



## 카자흐스탄 e-커머스 시장의 급성장 비밀은?



출처 : Kursiv.kz

### 급성장 중인 e-커머스 시장

2019년 카자흐스탄 온라인 시장은 7천억 텡게(한화 약 2조1천억 원)를 넘어섰으며 올해 초 코로나 19로 인한 정부 격리조치는 e-커머스 시장 성장에 불을 지폈다. 2018년 전체 소매시장의 11.9%를 차지한 온라인 시장은 2021년까지 17.5%까지 비중이 확대될 것으로 예측되고 있다.

### 빠르게 퍼진 인터넷

이렇게 카자흐스탄의 e-커머스 시장이 급성장하게 된 원인 중 하나는 인터넷 보급률과 인터넷 이용자 수의 증가를 꼽을 수 있다. 10년 전인 2010년 인터넷 보급률은 35%로 온라인 시장 거래액은 350억 텡게(한화 약 1,050억 원) 수준에 불과했다. 그러나 2015년 인터넷 보급률은 71%로 2배가량 늘어 온라인 시장 거래액도 5배나 증가한 1,940억 텡게(한화 약 5,820억 원)를 기록했다. 이후, 온라인 시장은 연평균 30%씩 성장하고 있다.

인터넷의 보편화는 자연스럽게 인터넷 이용자 수도 늘렸다. World Bank가 발표한 「World Development Indicator」에 따르면 카자흐스탄의 2018년 인터넷 이용률은 78.9%이다. 1위를 기록한 카타르(99.7%), 한국(96.2%)에 비하면 낮은 편이나 폴란드(77.5%), 이탈리아(74.4%)보다는 높은 수준이다.



출처 : Kursiv.kz

## 온라인 결제 시스템 발달

카자흐스탄의 온라인 결제 시스템도 e-커머스 시장 성장의 일등공신이다. VISA 카드 통계에 따르면 카자흐스탄에서는 급여 80%를 모두 현금으로 인출하던 시절도 있었다. 그러나 온라인 물, 모바일 앱 내 은행결제 시스템이 발달하면서 카드결제 비율이 늘고 있다. 카자흐스탄 온라인 패션몰 'Lamoda'에 따르면 이전에는 현금결제가 90%에 달했으나 현재는 35~40%의 고객이 카드결제를 선호한다고 한다.

## 소비자의 인식 변화

마지막으로 소비자의 인식 변화도 빼놓을 수 없다. 온라인 주문 시, 배송비가 추가로 들지만 본인이 직접 매장에 가서 물건을 구매하고 가져오는 수고를 덜 수 있다고 느끼게 되었다. 즉, 소비자의 경제 수준이 향상되면서 배송료를 오프라인보다 온라인이 더 비싼 요소로 보는 것이 아니라 본인의 시간과 노력을 줄여주는 당연한 비용으로 인식하게 된 것이다.

그 결과, 2019년 기준 카자흐스탄에 2천 개 이상의 온라인 물이 생겨났으며 구매액이 4,220억 텡게(한화 약 1조2,660억 원)까지 성장한 것은 어찌 보면 당연한 결과라 할 수 있다.

출처 : Kursiv, "За 10 лет объем рынка электронной торговли в Казахстане вырос в 20 раз.(20.6.2)"

## 향후 과제

그러나 카자흐스탄의 e-커머스 시장이 탄탄대로만 걷고 있는 것은 아니다. 아직 미국, 한국 등 e-커머스 시장이 발달한 국가처럼 판매자와 소비자 간 온라인 직거래 시스템이 발달하지 않은 탓에 유통이윤이 낮기 때문이다. 또한, 경제중심지 알마티와 수도 누르술탄 등에 거주하는 카자흐스탄인을 제외하면 개인정보 유출을 우려해 온라인 결제에 대한 거부감이 높을 정도로 지역 간 인식 차이가 크다. 사용 연령층도 국한되어 있다는 점도 문제다. 애완용품 전문 온라인몰인 Zoomarket.kz 담당자에 따르면 50세 이상의 고객은 10%에 불과할 정도로 온라인몰을 이용하는 데 아직은 보수적이다.

아직 인터넷 인프라망도 완벽하다고 할 수는 없다. 카자흐스탄 정부는 2021~2022년 인구가 매우 적은 지방 소도시에도 3G/4G 통신망과 위성 인터넷을 설치하고 디지털 문맹률을 낮추기 위해 노력하고 있다. 기초적인 사용법이나 eGov, OpenGov 등 온라인 정부 시스템을 잘 이용할 수 있도록 도와주는 교육과정도 제공할 예정이다.

### Key Point

경제수도 알마티를 넘어 수도 누르술탄 및 기타 도시로 한국 농식품 진출이 확대되려면 온라인 인프라 구축과 더불어 e-커머스 시장의 성장이 필수적이다. 앞으로 점점 더 빠른 속도로 성장하고 있는 e-커머스 시장을 활용한 한국 농식품의 판로개척, 홍보방안을 모색해야 할 것이다.