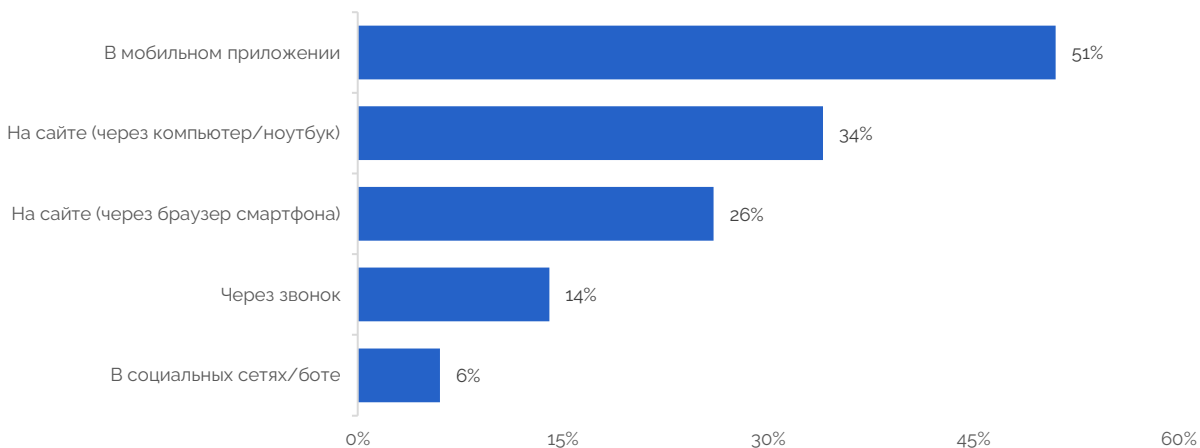


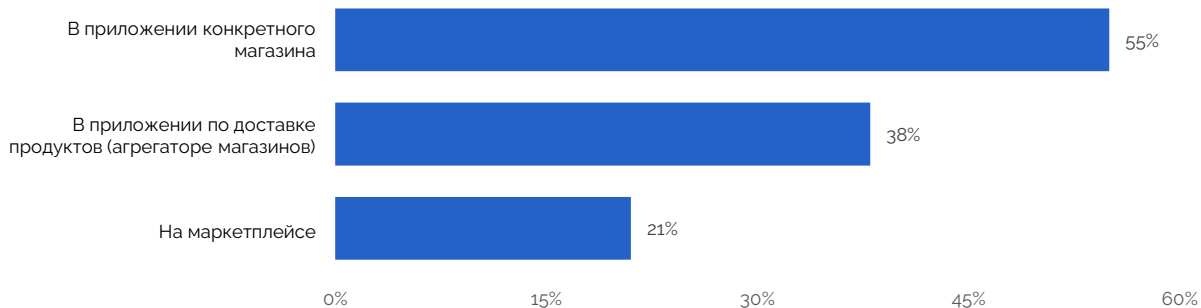
График подчёркивает тот факт, что казахстанцы предпочитают делать онлайн-заказы с мобильных устройств, одновременно высока доля почти исчезнувшего в России способа – по телефону голосом (14%).

Рисунок 31. Каналы заказа продуктов



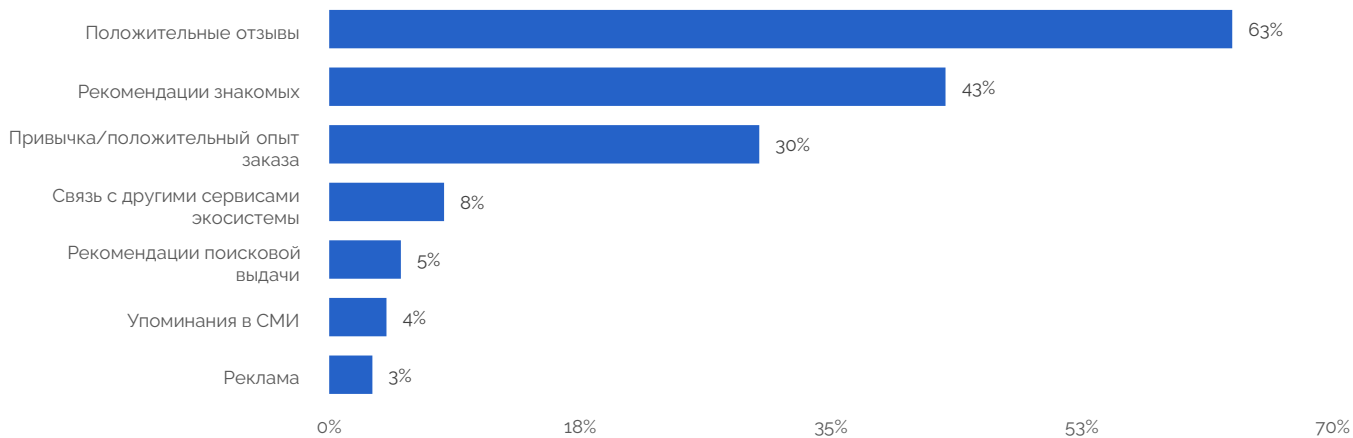
Приоритетным местом заказа является прямой продавец, агрегаторы пока не победили этот паттерн, и этот факт говорит о том, что у агрегаторов есть большой потенциал роста в этом секторе.

Рисунок 32. Места заказа продуктов



Выбор сервиса покупки в большей степени зависит от чужого мнения. Роль рекламы в решении о покупке мала. Важно выстроить систему работы с отзывами и уметь работать с лояльной аудиторией.

Рисунок 33. Внешние факторы, влияющие на выбор сервиса доставки продуктов



Казахстанцы любят быструю курьерскую доставку. Скорость доставки – решающий внутренний фактор при выборе сервиса доставки продуктов.

Рисунок 34. Внутренние факторы, влияющие на выбор сервиса доставки продуктов

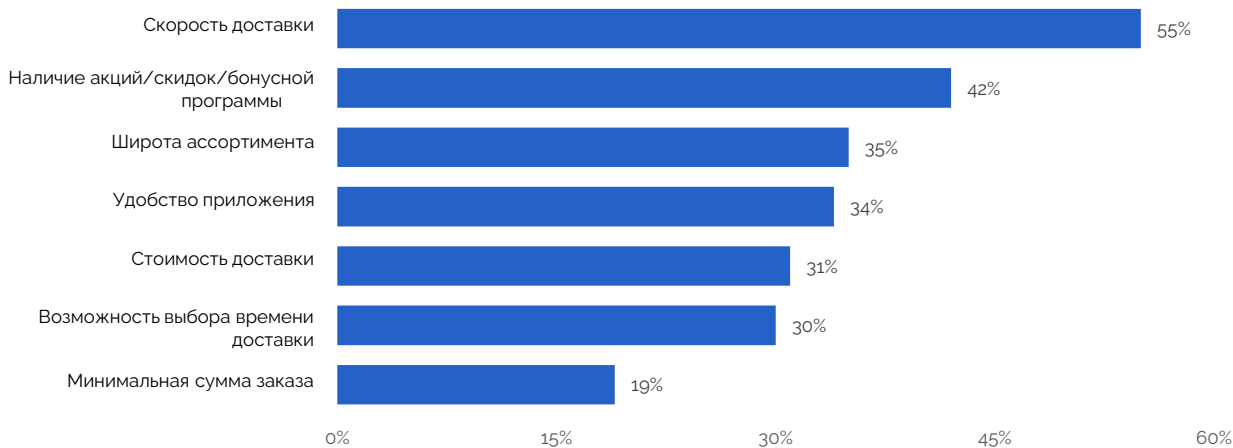
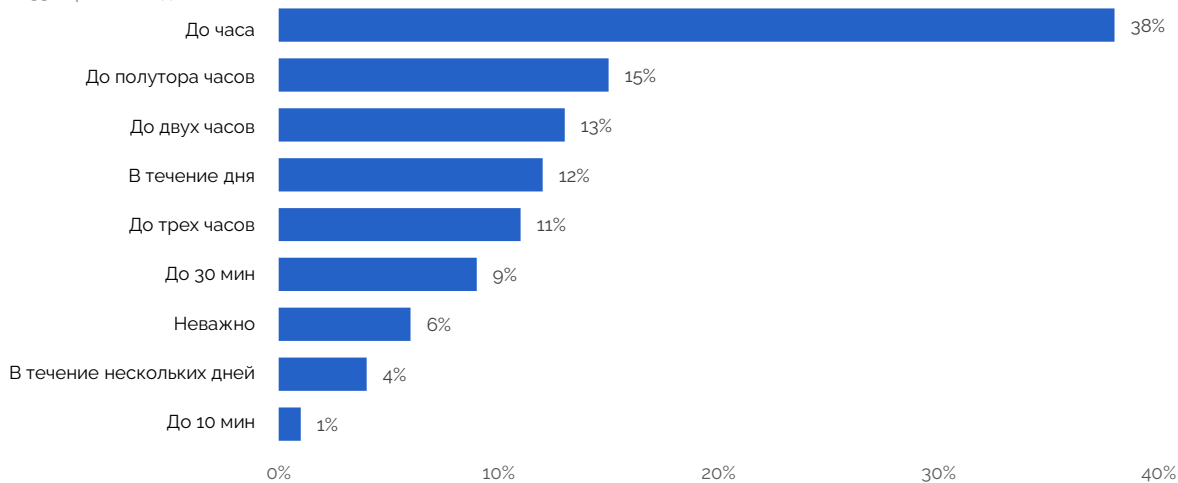
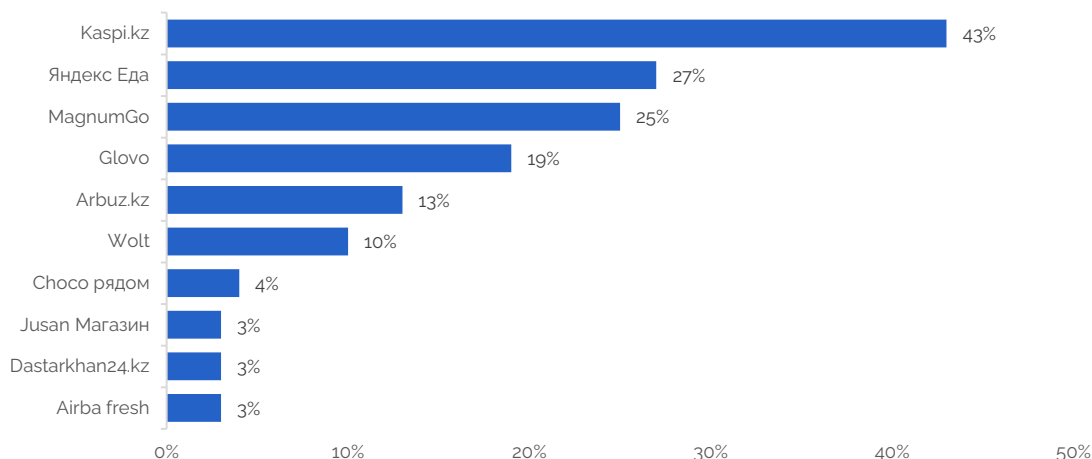


Рисунок 35. Время ожидания



Тройка лидеров сервисов, которыми пользовались респонденты, состоит из следующих ритейлеров: Kaspi.kz с 43%, MagnumGo с 25%. Второе место у Яндекс Еды с 27%. Если учесть, что Kaspi.kz состоит в партнёрстве с MagnumGo, то в настоящее время это безусловно сильнейший альянс отрасли.

Рисунок 36. Сервисы, которыми пользовались респонденты для заказа продуктов



Николай Мазенцев
 председатель правления
 холдинга ChocoFamily

Наши партнёры-рестораны, для которых мы оказываем услуги по оцифровке аудитории, проявляют интерес к собственной доставке. При этом не все из них хотят нанимать и управлять курьерами. В ближайшее время мы планируем запустить пилотную доставку с несколькими ресторанами, где мы будем оказывать только функцию доставки. Клиентов ресторан будет привлекать самостоятельно. Таким образом мы можем предложить ресторану несколько услуг: в первом случае это клиент ресторана, и мы просто везём, во втором случае мы продвигаем ресторан на нашей площадке ChocoFood и предлагаем нашим клиентам доставку из этого ресторана, в этом случае комиссия будет выше.

Параллельно с этим развиваем ультралокальную доставку. На сегодняшний день в Алматы запущены 12 дарксторов, из которых мы осуществляем доставку до 15 минут. Мы много работаем над ассортиментом и поддержкой клиентов, например, в 100% случаев меняем товар, если клиент говорит о качестве, и это влияет на retention rate, который сейчас составляет из месяца в месяц около 96%.

11

Методика исследования

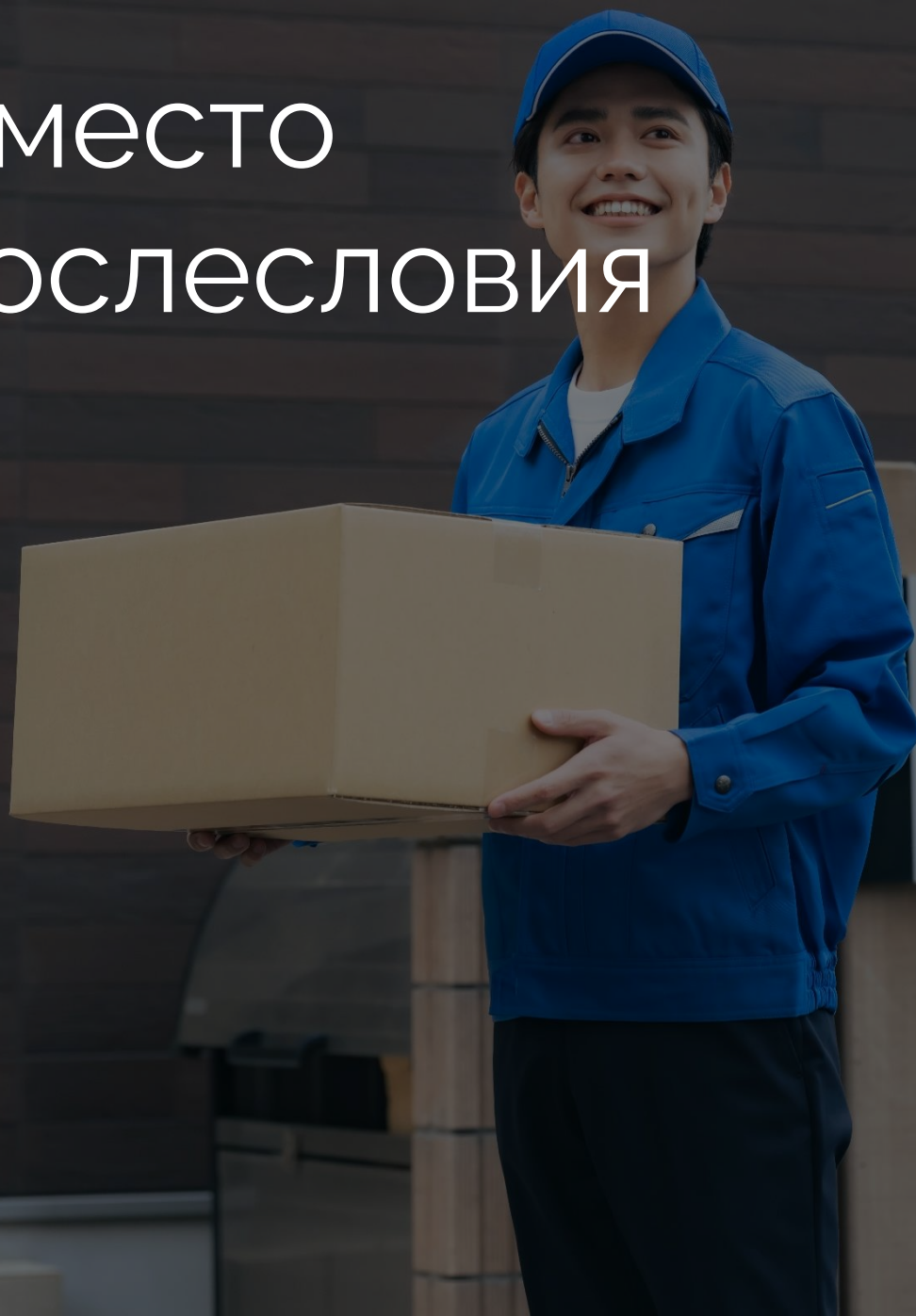


МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

- Интервью с участниками рынка логистики для eCommerce Казахстана (российскими, казахстанскими и международными);
- Анкетирование – анкетирование игроков рынка для составления профилей логистических компаний, получение данных о компании с их сайтов;
- Собственные данные о рынке интернет-торговли Казахстана Data Insight и Cross Insights;
- Открытые данные о рынке электронной коммерции Казахстана и компаниях-логистах для этого рынка.

12

Вместо послесловия





ВМЕСТО ПОСЛЕСЛОВИЯ

Когда мы уже готовили к публикации это исследование, вышли ещё две новости об интернет-торговле Казахстана, которые позволяют смотреть оптимистично на развитие отрасли.

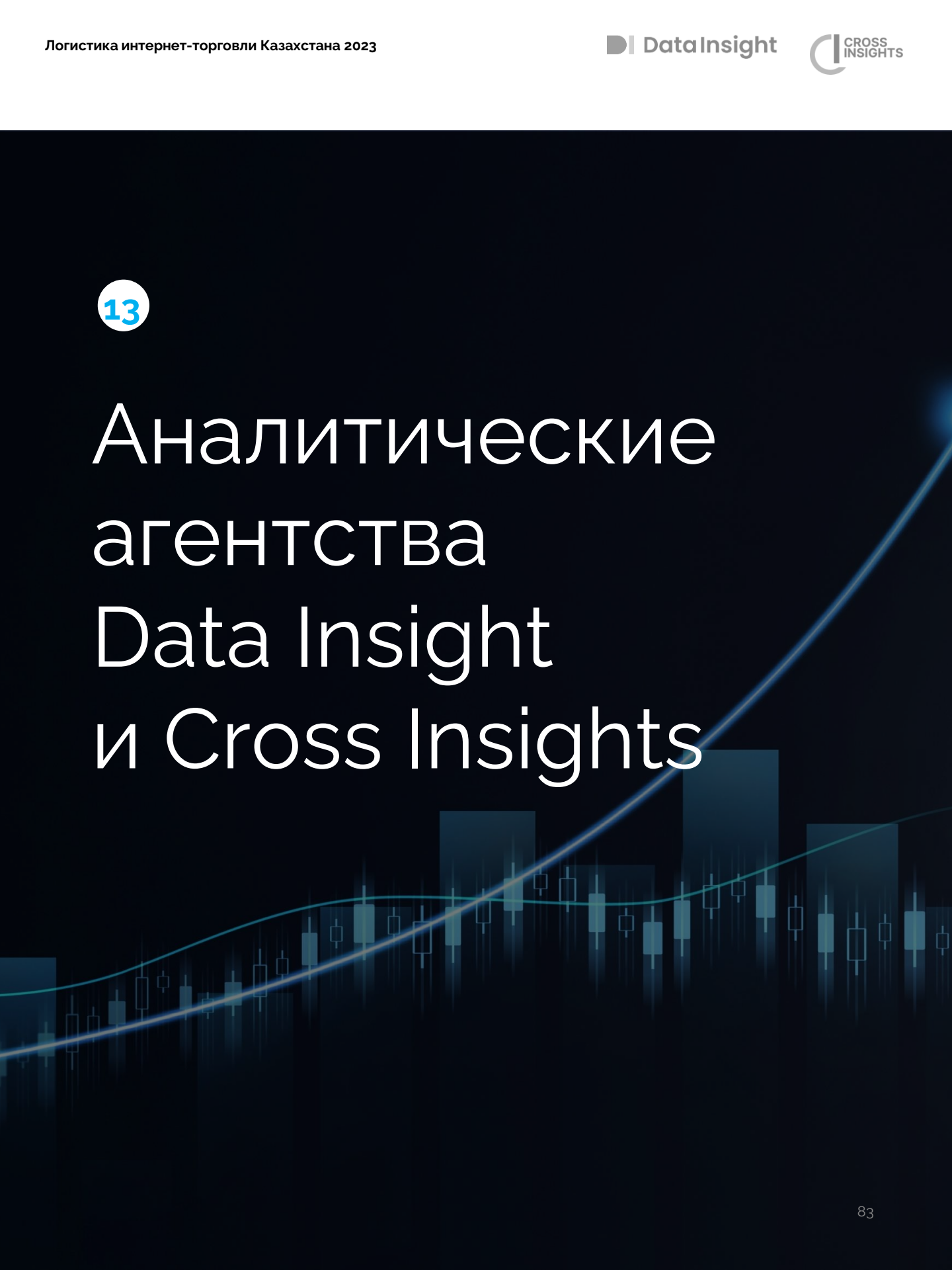
Первая о том, что АО «Казпочта» заключила соглашение с китайским AliExpress о том, что будет налажена прямой и быстрый коридор из Китая по доставке посылок казахстанцев. Эта новость говорит о том, что национальный оператор начинает предпринимать самые важные шаги по выходу его из кризиса, потому что eCommerce посылки из Китая – важный фактор финансовой стабильности национальных почт на постсоветском пространстве.

Вторая новость – это выход банка и маркетплейса Kaspi.kz на IPO в Соединённых Штатах Америки. Эта новость говорит о том, что крупнейший казахстанский маркетплейс уверенно смотрит в будущее, уверен в перспективах страны и готов выходить на новый уровень развития, понимает важность инвестиций для этого развития, и готов к новому уровню публичности и открытости.

Мы продолжаем следить за рынком, у нас есть данные о различных сегментах рынка интернет-торговли Казахстана и сервисов для них. Мы будем рады поделиться нашей экспертизой при планировании ваших проектов в Казахстане.

13

Аналитические агентства Data Insight и Cross Insights



Data Insight

Аналитическое агентство Data Insight, основанное в 2010 году, специализируется на исследованиях интернета и в интернете.

Наша ключевая компетенция — анализ неоднородной информации, поиск источников, сопоставление различных данных, порой несовместимых. Все данные, которые мы выпускаем на рынок, проверяются различными методиками таким образом, чтобы получить непротиворечивые результаты.

Задачи, которые мы решаем



Исследования рынков. Поможем данными, если ваша цель найти новое направление для развития, оценить динамику рынка и вашу позицию на нем, получить глубокое понимание рынка.



Конкурентный анализ. Поможем данными, если ваша цель оценить рыночные доли конкурентов, описать структуру их бизнеса, сравнить их продукты.



Исследование потребителей. Поможем данными, если ваша цель узнать портрет клиента, оценить удовлетворенность клиентов, исследовать потребительские сценарии в онлайн и офлайн, знать предпочтения целевой аудитории, мотивацию при выборе продукта.



Мнения и ожидания. Формат «Мнения и ожидания» – разработка Data Insight для B2B-рынков. В ходе исследования анализируем текущую структуру предложения, планы сервисов. Сопоставляем взгляды сервисов и их клиентов, что делает рынок прозрачнее, ускоряет его развитие и показывает свободные ниши.



PR с помощью аналитики. Готовим аналитические отчеты, которые помогают нашим клиентам решать PR-задачи. Свежая аналитика – отличный повод поговорить с журналистами и инвесторами о рынке и вашей позиции на нем. Data Insight как аналитическое агентство стоит вне рынка, поэтому нашим исследованиям доверяют, наш голос слышен. Мы готовы помочь в распространении отчета: опубликуем его в наших каналах, организуем публикацию в СМИ, организуем пресс-мероприятие и/или выступление на профильной конференции.

Контакты



+7 (495) 540-59-06
a@datainsight.ru
datainsight.ru



[T.me/Datainsight](https://t.me/Datainsight)



youtube.com/@datainsightresearch



Dzen.ru/datainsight

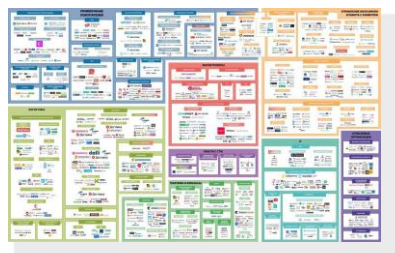


Slideshare.net/Data_Insight

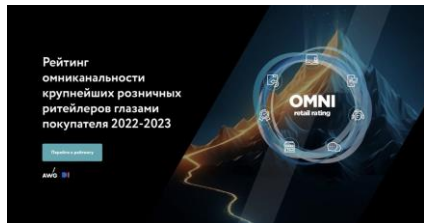
ИССЛЕДОВАНИЯ DATA INSIGHT



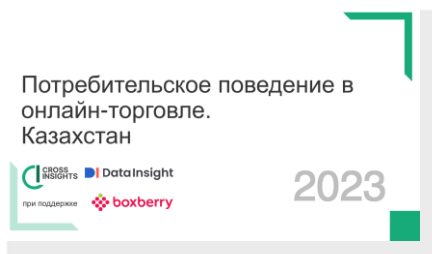
Digital Advertisers Barometer — 2022 - 2023. Перспективы интерактивной рекламы в России: взгляд рекламодателей



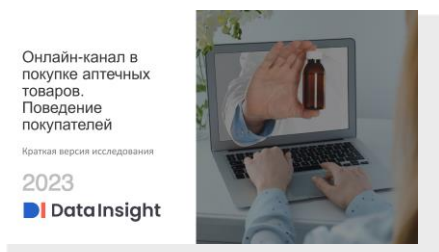
Экосистема электронной торговли — 2023v2



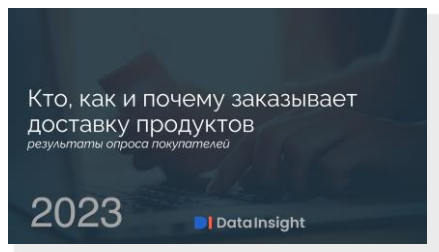
Рейтинг омниканальности крупнейших розничных ритейлеров глазами покупателя 2022-2023



Потребительское поведение в онлайн-торговле. Казахстан. 2023



Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей. 2023



Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023

Партнеры Data Insight





Cross Insights — команда аналитиков с многолетним опытом исследований онлайн-индустрий, ритейла и логистики как на развитых рынках, так и на развивающихся и перспективных рынках. Наши исследования сочетают опросы потребителей и бизнесов, плотную коммуникацию с экспертами по глобальным и национальным рынкам и активное использование «больших данных».

Задачи, которые мы решаем



Исследования рынков. Сможем составить модель рынка, проанализировать данные различных интернет-магазинов и структуры онлайн-продаж, проведем оценку рынка и спроса на нем.



Конкурентный анализ. Поможем данными, если ваша цель оценить рыночные доли конкурентов, описать структуру их бизнеса, сравнить их продукты.



Исследование потребителей. Поможем данными, если ваша цель оценить удовлетворенность клиентов, исследовать потребительские сценарии в онлайн и офлайн, знать предпочтения целевой аудитории.

Контакты



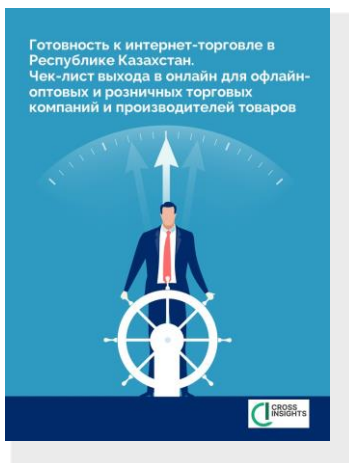
info@crossinsights.pro



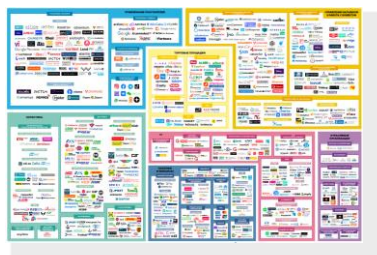
[T.me/ecommerce_kz](https://t.me/ecommerce_kz)

kz.crossinsights.pro

ИССЛЕДОВАНИЯ CROSS INSIGHTS



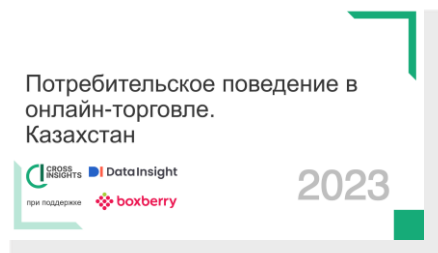
Чек-лист «Готовность к интернет-торговле для производителей и поставщиков товара»



Экосистема интернет-торговли в Казахстане 2023



Свободные ниши в экосистеме электронной торговли Казахстана



Потребительское поведение в онлайн-торговле. Казахстан. 2023