

Contents

■ 요 약	5
■ 우크라이나	
I. 국가개요	
1. 국가개황	15
2. 농업현황	18
3. 시장특성 및 구조	25
4. 농식품 수출입동향	38
II. 수출 유망품목 시장동향	
1. 음 료	47
2. 차 류	58
3. 소스류	66
III. 수입통관제도	
1. 수입제도	75
2. 통관제도	83
3. 상 관 습	86
IV. 한국 농식품 유통현황 및 진출여건	87
참고	
1. 바이어리스트	95
2. 관련기관 현황	108
3. 한국 농식품 우크라이나 수출동향	111

Contents

■ 우즈베키스탄

I. 국가개요

1. 국가개황	117
2. 농업현황	120
3. 시장특성 및 구조	124
4. 농식품 수출입동향	130

II. 수출 유망품목 시장동향

1. 음료	135
2. 차류	142
3. 소스류	147

III. 수입통관제도

1. 수입제도	155
2. 통관제도	158
3. 상관습	159

IV. 한국 농식품 유통현황 및 진출여건

참고	1. 바이어리스트	169
	2. 관련기관 현황	172
	3. 한국 농식품 우즈베키스탄 수출동향	173



요약

1. 우크라이나
2. 우즈베키스탄

1 우크라이나

■ 국가개요

러시아 서부 흑해연안에 위치한 인구 46.69백만 명의 우크라이나는 GDP 1,061억 달러, 1인당 GDP 2,101달러의 경제규모를 갖추고 있으며, 교역규모는 수출 38,367백만 달러, 수입 45,034백만 달러임

세계에서 가장 비옥한 토지인 흑토(chernozem) 지대에 위치해 있어 전체 국토의 54%, 32.451천 ha가 경작지인 우크라이나의 농업은 전체 GDP의 약 22%를 차지하며, 주요 재배 작물은 겨울밀, 봄보리, 옥수수, 해바라기씨, 사탕무 등임

우크라이나의 농식품 수출액은 4,713백만 달러이며, 수입액은 3,166백만 달러임. 주요 수출 농식품으로는 밀, 해바라기씨유, 보리, 치즈, 옥수수, 증류주 등이 있으며, 수입 농식품으로는 잎담배, 초콜릿제품, 팜유, 닭고기, 바나나, 차류, 감귤류, 주스 등이 있음

■ 신선 농식품 시장동향

품 목	주요 공급국가	공급국가 경쟁력	현지 생산 및 시장
신선농산물 수입 : 20톤	중국 19% 폴란드 15% 스페인 9% 네덜란드 8%	- 서유럽에서 생산되는 채소는 일정한 고품질의 상태 유지 - CIS 국가에서 생산되는 신선농산물은 가격경쟁력이 있음	- 많은 사람들이 집 근처의 텃밭에서 채소를 키움 - 대규모 농장들은 현대적인 저장 및 가공시설 부족 - 소매유통망으로의 안정적인 제품공급이 어려움
냉동채소 수입 : 3 천톤	폴란드 64% 스웨덴 17% 벨기에 7%	- 폴란드 회사들은 고품질, 높은 인지도, 발달한 공급 시스템으로 시장 점유	- 대도시에서는 수요가 증가하고 있으나 공급은 부족한 실정임
과일 수입 : 652 천톤	에콰도르 34% 터키 22% 이집트 6% 몰도바 6%	- 남미, 스페인, 그루지야, 아제르바이잔은 품질대비 저렴한 가격의 감귤류 공급	- 폴란드, CIS국가로부터의 밀수입이 많음 - 저장시설부족 - 현지 생산비용이 낮음

■ 수출유망 품목 시장동향

품목	항목	세부 설명
음료	수입규모	97천 톤, 72백만 달러
	수입국가	브라질, 네덜란드, 러시아, 태국, 이스라엘, 아르헨티나 등
	기회요인	◦소득증가 및 건강에 대한 관심 증가로 비타민 및 과일음료 소비 증가 ◦해태 등 기 진출 한국음료 제품에 대한 좋은 반응 ◦알로에, 포도음료 등 한국 특유의 온대과일 음료에 대한 좋은 반응 ◦전자제품을 비롯한 한국산 제품에 대한 좋은 인지도
	위협요인	◦외국기업 및 다국적 기업의 현지 음료생산 사례 증가 ◦한국식품에 대한 현지인들의 이미지 부족 ◦국내산이나 유럽산에 대한 현지인들의 높은 선호도 ◦음료시장에서 낮은 수입제품 비중 (10% 미만) ◦음료완제품의 높은 수입관세 : 30% ◦현지 및 CIS, 중국산 제품이 현지 저가제품 시장 장악
차류	수입규모	22톤, 64백만 달러
	수입국가	중국, 인도, 스리랑카, 인도네시아
	기회요인	◦소득이 증가하면서 최근 고급차에 대한 수요증가 ◦가장 많이 소비되는 차는 홍차이나, 최근 녹차, 허브차, 과일차, 향차 소비 증가 ◦전자제품을 비롯한 한국산 제품에 대한 높은 인지도
	위협요인	◦스리랑카, 중국 등 전통적인 원산지 제품에 대한 높은 선호도 ◦다국적기업의 현지포장 사례 증가 ◦한국 차류에 대한 이미지 부족 및 업체들 간의 경쟁심화로 시장이 거의 포화상태에 이름 ◦대부분 원료를 수입해 우크라이나 내에서 포장 가공해서 판매하는 사례가 많아, 전체 차류 중 국내산 비중이 66% 임
소스류	수입규모	12천톤, 36백만 달러
	수입국가	네덜란드, 독일, 러시아, 스웨덴, 일본, 그루지야
	시장여건	◦기존의 케찹과 마요네즈로 양분되었던 소스류 시장이 최근 다양화되기 시작함 ◦현재 케찹과 마요네즈는 90% 이상이 국내에서 생산되나 간장 등 그 외 소스는 아직까지 수입에 의존하고 있음 ◦새로운 소스에 대한 거부감은 작으나, 이미 소스시장의 경쟁이 치열해 기존제품과의 차별화를 통하지 않고서는 시장 진입이 어려움 ◦제품 구매시 가격을 제외한 구매순서는 브랜드→포장→맛의 순으로 인지도 상승이 곧 판매 증가로 이어지는 양상을 보임

2 우즈베키스탄

■ 국가개요

중앙아시아의 중심부에 위치한 인구 2,620만 명의 우즈베키스탄은 GDP 132억 달러, 1인당 GDP 496 달러의 경제규모를 갖추고 있으며, 교역규모는 수출 5,470백만 달러, 수입 4,190백만 달러임

세계 5위의 면화 생산국인 우즈베키스탄의 총 경작지 면적은 3,633천 ha이며, 주요 수출용 생산 농산물로는 면화, 수박, 사과, 배, 석류 등의 온대과일, 채소, 누에고치, 모피, 생가죽 등이 있음

우즈베키스탄의 농식품 수출액은 505백만 달러¹⁾로 주요 수출 농식품은 목화린트, 포도, 밀, 토마토, 기타 신선과일, 토마토 페이스트, 양파(건조), 신선채소 등이며, 수입액은 356백만 달러로 주요 수입품목은 쌀, 정제설탕, 차류, 버터, 해바라기씨유, 닭고기, 설탕, 과일종자, 돈육 등임

■ 시장특성 및 구조

대부분의 소비재를 러시아, 유럽, 터키 등에서 수입하고 있어 소비패턴 역시 서구형이며 한국, 일본 등의 아시아 국가보다는 유럽 및 터키 제품에 대한 인지도 및 선호도가 높은 편임

유통망은 아직도 국영으로 운영되는 상점이 대부분이나 최근 들어 외국기업과 합작한 민간도매 및 소매상이 점차 역할을 확대하고 있음. 그러나 외환 부족현상이 심화되어 이들의 활동은 미진한 상태임

내륙에 위치한 우즈베키스탄의 지리적 여건은 경제발전의 최대 장애요인인 동시에 물류이동의 큰 장애요인으로 작용해 한국제품 수출시 가격경쟁력 저하와 납기 지연 등 경쟁력 저하를 초래하고 있음

1) 면화를 제외한 수치임

수출유망 품목 시장동향

품목명	항목	세부 설명
음료	수입규모	713톤
	수입국가	러시아, 키르기스스탄, 우즈베키스탄, 미국, 우크라이나 등
	기회요인	◦현재 음료시장은 과일음료, 청량음료, 아이스티 정도로 단순하여, 향후 비타민 및 기능성 음료 등 새로운 음료의 진입 폭이 큼 ◦한국기업의 진출 활성화로 한국에 대한 이미지 향상
	위협요인	◦1인당 2L로 낮은 음료 소비량²⁾ ◦강력한 정부의 경제 통제 및 전체 인구의 60%인 농촌인구의 낮은 구매력 ◦러시아, 카자흐스탄 등 주변 국가들의 음료 시장 선점 ◦현지 소득수준에 비해 높은 한국 제품의 가격
차류	수입규모	21,233 톤
	수입국가	중국, 이란, 스리랑카, 그루지야, 러시아, 투르크메니스탄, UAE 등
	기회요인	◦수요의 대부분이 수입에 의해 충족되는 매력적인 수출시장 임 ◦과거의 홍차 소비에서 벗어나 최근 다양한 차 제품에 대한 수요 증가 특히 녹차에 대한 수요가 크게 증가하고 있음
	위협요인	◦다국적 기업 및 대형 수입업체가 차 수입 및 유통 독점 ◦한국차에 대한 낮은 인지도 (일본, 중국 차에 대한 인지도는 조금 높음)
소스류	수입규모	639톤
	수입국가	터키, 러시아, 중국 등
	기회요인	◦케찹 및 마요네즈를 제외한 기타 소스의 수요는 전적으로 수입에 의존 ◦간장소비의 증가
	위협요인	◦러시아, 터키와 같은 주변국 대기업들의 소스산업 투자 증가 ◦액체소스보다는 향신료를 더 많이 사용하는 식문화

2) 러시아의 1인당 음료 소비량 15L, 유럽의 1인당 음료 소비량 30L



우크라이나

I . 국가개요

II . 수출 유망품목 시장동향

III . 수입통관제도

IV . 한국농식품 유통현황 및 진출여건

참고자료

I

국 가 개 요

1. 국 가 개 황
2. 농 업 현 황
3. 시장특성 및 구조
4. 농식품 수출입동향

1 국 가 개 황

가. 일반개황

일반·정치

국명 : 우크라이나(Ukraine)
 위치 : 동유럽, 폴란드와 러시아 중간
 (국경인접국 : 몰도바, 루마니아, 헝가리, 슬로바키아, 폴란드, 벨라루스, 러시아)
 면적 : 603,700 km² (한반도의 약 2.7 배)
 기후 : 대륙성, 아열대성 (크리미아 지방)
 수도 : 키예프 (Kiev, 261 만 명)
 주요도시 : Kiev(261만 명), Karikov(147만 명), Dnepropetrovsk(106만 명),
 Odessa(103만 명), Donetsk(101만 명), Lviv(74만 명)
 정부형태 : 대통령제와 내각책임제의 혼합형태
 국가원수 : 대통령: Viktor A. Yushchenko (2005.1.23 취임)

사회·문화

인구 : 46.69 백만 명 (2006.11.01 기준)
 민족 : 우크라이나인(73%), 러시아인(22%), 유대인(1%), 기타 소수민족(4%)
 언어 : 우크라이나어(공용어), 러시아어(공용어는 아니나 널리 사용)
 종교 : 우크라이나정교, 러시아정교, 카톨릭
 건국(독립)일 : 1991 년 8 월 24 일 (구소련으로부터 분리 독립)

경제·무역

GDP : US\$ 1,061억 (2006년 기준)
 실질경제성장률 : 12.1%(2004), 2.7%(2005), 7.0%(2006)
 1인당 GDP : US\$ 2,101 (2006년 기준)
 화폐단위 : Hryvna (Hr 또는 UAH로 표기)
 환율 : 1US\$ = 5.05 UAH (2007년 6월 기준)
 산업구조 : 금속(24.4%), 식품(14.8%), 전력(15.1%), 기계, 금속가공(12.9%)
 교역규모 : US\$38,367 백만(수출), US\$45,034 백만(수입)

나. 경제동향

주요 경제지표

구 분		2002	2003	2004	2005	2006
인구(백만명/연말)		48.0	47.6	47.3	47.1	46.6
GDP	십억(UAH)	220.6	263.2	345.9	363.1	535.8
	십억(\$)	41.4	49.3	65.2	70.9	106.1
1인당 GDP(\$)		875.70	1,048.96	1,374.21	1,759.00	2,101.00
실질GDP성장률(%)		4.6	9.4	12.1	2.7	7.0
인플레이션(%)		0.6	8.2	12.3	10.3	11.6
실업률(%)		3.6	3.6	3.6	3.1	2.6
물가지수(%)		99.4	105.2	109.0	109.4	111.6
수출(\$백만)		17,928	23,080	32,678	34,287	38,367
수입(\$백만)		16,149	23,020	28,996	32,141	45,034
외환보유고(\$백만)		3,885	486	9,525	19,394	22,256
이자율(%)		7.0	7.0	9.0	9.5	8.5
대미평균환율(UAH/\$)		5.35	5.33	5.32	5.12	5.05
산업증가율(%)		7.0	15.8	12.5	3.1	6.2
산업구조(2006)		금속(24.4%), 식품(14.8%), 전력(15.1%), 기계·금속가공(8.9%), 연료(8.9%), 화학(6.7%), 기타(17.2%)				
주요교역품		수출 : 철강, 기계 및 전기전자, 화학 및 화학제품, 광물성 생산품				
		수입 : 원유, 천연가스, 고무제품, 산업설비, 수송기계				

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee), National Bank of Ukraine,

주요 경제정책

자본주의 경제정책과 WTO 가입 : 1991년 자본주의 경제체제 도입 이후 국영기업 민영화, 시장경제 도입 등 꾸준히 자본주의 경제체제로의 전환정책 수행 중이며, 90년대 초반 WTO 가입을 신청한 이후 의류, 신발, 전자제품, 일부 농산물의 수입관세 인하, 금융시장 개방, 지적재산권 보호를 강화하는 법안 통과 등 적극적으로 가입준비를 하고 있음

통화안정, 외환보유고 확대 정책에서 인플레이 억제 정책으로 1998년 위환 위기 이후 환율안정과 외환보유고 확대정책을 유지하고 있으나 최근 외환 보유고가 충분히 확대되고 통화가 안정됨에 따라서 중앙은행은 통화정책의 우선과제를 물가안정으로 전환됨

친러 에너지 협력 강화 : Orange혁명 이후 러시아와의 관계가 소원해짐에 따라 추진하던 에너지 수입선 다변화 정책은 2006년 7월 야누코비치 총리 선임 이후 급격히 퇴조하고 러시아와의 에너지 분야 협력을 적극적으로 추진중임.

산업육성정책 : 우크라이나의 주요 육성산업은 광산 및 철강업, 자동차산업, 항공·우주개발산업 등이며 에너지자원 소비량의 80% 이상을 수입에 의존하고 있음. 친서방 유셴코 정부 출범 이후 주요 자원 공급국인 러시아의 비우호적인 조치로 에너지가격 인상, 현 산업정책의 발목을 잡고 있음

최근 경제동향

2003년 9.4%, 2004년 12.1%의 높은 GDP 성장률을 기록하던 우크라이나는 2004년 말 오렌지혁명으로 정권교체가 이루어진 후 신정부의 개혁 드라이브에 대한 기업들의 관망자세, 에너지 파동 등으로 인해 2005년 GDP는 2.6% 성장에 그쳤으며 2006년에는 2.8%대에 머물 것으로 추정됨

2006년 1월 천연가스 수입가격을 1,000m³당 46달러에서 94달러로 207% 인상하였으며 2007년 1월 다시 40%가 인상됨에 따라 산업 전반의 에너지 소비 구조조정, 민간 가정의 에너지 가격인상 등이 진행 중 임

2006년 GDP 실질성장율은 7%, 산업생산증가율은 6.2%이지만 무역수지는 66억 달러 적자를 기록함

우크라이나 경제 및 산업의 주요 저해 요인은 에너지원 가격증가, 국제 철강 가격 및 비료가격의 하락 등임

2 농업 현황

가. 농업개황

구 분	단위	1990	2000	2003	2004	2005
전체인구	백만 명	51.9	48.9	47.6	47.3	46.9
농촌인구		16.8	16.0	15.5	15.3	15.0
노동인구		-	20.1	20.2	20.3	20.7
농업종사인구		-	7.9	7.0	6.7	-
전체면적	천 ha	60,354.8				
농지면적		42,030.3	41,827.0	41,788.5	41,763.8	41,722.2
- 경작지		-	-	-	-	32,451.9
- 목초지		-	-	-	-	2,429.2
- 목 장		-	-	-	-	5,521.3
농업생산량	백만 UAH	104,460	62,106	55,267	66,181	66,102
- 농산물		52,400	37,190	31,907	42,612	41,472
- 축산물		52,060	24,916	23,360	23,569	24,630
농축산물 수출	백만 달러	-	-	2,722	3,415	4,305
농축산물 수입		-	-	2,110	1,691	2,684

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee), FAO

우크라이나는 세계에서 가장 비옥한 토지인 흑토(chernozem)지대에 위치해 있으며, 이 지역의 3분의 1에 해당하는 지역이 흑토지대이며 전 국토의 81%가 경작가능 지역, 54%가 경작지로 이용됨. 농업은 우크라이나의 주요 산업 중 하나로 국가 총생산의 약 22%를 차지하며 러시아를 제외한 CIS국가 중 우크라이나의 농업 생산량이 가장 많으며 생산량 2위인 국가와 약 4배의 차이가 나고 있음.

1991년 소련 해체 이후 정부의 지원 중단은 우크라이나 농업 전반에 큰 영향을 미침. 1980년대 후반부터 집중적으로 육성해온 축산물 생산량의 감소, 10년 동안 비료 사용량 85% 감소, 곡물 생산량 50% 감소함.

우크라이나의 높은 수입에너지 의존도, 대출의 어려움, 종자 및 농약 등 필요한 물자구입을 위한 외화의 부족과 같은 문제들은 농업의 장기적인 발전에 저해요인이 되고 있음

나. 농지 및 주요 농작물 현황

우크라이나 기후는 여름에는 건조하고 시원하지만 겨울에는 춥고 습하여 봄 작물과 겨울작물 재배에 모두 적합함. 연평균 강수량은 약 600mm이고 이중 약 350mm는 농작물의 성장시기인 4~10월에 내리며, 중부와 서부는 다른 지역보다 강수량이 더 많음

우크라이나 전체 면적은 약 60백만 ha이고 농지로 분류된 면적은 경작지, 목초지, 목장을 포함하여 약 42백만 ha임

주요 재배 작물은 겨울밀, 봄보리, 옥수수, 해바라기, 사탕무 등임

<2005년 전체 토지 및 농지현황>

(단위 : 천 ha)

구 분	전체 토지면적	전체 농지	세부사항		
			경작지	목초지	목장
전체 토지	60,354.8	41,722.2	32,451.9	2,429.2	5,521.3
•농지	38,572.8	37,039.4	30,883.1	1,742.1	3,317.2
-비국영기업 농지	21,689.9	20,881.7	18,971.0	575.1	1,057.4
:집단농업기업	198.0	129.9	102.1	7.8	18.1
:농장	3,641.6	3,591.1	3,367.5	61.3	144.7
-국영기업 농지	1,444.9	1,230.2	1,018.1	40.0	120.9
•사유지	15,423.3	14,922.7	10,889.5	1,127.0	2,138.6
-소규모 개인농장 및 구획	5,074.1	4,722.9	4,189.5	167.3	66.2
•기타	21,782.0	4,682.8	1,568.8	687.1	2,204.1

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

밀

밀은 전국적으로 재배되지만 우크라이나의 중부와 중남부지방이 주요 생산지역 임. 우크라이나 밀의 약 95%가 겨울밀로서 가을에 파종하여 다음해 7~8월에 수확하며, 주로 식빵 제조용 붉은 겨울 밀을 생산함

보리

보리는 지난 10년 동안 가장 많이 소비된 곡물이며, 보리재배 지역의 90% 이상이 봄보리로 동부지역에서 주로 생산됨. 봄보리는 보통 4월에 파종하여 8월에 수확, 종종 겨울작물이 실패한 장소에서 재배되기도 하며, 겨울보리는 추위에 약한 겨울작물이기 때문에 재배지역이 남부지역 끝에 한정됨. 양조업에 필요한 맥아에 대한 수요가 증가하고 있어 맥아보리 생산도 증가하고 있으며 체코, 슬로바키아, 독일, 프랑스에서 고품질의 종자를 수입하고 있음

옥수수

옥수수는 우크라이나에서 세 번째로 중요한 곡물로서 노화한 수확용 장비, 높은 생산비용에도 불구하고 재배면적이 증가함. 주요 생산지역은 동부와 남부지방이고 주로 4월말~5월초에 심으며, 수확은 9월말에 시작하여 11월 초경에 완료되며 총생산량의 25~50% 정도만 곡물로 재배되고 나머지는 사료용으로 8월경에 수확되며 러시아와 벨라루스가 우크라이나 옥수수의 주요 수입국임

해바라기 씨

해바라기 씨는 우크라이나의 주요 유지작물로 생산은 남부와 동부지역에 집중되어 있고 보통 4월에 심어서 9월 중순~10월 중순 사이에 수확함. 해바라기 씨는 낮은 생산비용에 비하여 높은 가격, 전통적으로 높은 수요 때문에 안정적으로 이윤을 남길 수 있는 작물로 높은 수익성 때문에 1990년대 후반부터 재배면적이 크게 확대되기 시작함

사탕무

사탕무는 주로 우크라이나 중부와 서부지방에서 재배되며 4월~5월에 심어서 9월 중순~10월말까지 수확함. 곡물이나 해바라기 씨에 비해 낮은 수익성으로 인해 1990년대 초부터 생산량이 감소하고 있으며, 1994~2003년 사이 재배지역은 50% 감소했고 생산량은 28.1백만 톤에서 13.4백만 톤으로 감소함

<주요 농산물 경작면적>

(단위 : 천 ha)

구 분	1990	2000	2003	2004	2005
총 경작면적	32,406	27,173	25,081	26,752	26,044
곡물	14,583	13,646	12,495	15,433	15,005
◦ 겨울작물	8,614	6,324	2,873	6,397	7,289
- 밀	7,568	5,316	2,356	5,139	6,185
- 호밀	518	668	404	737	622
- 보리	528	340	113	521	482
◦ 여름작물	5,969	7,322	9,622	9,036	7,716
- 밀	8	303	472	535	480
- 보리	2,201	3,645	5,059	4,157	4,018
- 귀리	492	521	602	538	468
- 옥수수	1,234	1,364	2,170	2,467	1,711
- 기장	205	437	311	434	141
- 메밀	350	574	366	439	426
- 쌀	28	26	22	21	21
- 콩류	1,287	408	558	387	422
산업작물	3,751	4,187	5,357	4,971	5,260
◦ 사탕무	1,607	856	773	732	652
◦ 해바리기	1,636	2,943	4,001	3,521	3,743
◦ 콩	93	65	209	274	438
◦ 아마	172	23	32	38	25
감자, 채소 등	2,073	2,277	2,155	2,105	2,041
◦ 감자	1,429	1,629	1,585	1,556	1,514
◦ 채소	456	538	480	476	463
사료작물	11,999	7,063	5,074	4,243	3,738
◦ 뿌리작물	624	285	324	299	294
◦ 옥수수, 녹색작물	4,637	1,920	1,321	1,015	774
◦ 일년생 건초	2,583	1,765	1,256	990	891
◦ 다년생 건초	3,986	2,985	2,079	1,855	1,702
과수원 및 베리농원	851	425	338	316	299
포도원	176	99	86	83	81

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

<농산물 총생산량>

(천 톤)

구 분	1990	2000	2003	2004	2005
곡물	51,009	24,459	20,234	41,809	38,016
◦ 겨울작물	33,560	11,348	3,658	19,386	19,744
- 밀	30,348	9,775	2,866	16,361	17,683
- 호밀	1,259	966	620	1,589	1,053
- 보리	1,953	607	171	1,436	1,008
◦ 여름작물	17,449	13,111	16,576	22,423	18,272
- 밀	26	422	733	1,159	1,016
- 보리	7,216	6,265	6,662	9,649	7,967
- 귀리	1,303	881	941	1,007	791
- 옥수수	4,737	3,848	6,875	8,867	7,167
- 기장	338	426	341	459	141
- 메밀	420	481	311	294	275
- 쌀	118	90	84	80	93
- 콩류	3,266	622	571	812	758
사탕무	44,264	13,199	13,392	16,600	15,468
해바리기	2,571	3,457	4,254	3,050	4,706
콩	99	64	232	363	613
아마	108	8	11	16	13
감자	16,732	19,838	18,453	20,755	19,462
채소	6,666	5,821	5,538	6,964	7,295
뿌리작물	27,270	6,672	7,786	8,139	8,015
옥수수, 녹색작물	98,372	24,183	18,822	14,261	12,509
일년생 건초	1,104	647	769	888	942
다년생 건초	5,511	2,572	2,263	2,704	29,969
과일 및 베리	2,902	1,453	1,697	1,635	1,690
포도	836	514	505	374	443

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

다. 축산물 현황

<가축 및 가금류 수>

(단위 : 천 마리)

구 분	1990	2000	2003	2004	2005
소	24,623	9,424	7,712	6,903	6,514
- 젖소	8,378	4,958	4,284	3,926	3,635
돼지	19,427	7,652	7,322	6,466	7,053
양, 염소	8,419	1,875	1,859	1,755	1,630
- 양	7,896	963	893	875	872
말	738	701	637	591	555
가금류(백만마리)	246.1	123.7	142.4	152.8	162.0

<종류별 육류 생산량>

(단위 : 천톤)

구 분	1990	2000	2003	2004	2005
합계	4,358	1,663	1,725	1,600	1,597
소고기	1,986	754	723	618	562
돼지고기	1,576	676	631	559	494
양고기, 염소고기	46	17	17	17	16
닭고기류	708	193	324	375	497
토끼고기	30	14	14	14	13
말고기	12	9	16	17	15

<육류 및 주요 육류제품 생산량>

구 분	단위	1990	2000	2003	2004	2005
육류전체	천 톤	4,358	1,663	1,725	1,600	1,597
우유	백만 톤	24.5	12.7	13.7	13.7	13.7
계란	백만 개	16,287	8,809	11,477	11,955	13,046
양모	천 톤	29.8	3.4	3.3	3.2	3.2

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

1991년 소련의 붕괴와 함께 정부 지원의 중단으로 축산업의 생산 및 사료비용이 증가하여 수익성이 감소하고 축산업은 쇠퇴함. 급격한 생산량 감소는 2000년부터 둔화되기 시작했으나 쇠고기 생산량은 빠른 회복을 기대하기 어렵고, 특히 대규모 산업농장이 축산업에서 경작농업으로 전환하고 있어 소의 개체 수는 계속 감소하고 있음

라. 농업정책

국내 지원정책

1991년에 발표된 가격자유화 프로그램은 극심한 행정통제와 지속되는 농업기업들에게 대규모 예산전도로 보상하는 등의 정부조달로 인하여 무효화됨
정부는 실질적으로 직접적인 예산전도를 축소했지만 농업에 대한 단세제도는 농업기업들의 세금부담을 낮추었고, 닭고기류, 돼지고기, 계란, 설탕은 여전히 높은 지원을 받고 있음

토지개혁 및 농장 구조조정

집단농장 구조조정 프로그램은 1994년에 시작되었으나 1999년 12월이 되어서야 대통령령을 받아 실질적인 대규모 집단농장 구조조정을 착수함
이 법령은 집단농장 법인의 해산, 토지의 사적 소유권 분배, 토지임차 장려 등 집단농장기업 구조조정을 위한 유인을 제공하고 있음

농업관련 산업의 민영화

1995년에 시작한 농업관련 산업의 민영화 프로그램으로 1999년까지 대부분의 농업관련 회사들이 부분적으로라도 민영화되고 있음
그 결과 식품가공산업의 생산성이 향상되었고 우크라이나 식품가공업자는 국내식품시장에서의 점유율이 높아짐

통상정책

1990년대 초반까지 수출쿼터관세와 허가 제한 수출, 1990년대 중반 대부분의 수출제한은 중단했으나 일부 품목은 수출쿼터관세 부과하고 있음
농산물 수입정책은 1992~1993년 10~30%의 종가세를 부과하였으며 1993~1999년 사이 크게 상승, 2000~2001년 사이 안정화
우크라이나는 쿼터허가와 수입금지 등의 비관세장벽으로 수입을 규제하고 있음
국가규격표준화위원회는 수많은 기술적 기준을 적용하여 수입품에 인증서를 요구하며, 국제기준에 부합하여 발급받은 외국상품인증서는 인정을 거부하고 있음

3 시장특성 및 구조

가. 시장 특성

서구취향의 소비행태

소비자들이 서구적 생활양식에 익숙해 있어서 서구적 소비 성향이 강하며, 독일, 미국, 이태리, 프랑스 등의 우크라이나 진출은 활발한 반면 일본, 대만 등의 아시아 국가들은 상대적으로 진출이 부진함

가격 민감

대부분의 우크라이나 소비자들은 상품 구매 시 가격을 우선적으로 고려하는 편이며, 같은 제품이라도 매장에 따라 가격이 다르기 때문에 여러 매장을 방문하여 가격을 비교, 또한 유사한 다른 제품의 가격과 비교하여 유리하다는 판단이 들어야 구매함. 하지만 우크라이나 국민들의 소득이 높아짐에 따라 점차 품질도 중시하는 경향을 보이면서, 저급품에 식상한 소비자들은 점차 중급품으로 방향을 돌리고 있으며, 부유층은 서구의 최고급품을 구매하는데 점차 그 수가 증가하고 있음

높은 비율의 지하경제

공식통계에 잡히지 않는 지하경제규모가 총 경제규모의 약 50%이상을 차지하는 것으로 관측되고 있으며, 특히 여행자 상인에 의한 물품의 비공식 반입, 편법통관 등으로 공식통계에 집계되지 않는 비공식무역의 비중이 공식무역의 약 50%에 달함

편법통관의 성행

수입관세 및 부가세(20%)를 가능한 한 적게 내기 위한 편법통관이 일반화되어 있으며, 정부의 외환통제를 회피하기 위한 이면계약 등 비합법적인 방식을 동원한 교역이 일상적으로 행해짐

공급자 영향력이 큰 시장

시장 확보 경쟁이 치열해짐에 따라 소비자 주도의 시장으로 변모하고 있으나 아직 공급자 또는 유통업체의 영향력이 크기 때문에 수입, 유통업체들은 가능하면 독과점권을 획득하여 많은 유통마진을 챙기려함

나. 식품소매시장 특성

우크라이나 식품소매시장은 2000년 이후 경제상황의 개선과 강한 경제성장에 힘입어 빠르게 발전하고 있음

식품소매시장 거래액은 2004년 116십억 UAH(전년대비 32.7% 성장), 2005년 174십억 UAH(49.9%)를 기록함

이러한 성장은 지역 식품 체인망의 발달과 외국 소매 대기업들의 진입에 기인하였으며, 2005년 총투자의 약 7%가 소매시장에 투입되고 있음

<소매시장 거래액>

(단위 : 십억 UAH)

구 분	2001	2002	2003	2004	2005
소매 거래액	59.0	68.8	87.6	116.3	174.4

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

주) 환율 : 1 US\$ = 5 UAH

우크라이나는 수입상품이 상대적으로 낮은 편으로 보이지만 비공식적인 무역을 포함하면 그 수치는 크게 증가함

대도시나 인구가 밀집된 도시지역에 소매시장거래액의 비중이 크며 Kiev 15%, Dnepropetrivsk 지역 9%, Donetsk 지역 8%, Kharkiv 지역 8%, Lviv 지역 6%의 구성을 보임

<소매점 식품구성>

구 분	2001		2002		2003		2004		2005	
	백만 UAH	%	백만 UAH	%	백만 UAH	%	백만 UAH	%	백만 UAH	%
국산식품	11,980.9	93.2	15,283.8	93.6	18,359.1	92.5	24,057.2	92.0	31,747.5	90.9
수입식품	874.1	6.8	1,045.0	6.4	1,488.6	7.5	2,091.9	8.0	3,178.2	9.1

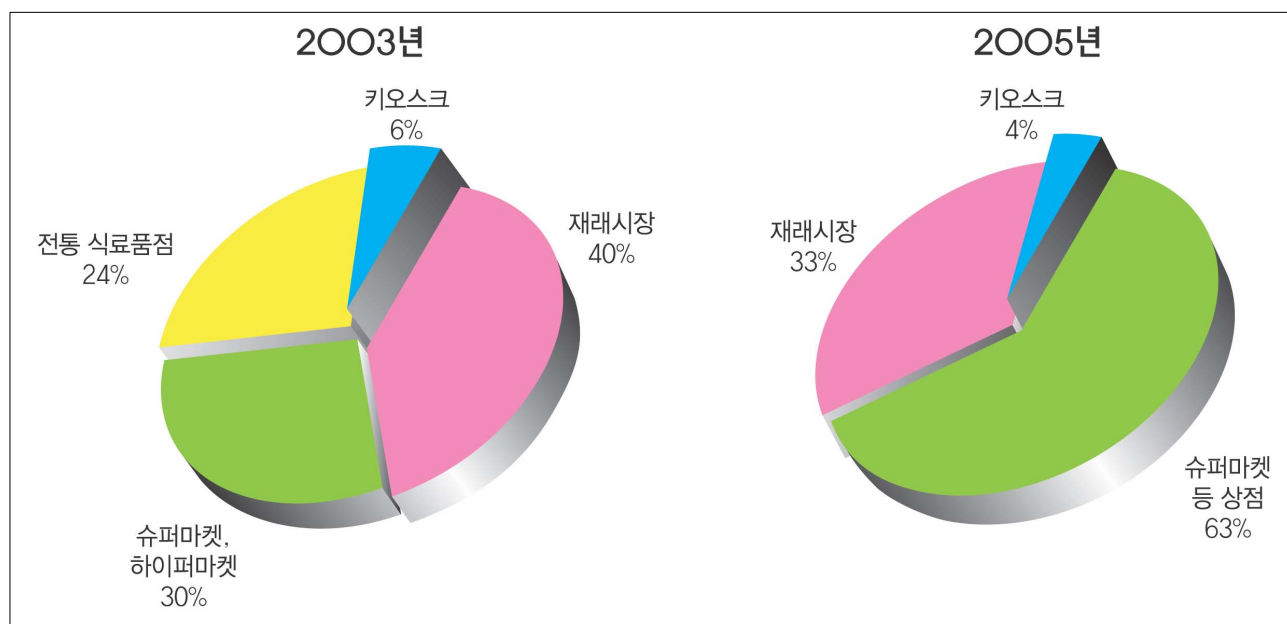
자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

주) 환율 : 1 US\$ = 5 UAH

우크라이나 식품소매시장은 성장하고 있으며, 슈퍼마켓의 수가 빠르게 증가하고는 있지만 재래시장도 아직까지 인기있는 시장임

키예프는 식품시장의 1/5을 차지, 국가 전체 하이퍼마켓과 대형마켓의 1/6이 소재
재래시장에서는 가공식품의 30~35%, 신선육의 90~95%가 판매되며 소매시장의 33%를 차지하고 있음

<우크라이나 소매시장 구조>



우크라이나 슈퍼마켓 체인은 소매시장 점유율을 늘려 나가면서 빠르게 성장하고 있으며 가까운 시일에 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 40%, 편의점 10~15%, 재래시장 30%, 기타 시장 10%의 시장점유구조를 형성할 것으로 예상됨

우크라이나 통계청에 따르면 식품소매업에 종사하는 회사가 2005년에 101,400개에 달하는 것으로 집계됨. 지난 몇 년간 소매업체 수는 연간 5-10%씩 감소한 반면 평균 면적은 연간 4-7%씩 증가함.

대도시에 있는 전통적인 소매업체들은 향상된 서비스를 제공하는 신규 대형 소매업체에게 고객을 잃고 있으며, 특히 재래시장과 키오스크는 낮은 품질로 인해 전통 식료품점은 다양한 종류의 제품을 저가에 제공할 수 없는 반면 슈퍼마켓은 새로운 시설과 안전한 제품으로 빠르게 성장하고 있음

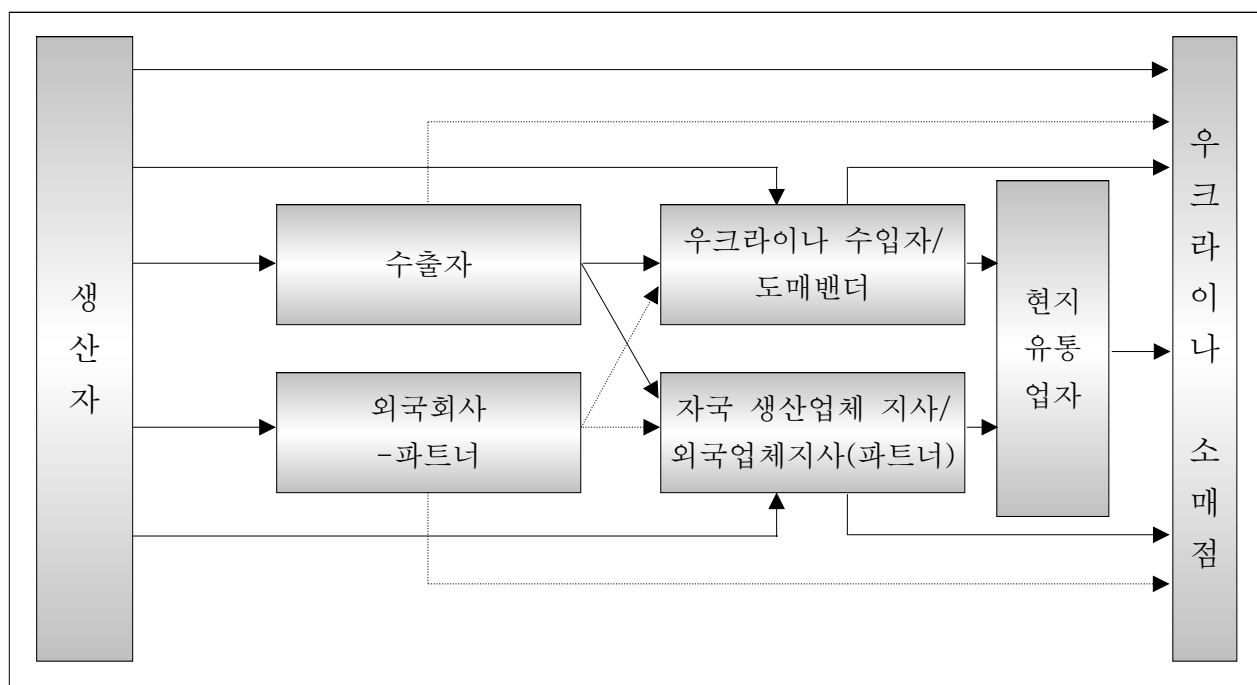
“La Furshet” 슈퍼마켓 체인은 해당산업 중 빠른 성장의 대표적인 예로서, 2002년 15개의 매장이 있었지만 2007년 현재 76개의 매장 운영함. La Furshet과 Megamarket은 온라인쇼핑 및 배달서비스를 제공하고 있으며, 대규모 체인점들은 즉석식품코너 및 미니베이커리를 가지고 있으며 슈퍼마켓들은 유명 쇼핑센터 내에 위치하는 경우도 많음

우크라이나는 유럽에서 인구가 많은 국가 중 하나이며 국민소득이 꾸준히 성장하고 있어 소매시장 성장에 유리함. 지난 3-4년 동안 대형 유럽 소매업체(메트로, 빌라, 스파)들이 우크라이나 시장에 진입하였으며, 보통 소매업체들은 대도시 지역에 먼저 진입한 후 중소도시로 규모를 확장하고 있음

아직 현지 슈퍼마켓 체인이 외국업체보다 매장 수에서는 앞서 있지만 외국업체들은 선진화된 물류시스템, 시장진입전략 분석, 뛰어난 인사훈련기술, 탄탄한 공급자와의 관계, 견고한 재무사정 등에서 더 유리한 위치에 있음

다. 시장구조

유통채널



【식품소매시장 유통채널】

대부분의 수입자나 유통업자는 키예프나 우크라이나 최대항구인 흑해의 오데사에 사무실이 있어 통관업무 수행하고 있음

항구에 도착한 화물은 키예프로 운송된 후 다시 키예프에서 각 지역이나 지역 유통업자에게 직접 전달되며, 일부 수입회사들은 CIF Kiev로 물건을 구입하여 키예프에서 통관을 하기도 함

보통 대형 수입회사가 우크라이나에 대부분의 물건을 공급하고 일부 회사는 식품 유통에 대한 독점권을 소유하고 있기도 하지만 그 수는 많지 않음. 우크라이나에 지사가 생길 경우 독점공급 및 특정지역 유통업자와의 계약을 종료시킬 수도 있으나 소매회사들은 지역 유통업자에게 불리할 경우 지사와의 직접적인 공급계약을 취소할 수 있음

소매시장 구조

슈퍼마켓, 하이퍼마켓

1990년대 초반 우크라이나의 첫 번째 사유화로 많은 소매점이 사유화되었고 국가 경제의 안정화로 현재의 소매시장구조가 형성되었으며, 2002-2003년 사이 신규매장 숫자가 약 200% 증가한 것으로 추정됨. 보통 우크라이나 하이퍼마켓 면적은 3,895 sq.m., 슈퍼마켓은 822 sq.m.이며 다수의 소규모 슈퍼마켓은 자금이나 건물운영에 한계가 있어, 외국투자자나 극히 소수의 우크라이나 회사만이 신규매장 건설이 가능함

외국 체인인 Billa(오스트리아), Metro Cash and Carry(독일), Perekrestok(러시아), SPAR(네덜란드, 2005년 러시아 Perekrestok에 매각)은 2001-2005년 사이 우크라이나 시장에 진입함. 초기에는 키예프에 개장하였고 후에 다른 대도시로 확장하기 시작하며, Tesco(영국), Auchan과 Carrefour(프랑스) 등도 우크라이나에서 시장조사 중임

또한 Fozzy 할인매장과 Silpo 슈퍼마켓(Fozzy Group), La Furshet 슈퍼마켓(Garantiya-Trade LLC.), Velyka Kishenya 슈퍼마켓(Quiza-Trade LLC.), ATB 슈퍼마켓(ABT Corp.) 등 국내 소매유통체인도 빠르게 성장하고 있음

가장 규모가 큰 슈퍼마켓 체인은 물품 공급자로 대규모 도매업체, 생산자, 수입자 등의 약 1,000개의 회사를 이용, 현지 체인점들은 외국의 운영방법과 기준을 적용하고 있으며 생산품질관리 및 유통센터 소개, 24시간 영업함

우크라이나에서 하이퍼마켓과 슈퍼마켓의 빠른 성공은 아래의 요인들에 기인함

- 고품질 상품 보장
- 선진 물류시스템과 지속적인 물품조달을 위한 공급자 할인으로 인한 낮은 가격
- 쾌적하고 편안한 쇼핑공간 및 무료주차공간 제공
- 단골고객에 대한 할인 서비스(할인카드)
- 인터넷 쇼핑 및 배달 가능

최근 슈퍼마켓은 쇼핑몰 안에 위치하여 건설비용을 낮추고 추가 고객을 끌어들이고 있는 추세임



<우크라이나 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 체인(3개 매장 이상)>

업체명, 매장성격	소유권	2005 매출액 U\$ 백만	매장수 2005(2006)	지역	물품공급자
Sil'po supermarket	Fozzy Group (Ukraine)	500이상	80 (110)	전국	직접구매/ 수입자
Fozzy, discounter			3 (3)	1-비쉬네바, 1-오데사 1-보리스필	
Furshet, supermarket	LLC «Garantiya -Trade» (Ukraine)	350	58 (62)	전국	직접구매/ 도매상/수입자
PIK, Supermarket	CJSC KS Trading (Ukraine)	700이상	20	중앙- 동부지역	직접구매/ 도매상/수입자
Velyka Kishenya, supermarket	Quiza Trade LLC (Ukraine)	277	27	전국	직접구매/ 수입자
Billa, supermarket	Billa-Ukraine (Reve Group Austria,)	1000이상	9	전국	직접구매/ 수입자
Pakko, supermarkets	Pakko Corp. (Ukraine)	110	8	서부지역	직접구매/ 수입자
Vopak, Cahs&Carry			24		
Rainford, supermarket (8), Cash&carry (7)	Rainford Group (Ukraine)	-	15	드네프로피트 로프스크/ 크리보이/ 드네프로제르 진스크	직접구매/ 도매상/수입자
Tavriya-V, supermarket (5), hypermarket (2)	Tavriya-V LLC (Ukraine)	70	7	오데사/일리 체프스크	직접구매/ 도매상/수입자
Rorus trade center «Family», supermarket (6), trade center (2)	Pivdenny Bank (Ukraine)	40	7	오데사	직접구매/ 도매상/수입자
Perekrestok-Ukr aine	Trade House Perekrestok CJSC (Russia)	500이상	5	3-키예프 1-브로바리 1-체르카시	직접구매/ 도매상/수입자

업체명, 매장성격	소유권	2005 매출액 U\$ 백만	매장수 2005(2006)	지역	물품공급자
Target, supermarkets	Managing companies: Kibela, Ornatus, Apia (Ukraine)	20	3	하리코프/폴 타바/수미/쿠 판스크	직접구매/ 도매상
ECO-market, supermarket	«Bayadera» (Ukraine)	600이상	20	키예프/오데 사/수미/체르 까시	직접구매/ 도매상/수입자
KIT, supermarket	Kit LLC. (Ukraine)	44	11(14)	자포리하지역	직접구매/ 도매상/수입자
YUCI, supermarket	Private company "Aquamarine"	-	4	하리코프	직접구매/ 도매상/수입자
Intermarket, Cash&Carry	Intermarket	130	2	드로고비치/ 트루스까베츠 /보르슬라브	직접구매/ 도매상/수입자
Arsen, supermarket			2		
Mega-Market, supermarket	Founder-Victor Yushkovskiy (Ukraine)	-	5	끼예프	직접구매/ 수입자
Big Spoon, supermarket	- (Ukraine)	19	10	중부지역	직접구매/ 도매상/수입자
Alen, supermarket	"Alen" LLC (Ukraine)	-	5	세바스토폴	직접구매/ 도매상/수입자
Natalka-Market, supermarket	"Natalka-Marke t" CJSC	-	5	오데사	직접구매/ 도매상/수입자
Metro, discounter	Managing company «Metro Cash and Carry Ukraine» ("Metro AG"Germany)	425	8	키예프, 오데 사 드네프로 피트로브스 크, 다네츠크, 하리코프	직접구매/ 수입자

자료 : Alliance Capital Management, the Ukrainian weekly newspaper
Business, expert estimates, FAS/Kyiv estimates

키오스크 및 주유소마트

보통 8-25 sq.m.의 한정된 공간에서 최소자본 및 최소 운영비용만 필요한 키오스크는 1990년대 초반 인기 있는 소매점이었으나 낮은 가격을 제공하는 대형 개인상점 및 슈퍼마켓과의 경쟁으로 인해 그 수는 점차 감소하고 있음. 현재는 주로 교차로나 버스정류장, 지하도, 재래시장 근처, 주택가 근처, 농촌지역에 남아있음

우크라이나에 현대적인 형태의 주유소 마트가 빠르게 증가하고 있음. 공식 통계에 따르면 2004년 4월 기준으로 주유소에 817개의 상점과 키오스크, 241개의 식당 및 카페가 운영되고 있는 것으로 집계 됨

우크라이나 전체 주유소 중 약 10-15%가 포장 식품을 팔고 있으며 여기에 주로 탄산음료, 쿠키, 초콜릿, 스낵류가 포함됨. 이러한 주유소와 연계된 상점은 전체 식품상점의 1-2%를 차지함

<우크라이나의 키오스크>

구 분	2001	2002	2003	2004	2005
키오스크 수	24,116	22,469	21,499	20,200	19,400
편의점 중 키오스크 비율, %	8	7	6	5	3

자료 : 우크라이나 통계청, Alliance Capital Management

편의점 (Convenience Store), 식료품점 (Self-Service Groceries)

그 수가 증가하기 시작하였지만 우크라이나에서는 아직 식료품 체인이 일반화되어 있지 않음. Fozzy Group은 Fora grocery store(2007년 2월 61개)를 운영하고 있으며, Rainford Group은 32개의 편의점을, ATB Corporation은 슈퍼마켓 크기에 가까운 69개의 식료품 체인 운영하고 있으며 일반적으로 식료품점은 교외에 위치해 있으며 좁은 공간에서 한정된 품목을 제공, 평균 매장면적은 300-500 sq.m.로 다양하고 품목은 1,500-3,500 가지임

이러한 식료품점은 집과 가까운 상점을 선호하는 노년층 소비자에게 인기가 많고 평균 이하의 소득을 가진 소비자를 타겟으로 함. 이곳의 식품은 빵, 유제품, 과일 및 채소 등으로 보통 유통기한이 짧음. 일반적으로 이 업체들은 고정고객이 없고 시장점유율이 낮지만 작은 도시에서는 비교적 성공적임

<우크라이나 주요 식료품 체인점>

체인명	소유자	물품공급자	성격	매장 수	위치
Dnepryanka	Fozzy Group (Ukraine)	직접구매/ 수입자	식료품점/ 할인점	13	전국
Fora				39	
ATB	Corporation «ATB» (Ukraine) There are also discounters working under the same brand	직접구매/ 도매상/수입자	편의점	157	전국
Rainford	Trade and industrial group «Rainford»	도매상/수입자	식료품점/ 편의점	300이상	중부지역, 심페로폴
Barvinok	Intermarket CJSC	직접구매/ 도매상/수입자	식료품점	14	서부지역
Kurazh	Atlant LLC	직접구매/ 도매상/수입자	식료품점	4	루간스크
Rukavychka	TPK Lvovkholod (Ukraine)	직접구매/ 도매상/수입자	식료품점	11	서부지역
Obzhora	-	직접구매/ 도매상/수입자	식료품점	8	다네츠크
Kopeyka	Vit Almi LLC (Ukraine)	직접구매/ 도매상/수입자	편의점	5	4 오데사 1 이즈마일

자료 : Alliance Capital Management, the Ukrianian weekly newspaper Business

전통매장 : Independent Grocery Market, Open-Air Market

카운터에서 물건을 판매하는 소비에트 스타일의 상점(전통 식료품점)들은 우크라이나에서 꽤 일반적이며, 이들 중 일부는 도심에 위치해 있으면서 주중에 직장인이나 주민을 대상으로 식품을 팔고 있지만 최근에는 편의점 체인회사로 넘어가 현대식 편의점으로 변화하고 있음

대도시 외곽에서는 전통 식료품점이 살아남기 위해 24시간 영업, DVD/ CD 판매자에게 일부 공간 임대, 사진현상 서비스 등을 겸함. 일부는 슈퍼마켓이나 현대식 편의점 체인이 들어서기에 경제적으로 맞지 않는 대도시 외곽이나 지방소도시에서 성공적으로 운영됨

식료품점은 보통 24시간 영업하며 주류, 스낵, 통조림, 육류가공식품과 같이 저가의 식료품이나 외국에서 제조하여 유통기한이 긴 제품을 판매하고 있음. 대부분 도매업체로부터 물건을 조달하지만 소규모(150-200 sq.m.)의 식료품점은 Cash&Carry나 대형도매 재래시장에서 물건을 구입함

통계청 자료에 따르면 우크라이나에는 2005년 기준 500개의 식품 재래시장을 포함, 2,866의 재래시장(bazaar)이 운영되고 있음. 이 중 26개 식품 재래시장이 키예프에 있으며, 전체 재래시장의 55%는 식료품과 공산품이 같이 거래하고 있음. 전형적인 우크라이나 재래시장은 농부를 위한 공간을 포함하고 있으며 키오스크에서는 가공식품을 주로 판매함

2005년 통계에 따르면 우크라이나 식품의 약 40-45%가 재래시장을 통해 판매하고 있으며 주로 채소, 과일, 육류, 꿀, 견과류가 판매되며, 유제품, 해바라기 씨유, 주류는 점차 재래시장에서 다른 형태의 시장으로 이동하고 있음. 재래시장은 열악한 고객서비스, 저장시설 부족, 슈퍼마켓보다 비싼 가격에 낮은 품질의 제품을 판매되기도 함

일부 개조한 대도시의 중앙 식품재래시장은 전통적인 고급 슈퍼마켓으로 변화하면서 고품질의 제품을 제공하고 있음. 키예프의 Bessarabskiy, Volodymyrskiy bazaars가 대표적인 예로 이들은 도시의 역사적인 장소에 위치하며 외국인이나 지역 엘리트층을 위한 품목, 수요가 적어 일반 슈퍼마켓에는 없는 품목들을 제공하고 있음

<우크라이나 재래시장 현황(bazaars)>

구 분	2000	2001	2002	2003	2004	2005
합계	2,514	2,715	2,863	2,891	2,869	2,866
식품	634	772	666	597	-	-
공산품	511	608	725	708	-	-
혼합	1,369	1,335	1,472	1,586	-	-

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

최근 시장동향

자체개발 브랜드

우크라이나에서 자체개발 브랜드는 아직 보편화되지 않았으나 대형 슈퍼마켓 체인인 La Furshet이 처음으로 시도하였으며 이미 100개 이상의 상품이 La Furshet 라벨로 생산, Fozzy Group과 Metro C&C도 자체개발 브랜드를 사용함

홍보방법의 다양화

체인점들은 매장 면적당 이윤을 극대화하기 위해 정기적으로 직원을 대상으로 교육을 실시하고 상품진열방법을 연구함

매장 내에서는 신제품 시식행사 및 기타 제품홍보행사를 자주 개최함

매장 내 TV스크린 광고, 전통적인 방법인 포스터, 판넬 광고도 인기 있으며 대형슈퍼마켓은 광고 팜플렛 제작하여 잠재고객에게 메일로 발송하며 특정국가의 제품을 홍보하는 광고물, 쿠폰을 제작하고 있음

휴대폰을 이용한 디지털 마케팅도 널리 이용되고 있으며 당첨권을 이용한 홍보도 실시하고 있음

시장성

우크라이나 소매시장부문 초기(2000-2002)에 농식품은 새로운 슈퍼마켓이 소비자를 끌어들이는 중요한 상품이였기 때문에 농산물 및 식품 생산자는 슈퍼마켓에 상품의 위치, 마케팅과 지불에 관한 사항을 요구할 수 있었으나 대도시에서 중상층에게 매력적인 소매유통체인점의 시장점유율이 높아진 2003-2004년 사이 상황은 바뀌어서 소매업체들은 생산자까지 통제하고 있음

시장진입 여건

시장진입을 위해서는 기본적으로 소비자 기호 및 수입을 고려한 상품 선정, 현지 경쟁력, 유통채널 정보 등 전문컨설팅기관에 의한 사전시장조사가 선행되어야 함

우크라이나 식품박람회 참관은 시장을 파악하고 수입자 및 벤더 정보를 얻기에 좋은 기회이며, 보통 대형업체들이 박람회에 주로 참가하고 있음

수입요건에 관한 추가정보를 얻기 위해서는 정부 법무기관의 담당자를 만나야 하며 자국 대사관 및 현지 진출 관련기관, 또는 우크라이나 시장에 이미 진출해 있는 외국 파트너의 자문을 얻는 것이 좋음

처음 제품을 공급하기 위해서는 통관에 있어서 좋은 평판과 경험을 있고 저장시설, 발달된 유통망을 가지고 있는 대형 현지 수입회사를 이용해야 함. 수입회사는 유럽 등 선진국의 공급자와 업무경험이 있어야 하며, 대형국내 수입회사는 현지 사정에 밝고 거래관계 확실, 정부당국과의 연락망이 있음. 또한 우크라이나는 개인적인 유대관계가 비즈니스에서 중요한 역할을 함

우크라이나의 식품 수입관세는 일정하지 않음. 대형 포장의 가공 전 제품 또는 대량포장 반제품의 관세는 0%가 많고 포장제품 또는 완제품의 관세는 상당히 높은 편이므로 많은 회사들이 완제품으로 마켓테스트를 한 후 만일 상품이 현지시장에서 성과가 있을 경우 현지 가공 및 포장을 고려하는 것이 바람직 함. 실제로 많은 수입자가 차류, 뮤즐리, 초콜릿, 스낵, 견과류, 커피빈 등을 우크라이나에서 포장하거나 자유무역협정(FTA)을 맺은 러시아나 다른 CIS국가에서 작업하고 있음

우크라이나에서 슈퍼마켓 진입비용은 회사 입점비, 품목당 자리비, 지정 선반비, 판매코너의 팔레트 설치비 등 여러 항목임. 입점비, 지정선반비, 팔레트 비용은 각각 100-250달러 정도이며 수출자는 소매업체에 판매액의 특정 퍼센트를 납부하기도 함. 소매 체인점의 팜플릿 제작, 매장 내 홍보활동 등 마케팅비용 추가 가능성이 있으므로 총 진입비용은 한 매장에 한 품목당 1,000-1,500달러가 들어가며 모든 비용은 협상이 가능함

4 농식품 수출입동향

가. 전체 수출입동향

우크라이나의 2006년 수출은 38,367 백만 달러이고 작년 동기보다 11.8% 증가하였음. 수입은 45,034 백만 달러이며 증가율은 24.6%임

우크라이나는 일반적으로 수출을 장려하는 나라지만 2006년에 수출입수지는 6,666백만 달러 적자임. 총 수입에서 에너지 수입 비중이 28% 이상이며, 2006년 에너지 수입가가 급격히 상승하여 수입액이 12,711 백만 달러에 이르렀으며, 이와 관련 에너지 절약형 산업 설비와 기자재의 도입도 급격히 증가함. 일인 당 평균 임금 및 최소 급여 수준을 인상시킨 우크라이나 경제 및 사회정책으로 소비자 제품 수요가 증가함으로써 수입 증가의 요인으로 등장했으며 불법으로 수입하는 제품을 공식 수입으로 변환시키기 위한 수입통제 강화로 수입액이 상승함

우크라이나의 품목별 수출 동향을 보면 금속 분야가 제일 큰 비율(42.8)을 차지하며, 기계류 13.6%, 농업 및 식품업 12.4%, 화학제품 11.1%, 광물 10.6% 등임. 우크라이나의 주요 수출국은 러시아(8,650백만 달러, 22.5%), 이탈리아(2,503백만 달러, 6.5%), 터키(2,390백만 달러, 6.2%), 폴란드(1,344백만 달러, 3.5%), 독일(1,283백만 달러, 3.4%) 순임

나. 농식품 수출입동향

우크라이나 경제에서 농식품 수출이 차지하는 비중이 매우 큼. 과거 불규칙적인 생산량, 노후한 기반시설, 기술적 제한 등으로 어려움을 겪었으나 농업 부문이 전반적으로 개선되면서 2000년 이후 우크라이나는 순수 식품 수입 국가에서 순수 식품 수출국가로 전환하였으며, 2006년 4,713백만 달러의 농식품을 수출, 3,166백만 달러의 농식품을 수입하여 농업무역에서 1,547백만 달러의 흑자를 기록함

우크라이나의 전체 수입 중 농식품이 차지하는 비중은 7%이며 수입금액은 2005년에는 전년대비 140.7%, 2006년에는 전년대비 118%씩 증가함

우크라이나의 주요 수출품목은 밀, 보리, 해바라기씨유, 제과류, 유제품 등이며 주요 수입품목은 담배, 가공식품, 커피농축액, 바나나, 팜유 등이며 브라질, 독일, 말레이시아, 에콰도르가 위의 5개 주요 수입품목을 공급함

<우크라이나 농식품 수출동향>

(단위 : 천 달러)

품 목	2004	2005	2006	전년대비, %
합 계	3,472,769	4,307,006	4,713,363	109.4
농산물	1,137,439	1,695,853	1,951,132	115.1
축산물	648,482	732,226	396,473	54.2
동식물성 유지	546,114	587,250	971,401	165.4
가공식품	1,140,734	1,291,677	1,394,357	108.0

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

<우크라이나 농식품 수입동향>

(단위 : 천 달러)

품 목	2004	2005	2006	전년대비, %
합 계	1,908,314	2,684,081	3,166,459	118.0
농산물	439,488	525,492	671,672	127.8
축산물	314,986	499,641	649,048	129.9
동식물성 유지	149,264	204,054	191,088	93.6
가공식품	1,004,576	1,454,894	1,654,651	113.7

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

<주요 농식품 수출동향>

(단위 : 천톤, 천달러)

품목	2004		2005	
	물량	금액	물량	금액
농식품 수출 총계	-	3,472,769	-	4,307,006
밀	2,554	288,900	6,009	652,171
해바라기씨유	869	528,474	851	545,785
보리	3,710	370,720	3,502	444,391
치즈	90	212,583	116	320,200
옥수수	1,234	168,978	2,796	268,890
증류주, 리큐르 기타 주정음료	73	131,684	162	246,013
초콜릿 조제품	162	194,747	151	225,626
우유 및 유제품	114	158,200	112	181,001
쇠고기	78	165,600	56	142,753
오일 케이크(조제사료)	104	129,510	981	94,914
빵, 파이, 케이크, 비스킷 등	75	68,942	82	81,496
설탕과자	69	62,454	67	71,709
시가	7	52,040	8	68,661
맥주	216	59,700	261	67,639
과실주스, 채소주스	29	15,609	103	65,624
견과류	14	26,582	19	48,043
해바라기씨	354	97,412	183	44,311
버터 및 기타동물성유지	42	62,673	24	43,859

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

<주요 농식품 수입동향>

(단위 : 천톤, 천달러)

품목	2004		2005	
	물량	금액	물량	금액
농식품 수입 총계	-	2,684,081	-	3,166,459
잎담배	75	204,171	79	234,531
초콜릿제품	73	45,946	158	107,794
팜유	130	72,226	204	104,690
기타조제담배	10	40,999	16	82,655
닭고기	296	123,400	142	67,837
바나나	67	18,096	249	67,396
차류	6	13,473	21	63,755
당류	342	74,571	220	62,497
감귤류	136	31,032	256	56,478
과실주스, 채소주스	-	-	50	49,652
돼지고기	41	22,230	46	47,455
시가	2	29,613	2	39,818
소스류	-	-	12	35,905
코코아두	14	28,659	18	35,819
코코아 페이스트	9	28,833	13	32,540
와인	11	19,302	24	32,352
제빵, 제과류	-	-	16	31,942
커피	21	77,872	16	31,924

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

<우크라이나 주요 수입농식품 공급국가 및 시장현황>

품 목	주요 공급국가	공급국가 경쟁력	현지 생산 및 시장
가금육 수입 : 142 천톤	미국 46% 독일 16% 영국 11%	- 미국, 브라질산은 가격경쟁력이 있음 - EU는 지리적으로 가깝기 때문에 유리한 위치에 있음	- 국내생산량이 지속적으로 증가하고 있으며 냉장상태로 공급 - 국내 닭고기 공급량 부족
돼지고기 수입 : 46 천톤	브라질 62% 중국 19% 폴란드 12%	- 주요 공급국가 가격 경쟁력 보유 - 안정적인 품질	- 대부분의 개인농장과 산업 농장에서 생산 - 소비량에 비해 생산량 부족 - 일부에서는 2006년 기술 개선을 바탕으로 생산량 증가세로 돌아섬
쇠고기 수입 : 31 천톤	브라질 61% 아르헨티나 19% 그루지야 15%	- 주요 공급국가 가격 경쟁력 보유 - 안정적인 품질	- 대부분의 개인농장과 산업 농장에서 생산 - 소비량에 비해 생산량 부족 - 고품질의 쇠고기 생산량 부족
수산물 수입 : 371 천톤	노르웨이 45% 아이슬랜드 7% 러시아 6% 에스토니아 5% 미국 5%	- 노르웨이는 다양한 종류의 제품을 공급, 안정적인 공급 보장 - 노르웨이 수출자들은 국가의 홍보 프로그램 에 참여	- 노후한 저장시설 및 어선 - 구식 가공시설 - 국제해역에서의 어업활동을 위한 쿼터획득 문제
신선농산물 수입 : 20톤	중국 19% 폴란드 15% 스페인 9% 네덜란드 8%	- 서유럽에서 생산되는 채소는 일정한 고품 질의 상태 유지 - CIS 국가에서 생산 되는 신선농산물은 가격경쟁력 보유	- 많은 사람들이 집 근처의 텃밭에서 채소를 키움 - 대규모 농장들은 현대적인 저장 및 가공시설 부족 - 소매유통망으로의 안정적인 제품공급이 까다로움
냉동채소 수입 : 3 천톤	폴란드 64% 스웨덴 17% 벨기에 7%	- 폴란드 회사들은 고 품질, 높은 브랜드 인지도, 발달한 공급 시스템을 통해 높은 시장 점유율 유지	- 대도시에서는 수요가 증가 하고 있으나 공급은 부족
과일(신선, 건조) 수입 : 652 천톤	에과도르 34% 터키 22% 이집트 6% 몰도바 6%	- 남미, 스페인, 그루 지야, 아제르바이잔은 품질대비 저렴한 가격의 감귤류 공급	- 폴란드, CIS국가로부터의 밀수입이 많음 - 저장시설부족 - 현지 생산비용은 낮음

품 목	주요 공급국가	공급국가 경쟁력	현지 생산 및 시장
견과류 (땅콩제외) 수입 : 8 천톤	터키 39% 아제르바이잔 17% 독일 15% 미국 5%	- 터키는 주로 낮은 가격에 헤이즐넛과 피스타치오를 공급 - 아제르바이잔은 헤이즐넛, 미국은 아몬드 공급	- 견과류 대규모 산업생산 부족 - 제과산업의 집중적인 개발
채소 및 과일 통조림 수입 : 138 천톤	아제르바이잔 20% 러시아 16% 네덜란드 12%	- 교역국가들과 안정적인 관계를 유지하고 있으며 이들의 브랜드 인지도 높음 - 밀수입 물량이 많음 - 헝가리(채소)와 스페인(올리브)의 시장 점유율이 높음	- 현지 생산자들은 빠르게 시설을 개선하고 있음 - 저가의 원료와 전통적인 현지 브랜드로 발전 가능성이 높음
과일주스, 과일농축액 수입 : 50 천톤	네덜란드 21% 러시아 20% 몰도바 10%	- 서유럽 국가들은 고품질의 제품 공급 - 러시아는 낮은 가격에 좋은 품질의 제품을 공급	- 사과농축액, 토마토 페이스트, 베리의 현지 생산은 국내 수요를 부분적으로 충족시키고 있으나 여전히 수입농축액에 대한 의존도가 높음 - 러시아에서 완제품으로 수입되는 주스와 경쟁이 심함 - 주스에 대한 수요는 증가하고 있으며 건강음료라는 이미지가 강함
쌀 수입 : 127 천톤	이집트 60% 베트남 11% 인도 10%	- 베트남과 중국산은 가격경쟁력이 있음 - 인도와 미국산은 고품질을 보장하는 동시에 미국산 쌀은 프리미엄으로 분류되어 고가에 거래됨	- 현지 생산량은 전체 국내 수요의 절반만 충족시킴 - 국내산은 가격이 높은 반면 품질이 떨어짐 - 안정적인 수요
맥주 수입 : 32 백만 리터	러시아 93% 독일 2% 체코 1%	- 다양한 러시아 맥주를 적정가격에 공급 (FTA로 인해 무관세 혜택)	- 현지 생산, 현대적인 생산 시설, 다양한 종류, 좋은 품질, 낮은 가격의 제품에 대한 수요가 꾸준히 있음

품 목	주요 공급국가	공급국가 경쟁력	현지 생산 및 시장
와인 수입 : 23 백만 리터	몰도바 70% 헝가리 10% 그루지야 12% 프랑스 2%	- CIS산 와인은 적정 가격에 공급되며 전통적인 브랜드 인지도가 있음 - 서유럽 와인은 상위 그룹에 속하며 고품질로 인식	- 현지 생산 와인에 대한 수요가 꾸준히 유지 - 다양한 종류와 낮은 가격 - 전통적으로 단맛의 와인을 선호
리큐어, 기타 높은 도수의 주류 수입: 5.2 백만 리터	아제르바이잔 31% 그루지야 30% 미주 9%	- 전통적으로 아르메니아산은 좋은 품질이 적정가격에 공급됨 - 그루지야, 불가리아는 코냑 공급국가 - 데킬라, 위스키, 럼, 진과 같은 전통적이지 않은 알콜음료에 대한 수요가 높음	- 지역적으로 생산되는 알콜 음료는 고품질과 다양한 종류 구비 - 코냑의 수입의존도가 높음 - 도수가 높은 알콜에 대한 블랙마켓 형성 - 낮은 품질의 저가 제품군 형성
애완동물 사료 수입 : 31 천톤	헝가리 27% 러시아 26% 미국 18%	- 러시아는 인지도가 높은 상품을 저가에 공급 - 미국 브랜드는 고품질로 인식되고 있음	- 전통적으로 가정용 애완 동물의 수가 많음 - 시장잠재력은 있으나 아직까지 공장에서 생산된 애완동물 사료에 대한 수요가 낮음

자료 : 우크라이나 통계청, DZI information bases, expert estimates

II

수출 유망품목 시장동향

1. 음료
2. 차류
3. 소스류

1 음료

가. 생산현황

우크라이나의 음료시장은 2005년 10%, 2006년 12%, 2007년 17%의 성장세를 지속하고 있으며, 유럽에서 가장 빠르게 성장하는 신흥시장(emerging market)으로 평가 받고 있음. 이에 따라 음료부문에 대한 외국인 직접투자 비율이 전체 식품산업 중 50%로 매우 높은 편이며 국내외 기업들의 우크라이나 음료 시장에서 점유율을 높이기 위한 경쟁이 심화되고 있음

우크라이나 식품시장은 전체 소비 중 90%가 국내생산이며 음료 전체 유통량의 92.3%가 국내에서 생산. 특히 현지에서 생산되는 값싼 원료를 이용, 자본투자에 의한 생산시설 및 품질의 향상으로 지난 5년간 평균 20%의 생산량이 증가함

전체 음료시장은 규모를 확대하고 있지만 주요 성장 동력은 주스와 물이며, 탄산음료는 2005년 47%에서 2006년 44%로 비중 감소. 주스는 19%에서 20%로, 물은 34%에서 36%로 비중 증가(이 중 가스가 없는 물의 비중은 17%)

우크라이나 무알콜음료 생산규모는 연간 140백만 달러 이상이며, 통계청에 따르면 무알콜 탄산음료 부문에 등록되어 있는 상표만 250여개 임

10여개 음료업체가 전체 시장의 55% 점유, 나머지 45%는 약 200개의 중소기업체가 차지. 중소기업체의 음료는 소규모 상점, 도매시장 등에서 주로 거래되며, 음료 소비량이 크게 증가하는 여름에 주로 생산량 증가. 슈퍼마켓 체인이나 대형유통 업체에 중소기업체의 음료 입점이 거의 불가능하며 주로 대규모 생산업체의 제품 입점, 판매하고 있음

<우크라이나 음료 생산량>

구 분	단위	2003	2004	2005
과즙음료 및 넥타	천 톤	400	473	672
청량음료	10백만 리터	125	140	169
광수	10백만 리터	6.5	7.7	11.9
탄산수	10백만 리터	79.3	77.3	101

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

	
마켓 내 음료진열대(국내생산품)	우크라이나에서 인기있는 음료브랜드 중 하나인 JAFFA 제품

나. 수출입현황

우크라이나의 2006년 탄산음료 수출규모는 2백만 달러 이상이며 여름에 수출량은 평소보다 7-10% 증가함

우크라이나의 대표적인 음료 수출국은 러시아이며, 주로 국내 생산량이 부족한 기능성 음료, 에너지 드링크 등을 수입함. 향후에는 국내 생산량 증가와 함께 수입비중 감소가 예상됨

2005년 상반기 우크라이나 음료 수입량은 19.8 천톤이었으며 전년도 같은 기간보다 4% 감소. 주요 우크라이나 음료수입자는 "Nidan-Ecofruit"(TM 《Champion》, 《Da》), "Lebedyanski"(TM 《Ya》, 《Fruktovy Sad》, 《Tonus》), Multon(Coca-Cola 소유 : TM 《Rich》, 《Dobry》) 등의 러시아회사 임

우크라이나의 음료 수입관세는 30%(단, 1L 당 0.5EUR 이상)로 높은 편이기 때문에 대부분은 자유무역협정이 체결된 CIS국가에서 수입되거나 수입관세가 2%(단, 1L당 0.05EUR 이상)로 낮은 농축액 형태로 수입되고 있음

<2005 우크라이나 음료 수출입 현황>

(단위 : 톤, 천달러)

구 분	수 출		수 입	
	물량	금액	물량	금액
합계	189,967	94,755	97,025	71,819
과즙음료	102,814	65,624	49,585	49,652
기타음료	21,729	1,092	17,711	6,388
물	65,424	29,131	29,729	15,779

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

<2005 상반기 우크라이나 주스수입 현황>

구 분	수입물량	수입국가
오렌지주스	5.3 천톤	브라질
그рей프후르츠 및 기타감귤류 주스	712 톤	네덜란드, 이스라엘
파인애플주스	2.5 톤	네덜란드, 태국
토마토주스	670 톤	러시아
포도주스	516 톤	아르헨티나, 네덜란드
사과주스	2 천톤	몰도바, 러시아
기타 채소, 과일주스	2.6 천톤	에콰도르, 아제르바이잔
혼합주스	5.4 천톤	네덜란드

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

수입규제제도

필요한 증명서

- 위생검역증명서(certificate of state sanitary and hygiene testing)
- 품질인증서(certificate of conformity)

라벨표기 : 식품명, 중량 및 부피, 식품에 사용된 모든 원료(첨가물 포함), 영양소, 열량, 유통기한 또는 유통기간이 명시된 생산일자, 보관방법, 생산자 이름, 주소, 생산지, 사용방법, GMO 사용 여부, 특정 소비자 그룹(어린이, 임산부, 노약자, 운동선수 등)에 대한 경고문구



【라벨링 예시】

다. 유통현황

<2006년 우크라이나 음료 판매 현황>

구 분	전체 소매거래액		국내생산음료 판매금액	
	백만 UAH	1인당 구매금액 UAH	백만 UAH	전체거래액 중 비율
무알콜음료	1,599.1	34.2	1,475.2	92.3
광천수	744.8	15.9	687.0	92.3

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

전체 음료 유통량의 92.3%가 국내에서 생산되며 Sandora, Jaffa, Rich, Sadochok, Pepsi 등 대형생산업체 제품이 주로 슈퍼마켓 체인이나 대형할인 매장에 입점 되며 기타제품은 소규모 상점이나 재래시장에서 거래. 슈퍼마켓이나 대형유통업체 체인은 생산자로부터 직접 구매하는 경우가 많으며 수입제품의 경우 수입자나 도매상을 통하여 구입하고 있음

우크라이나 음료시장은 가격에 따라 5개 그룹으로 분류, 저가그룹의 점유율 1위는 《Sadochok³⁾》 브랜드임. 그 뒤로 《Bely Paket》, 《Sokobita⁴⁾》 등이 있음. 중간가격대도 "Sandora"의 《Dar》 브랜드가 1위이며, 그 뒤로 "Bitmak-Ukraine"의 《Jaffa》 점유율이 높게 나타남

고가그룹에서도 "Sandora"의 《Sandora Gold》, "Bitmak-Ukraine"의 《Jaffa Gold》의 점유율이 높으며 3위는 "MCT-Region"의 《Mriya》, 고가그룹에 속하는 음료의 주요 고객은 소득이 높은 소비자로 나타나는데 전문가들은 이 가격대의 음료시장이 이미 포화상태에 다다른 것으로 평가하고 있음. 프리미엄급은 전체 음료시장의 1%를 차지하고 있으며 "Sandora"의 《Frukty mira》, "Lebedyanski"의 《Ya》가 주요 브랜드로 나타남

<가격대별 브랜드 점유율>

1. 저가그룹(3.63UAH/1L) 내 시장점유율(%)	
TM 《Sadochok》	56
TM 《Bely Paket》	29
TM 《Sokobita》	6
TM 《Soki Binni》	6
기타	3
2. 중저가그룹(3.64~3.98UAH/1L) 내 시장점유율(%)	
TM 《Soki Biola》	64
TM 《Sandora Classic》	15
TM 《Moya Simya》	7
기타	14
3. 중가그룹(3.99~4.44UAH/1L) 내 시장점유율(%)	
TM 《Dar》	50
TM 《Jaffa》	37
TM 《Lesnaya yagada》	5
기타	7

3) 제조회사 : Sandora, 제품종류 : 20가지 맛, 포장 : 종이팩, 용량 : 0.2~2L 5가지

4) 제조회사 : Bitmak-Ukraine

4. 고가그룹(4.62~5.57UAH/1L) 내 시장점유율(%)	
TM 《Sandora Gold》	65
TM 《Jaffa Gold》	17
TM 《Mriya》	10
TM 《J-7》	3
기타	5

5. 프리미엄그룹(5.57UAH/1L 이상) 내 시장점유율(%)	
TM 《Sandora》, 《Frukty mira》	44
TM 《Ya》	37
TM 《Santal》	12
TM 《Chuda-Yagada》	7
TN 《Rio-Grande》	2

우크라이나 최대 주스 생산업체는 2006년 시장점유율 약 47%를 차지한 Sandora이며 2007년에는 Pepsi(PepsiCo, PepsiAmerica)가 Sandora의 구입 계획이 있음

■ Sandora 업체 현황

- 공장현황
 - 과일·채소 가공공장 3개 및 주스 생산공장 1개 (Mykolayiv Region, Kherson Reigion, Crimea)
- 생산능력
 - 1년에 주스 10억 패키지 생산 가능
- 고용현황
 - 직원 3,500명
- 브랜드
 - Sandora, Sandorik, Dar, Sanday Ice Tea, 2 wine brands 등
- 수출현황
 - 전체 생산량의 25%, 우크라이나 전체 주스 수출량의 48%를 벨라루시, 러시아, 몰도바 등 CIS국가 및 미국, 독일, 스웨덴, 이스라엘, 폴란드 등 24개국으로 수출
- 판매현황
 - 우크라이나의 가장 인기있는 브랜드 10개 중 Sandora의 브랜드 3개가 포함되어 있음
 - 우크라이나 소비자들은 주스 브랜드 중 Sandora의 Sadochok 47.6%, Sandora Gold 24%, Dar 8%를 구매
- 주요 경쟁사
 - Erlan Ltd. (브랜드 : Biola, Frutkova simeyka)
 - Vitmark-Ukraina Odessa (브랜드 : Sokovyta, Jaffa, Gabi, Soletto, Bely sik)
 - Nidan-Ecofrukt (브랜드 :BKZ, Moya Sem'ya, Jungle Way)

우크라이나에서 가장 인기있는 음료 포장은 종이팩(80%)으로 전통적인 “Tetra-Pack”과 그 변형인 “kombiblock” 임. 펠트포장은 브랜드 《Soki Biola》 덕분에 점유율이 2004년 2%에서 2005년 17%로 크게 증가 함. 유리는 3%만 이용하고 있으며 주로 수입제품(독일브랜드 《Bramini》)이나 프리미엄급 주스에 사용됨



라. 소비현황

우크라이나의 음료소비량은 아직 유럽국가나 러시아에 비하여 적은 편이지만 매년 꾸준히 증가하고 있는 추세 임. 국민소득이 증가하고 건강에 대한 관심도가 증가하면서 과즙음료, 비타민 음료 등에 대한 소비 증가함

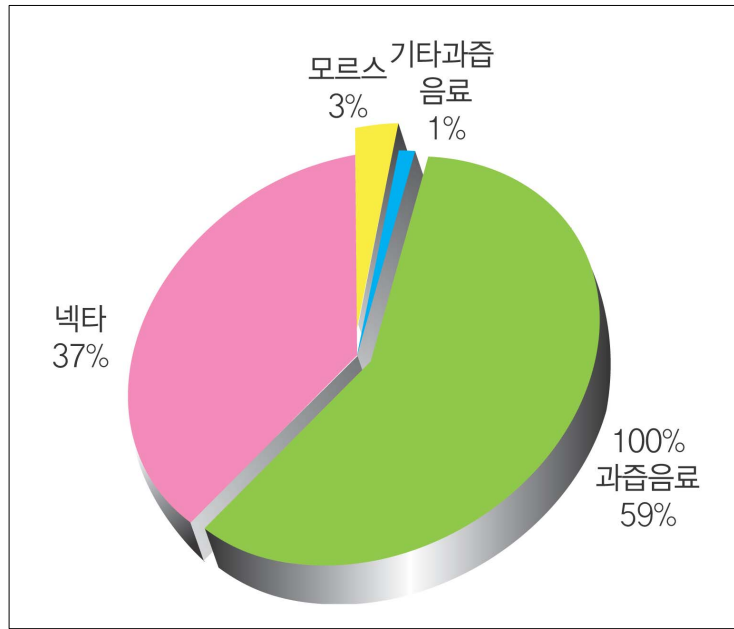
<국가별 음료 소비량>

국가	독일	오스트리아	덴마크	영국	러시아	우크라이나
1인당 음료소비량(L)	40	30	20	19	15	8

소비자가 주스를 구입하는 동기로 57.7%가 건강, 38.3%가 맛에 대한 만족 때문인 것으로 나타났으며, 기타과즙음료에 대해서는 갈증해소 32%, 새로운 맛을 경험하기 위한 시도 12%로 조사됨

탄산음료를 제외한 음료 소비형태를 보면 주스(100% 과즙) 57%, 넥타(과즙:물=50:50) 37%, 모르스(과즙+퓨레) 3%, 기타과즙음료(과즙 함유량 25% 이하) 1%이며, 지역별로는 우크라이나의 중부, 남부, 남동부 지역의 소비량이 가장 많아 이 지역에 구매력이 높은 소비자가 거주하는 것으로 나타남

<비타민 함유음료 소비현황>



맛에 대한 선호도는 가격대 별로 구분 : 저가 음료 중에서는 가장 일반적인 오렌지, 사과, 토마토, 복숭아 맛이 인기 있으며, 중저가 중에서는 두 가지 이상의 맛이 혼합된 것, 높은 가격대에서는 망고, 아르헨티나 그레이프후르츠, 플로리다 오렌지와 같은 열대과일 맛이 인기있음

우크라이나 소비자들은 국산제품에 대한 신뢰도와 선호도가 높으며 음료는 날씨 및 계절의 영향을 많이 받으며 여름에 20-25% 소비량이 증가함

마. 한국산 유통 및 소비현황

우크라이나 시장도 구소련 해체와 경제위기 후 신흥시장(Emerging Market)으로 떠오르면서 외국인직접투자가 급격히 증가하였고 다국적기업들의 시장진출 및 시장점유율 확대를 위한 활동이 지속되고 있음

음료시장의 경우, 일반품목인 과즙음료 및 탄산음료는 포화상태에 가까워지고 있으며 이와 차별화된 완전히 새로운 제품이 아니면 시장진출이 어려움. 녹차, 자스민차 아이스티 등 일본, 중국 컨셉의 신제품들이 증가하고 있는 추세이며 실제로 중국, 베트남 제품들이 비주류 그룹에서 가장 큰 경쟁자임

우크라이나에서 유통되고 있는 한국산 제품은 현재 러시아 유통업자에 의한 해태음료의 FRUTING 뿐이지만 러시아에 진출한 다른 한국식품 취급업체들의 시장개척 활동이 지속적으로 이루어지고 있음

일부 품목에 대해서는 현지 바이어들이 호감을 나타내기도 하지만 한국산은 유럽이나 현지 제품에 비해 브랜드 인지도가 낮기 때문에 바이어 입장에서는 제품에 대한 확신을 갖기가 어려움. 특히 가격, 포장디자인이 가장 큰 걸림돌이 되고, 현지 또는 다른 아시아지역 제품과 비교하여 가격이 문제시되며, 현지 제품을 포함한 유럽과 비교하였을 때에는 포장디자인이 적합하지 않다고 여김

■ 해태음료 FRUTING

◦ 제품 및 유통현황

- 과즙음료 FRUITING은 AT-Trade Food & Beverages(미국AT-Trade INC.의 자회사, CIS 전 지역에서 생산 및 유통)의 주문으로 해태음료에서 제작, 공급하는 제품으로 러시아 및 다른 CIS 지역에도 유통
- 16가지 맛이 있으며 씹히는 과일이 들어있는 제품으로 캔 포장(238ml)은 한국에서 생산, 플라스틱 포장(430ml)은 중국에서 생산
- 보통 매대는 다른 주스류와 구별되어 기타음료코너에 진열되어 있거나 별도의 매대 또는 FRUITING용 냉장고에 진열

◦ 소비현황

- 가격은 3.49 ~ 6.48 UAH로 다른 음료제품에 비해 높은 편이지만 유사품이 없는 특색 있는 음료
- 우크라이나에서 주스, 벡타 종류의 음료는 일상적으로 소비되고 있지만 FRUITING은 기호식품의 성격으로 소비

<한국산 음료수입 현황>

(단위 : kg, 달러)

품 명	2005년		2006년		증감율	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
과즙음료	62,798	49,706	141,297	117,372	125%	136%

바. 한국산 진출여건

기 회	위 험
◦ 소득증가와 함께 건강에 대한 관심 증가로 비타민 음료 등 과즙음료에 대한 소비증가 ◦ 전자제품을 비롯한 한국산 제품에 대한 좋은 인지도	◦ 음료시장에서 낮은 수입제품비중(10% 미만) ◦ 음료완제품의 높은 수입관세 : 30% ◦ 정부는 국내산업 보호를 위한 여러 가지 규제제도를 운영 ◦ 잦은 수출입 관련 법률 변경
강 점	약 점
◦ 한국산 음료는 현지에서 유통되고 있는 음료와 다른 새로운 제품으로 틈새시장 발굴 가능 ◦ 해태 등 기진출 한국음료 제품에 대한 좋은 반응	◦ 현지 및 CIS, 중국 제품의 현지저가시장 장악 ◦ 외국기업 및 다국적기업의 현지생산 사례 증가 ◦ 제품 가격에 비해 포장디자인이 떨어짐 ◦ 한국식품에 대한 인지도 부족 ◦ 국내산이나 유럽산에 대한 현지인들의 높은 선호도

사. 수출확대 관련 제언

무역장벽을 고려한 진출전략(진출여부 결정)

- 반드시 진출하고자 한다면 현지 바이어와 직접 거래하는 것이 가장 좋은 방법임
- 수출입 관련 법률이 자주 변경되므로 현지 사정에 밝은 수입자나 관계기관과의 친분이 필요함
- 직접 수출이 어렵다면 자유무역협정이 체결된 주변 러시아 및 CIS 국가를 통한 수출도 가능함 (단, 이 경우 운송비 및 제품 품위유지 고려)

- 완제품에 비해 관세율이 낮은 원료 또는 미완성 제품 수출로 대체

시장 트렌드, 소비자 선호도를 고려한 품목 결정

- 유사제품이 없는 틈새시장 발굴 및 품목 선정이 필요함
- 포장디자인 개선 및 품질의 고급화·차별화를 통한 중상층 이상의 소비자 그룹 공략이 필요

제품 홍보

- 한국산 제품에 대한 인지도 매우 낮고 현지 생산제품을 선호하므로 매장 내 소비자 대상 시음행사에서부터 언론매체 홍보까지 다양한 마케팅 활동 필요
- 제품 품질 및 공정 관련 정보공개를 통한 소비자의 신뢰 확보

2 차 류

가. 수입현황

차류의 원료는 대부분 수입산이지만 수입관세 비용을 줄이기 위하여 원료만 수입, 포장은 우크라이나에서 하는 경우가 많기 때문에 국내 생산차류의 비중이 66% 정도로 높은 편임. 차류는 전 세계적으로 소비되지만 주요 생산국가는 중국, 인도, 스리랑카, 인도네시아 등으로 한정됨

우크라이나의 전체 차류 수입 중 90%가 홍차. 주요 홍차 수입국가는 스리랑카, 러시아, 인도네시아, 인도, 그루지야 등임. 최근 수요가 증가하는 녹차(향 및 과일 첨가)와 허브차는 중국이 주요 공급국가 임

최근까지 차류는 완제품의 경우 수입관세가 높아 대규모 우크라이나 수입 업체들이 원료생산지에서 원료 반포장 상태로 수입, 우크라이나 영토 내에서 상품으로 포장하여 판매함

그러나 최근 차류의 수입관세가 kg당 2-4 euro에서 화물 가격의 10%로 내린 후 완제품의 수입물량도 크게 증가하였고 업체간 경쟁이 심화되었으나 특별히 시장에서 큰 비중을 차지한 업체는 없음

<2006 우크라이나 차류 수출입현황>

구 분	수출		수입	
	물량(톤)	금액(천달러)	물량(톤)	금액(천달러)
차류	159.9	844.4	22,199.7	63,754.7
마태 (파라과이산차)	0.6	4.8	21.7	73.0

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)



현지 유통되는 차 제품



세계적인 차 생산업체인 Ahmad 제품은 포장형태에 따라 원료 생산지에서 직접 포장, 수입되기도 하고 원료를 수입, 우크라이나 내에서 포장·판매하기도 함

수입규제제도

필요한 증명서 및 검사

- 위생검역증명서(certificate of state sanitary and hygiene testing)
- 식물검역(Phytosanitary Inspection)
- 품질인증서(certificate of conformity)

라벨표기 : 식품명, 중량 및 부피, 식품에 사용된 모든 원료(첨가물 포함), 영양소, 열량, 유통기한 또는 유통기간이 명시된 생산일자, 보관 방법, 생산자 이름, 주소, 생산지, 사용방법, GMO 사용 여부, 특정 소비자 그룹(어린이, 임산부, 노약자, 운동선수 등)에 대한 경고문구



【라벨의 유통기한 표기 예】

나. 유통현황

전통적으로 가장 많이 소비되는 차는 실론티(홍차)이며, 녹차, 허브차, 과일차, 향차, 타민족 차(로이부쉬, 마테, 라파초)의 비중은 증가 추세임

<차의 원산지별 비중>

원산지	비 중
실론티	75%
인도차	8%
중국차	10%
케냐차	5%
기타	2%

<차의 종류별 비중>

종 류	비 중
홍차	85%
녹차	14%
꽃차	1%

우크라이나에는 세계적으로 유명한 차 브랜드는 거의 모두 유통되고 있으며 현재 차류 시장은 포화상태임. 최근 몇 년간 시장에서 유통되는 수량은 성장을 멈추었고 금액만 2005-2006년 사이 10% 증가. 이는 가격이 높은 티백 포장의 차류와 프리미엄급의 고가 차류에 대한 소비 증가, 인플레이션의 영향이며, 이러한 추세는 계속될 것으로 분석됨

현재 우크라이나 차류 시장에는 150개 이상의 상표가 유통되고 있으며 이들 중 다수는 지역적으로 판매하거나 불규칙적으로 상품을 공급하고 있음

주요 차류 공급업체는 세계적으로 유명한 Lipton, Ahmad Tea를 비롯하여 우크라이나 현지 상표 Batik, Askold, Monomah, 러시아의 May tea, Orimi (TM "Princess", "Greenfield"), 스리랑카의 Dilmah, Hyleys, Riston 등 임

<브랜드별 시장점유율>

상 표	점유율
Ahmad Tea	17.2%
Lipton	15.0%
May tea	14.0%
Princess	9.5%
Batik	8.0%
Askold	8.0%
Dilmah	6.0%

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

우크라이나 차류시장은 가격에 따라 4 부류(저가, 중가, 프리미엄, 엘리트)로 구분. 최근 저가 차류의 비중은 감소하고 고가 차류의 비중이 증가하고 있어 소비자들이 가격보다는 차의 품질에 따른 구매를 더 선호하고 있는 것으로 보임

<부류별 가격 및 비중>

구 분	가 격(100g 당)	비 중
저가	3 UAH 미만	30%
중가	3-5UAH	33%
프리미엄	5-10UAH	35%
엘리트	10UAH 이상	2%

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

<2006년 우크라이나 차류 판매 현황>

구 분	전체 소매거래액		국내생산차류 판매금액	
	백만 UAH	1일당 구매금액 (UAH)	백만 UAH	전체거래액 중 비율
차류	482.5	10.3	319.0	66.1%

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

공급업체간 경쟁이 심화되어 매장 진입에 드는 비용 및 진열대 유지비용이 증가하였고 슈퍼마켓 체인점들은 물건판매 이익보다 물건 공급자로부터 받는 이익이 더 많아짐

<우크라이나산 차류 연도별 판매 현황>

(단위 : 백만 UAH)

구 분	2000	2002	2003	2004	2005	2006
차류	45.1	75.4	105.1	156.7	217.4	319.0

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

일반적으로 포장은 가격, 외양, 주변 환경으로부터의 보호능력 등을 고려하여 선택함. 가격이 낮은 폴리에틸렌의 경우 저온상태에서의 제품 보호 능력이 떨어지지만 습기로부터 충분히 제품 보호가 가능, 반면 종이상자 포장은 폴리에틸렌 보다 저온에서 강하지만 습기차단능력은 약함

규모가 큰 기업들은 여러 가지 형태의 포장재를 사용함. 상자 외에도 안에 일정 분량씩 나누어 담은 호일포장을 추가로 넣고 상자 외부에 셀로판종이를 둘러 밀폐시켜 습기나 외부와의 화학작용으로부터 보호하고 향을 보존함

양철 포장과 도자기 포장은 고급스럽고 차 보호수준이 높지만 차의 가격이 비싸지기 때문에 이러한 포장은 선물용이나 매우 비싼 종류의 차에 사용함

중간 가격대와 프리미엄급 차는 주로 상자 포장이 사용되며 품질이 좋은 차의 경우 내용물 보호를 위한 포장을 더함, 엘리트급 차는 양철, 나무, 유리, 도자기 등의 포장이 사용하며 저가의 차류는 보통 가격을 낮추기 위해 폴리에틸렌을 사용함

포장중량은 보통 50, 100, 250g 등임



다. 소비 동향

2006년 우크라이나 차류 시장 규모는 18,000톤, 150백만 달러(소비자 가격)였으며 한해 1인당 평균 0.4kg의 차를 소비함

2005-2006년 사이 티백 포장형태의 차에 대한 소비가 증가하여 전체 금액의 30%를 차지하였으며 동시에 프리미엄급 차의 판매량도 증가함

최근 차류 소비의 증가는 대부분 슈퍼마켓 체인을 통해 이루어짐. 소비자들이 좋은 품질의 제품을 선호하고 품질이 보장된 슈퍼마켓이나 대형마트에서 구매함으로써 중고가의 유명 브랜드는 더 이상 재래시장에서 판매하지 않음

우크라이나에서 차에 대한 소비는 계절 및 기온의 영향이 크게 나타나며 특히, 추울 때 수요가 증가함. 보통 9월부터 5월까지 홍차에 대한 수요가 증가하고 녹차에 대한 수요가 감소하는 반면, 따뜻한 계절인 5월부터 9월까지의 녹차 소비는 5-7% 증가하고 홍차는 17-20% 감소함

예전에 소비자들은 티백 포장의 차가 잎차보다 품질이 떨어진다고 여겼으나 최근에는 두 종류가 품질면에서 큰 차이가 없다고 인식하고 있어 앞으로도 티백에 대한 수요는 지속될 것으로 예상됨

최근 프리미엄급 차류에 대한 소비가 증가하고 있으며 이는 소비자들의 삶의 수준 및 차 문화가 향상되었음을 보여줌

라. 한국산 진출여건

기 회	위 험
◦ 전통적인 홍차 소비국가이지만 최근 차문화에 대한 관심이 높아지면서 녹차 및 타 민족 차에 대한 소비도 함께 증가 ◦ 소득이 증가하고 차문화가 발달하면서 고급 차류에 대한 소비도 증가 추세	◦ 차류 시장은 포화상태에 가까우며, 경쟁이 매우 심함 ◦ 경쟁이 심하여 광고효과가 쉽게 나타나지 않음 ◦ 정부는 국내산업 보호를 위한 여러 가지 규제제도를 운영 ◦ 수출입 관련 법률이 자주 변경
강 점	약 점
◦ 한국산 차류는 현지에는 없는 새로운 종류이므로 틈새시장 발굴 가능	◦ 차는 스리랑카, 중국 등 전통적인 원산지인 국가에 대한 인식이 강함 ◦ 다국적기업의 현지포장 사례증가 ◦ 제품 가격에 비해 포장디자인이 떨어짐 ◦ 한국 차류에 대한 낮은 인지도 ◦ 현지인들은 국내산이나 유럽산에 대한 선호도가 높음

마. 수출확대 관련 제언

유사제품이 없는 품목 발굴 : 우크라이나 시장에 진출한 한국제품은 없으며 향후 진출 시 녹차(다른 첨가향이 없는 것), 인삼차 등 현지에 없는 품목을 선택. 마켓테스트를 통하여 상품성 확인

유통방법 : 차 전문점이나 슈퍼마켓 체인 등을 통한 제품유통이 일반적이지만 한국차의 경우 인지도가 낮고 특히 유자차와 같은 액상차류와 같은 종류는 차류로 인식되고 있지 않기 때문에 1차적으로 카페나 레스토랑을 통한 제품공급 고려

차의 특성을 살리는 이미지 마케팅 : 수많은 경쟁상대 사이에서 소비자의 선택을 받으려면 TV광고, 잡지광고, BTL(Below The Line)광고 등을 통하여 제품의 이미지를 만들고 인지도를 높여야함

제품정보 제공 : 차문화가 발달함에 따라 소비자의 차 제조방법 및 특성에 대한 관심이 증가하였고, 구매기준도 맛과 향, 그리고 제품정보로 나타남. 소비자에게 이러한 정보를 제공함으로써 제품에 대한 신뢰도 제고가 필요함

상품의 고급화 : 최근 고급 차류 시장이 성장하고 있으며 대부분 선물용으로 구입함. 고급제품으로 진출하고자 한다면 품질과 함께 포장도 중요한 역할을 하므로 포장의 재질 및 이미지도 그러한 기준에 맞추어야함

3 소스류

가. 생산현황

우크라이나 소스시장은 예전에 토마토소스와 마요네즈, 2개의 시장으로 구분되었지만 최근에는 소스의 종류가 매우 다양해짐

2005년 12월-2006년 7월 사이 우크라이나의 케첩시장은 국내생산자가 97.3%의 물량을 공급, 나머지 2.7%만을 수입함. 2004년 같이 시기 국내산 96.4%, 수입 3.6%의 비율로 나타남. 소량 수입이 있기는 하지만 대부분 러시아에서 수입되는 제품으로 CIS지역 생산 제품은 수입관세가 부과되지 않아 우크라이나 국내산과 비슷한 가격으로 경쟁하고 있음

2005년 우크라이나의 마요네즈 및 화이트소스 생산량은 전년도보다 19.5% 증가한 170.5천톤, 838백만 UAH임

최근 간장의 성장이 두드러졌으며 토마토소스, 마요네즈, 화이트소스에 이어 4번째 소스시장을 형성함. 간장 시장은 2000년대 초부터 크게 성장하였고 다른 소스류를 생산해왔던 인지도 있는 러시아, 우크라이나 업체들도 간장을 제조하기 시작함. 간장 생산업체나 유통업자들은 또한 쿡으로 만드는 간장을 건강과 연계하여 홍보하고 요리방법을 소개하는 등 간장의 소비문화를 형성하고 있음

우크라이나 소스시장은 국내 업체 외에도 러시아, 유럽 등의 외국 업체가 많이 진출해 있으며 완제품을 수입하는 경우도 있지만 현지 생산업체를 확보하여 우크라이나 내에서 생산하기도 함. 다국적 기업인 Nestle S.A.는 우크라이나의 Volyniholding (TM “Torchin Product”, “Niva”)을 매입하여 추가 공장건설을 계획하고 있으며, 러시아의 Sostra는 “Paprichi”, “Palitra Kulinarii” 상표로 다양한 소스를 생산, 국가별 시리즈를 출시하였고 간장 상표인 “Sen Soi”를 통해서는 5가지 맛의 간장을 생산함. Unilever의 Calve는 우크라이나 뿐만 아니라 러시아에서 토마토소스 및 화이트소스 부문에서 인지도가 높은 상표이며, 이는 회사 자체의 인지도뿐만 아니라 TV광고, 협찬, 판촉행사 등 활발한 홍보활동의 결과임

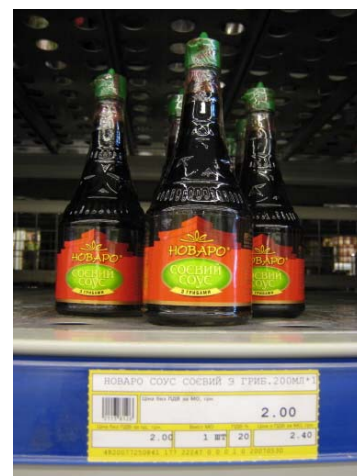
우크라이나 베트남 합작회사인 Texnokom(TM “Mivina”)은 시장진출이 비교적 늦었지만 적절한 가격과 발달된 유통시스템으로 인지도 있는 기업으로 자리 잡음

<주요 소스공급업체>

구 분	소스공급업체
토마토소스 및 기타 붉은 소스	- Nestle S.A. (TM “Torchini Product”) - Unilever (TM Calve) - Baltimor (TM “Baltimor” “Vostochnyi Gurman”, “KRASNODARYE”) - Veres - Lutsikfoods (TM “Runa”) - Sostra (TM “Paprichi”, “Palitra Kulinarii”) - Chumak (TM “Chumar”, “Darina”). - Texnokom (TM “Mivina”)
마요네즈	- Nestle S.A. (TM “Torchini Product”) - Agrocsm (TM “Shedri dar”) - Kievcki MZ (TM “Olkom”) - Marg Vest (TM “Slavoliyz”), - Odeski JK (TM “Sonyachna Dolina”) - Abis, Kharikovski JK, Чугуєвпродукт,
화이트소스	- Nestle S.A. (TM “Torchini Product”) - Unilever (TM Calve) - Abis (TM Mai O) - Sostra (TM “Paprichi”, “Palitra Kulinarii”)
간장	- Sostra (TM “Sen Soi”) - Texnokom (TM “Mivina”)



우크라이나산 소스



우크라이나산 간장

나. 수출입현황

우크라이나는 유통되는 식품의 90% 이상이 현지생산품으로 자국산이 많이 이용되고 있지만 소스류의 경우 소비량의 일부를 러시아, 유럽, CIS 국가 등 다양한 국가에서 수입하고 있음. 수입품은 대부분 HEINZ, Kuhne, KIKKOMAN과 같은 유명브랜드이거나 이웃 러시아·그루지야 등의 제품임. 케첩이나 마요네즈 등 기본 소스류는 국내생산 비중이 크지만 그 외 소스는 유명브랜드 수입산이 많음

케첩시장은 국내산 97.3%, 수입산 2.7%임. 수입산은 러시아 회사인 “Valtimor” (TM Valtimor, Vostochnui gurman, Krasnodarie)의 비중이 크며, 자유무역 협정으로 무관세로 수입되기 때문에 국내산 제품과 비슷한 가격으로 경쟁하고 있음. Unilever(TM Calve)도 러시아에서 생산·수입되지만 가격은 높은 편임

<소스류 수출입 동향>

구 분	수출		수입	
	물량(톤)	금액(천달러)	물량(톤)	금액(천달러)
소스류	22,234.3	21,088.2	12,141.6	35,904.6

자료 : 우크라이나 통계청(State Statistics Committee)

<주요 브랜드별 원산지>

브랜드	제조사	원산지	제품종류
HEINZ	H.J. HEINZ BV	네덜란드	케첩, 화이트소스, 간장 등
Kuhne	Karl Kuhne KG	독일	바비큐, 샐러드소스, 겨자 등
Paprichi	Sostra	러시아	바비큐, 화이트, 믹스소스 등
SEN SOI	Sostra	러시아	간장
Santa Maria	Santa Maria	스웨덴	바비큐, 타이, 믹스소스 등
KIKKOMAN	KIKKOMAN	일본	간장, 바비큐소스
ADJIKA	AO Gorkoni	그루지야	그루지야 소스
NOVARO	FG Food	우크라이나	매운소스, 간장
TORCHIN	Nestle	우크라이나	케첩, 마요네즈, 믹스소스
VERES	Agroecoproduct	우크라이나	케첩, 마요네즈, 머스타드, 믹스소스



수입규제제도

필요한 검사 및 증명서

- 위생검역증명서(certificate of state sanitary and hygiene testing)
- 동물검역(veterinary inspection)
- 식물검역(phytosanitary inspection)
- 품질인증서(certificate of conformity)

라벨표기 : 식품명, 중량 및 부피, 식품에 사용된 모든 원료(첨가물 포함), 영양소, 열량, 유통기한 또는 유통기간이 명시된 생산일자, 보관방법, 생산자 이름, 주소, 생산지, 사용방법, GMO 사용 여부, 특정 소비자 그룹(어린이, 임산부, 노약자, 운동선수 등)에 대한 경고문구



다. 유통현황

슈퍼마켓 체인이나 대형할인점은 국내산 소스를 직접 또는 도매상을 통하여 구매하고, 수입산은 수입업체나 도매상을 통하여 구매함

케첩이나 마요네즈는 재래시장이나 소규모 상점에서도 거래되고 있으나, 유통 제품의 종류는 제한적임

간장은 일본 Kikkoman, 네덜란드 HEINZ, 러시아의 Sostra, 우크라이나의 Novaro 등 여러 회사의 제품이 유통되고 있으며 요리별로 다양한 종류의 간장 공급함. 러시아 지역과 마찬가지로 일식문화가 빠르게 성장하고 있음

소스류 포장은 주로 유리 또는 플라스틱 사용함. 우크라이나에서 플라스틱 포장 형태는 Doy Pack이 가장 많이 쓰이고 우크라이나에서 생산되는 케첩의 70% 이상이 유리보다 가격이 저렴한 이 포장을 사용함. 유리병 포장 케첩은 전체 판매 중 15%만을 차지하고 있으며 주로 수입제품에 사용되고 있으나 간장의 경우 유리병 포장이 가장 많이 이용됨



다양한 종류의 케첩(Silpo)



Kikkoman 간장 1.9L (Metro)

주요 소스류 소비자 가격

(단위 : UAH)

품 명	용량	가격
HEINZ 간장	200ml	7.35
KIKKOMAN 간장	250ml	20.65
SEN SOI 간장	220ml	5.05
NOVARO 간장	200ml	2.00
PAPRICH 바베큐소스	320ml	5.75-8.59
SANTA MARIA 바베큐소스	270ml	22.42
Kuhen 중국소스	250ml	8.32
Tortini 소스 (Nestle)	250ml	2.65-3.74
Kamis 겨자소스	200g	4.91

주) 환율 : US\$ 1 = 5UAH

매체광고를 비롯하여 가격할인행사 등 다양한 마케팅 활동 실시



ДОСОСЬ ТЕРІЯКІ НА ГРИЛІ

Вам знадобиться:
4 ст. л. соєвого соусу Kikkoman
1 ч. л. цукру
1 ч. л. лимонного соку

Для приготування:
У гарячій сковороді смажити рибу до готовності. Змастити рибу соусом Kikkoman. Посипати цукром та лимонним соком.

Для подавання:
Подавати рибу з картоплею та салатом.

Kikkoman відкриває сезон відпусків та шашлыків! Що б Ви ні стали готувати влітку, смажте рибу на грилі з соусом Kikkoman. Соус Kikkoman Teriyaki означає «подарунок від сонця». Радуйтеся жаркому лету разом з Kikkoman!



Крильця шашликом в медово-горчицьному маринаді

Вам знадобиться:
4 порції крильця
1 кг середньої горчиці Kikkoman
2 ст. л. меду
1 ст. л. олії
1 ст. л. лимонного соку
1 ст. л. соєвого соусу Kikkoman
1 ст. л. цукру
1 ст. л. солі

Для приготування:
Підготувати крильця шашликом. Змастити крильця соусом Kikkoman. Смажити до готовності.

Для подавання:
Подавати крильця з картоплею та салатом.

Горчиця Kikkoman – це більше, ніж просто приправа. Це смак, який з'єднує.

요리방법 소개와 함께 잡지에 소스류를 광고하는 사례가 많음

라. 소비 동향

2006년 우크라이나의 소스류 소비량은 254.5천 톤으로 전 년도(248.4천 톤)보다 약 5%정도 증가함

2005년부터 전통적인 소스인 케첩과 마요네즈 이외의 다양한 소스류가 발달하기 시작하였으며 전체 소스류 소비의 9%를 차지함. 소비자들의 다양하고 복잡한 맛, 편리한 제품에 대한 수요가 커지고 있기 때문에 생산자들도 지속적으로 새로운 맛을 개발하고 있음

소비자들의 소스 구매 시 가격을 제외한 구매기준 순서는 브랜드 → 포장 → 맛으로 나타남. 다양한 맛과 신제품이 많이 출시되고 있어 인지도가 높은 제품을 우선적으로 선택하는 것으로 분석됨

마. 한국산 진출여건

우크라이나는 다른 유럽국가와 마찬가지로 고기와 샐러드를 주로 먹는 국가이면서도 중앙아시아와도 가까워 타민족의 소스에 대해서 큰 거부감이 없으며 오히려 다양한 맛에 대한 욕구가 강하게 나타남. 국가별 소스시리즈가 판매되고 있으며 중국소스와 간장도 현지 업체에 의해 다량 생산함

소스시장도 다른 식품시장과 마찬가지로 경쟁이 치열함. 현재 기업간 합병 등이 진행되고는 있지만 약 100개에 현지생산업체와 다국적기업 및 외국기업이 경쟁을 하고 있으며 마케팅과 자본력이 매출을 올리는데 중요한 역할을 함

현지 시장에 유통되고 있는 한국 소스류는 아직 없으며 시장에 진입하기 위해서는 인지도를 높이고 매장 진입을 위한 많은 초기비용이 필요함

Ⅲ

수출입통관제도

1. 수입제도
2. 통관제도
3. 상관습

1 수 입 제 도

가. 우크라이나 수출입제도 일반

수출입허가

주요 수출입관리제도에는 수출입허가제도, 품질인증제도, 물품세제도 등이 있으며, 반덤핑 규제가 개별국가의 특정품목이 과도하게 수입되거나 시장 교란 경우에 극히 제한적으로 실시함. 수출입허가를 운영하는 기관은 Cabinet of Ministers 임.

수입허가 제도

의료용품, 화장품 등 일부 품목은 사전에 수입허가를 받아야 하며, 곡물, 철강, 화학제품 등 일부 품목은 사전에 수출허가를 필요함. 수입(수출)허가의 발급기관은 ‘우크라이나 정부(Cabinet of Ministers)’ 또는 이의 위임을 받은 기관임.

매년 12월말에 정부는 수입수출허가 및 쿼터를 발표

수입허가 발급이 필요한 식품류

- 쇠고기(날 것, 냉동) (HS code 0201, 0202)
- 소 (HS code 0102)
- 돼지 (HS code 0103)

물품세

대개 사치성이 있다고 간주되거나 불요불급품이라고 간주되는 품목, 그리고 국내산업 보호 필요성이 절실한 품목들에 대해 물품세를 부과하며, 물품세는 물품의 가격 또는 중량이나 엔진배기량을 기준으로 부과함

- 물품세 부과대상 식품류는 절단된 가금육, 커피, 캐비아, 게, 새우, 바다가재, 초콜릿·코코아 함유 식품, 맥주 및 각종 주류, 담배 등임

수입쿼터 및 반덤핑

우크라이나는 수입쿼터제를 운영하고 있지 않으나 특별한 반덤핑의 경우에는 수입쿼터가 가능함

반덤핑조사 관련 수입쿼터

- 자동차 : 러시아 12.12.02-12.12.07 쿼터: 20,000 대
- 시멘트 : 러시아 10.10.02-10.10.07 쿼터: 157,500 톤
- 소다 : 러시아 10.07.02-10.07.08 쿼터: 2,500 톤

반덤핑 규제

2005. 11. 22일 수입 규제 특별법과 덤핑 수입으로부터 국내 제조 기업 보호법을 제정한 이후 2006년 중에는 편직물, 러시아산 타이어, 벨라루스산 인조모피, 러시아산 슬레이트, 러시아산 철강제케이블, 중국산 전구, 러시아산 섬유판 등에 대하여 덤핑 관세를 부과하거나 조사에 착수함

수출쿼터

2006년 12월 예외적으로 곡물에 대한 쿼터제 실시하고 있으며 곡물 수출 쿼터제를 실시한 이유는 국내 곡물 가격 안정임. 2007년 상반기 곡물별 수출 쿼터량은 밀 3,000톤, 호밀 3,000톤, 보리 60,000톤, 옥수수 50,000톤 등 총 110만 톤

나. 농식품 수입제도

식품 관련 법규

우크라이나는 구소련으로부터 물려받은 까다롭고 비용이 많이 드는 시스템을 가지고 있으며, 관리 및 통제 기능이 여러 국가기관에 의해 중복되기도 함

State Epidemiological Service (SES) of the Ministry of Health Care of Ukraine (MHCU) : 식품안전기준을 제정하고 식품의 안전과 관련된 모든 분야에 책임지고 있음

State Department of Veterinary Medicine (SDVM) of the Ministry of Agricultural Policy of Ukraine (MAPU) : 동물의 건강, 안전, 육류 및 육류

제품과 수산물의 위생과 관련된 책임지고 있음

Main State Phytosanitary Inspection Service (MSPIS) of the MAPU :
식물위생문제와 관련된 책임지고 있음

State Committee of Ukraine on Technical Regulations and Consumer Policy (SCUTRCP) : 식품이 현재의 품질 및 안전기준과 부합하는지 여부를 판단함

State Ecological Inspection Service (SEIS) of the Ministry of Environment and Natural Resources of Ukraine (MENRU) : 방사능 및 환경문제와 관련한 통제를 담당함

우크라이나는 아직 WTO 가입국이 아니며, 무역파트너에게 관련 법규의 변경을 잘 공지하지 않기 때문에 해외의 공급자가 가장 최근의 식품안전 관련 법규를 알기가 어려움

공급자들은 경험이 많은 수입자와 일해야 하고 우크라이나로 선적하기에 앞서 가장 최근의 수입 시 요구조건이 무엇인지 확인 필요함. 현재 우크라이나에서 사용되는 일부 위생기준은 WTO 규정이나 국제기준과 일치하지 않지만 WTO 가입 시에는 WTO의 위생검역조치(the SPS Agreement)와 부합할 것으로 기대됨

우크라이나의 법규 환경이 지속적으로 개선되고는 있지만 대부분의 식품 안전기준이 1991년 소련 해체 이후 수정되지 않은 채 내려오고 있음. 식품안전을 규정하는 주요 문서는 1989년 8월 1일에 구소련의 보건부에 의해 승인된 Medical and Biological Requirements and Sanitary Norms of Quality of Raw Food Materials and Food Products임

라벨 규정

우크라이나에서 판매되는 모든 식품은 식품 및 식품원료의 품질과 안전에 관한 우크라이나 법(Law of Ukraine On Quality and Safety of Food

Products and Food Raw Materials)에 따라 라벨을 붙여야 하고, 라벨은 다음 정보 포함이 필수임

- ① 식품명
- ② 중량 및 부피
- ③ 식품에 사용된 모든 원료(첨가물 포함)
- ④ 영양소, 열량
- ⑤ 유통기한 또는 유통기간이 명시된 생산일자
- ⑥ 보관방법
- ⑦ 제품 생산과 관련된 기준문서(국내식품 관련)
- ⑧ 생산자 이름, 주소, 생산지
- ⑨ 사용방법
- ⑩ GMO 사용 여부
- ⑪ 특정 소비자 그룹(어린이, 임산부, 노약자, 운동선수 등)에 대한 경고문구

라벨은 우크라이나어로 표시되어야 하고 위의 필수사항을 모두 명시해야 하며, 스티커는 우크라이나 식품 안전 법의 필수사항을 충족시킬 경우 허용됨. 식품에 표시된 언어의 수에는 제한이 없으며 우크라이나에서 판매되는 많은 제품들은 대부분 10개 정도의 유럽국가 언어로 라벨이 부착되어 있음

제품의 유통기한(또는 유통기간이 명시된 생산일자)은 라벨에 표시되어야 하며, 우크라이나 식품 안전 법규가 생산자에게 유통기간을 결정하도록 허용하고 있지만 수입자에게 우크라이나의 규정(GOST 또는 DSTU)과 일치하는지 확인이 필요함

법률과 시행규정은 라벨의 규격과 형식을 규정하지 않고 있지만 “쉽게 이해되어야 한다”고 명기해야 함. 이 법규는 MHCU로부터 허가 없이 건강 관련 문구, 특정 소비자 그룹(어린이, 임산부, 여성, 운동선수)을 타깃으로 하는 문구를 금지함

포장 및 용기 규정

위생검사의 강제사항 중 하나로 수입식품 포장의 폴리머(polymers)가 식품에 전이되는지 여부를 검사함

우크라이나 폐기물에 관한 법은 수출계약 시 포장지의 재활용이나 재수출에 관한 조항을 포함하도록 규정함. 따라서 수출자는 선적 전 재활용 포장지의 사용여부를 고려해야 함

식품첨가물 규정

우크라이나는 식품 첨가물에 대해 포지티브 리스트 방식을 사용함. 국제 식품규격위원회(CODEX Alimentarius Commission)가 승인한 새로운 식품 첨가물이라도 MHCU는 새로운 물질에 대해 고유의 위험평가를 이행하며, MHCU에 의해 승인받지 못한 식품첨가물을 사용한 식품의 수입은 금지

승인 리스트에는 없으나 수입식품에 사용 가능한 4 종류의 식품첨가물이 있음. 우크라이나 위생당국은 이에 대해 식품안전위험성평가를 실시하고 최대허용 기준치를 마련했음

농약 및 기타오염물질 관련 규정

우크라이나는 식품 관련 화학 및 생물학적 오염물질에 대하여 최대잔류농약 제한(MRLs)을 설정하고 있으며 위생당국은 수입식품의 경우 등록되지 않은 농약에 대해 국제식품규격위원회의 기준을 인정함

공식적으로 등록된 농약의 사용 및 절차는 MHCU에 의해 마련된 기준을 적용하여 생태환경과자연자원부(MENR)에서 통제함

MENR은 매년 우크라이나에서 사용가능한 농약 및 농업화학물질에 관한 카탈로그를 발행하며, 여기에는 브랜드별 등록 농약, 사용가능한 원료, 각 농식품별 MRLs, 수질, 토양, 공기에 대해 명시해야 함

기타규정 및 필수사항

우크라이나 세관지역으로 수입되는 농식품은 위생검사, 강제인증, 방사선검사, 수의검역이나 식물검역을 받아야 함

위생검사

식품 위생검사는 우크라이나 식품안전시스템의 주요 요소, 위생검사는

동식물검역과 관계없는 가공식품에 해당됨. MHCU의 위생 및 전염병 관리기관이 수입식품의 품질에 대하여 식품원료와 식품의 의학적·생물학적 요건과 위생기준에 부합하는지를 검사, MHCU는 필요한 검사가 완료되고 기준과 일치하면 수입자에게 위생검역증명서를 발급함

품질인증서(Certificate of Conformity)

인증작업은 제품이 국가품질규격(GOST : 구소련 기준, 또는 DSTU 우크라이나 국가기준) 및 안전기준(유독요소의 내성수준, 농약, 곰팡이독, 세균 오염, 방사선 핵종)에 따랐는지를 확인하기 위해 행해짐. 우크라이나 국가 인증시스템 UkrSEPRO에서 인증작업을 수행할 수 있는 기관이 100개 이상이며 검사에 필요한 샘플은 위생 및 동물검역 샘플과 별도로 제출함

식물검역

우크라이나의 식물검역은 통관 항구에서 적하화물의 기초검사 후 검역 해충의 잔존 여부를 확인하기 위한 실험용 샘플을 채취해야 함

만일 통관 항구에서 살아있는 검역해충이 발견될 경우 다시 한 번 훈증 작업을 거치거나 통관이 거부됨

MSPQIS의 지방지사는 제품의 수입조건과의 일치 여부를 확인하기 위해 도착지에서 두 번째 식물검역을 실시, 두 번째 검사에 따라 마지막 식물 처리 허가를 받을 수 있음

수의검역

우크라이나에 도착하는 육류 및 어류가 포함된 모든 적하 화물은 검사를 받고 위생검역증의 내용에 관계없이 샘플검사를 실시함

수출자나 수입자는 실험실 검사와 관련된 비용을 지불해야 하며, 검사 비용은 80~500달러까지 검사의 종류에 따라 다양, 검사기간은 7일 정도 걸리기 때문에 부패하기 쉬운 식품은 수입이 어렵거나 불가능함

우크라이나 기준의 유통기간이 자국과 다를 수 있기 때문에 사전에 우크라이나 파트너를 통하여 확인 필요함

방사능 검사

1986년 체르노빌 사고 후 소비자 보호를 위해 우크라이나 정부는 방사능 오염 식품을 엄격히 통제됨

1997년 MHCU는 가장 많이 발견되는 2가지 방사능물질 Cesium-137과 Strontium-90에 대해 최대허용기준을 설정하는 국가위생기준(DR-97)을 승인

기타 세부 기준

종자

종자의 경우 우크라이나로 수입되어 상업적으로 판매되기 전에 모든 종류의 종자를 우크라이나 일반국가농업검역국(GSAIU)에 등록해야 하며 검사는 3년이 걸리고 작물 종류와 실험 재배지 범위에 따라 5,000~10,000달러가 드는 비용은 신청자(품종소유자, 수출자 또는 수입자)가 부담해야 함

특별품목

다이어트 식품, 질병예방 식품, 유아용 식품, 운동선수를 위한 식품, 생물학적으로 영향을 주는 식품들은 우크라이나에서 특별품목으로 분류되며 수입자는 특별품목을 수입하기 전에 우크라이나 보건부에 등록해야 함. 위생요건과 식품안전평가에 대한 긍정적인 결과가 나오면 특별품목 리스트에 포함됨

수입절차

우크라이나로 선적하기 전에 수입자에게 품목별로 수입절차가 맞는지 확인해야 하며 특별한 수입조건이 없는지 확인 필요, 우크라이나의 공식 언어는 우크라이나어로 모든 서류는 우크라이나어나 공인된 번역과 함께 제출

수출자는 계획 단계에서 수입자를 통하여 제품에 적용될 수 있는 통제의 유형 및 우크라이나의 도착항에서 필요한 검사를 확인 필요, 만일 기존의 도착항에 필요한 검사가 없으면 다른 항구를 검색해야 함

통관에 필요한 서류

- ① 품질인증서(certificate of conformity)
- ② 위생검역증명서(state sanitary and epidemiological expertise certificate) /
또는 특별품목 등록 증명서(certificate on state registration of special food products)
- ③ 수의검역증(veterinary certificate)
- ④ 수입허가(import permit) 및 식물검역증(original phytosanitary certificate)

무역장벽

관세 장벽

우크라이나의 관세율 구분은 일반 관세율과 우대 관세율로 구분되어 있지만
쌍무 협정이 체결되어 있는 CIS 국가에게는 관세가 면제됨
우리나라의 경우 우대 관세율을 적용 받지 못해 CIS지역 국가 제품에
비하여 무역에 어려움

통관 절차상의 장벽

우크라이나의 통관 제도는 일반 선진국에 비하여 복잡하고 관련 규정이
수시 변경되어 실무 세관원들이 자의적인 집행 사례가 빈번한 편임
아울러 관료주의와 부패가 있어 서류 미비 등의 사유로 통관을 지연 하거나
거부하는 사례가 발생하여 편법 통관이 자행되고 있음

반덤핑 및 상계관세

우크라이나는 ‘덤핑 수입에 따른 국내 생산자 보호에 관한 법률’에 의거하여
무역위원회가 관련 업체 및 기관의 제소에 따라 반덤핑 조사를 실시됨

2 통 관 제 도

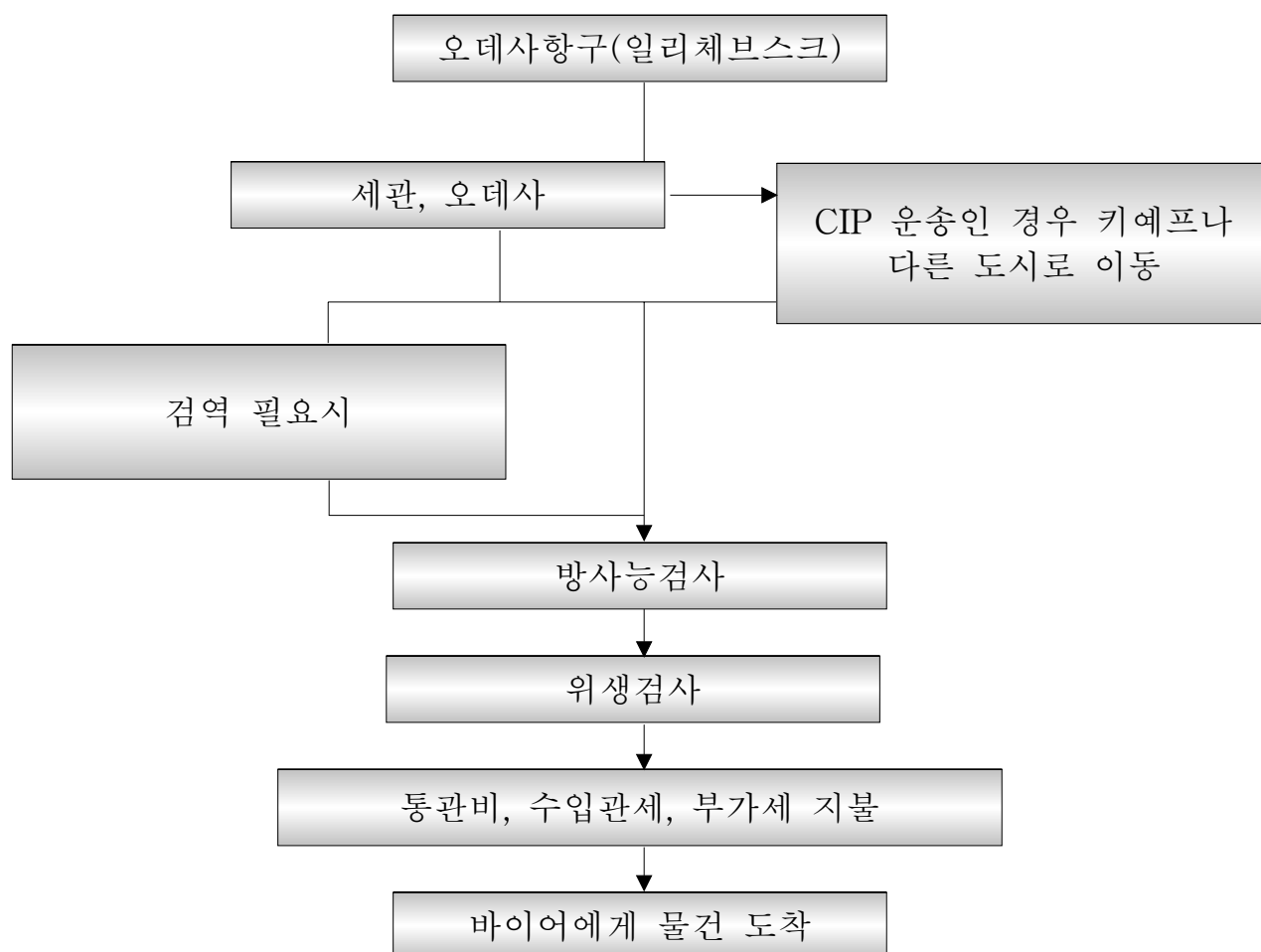
가. 개황

수입물품이 항구에 도착한 후 즉시 통관절차를 밟을 수도 있고 일단 간이 검사절차를 밟은 후 최종도착지에서 통관절차를 밟을 수도 있음

통관절차는 수입신고 및 그 심사에서부터 시작하여 물품검사, 관세 및 부가세 등의 납부를 거쳐 물품을 반입하는 것으로 수속이 종결됨

항만에서의 검사는 일단 항만담당 세관이 물품과 서류를 대조하여 이상 없이 도착했는지 여부만을 체크함

<통관 절차 흐름도>



나. 수입신고

수입신고는 보통 운송업체가 화물 수취인의 위임을 받아 실시, 수입신고 시에는 수입신고서와 함께 다음과 같은 서류를 제출해야 함

- 대외무역관리부서에서 발급한 수입허가증 (필요 시)
- 인보이스(INVOICE) 및 포장명세서(PACKING LIST)
- 선하증권(BILL OF LADING) 또는 항공운송장(AIRWAY BILL)
- 우대관세를 적용대상국일 경우 원산지증명서(CERTIFICATE OF ORIGIN)

다. 물품검사

세관에서는 인보이스 등의 각 항목별 내용에 대한 정확성 여부를 심사함

물품검사는 보통 세관이 지정한 시간에 세관통제구역인 부두, 창고 등 지정된 장소에서 하며, 물품의 검사 결과 수량이나 그 내용에 하자가 있는 경우에는 검사를 담당한 세관원이 그 내용을 문서로 작성하여 화물수취인에게 확인해야 함

라. 무역항 및 공항 개황

우크라이나에는 20 여 개의 항구가 있는데 이중에 무역항으로 주요한 것은 흑해연안에 있는 오데사(Odessa), 일리체프스크(Ilichevsk) 및 유즈니(Yuzhny) 항구임. 이 3개 항구는 해상화물의 60%를 차지하고 있으며, 오데사와 일리체프스크 항구는 대규모 컨테이너 취급시설을 갖추고 있음

오데사 항구는 연간 38백만톤의 화물을 취급할 수 있는 설비를 갖추고 있는데 연간 컨테이너 취급량은 202,000 TEU⁵⁾이며 일리체프스크 항구는 우크라이나에서 가장 현대적인 설비를 갖고 있는 컨테이너 항구로서 연간 화물 취급능력은 24백만톤임. 키예프에는 보리스필(Borispil)국제공항이 있고, 이 외에 줄리아니라는 국내선 공항이 있음

5) Twenty-foot Equivalent Units

마. 운송비용 및 시간

부산에서 우크라이나 오데사, 일리체프스크 항구까지의 20피트 컨테이너 해상운임은 2,500달러 내외임

한국- 우크라이나 간 운송 소요 기간

- 부산- 오데사 : 1 개월
- 오데사 . 키예프 : 10 시간
- 그러나 통관에 소요 되는 시간이 다소 길어서 전체적으로 소요되는 시간은 약 50일임

바. 관세율

우크라이나는 일부 저개발국에 대해서는 무관세를 적용하고, 관세협정을 체결한 국가에 대해서는 상호주의에 의해 우대관세(GSP)를 적용하고 있으며, 나머지 국가들에 대해서는 일반관세율을 적용

우리나라는 우크라이나와 관세협정을 체결했기 때문에 우대 관세율을 적용. 2004년까지는 우대 관세율은 일반 관세율의 50%인 경우가 많았으나 2005년에 2번에 걸쳐 관세율을 인하하면서 대부분 품목의 우대 관세율과 일반 관세율을 동일하게 변경됨

3 상 관 습

가격 오퍼 관련

우크라이나에서는 최근 중국, 터키, 폴란드산 중저가품의 진출이 활발하여 가격경쟁이 치열함

현지 바이어들이 요구하는 가격 조건은 대부분 CIF 오데사, CIF 키예프인데, 가격 오퍼 시 운송보험료 등을 잘 계산해야함 (현재 부산-오데사 간 운송요금은 20피트 컨테이너 기준 약 \$ 2,500 내외임)

부산-오데사 간 해상운송에 소요되는 기간이 약 1개월이므로 이를 감안하여 운송기간을 산정해야 하며, 항공 발송의 경우에도 사전에 요금을 잘 체크한 후 상담하는 것이 바람직함

결제 관행 이해

대부분의 바이어들은 L/C 거래를 기피하며, D/A 방식의 거래가 보편화
대금의 10-30% 정도를 선불하고, 잔금은 물건 인도 후 지불하는 것이 관례이며, 간혹 소량 주문의 경우에는 50%를 선불로 지급하는 경우도 있음

30% 이상을 선불로 지급하는 업체는 양질의 바이어로 간주할 수 있으나 가능하면 초기 단계에서는 50% 이상을 선불로 받을 수 있도록 협상하는 것이 바람직함

언더밸류 계약 협조

바이어들은 관세 및 부가세 등 세금 회피를 위해 실제 계약금액보다 낮은 금액 (30-50% 수준)으로 별도의 계약서를 작성해 줄 것을 요구함

이 별도의 계약 금액과 실제 계약 금액의 차액은 제 3국 은행에 있는 계좌에서 송금을 해 주는 것이 일반적임

언더밸류 계약요구는 현지 관행이라 불가피하게 수용해야 하지만 향후 문제 발생에 대비하여 제반 서류보관이 필요함

품질 인증 제도

러시아의 GOST와 같이 우크라이나도 품질 인증 제도가 있어 시장 개척의 장애요인으로 작용함

IV

한국 농식품 유통현황 및 진출여건

가. 대 우크라이나 한국 농식품 수출현황

(단위 : kg, 달러)

품 명	2005년		2006년	
	물 량	금 액	물 량	금 액
농식품 수출총계	259,113	1,626,645	927,624	5,690,204
필터담배	154,171	1,545,433	456,049	5,058,314
잎담배	0	0	198,000	405,900
과즙음료	62,798	49,706	141,297	117,372
라면	0	0	9	63
조제품 기타	0	0	11	29
마요네스	0	0	16	19
추잉검	0	0	6	9
캔디류	0	0	7	9
비스킷, 쿠키 및 크레커	0	0	9	8
인삼음료	149	625	0	0
기타목제품(기타)	40	300	0	0

나. 한국 농식품의 현지 유통 및 판매현황

한국식품(담배 제외)에 대한 수요와 공급이 매우 적음. 우크라이나에는 약 3만 명의 고려인이 거주하고 있는 것으로 집계되지만 한국교민은 약 400명에 불과하여 한국식품에 대한 수요가 적은 상태임. 한국식품점이 없으며 일반 유통업체에서는 과즙음료, 과일젤리 외의 한국식품은 거의 없음

우크라이나 시장은 유럽과 가까우며 식문화 또한 서구적이기 때문에 한국 식품에 대한 인지도가 매우 낮음. 대부분의 한국식품 수출업체는 주로 러시아 시장을 타겟으로 마케팅활동을 해 왔으며 현지 수입업체 또한 한국식품에 대한 관심도가 매우 낮음

러시아 시장에 우선 진출한 일부 식품이 우크라이나 시장에서 유통됨. 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓 체인과 같은 일부 대형유통업체에서 판매되고 있는 한국식품은 OEM공급 방식에 의한 과즙음료 FRUITING(제조 : 해태음료, 판매자 : AT-Trade)와 과일젤리 Tutto 등임. 이 제품들은 러시아 시장에 우선 진출한 뒤 수입자 또는 유통업자에 의해 우크라이나까지 시장을 확장한 것임

다. 한국 농식품 소비현황

한국 전통식품이 아닌 과즙음료 및 과일젤리와 같은 일반 가공식품만 현지에서 유통되고 있음

FRUITING은 다른 음료와 비교했을 때 중간정도의 가격에 판매되고 비슷한 형태의 음료가 없기 때문에 일반적으로 구매하는 과일주스나 탄산 음료, 아이스티와는 다른 차별화된 소비층 형성

과일젤리의 맛에 대한 반응은 좋으나 고가에 판매되기 때문에 판매처가 비교적 적은 편이며 주로 중상층에 의해 소비됨

라. 한국 농식품 진출여건

경쟁력 비교

우크라이나 국내생산 식품의 증가 및 높은 점유율

우크라이나 정부는 1990년대 중반 국내 식품 생산자들을 보호하기 위한 여러 가지 조치를 취해 왔으며, 이로 인해 높은 수입관세와 복잡한 위생 및 수의검역조건을 요구됨

1998년 경제위기를 겪으면서 개인소득이 감소하고 소비자들은 가격이 낮은 자국산 제품을 구입함

이러한 요소들이 국내 식품산업을 발전시키는데 기여하여 육류제품(소시지, 훈제식품), 유제품, 청량음료, 미네랄워터, 주스, 맥주, 제과류, 에피타이저, 닭고기류 등의 생산이 증가됨

우크라이나 유통업체 및 소비자는 국내생산 식품의 품질에 대한 신뢰도가 높으며 품질 대비 가격 또한 적정하다고 판단됨

CIS 자유무역협정 체결국가의 경쟁력 우위

고관세 정책은 많은 외국식품의 합법적인 수입을 불리하게 만들었지만 우크라이나 시장은 여전히 러시아 및 다른 CIS 국가들에게는 열려 있었고, CIS 국가들 사이의 자유무역협정이 무역을 촉진

특히 러시아산 제품은 우크라이나 제품과 가격이 비슷해지도록 부가세만 부과했기 때문에 그 외 유럽이나 기타 국가로부터 수입된 많은 제품은 가격 부문에서 CIS제품과 경쟁이 어려움

서구취향의 소비형태

우크라이나 식품시장에서 수입산이 차지하는 비중은 아직 10% 정도이지만 경제 및 소득수준이 향상되면서 수입식품에 대한 수요가 점진적으로 증가함
서구제품에 대한 인지도가 높기 때문에 유럽 및 미국 회사들의 우크라이나 진출은 활발한 반면 아시아 국가들은 상대적으로 진출이 부진함

한국 농식품 수출확대방안

수출유망품목의 발굴 : 우크라이나 및 주변 국가들은 농업국가로 신선농산물은 현지 공급이 충분하고 가공식품은 국내생산과 함께 수입도 증가하고 있기 때문에 철저한 품목별 시장분석을 통하여 수출품목을 결정해야 함. 특히 일반 가공식품의 경우 품목별로 제품의 종류가 매우 다양하기 때문에 차별화된 제품, 다른 대체품이 없는 제품을 발굴해야 함

포장디자인의 개선을 통한 제품의 고급화 : 한국의 식품제조원가 및 물류비로 인하여 한국식품의 수입가격은 다른 아시아 및 CIS 국가에 비하여 높고, 포장 및 제품인지도는 유럽제품에 비하여 낮기 때문에 바이어와 소비자의 선호도가 떨어짐. 그리고 소비자의 제품 구매 시 신제품에 대한 첫 번째 선택 기준은 제품의 외관이기 때문에 우크라이나 소비자나 바이어의 디자인 선호도를 고려한 디자인 개선을 통하여 한국식품의 가격에 알맞은 포장디자인 적용 및 제품의 고급화가 필요함

러시아 시장 연계 시장개척 : 우크라이나는 러시아의 이웃국가로 소매업체 입점품목이나 브랜드가 거의 일치하기 때문에 CIS 전지역을 포괄하는 러시아 대형바이어나 유통업자와 거래가 성사되거나 러시아 시장 진출 품목의 성과가 좋을 경우 우크라이나 시장으로 확대 가능성이 크게 나타남. 현재 러시아에 진출한 한국식품 수출업체 중 우크라이나 시장 진출을 준비하거나 상담이 진행 중인 곳이 증가하고 있음

외식산업 연계 시장개척 : 한국의 차류, 소스류, 수산가공식품 등 전통식품의 경우 현지인에게는 매우 생소하여 일반 식품처럼 접근하기는 어려움. 그러나 카페, 레스토랑의 경우 이러한 품목을 이용한 메뉴 개발이 가능하기 때문에 외식산업 박람회 참가 등의 마케팅 활동을 통한 시장개척이 필요함

참 고 자 료

1. 바이어 리스트
2. 관련 기관현황
3. 한국 농식품 우크라이나 수출동향

참고 1. 바이어 리스트

경식료품 전체

업체명	주 소	전 화
AHROKOM TOV	Vernads'koho Akademika bul'v. 42, κ.518, Kyiv 03680	(044) 4595879
AHROPOSTACH PP	Harmatna str. 26/2, Kyiv 03067	(044) 4961960
APETYT TOV	Ialtyns'ka str. 5-6, Kyiv 02099	(044) 5664007
ARKADIIa OLIVIIa PP	Kamenieva Komandarma str. 6, Kyiv 01133	(044) 2849422
DABIDANA Co., Ltd.	Bozhenko str., 84, Kyiv 03022	(044) 4567360
DR.OETKER TOV	Pyrohova str. 10-B, oφ.6, Kyiv 01030	(044) 5370601
ED.KHAAS UKRAINA DP	Zhylians'ka str. 49/51, Kyiv 01033	(044) 2894711
GOSTARESH Co., Ltd	Chapaeva str., 4b, 29 Kyiv 01030	(044) 2240819
KONTYNENT TD TOV	Zroshuval'na str. 5, Kyiv 02099	(044) 5683261
LAKONIIa KHKHI TOV	Chervonohvardiis'kyi prov. 8, Kyiv 02094	(044) 3317787
LITANATS	Zhilyanskobo str. 55 Kyiv 01135	(044) 2466803
SMOK Ltd TOV	Korol'ova Akademika str. 12-г, κ.37, Kyiv 03134	(044) 4020802
TEKHNOSNAB TOV	40-richchia Zhovtnia prosp. 60, Kyiv 03039	(044) 2588808
TEKHPOSTACH-2002 TOV	Harmatna str. 26/2, Kyiv 03067	(044) 4961961
TRIADA SYSTEM Co., Ltd	Alma-Atinskayastr. 14a, Kyiv 02090	(044) 5589968 5185355
UKRREZERV DP	Pestelia P. str. 4, Kyiv 01135	(044) 2364984
ARKADIYA	Lenina prosp. 70, Kharikov 61051	(057) 379713 377851

업체명	주소	전화
KARAVANS'KYI ZAVOD KORMOVYKh DRIZHDZHIV TOV	Zavods'ka str., Liubotyn, Kharkivs'ka obl. 62436	(057) 7635069
MIL'KUS O.V. SPD	Serpova str. 4, pov.7, Kharkiv, Kharkivs'ka obl. 61166	(057) 7175040
UNIVERSAL firma TOV	Plekhanivs'ka str. 92-a korp.v, office 1403, Kharkiv, Kharkivs'ka obl. 61001	(057) 7173203
VAH-TM PP	Hvardiitsiv-shyronintsiv str. 9, k.76, Kharkiv, Kharkivs'ka obl. 61000	(057) 7184463
VIZYT PP	Ivanova str. 29, Kharkiv, Kharkivs'ka obl. 61002	(057) 7174172
AGRO Co. Ltd	Zhelejno dorozhnaya str. 56, Livov 79000	(032) 340363 335350
EDEMS TOV	Buzkova str. 2, L'viv, L'vivs'ka obl. 79035	(032) 2450037
VIKONT TOV	Chornovola V. prosp. 45-a, korp.7, L'viv, L'vivs'ka obl. 79058	(032) 2445480
B-2 TOV	Khimichna str. 1, Odesa, Odes'ka obl. 65031	(048) 7280609
HERMES TOV	Hrushevs'koho M. str. 41, Odesa, Odes'ka obl. 65031	(0482) 371203
SAN-PRO NVP TOV	Lenina str. 2-b, Iosypivka, Odes'ka obl. 67811	(048) 7986978
UKRSERVIS VKF TOV	Paustovs'koho str. 15, k.85, Odesa, Odes'ka obl. 65111	(048) 7113212

음료

업체명	주소	전화
AKVO-EKO-PLIUS TOV	Radyscheva str. 3, Kyiv 03124	(044) 4083336
D'OLER UKRAINA DchP	Zakrevs'koho M. str. 22, office .225, Kyiv 02660	(044) 5360921
DAV I Ko PP	Mahnitohors'ka str. 1, Kyiv 02660	(044) 5725977
DISNA firma TOV	Mykhailivs'ka str. 22-v, office .58, Kyiv 01001	(044) 2784291
DYSTRYBialUTOR-SERVIS TOV	40-richchia Zhovtnia prosp. 100/2, Kyiv 03127	(044) 2375713
EDEL'VEIS PLIUS TOV	Tupolieva Akademika str. 17, Kyiv 04128	(044) 2369619
EKOLAIN TOV	Chaadaieva P. str. 2-a, pov.11, office 48, Kyiv 03148	(044) 4071523
EMRIS I K TOV	Syn'oozerna str. 6, Kyiv 04128	(044) 4497058
FAVOR TOV	Bratyslavs'ka str. 32, Kyiv 02156	(044) 5431415
IARK-KYIV mizhnarodnyi promyslovyi kontsern	Peremohy prosp. 104-6, Kyiv 03115	(044) 4239081
KVANT firma TOV	Frunze str. 123, oφ.44, Kyiv 04073	(044) 4687229
KYIVS'KYI ZAVOD SOLODOVYKh EKSTRAKTIV TOV	Frunze str. 35, Kyiv 04080	(044) 4176548
MAHAZYN SPD Medunytisia O.I.	Polupanova A. str. 13, Kyiv 04114	(044) 4307717
MAIBEL Kyivs'ke predstavnytstvo z-du	Drahomanova M. str. 29, Kyiv 02068	(044) 5704078
NAPOL optovo-rozdribnyi mahazyn PP Kyryliuk V.V.	Zalizniaka M. str. 1, Kyiv 03115	(044) 4247055
ODA-SERVIS TOV	Zheliabova str. 2, Kyiv 03057	(044) 4555309
ORLAN ZAT	Dontsia M. str. 29, Kyiv 03126	(044) 4041004
RIDNA MARKA korporatsiia TOV	Elektrykiv str. 29-a, Kyiv 04176	(044) 2392757
ROSYNKA Kyivs'kyi z-d bezalkohol'nykh napoiv VAT	Pot'ie E. str. 6, Kyiv 03057	(044) 4564131

업체명	주소	전화
SANDANS DchP VAT eksperymental'no-konservn oho z-du Lebedians'kyi	Vasyl'kivs'ka str. 1, office 203, Kyiv 03040	(044) 5685039
SEZAM AROMA TOV	Kirovohrads'ka str. 38-58, Kyiv 01001	(044) 2314347
TDM TOV	Pol'ova str. 21, κ.222, Kyiv 03056	(044) 4571675
TDM TOV	Molodohvardiis'ka str. 32, Kyiv 03151	(044) 2490368
TEST LAIN TOV	Zdolbunivs'ka str. 3-a, Kyiv 02081	(044) 5744067
TISA-95 TOV	Hlushkova Akademika prosp. 42, Kyiv 03680	(044) 5264278
TYMOSCHUK V.B. PP	40-richchia Zhovtnia prosp. 15-a, Kyiv 03039	(044) 5279874
UKRAINS'KI MINERAL'NI VODY TOV DchP, viddil realizatsii	Iams'ka str. 28, Kyiv 03038	(044) 5229574
VASSER TD TOV	Mel'nykova str. 81, office 8, Kyiv 04050	(044) 2334865
VIIS'KTORH #1 DP Minoborony Ukrainy	Borodians'kyi prov. 3, Kyiv 03680	(044) 4240193
VINNIFRUT TD DchP VAT Vinnifrut, Kyivs'ka filiia	Kakhovs'ka str. 71, Kyiv 02002	(044) 5165798
VINNIFRUT VAT, holovnyi ofis	Saksahans'koho P. str. 53/80, office 802, Kyiv 01033	(044) 2876134
VITMARK-UKRAINA SP TOV	Mahnitohors'ka str. 1-a, Kyiv 02660	(044) 5527026
AKTYV PLIUS TOV	Vorontsova prosp. 73, κ.504, 503, Dnipropetrovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 49001	(0562) 236185
AKVALAIF TOV	Berehova str. 135, Dnipropetrovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 49021	(0562) 384082
AKVAPLAST TOV	Zaporiz'ke shose 56, κ.174, Dnipropetrovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 49001	(0562) 343000

업체명	주소	전화
BATIST TOV	Peremohy Naberezhna 32, office 311, Dnipropetrovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 49000	(0562) 376611
BIELAR TOV	Iermaka str. 12, Dniprodzerzhyns'k, Dnipropetrovs'ka obl. 51900	(0569) 537444
ERLAN ZAT	Leninhads'ka str. 5, Pidhorodne, Dnipropetrovs'ka obl. 52001	(0562) 131144
FORUM Ltd VTF TOV	Maiakovs'koho V. str. 11, Dnipropetrovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 49064	(0562) 599931
HELIOS Ltd TOV	Pushkina str. 2, Kryvyi Rih, Dnipropetrovs'ka obl. 50000	(0564) 901780
HRYSHKOV O.V. PP	Ianhelia Akademika str. 16, Dnipropetrovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 49000	(056) 3727454
HURT ZAT	Dniprovs'ka str. 49, Pavlohrad, Dnipropetrovs'ka obl. 51404	(0563) 202535
NOVOMOSKOVSKYI ZAVOD MINVODY ATZT	Zhukova str. 1-a, Znamenivka, Dnipropetrovs'ka obl. 51281	(056) 7263305
VINNIFRUT TD DchP VAT Vinnifrut, Dnipropetrovs'ka filia	Avtoparkova str. 5, Dnipropetrovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 49127	(056) 2355605
HALYCHYNA-NOVA ZAT	Sadova str. 1, Remeniv, L'vivs'ka obl. 80460	(032) 2971865
KARAMELLA kompaniia TOV	Kotyka B. str. 7, L'viv, L'vivs'ka obl. 79014	(0322) 971631
KOKA-KOLA BEVERIDZHYZ UKRAINA LIMITED PII, L'vivs'ka filia	Horodnyts'ka str. 43, L'viv, L'vivs'ka obl. 79019	(032) 2971292
NOVA VAT	Heolohiv str. 12-a, Morshyn, L'vivs'ka obl. 82482	(03260) 60630
OLES'KYI ZAVOD MINERAL'NYKh VOD ZAT	Valova str. 19, Oles'ko, L'vivs'ka obl. 80530	(03264) 25252

업체명	주소	전화
PERSPEKTYVA MPP	Shevchenka str. 60-a, Skhidnytsia, L'vivs'ka obl. 82391	(03248) 52565
T.S.B. firma ZAT	Pomirets'ka str. 74, Truskavets', L'vivs'ka obl. 82200	(03247) 51577
VIKTAR kompaniia TOV	Morozna str. 14, L'viv, L'vivs'ka obl. 79066	(032) 2981528
DROHOBYTS'KYI ZAVOD PRODOVOL'CHYKh TOVARIV VAT	Stryis'ka str. 32, Drohobych, L'vivs'ka obl. 82100	(03244) 20243
EKOSVIT TOV	Navrots'koho str. 1, Bus'k, L'vivs'ka obl. 80500	(0322) 706191
ETRUS ukrains'ko-pol's'ke SP	L'vivs'ka str. 11, Dubliany, L'vivs'ka obl. 80381	(0322) 970562
HALOROS zovnishn'otorhova VF	Naukova str. 61, L'viv, L'vivs'ka obl. 79071	(0322) 654992
BIOTREID TOV	Starokyivs'ka doroha 19th km, Odesa, Odes'ka obl. 65025	(0482) 540050
BOROL Ltd TOV	Rozumovs'ka str. 29, Odesa, Odes'ka obl. 65091	(0482) 340828
BRIDZh TOV	Hrets'ka str. 7, kb.34, Odesa, Odes'ka obl. 65026	(048) 7223382
DARL TOV	Voronoho M. str. 12-a, Odesa, Odes'ka obl. 65033	(0482) 328362
DZHERELO TOV	Hrushevs'koho M. str. 41, Odesa, Odes'ka obl. 65031	(0482) 340043
HRIN STAR PP	Frantsuz'kyi bul'v. 60, Odesa, Odes'ka obl. 65067	(0482) 600844
IUNIAL I KO TOV	Liustdorfs'ka doroha 178/1, Odesa, Odes'ka obl. 65015	(0482) 472909
KRAINA MRIL PP	Ovidiopol's'ka doroha 3, Odesa, Odes'ka obl. 65036	(0482) 395595
VINNIFRUT TD DchP VAT Vinnifrut, Odes'ka filia	Kosmonavtiv str. 29/4, Odesa, Odes'ka obl. 65070	(048) 7286227
VITMARK-UKRAINA SP TOV	Vysokyi prov. 22, Odesa, Odes'ka obl. 65028	(0482) 344043

가공식품

업체명	주소	전화
AHROIMPEKS TOV	a/c 88, Kyiv 03028	(044) 5314481
DARY UZBEKYSTANU TD TOV	Moskovs'kyi prosp. 6, office 710, Kyiv 04073	(044) 4684340
HORIKHOVA KOMPANIa DchP TOV Hud-Fud	Saperno-Slobids'ka str. 25, Kyiv 01001	(044) 5694932
IANKE FRUKHTZEFTE KONTSENTRATE HmbKh & Ko. KH, predstavnytstvo kompanii	Predslavyns'ka str. 30, k.15, Kyiv 03150	(044) 5285853
IODIS naukovo-vyrobnycha kompaniia TOV	Peremohy prosp. 104-b, Kyiv 03115	(044) 4515742
IAROSLAV TOV	Marksa K. prosp. 2-a, office.63, Dnipropetrovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 49000	(056) 3703915
KBH FUDS TREIDINH TOV	Moskovs'kyi prosp. 9, office 4-203, Kyiv 04073	(044) 5025075
POLTKONDPOSTACH TOV	a/c 88, Kyiv 03028	(067) 5032451
SMAKOVITA PP	Peremohy prosp. 56, k.513, Kyiv 03057	(044) 4560384
DNIPROPETROVS'KYI KOMBINAT KHARCHOVYKh KONTSENTRATIV ZAT	Molodohvardiis'ka str. 1, Dnipropetrovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 49022	(056) 7212534
SMAK TOV	Khersons'ka str. 9, Dnipropetrovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 49000	(0562) 398470
TERRA HRUPP TOV	Volhohrads'kyi prov. 28, Novomoskovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 51203	(05693) 59485
VEDA-SOIa TOV	Velyka Kovalivka str. 10, k.73, Novomoskovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 51200	(05693) 23384
BRODIVS'KYI KONSERVNYI ZAVOD VAT	Franka I. str. 69, Brody, L'vivs'ka obl. 80600	(03266) 42293
ETOL-UKRAINA TOV	Kovaliva str. 46-b, Boryslav, L'vivs'ka obl. 82300	(03247) 65577

업체명	주소	전화
ODESKHARCHKOMBINAT VAT	Buhaivs'ka str. 3, Odesa, Odes'ka obl. 65005	(048) 7335617
ODESPRODUKTKOMPLEKS vyrobnycho-komertsiiina PF	Khimichna str. 2, Odesa, Odes'ka obl. 65031	(0482) 372690
VASHI SPETSII PP	Promyslova str. 28, .7, Odesa, Odes'ka obl. 65000	(048) 7601962
AHAMA-TREID TOV	Kostiantynivs'ka str. 68, office 217, Kyiv 04080	(044) 5015222
AHIKA TOV	Metrobudivs'ka str. 11, Kyiv 03065	(044) 4554221
ATLANTIS TOV	Alma-Atyns'ka str. 14-a, Kyiv 02090	(044) 5616075
BRAVO-UKRAINA torhovo-promyslovyi dim PP	50-richchia Zhovtnia prosp. 2-b, Kyiv 03148	(044) 5372999
DEL'TA-K TOV	Verbyts'koho Arkhitekтора str. 8, office 1, Kyiv 02068	(044) 5025319
DOL'CHE VITA TOV	Boryspil's'ke shose 7-b, Kyiv 02121	(044) 5681174
ELIS TOV	Verkhonii Val str. 54, office 1, Kyiv 04071	(044) 4517731
HURMANIIa MPP	Popova O. prov. 2-v, Kyiv 04074	(044) 4322543
KHACHAPURI TA VYPICHKA TD TOV	Riznyts'ka str. 6, k.3, Kyiv 01011	(044) 2542690
KOLOS Ltd TOV	Zdolbunivs'ka str. 7-d, Kyiv 02081	(044) 5744936
KRAINA MRII TPK TOV	Novokostiantynivs'ka str. 4-a, Kyiv 04080	(04496) 23890
MAKKEIN FUDS UKRAINA TOV	Frolivs'ka str. 3/34, Kyiv 04070	(044) 4637013
MASTERFYSh TOV	Lepse I. bul'v. 67, Kyiv 03126	(044) 4975745
UKRAINS'KA PRODOVOL'CHA KOMPANIIa ZAT	Volyns'ka str. 34/1, k.20, Kyiv 03151	(044) 2423702
UKRAINS'KYI PRODUKT PP	Kostiantynivs'ka str. 66, Kyiv 04080	(044) 4676071
VESTA TOV	Myropil's'ka str. 15-a, Kyiv 02192	(044) 5491434

업체명	주소	전화
VITTAR TOV	Avtoparkova str. 7-b, Kyiv 02660	(044) 5609957
AISBERH PP	Vyrobnycha str. 4, Dnipropetrovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 49127	(0562) 366785
ASKANIa DISTRIBialUSHN DNIPRO TOV	Udarnykyv str. 30, Dnipropetrovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 49019	(0562) 360842
INHORIN SPD	Hazety iaPravdaia prosp. 40-a, office 29, Dnipropetrovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 49051	(056) 7801408
UKRAINS'KI ZAMOROZHENI PRODUKTY TOV	Meleshkina str. 14-a, office.707, Kryvyi Rih, Dnipropetrovs'ka obl. 50086	(0564) 400895
ASKANIa DISTRIBialUSHN ZAKHID TOV	Pivnichna str. 1, L'viv, L'vivs'ka obl. 79020	(032) 2451684
KARPATY-EKO TOV	Shevchenka str. 2, Duliby, L'vivs'ka obl. 82434	(03245) 36789
UKRPRODKONTRAKT TOV	Chornovola V. prosp. 63, pov.3, L'viv, L'vivs'ka obl. 79058	(0322) 970717
ASKANIa DISTRIBialUSHN PIVDEN' TOV	Chornomors'koho Kozatstva str. 80, Odesa, Odes'ka obl. 65013	(048) 7166304
CHORNOMOROCHKA TOV	Bazova str. 12-b, Odesa, Odes'ka obl. 65033	(0482) 348750
LEVADA TD TOV	Serednia str. 36, Odesa, Odes'ka obl. 65091	(0482) 375789
ORBITA NVF TOV	Bolhars'ka str. 55, Odesa, Odes'ka obl. 65028	(048) 7151823
VIDRADA TOV	Dal'nyts'ka str. 39, Odesa, Odes'ka obl. 65005	(048) 7772604
DELFUD TOV	Zhylians'ka str. 24, office 18, Kyiv 01033	(044) 2876970
DZHI PI S KOMPANI TOV	Khvoiky V. str. 18/14, office 720, Kyiv 04080	(044) 5370244
MONOLIT TOV	Dmytrivs'ka str. 45, Kyiv 01135	(067) 4086777
POLTKONDPOSTACH TOV	a/c 88, Kyiv 03028	(067) 5032451
PRODPOSTAVKA PP	Serafymovycha str. 7-a, Kyiv 02152	(044) 5660055

업체명	주소	전화
PROEKT MAISTER TOV	Hlybochyts'ka str. 33-37, office 403, Kyiv 04050	(044) 4178600
SERVIS-PRODUKT TOV	Bilets'koho Akademika str. 34, Kyiv 03126	(044) 4554339
ZOLOTYI LEV TOV	Vyrobnycha str. 1, Dnipropetrovs'k, Dnipropetrovs'ka obl. 49127	(0562) 366800
AHROEKSPORT TOV	Rynok pl. 2, Mykolaiv, L'vivs'ka obl. 81600	(03241) 31041
BUS'KYI KONSERVNYI ZAVOD VAT	Petrushevycha str. 26, Bus'k, L'vivs'ka obl. 80500	(03264) 21597
ARHO LTD TOV	Odes'ka str. 16, Ovidiopol', Odes'ka obl. 67801	(0482) 332438
IEVDOKIIa Velykodal'nyts'kyi z-d prodtovariv ZAT	2-i Maiaks'kyi prov. 27, Velykyi Dal'nyk, Odes'ka obl. 67666	(048) 7433558
ISTOK TD TOV	Il'fa i Petrova str. 20, Odesa, Odes'ka obl. 65104	(048) 7490007
ODES'KYI KONSERVNYI ZAVOD VO ZAT	Vodoprovodna str. 22, Odesa, Odes'ka obl. 65007	(0482) 373884
ODYSSOS MP TOV	Prokhorivs'ka str. 28, office 225, Odesa, Odes'ka obl. 65005	(0482) 373216

☐ 차, 커피류

업체명	주소	전화
UKRAINS'KA KOMPANIa VENDYNHU PP	Novomostyts'ka str. 25-g, Kyiv 04074	(044) 4969037
JULIUS MEINL™	Radyscheva str. 3, Kyiv 03680	(044) 2062724
VIN TOV	Kutuzova str. 8, k.25A, Kyiv 01011	(044) 2371998
AL'FA-PROFIT TOV	Heroiv Stalinhrada prosp. 12-g, Kyiv 04210	(044) 4646301
AL'FRA PP	Kikvidze str. 11, Kyiv 01103	(044) 5928817
ALEKSKONKORD TOV	Hor'koho str. 4/6, Kyiv 01004	(044) 2320897
ARYSTOKRAT TI TOV	Trutenka O. str. 10, Kyiv 03680	(044) 2582822
ASKANIa DISTRIBialUSHN TOV	Boryspil's'ka str. 9, korp.91, Kyiv 02099	(044) 2064660
CHAI mahazyn firmy Monomakh	Chervonoarmiis'ka str. 21, Kyiv 01004	(044) 2344290
CHAI Y KOFE mahazyn	Lepse I. bul'v. 19, Kyiv 01024	(044) 4553859
CHAI-KA TOV	Vyshhorods'ka str. 21, Kyiv 04074	(044) 2066040
CHAIKOFSKI TOV	Zhylians'ka str. 68, Kyiv 01033	(044) 4927914
CHAINYI KLUB	Druzhby narodiv bul'v. 7, k.60, Kyiv 01042	(044) 4514283
COFFEE MASTER	Stryis'ka str. 6, office 14, Kyiv 03062	(044) 3327988
DIM KAVY	Honchara O. str. 86-a, Kyiv 01054	(044) 4256970
DIM KAVY	Myrnoho P. str. 20, Kyiv 01001	(044) 2544695
DIM KAVY mahazyn	Mezhyhirs'ka str. 10/18, Kyiv 04070	(044) 4256970
DORBUDRESURSY PP	Hrushevs'koho M. str. 34/1, office 26, Kyiv 01021	(044) 2534548
DUIMEKS TOV	Frolivs'ka str. 3/34, office 21/22, Kyiv 04070	(044) 4253590
DZHENERALFIRM PPzII	Leiptsyz'ka str. 16, Kyiv 01015	(044) 5012902
EKSIMTREID TOV	Bilets'koho Akademika str. 30, Kyiv 03126	(044) 4929598

업체명	주소	전화
ELANDA-ASTRA SP TOV	Alma-Atyns'ka str. 14-a, Kyiv 04071	(044) 5688495
FELICHITA TOV	Kurenivs'ka str. 2-b, office 14, Kyiv 04073	(044) 4685126
GEMINI Ltd TOV	Malyshka A. str. 15/1-a, Kyiv 02206	(044) 2017201
HRAN KOFE ITALIia TOV	Saksahans'koho P. str. 32, Kyiv 01033	(044) 4515195
HRINVUD (Dibrov S.F. SPD-FO	Lepse I. bul'v. 10, Kyiv 03065	(044) 2333972
HYLEYS™ukrains'ke chaine biuro	Tarasivs'ka str. 3, Kyiv 01001	(044) 2881138
INDUSTRIia KOFE TOV	Naberezhno-Khreschatyts'ka str. 39, pov.2, Kyiv 04070	(044) 5319915
IONIia TOV	Panoramna str. 1, Kyiv 03680	(044) 4518375
KAVA TREID TOV	Raskovoi M. str. 11, office 621, Kyiv 02002	(044) 5173647
KEDR TOV	Khvoiky V. str. 11, office 511, Kyiv 04080	(044) 2066163
KOFE-SERVIS TOV	Peremohy prosp. 53, Kyiv 03680	(044) 2373659
KONTYNENT-DYSTRYBialU SHN TOV	Radyscheva str. 10/14, k.305, IPBA, Kyiv 03680	(044) 2062480
LANKA DEVI DchP	Iurkivs'ka str. 36, office 26, Kyiv 04080	(044) 3908258
LIBERTI kompaniia PP	Kurenivs'ka str. 2-b, Kyiv 04073	(044) 4675679
LIZYNH SOLIUSHENS TOV	Chyhorina str. 55, Kyiv 01042	(044) 5297057
LUKAFFE (Bohachyk P.D. pidpryiemets')	Kurs'ka str. 14/63, Kyiv 03049	(044) 2424668
MAISKYI CHAI PII TOV	Zamkovets'ka str. 5, Kyiv 04074	(044) 2066049
MJF TEAS (PVT) Ltd., predstavnytstvo	Haitsana M. str. 8/9, office 13, Kyiv 01010	(044) 5685301
NK-LIHA TOV	Pan'kivs'ka str. 20, office 2, Kyiv 01033	(044) 3907245
ORIMI TREID Ltd TOV	Bilets'koho Akademika str. 30, Kyiv 03126	(044) 4929599
PLANETA KAVY TOV	Rybal's'ka str. 7, Kyiv 01011	(044) 2545098

업체명	주소	전화
PODILINFORM-PLIUS TOV	Borysohlibs'ka str. 9/15, Kyiv 04070	(044) 4254438
PRODPAK Ltd TOV	Bilets'koho Akademika str. 30, Kyiv 03126	(044) 4929598
PRODTORH-96 TOV	Vozziaiednannia prosp. 7-a, k.400, Kyiv 02160	(044) 5311460
R.E.I.V. TOV, Kyivs'ka filia	Kostiantynivs'ka str. 37-a, Kyiv 04071	(044) 4173264
ROASTMASTER TOV	Hmyri B. str. 5, k.155, Kyiv 02140	(044) 2551545
SATURN-UKRAINA TOV	50-richchia Zhovtnia prosp. 2-b, Kyiv 03148	(044) 2471962
SHANS TOV	Zaliznychne shose 25, Kyiv 01103	(044) 5216607
SOLOMila SP ukrains'ko-anhliis'ke TOVzII	Berkovets'ka str. 6-a, Kyiv 04128	(044) 4540330
STEP FUD Kholdinh TOV	Tel'mana str. 5, pov.5, Kyiv 03150	(044) 2010155
SVIT CHAIu firmovyi mahazyn	Saksahans'koho P. str. 13/42, Kyiv 01023	(044) 2872723
SVIT CHAIu TOV	Saksahans'koho P. str. 13/42, Kyiv 01023	(044) 2899565
TIBEST-LIUKS TOV	Radyscheva prov. 19, Kyiv 03124	(044) 4085499
TILEND TOV	Heroiv Dnipra str. 35, Kyiv 04209	(044) 4220404
UKRAINS'KA CHAINA KOMPANIa TOV	Radyscheva str. 3, office b-404, Kyiv 03680	(044) 5947230
VENDINH UKRAINA TOV	Kondratiuka IU. str. 1, Kyiv 04201	(044) 4618178
VITAL-TER firma TOV	Mekhanizatoriv str. 10, Kyiv 03035	(044) 2493604
VLADA VKF TOV	Marka Vovchka str. 14, Kyiv 04073	(044) 4675967
ZOLOTYI BAR PP	Staronavodnyts'ka str. 8-b, office 1, Kyiv 01015	(044) 5365064
ZOLOTYI LEON TOV	Lepse I. bul'v. 8, pov .8, Kyiv 03124	(044) 5942921

㉮ 참고 2. 관련 기관현황

구 분	관련기관
◦ 우크라이나 식품규정 관련기관	
Sanitary and hygiene issues related to all food products, MRLs.	Serhiy Berezhnov, MD, First Deputy Minister State Sanitary Doctor of Ukraine Ministry of Health Care of Ukraine 7, Grushevskogo St., Kiev 01021 Ukraine tel. +380-44-293-24-39 fax: +380-44-253-69-75 e-mail: moz@moz.gov.ua Homepage: www.moz.gov.ua Prof. Mykola Produnchyuk, Director Institute of Ecohygiene and Toxicology of Ministry of Health Care of Ukraine (responsible for state sanitary and hygiene expert examination, Head of Ukrainian CODEX Commission) 6, Heroiv Oborony St., Kiev 03680 Ukraine tel.: +38-044-251-97-00 fax: +38-044-251-96-43 E-mail: office@medved.kiev.ua Homepage: http://www.medved.kiev.ua/home/index_en.htm
Animal health issues, safety of all animal products and seafood.	Dr. Ivan Y. Besiuk, Head State Department of Veterinary Medicine of Ukraine Ministry of Agricultural Policy of Ukraine 24 Khreschatik St., Kiev 01001 Ukraine Tel: +38-044-229-1270 Fax: +38-044-229-4883 Homepage: http://www.vet.org.ua/

구 분	관련기관
Plant health issues	Mr. Yaroslav Dobryanskiy, Head Main State Phytosanitary Inspection Service of Ukraine Ministry of Agricultural Policy of Ukraine 7, Koloskova St. Kiev, 03138 Ukraine Tel: +380-44-264-7707 Fax: +380-44-264-3107
Certification and conformity	Oleg Vysotsky, Head State Committee of Ukraine on Technical Regulations and Consumer Policy Tel.: +380-44-226-2971 Homepage: http://www.dssu.gov.ua/control/en/index
Ecological inspection of animals, birds and radiological inspection of food products	State Ecological Inspection Service Ministry of Environment and Natural Resources of Ukraine Tel: +380-44-244-5472 Fax: +380-44-206-31-07 E-mail: dei.@skif.com.ua
Pet Food and Feed Additives Registration	Dr. Mykhailo Kosenko, Director State Scientific and Control Institute of Veterinary Drugs and Feed Additives 11 Donetska St 79019 Lviv, Ukraine Tel.: +380-0322-523-372 Fax: +380-0322-521-193 e-mail: dndki@scivp.lviv.ua Web page: http://www.scivp.lviv.ua
Plant Variety Registration	Oleksandr Kamyshov, Chairman General State Agricultural Inspection Service Ministry of Agricultural Policy of Ukraine 15, Henerala Rodimtseva vul., 03041 Kyiv, Ukraine Tel: +380-44-257-99-33 Fax: +380-44-257-99-34 E:mail: sops@sops.gov.ua Homepage: http://sops.gov.ua/index.en.htm

구 분	관련기관
Seed Certification	Mr. Viktor M. Malasai State Seed Inspection Service Ministry of Agricultural Policy of Ukraine Suite 408, Solomyanska Ploshcha 2 03035 Kiev Ukraine Phone: +38-044-244-0211 Fax: +38-044-244-0210 E:mail: seeds@cantata.kiev.ua
Registration of Trade Marks	Mr. Mykola Paladiy, Head State Committee of Ukraine on Intellectual Property Ministry of Education and Science of Ukraine 8 Lvivska Ploscha, 04655 Kiev-53, Ukraine Tel: +380-44-212-50-80, 212-50-82 Homepage: http://www.sdip.gov.ua
◦ 경제기관	
Ministry of Economy	12/2, Hrushevskogo str., 01008, Kiev, Ukraine Tel.: (380-44) 226 2315 Fax: (380-44) 226 3181 Homepage: http://me.gov.ua
우크라이나 상공회의소	vul. Velyka Zhytomyrska, 0160 Kyiv, Ukraine Tel.: (44)212-2911 Homepage: www.ucci.org.ua
우크라이나 기업가 연맹	Hreschatik Str., Kyiv 252001, Ukraine Tel.: (44)228-3069 Homepage: www.uspp.org.ua

☞ 참고 3. 한국 농식품 우크라이나 수출동향

■ 농산물

(단위 : kg, 달러)

품명	2005년		2006년		대비	
	물량	금액	물량	금액	물량(%)	금액(%)
합계	217,158	1,596,064	795,404	5,581,723	266.3	249.7
농산물	217,118	1,595,764	795,393	5,581,694	266.3	249.8
과실류	62,798	49,706	141,297	117,372	125	136.1
◦ 단일과실조제품	62,798	49,706	141,297	117,372	125	136.1
- 과즙음료	62,798	49,706	141,297	117,372	125	136.1
소오스류	0	0	16	19	0	0
◦ 마요네스	0	0	16	19	0	0
- 마요네스	0	0	16	19	0	0
연초류	154,171	1,545,433	654,049	5,464,214	324.2	253.6
◦ 잎담배	0	0	198,000	405,900	0	0
- 잎담배	0	0	198,000	405,900	0	0
◦ 권련	154,171	1,545,433	456,049	5,058,314	195.8	227.3
- 필터담배	154,171	1,545,433	456,049	5,058,314	195.8	227.3
인삼류	149	625	0	0	-100	-100
◦ 인삼음료	149	625	0	0	-100	-100
- 인삼음료	149	625	0	0	-100	-100
과자류	0	0	22	26	0	0
◦ 검	0	0	6	9	0	0
- 추잉검	0	0	6	9	0	0
◦ 캔디	0	0	7	9	0	0
- 캔디류	0	0	7	9	0	0
◦ 비스킷	0	0	9	8	0	0
- 비스킷	0	0	9	8	0	0
면류	0	0	9	63	0	0
◦ 라면	0	0	9	63	0	0
- 라면	0	0	9	63	0	0

자료 : KATI

축산물

(단위 : kg, 달러)

품명	2005년		2006년		대비	
	물량	금액	물량	금액	물량(%)	금액(%)
축산물	0	0	11	29	0	0
기타 축산물 부산물	0	0	11	29	0	0
◦ 로얄제리	0	0	11	29	0	0
- 조제품 기타	0	0	11	29	0	0

자료 : KATI

임산물

(단위 : kg, 달러)

품명	2005년		2006년		대비	
	물량	금액	물량	금액	물량(%)	금액(%)
임산물	40	300	0	0	-100	-100
기타목재	40	300	0	0	-100	-100
◦ 기타목제품	40	300	0	0	-100	-100
- 기타목제품(기타)	40	300	0	0	-100	-100

자료 : KATI



우즈베키스탄

I. 국가개요

II. 수출 유망품목 시장동향

III. 수입통관제도

IV. 한국 농식품 유통현황 및 진출여건

참고자료

I

국 가 개 요

1. 국 가 개 황
2. 농 업 현 황
3. 시장특성 및 구조
4. 농식품 수출입동향

1 국 가 개 황

가. 일반개요

일반·정치

국명 : 우즈베키스탄 (Republic of Uzbekistan)
 위치 : 중앙아시아
 면적 : 447,400km² (한반도의 약2배)
 기후 : 고온 건조한 대륙성 기후
 여름 최고기온 : 42℃ / 평균기온 : 25-30℃
 겨울 최저기온 : -10℃ 이하 / 평균기온: 2.8℃
 강수량 (봄 : 30-50%, 여름 : 1-6% , 가을 : 4-44%, 겨울 : 25-40%)
 수도 : 타쉬켄트 (Tashkent)
 주요도시 : Tashkent(211만명), Samarkant(39만명), Bukhara(23만명), Fergana(20만명)
 정부형태 : 대통령 중심제
 국가원수 : Karimov 대통령

사회·문화

인구 : 2,620만 명 ('06년)
 민족 : 우즈베키스탄인(71.0%), 러시아인(9%), 한국인(1%), 기타(19%)
 언어 : 우즈베키스탄어, 러시아어
 종교 : 수니파 이슬람교(70%), 시아파 이슬람교(20%), 그리스 정교(18%)
 건국(독립)일 : 1991.9.1 (러시아로부터 독립)

경제·무역

GDP : US\$ 132억 (2006년 기준)
 실질경제성장률 : 7.4%(2004), 7.0%(2005), 6.8% (2006)
 1인당 GDP : \$496 (2006년 기준)
 화폐단위 : 쉼(Sum)
 환율 : 1US\$ = 1,272.54 Sum (2007년 6월 기준)
 산업구조 : 제조업(22.1%), 농림업(24.1%), 물류 및 통신(11.4%)
 교역규모 : US\$5,470백만(수출), US\$4,190백만(수입)

나. 경제동향

주요 경제지표

지표		2002	2003	2004	2005	2006
G	십억불	9.7	10.1	12.0	12.5	13.2
D	증가율(%)	3.1	1.5	7.4	7.0	6.8
P	1인당 GDP	\$380	\$391	\$458	\$475	\$496
인구(백만명)		25.5	25.8	26.2	26.3	26.6
소비자물가상승율(%)		24.2	13.1	1.7	6.9	7.6
평균환율(1USD)		771.0	971.3	1,012.0	1,115.0	1,219.6
교역	전체(백만USD)	4,696	5,645	7,500	8,380	9,660
	수출(백만USD)	2,510	3,240	4,290	4,740	5,470
	수입(백만USD)	2,186	2,405	3,210	3,640	4,190
	수지(백만USD)	324	835	1,080	1,100	1,280
경상수지(백만USD)		96.8	863.1	1,212.0	1,448.3	1,445.0
외환보유고(백만USD)		850	1,162	1,546	2,000	1,900
국가외채(십억USD)		4.8	5.0	5.0	4.6	4.7
실업률(%)		0.5	0.5	0.6	0.4	-

자료 : EIU 경제 통계

경제현황

1차 산업 의존적인 산업구조 : 우크라이나 산업구조는 아직까지 GDP와 고용에서 1차 산업이 차지하는 비중이 가장 크나, 정부의 각종 지원에 의존하여 효율성과 경쟁력이 매우 취약한 상태임. 특히 1차 산업의 대부분을 차지하고 있는 면화산업은 국가 최대 수출산업으로 국제면화 시세 변동에 따른 경제 의존도가 높은 것이 약점임

천연자원 개발 잠재력 양호 : 에너지자원(특히 천연가스)은 자급자족하며 일부는 인근 CIS지역으로 수출함. 금은 매장량 세계 6위, 생산량 세계 10위권이며, 국가 수출액의 약 10~20%를 차지하는 면화에 이은 2번째 주요 수출품임

주요 경제정책

개혁거부, 수입대체산업화 고수 : 카리모프 체제하의 경제개혁 성과는 매우 부진하였으며, 국가주도의 수입 억제를 위한 수입대체산업화(ISI) 정책을 유지해 왔으나 국가경쟁력을 갖추지 못한 수입대체산업은 거의 외화획득 기능을 하지 못함

통화 및 재정정책 : 2002년부터 정책금융 억제 등 통화팽창 억제에 나서면서 2003~2004년에는 물가가 크게 안정되는 모습을 보였으나 직접적인 현금유통량 억제에 나서는 등 전근대적인 통화정책에 의존하고 있음. 재정수지는 국제 통화시세에 크게 좌우됨

환율정책 : 우즈베키스탄 정부는 2001년 부분적인 외환자유화 조치를 발표 하면서 중소기업에 대해 달러수입 50% 강제매각 조치를 면제함. 기업들은 상업 환율에 의거한 환전이 가능하나 외환 부족으로 외환 매입은 용도에 근거한 우선순위로 이루어짐에 따라 급격한 환율 변동이 없음. 동 환전 신청 시 대외경제부가 승인하는 환전승인 쿼터와 수입 계약서 등록제도는 남아있어 외환 통제 기능을 수행함

최근 경제동향

우즈베키스탄은 2004년 이후 7% 내외의 높은 성장세 유지

CIS 국가 중 열악한 투자환경 및 사업환경 등으로 외국인직접투자가 가장 부진한 국가 중의 하나였으나 2004년 이후 원유 및 천연가스 개발과 통신사업 부문에 집중되고 있는 러시아 및 중국 등의 투자가 우즈베키스탄 경제 성장에 기여하고 있음. 국제 면화 시세 회복과 금 시세 강세 유지 그리고 원유 및 천연가스 가격 상승에 따른 수출입 증가 등이 경제 성장을 견인함

2 농업 현황

가. 농업개황

농업은 우즈베키스탄 GDP의 1/4을 차지하고 있는 비중이 높은 분야 중 하나로 면화가 가장 중요한 수출전략품목이며, 세계 면화 생산 5위 국가임. 과일 및 채소, 누에고치, 아스트라칸 모피, 생가죽 등도 주요 수출품목임

인구의 약 60%가 농촌에 거주하고 있으며 농업생산의 대부분은 국영농장 및 집단 농장에 의해 이루어지고 있는데 최근 민영부분이 약간 성장하여 전체생산의 1/4정도를 점유함

1980년대 우즈베키스탄 산업중심지는 국가 농산물의 20%와 국가 공산품의 40%를 생산하고 있는 타쉬켄트 주임. 우즈베키스탄의 5% 영토를 차지하고 있는 페르가나 계곡에서는 전체 면 생산의 30% 이상이 생산되고 있는데, 이곳은 양잠과 원예농업 그리고 과일 가공업이 이루어지고 있는 중요한 곳이며, 채유시설도 집중됨. 카리칼파크 자치공화국에서는 양질의 쌀과 목화가 재배되고 있으며, 우즈베키스탄 전국에 걸쳐서는 목축업과 양피산업이 발달함

예로부터 관개농업이 발달하였으며 현재 4.2백만 ha가 관개 형태로 경작, 전체 농업생산량 중 95%가 여기에서 나옴

2006년 농업생산규모는 7,314십억 습으로 전년도보다 6.2% 증가하였으며, 이 중 56.9%가 농산물, 43.1%가 축산물임

나. 농지 및 주요 농작물 현황

우즈베키스탄에서 목화를 제외하고 가장 중요한 농산품은 과일, 채소, 밀, 쌀, 옥수수과 같은 곡식이며 우즈베키스탄의 멜론과 포도는 유명함

목화

우즈베키스탄의 경제는 사회주의 연방에서 특별하게 관리되었고 목화재배업이 주를 이루었으며, 1980년대에는 목화재배업과 가공업으로 생산된 제품이 우즈베키스탄 총생산의 65%를 차지, 전체 노동력의 40%가 참여함 독립 이후 식료품의 자급자족을 위해 목화산업을 줄이고 곡물 및 식료품 산업 발달함

곡물

정부의 곡물 증산정책에 따라 곡물 경작면적은 급격히 증가하여 1994년 대비 1997년에는 20%나 늘어났고 1999년 전체 경작면적은 1.7백만ha에 달했으나 2006년에는 1.62백만ha로 약간 감소함

경작면적의 증가뿐 아니라 1998년의 곡물 생산량은 1994년 대비 68%나 증가한 4.1백만 톤이었으며 2006년 전체 곡물생산량은 이보다 61% 증가한 6.6백만 톤에 달함. 한편 정부의 농기계의 적극적인 지원에 힘입어 ha당 생산량도 증가함

과일 및 채소

우즈베키스탄은 기후 조건이 과일, 채소의 생산에 적합하여 5월부터 체리, 살구, 7월부터 수박, 메론, 복숭아, 포도, 9월부터 호두, 대추, 땅콩 그리고 가을까지 사과, 배, 감, 무화과, 석류 등이 생산되어, 주변국가로 수출함. 과일은 당도가 매우 높고 맛있으며, 신선과일 뿐만 아니라 말린 과일도 수출함

<주요 농산물 경작지역>

(단위 : 천 ha)

구 분	2005	2006	전년 대비(%)	구성비율(%)	
				2005	2006
총 경작면적	3,647.5	3,633.6	99.6	100.0	100.0
곡물	1,616.1	1,616.5	100.0	44.3	44.5
- 밀	1,439.7	1,446.5	100.5	39.5	39.8
- 보리	72.3	55.8	77.2	2.0	1.5
옥수수	33.6	32.7	97.3	0.9	0.9
쌀	52.5	60.4	115.0	1.4	1.6
콩류	17.5	20.4	116.6	0.5	0.6
면화	1,472.3	1,447.6	98.3	40.4	39.8
감자	49.8	52.6	105.6	1.4	1.5
채소	137.7	154.2	112.0	3.8	4.2
메론류	33.9	37.0	109.1	0.9	1.0

자료 : 우즈베키스탄 통계위원회

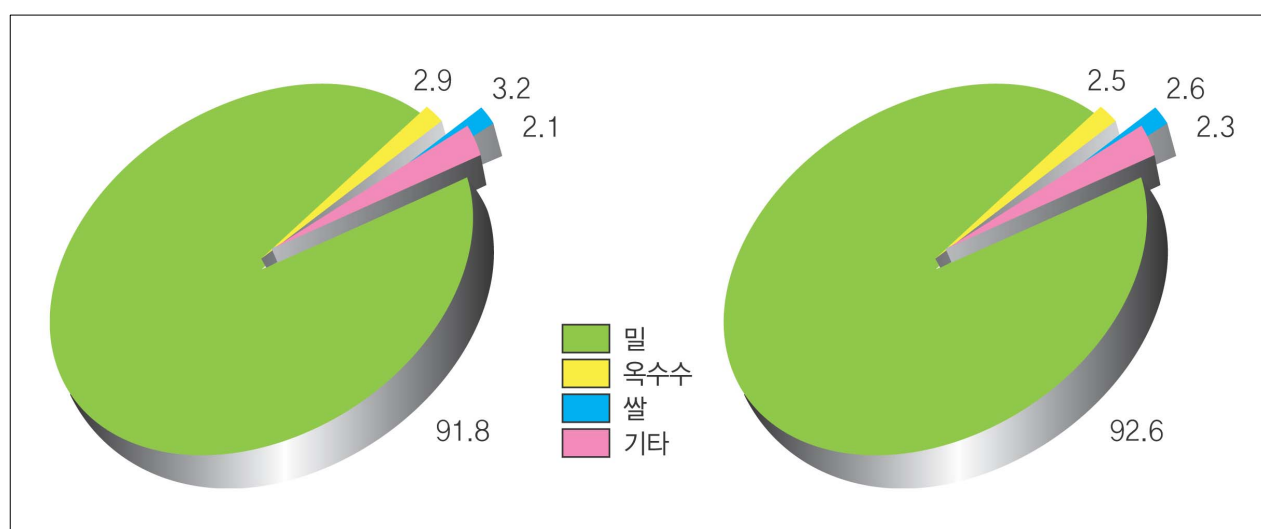
<주요농산물 수확량 및 생산성>

(단위 : 천 톤, c/h)

구 분	2005		2006		전년대비 %	
	생산량	생산성	생산량	생산성	생산량	생산성
곡물	6,540.9	40.7	6,639.0	42.1	101.5	103.4
- 밀	6,057.2	42.4	6,094.6	43.5	100.6	102.6
옥수수	164.3	44.5	194.0	48.7	118.0	109.4
쌀	171.7	33.0	213.7	33.8	124.5	102.4
면화	3,728.4	25.3	3,600.3	25.0	96.6	98.8
감자	924.2	170.3	1,018.4	170.6	110.2	100.2
채소	3,517.5	215.8	4,279.4	219.0	121.7	101.5
메론류	615.3	169.1	740.8	178.0	120.4	105.3
과일	949.3	62.3	1,171.8	75.6	123.4	121.3
포도	641.6	64.7	790.4	79.0	123.2	122.1

자료 : 우즈베키스탄 통계위원회

<곡물 생산량 비율>



자료 : 우즈베키스탄 통계위원회

다. 축산물 현황

총인구의 90%가 이슬람교이기 때문에 주로 쇠고기, 양고기를 생산·소비함

<가축 및 가금류 수>

(단위 : 천 마리)

구 분	2006년	2007년	전년대비 %
소	6,571.4	7,042.5	107.2
- 젖소	2,821.3	2,982.7	105.7
돼지	86.9	92.3	106.2
양, 염소	11,351.9	12,019.3	105.9
가금류	20,540.4	24,220.3	117.9

자료 : 우즈베키스탄 통계위원회

<육류 및 유제품 생산량>

(단위 : 천)

구 분	단위	2005년	2006년	전년대비 %
육류	천 톤	1,061.2	1,139.8	107.4
우유	천 톤	4,554.9	4,855.6	106.6
달걀	백만 개	1,966.7	21,28.1	108.2
울	톤	20,081.0	21,436	106.7
피혁	천	688.8	726.8	105.5
누에고치	천 톤	16,211	20,245	124.9

자료 : 우즈베키스탄 통계위원회

라. 농업정책

우즈베키스탄 정부의 강력한 농업육성 정책에 따라 농업 생산은 매년 성장을 거듭하고 있으며 정부의 곡물 증산정책에 따라 곡물 경작면적 및 생산량도 증가 추세임

토지 사유화 억제 : 토지의 사적소유가 엄격하게 금지되어 왔기 때문에 농민들은 영구임대방식으로 토지를 임대하여 농사를 지어왔으나 농민의 임대권도 지방정부의 재량에 의해서 박탈할 수가 있어 농민들의 경작의욕이 저하됨

정부곡물수매제도 : 정부곡물수매제도가 운영되고 있으며, 이는 정부가 농산물을 낮은 가격에 강제로 매입하여 높은 가격에 독점 수출하는 시스템으로, 수익은 국내 제조업에 대한 보조금으로 재분배되거나 정부의 재정수입으로 흡수됨

3 시장특성 및 구조

가. 시장 특성

전형적인 농업국가로서 생활수준은 여타 구소련 공화국에 비하여 낮음. 자동차, 가전제품의 보급률은 극히 낮은 수준이며 이러한 내구성 소비재들도 대부분 구소련산이 많이 보급되어 있음

1992년 독립 이후 자본주의 제도의 도입과정 특히, 국유재산의 사유화 과정에서 부유층이 형성되고 이에 따라 극빈층과 부유층의 양분화 현상이 뚜렷해지고 있으며 중산층의 형성은 느리게 진행되고 있음

대부분의 소비재를 러시아, 유럽, 터키 등에서 수입하고 있어 소비패턴 역시 서구형이며 한국, 일본 등의 아시아 국가보다는 유럽 및 터키 제품에 대한 인지도 및 선호도가 높은 편임

유통망은 아직도 국영으로 운영되는 상점이 대부분이나 최근 들어 외국기업과 합작한 민간도매 및 소매상이 점차 역할을 확대하고 있음. 그러나 외환 부족현상이 심화되어 이들의 활동은 미진한 상태임

내륙에 위치한 우즈베키스탄의 지리적 여건은 경제발전의 최대 장애요인인 동시에 물류이동의 큰 장애요인으로 작용해 한국제품 수출시 가격경쟁력 저하와 납기지연 등 경쟁력 저하를 초래하고 있음

나. 식품소매시장 특성

우즈베키스탄은 1차 농산물 생산과 함께 식품가공산업도 중요한 경제부문으로 2006년 가공식품 생산량은 1,699.3십억 습으로 전년도보다 17.3% 증가하였으며 전체 소비재 생산금액의 1/3 이상을 식품가공산업이 차지함. 주요 가공식품은 통조림 채소 및 과일, 과일 주스, 육류제품 및 유제품 등이며 이들은 주요 수출 아이템이기도 함

전체 외국인투자 중 식품 가공산업의 비중이 2005년 2.6%에서 2006년 6.8%로 증가. 향후 대외무역의 자유화, 현지 화폐교환성 문제해결이 이루어지면 식품부문에 대한 외국인 투자가 더 활발해 질 것으로 예상됨

<주요 가공식품 생산량>

품 목	단위	2005	2006	전년대비, %
우유 및 유제품	천 톤	10.6	17.2	149.6
통조림	백만 개	148.3	204.4	137.1
설탕	천 톤	146.4	170.6	116.5
식물성 기름	천 톤	253.9	258.0	112.7
마카로니	천 톤	16.9	21.2	120.4
보드카, 리큐어	천 데카리터	5,938	6,514	112.4
와인	천 데카리터	2,442	2,309	95.7
광천수	0.5리터, 백만	118.8	126.8	108.6
담배	백만 개	5,263	1,903	150.2

자료 : 우즈베키스탄 통계위원회

우즈베키스탄의 전체 소매거래량은 조금씩 증가하고 있지만 식품부문은 2005년 까지 정체되어 있거나 감소추세를 보여 왔음

<소매시장 성장률>

(단위 : %)

구 분	2003	2004	2005
전체 상품소매유통량	5.1	5.2	5.1
- 식품류	4.9	-1.1	-0.2
· 식품	5.9	-1.5	-0.3
· 알콜음료	-7.6	-4.8	-9.7
- 비식품류	5.3	13.7	11.6
서비스 종사인구	7.9	14.9	16.3

자료 : 우즈베키스탄 통계위원회

<소매시장 거래액>

구 분	단위	2003	2004	2005
전체 상품소매거래액	십억 숨	4,325.1	4,787.5	5,577.4
- 식품류		2,621.0	2,619.0	2,896.4
- 비식품류		1,704.1	2,168.5	2,681.0
1인당 상품소매거래액	천 숨	168.5	184.4	212.4
- 식품류		102.3	100.9	110.3
- 비식품류		66.2	83.5	102.1

자료 : 우즈베키스탄 통계위원회

주) 환율 : 1달러 = 1,272.54숨

소수의 정부산하 기업들과 일부 개인기업들이 식품유통의 대부분을 장악하고 있으며 슈퍼마켓이나 소매식품점, 호텔 등은 이들로부터 식품을 공급받음. 최근에는 대형 슈퍼마켓이 외국으로부터 직접 수입을 하기도 함

슈퍼마켓과 같은 현대적인 소매점은 전체 소매시장의 7~8%를 구성하고 있으며 주로 대도시 중심에 위치하고 있음. 이러한 소매점들은 다양하고 좋은 품질의 국내 또는 수입제품을 갖추고 있지만 다소 가격이 높기 때문에 소수의 중상층 소비자들만 구매함

대부분의 외국인은 슈퍼마켓에서 쇼핑을 하고 수입제품이나 필요한 수입 제품이 없을 경우에만 현지산 대체품을 구매. 반면 현지 소비자들은 대규모 재래시장이나 곳곳의 식품점을 선호함

우즈베키스탄에는 소규모의 제한된 종류의 식품을 파는 전통적인 식료품점들이 있으며, 여기에서는 주요 고객에 따라 현지식품 뿐만 아니라 수입식품을 판매하기도 함. 전통적인 형태의 식품소매점은 우즈베키스탄 전역에 걸쳐 있으며 저소득층에서 고소득층까지 대부분의 소비자들은 이곳에서 식료품을 구매함

우즈베키스탄은 이슬람교(대부분 수니파) 90%, 그리스정교 8%, 기타 2%의 다민족 사회임. 이슬람교로 인하여 돼지고기 소비는 거의 없으며 양고기와 쇠고기가 주로 소비되며, 식생활도 종교의 영향을 받음

<주요 대형식품 매장>

매장명	소유구조	매장수	위치	구매타입
'MIR' 슈퍼마켓	Demir Ltd 우즈베키-터키 합자회사	2	타슈켄트 시	직접구매 대리점
'ARDUS' 슈퍼마켓	우즈베키-네덜란드 -독일 합자회사	3	타슈켄트 시	직접구매 수입자 유통업체
'ISTIKLOL' 슈퍼마켓	우즈베키-독일 합자회사	1	타슈켄트 시	직접구매 수입자
'BESH-YOGOCH' 미니마켓	'Besh-Yogoch' 우즈베키 사기업	15	전국	직접구매 수입자 유통업체
'ITALFOOD' 슈퍼마켓	'Sovplasital' 우즈베키-이탈리아 합자회사	1	타슈켄트 시	수입자
'HOLLAND-MARKET' 슈퍼마켓	우즈베키-네덜란드 합자회사 'Martens Trading'	1	타슈켄트 시	수입자 유통업체



<‘MIR’ 슈퍼마켓 외부>



<‘MIR’ 슈퍼마켓 내부>



<재래시장(꾸일룩)>



<재래시장(꾸일룩)>

4 농식품 수출입동향

가. 농식품 수출입동향

우즈베키스탄은 농업국가로 주로 신선 과일 및 채소와 같은 1차 농산물 수출함. 그 해 작황에 따라 수출품목이나 물량이 변동함

2006년 전체 수출, 수입 중 농식품 비율은 7.9%, 8.1% 이며, 면화 수출의 경우 전체의 17.2%를 차지함

<우즈베키스탄 농식품 수출입동향>

(단위 : 백만 달러)

구 분	2001	2002	2003	2004	2005
전체수출	3,170.4	2,988.4	3,725.0	4,853.0	6,389.8
농식품수출(비중)	123.6(3.9)	104.6(3.5)	100.6(2.7)	184.4(3.8)	504.8(7.9)
전체수입	3,163.9	2,712.0	2,964.2	3,816.0	4,395.9
농식품수입(비중)	341.7(10.8)	339.0(12.5)	293.5(9.9)	259.5(6.8)	356.1(8.1)

자료 : 우즈베키스탄 통계위원회

주) 면화제외

우즈베키스탄은 신선농산물 대량생산 국가이기 때문에 오렌지나 바나나와 같은 열대과일을 제외하고는 과일과 채소를 수입하지 않지만 수입 통조림 과일이나 과일주스는 슈퍼마켓이나 소매식품점에서 쉽게 찾을 수 있음

우즈베키스탄도 육류 및 육류제품을 생산하지만 충분한 공급이 이루어지지 않음. 특히 닭고기의 경우 현지 가공산업이나 소비자 수요에 맞추기 위해 정기적으로 수입되고 있으며 주요 공급자는 EU, 터키, 미국이며 미국의 경우 직접 수입이 아닌 러시아나 카자흐스탄을 통해 수입됨

우즈베키스탄은 비교적 많은 양의 민물생선을 생산하며 주로 통조림 형태로 수산물을 러시아, 발틱공화국, 일부 EU 국가로 수출하고 있음

우즈베키스탄은 이중의 나라로 둘러싸인 내륙국이므로 식품수입은 타슈켄트 공항을 통한 항공을 이용하거나 해운의 경우 북해, 발틱해를 통해 운송되어 철도를 이용해 우즈베키스탄 국내로 운송되며 한국에서는 블라디보스토크를 경유하여 철도로 운송되기도 함

<주요 농산물 수출동향>

(단위 : 톤, 천 달러)

품 목	2003		2004	
	물량	금액	물량	금액
목화 린트	775,000	697,500	440,007	550,665
포도	31,294	19,761	90,055	53,726
밀	1,267	-	308,688	46,101
토마토	30,095	16,236	42,700	25,886
기타 신선과일	10,792	5,896	38,612	19,732
토마토 페이스트	28,583	10,587	44,610	15,067
양파, 마른 것	77,527	10,551	95,322	14,107
기타 신선채소	17,478	5,412	20,152	10,110
목화 린터	11,273	3,318	36,426	9,834
담배잎	9,698	6,896	7,545	7,985
건포도	9,085	3,726	17,724	7,930
목화 부스러기	13,863	5,072	11,660	6,732
땅콩	9,203	3,575	4,000	5,346
자두	3,906	-	8,924	5,129
누에고치	112	-	4,154	4,793
살구	4,395	3,080	4,464	4,578
복숭아	3,295	2,161	3,957	3,393
칠리, 고추	4,405	-	6,560	3,330
수박	13,241	-	16,494	3,036
오이	2,254	-	4,559	2,860

자료 : FAO Statistics

<주요 농산물 수입동향>

(단위 : 톤, 천달러)

품 목	2003		2004	
	물량	금액	물량	금액
쌀	10,000	4,000	72,100	32,000
정제설탕	103,292	21,975	68,626	19,048
차류	2,600	4,200	20,729	16,377
버터	5,178	8,683	6,154	13,532
해바라기씨유	12,005	9,460	8,442	7,306
닭고기	6,927	4,505	5,837	7,167
설탕(가공하지 않은 것)	28,002	-	45,100	7,053
과일종자	167	3,977	40	6,254
돼지고기	737	-	2,486	5,148
기타 조제식품	2,692	3,070	4,282	5,086
담배	537	3,303	699	4,305
피스타치오	478	2,225	867	3,845
쌀(도정미)	20,000	-	6,773	3,696
콩	50,000	5,000	20,000	3,000
초콜릿제품	1,472	2,809	831	2,712
수지	-	-	1,918	1,833
쇠고기 조제식품	1,816	1,963	1,328	1,712
바나나	2,434	-	3,479	1,648
마가린, 쇼트닝	1,913	1,394	2,545	1,619
보리 맥아	2,530	-	2,919	1,482

자료 : FAO Statistics

II

수출 유망품목 시장동향

1. 음료
2. 차류
3. 소스류

1 음 료

가. 생산현황

2006년 우즈베키스탄 음료생산량은 2005년보다 94% 증가한 88.6백만 리터임. 우즈베키스탄은 러시아 등의 외국업체의 직접투자에 의한 현지 생산이 발달하는 추세임

러시아 업체와 카자흐스탄 업체가 전체시장의 50% 비중을 차지하고 있으며 기타 현지 업체들은 각각 1-7%의 점유율을 보임. 현재 시장점유율 1위인 브랜드는 《Fruktovy sad》로 러시아 업체 중에서도 가장 적극적인 마케팅 활동 전개하고 있음. 현지 브랜드였던 《Tip-Top》은 처음부터 꾸준히 인지도를 다져와서 시장점유율이 가장 높았으나 《Fruktovy sad》의 마케팅에 밀리고 제품공급의 불안정, 목표시장의 부재 등이 원인이 되어 점점 쇠퇴하고 있음

우즈베키스탄 음료시장은 주스 부분만 한해 25백만 리터 규모이며 시장 관계자들은 50백만 리터까지의 성장 가능성이 있다고 보고 있음. 그러나 낙후된 기반시설, 불투명한 투자환경, 전반적인 경제상황 등의 산업 환경을 보면 성장 가능성에 대한 매력을 감소시킴. 음료의 종류는 과일주스 및 넥타, 아이스티, 청량음료가 있지만 과일주스 및 넥타가 대부분 임

청량음료를 제외한 우즈베키스탄 음료시장은 현재 러시아와 카자흐스탄 업체들이 브랜드 경쟁을 벌이고 있음. 현지에서 생산되는 품질이 좋고 저렴한 원료, 싼 노동력, 낮은 기술적 소요비용은 아직 성장가능성이 큰 시장의 투자요인이 되었으며 2006년에만 3개의 새로운 브랜드가 등장함



현지 생산 오렌지 주스

현지생산 아이스티

나. 수출입현황

우즈베키스탄은 열대과일을 제외한 사과, 포도 등의 과일이 많이 생산되어 현지 생산품은 주스나 주스용 농축액 형태로 수출, 현지에서 생산되지 않는 품목은 수입함

음료는 환전제한품목으로 우즈베키스탄의 수입물량에 한계가 있음

<2005년 음료 수출입현황>

(단위 : 톤)

구 분	수출		수입	
	음료	농축액	음료	농축액
사과주스	14	6,030	79	32
감귤류주스	-	-	-	28
포도주스	2,374	-	3	-
그рей프후르츠	-	-	4	-
오렌지주스	-	-	88	-
파인애플주스	-	-	33	19
토마토주스	1	42	5	1
기타과일주스	381	-	108	-
기타음료	319	-	313	-

자료 : FAO Statistics

수입규제제도

과일주스는 환전제한품목이며, 기타 음료는 선적 전 검사 대상품목임
라벨규정 :

- ① 제품의 성격 설명
- ② 중량 비중 순서에 따른 원료표시
- ③ 육류성분이 포함되어 있을 경우 육류의 종류(쇠고기, 돼지고기, 돼지기름, 젤라틴 등) 표시
- ④ 순중량(제품이 액체에 보관되어 있을 경우 액체를 제외한 순중량)
- ⑤ 제조자명, 주소
- ⑥ 수입자명, 주소(수입 시 첨부 가능)
- ⑦ 유통기한 또는 유통기간 표시

	
제품정보	생산자정보

관세율

구 분	관세율
물	30%, 단, 1리터당 0.15달러 이상
물(설탕 등 첨가)	30%, 단, 1리터당 0.15달러 이상
과일주스(포도)	20%
과일주스	30%
혼합과일주스	10%

다. 유통현황

<음료시장규모-소매거래액 기준>

(단위 : 백만 쉼)

구 분	2001	2002	2003	2004	전년대비, %
음 료	40.7	43.9	46.6	42.2	87.1

자료 : 우즈베키스탄 통계위원회

주) 환율 : 1달러 = 1,272.54쉼

우즈베키스탄은 아직 현대적인 슈퍼마켓 체인 및 대형유통업체의 수가 많지 않기 때문에 보통 일반 식품점을 통하여 제품이 유통됨. 외국브랜드라 하더라도 대부분 현지 생산이 이루어져 현지에서 직접 공급하며 수입되는 러시아 음료는 대부분 CIS 전 지역으로 유통되고 있기 때문에 러시아 유통업자나 현지 수입업체들이 주로 제품을 공급함

현지 브랜드들은 러시아 브랜드에 비해 목표시장 설정 및 고유의 위치 설정이 이루어지지 않고 있음. 어린이, 여성, 가족을 목표로 하거나 비타민, 허브가 포함된 기능성을 강조하는 등의 브랜드별 전략이 부족함

<주요 과일음료 업체현황>

브랜드	소속	생산지	기타
Fruktovy sad	러시아 "Lebedyanski"	우즈베키스탄 Intersok	- 시장점유율 25%로 1위 - TV광고 등 가장 활발한 홍보활동 - 대도시에서 인기 많음 - 1년에 39백만 리터 생산 가능 - 경쟁브랜드:《TipTop》, 《MIR》 - 2006년 《Sochnaya Dolina》라는 새로운 브랜드 출시
TipTop	(50%)카자흐스탄 "Shymkentpivo" (49.9%)스위스 "Frewar Investments LTD"	우즈베키스탄 Marvel Juice Co.	- 시장점유율 20-25% - Marvel Juice Co.는 가장 인지도 있는 현지 기업이었으나 《Fruktovy sad》에 의해 시장점유율을 잃고 있음
Green World	우즈베키스탄 "Green World"	우즈베키스탄	- 성공한 현지업체로 시장점유 3위 - 최근 젊은층을 타겟으로 Jusici라는 브랜드 출시
BAYJA	터키 "Beta Algoritm"	우즈베키스탄	- 우즈베키스탄 시장점유율 1위인 차류생산업체 - 회사 인지도가 높아 홍보비용 측면에서 유리
MIR	터키 "Demir"	우즈베키스탄	- 아직 시장점유율 낮음
Sim-Sim	우즈베키스탄 "Shodlik"	우즈베키스탄	- 신제품 - TV 광고를 통한 홍보

우즈베키스탄의 1인당 음료소비량은 한해 평균 2L로 러시아 15L, 유럽 30L와 비교하여 매우 적음. 이는 차를 음료처럼 마시는 전통이 남아있고 싸고 맛있는 과일이 풍부하기 때문에 가공된 음료를 사서 마실 유인이 적기 때문임. 그리고 우즈베키스탄이 아직 농업국가의 특징이 남아있는 것도 한 가지 요인으로 분석됨. 향후 산업구조가 변하고 생활패턴이 서구적으로 변해가면서 음료 소비문화도 조금씩 달라질 것으로 예상됨



<음료 소비자 가격동향>

제품명	용량	가격(숨)	생산지	포장
주스				
Ya	1L	3,250	러시아	Tetra Pak
Rich	1L	3,000	러시아	Tetra Pak
Dobryi	2L	4,000	러시아	Tetra Pak
Juice J-7	1L	2,800	키르기즈스탄	Tetra Pak
Sim-Sim	1L	990	우즈베키스탄	Tetra Pak
Bayce	1L	1,250	우즈베키스탄	Tetra Pak
Fruktovyi sad	1L 0.2L	1,550 450	우즈베키스탄	Tetra Pak
Sochnaya Dolina	1L 0.2L	1,500 450	우즈베키스탄	Tetra Pak

제품명	용량	가격(숨)	생산지	포장
탄산음료				
Red Bull	0.25L	3,500	미국	캔
Pepsi-cola	0.5L	1,450	러시아	Pet
Frustyle	1L	3,000	우크라이나	Pet
Nestle orange drink	0.5L	500	우즈베키스탄	Pet

주) Angelesey Food 슈퍼마켓

라. 한국산 진출여건

기 회	위 험
◦ 현재 음료시장은 과일음료, 청량음료, 아이스티 정도로 단순하여, 향후 비타민 및 기능성 음료 등 새로운 음료의 진입 폭이 큼	◦ 1인당 2L로 낮은 음료 소비량⁶⁾ ◦ 강력한 정부의 경제 통제 및 전체 인구의 60%인 농촌인구의 낮은 구매력 ◦ 러시아, 카자흐스탄, 터키 등 주변 국가들의 음료 시장 선점 ◦ 한국 식품에 대한 낮은 인지도
강 점	약 점
◦ 온대과실에 대한 수요 증대 ◦ 한국기업의 진출 활성화도 한국에 대한 이미지 향상 ◦ 해태음료 등 기진한 음료에 대한 현지의 좋은 반응	◦ 현지 소득수준에 비해 높은 한국 제품의 가격 ◦ 지리적 격리성으로 인한 긴 운송거리와 까다로운 통관요건

6) 러시아의 1인당 음료 소비량 15L, 유럽의 1인당 음료 소비량 30L

2 차 류

가. 수입현황

우즈베키스탄은 세계적인 차 소비국가 중 하나로 전량 수입에 의존함. 한해 차류시장 규모는 30천톤이며, 1인당 2,650g을 소비하는 것으로 집계되며 주요 차류 공급국가는 중국(58%), 이란(25%), 스리랑카(4%) 및 그루지야, 러시아, 투르크메니스탄, 아랍에미리트 등임

<우즈베키스탄 차류 수입동향>

(단위 : 톤)

구 분	2001	2002	2003	2004	2005
차 류	24,856	22,674	3,656	20,730	21,233

자료 : 우즈베키스탄 통계위원회

우즈베키스탄으로 수입되는 차의 20%만 포장되어 들어오며(실론티 30%, 인도차 20%), 《Ahmad》, 《Impra》, 《Dilmah》가 대표적인 수입 포장 차류임

차류는 수출금지 품목이기는 하지만 특별한 수입제한은 없으며 수입관세는 10%(단, 3kg 이하 포장)임

라벨규정

- ① 제품의 성격 설명
- ② 중량 비중 순서에 따른 원료표시
- ③ 육류성분이 포함되어 있을 경우 육류의 종류(쇠고기, 돼지고기, 돼지기름, 젤라틴 등) 표시
- ④ 순중량(제품이 액체에 보관되어 있을 경우 액체를 제외한 순중량)
- ⑤ 제조자명, 주소
- ⑥ 수입자명, 주소(수입 시 첨부 가능)
- ⑦ 유통기한 또는 유통기간 표시



나. 유통현황

우즈베키스탄에서 차는 빵 다음으로 중요한 식품으로 여겨짐. 소비량도 세계 상위권으로 1인당 평균 2,650g을 소비, 차 원산지인 중국이나 인도보다도 더 많은 양을 마심

<국가별 1인당 차 소비현황>

(단위 : g)

국가	1인당 차 소비량
티베트	6,000
영국	4,200
리비아	4,055
우즈베키스탄	2,650
일본	680
미국	430
CIS	311
인도	290
중국	130

자료 : “Chayname” Tashkent

현재 200여개의 차의 종류 및 브랜드가 있으며 《Ahmad》, 《Impra》, 《Alokozay-tea》, 《Beta》, 《Beston》, 《Tashkent》가 높은 시장점유율을 차지함. 우즈베키스탄 시장점유율 1위인 《Beta》브랜드의 “Beta Algorithm”은 터키회사로 수입한 차를 타슈켄트에서 포장하여 판매함. 러시아, 우크라이나, 우즈베키스탄 모두 일부 현지 생산업체를 제외하면 《Ahmad》, 《Impra》, 《Dilmah》, 《Lipton》 등 거의 같은 브랜드의 제품이 판매되고 있으며 이 제품의 인지도가 가장 높음

우즈베키스탄에서는 녹차(발효되지 않은 잎차)가 더 많이 소비되며(70-75%), 홍차는 주로 수도인 타슈켄트에서 소비(20-25%)됨. 녹차의 신선한 맛과 향이 더위를 견딜 수 있도록 도와주기 때문에 무더운 날씨에서도 차를 많이 마시며 홍차는 후추, 꿀, 우유와 함께 음용함. 최근에는 과일, 허브차 소비량도 증가하고 있음

우즈베키스탄에서는 전체인구의 93%가 우려마시는 차를 마시며 티백에 대한 수요는 7%정도에 불과함. 수입 차의 종류가 점차 많아지고 있으며 Lipton, Ahmad, Beta 등의 대표적인 차류 회사들에 의한 다양한 티백제품 공급도 증가추세임. 대도시에서는 일반 소비자뿐 만 아니라 카페, 레스토랑에 의한 티백제품 소비가 이루어지고 있음



차류 판매대(Mir)

마케팅 사례

제품에 차를 마시는 플라스틱 컵과 같은 홍보물 부착 (챔피언 잎차)
매장 내 시음행사 (네스카페 커피믹스)

<차류 소비자 가격동향>

제품명	용량	가격(숨)	생산지	형태
Tettley "Classic"	100g	1,550	영국	잎차
Tettley "Classic"	25bags	1,500	영국	티백
Tettley "Earl Grey"	100g	2,200	영국	잎차
IMPRA "Classic"	100g	1,050	스리랑카	잎차
IMPRA "Orage pekoe"	100g	1,000	스리랑카	잎차
IMPRA "Apple"	30bags	1,500	스리랑카	티백
Beta "Green Jasmin"	250g	5,950	터키	잎차(양철)
Beta "Green Jasmin"	25bags	1,000	스리랑카	티백
Beta "Apple"	100g	950	우즈베키스탄	잎차
Ahmad "English Breakfast"	100g	1,350	스리랑카	잎차
Ahmad "English tea"	125g	3,550	영국	잎차(양철)
Lipton "Black"	250g	2,850	영국	잎차
Lipton "Green with mint"	25bags	1,450	영국	티백

주) Angelesey Food 슈퍼마켓

		
IMPRA "Classic"	IMPRA "Orage pekoe"	IMPRA "Apple"

다. 한국산 진출여건

기 회	위 험
◦ 우즈베키스탄 차류시장은 수요가 크고 공급도 수입에 의해 이루어지는 매력적인 수출시장 ◦ 우즈베키스탄에서 차는 매우 일상적인 음료로 과거에는 그 종류가 한정되어 있었으나 최근 다양한 품질, 다양한 맛이 소개 ◦ 다른 CIS 국가에 비해 큰 폭의 녹차 수요 증가	◦ 대부분의 차는 세계적인 생산지의 차가 다국적 기업 또는 CIS 및 중동지역을 포괄하는 유통업자에 의해 수입, 유통 ◦ 전체 인구의 60%가 농촌에 거주하고 소비자의 구매력이 약함
강 점	약 점
◦ 한국산 음료는 현지에서 유통되고 있는 차류와 다른 새로운 제품으로 틈새시장 발굴 가능 ◦ 한국 자동차, 전자제품에 대한 인지도가 높고 한국산에 대한 이미지가 좋은 편임	◦ 동북아시아에서 차는 중국과 일본만 생산하는 것으로 알고 있으며 한국차는 제품뿐만 아니라 한국이란 원산지에 대한 인지도가 없음 ◦ 운송 및 통관이 어려움 ◦ 현지의 소득수준, 구매력 등에 비해 한국식품의 가격이 높음

라. 수출확대 관련 제언

수출업체는 일정물량을 규칙적으로 공급할 수 있는 생산여건이 되어야 하며 우즈베키스탄 및 주변지역에서 개최하는 박람회, 전시회 등의 행사에 참가하여 제품홍보 및 바이어 발굴 등의 적극적인 마케팅이 필요함

소비자들의 새로운 맛에 대한 수요가 증가할수록 한국차가 진출할 수 있는 기회도 커지므로 녹차, 유자차, 대추차, 오미자차 등의 마켓테스트를 통하여 시장진출 여부를 결정해야 함

3 소스류

가. 생산현황

우즈베키스탄의 소스시장은 전통적인 토마토케첩과 마요네즈가 90% 이상을 차지하고 있어, 샐러드, 바비큐, 믹스 소스 등 기타 소스의 판매는 아직까지 작은 편임

우즈베키스탄은 중앙아시아에 위치하여 중동, 아시아, 유럽의 문화가 혼합되어 있지만 이슬람교가 전체 인구의 90%로 식문화가 중동과 비슷하며 소스보다는 소금, 후추, 향신료, 기름을 많이 사용하는 식문화임. 한편 토마토 생산량이 많아 토마토 및 페이스트를 수출하며 우즈베키스탄산 페이스트는 러시아 시장의 15%를 점유함

우즈베키스탄에서 가장 큰 비중을 차지하는 소스류는 케첩과 마요네즈이며 기타 소스류의 종류 및 공급이 타국가에 비해 적음. 최근 외국 기업들이 진출하면서 샐러드소스, 바비큐소스 등 종류가 증가하는 추세이나 아직 시장이 작은 편임. 간장은 러시아, 우크라이나 등에서 최근 급속한 증가추세를 보이고 있으나, 유통되는 제품의 종류는 다양하지 못함



현지생산 소스류



현지생산 마요네즈

나. 수출입현황

우즈베키스탄은 토마토소스 및 향신료 수출 국가이며 특이제품을 제외하고는 수입 물량이 적음. 단순한 형태의 토마토소스 및 마요네즈 등은 현지생산도 많지만 다른 재료가 첨가되거나 저칼로리 등의 특성이 있는 제품, 현지에서 생산되지 않는 원료로 만든 소스류는 수입함

<소스 및 향신료 수출입 현황>

(단위 : 톤)

구 분	수출		수입	
	2004	2005	2004	2005
토마토 페이스트	44,610	32,058	164	114
간장	-	-	1	2
머스타드소스			21	22
향신료	1,735	1,841	371	501

자료 : FAO Statistics

러시아 및 터키 업체들의 시장진출이 활발함. 우즈베키스탄은 현지인들의 구매력은 낮지만 인구 26백만 명으로 중앙아시아에서 가장 인구밀도가 높은 지역이며 저렴한 원료 및 인건비로 생산할 수 있기 때문에 러시아 대기업의 생산 공장에 대한 직접투자가 증가하고 있음

토마토케첩, 마요네즈외의 제품으로는 샐러드소스 및 바비큐 소스, 매운소스 (멕시칸소스 등)가 일부 있으나 종류는 많지 않고 수입이 대부분이며 브랜드 인지도가 있는 제품으로는 HEINZ, Calve가 슈퍼마켓(외국기업 합자) 등에서 유통되고 있음

수입규제제도

케첩류는 환전제한품목으로 지정되어 있어 수입 통제되고 있음

소스류 관세 : 30 %

라벨링 표기사항

- ① 제품의 성격 설명
- ② 중량 비중 순서에 따른 원료표시
- ③ 육류성분이 포함되어 있을 경우 육류의 종류(쇠고기, 돼지고기, 돼지기름, 젤라틴 등) 표시

- ④ 순중량(제품이 액체에 보관되어 있을 경우 액체를 제외한 순중량)
- ⑤ 제조자명, 주소
- ⑥ 수입자명, 주소(수입 시 첨부 가능)
- ⑦ 유통기한 또는 유통기간 표시



제품 앞면

제품 뒷면

다. 유통현황

전체인구의 60%가 농촌에 거주하고 일부 대도시에도 있는 현대적인 슈퍼마켓은 우즈베키스탄의 일반 소비자가 구매하기에는 가격이 높은 편이기 때문에 대부분의 소비는 재래시장의 가공식품점(음료, 제과류, 소스류 등 판매)이나 전통적인 소매식품점에서 구매함

토마토소스 및 마요네즈 이외의 기타 소스는 종류도 적고 소비량도 많지 않음

- 토마토소스와 마요네즈는 대용량 제품을 선호함
- 기타소스는 대부분 수입제품이므로 외국인이나 중상층이 구입함
- 기타소스는 케첩이 변형된 형태로 다른 맛이 첨가되거나 매운맛의 제품이 인기 있음

토마토케첩이나 마요네즈 이외의 제품은 대부분 수입산임. 토마토케첩은 200g부터 1kg까지 다양하고 매운맛, 마늘맛 등 몇 가지 종류가 있으며 대부분 플라스틱 포장, 수입품은 유리병 포장되고 있으며 마요네즈는 터키 및 우즈베키스탄산이 많으며 저칼로리, 다른 재료가 첨가된 마요네즈 등 종류는 비교적 다양하며 용량은 250g부터 1.5kg까지 다양함



<소스류 소비자 가격동향>

제품명	용량	가격(숨)	생산지	포장
케첩 "Tukas" tomato	775g	3,450	터키	플라스틱
케첩 "Tukas" barbecue	765g	3,400	터키	플라스틱
케첩 "Pikador" hot	340g	2,000	러시아	유리
케첩 "Pikador" shaslic	340g	2,000	러시아	유리
케첩 "Heinz" hot	570g	3,750	러시아	플라스틱
케첩 "Heinz" shaslic	205g	2,300	러시아	유리
케첩 "Calve" paprica	435g	3,000	러시아	플라스틱
케첩 "Manarh" Intalian sweet	300g	550	우즈베키스탄	플라스틱
마요네즈 "Elena" classic	500g	2,550	러시아	유리
마요네즈 "Elena" with cheese	500g	1,350	우즈베키스탄	플라스틱
소스 "Heinz" Mexican	205g	2,300	러시아	유리
소스 "Pikador" Lecho	340g	1,750	러시아	유리
소스 "DinDin" pertsovyi	315g	700	중국	유리

주) Angelesey Food 슈퍼마켓

라. 한국산 진출여건

기 회	위 험
◦ 케찹 및 마요네즈를 제외한 기타 소스의 수요는 전적으로 수입에 의존 ◦ 간장소비의 증가	◦ 러시아, 터키와 같은 주변국 대기업들의 소스산업 투자 증가 ◦ 액체소스보다는 향신료를 더 많이 사용하는 식문화 ◦ 전체 인구의 60%가 농촌에 거주하고 소비자의 구매력이 약함
강 점	약 점
◦ 한국산 음료는 현지에서 유통되고 있는 차류와 다른 새로운 제품으로 틈새시장 발굴 가능 ◦ 한국 자동차, 전자제품에 대한 인지도가 높고 한국산에 대한 이미지가 좋은 편임	◦ 이슬람 문화권으로 식생활도 종교의 영향으로 터키 등과 같은 주변국가의 진출이 활발 ◦ 운송 및 통관이 어려움 ◦ 현지의 소득수준, 구매력 등에 비해 한국식품의 가격이 높음

Ⅲ

수출입통관제도

1. 수입제도
2. 통관제도
3. 상관습

1 수입제도

가. 우즈베키스탄 수입제도

우즈베키스탄은 강력한 자국산업 육성 정책 및 엄격한 외환 통제로 까다로운 수입 관리체제를 유지하고 있음

우즈베키스탄 정부는 비교적 고율의 수입관세를 유지하고 있으며, 일부 수입품에 대해서는 고율의 소비세(excise)를 부과함. 정부는 외환수급사정을 고려하여 수입을 억제하고 있으며, 특히 자국 내 수입대체산업 육성을 위해 특정품목에 대해서는 사실상 수입을 금지함

수입 상품에 대한 영사인증제도는 없으나, 수입계약등록 및 환전제한을 통해 수입은 사실상 정부에 의해 통제되고 있는 상태임. 정부는 수입제한품목의 설정을 통한 수입규제는 실시하고 있지 않으나 수입품에 대한 환전 및 환전규모를 정하여 수입을 간접적으로 억제하고 있음

환전가능품목으로 밀가루, 버터, 식용오일, 약품, 직물 등이 있고 환전제한품목으로는 식료품, 통조림, 과자, 껌, 담배, 맥주, 주스, 케찹 등이 있음. 최근에는 환전가능품목이라고 하더라도 전체적인 외환보유고의 지속적인 감소로 정부나 은행은 수입상의 요구에 선별적으로 대응하고 있어 우즈베키스탄 내 물자부족 현상은 갈수록 심화되고 있음

언더밸류를 통한 외환의 불법유출을 방지하기 위해 우즈베키스탄 정부는 선적전검사제도(PSI)를 일부 품목에 한해 98년 도입됨. 그 후 대상품목을 점진적으로 확대해 나가고 있는데, '03년 12월 현재 선적 전 검사 대상품목은 육류와 육류 반제품, 우유제품, 식용유 종자, 주류와 음료, 담배 등임. 해당품목을 수출하기 위해서는 ITS(영국), SGS(스위스) 또는 Control Union(독일)의 선적전 검사를 받아야 함

우즈베키스탄 수입업체들은 계약 체결 후 자국의 거래은행, 대외경제부, 세관에 계약을 등록해야 함. 동 계약등록 사실을 근거로 하여 수입통관 및 판매, 수입대금 결제를 위한 외환을 매입할 자격이 주어짐

특정 수입 계약은 대외경제관계부에 등록해야 함. 정부 예산으로 수입할 경우와 우즈베크정부 지불 보증으로 수입할 경우가 이에 해당되며, 정부 지분 비율이 50%를 초과하는 우즈베크 법인이나 자체 자금으로 수입하지 않는 법인의 경우에도 대외관계경제부에 등록해야 함. 대외관계경제부에 등록되지 않는 수입 건이라 하더라도 수출입금융 취급 허가 은행 및 세관에는 반드시 등록해야 함

우즈베크 수출입 관련 규정에 따르면 등록 대상 수입 거래 금액의 15% 이상 선불이 허용되지 않으며 금액 기준으로 미화 10만 불 이상의 선불은 허용되지 않고 또한 외국 수출업체의 중개은행이 지불 보증 서한을 발행해야 함

<수출입 제한품목>

구 분	내 용
◦ 수출 금지 품목	- 곡물(밀, 보리, 귀리, 쌀, 옥수수, 메밀, 밀가루), 빵, 가축, 가공류, 육류, 분유, 차, 설탕, 에틸 주정, 식용유, 가축원료, 누에고치와 부산물
◦ 수출 제한 품목 (대외경제관계성 계약등록품목)	- 면사
◦ 환전제한 품목 (거시경제통계부에서 국내생산 가능품목을 중심으로 환전제한 품목을 설정, 발표)	- 비알콜 및 알콜성 음료, 설탕함류 제과류(단, Nestle, Hersheys, Ferrero, Mars는 제외), 요구르트 제품, 과일 잼류, 케찹류, 껌, 담배, 맥주, 생수, 과일 및 과일주스(단, 시트러스는 제외), 밤류, 계란, 애완동물 사료
◦ 선적전 검사 대상 품목	- 육류 및 육류 반제품, 우유 제품, 과일, 주류 및 음료, 담배

우즈베키스탄 내에서 생산되거나 수입되는 모든 식품은 라벨에 다음 내용을 명확히 표시해야함

- ① 제품의 성격 설명
- ② 중량 비중 순서에 따른 원료표시
- ③ 육류성분이 포함되어 있을 경우 육류의 종류(쇠고기, 돼지고기, 돼지기름, 젤라틴 등) 표시

- ④ 순중량(제품이 액체에 보관되어 있을 경우 액체를 제외한 순중량)
- ⑤ 제조자명, 주소
- ⑥ 수입자명, 주소(수입 시 첨부 가능)
- ⑦ 유통기한 또는 유통기간 표시

나. 관세제도

주재국의 관세구조는 HS의 상품분류와 유사한 품목그룹별로 대분류는 2단위, 중분류는 4단위, 소분류는 6단위로 되어 있으며 현재 관세부과를 위해 이용되고 있는 상품분류는 일반적으로 4단위 위주로 운영되고 있음

한편 상품분류에 따른 수입관세는 3%-100% 수준까지 다양하게 부과되고 있으나 관세율이 품목별로 대통령령에 의해 수시로 변경되므로 물품의 수출입시는 반드시 최근의 관세율을 확인하는 것이 중요함

한편 종전에는 관세 부과의 기준의 Invoice 신고가격을 기준으로 했으나 저가신고가 관행화되고 이에 따른 재정수입의 감소가 예상되자 관세청은 최근에 수입자의 신고가격을 무시하고 시장에서 동일 또는 유사제품의 가격을 조사하여 이를 기준으로 하여 과세를 부과하는 제도가 시행되어 수입상들이 어려움을 겪음

관세부과는 쌍무협정에 쌍방간 최혜국 대우를 해주는 32개국에는 일반관세율을 적용하고 나머지 국가에 대해서는 지정세율의 두 배를 부과하는 제도를 시행하고 있어 최혜국 국가이외에는 실질적인 수입이 어려운 실정임. 통관 시 관세 이외에도 부가가치세 20%, 이익세 10%, 물품세 16%가 부과

관세율은 단일 제도로 운영되며 정부 문서로 파악이 가능함

업체명 : Norma

웹사이트 : www.uzlaw.org

전화 : +(998-71)144-8925

이메일 : norma@uzlaw.org

2 통 관 제 도

가. 통관제도

통관절차가 다른 국가에 비해 특별히 복잡하지는 않지만 업무전산화의 미비, 공무원의 행정능력 부족 및 부패 등으로 수입 통관시 일반적으로 시간이 과다하게 소요되고 뇌물이 필요한 경우가 많음. 특히 관세율 책정 기준가격을 시장가격의 조사를 통하여 책정함으로써 통 과정에서 세관 공무원의 자의적 해석이 크게 관여되고 있음

수입신고 시에는 세관에서 지정된 양식에 따라 수입신고서를 작성하고 다음과 같은 서류를 첨부해야 함

대외경제성(Ministry of Foreign Economic Relations)에서 발급한 무역업 허가서

도착통지서(D/O), B/L(Railway Bill 또는 Airway Bill)

포장명세서

Invoice

관세감면 대상 품목인 경우 감면을 증명하는 서류

수입자가 수입신고를 하면 세관원은 철도역, 공항 및 보세창고 등에서 수입자의 입회하에 실제 도착한 물품과 송장상에 기재된 내역을 비교함

나. 운송

우즈베키스탄은 리히텐슈타인과 함께 세계 유일의 이중육지폐쇄국가(double landlocked country: 동서남북 어느 방향이든 대양으로 나가기 위해서는 다른 2개 국가를 거쳐야 하는 국가)로 물류에 많은 시간과 비용이 소요됨

한국과의 교역시 일반적으로 TSR(시베리아 횡단철도: 부산->블라디보스톡->노보시비르스크->타슈켄트) 혹은 TCR(중국 경유)를 이용하며 중동의 두바이를 물류 거점으로 삼고 공급

내륙 국가로 항구는 없으며 타슈켄트에서 한국에서의 운송비용은 물동량 추이 등에 따라 상이하나 20피트 컨테이너 기준, 미화 3천불 가량 소요됨

3 상 관 습

■ 계약관련

우즈베키스탄에서는 말로 약속한 것에 대해서는 책임을 지지 않으므로 철저히 문서로 남겨두고 공증을 받아두는 것이 안전함. 계약서 작성 시에도 변호사를 고용하여 추진하는 것이 바람직하며 가끔 자신이 유리한 방향으로 계약서를 작성하여 조속히 서명하도록 재촉하는 바이어의 경우 변호사를 통해 철저히 문서를 확인하고 불리한 조항은 삭제하거나 수정이 필요함

우즈베키스탄에는 항구가 없으므로 CIF가격 조건으로 계약하는 대신 CIP조건(철도나 트럭으로 운반)으로 계약이 체결됨

■ 통관관련

수입시 직접 통관상의 문제는 크지 않은 편임. 그러나 주의할 점은 계약 체결인데 모든 수출입 계약은 수출입 당사자간 계약 체결 이후 대외경제부, 거래은행, 세관의 계약조항 전반에 걸쳐 다시 심사를 거치며 원칙적으로 동 심사단계를 거치지 않은 계약은 무효임

또한 심사에 따른 문제점은 두 가지 심사완료에 경우에 따라서는 몇 달이 소요되기도 하는데 판매시기를 놓치지 않으려고 물품을 일찍 선적하는 경우, 물품이 도착하였는데도 불구하고 심사가 완료되지 않은 경우에는 물품이 압수당하는 등의 사고가 종종 발생하고 있음

우즈베키스탄은 공식적인 통관회사가 없으므로 주 통관은 바이어가 추진하도록 계약하는 것이 필요함

■ 문화관련

우즈베키스탄은 인구의 70%가 회교도이기는 하지만 러시아의 오랜 지배영향으로 종교에 대한 금기사항은 중동지역 국가들에 비해 훨씬 적은 편이나 한국 사람들은 대부분 회교에 대한 이해가 부족해 종교를 화제에 올릴 경우 실수할 가능성이 있으므로 종교에 대한 대화는 가급적 피하는 것이 좋음

IV

한국 농식품 유통현황 및 진출여건

가. 대 우즈베키스탄 한국 농식품 수출현황

(단위 : kg, 달러)

품 명	2005년		2006년	
	물 량	금 액	물 량	금 액
합 계	1368,478	3,898,022	1,581,076	5,487,156
필터담배	590,993	3,222,904	675,384	4,545,643
돼지비계	0	0	222,000	303,665
기타 변성전분(식품용)	386,000	326,144	304,000	263,110
조제식료품	0	0	60,000	72,640
카세인	680	2,399	6,041	16,871
라면	0	0	3,680	10,460
피마자유, 분획물	2,400	4,877	4,495	9,319
베이커리, 성찬용 웨이퍼 등	0	0	1,166	1,459
기타합판(기타)	0	0	100	360
합판	0	0	100	360
배나무	0	0	110	159
건축용목제건구와 목공품	75	100	0	0
페렛, 박스페렛등	120	2,436	0	0
파스타	1,790	11,089	0	0
고추장	260	1,520	0	0

자료 : KATI Statistics

나. 한국 농식품의 현지 유통 및 판매현황

우즈베키스탄으로 수출되는 식품은 면류 및 초코파이 등 일부 가공식품에 국한되지만 우즈베키스탄에는 20여만의 한인 동포들이 거주하고 있어 배추, 무, 마늘, 고추, 부추 등 대부분의 한국음식 재료용 채소를 구입하는 것이 가능하며, 한국식과는 다소 상이하지만 고려인이 만든 된장, 고추장 등도 고려인 시장에서 구입이 가능함. 보통 재래시장인 바자르에서 고려인 상인들이 채소, 두부 및 김치 등의 반찬류를 만들어 팔고 있음

2-3곳의 한국식품점에서 한국으로부터 수입되는 고추장, 된장, 라면, 과자, 기타 잡화류 등을 판매하며, 가격은 한국내 가격보다 2-3배 비싼 편임. 한국 식품점에서 판매되는 물건들은 소량으로 정식 수입통관 절차를 거치지 않고 들여오며, 소비층이 한국 주재원 및 일부 고려인으로 국한되어 있기 때문에 한국 식품만으로는 영업이 어려워 차가버섯 등의 건강식품과 함께 판매되고 있음

슈퍼마켓 및 식품점에서는 오리온 초코파이, 야쿠르트 도시락 제품을 판매하고 있으며 러시아 유통업자에 의해 공급됨

다. 한국 농식품의 소비현황

<한국식품점>

상호	위치	품목	비고
해돋이 슈퍼마켓	가스피탈니 바자르 근처	두부, 참기름, 야채, 한국수입품	주문 가능
온누리 슈퍼마켓	가스피탈니 바자르 근처	과자, 통조림, 상황버 섯, 무미요, 석류즙 등	고기 (삼겹살, 목살)
한중건강원	가스피탈니 바자르 내	곡물, 버섯, 도라지, 해파리, 더덕, 잣	참기름 구입 가능
뉴월드베이커리	나보이 극장 맞은편	빵, 떡볶이떡, 떡국떡	
브로드웨이치킨	브로드웨이 아루드스옆	햄버거, 피자, 치킨 등	
코리안 푸드	가스피탈니 시장 근처	반찬, 김치, 된장류, 주스, 생닭, 식혜	불고기 재운것, 만두,(식당 겸업)

현지인들에게 한국산 자동차, 전자제품은 익숙하지만 한국식품에 관해서는 고려인들이 현지에서 제조, 판매하는 까레이스끼 샐러드(Korean Salad)를 제외한 기타 품목에 대한 인지도는 낮음

한국농식품은 주로 20여 만명의 한인동포와 한국기업 주재원 및 유학생에 의해 한국식품점, 바자르의 고려인 시장을 통해 소비되고 있으며 지역적으로는 수도인 타슈켄트에 집중

타슈켄트 시내에는 약 10개의 한국식당이 있으며 식재료는 현지에서 직접 구입하거나 현지조달이 불가능한 품목은 개별적으로 한국에서 항공으로 운송하고 있음

라. 한국농식품 진출여건

● 경쟁력 비교

Nestle와 같은 다국적기업의 현지생산을 통한 시장 선점 : 다국적 기업 제품은 인지도와 가격경쟁력이 높으며 안정적인 공급이 보장되어 있기 때문에 타국산 제품보다 우위를 점함

러시아, 터키산, 유럽 제품의 가격경쟁력 우위 : 지리적, 문화적, 정치적으로 가까운 국가들, 특히 러시아와 터키산에 대한 인지도와 가격경쟁력이 높음

화폐교환성 문제로 인한 수출업체 이윤 및 교역 감소 : 우즈베키스탄의 외화부족으로 인해 외환에 대한 통제가 엄격하며 송금 및 거래가 자유롭지 못함. 특히 음료, 제과류 등은 환전제한품목으로 지정되어 있어 시장진출에 어려움

● 한국 농식품 수출확대방안

시장성을 고려한 진출

- 우즈베키스탄은 지리적, 경제적 문제로 인하여 한국식품의 직접적인 시장 진출에 어려움이 크고, 인지도도 매우 낮은 상황임
- 중상층이 조금씩 증가하고는 있으나 여전히 수요에 한계가 있음
- 다른 CIS지역 진출 경험이 있으며 러시아, 카자흐스탄, 터키 등 주변국의 유통업자를 통한 시장진출이 바람직함

현지 슈퍼마켓 체인을 통한 홍보 및 수요층 형성

- 현재 현대적인 식품체인이 조금씩 증가하고 있으며 이러한 체인들의 주요 고객은 외국인이나 소득이 높은 소비자이기 때문에 수입식품이나 고급 제품에 대한 비중이 높고 새로운 제품에 대한 수요도 꾸준히 존재함

- 한국에 대한 이미지는 좋은 편임
- 유통업자와 연계한 매장 내 판촉행사, 옥외광고 등의 홍보로 인지도를 높이고 고객을 확보하는 것이 필요함

포장디자인의 개선을 통한 제품의 고급화

- 일반 소규모 식품점이 아닌 슈퍼마켓 체인으로 제품을 공급하고자 한다면 주요 소비층 및 가격에 맞는 품질 및 포장에 필요함
- 제품의 고급화는 가격경쟁력이 떨어지는 한국제품의 러시아 및 CIS 시장 진출 전략 중 하나임

우즈베키스탄 진출 유망품목

면 류 : 현재 수출 증가추세에 있으며 라면의 경우 먹기 간편하고 수프와 함께 먹을 수 있어 간단한 식사로 시장 확대 가능함

제과류 : 전체 인구의 35%가 15세 미만의 어린이 및 청소년으로 이 연령을 타겟으로 하는 제과류 등의 식품 필요함

우유조제품 : 분유 등 유아용 식품에 대한 수요 증가추세임

소스류 : 다른 시장보다 소스류의 종류가 적어 향후 생활수준이 향상될 경우 다양한 맛에 대한 수요가 증가할 것으로 보임

참 고 자 료

1. 바이어 리스트
2. 관련 기관현황
3. 한국 농식품 우즈베키스탄 수출동향

☞ 참고 1. 바이어 리스트

☐ 소스류

업체명	주소	전화
SHARQ MIR	Tashkent / Mirabad area / "ZARAFSHAN" complex 100000, street ATATURK, 1	Tel:1339256 Fax:1334147
TRADEX	Tashkent / Mirzo-Ulugbek area / OLD KONSERVATORY Address (street,house,office) : 100000, square KHAMID ALIMJAN, 4 V	Tel:1372452 Fax:1372452
ARENA NET	Tashkent / Mirzo-Ulugbek area / DARKHAN100000, street TAMARAKHANUM	Tel:683636
MONARX TMI	Tashkent / Sergeli area Address (street,house,office) : 100102, massive SPUTNIK-6, street DAVLATABAD, 39	Tel:587448 Fax:587448

☐ 과자류

업체명	주소	전화
TRADEX	Tashkent / Mirzo-Ulugbek area / OLD KONSERVATORY100000, square KHAMID ALIMJAN, 4 V	Tel:1372452 Fax:1372452
SHARQ MIR	Tashkent / Mirabad area / "ZARAFSHAN" complex 100000, street ATATURK, 1	Tel:1339256, Fax:1334147
ANGEL'S FOOD	Tashkent / Mirabad area / metro "OYBEK" 100015, street AFROSIYOB, 16	Tel:1526565 Fax:1206429
IL PERFETTO CONFECTIONER'S	Tashkentstreet CHEHOV, 40	Tel:1501833
ENUS FOOD	Tashkent / Yunusabad area 100206, massive YUNUSABAD-17, street VISIKOVOLTNAYA, 7 A	Tel:2979671 Fax:2976463
CONFECTIONARY WORKSHOP OF KASAN OIL EXTRACTION PLANT	Kashkadarya 731100, street UMAROVA 1	Tel:31915, 31910

음료

업체명	주소	전화
NAVRUZ INTERNATIONAL CORP.	Tashkent / Chilanzar area / metro "KHAMZA" 100043, avenue HALKLAR DUSTLIGI, 10	Tel:1502001 Fax:1505607
SHARQ MIR	Tashkent / Mirabad area / "ZARAFSHAN" complex 100000, street ATATURK, 1	Tel:1339256, Fax:1334147
ARENA NET	Tashkent / Mirzo-Ulugbek area / DARKHAN 100000, street TAMARAKHANUM	Tel:683636
LAMIREL	Tashkent / Chilanzar area / metro "KHAMZA" 100043, street HALKLAR DUSTLIGI, 15	Tel:4472266, Fax:1732870
SHAFFOF SERVICE	Tashkent / Mirabad area / "AFANDI" restaurant 100000, street SADIK AZIMOV, 79	Tel:1331613 http://www.shaffof.uz
COCA - COLA BOTTLERS UZBEKISTAN LTD	Tashkent / Bektemir area 100033, street ASTANOVA, 40	Tel:1205000 Fax:1205032
CRYSTAL CLEANED DRINK WATER	Tashkent / Mirzo-Ulugbek area street LASHKARBEGI 12	Tel:1845595, 1629984
MARVEL JUICE CO	Tashkent / Yakkasaray area / CAI CITY OF TASHKENT 100070, street GLINKA, 41 A	Tel:3613806 Fax:3613882 http://www.marveljuice.uz

 차류

업체명	주소	전화
GOLDEN DRAGON TEA ЧП МАГАЗИН	Tashke, Rashidova pr., 40a	Tel:152-2921
"ALP ZHAMOL K." UZBEKSKO-AMERIKANSKOE SP	Tashkent, Atatjurka ul., 21	Tel: 117-3790
"BAERSHOKH" OOO	Tashkent, Chilanzar-20 m-v, 19/3	Tel: 117-1545
"DZHUN-YA" DP	Tashkent, Navoi ul., 16a	Tel: 144-6681
GUSHTSUTSANOAT" TPF	Tashkent, Korzhavina ul., 13	Tel: 90-3263
"IRSHAD OBAID CO LTD." IP	Tashkent, Druzhby Narodov pl., 44 Kom.706,	Tel: 76-0336
"KHIMALAJ" UZBEKSKO-INDIJSKOE MAGAZIN SP	Tashkent, Aktepe pl., 62	Tel: 45-1937
RAKHIMZHANOV O.Z." CHP	Tashkent, Tal-aryk ul., 2	Tel: 98-7021
"SAN-SAN KO. LTD." SP	Tashkent, Nukusskaja ul., 79	Tel: 54-7510
"SULAJMAN KOMPANI" DP	Tashkent, Samarkand-darbaza ul., 1v Kv.3,	Tel: 144-2782
"VEST LEND DZHENERAL TREJDING" DP	Tashkent, Chashtepinskaja ul., 34,	Tel:50-1816
RAKHNAME OOO	Tashkent, Atatjurka ul., 21	Tel: 136-7874

☞ 참고 2. 관련 기관현황

■ 현지 관공서

기관명	주 소	전 화	팩 스
대외경제부	16-a, Sh. Rashidov Ave.	(998-71)139-1752	(998-71)139-1990
외국인투자국	16a Navoi Str.,	(998-712)41-5541	(998-71)120-1201
내무부	German Lopatin str.1	(998-712)56-3614	(998-712)33-8934
재무부	Mustakilik sq.,5 Tashkent	(998-71)133-1943	
세관	Khalklar Ave.35, Tashkent	(998-712)77-1320	(998-712)77-1320
타슈켄트시청	Movarounnakhrstr.,6Tashkent	(998-712)33-9069	
The State Veterinary Service	5, Mustakillik Square, Tashkent	(998-71)139-4195	(998-71)139-4396

■ 경제단체

기관명	주 소	전 화	팩 스
상공회의소	1A, Usman Yusupov str.	(998-71)133-0699	(998-71)133-3799
Businessmen Society of Uzbekistan	30A, Sayram str	(998-712)68-6559	(998-712)68-6529
NBU(국영은행)	101, Amir Temur str.	(998-71)137-5917	(998-71)133-3200

■ 한국기관

기관명	주 소	전 화	팩 스
대사관	Afrosiab7,Tashkent	(998-71)152-3151/3	(998-71)120-7248
무역관	Afrosiab2,Tashkent	(998-71)140-1011/3	(998-71)140-1014

☞ 참고 3. 한국 농식품 우즈베키스탄 수출동향

■ 농산물

(단위 : kg, 달러)

품명	2005년		2006년		증감율	
	물량	금액	물량	금액	물량(%)	금액(%)
전체 농림축산물	982,478	3,571,878	1,276,976	5,223,686	30	46.2
농 산 물	981,603	3,566,943	988,835	4,830,150	0.7	35.4
기타 산식물	0	0	110	159	0	0
◦ 과수목	0	0	110	159	0	0
- 배나무	0	0	110	159	0	0
식물성유지	2,400	4,877	4,495	9,319	87.3	91.1
◦ 피마자유	2,400	4,877	4,495	9,319	87.3	91.1
- 피마자유, 분획물	2,400	4,877	4,495	9,319	87.3	91.1
농산물 납류	160	409	0	0	-100	-100
◦ 기타식물성납	160	409	0	0	-100	-100
- 식물성납	160	409	0	0	-100	-100
기타 식물성 물질	386,000	326,144	304,000	263,110	-21.2	-19.3
◦ 텍스트린과 기타 변성전분	386,000	326,144	304,000	263,110	-21.2	-19.3
- 기타 변성전분	386,000	326,144	304,000	263,110	-21.2	-19.3
소오스류	260	1,520	0	0	-100	-100
◦ 고추장	260	1,520	0	0	-100	-100
- 고추장	260	1,520	0	0	-100	-100
연초류	590,993	3,222,904	675,384	4,545,643	14.3	41
◦ 권련	590,993	3,222,904	675,384	4,545,643	14.3	41
- 필터담배	590,993	3,222,904	675,384	4,545,643	14.3	41
과자류	0	0	1,166	1,459	0	0
◦ 기타베이커리제품	0	0	1,166	1,459	0	0
- 베이커리, 성찬용 웨이퍼 등	0	0	1,166	1,459	0	0
면류	1,790	11,089	3,680	10,460	105.6	-5.7
◦ 라면	0	0	3,680	10,460	0	0
- 라면	0	0	3,680	10,460	0	0
◦ 기타파스타	1,790	11,089	0	0	-100	-100
- 파스타	1,790	11,089	0	0	-100	-100

축산물

(단위 : kg, 달러)

품명	2005년		2006년		증감율	
	물량	금액	물량	금액	물량(%)	금액(%)
축산물	680	2399	288,041	393,176	42,259	16,289
포유 가축 육류	0	0	222,000	303,665	0	0
◦ 돼지고기	0	0	222,000	303,665	0	0
- 돼지비계	0	0	222,000	303,665	0	0
낙농품	0	0	60,000	72,640	0	0
◦ 우유조제품	0	0	60,000	72,640	0	0
- 조제식료품	0	0	60,000	72,640	0	0
단백질류	680	2399	6,041	16,871	788.4	603.3
◦ 카세인	680	2399	6,041	16,871	788.4	603.3
- 카세인	680	2399	6,041	16,871	788.4	603.3

임산물

(단위 : kg, 달러)

품명	2005년		2006년		증감율	
	물량	금액	물량	금액	물량(%)	금액(%)
임산물	195	2536	100	360	-48.7	-85.8
합판	0	0	100	360	0	0
◦ 합판	0	0	100	360	0	0
- 합판	0	0	100	360	0	0
기타목재	195	2536	0	0	-100	-100
◦ 깔판류	120	2436	0	0	-100	-100
- 페렛, 박스페렛등	120	2436	0	0	-100	-100
◦ 건축용목제품	75	100	0	0	-100	-100
- 건축용목제건구와 목공품	75	100	0	0	-100	-100

우리농식품의 CIS지역 수출 전망 - 우크라이나·우즈베키스탄

발 행 처 : 농수산물유통공사

현지조사 : 모스크바 aT센터

발 행 일 : 2007년 12월

주 소 : 서울시 서초구 양재동 232 aT센터

문 의 처 : 농수산물유통공사 수출정보팀

02-6300-1392 ~ 1400

www.kati.net

인 쇄 처 : (주)웰던애드

※ 우리공사는 임직원에 대한 비정비리 신고 편의를 도모하고자 수신자 부담 『24시간 부정비리신고 모바일 핫라인(080-112-2580)』을 개설하였습니다. 신고내용은 비밀이 절대보장되오니 안심하고 신고하여 주시기 바랍니다.