

6. 태국 온라인 시장의 변화와 전망

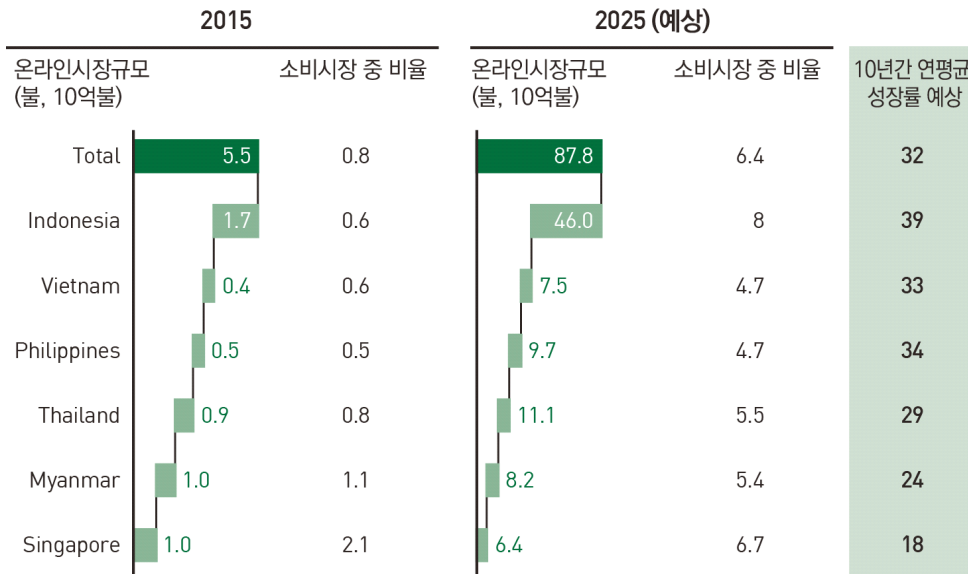
방콕지사

6-1 주요내용

▶ 2017년 태국 온라인 시장 전망 및 이슈

- 태국은 인구의 58%가 40대 이하로 젊은 국가이고, 인터넷 보급률이 57%로, 3G, 4G 휴대폰 가입자가 8천5백만명에 달하고 다운로드 속도도 초당19.82메가 바이트로 동남아시아 국가중 두 번째로 인터넷이 빠른나라에 속함
- 태국 온라인 시장은 인구, 스마트기기 사용자수, 디지털 기기의 높은 구매력등이 매력적인 요소로 작용해 국제 전자상거래 업체들에게 매우 매력적인 나라로 간주되고 있음. 구글에 따르면 태국의 전자상거래 시장은 '15년 90만불 규모에서 '16년 29% 성장. '25년 약110억불규모로 성장할 것으로 예상됨
- '17년 태국 온라인 시장은 외국 거대 기업들의 재력과 전세계적인 마케팅 네트워크로 인해 경쟁이 더욱 더 강경해질 것으로 전망됨. 더불어 전통방식의 쇼핑보다는 온라인 쇼핑에 눈을 돌리는 소비자들과 스마트폰·기기의 보급률 확대와 맞물려 내년 25~30%의 성장세를 보일것으로 전망됨

동남아시아 국가 전자상거래 시장 규모



- 최근 중국계 거대 전자상거래 그룹인 'Alibaba'의 발표에 따르면 태국의 독일계 대표 온라인 사이트인 'Lazada'에 10억불을 투자해 지배지분을 사들여 더 많은 중국산 상품을 'Lazada'를 통해 판매할 예정이라고 발표함. 또한 'Alibaba'의 플랫폼, 배송 및 지불방식 시스템등도 적용할 예정으로 기존 중국 내수시장에 의존하던 운영 방식에서 벗어나 동남아시아로의 진출을 위해 태국에 투자 결정함
- 이뿐만이 아니라 싱가포르계 온라인 업체 'Ezbuy'도 태국 온라인 웹사이트를 확장하는등 거대 자본을 가진 몇몇 글로벌 대기업들이 현지업체를 흡수·합병하면서 본격적인 성장을 하는 초기단계에 있음

▶ 온라인 시장 변화에 대한 대응책

- 아직까지 온라인 지불방식인 COD(Cash on delivery)에 머물러있는 한계점이 장애물로 작용하고 있어 정부에서도 'PromptPay Service'라는 방침아래 모바일 지불방식을 격려하는 등 시장 변화를 제도적으로 뒷받침 하고 있음
- 'Alibaba'와 같은 국제적인 거대 기업과의 경쟁에서 살아남기 위해서는 운영 브랜드와 전자상거래 운영자가 온·오프라인 시장을 아우르는 특별한 쇼핑 경험을 제시하거나 다양한 채널을 통한 판매가 이뤄질 수 있도록 해야하고, 소비자의 패턴을 분석한 데이터를 기반으로 제시간에 소비자의 특성에 맞는 제품을 제공하는 방식으로 접근해야함
- 아직은 성장을 위한 과도기 상태로, 온라인 판매자들이 페이스북, 라인등을 통해 오더를 받고, 포장을 하고, 배송을 위해 우체국을 방문해야하는 등 수동적인 방식으로 운영을 하고 있어 이에 대한 개선 필요

시사점

- 현재까지는 온라인 샵의 배송 및 지불방식에 대한 제약으로 식품군에 대한 판매가 확대되어 가는 과정에 있으나, 전자상거래의 성장을 및 정부제도에 기반하여 빠르게 변할것으로 기대. 이에 대한 한국산 농식품 판매 확대 전략을 수립·실행하여 농식품 수출 확대 기대
- 'Alibaba'의 저렴한 제품 및 태국 현지 로컬 제품들에 대응할 수 있는 프리미엄급 한국산 농식품에 대한 어필 및 한국 농식품 판매업체들과의 협업을 통한 전략적인 마케팅 계획 수립, 온라인 판촉·오프라인 이벤트와 연계한 온라인 홍보등의 통합 마케팅 실행으로 온라인 판매 확대 필요

* 기사출처 : <http://www.bangkokpost.com/business/news/1174709/facing-the-online-retail-world>