

Будущее маркетплейсов в Центральной Азии: тренды и ВОЗМОЖНОСТИ

12 Мая 2022



Рынок e-commerce в Центральной Азии больше всего развит в Казахстане

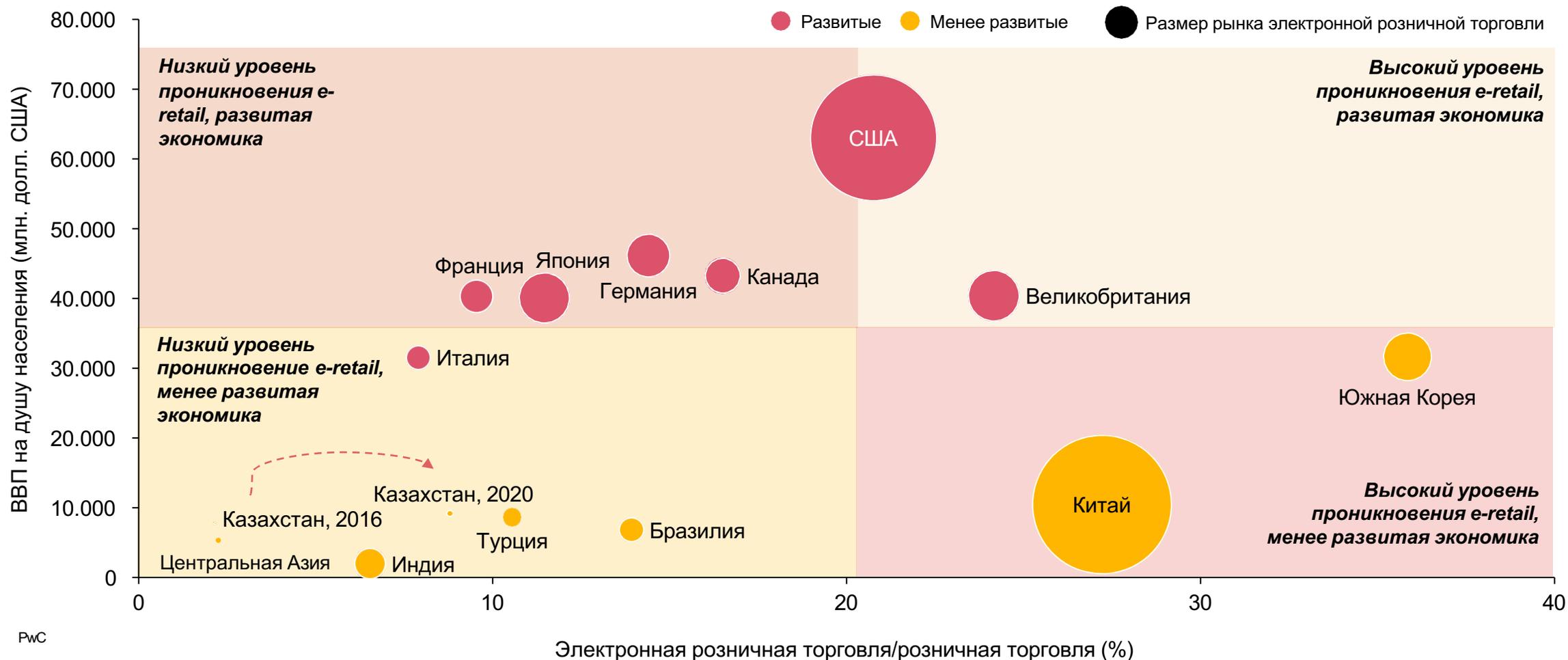


Доля рынка e-commerce от всего ритейл рынка

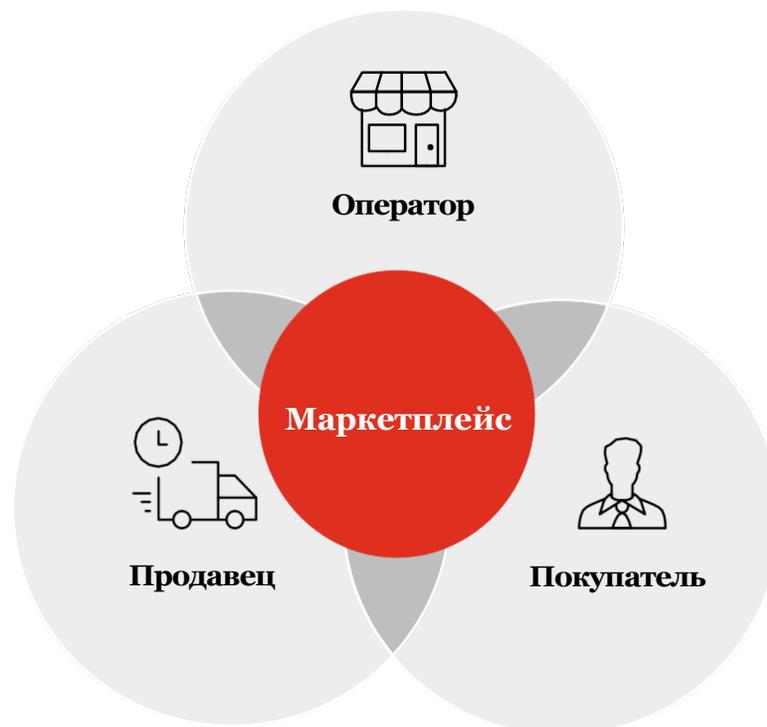


Е-commerce в Центральной Азии показывает большой потенциал роста, потому что текущие показатели в регионе гораздо ниже мировых

Взаимосвязь между проникновением электронной розничной торговли (e-retail) и ВВП на душу населения



Мировые тренды демонстрируют растущую долю маркетплейсов в объеме розничных продаж



EV/EBITDA мультипликатор из Топ-50 маркетплейсов после IPO

	Дата IPO	EV/EBITDA Апрель 2022
	2007	X 60
	2015	X 26
	2014	X 13
	2020	X 12
	2020	X 12

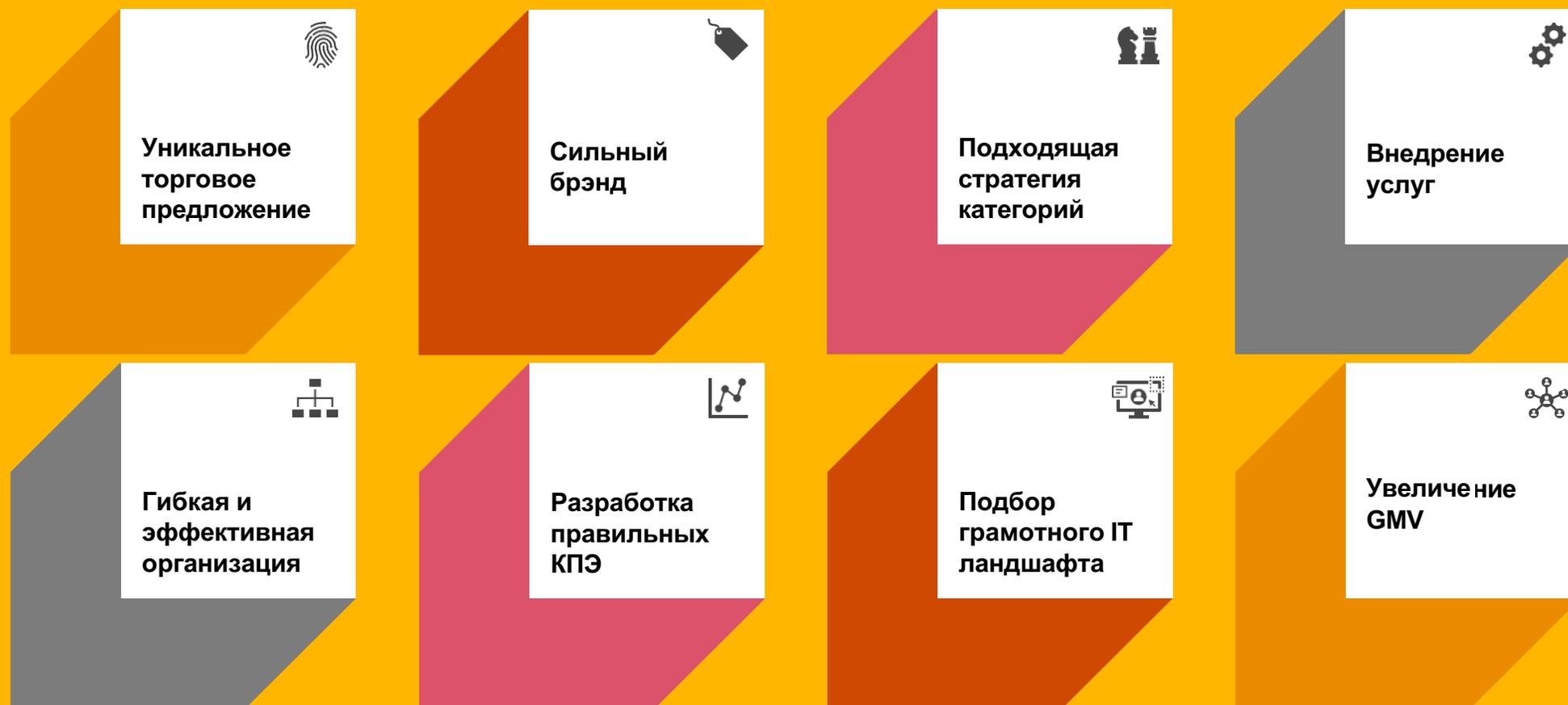


Успешные маркетплейсы строятся на трех столбах: e-com платформа, финансовые услуги и логистика



Для всестороннего развития маркетплейса требуется надежная экосистема заточенная на комфорт пользователей, эффективную логистику и удобство финансовых услуг

Успех маркетинга зависит от четкого стратегического взгляда на рынок в течение жизненного цикла



Существует несколько барьеров для развития маркетплейсов в странах Центральной Азии



Неразвитая внутренняя и трансграничная логистика

- Низкая скорость доставки
- Высокая стоимость доставки



Ограниченный доступ к инфраструктуре

- Низкая пенетрация Интернета и сопутствующих технологий
- Ограниченность предоставления финансовых услуг



Несформировавшиеся потребительские привычки

- Приверженность оффлайн-каналам
- Недоверие к онлайн-шоппигу
- Низкая цифровая грамотность

С развитием логистики, расширением доступа к цифровой инфраструктуре и адаптацией бизнеса под реалии e-commerce, рынок может расти быстрее

Развитие логистики и транспортного потенциала

- Автоматизация процессов, ускоряющих обработку и доставку
- Внедрение современных технологий, таких как постаматы и дроны

Расширение доступа к цифровой инфраструктуре

- Повсеместное внедрение доступного высокоскоростного Интернета
- Увеличение охвата населения необходимыми гаджетами
- Предоставление широкого спектра финансовых услуг для покупок

Вовлечение потребителей и трансформация бизнеса

- Разработка интуитивной и внушающей доверия платформы
- Адаптация бизнес-моделей под e-commerce



Благодарим за внимание!

pwc.com



© 2022 PwC. Все права защищены. Дальнейшее распространение без разрешения PwC запрещено. "PwC" относится к сети фирм-участников ПрайсуотерхаусКуперс Интернешнл Лимитед (PwCIL), или, в зависимости от контекста, индивидуальных фирм-участников сети PwC. Каждая фирма является отдельным юридическим лицом и не выступает в роли агента PwCIL или другой фирмы-участника. PwCIL не оказывает услуги клиентам. PwCIL не несет ответственность в отношении действий или бездействий любой из фирм-участников и не контролирует их профессиональную деятельность, и ни при каких обстоятельствах не ограничивает их действия. Ни одна из фирм-участников не несет ответственность в отношении действий или бездействий любой другой фирмы-участника и не контролирует их профессиональную деятельность, и ни при каких обстоятельствах не ограничивает их действия.