



2020

# 해외시장 맞춤조사

No. | 202007-49

품목 | 상온죽류(Shelf Stable Instant Porridge)

국가 | 카자흐스탄(Kazakhstan)

구분 | 경쟁력분석형

사업명 : 2020 해외시장 맞춤조사

주관기관 : 한국농수산물유통공사

# Contents

<b>I. 요약(Summary)</b>	3
<b>II. 경쟁제품(Competitive Product)</b>	
1. 카자흐스탄 상온죽류 경쟁제품 선정	10
2. 카자흐스탄 상온죽류 경쟁제품 조사지표 선정	15
3. 카자흐스탄 상온죽류 경쟁제품 포지셔닝	18
4. 카자흐스탄 상온죽류 경쟁제품 현지 조사 결과	19
<b>III. 경쟁기업(Competitor)</b>	
1. 카자흐스탄 상온죽류 경쟁기업 선정	34
2. 카자흐스탄 상온죽류 경쟁기업 현황	35
3. 카자흐스탄 상온죽류 경쟁기업 세부정보	37
<b>IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)</b>	
Interview ① 코리아포유(Korea4U)	43
Interview ② 코리안샵(KoreanShop)	46
Interview ③ 플립(Flip)	49
Interview ④ 사투(Satu)	52
<b>V. 경쟁력파악(Competitiveness)</b>	
1. 제품 경쟁력 검증	56
2. 벤치마킹 제품 분석	62
3. 기업 마케팅 벤치마킹	64
<b>VI. 시장진출제언(Export Insights)</b>	66
*참고문헌	69

# I. 요약(Summary)



# Summary

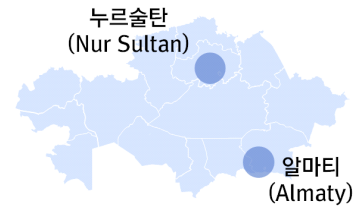
(요약)

온라인 조사		오프라인 조사		
온라인	와일드베리즈(Wildberries)	오프라인	하이퍼마켓	매그넘(Magnum) 알마티&누르술탄
	플립(Flip)		슈퍼마켓	스몰(Small) 알마티&누르술탄
			편의점	마이마트(MyMart) 알마티



## 조사 지역(카자흐스탄 알마티&누르술탄)

카자흐스탄의 대표 하이퍼마켓 매그넘(Magnum)과 슈퍼마켓 스몰(Small), 편의점 마이마트(MyMart)를 방문조사함. 매그넘과 스몰은 알마티와 누르술탄 두 지역 모두에서 방문하였으며, 마이마트는 알마티에 위치한 매장만을 방문함. 매그넘은 카자흐스탄 하이퍼마켓 점유율 1위 브랜드로, 24/7 영업 전략과 멤버십 제도를 통해 고객을 유인함. 스몰은 1997년에 설립된 유통 브랜드로, 다른 유통 브랜드보다 저렴하게 제품을 판매하기 때문에 지역 주민들에게 인기가 많음. 마이마트는 카자흐스탄 알마티 지역에 27개 매장을 보유한 편의점 브랜드로, 카페를 함께 운영하는 매장이 많음



## 경쟁제품

· 카자흐스탄 상온숙류 경쟁제품 15개 조사



제품 종류별 평균 1회 섭취량 당 가격, 유류 제품이  
이 오트밀 제품보다 약 1.7배 비쌌음  
유류 제품 167명(약 473원), 오트밀 제품 100명(약 281원)



## 경쟁기업

경쟁기업	국적	대표제품
네슬레 러시아	러시아	비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발끼
란트머년	스웨덴	약사 까샤 오브스안나야 모멘탈노보 프리고도블렌니야
마레븐	키프로스	롤톤 유레 깔토펠노에
지비 푸드	스페인	갈리나 블랑카 수퓨레
B사	한국	도시락 유레 깔토펠노에



## 경쟁력 파악



## 진출 제언

기준(A사)	경쟁력	경쟁제품		기준(A사)	경쟁력	경쟁제품			
가격(1회 섭취량 당) (483명)	○	오트밀 167명	유류 100명	맛 (계란·야채)	○	오트밀 5개	과일 3개	달고기 6개	버섯 1개
1회 섭취량(g) (285g)	●	오트밀 41g(181g) <sup>1)</sup>	유류 50g(275g)	홍보문구 (성장기 어린이를 위한 균형 영양식)	○	원료 100% 천연 재료, 고품질 재료	편리성 5분 안에 만들 수 있는, 언제 어디서나		
유통기한 (14개월)	●	10개월 2개	12개월 12개	18개월 1개	홍보채널 (無)	○	홍보 SNS 플랫폼을 활용한 이벤트 및 제품 정보 게시		

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

### Point. 01

- 1) A사 제품, 경쟁제품에 비해 약 3-5배 비싼 것으로 확인
- 2) 경쟁제품 대부분 러시아산, 현지인들 유류맛 제품 또는 유류가 첨가된 제품 선호

### Point. 02

- 1) 경쟁사, 제품의 원료와 편리성을 강조하는 홍보문구 기재
- 2) 핵심 경쟁사인 B사 경우 현지 SNS 플랫폼 브콘택테를 활용해 이벤트 및 제품 홍보 중

1) 제품의 권장 조리방법에 기재된 제품별 추가하는 물이나 우유의 평균(오트밀 제품 140ml, 유류 제품 225ml) 용량을 제품 자체의 평균 1회 섭취량과 더한 양으로, 실제 섭취량으로 추정



# Competitive Product

(경쟁제품)

## 카자흐스탄(Kazakhstan)

상온죽류 경쟁제품

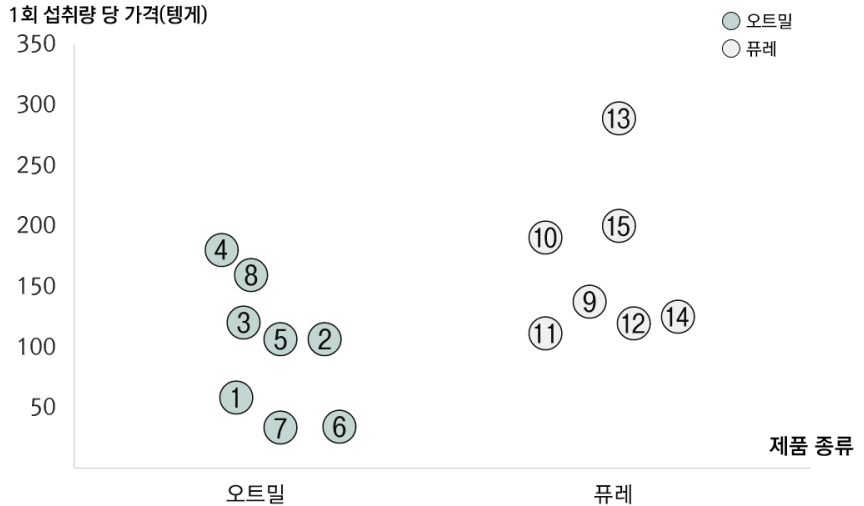
선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준

- 온라인/오프라인 인기제품

경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축: 제품 종류
- Y축: 1회 섭취량 당 가격(팅게)



## 카자흐스탄 (Kazakhstan)

상온죽류 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(제조사)	소비자가가격 <sup>2)</sup>	1회 섭취량 당 가격	용량	포장 형태 <sup>3)</sup>	유통기한	원산지	맛
오트밀	① 미스트랄 알타이스키 게르쿠레스 (미스트랄 트레이딩)	575팅게 (1,627원)	58팅게 (163원)	400g (40g*10회분)	플라스틱 파우치**	12개월	러시아	오트밀
	② 야스노 솔니쉬코 까샤 오브스안나야 (페테르부르크 멜니티)	106팅게 (300원)	106팅게 (300원)	45g	플라스틱 파우치	12개월	러시아	오트밀
	③ 비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발끼 (네슬레 러시아)	120팅게 (340원)	120팅게 (340원)	40g	플라스틱 파우치	12개월	러시아	딸기
	④ 약샤 까샤 오브스안나야 모엔탈노보 프리고토블렌나야 (란트머너)	180팅게 (509원)	180팅게 (509원)	40g	플라스틱 파우치	10개월	우크라이나	딸기
	⑤ 우벨까 까샤 오브스안나야 말리나 (르슈어)	106팅게 (300원)	106팅게 (300원)	40g	플라스틱 파우치	10개월	러시아	라즈베리
	⑥ 비쉬네비 새드 오브시아니 (비쉬네비 새드)	335팅게 (948원)	34팅게 (95원)	400g (40g*10회분)	플라스틱 파우치**	12개월	러시아	오트밀
	⑦ 뜨살 시오빠야 젤노비 (소유즈피세 프롬어소시에이션)	325팅게 (920원)	33팅게 (92원)	400g (40g*10회분)	플라스틱 파우치**	12개월	러시아	오트밀
	⑧ 미스트랄 까샤 오브스안나야 셸노젤노바야 (미스트랄 트레이딩)	159팅게 (450원)	159팅게 (450원)	40g	플라스틱 파우치	12개월	러시아	오트밀
퓨레	⑨ 룰톤 퓨레 칼도펠노에 (마레븐)	137팅게 (388원)	137팅게 (388원)	40g	플라스틱 통	12개월	러시아	닭고기
	⑩ 빅런치 칼도펠노에 퓨레 스 수숨 스 큐리세이 (바이오 푸드)	190팅게 (538원)	190팅게 (538원)	50g	플라스틱 통	12개월	러시아	닭고기
	⑪ 퓨레 칼도펠노에 (프로시마)	111팅게 (314원)	111팅게 (314원)	40g	플라스틱 파우치	12개월	러시아	닭고기
	⑫ 갈리나 블랑카 수퓨레 (지비 푸드)	119팅게 (337원)	119팅게 (337원)	17g	플라스틱 파우치	18개월	러시아	버섯
	⑬ 빅런치 칼도펠노에 퓨레 스 수숨 스 꾸소치까미 꾸린노보 피레 (바이오 푸드)	289팅게 (818원)	289팅게 (818원)	110g	플라스틱 통	12개월	러시아	닭고기
	⑭ 브스요 비 돔 퓨레 칼도펠노에 (매그넌)	125팅게 (354원)	125팅게 (354원)	50g	플라스틱 통	12개월	카자흐스탄	닭고기
	⑮ 도시락 퓨레 칼도펠노에 (도시락 코야)	200팅게 (566원)	200팅게 (566원)	40g	플라스틱 통	12개월	러시아	닭고기

(\*) 현지 판매 상온죽류 경쟁제품 15개 분석

2) 1팅게 = 2.83원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3) (\*\*): 종이상자로 외부포장, 플라스틱 파우치로 내부포장된 제품, 그 외 제품들은 표기된 포장재로만 포장된 것

# Competitor

(경쟁기업)

## 카자흐스탄(Kazakhstan)

상온즉류 경쟁기업

선정 및 포지셔닝

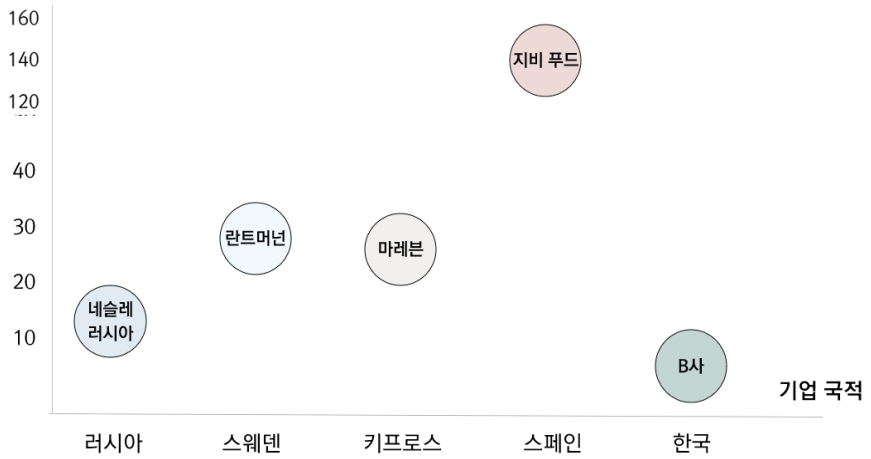
경쟁사 선정

- 경쟁제품 기업체

경쟁사 포지셔닝

- X축: 기업(제조사) 국적
- Y축: 동일품목 수

동일품목 수



## 카자흐스탄 (Kazakhstan)

상온즉류 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	동일 품목 수
네슬레 러시아 (Nestle Russia)	러시아	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오프라인 매장</li> <li>· 온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> <li>· SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 100% 천연 재료</li> <li>· 풍부한 영양소</li> <li>· 하루를 밝게 시작하세요</li> </ul>	13개
란트머넨 (Lantmannen)	스웨덴	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오프라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> <li>· SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 엄선된 원료로 만들어진</li> <li>· 건강하고 맛있는</li> <li>· 영양소가 풍부한</li> </ul>	28개
마레븐 (Mareven)	키프로스	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오프라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> <li>· SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 고품질 재료로 만들어진</li> <li>· 5분 만에 만들 수 있는</li> <li>· 만족스럽고 건강한</li> </ul>	26개
지비 푸드 (GB Food)	스페인	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오프라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> <li>· SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 따뜻하고 맛있는</li> <li>· 조리하기 간편한</li> <li>· 언제 어디서나 즐길 수 있는</li> </ul>	152개
B사 <sup>4)</sup>	한국	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오프라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> <li>· SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 고품질 재료로 만들어진</li> <li>· 러시아에서 가장 인기 있는 제품</li> <li>· 빠르게 조리되는</li> </ul>	5개

자료: 카자흐스탄 진출 상온즉류 경쟁기업 5개사 분석

4) 러시아에 본사를 둔 B사의 자회사 도시락 코야(Doshirak Koya)의 홈페이지 정보를 기준으로 작성함

# Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

## 카자흐스탄(Kazakhstan)

상온즉류 인터뷰

대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 수입 · 유통업체 ○
- 간편식 취급 경험 ○

	코리아포유 (Korea4U)	코리안샵 (KoreanShop)	플립 (Flip)	사투 (Satu)
업체 ▶	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체
상온즉류 ▶ 취급				
	한국식 간편식	한국식 간편식	상온즉류	상온즉류
사진자료:	코리아포유, 코리안샵, 플립, 사투 제품 판매 페이지			

## 카자흐스탄(Kazakhstan)

상온즉류 바이어 인터뷰

A사	코리아포유 (Korea4U)	코리안샵 (KoreanShop)	플립 (Flip)	사투 (Satu)
	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체
<b>483팅게<sup>5)</sup></b> <b>(약 1,367원)</b>	상온즉류 경쟁제품 대비 <b>비싼 편</b>	제품 종류에 따라 차이가 있지만 <b>매우 비싼 편</b>	경쟁제품보다 <b>조리가 용이</b> 하나 가격은 <b>비싼 편</b>	현지 유사제품과 가격이 비슷하지만 시장 평균 대비 <b>비싼 편</b>
제품 가격				
<b>계란·야채</b>	현지 소비자들 <b>육류</b> 맛 제품 선호 계란이나 야채는 <b>건강한 음식</b> 으로 홍보할 것	현지 식품관과 유사하지만, <b>한국식</b> 즉 자체에 대한 <b>인지도가 낮음</b>	<b>건강한 제품</b> 이라는 키워드로 홍보한다면 경쟁력 있을 것	계란, 야채보다는 <b>육류</b> 가 들어간 제품 선호
맛				
<b>14개월</b>	현지 판매 상온즉류의 평균 유통기한 <b>12-14개월</b> 과 유사	가공식품 기준 <b>평이한 수준</b>	경쟁제품과 비교했을 때 <b>적당한 수준</b>	현지 판매 제품과 <b>유사한 수준</b>
유통기한				

(\*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 4개사

5) A사 제품 1개(1회 섭취량) 가격은 1.16달러로, 2020년 9월 1일 기준 KEB 하나은행의 텡게 대비 미화환산율(1텡게 = 0.0024달러)을 적용한 가격



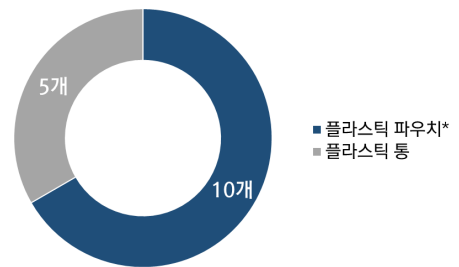
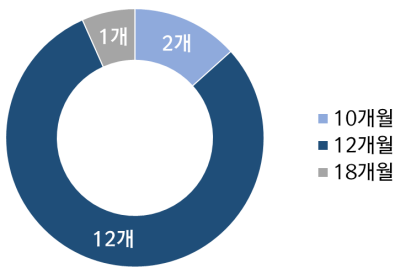
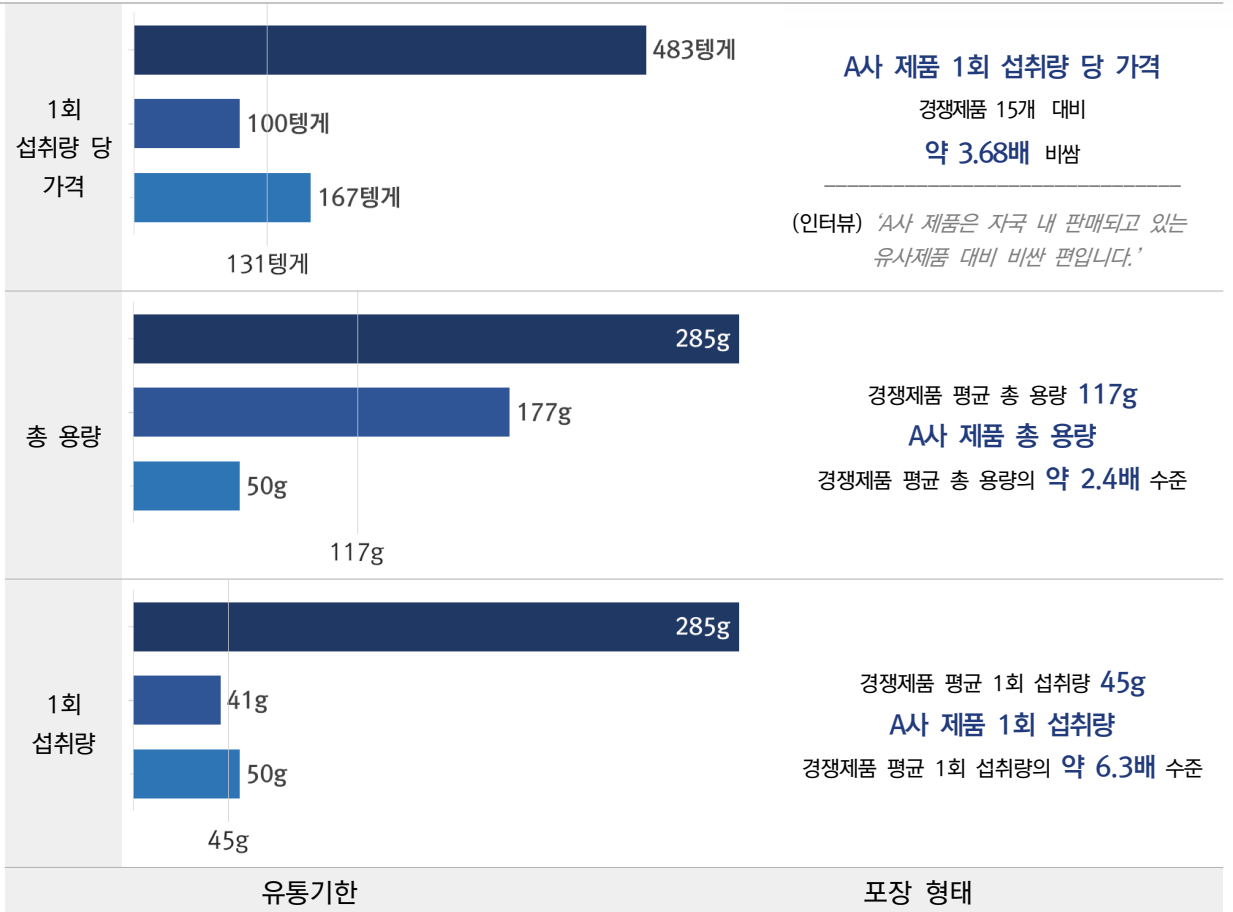
# Competitiveness

(경쟁력 파악)

## 카자흐스탄 (Kazakhstan) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 ■ 퓨레 ■オート밀 | 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



경쟁제품 대부분,  
제조일자로부터 **12개월 이내** 섭취 권장

경쟁제품 중 10개 제품,  
**플라스틱 파우치로** 포장  
\*플라스틱 파우치로 포장된 10개 제품 중 3개 제품은  
종이상자로 별도 외부포장됨

		진출 채널	홍보 채널	홍보문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 5개사 모두 카자흐스탄 <b>오프라인 매장</b> 진출	경쟁기업 5개사, 홍보 채널로 <b>자사 홈페이지</b> 와 <b>SNS 플랫폼</b> 활용	경쟁기업 5개사는 주로 <b>원료와 편리성</b> 을 강조한 홍보문구 활용

## II. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 카자흐스탄 상온즉류 경쟁제품 선정
2. 카자흐스탄 상온즉류 경쟁제품 조사지표 선정
3. 카자흐스탄 상온즉류 경쟁제품 포지셔닝
4. 카자흐스탄 상온즉류 경쟁제품 현지 조사 결과

## 1. 카자흐스탄 상온즉류 경쟁제품 선정

### 1) 주요 프로세스

#### A사 제품 특징



제품명	계란아채죽
제품 종류	상온즉류
1회 섭취량 당 가격)	483팅게 (약 1,367원)
용량	285g
포장	플라스틱 통
유통기한	14개월
특징	계란과 6가지 야채, 별첨 양념(밥친구)가 포함됨

#### Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 제품 분석
  - 제품명 : 계란아채죽
  - 품목 : 상온즉류
  - 1회 섭취량 당 가격 : 483팅게(약 1,367원)
  - 용량 : 285g
  - 포장 : 플라스틱 통
  - 유통기한 : 14개월

#### Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



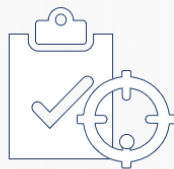
- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
  1. 와일드베리즈(Wildberries)
  2. 플립(Flip)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 2종류 Top 10 제품 확인

#### Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
  - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

#### Step 04. 조사 및 분석




- ① 현지 조사
  - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
  - (오프라인) 인기 제품 요인 분석
  - 벤치마킹 제품 분석

6) A사 제품 1개(1회 섭취량) 가격은 1.16달러로, 2020년 9월 1일 기준 KEB 하나은행의 텡게 대비 미화환산율(1텡게 = 0.0024달러)을 적용한 가격



2) 현지 주요 온라인 쇼핑물 인기제품 확인

● 카자흐스탄 식품 취급 주요 온라인 쇼핑물

사이트명	판매 제품 종류
 와일드베리즈	식료품, 생활용품, 화장품 등
 플립	식료품, 생활용품, 전자기기 등

● 카자흐스탄 식품 취급 주요 온라인 쇼핑물 모두에서 판매 중인 경쟁제품

제품명	제조사
까샤 트크벤키야	알테야
까샤 키드로바야	알테야
까샤 티크벤키야	시라 알테야
까샤 들리아 잡트라카케드로바야	시라 알테야

▶ 카자흐스탄 식품 취급 주요 온라인 쇼핑물 2개, 와일드베리즈, 플립

스태티스타<sup>7)</sup>에 따르면, 2019년 기준 카자흐스탄의 이커머스 시장 규모는 2018년 대비 27.3% 증가한 약 9억 90만 탱게임. 또한 이커머스 시장의 연평균 성장률은 약 10.7%로 2024년에는 14억 9,970만 탱게에 이를 것으로 전망되어 앞으로의 성장 가능성이 주목됨. 하지만 2019년 기준 식료품이 카자흐스탄 이커머스 시장에서 차지하는 비율은 약 14.7%에 불과하여, 여전히 식료품 유통은 오프라인 매장 판매 위주로 이루어짐을 알 수 있음. 카자흐스탄의 결제 수단 현황<sup>8)</sup>에 따르면 현금 결제 60%, 계좌이체 20%, 카드 결제 20%로 조사되어 여전히 현금성 결제가 지배적인 상황임. 카자흐스탄의 인터넷 보급률이 2019년 기준 81.3%로 전 세계에서 27번째로 높지만, 이커머스 시장이 성장하지 못한 것은 카드 결제가 보편화되지 않아 온라인 결제 시스템 또한 잘 구축되지 못한 것으로 추정됨. 또 물류망 및 배송 시스템도 미비하여 시간과 정확도가 중요한 식료품 이커머스 시장이 특히 발달하지 못한 것으로 분석됨

카자흐스탄의 주요 종합 전자상거래 플랫폼들을 조사하였으나, 상온즉류 관련 제품은 와일드베리즈(Wildberries), 플립(Flip) 총 2곳에서 확인되었음

▶ 해당 온라인 쇼핑물 모두에 진출한 경쟁제품, 4개

해당 온라인 쇼핑물에서 판매 중인 모든 경쟁제품을 조사한 결과, 2개 쇼핑물에서 동시에 판매 중인 제품이 4개로 확인됨

[표 1.1] 카자흐스탄 주요 온라인 쇼핑물 인기제품(Top 10)<sup>9)</sup>

순위	와일드베리즈(Wildberries)	플립(Flip)
1	까샤 티크벤키야 (알테야)	까샤 키드로바야 (알테야)
2	까샤 키드로바야 (알테야)	까샤 티크벤키야 (알테야)
3	까샤 읍시냐아 프리고도볼레니야 소 실브카미 비쉬냐 이 민달 (베레스토보)	까샤 코노플리야나 스 마콤 (콤파스즈토로브야)
4	비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈달기 (네슬레 러시아)	까샤 코노플리야나 스 오브숨 (콤파스즈토로브야)
5	까샤 셉즐라코브 (마티)	미스트랄 알타이스키 게르쿠레스 (미스트랄 트레이딩)
6	크호로피아 읍시야니예 스 오투루비야미 (마티)	까샤 티크벤키야 (시라알테야)
7	까샤 들리아 잡트라카케드로바야 (시라알테야)	까샤 들리아잡트라카 케드로바야 (시라알테야)
8	크렘-숨 프리야니이 티크벤키야포 보노토치노우 (에브리데이)	까샤 읍시냐아 아술티 이즈 비티 브쿠숨 (우벨카)
9	까샤 티크벤키야 (시라알테야)	까샤 스 바나눌 이 세미냐미 치아 (콤파스즈토로브야)
10	베즈모로치냐아 까샤 멀티즈락 아볼로콤 이 첼노스리브 (결벌)	까샤 스 코코숨 이 세미냐미 치아 (콤파스즈토로브야)

■ 2개 온라인 쇼핑물에서 판매

자료 : 와일드베리즈(Wildberries) 카자흐스탄 홈페이지, 플립(Flip) 홈페이지

7) 스태티스타 카자흐스탄 국가 보고서(Statista Kazakhstan Country Report), 2020.09

8) 스태티스타(Statista), 'Share of Payment Methods Used in Kazakhstan as of 2020', 2020.01

9) A사 제품과 유사하게 전자레인지 조리 가능한 제품을 우선순위로 기재

3) 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

● 조사 지역 정보<sup>10)</sup>

카자흐스탄 알마티

인구('20)	194만 명
인구 밀도('20)	2,857명/km <sup>2</sup>
면적	682km <sup>2</sup>

카자흐스탄 누르술탄 정보

인구('20)	116만 명
인구 밀도('20)	1,433명/km <sup>2</sup>
면적	810km <sup>2</sup>

● A사 진출 선호 매장

하이퍼마켓
슈퍼마켓
백화점
편의점
전문점
아시안마트(한인마트)

▶ 카자흐스탄 알마티&누르술탄, 방문지역으로 선정

카자흐스탄의 주요 상업 및 문화의 중심지인 알마티(Almaty)와 현 수도 누르술탄(Nur-Sultan)을 방문지역으로 선정함. 알마티는 카자흐스탄에서 가장 큰 도시이며, 1997년까지 카자흐스탄의 수도였던 도시임. 2015년 카자흐스탄 국내총생산의 22.3%를 차지하며 최대도시의 위상을 유지하고 있음.<sup>11)</sup> 누르술탄은 1997년 천도 이후 계획적으로 개발된 도시로 2019년 아스타나(Astana)에서 명칭이 변경됨. 많은 정부 부처들과 기관들이 위치하였으며 알마티에 이어 카자흐스탄에서 두 번째로 큰 도시임

▶ 현지 조사매장 선정, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점

카자흐스탄 간편식(Ready Meals)의 유통채널 별 점유율을 확인한 결과, 개인 소매 식료품점이 47.2%로 가장 높으며, 기타 식료품 유통점이 32.2%로 뒤를 이었음. 슈퍼마켓은 14.3%, 하이퍼마켓은 6.2%로 확인됨. 점유율이 0.1% 미만인 편의점과 온라인 쇼핑몰은 통계자료에 집계되지 않았음. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사 매장을 선정함

[표 1.2] 카자흐스탄 상온즉류 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
개인 소매 식료품점	47.2%	-
기타 식료품점	32.2%	-
슈퍼마켓	14.3%	스몰(Small), 안베(Anvar), 리더(Leader), 아이안(Ayan) 등
하이퍼마켓	6.2%	매그넘(Magnum), 메트로(Metro), 아스티크즈한(Astykzhan) 등
편의점	-	마이마트(MyMart), 매그넘 익스프레스(Magnum Express), 크베타카(Kvetka) 등
온라인 쇼핑몰	-	와일드베리즈(Wildberries), 플립(Flip), 사투(Satu) 등

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

10) 자료: 카자흐스탄 통계청 홈페이지 (www.stat.gov.kz), 2020.08

11) 자료: 카자흐스탄 통계청 홈페이지 (www.stat.gov.kz), 2020.08

#### 4) 경쟁제품 선정

##### ▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기 제품

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정  
(\*) 와일드베리즈(Wildberries), 플립(Flip)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정  
(\*) 매그넘(Magnum) 알마티&누르술탄, 스몰(Small) 알마티&누르술탄,  
마이마트(MyMart) 알마티

##### ▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 오트밀: 뜨거운 물이나 우유를 오트밀(귀리)에 넣어 불려 만드는 간편식
- 푸레: 감자 등을 삶거나 갈아서 가는 체로 걸러 걸쭉하게 만든 간편식



[표 1.3] 카자흐스탄 상온즉류 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인 <sup>12)</sup>	온라인	오트밀	퓨레
① 미스트랄 알타이스키 게르쿠레스 (미스트랄 트레이딩)	○ (알마티 3개, 누르술탄 1개)	○ (플립)	○	
② 야스노 솔니쉬코 까샤 오브스안나야 (페테르부르크 멜니티)	○ (알마티 3개, 누르술탄 1개)		○	
③ 비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발끼 (네슬레 러시아)	○ (알마티 3개, 누르술탄 1개)	○ (와일드베리즈)	○	
④ 약사 까샤 오브스안나야 모멘탈노보 프리고토블렌나야 (란트머넨)	○ (알마티 2개, 누르술탄 1개)		○	
⑤ 우벨까 까샤 오브스안나야 말리나 (르슈어)	○ (알마티 2개, 누르술탄 2개)		○	
⑥ 비쉬네비 새드 오브시아니 (비쉬네비 새드)	○ (알마티 2개, 누르술탄 2개)		○	
⑦ 뜨살 시오빠야 젤노비 (소유즈피세 프롬어스씨에이션)	○ (알마티 2개, 누르술탄 2개)		○	
⑧ 미스트랄 까샤 오브스안나야 셀노젤노바야 (미스트랄 트레이딩)	○ (알마티 1개)	○ (와일드베리즈)	○	
⑨ 롤톤 퓨레 칼토펠노에 (마레브)	○ (알마티 2개, 누르술탄 1개)			○
⑩ 빅런치 칼토펠노에 퓨레 스 수숨 스 큐리세이 (바이오 푸드)	○ (알마티 2개, 누르술탄 1개)			○
⑪ 퓨레 칼토펠노에 (프로시마)	○ (알마티 2개, 누르술탄 2개)			○
⑫ 갈리나 블랑카 수퓨레 (지비 푸드)	○ (알마티 2개, 누르술탄 1개)			○
⑬ 빅런치 칼토펠노에 퓨레 스 수숨 스 꾸소치까미 꾸린노보 피레 (바이오 푸드)	○ (알마티 2개)			○
⑭ 브스요 비 돔 퓨레 칼토펠노에 (매그념)	○ (알마티 1개, 누르술탄 1개)			○
⑮ 도시락 퓨레 칼토펠노에 (도시락 코야)	○ (알마티 2개, 누르술탄 2개)			○

(\*) 현지 판매 상온즉류 경쟁제품 15개 분석

12) 알마티에 위치한 3개 매장(매그념, 스몰, 마이마트)과 누르술탄에 위치한 2개 매장(매그념, 스몰), 총 5개 매장을 방문조사함

## 2. 카자흐스탄 상온즉류 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 조사 지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 1회 섭취량 당 가격

### ▶ 조사 지표 ② 용량

- 제품의 총 용량(g)
- 제품의 1회 섭취량(g)

### ▶ 조사 지표 ③ 제품 종류

- 오트밀: 뜨거운 물이나 우유를 오트밀(귀리)에 넣어 불려 만드는 간편식
- 푸레: 감자 등을 삶거나 갈아서 가는 체로 걸러 걸쭉하게 만든 간편식

### ▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재
  - ※ 경쟁제품의 포장 형태는 외부포장 형태와 내부포장 형태로 나누어 조사함
- 포장 형태(외부포장)
  - 종이상자: 종이 소재의 상자
- 포장 형태(내부포장)
  - 플라스틱 파우치: 플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 것
  - 플라스틱 통: 플라스틱 소재의 그릇 또는 컵 모양 용기로  
조리 시 별도 용기가 필요하지 않은 것
  - ※ 외부포장이 종이상자인 경우 플라스틱 파우치로 별도 내부포장되어 있음

### ▶ 조사 지표 ⑤ 유통기한

- 제품의 유통기한

### ▶ 조사 지표 ⑥ 원산지

- 제품의 원산지

### ▶ 조사 지표 ⑦ 홍보문구

- 제품의 홍보문구

### ▶ 조사 지표 ⑧ 제품 수입상 정보

- 제품의 수입상 정보

### ▶ 조사 지표 ⑨ 주요 원료 및 첨가물

- 제품의 주요 원료 및 첨가물

●  
보유 인증 마크



유라시아 적합성 인증<sup>13)14)</sup>



HALAL



HACCP<sup>15)</sup>



ISO 14001 인증<sup>16)</sup>



FSSC 22000 인증<sup>17)</sup>

▶ 조사 지표 ⑩ 보유 인증

- 제품이 보유한 인증

[표 1.4] 주요 인증 정보

인증 종류	인증 내용
EAC (유라시아 적합성 인증)	유라시아 세관 연합(EEC; Eurasian Economic Commission)에서 부여하는 인증으로, 유라시아 세관 연합의 모든 기술 규정을 준수하는 제품을 나타냄
HALAL	무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증
HACCP	식품의약품안전처에서 부여하는 인증으로, 식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증
ISO 14001 인증	모든 산업 분야 및 활동에 적용할 수 있는 환경경영시스템에 관한 국제규격인. 제품의 품질만을 따지는 기존 ISO 9000과는 달리 환경과 관련한 관리본부 운영의 모든 면이 국제 기준에 맞는다는 것을 인증함
FSSC 22000 인증	CIAA(유럽식품협회)에서 개발된 인증으로, ISO 22000(식품안전경영시스템)을 기반으로 분야별 특화된 선행요건 프로그램(PRPs)과 9가지 추가 요구사항을 포함하고 있음. 식품 안전을 증명할 수 있는 국제식품 안전 인증으로 식품 분야 해외 수출 시 품질 및 안전성을 증명함

13) 유라시아 관세 동맹(Eurasian Customs Union; 러시아 GOST-R, 카자흐스탄 GOST-K, 벨라루스 SRB)의 개별인증이 EAC로 통합됨

14) 유라시아 세관 연합 홈페이지(www.eaeunion.org)

15) 한국식품안전관리인증원 홈페이지 (www.haccp.or.kr)

16) 한국표준협회 홈페이지(www.ksa.or.kr)

17) 한국표준협회 홈페이지(www.ksa.or.kr)



[표 1.5] 러시아 인스턴트 커피 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값		지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격		매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	1회 섭취량 당 가격		제품의 1회 섭취량 당 가격
용량	총 용량		제품의 총 용량
	1회 섭취량		제품의 1회 섭취량
제품 종류	오트밀		뜨거운 물이나 우유를 오트밀(귀리)에 넣어 불려 만드는 간편식
	퓨레		감자 등을 삶거나 갈아서 가는 체로 걸러 걸쭉하게 만든 간편식
포장 형태	외부포장	종이상자	종이 소재의 상자
	내부포장	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 것
		플라스틱 통	플라스틱 소재의 그릇 또는 컵 모양 용기로, 조리 시 별도 용기가 필요하지 않은 것
유통기한			제품의 유통기한
원산지			제품의 원산지
홍보문구			제품의 홍보문구
제품 수입상 정보			제품의 수입상 정보
주요 원료 및 첨가물			제품의 주요 원료 및 첨가물
보유 인증	EAC (유라시아 적합성 인증)		유라시아 세관 연합의 모든 기술 규정을 준수하는 제품을 나타내는 인증
	HALAL		무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증
	HACCP		식품의약품안전처에서 부여하는 인증으로, 식품의 원재료 부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증
	ISO 14001 인증		모든 산업 분야 및 활동에 적용할 수 있는 환경경영 시스템에 관한 국제규격
	FSSC 22000 인증		CIA(유럽식품협회)에서 개발된 인증으로, 식품 안전을 증명할 수 있는 국제식품 안전 인증으로 식품 분야 해외 수출 시 품질 및 안전성을 증명함

### 3. 카자흐스탄 상온즉류 경쟁제품 포지셔닝

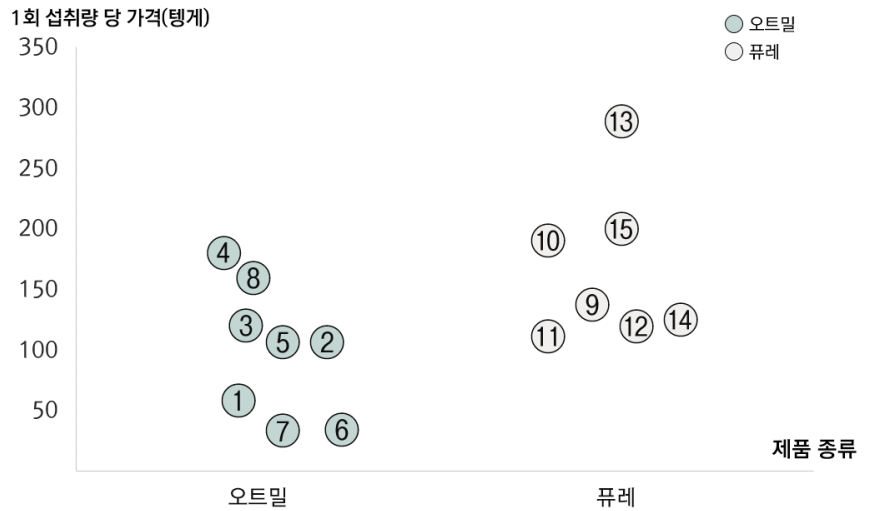
#### 경쟁제품(제조사)

- ① 미스트랄 알타이스키 게르쿠레스 (미스트랄 트레이딩)
- ② 아스노 솔나슈코 까샤 오브스안나야 (페테르부르크 멜니티)
- ③ 바스트루브 오브스안나야 까샤 바즈 발끼 (네슬레 러시아)
- ④ 약사 까샤 오브스안나야 모멘탈노보 프리고토블렌니야 (란트머넨)
- ⑤ 우벨까 까샤 오브스안나야 말리나 (르슈어)
- ⑥ 비슈네비 새드 오브시야니 (비슈네비 새드)
- ⑦ 또살 시오빠야 젤노비 (소유즈피체 프롬어스시어이션)
- ⑧ 미스트랄 까샤 오브스안나야 셀노젤노비아 (미스트랄 트레이딩)
- ⑨ 룰톤 퓨레 갈토펠노에 (마레븐)
- ⑩ 빅런치 갈토펠노에 퓨레 스 수숨 스 큐리셰이 (바이오 푸드)
- ⑪ 퓨레 갈토펠노에 (프로사마)
- ⑫ 갈리나 블랑카 슈유레 (자비 푸드)
- ⑬ 빅런치 갈토펠노에 퓨레 스 수숨 스 쿠스츠키미 쿠린노보 피레 (바이오 푸드)
- ⑭ 브스요 비 돔 퓨레 갈토펠노에 (매그넨)
- ⑮ 도시락 퓨레 갈토펠노에 (도시락 코야)

▶ 포지셔닝 : 제품 종류별 평균 1회 섭취량 당 가격, 퓨레 제품이 오토밀 제품보다 약 1.7배 비쌌

카자흐스탄 오프라인 매장에서 조사된 상온즉류 경쟁제품 15개 제품은 제품 종류에 따라 오토밀 제품 8개, 퓨레 제품 7개로 분류됨. 경쟁제품의 종류별 평균 1회 섭취량 당 가격을 분석한 결과, 퓨레 제품이 167팅계(약 473원), 오토밀 제품이 100팅계(약 281원)로 조사됨. 퓨레 제품의 평균 1회 섭취량 당 가격은 오토밀 제품보다 약 1.7배 정도 비쌌

[표 1.6] 카자흐스탄 상온즉류 경쟁제품 포지셔닝



자료: 카자흐스탄 상온즉류 경쟁제품 15개 분석

#### 4. 카자흐스탄 상온즉류 경쟁제품 현지 조사 결과

##### ▶ 카자흐스탄 알마티&누르술탄에 위치한 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 방문

카자흐스탄의 대표 하이퍼마켓 매그넘(Magnum)과 슈퍼마켓 스몰(Small), 편의점 마이마트(MyMart)를 방문조사함. 매그넘과 스몰은 알마티와 누르술탄 두 지역 모두에서 방문하였으며, 마이마트는 알마티에 위치한 매장만을 방문함. 매그넘은 카자흐스탄 하이퍼마켓 점유율 1위 브랜드로, 24/7 영업 전략과 멤버십 제도를 통해 고객을 유인함. 스몰은 1997년에 설립된 유통 브랜드로, 다른 유통 브랜드보다 저렴하게 제품을 판매하기 때문에 지역 주민들에게 인기가 많음. 마이마트는 카자흐스탄 알마티 지역에 27개 매장을 보유한 편의점 브랜드로, 카페를 함께 운영하는 매장이 많음

[표 1.7] 카자흐스탄 방문 매장 및 특징

방문지역	방문 매장	구분	조사 제품 수	방문매장 특징
알마티	매그넘 (Magnum)	하이퍼마켓	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 카자흐스탄 하이퍼마켓 점유율 1위</li> <li>• 대형쇼핑몰 내에 입점해있어 방문 고객이 많음</li> <li>• 주거지역 근처에 위치함</li> </ul>
	스몰 (Small)	슈퍼마켓	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현지 거주 외국인인 많이 사는 지역에 위치</li> <li>• 유동인구가 많은 시가지에 위치함</li> </ul>
	마이마트 (MyMart)	편의점	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주거단지 내에 위치함</li> <li>• 시간대와 관계없이 유동인구가 많은 지역</li> </ul>
누르술탄	매그넘 (Magnum)	하이퍼마켓	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 카자흐스탄 하이퍼마켓 점유율 1위</li> <li>• 근처 주거지역에서 유입되는 고객이 많음</li> <li>• 큰 무료 주차장이 있음</li> </ul>
	스몰 (Small)	슈퍼마켓	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 누르술탄의 상업 지구 내에 위치함</li> <li>• 근처 회사원들의 방문이 많은 편</li> </ul>



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ **경쟁제품 판매 현황, 15개 중 7개는 각 조사 지역의 방문매장에서 모두 확인됨**

방문매장 5개에서 인기제품을 조사한 결과, 5개 매장 모두에서 판매되는 제품은 없었음. 대신 알마티의 조사 매장 3곳 모두에서 미스트랄 알타이스키 게르쿠레스, 야스노 솔니쉬코 까샤 오브스안나야, 비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발끼 3개 제품이 동시에 확인되었음. 또한 누르술탄의 조사 매장 2곳 모두에서는 뜨살 시오빠야 젤노비, 미스트랄 까샤 오브스안나야 셀노젤노바야, 롤톤 퓨레 깔토피노에, 빅런치 깔토피노에 퓨레 스 수숨 스 꾸리세이로 4개 제품이 확인되었음

[표 1.8] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황				
	알마티			누르술탄	
	매그넴	스몰	마이마트	매그넴	스몰
① 미스트랄 알타이스키 게르쿠레스 (미스트랄 트레이딩)	○	○	○		○
② 야스노 솔니쉬코 까샤 오브스안나야 (페테르부르크 멜니티)	○	○	○	○	
③ 비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발끼 (네슬레 러시아)	○	○	○	○	
④ 약사 까샤 오브스안나야 모멘탈노보 프리고토블렌니야 (란트머넨)		○	○	○	
⑤ 우벨까 까샤 오브스안나야 말리나 (르슈어)	○		○	○	
⑥ 비쉬네비 새드 오브시아니 (비쉬네비 새드)	○		○	○	
⑦ 뜨살 시오빠야 젤노비 (소유즈피세 프롬여소씨에이션)	○		○	○	○
⑧ 미스트랄 까샤 오브스안나야 셀노젤노바야 (미스트랄 트레이딩)	○		○	○	○
⑨ 롤톤 퓨레 깔토피노에 (마레븐)	○		○	○	○
⑩ 빅런치 깔토피노에 퓨레 스 수숨 스 꾸리세이 (바이오 푸드)		○	○	○	○
⑪ 퓨레 깔토피노에 (프로시마)		○	○		○
⑫ 갈리나 블랑카 수퓨레 (지비 푸드)	○		○		
⑬ 빅런치 깔토피노에 퓨레 스 수숨 스 꾸소치까미 꾸린노보 피레 (바이오 푸드)			○		
⑭ 브스요 비 돔 퓨레 깔토피노에 (매그넴)	○			○	
⑮ 도시락 퓨레 깔토피노에 (도시락 코야)	○	○		○	○

자료: 현지 조사원 자료



### Shop ① 매그넘(Magnum)

#### 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
식음료, 가정용품, 베이커리 등 다양한 제품을 판매함
- 주요 고객층:  
지역 주민, 현지 거주 외국인

<p>브랜드 기본 정보<sup>18)</sup></p>	 <p>매그넘은 2007년 설립된 카자흐스탄의 하이퍼마켓 브랜드로, 카자흐스탄 하이퍼마켓 점유율 1위임. 24/7 영업 전략과 멤버십 제도를 통해 고객을 유인함. 다양한 소비자를 공격적인 판촉 전략을 통해 저렴한 가격으로 판매하고 있음</p>					
<p>매장 정보</p>	<p>조사 제품 수: 5개(알마티 2개, 누르술탄 3개)</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>위치</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">알마티</td> <td>42/74A ,Dostyk str. Ritz Mall, Almaty, Kazakhstan</td> </tr> <tr> <td>누르술탄</td> <td>Turan ave. 66D Essil district, Nur-Sultan, Kazakhstan</td> </tr> </table>	알마티	42/74A ,Dostyk str. Ritz Mall, Almaty, Kazakhstan	누르술탄	Turan ave. 66D Essil district, Nur-Sultan, Kazakhstan	
알마티	42/74A ,Dostyk str. Ritz Mall, Almaty, Kazakhstan					
누르술탄	Turan ave. 66D Essil district, Nur-Sultan, Kazakhstan					
<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p> 					
<p>상온즉류 판매 정보</p>	<p>판매 상온즉류 제품 정보</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">  <p>프로시마 퓨레 갈토펠노에 (프로시마)</p> </td> <td style="width: 50%; text-align: center;">  <p>갈리나 블랑카 수푸레 (지비 푸드)</p> </td> </tr> <tr> <td style="width: 33%; text-align: center;">  <p>빅란치 갈토펠노에 퓨레 스 수숨 (바이오 푸드)</p> </td> <td style="width: 33%; text-align: center;">  <p>미스트랄 까샤 오브스안나야 셸노젤노바야 (미스트랄 트레이딩)</p> </td> <td style="width: 33%; text-align: center;">  <p>브소요 비 돔 퓨레 갈토펠노에 (매그넘)</p> </td> </tr> </table>	 <p>프로시마 퓨레 갈토펠노에 (프로시마)</p>	 <p>갈리나 블랑카 수푸레 (지비 푸드)</p>	 <p>빅란치 갈토펠노에 퓨레 스 수숨 (바이오 푸드)</p>	 <p>미스트랄 까샤 오브스안나야 셸노젤노바야 (미스트랄 트레이딩)</p>	 <p>브소요 비 돔 퓨레 갈토펠노에 (매그넘)</p>
 <p>프로시마 퓨레 갈토펠노에 (프로시마)</p>	 <p>갈리나 블랑카 수푸레 (지비 푸드)</p>					
 <p>빅란치 갈토펠노에 퓨레 스 수숨 (바이오 푸드)</p>	 <p>미스트랄 까샤 오브스안나야 셸노젤노바야 (미스트랄 트레이딩)</p>	 <p>브소요 비 돔 퓨레 갈토펠노에 (매그넘)</p>				

사진자료: 현지 조사원 자료

18) 매그넘(Magnum) 페이스북 페이지 ([www.facebook.com/Magnumkz](http://www.facebook.com/Magnumkz))



제품명 (현지어 영어표기)	퓨레 깔토펠노에 (Pyure Kartoffelnoe)	제조사 (현지어 영어표기)	프로시마 (Proxima)
제품 종류	퓨레	용량(g)	40g
소비자가격	111팅게 (314원)	1회 섭취량 당 가격	111팅게 (314원)
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	12개월
수입자	라두가 (Raduga)	원산지	러시아
인증	EAC	맛	닭고기
원료 및 첨가물	감자 플레이크, 정제소금, 분유, 건조 파, 건조 파슬리, 합성착향료		



제품명 (현지어 영어표기)	갈리나 블랑카 수퓨레 (Gallina Blanca Sup-Pyure)	제조사 (현지어 영어표기)	자비 푸드 (GB FOOD)
제품 종류	퓨레	용량(g)	17g
소비자가격	119팅게 (337원)	1회 섭취량 당 가격	119팅게 (337원)
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	18개월
수입자	스카이 힐 컴퍼니 (Sky Hill Company)	원산지	러시아
인증	EAC, ISO 14001, FSSC 22000	기타 표기사항	무 MSG
맛	버섯	원료 및 첨가물	감자 전분, 코코넛 오일, 유당, 포도당시럽



제품명 (현지어 영어표기)	빅런치 칼토펠노에 퓨레 스 수솜 스 쿠소치까미 쿠린노보 피레 (Biglunch Kartoffelnoe Pyure S Sousom S Kusochkani Kurinnovo Filye)	제조사 (현지어 영어표기)	바이오 푸드 (Bio Food)
제품 종류	퓨레	용량(g)	110g
소비자가격	289팅게 (818원)	1회 섭취량 당 가격	289팅게 (818원)
포장 형태	플라스틱 통	유통기한	12개월
수입자	씨아이티 센트럴 아시아 트레이딩 (CAT Central Asia Trading)	원산지	러시아
인증	EAC	홍보문구	간편한 조리
기타 표기사항	대두단백질 무첨가	맛	닭고기
원료 및 첨가물	감자 플레이크, 분유, 튀긴 양파, 정제소금, 합성착향료, 건조 파, 닭고기 조각, 건조 양파, 마늘 가루, 양파 가루		



제품명 (현지어 영어표기)	미스트랄 까샤 오브스안나야 셀노젤노바야 (Mistral Kasha Ovsyanaya Celnozernovaya)	제조사 (현지어 영어표기)	미스트랄 트레이딩 (Mistral Trading)
제품 종류	오트밀	용량(g)	40g
소비자가격	159팅게 (450원)	1회 섭취량 당 가격	159팅게 (450원)
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	12개월
수입자	호레까 푸드 (Horeca Food)	원산지	러시아
인증	EAC	홍보문구	행복이 가득한 아침
기타 표기사항	Non-GMO	맛	오트밀
원료 및 첨가물	귀리 플레이크, 설탕, 식물성 크림, 동결 건조 말기, 정제소금, 천연향료		



제품명 (현지어 영어표기)	브스요 비 돔 퓨레 꺄토펠노에 (Vsyo V Dom Pyure Kartofelnoe)	제조사 (현지어 영어표기)	매그넘 (Magnum Cash&Carry)
제품 종류	퓨레	용량(g)	50g
소비자가격	125탱게 (354원)	1회 섭취량 당 가격	125탱게 (354원)
포장 형태	플라스틱 통	유통기한	12개월
원산지	카자흐스탄	인증	EAC
기타 표기사항	Non-GMO	맛	닭고기
원료 및 첨가물	감자 플레이크, 분유, 정제소금, 말토 덱스트린, 튀긴 양파		

## Shop ② 스몰(Small)

### 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
신선식품, 가공식품, 음료, 가정용품, 베이커리 등 다양한 제품을 판매함
- 주요 고객층:  
지역 주민, 현지 거주 외국인

<p>브랜드 기본 정보<sup>19)</sup></p>		<p>스몰은 1997년 설립된 카자흐스탄 유통 브랜드로 카자흐스탄 내 85개 매장을 운영하고 있음. 다른 유통 브랜드보다 저렴하게 제품을 판매하기 때문에 지역 주민들에게 인기가 많음</p>	
<p>조사 제품 수: 9개(알마티 6개, 누르술탄 3개)</p>			
<p>매장 정보</p>			
<p>위치</p>	<p>알마티</p>	<p>Samal-2, Mendikulov str. 98, Almaty, Kazakhstan</p>	
	<p>누르술탄</p>	<p>Dostyk 18, Moskva Business Centre Nur-Sultan, Kazakhstan</p>	
<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p>		
			
<p>상온즉류 판매 정보</p>	<p>판매 상온즉류 제품 정보</p>		
			
	<p>미스트랄 타이ски 게르쿨레스 (미스트랄 트레이딩)</p>	<p>야스노 솔니쉬코 까샤 오브스안나야 (페테르부르크 멜니티)</p>	<p>비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발끼 (네슬레 러시아)</p>
			
	<p>약샤 까샤 오브스안나야 모멘탈노보 리고토블렌니야 (란트머너)</p>	<p>롤톤 퓨레 깔토펠노예 (마레븐)</p>	<p>빅런치 깔토펠노예 퓨레 스푼수스 큐리세이 (바이오 푸드)</p>
			
<p>우벨까 까샤 오브스안나야 말리나 (르슈어)</p>	<p>비쉬네비 새드 오브시야니 (비쉬네비 새드)</p>	<p>뜨살 시오베야 젤노비 (소유즈피세프롬 어쏘시에이션)</p>	

사진자료: 현지 조사원 자료

19) 스몰(Small) 홈페이지 (www.small.kz)





제품명 (현지어 영어표기)	미스트랄 알타이스키 게르쿨레스 (Mistral Altayskiy Gerkules)	제조사 (현지어 영어표기)	미스트랄 트레이딩 (Mistral Trading)
제품 종류	오트밀	용량(g)	400g (40g*10회분)
소비자가격 <sup>20)</sup>	575팅게 (1,627원)	1회 섭취량 당 가격	58팅게 (163원)
포장 형태	외부 종이상자	유통기한	12개월
	내부 플라스틱 파우치		
수입자	호레까 푸드 (Horeca Food)	원산지	러시아
인증	EAC	홍보문구	함께 먹으면 더 맛있는
기타 표기사항	Non-GMO	맛	오트밀
원료 및 첨가물	귀리 플레이크, 설탕, 건조 식물성 크림, 정제소금, 크림맛 천연향료		

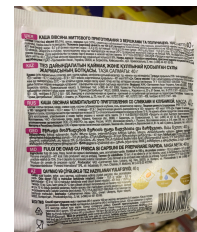


제품명 (현지어 영어표기)	야스노 솔니쉬코 까샤 오브스안나야 (Yasno Solnyshko Kasha Ovsyannaya)	제조사 (현지어 영어표기)	페테르부르크 멜니티 (Peterburskiy Melnichnyi Kombinat)
제품 종류	오트밀	용량(g)	45g
소비자가격	106팅게 (300원)	1회 섭취량 당 가격	106팅게 (300원)
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	12개월
수입자	알라두스킨 그룹 (Aladushkin Group)	원산지	러시아
인증	EAC	홍보문구	모든 가족의 매일 아침
기타 표기사항	무합성향료, 무방부제	맛	오트밀
원료 및 첨가물	귀리 플레이크, 설탕, 분유, 소금		

20) 1팅게 = 2.83원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



제품명 (현지어 영어표기)	비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발끼 (Bystrov Ovsyanaya Kasha Bez Varki)	제조사 (현지어 영어표기)	네슬레 러시아 (Nestle Russia)
제품 종류	오트밀	용량(g)	40g
소비자가격	120탱게 (340원)	1회 섭취량 당 가격	120탱게 (340원)
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	12개월
수입자	네슬레 (Nestle)	원산지	러시아
인증	EAC	홍보문구	삶의 질
기타 표기사항	100% 천연 재료	맛	딸기
원료 및 첨가물	귀리 플레이크, 설탕, 분유, 동결 건조 딸기, 천일염, 천연착향료		



제품명 (현지어 영어표기)	악샤 까샤 오브스안나야 모멘탈노보 프리고토블렌니야 (Axa Kasha Ovsyanaya Momentalno Prigotoveniya)	제조사 (현지어 영어표기)	란트머넌 (Lantmannen)
제품 종류	오트밀	용량(g)	40g
소비자가격	180탱게 (509원)	1회 섭취량 당 가격	180탱게 (509원)
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	10개월
수입자	티케이 이나그로 (TK Inagro)	원산지	우크라이나
인증	EAC	홍보문구	언제나 최고급만
기타 표기사항	Non-GMO	맛	딸기
원료 및 첨가물	귀리 플레이크, 동결 건조 딸기, 정제소금, 바닐라향 향료		



제품명 (현지어 영어표기)	롤톤 퓨레 칼토펠노에 (Rollton Pyure Kartofelnoe)	제조사 (현지어 영어표기)	마레븐 (Mareven)
제품 종류	퓨레	용량(g)	40g
소비자가격	137팅게 (388원)	1회 섭취량 당 가격	137팅게 (388원)
포장 형태	플라스틱 통	유통기한	12개월
수입자	마레븐 푸드 티안산 (Mareven Food Tian Shan)	원산지	러시아
인증	EAC	홍보문구	최고로 선정된 감자
기타 표기사항	100% 감자	맛	닭고기
원료 및 첨가물	감자 플레이크, 정제소금, 튀긴 양파, 튀긴 크루통, 정제소금, 닭고기맛 합성향료, 건조 파슬리, 분유		



제품명 (현지어 영어표기)	빅런치 칼토펠노에 퓨레 스 수솜 스 큐리세이 (Biglunch Kartoffelnoe Pyure S Sousom S Kuricey)	제조사 (현지어 영어표기)	바이오 푸드 (Bio Food)
제품 종류	퓨레	용량(g)	50g
소비자가격	190팅게 (538원)	1회 섭취량 당 가격	190팅게 (538원)
포장 형태	플라스틱 통	유통기한	12개월
수입자	씨에이티 센트럴 아시아 트레이딩 (CAT Central Asia Trading)	원산지	러시아
인증	EAC	홍보문구	간편한 조리
기타 표기사항	대두단백질 무첨가	맛	닭고기
원료 및 첨가물	감자 플레이크, 커큐민 염료, 식물성 크림 대체물, 합성착향료, 건조 파		



제품명 (현지어 영어표기)	우벨까 까샤 오브스안냐 마리나 (Uvelka Kasha Ovsyanaya Malina)	제조사 (현지어 영어표기)	르슈어 (Resurs)
제품 종류	오트밀	용량(g)	40g
소비자가격	106탱게 (300원)	1회 섭취량 당 가격	106탱게 (300원)
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	10개월
수입자	알틴 알마 (Altyn Alma)	원산지	러시아
인증	EAC	홍보문구	조리할 필요 없음
맛	라즈베리	원료 및 첨가물	귀리 플레이크, 정제소금, 라즈베리, 설탕



제품명 (현지어 영어표기)	비쉬네비 새드 오브시아니 (Vishnevyy Sad Ovsyannie)	제조사 (현지어 영어표기)	비쉬네비 새드 (Vishnevyy Sad)
제품 종류	오트밀	용량(g)	400g (40g*10회분)
소비자가격	335탱게 (948원)	1회 섭취량 당 가격	34탱게 (95원)
포장 형태	외부 종이상자 내부 플라스틱 파우치	유통기한	12개월
수입자	비쉬네비 새드 (Vishnevyy Sad)	원산지	러시아
인증	EAC	맛	오트밀
원료 및 첨가물	귀리 플레이크, 설탕, 건조 식물성 크림, 소금		







제품명 (현지어 영어표기)	뜨살 시오빠야 젤노비 (Tsar Xlopya Zernovie)	제조사 (현지어 영어표기)	소유즈피셰프롬 어소시에이션 (Soyuzpisheprom Association)
제품 종류	오트밀	용량(g)	400g (40g*10회분)
소비자가격	325탱게 (920원)	1회 섭취량 당 가격	33탱게 (92원)
포장 형태	외부 종이상자	유통기한	12개월
	내부 플라스틱 파우치		
수입자	도까 컴퍼니 (Dokka Company)	원산지	러시아
인증	EAC, HALAL	홍보문구	3가지 곡물
맛	오트밀	원료 및 첨가물	귀리 플레이크, 보리 플레이크, 밀 플레이크, 건조 식물성 크림, 식이섬유, 소금

### Shop ③ 마이마트(My mart)

#### 매장 정보

- 유형: 편의점
- 판매 제품 특징:  
신선식품, 가공식품, 음료 등 다양한 식품을 판매함
- 주요 고객층:  
지역 주민, 현지 거주 외국인

<p><b>브랜드 기본 정보</b></p>	 <p>마이마트는 카자흐스탄 알마티 내에 27개의 매장을 보유한 편의점 브랜드임. 다양한 필수 식음료 제품들을 취급하며, 고객들에게 신선한 빵과 커피를 판매하는 카페를 운영함. 홍보 전단을 인쇄하여 아파트나 주거단지의 우편함에 보내는 방식으로 홍보활동을 진행함</p>
	<p>조사 제품 수: 1개</p>
<p><b>매장 정보</b></p>	
<p><b>위치</b></p>	<p>도시(지역) 알마티 상세주소 Keremet-7, K-25, Almaty, Kazakhstan</p>
<p><b>매장 내부 전경</b></p>	<p>매장 내부 전경</p> 
<p><b>상온즉류 판매 정보</b></p>	<p>판매 상온즉류 제품 정보</p>  <p>도시락 퓨레 갈토펠노에 (도시락 코야)</p>

사진자료: 현지 조사원 자료





제품명 (현지어 영어표기)	도시락 퓨레 깔토펠노에 (Doshirak Pyure Kartoffelnoe)	제조사 (현지어 영어표기)	도시락 코야 (Doshirak Koya)
제품 종류	퓨레	용량(g)	40g
소비자가격	200팅게 (566원)	1회 섭취량 당 가격	200팅게 (566원)
포장 형태	플라스틱 통	유통기한	12개월
수입자	도시락 코야 (Doshirak Koya)	원산지	러시아
인증	EAC, HACCP, ISO 22000	홍보문구	집에서 만든 맛
맛	닭고기	원료 및 첨가물	감자 플레이크, 정제소금, 건조 크루통, 튀긴 양파, 합성착향료, 설탕, 후추, 건조 파슬리, 건조 파

## Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 카자흐스탄 상온즉류 경쟁기업 선정
2. 카자흐스탄 상온즉류 경쟁기업 현황
3. 카자흐스탄 상온즉류 경쟁기업 세부정보

## 1. 카자흐스탄 상온즉류 경쟁기업 선정

### ▶ 대표 경쟁기업으로 5개사 선정

카자흐스탄 오프라인 매장에 진출한 상온즉류 제조 경쟁기업 중, 기업 규모를 기준으로 러시아 기업 네슬레 러시아(Nestle Russia)와 란트머넨(Lantmannen), 마레븐(Mareven), 지비 푸드(GB Food)를 선정했으며, 국적을 기준으로 한국 기업 B사를 추가 선정하여, 총 5개 경쟁기업을 선정함

### ▶ 경쟁기업 5개사, 평균 55년 업력 보유

선정된 경쟁기업 5개사는 약 55년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 네슬레 러시아는 1994년 설립되어 26년의 업력을 보유하고 있으며, 란트머넨은 115년, 마레븐 14년, 지비 푸드 83년, B사는 37년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

### ▶ 경쟁기업 5개사, 상온즉류 동일품목 종류 조사

카자흐스탄에 진출한 경쟁기업 5개사가 판매하고 있는 상온즉류의 동일품목 수를 조사한 결과 지비 푸드가 152개로 경쟁기업 5개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 그 외 경쟁기업의 동일품목 수는 네슬레 러시아 13개, 란트머넨 28개, 마레븐 26개, B사 5개로 조사됨

[표 2.1] 상온즉류 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
네슬레 러시아 (Nestle Russia)	러시아	26년	13개
란트머넨 (Lantmannen)	스웨덴	115년	28개
마레븐 (Mareven)	키프로스	14년	26개
지비 푸드 (GB Food)	스페인	83년	152개
B사	한국	37년	5개

자료: 카자흐스탄 진출 상온즉류 경쟁기업 5개사 분석

## 2. 카자흐스탄 상온즉류 경쟁기업 현황

### ▶ 경쟁기업 5개사 모두 카자흐스탄 오프라인 매장 모두 진출

경쟁기업 5개사는 카자흐스탄 오프라인 매장 매그넘(Magnum)과 스몰(Small), 마이마트(My Mart)에 진출함. 네슬레 러시아와 란트머넌, B사는 모든 오프라인 매장에 진출하였으며, 마레브과 지비 푸드는 두 매장에만 진출한 것으로 조사됨. 또한, 경쟁기업 5개사 중 네슬레 러시아는 카자흐스탄 온라인 매장 와일드베리즈(Wildberries)에 진출하였으며, 그 외 4개사는 조사한 온라인 쇼핑몰에서 확인되지 않음

### ▶ 경쟁기업 5개사 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 동시에 활용

카자흐스탄 시장에 진출한 경쟁기업 5개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 5개사 모두 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용함. 경쟁기업 5개사는 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 판매하는 제품 정보를 제공하고 있으며, 5개사 모두 러시아어 현지 홈페이지를 운영하고 있음. SNS 플랫폼을 활용한 홍보활동으로는 5개사 모두 SNS 플랫폼을 통해 기업과 제품 정보를 제공하는 서비스를 운영 중임. 네슬레 러시아와 B사는 러시아 현지 SNS 플랫폼 브콘택테를 활용하며, 그 외 경쟁기업은 주로 페이스북과 유튜브를 활용하는 것으로 확인됨

### ▶ 경쟁기업 홍보문구로 제품의 원료와 편리성을 강조하여 홍보

카자흐스탄 시장에 진출한 경쟁기업들은 제품 홍보 시 주로 제품의 원료와 편리성을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 원료를 강조한 문구로는 ‘100% 천연 재료’, ‘엄선된 원료로 만들어진’, ‘고품질 재료로 만들어진’, ‘영양소가 풍부함’ 등이 있으며, 제품의 특징을 강조하는 문구로 ‘5분 만에 만들 수 있는’, ‘언제 어디서나 즐길 수 있는’ 등의 홍보문구를 사용하는 것으로 조사됨. 그 외 ‘따뜻하고 맛있는’과 같이 제품의 맛을 강조하는 문구, ‘러시아에서 가장 인기 있는 제품’과 같은 문구도 사용하는 것으로 확인됨

[표 2.2] 카자흐스탄 상온죽류 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구
네슬레 러시아 (Nestle Russia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매그넘</li> <li>- 스몰</li> <li>- 마이마트</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (현지)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 100% 천연 재료</li> <li>- 풍부한 영양소</li> <li>- 하루를 밝게 시작하세요</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 와일드베리즈</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 브콘탁테</li> </ul> </li> </ul>	
란트머닌 (Lantmannen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매그넘</li> <li>- 스몰</li> <li>- 마이마트</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (현지)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 엄선된 원료로 만들어진</li> <li>- 건강하고 맛있는</li> <li>- 영양소가 풍부한</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 유튜브</li> <li>- 인스타그램</li> </ul> </li> </ul>	
마레븐 (Mareven)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매그넘</li> <li>- 마이마트</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (현지)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 고품질 재료로 만들어진</li> <li>- 5분 만에 만들 수 있는</li> <li>- 만족스럽고 건강한</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 유튜브</li> </ul> </li> </ul>	
지비 푸드 (GB Food)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스몰</li> <li>- 마이마트</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (현지)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 따뜻하고 맛있는</li> <li>- 조리하기 간편한</li> <li>- 언제 어디서나 즐길 수 있는</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 유튜브</li> <li>- 인스타그램</li> </ul> </li> </ul>	
B사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매그넘</li> <li>- 스몰</li> <li>- 마이마트</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (현지)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 고품질 재료로 만들어진</li> <li>- 러시아에서 가장 인기 있는 제품</li> <li>- 빠르게 조리되는</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 브콘탁테</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 카자흐스탄 진출 상온죽류 경쟁기업 5개사 분석

### 3. 카자흐스탄 상온죽류 경쟁기업 세부정보

동일품목 종류		① 네슬레 러시아(Nestle Russia)	
① 비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발끼 아솔티 (Bystrov Ovsyanaya Kasha Bez Varki Assorti) 	기업 기본 정보 <sup>21)</sup>	기업명	네슬레 러시아 (Nestle Russia)
		홈페이지	www.nestle.ru
② 비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발끼 체르니까 (Bystrov Ovsyanaya Kasha Bez Varki Chernika) 	기업 진출 채널	위치	Paveletskaya Ploshchad, д 2, стр 1, Moscow, Russia
		규모	동일품목 수 <sup>22)</sup> 13개 설립년도 1994년
③ 비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발끼 클루브니까 (Bystrov Ovsyanaya Kasha Bez Varki Klubnika) 	기업 홍보 채널	〈오프라인 매장〉 매그넘 스몰 마이마트	제품명 비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발끼 (Bystrov Ovsyanaya Kasha Bez Varki)  용량 40g 가격 <sup>23)</sup> 120팅게 (340원) 제품 종류 오토밀
		〈온라인 매장〉 와일드베리즈 	제품명 비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발끼 아솔티 (Bystrov Ovsyanaya Kasha Bez Varki Assorti) 용량 240g (40g*6개입) 가격 1,010팅게 (2,858원) 제품 종류 오토밀
④ 비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발끼 말리나 (Bystrov Ovsyanaya Kasha Bez Varki Malina) 	기업 홍보문구	기업 홍보 채널 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자사 홈페이지(현지)</li> <li>- 기업 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 소개 및 판매</li> <li>• SNS 플랫폼(페이스북, 브콘택트)</li> <li>- 기업 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 소개 및 홍보</li> </ul>
자료: 비스트로브 홈페이지	홍보문구 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% 천연 재료</li> <li>• 풍부한 영양소</li> <li>• 하루를 밝게 시작하세요</li> </ul>	

사진자료: 네슬레 홈페이지, 비스트로브 홈페이지, 와일드베리즈 홈페이지

21) 네슬레 러시아(Nestle Russia) 홈페이지 (www.nestle.ru)

22) 네슬레 러시아 소속 브랜드 비스트로브(Bystrov)의 홈페이지를 바탕으로 제품을 조사함

23) 1팅게 = 2.83원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



●  
동일품목 종류

- ① 약사 까샤 오브스안나야  
레스니미 야고다미  
(Axa Kasha Ovsyanaya  
Lesnymi Yagodami)



- ② 약사 까샤 오브스안나야  
체르노스리봄  
(Axa Kasha Ovsyanaya  
Chernoslivom)



- ③ 약사 까샤 오브스안나야  
슬리브카미 이 카카오  
(Axa Kasha Ovsyanaya  
Slivkami I Kakao)



- ④ 약사 까샤 오브스안나야  
클리우크보이  
(Axa Kasha Ovsyanaya  
Klyukvoy)



자료: 란트머년 카자흐스탄 홈페이지

② 란트머년(Lantmannen)

기업 기본 정보 <sup>24)</sup>	기업명	란트머년 (Lantmannen)	
	홈페이지	www.lantmannen.com	
	위치	S:t Göransgatan 160A, Stockholm, Sweden	
	규모	동일품목 수 <sup>25)</sup>	28개
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 매그넘 스몰 마이마트	제품명	약사 까샤 오브스안나야 모멘탈노보 프리그토틀레니야 (Axa Kasha Ovsyanaya Momentalnovo Prigotovleniya)
		용량	40g
기업 홍보 채널	자사 홈페이지(현지) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 • SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브, 인스타그램) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보	가격	180탱게 (509원)
		제품 종류	오트밀
홍보문구	 Наши преимущества Наша продукция производится на оборудовании австрийской компании APV-Baker с использованием технологии стружки, которая сочетает воздействие высокой температуры и быстрого равномерного давления при обработке зерна. Паровой эффект превращает зерно очень быстро, что в готовом продукте полностью сохраняется все витамины и другие полезные вещества. Благодаря структуре наша продукция получает качественный натуральный продукт, не содержащий хлористого натрия, с идеально сбалансированными питательными веществами и клетчаткой. Особое внимание мы уделяем контролю качества, который начинается с момента сбора сырья и продолжается до выпуска готовой продукции. Процесс производства закрыт и полностью автоматизирован, а завершает организацию и финансово-экономический показатели продукции.	• 엄선된 원료로 만들어진 • 건강하고 맛있는 • 영양소가 풍부한	
		사진자료: 란트머년 카자흐스탄 홈페이지	

24) 란트머년(Lantmannen) 홈페이지 (www.lantmannen.com)

25) 란트머년 소속 브랜드 약사(Axa)의 홈페이지를 바탕으로 제품을 조사함

●  
동일품목 종류

① 롤톤 퓨레 갈토펠노에 포스트노에 메뉴 (Rollton Pyure Kartoffelnoe Postnoye menyu)



② 롤톤 퓨레 갈토펠노에 (Rollton Pyure Kartoffelnoe)



③ 롤톤 퓨레 갈토펠노에 몰로치님 브쿠솜 (Rollton Pyure Kartoffelnoe Molochnym Vkusom)



④ 롤톤 퓨레 갈토펠노에 쿠리님 브쿠솜 (Rollton Pyure Kartoffelnoe Kurinym Vkusom)



⑤ 롤톤 퓨레 갈토펠노에 쿠릿시 (Rollton Pyure Kartoffelnoe Kuritsey)



자료: 마레븐 홈페이지

③ 마레븐(Mareven)

기업 기본 정보 <sup>26)</sup>	기업명	마레븐 (Mareven)	
	홈페이지	mareven.com	
	위치	Interlink Hermes Plaza, office 202A, Ayois Athanasios Avenue 46, 4102 Limassol, Cyprus	
	규모	동일품목 수 26개 설립년도 2006년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 매그넘 마이마트	제품명	롤톤 퓨레 갈토펠노에 (Rollton Pyure Kartoffelnoe)
		용량	40g
		가격	137팅게 (388원)
기업 홍보 채널		제품 종류	퓨레
		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(현지)</li> <li>- 기업 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 소개 및 홍보</li> <li>SNS 플랫폼(페이스북, 유튜브)</li> <li>- 기업 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 소개 및 홍보</li> </ul>	
홍보문구 <sup>27)</sup>		<ul style="list-style-type: none"> <li>고품질 재료로 만들어진</li> <li>5분 만에 만들 수 있는</li> <li>만족스럽고 건강한</li> </ul>	

사진자료: 마레븐 홈페이지, 롤톤 홈페이지

26) 마레븐(Mareven) 홈페이지 (mareven.com)

27) 마레븐 소속 브랜드 롤톤(Rollton)의 홈페이지를 바탕으로 제품을 조사함

●  
동일품목 종류

① 크레마 데 참피뇨네스  
콘 피카토스떼스  
(Crema de Champiñones con  
Picatostes)



② 크레마 데 뽀요 콘 삐까토스떼스  
(Crema de Pollo con Picatostes)



③ 소파 데 베르두라스  
콘 삐까토스떼스  
(Sopa de Verduras con  
Picatostes)



④ 크레마 데 참피뇨네스  
(Crema de Champiñones)



자료: 갈리나 블랑카 홈페이지

④ 지비 푸드(GB Food)

	기업명	지비 푸드 (GB Food)
	홈페이지	www.thegbfoods.com
기업 기본 정보 <sup>28)</sup>	위치	Plaça Europa 42, 08902 Hospitalet de Llobregat, Barcelona, Spain
	동일품목 수 <sup>29)</sup>	152개
	규모	설립년도
		1937년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 스몰 마이마트	제품명
		갈리나 블랑카 수퓨레 (Gallina Blanca Sup-Pyure)
		용량
		17g
		가격
		119팅게 (337원)
		제품 종류
		퓨레
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(현지)</li> <li>- 기업 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 소개 및 홍보</li> <li>SNS 플랫폼<sup>30)</sup> (페이스북, 유튜브, 인스타그램)</li> <li>- 기업 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 소개 및 홍보</li> </ul>
		<p>홍보문구</p> <p>Sopinstant Si se prepara como sopa caliente o caldoso está lista para Sopinstant, pero que está divina en la tartera como en casa. Sopinstant es ideal para diluir en cualquier momento y lugar, porque es fácil de preparar... ¡y porque está buenísimo! Difundo de la nostra Sopinstant: tènede la femp, coge lo taza o la bot y recórdenne adormendo la Sopinstant.</p> 

사진자료: 지비 푸드 홈페이지, 갈리나 블랑카 홈페이지

28) 지비 푸드(GB Food) 홈페이지 (www.thegbfoods.com)

29) 지비 푸드 소속 브랜드 브랜드인 갈리나 블랑카(Gallina Blanca), 리비지(Liebig), 헤스 태스(Heisse Tasse), 블러 밴드(Bla Band), 발마 코펜(Varma Koppen)의 홈페이지를 바탕으로 제품을 조사함

30) 지비 푸드 홈페이지에는 운영 중인 SNS 플랫폼이 명시되어있지 않아, 경쟁제품으로 조사된 브랜드 갈리나 블랑카 홈페이지에 명시된 SNS 플랫폼 정보를 작성함

●  
동일품목 종류

① 도시락 퓨레 깔토펠노에  
(Doshirak Pyure  
Kartofelnoe)



② 도시락 퓨레 깔토펠노에 마소  
(Doshirak Pyure  
Kartofelnoe Myaso)



③ 도시락 퓨레 깔토펠노에 그리비  
(Doshirak Pyure  
Kartofelnoe Griby)



④ 도시락 퓨레 깔토펠노에 프리미엄 쿠릿사  
(Doshirak Pyure  
Kartofelnoe Premium Kuritsa)



자료: 도시락 홈페이지

⑤ B사

기업명		B사	
기업 기본 정보 <sup>31)</sup>	위치	서울특별시 강남구	
	규모	동일품목 수	5개
		설립년도	1983년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉	도시락 퓨레 깔토펠노에 (Doshirak Pyure Kartoffelnoe)	
	매그넘	용량	40g
	스몰	가격	200통개 (566원)
	마이마트	제품 종류	퓨레
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(현지)</li> <li>- 기업 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 소개 및 홍보</li> <li>SNS 플랫폼(페이스북, 브콘택트)</li> <li>- 기업 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 소개 및 홍보</li> </ul>	
		홍보문구	

사진자료: B사 홈페이지, 도시락 홈페이지

31) 러시아에 본사를 둔 B사의 자회사 도시락 코야(Doshirak Koya)의 홈페이지를 바탕으로 제품을 조사함

## IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)

- Interview ① 코리아포유(Korea4U)
- Interview ② 코리안샵(KoreanShop)
- Interview ③ 플립(Flip)
- Interview ④ 사투(Satu)



## Interview ① 코리아포유 (Korea4U)

### 코리아포유 (Korea4U)

#### 전문가 소속

코리아포유 (Korea4U)  
한국 제품 전문 수입·유통업체

#### 전문가 정보

Ms. Lee  
(Sales Manager)




32)

**KOREA4U** +7 (778) 391 57 97 Поиск в магазине... 0 товар(ов) - 0 тг

КОСМЕТИКА ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА АКЦИИ БРЕНДЫ

ОРИГИНАЛЬНАЯ КОСМЕТИКА ИЗ КОРЕИ  
САМЫЕ ВЫГОДНЫЕ ЦЕНЫ

ГАРАНТИЯ Возврата денег в течение 14 дней  
ДОСТАВКА По всем городам РК  
ОРИГИНАЛ Весь товар сертифицирован

 <p>Pancake mix 1 350 tg In garbage</p>	 <p>Ready-made Korean soup "Miyokkuk" 700 tg In garbage</p>	 <p>PREPARED BOILED RICE OTTOGI (OTTOGI), KOREA 700 tg In garbage</p>
---	--	---

## 코리아포유 (Korea4U) Sales Manager, Ms. Lee

코리아포유는 한국 제품을 전문으로 수입·유통하는 업체로서 화장품, 식품, 가정 용품을 주로 판매함. 화장품은 30종류, 식품은 11종류의 제품군을 유통하는 등 취급하는 제품 종류가 다양함. 일부 제품의 경우 기간별로 할인 행사를 진행하며, 배송 서비스 또한 제공함

32) 사진자료: 코리아포유(Korea4U) 홈페이지 (korea4u.kz)





가격	483통개 (약 1,367원)
용량	285g
포장	플라스틱 통

### Q1. 바이어 취급 상온죽류 혹은 유사제품의 평균 가격은 어느 정도인가요?

저희 매장에는 A사 제품과 유사한 상온죽류 제품은 없지만, 상온보관이 가능한 한국식 간편식(국) 일부를 취급하고 있습니다. 미역국, 육개장, 북엇국 등 국 종류에 따라 약간 차이는 있지만, 제품당 평균 700-1,050통개(약 1,981-2,972원) 정도입니다. 사실 카자흐스탄에서 한식은 이제야 알려지기 시작한 단계로 저희뿐만 아니라 다른 업체들 또한 한국식 죽보다는 대중적인 국이나 만두 같은 제품을 주로 취급합니다. A사 제품이 현지의 상온죽류인 오트밀이나 푸레, 수프와는 달라 정확한 비교가 될지는 모르겠으나, 보통 이 제품들은 1회 섭취량 당 가격이 150-200통개(약 425-566원)을 넘지 않습니다. A사 제품은 개당 483통개(약 1,367원)이니 현지에서 판매되는 상온죽류 제품들 대비 비싼 편입니다.

### Q2. 현지 소비자가 선호하는 상온죽류의 맛은 무엇인가요?

간편식의 종류에 따라 소비자들이 선호하는 맛은 다릅니다. 오트밀 제품은 바나나, 딸기, 라즈베리가 들어가 있거나 아예 오트밀만 있는 제품들이 많이 판매됩니다. 푸레나 수프의 경우 감자가 기본적으로 들어가기 때문에 구운 양파나 닭고기맛 제품이 인기가 많습니다. 현지 시장에 A사 제품처럼 계란이 들어간 제품은 거의 없지만, 계란과 야채가 닭고기 같은 육류보다는 더 건강하다는 인식이 강합니다. 한국식 죽 자체는 카자흐스탄에서 생소한 음식이지만, 계란과 야채가 들어간 건강한 음식이라는 것을 잘 홍보한다면 충분히 인기를 끌 수 있을 것 같습니다.

### Q3. 현지에서 판매되는 상온보관 간편식의 평균 유통기한은 어느 정도인가요?

상온보관 간편식은 완제품 형태에 가까울수록 유통기한이 짧지만, 가공식품 특성상 유통기한이 12개월에서 14개월 사이인 제품이 많습니다. 간편식의 경우 대량으로 구비하는 소비자들이 많으므로 유통기한이 6개월 이하로 짧은 제품들은 소비자들이 잘 구매하지 않습니다. 하지만 지나치게 길다면 오히려 가공처리가 많이 된 제품이라 생각하여 꺼리는 경향이 있습니다. 따라서 A사 제품의 유통기한은 현지에서 판매되는 제품들과 비교하였을 때 무난한 수준으로 소비자들이 크게 고민하지 않고 구매할 것 같습니다.

---

#### Q4. 현지 소비자들의 상온즉류의 소비 패턴은 어떤가요?

상온보관 간편식은 주로 시간 및 장소의 제약으로 요리를 할 수 없는 사람들이 소비합니다. 보통 직장인이나 학생들이 아침 식사나 간식으로 간단하게 먹기 위해 구매합니다.

#### Q5. 현지 소비자들이 상온즉류 구매 시 가장 먼저 고려하는 요소는 무엇인가요?

제품에 대한 정보가 충분하지 않을 때 활용할 수 있는 객관적 지표는 가격입니다. 상온즉류를 포함한 간편식은 20-30대의 수요가 크기 때문에 가격에 따라 판매량이 크게 달라지는 경우가 많습니다. 하지만 제품의 품질이 믿음직스럽거나 유기농 인증을 받으면 조금 더 돈을 내더라도 구매하려는 소비층이 있습니다.

## Interview ② 코리안샵 (KoreanShop)

### 코리안샵 (KoreanShop)

#### 전문가 소속

코리안샵  
(KoreanShop)  
한국 제품 전문 수입·유통업체

#### 전문가 정보

Mr. Omarbayev  
(Director)

33)



### 코리안샵(KoreanShop) Director, Mr. Omarbayev

코리안샵는 한국산 제품을 전문으로 수입·유통하는 업체로서 화장품, 식료품, 생활용품 유아용품 등을 주로 취급함. 또한, 카자흐스탄 전역에 1-2일 내 배송 서비스를 운영하며, 5,000달러 이상 구매하면 무료로 배송 서비스를 제공함

33) 사진자료: 코리안샵(KoreanShop) 홈페이지 (koreanshop.kz)



가격	483통개 (약 1,367원)
용량	285g
포장	플라스틱 통

### Q1. 바이어 취급 상온즉류 혹은 유사제품의 평균 가격은 어느 정도인가요?

아직까지 카자흐스탄에는 오토밀이나 퓨레를 사먹는 사람들보다 직접 만들어 먹는 사람들이 많습디다만, 점점 간편식에 대한 수요가 늘어나는 추세입니다. 뜨거운 물을 넣어 먹는 즉석 수프나 한국식 컵라면이 인기를 얻고 있습니다. 제품별로 차이가 있어 정확한 평균 가격은 알 수 없지만, 한 번 먹는 양 기준으로 즉석 수프는 140-200통개(약 397-566원), 오토밀은 150-220통개(약 425-623원), 컵라면은 250-300통개(약 708-849원) 사이입니다. 이들과 비교하면 500통개에 가까운 A사 제품의 가격은 굉장히 비싼 편이라고 할 수 있습니다.

### Q2. 현지 소비자가 선호하는 상온즉류의 맛은 무엇인가요?

현지 시장에서 인기 있는 퓨레나 수프의 맛은 버섯과 닭고기입니다. 실제 요리를 할 때 무난한 식재료이다 보니 간편식을 구매할 때도 많이 고르는 것 같습니다. A사 제품은 계란과 야채가 들어간 한국식 죽 제품인데, 사실 카자흐스탄에서 한국식 죽에 대한 인지도는 매우 낮습니다. 계란과 야채가 들어간 음식은 카자흐스탄을 비롯한 중앙아시아에서도 많이 먹는 식재료이고 육류에 비해 건강한 재료라는 인식이 있어 제품의 맛만 고려한다면 현지 시장에서 인기를 얻을 것으로 보입니다. 하지만 한국식 죽 자체에 대한 인지도를 높이는 것이 가장 우선시되어야 할 것입니다.

### Q3. 현지에서 판매되는 상온보관 간편식의 평균 유통기한은 어느 정도인가요?

가공식품 수입에 있어 유통기한은 양날의 검과 같습니다. 지나치게 짧아도 수입자로서는 폐기될 우려가 있어 부담스럽고 지나치게 길면 소비자들이 구매를 꺼리기 때문에 판매량, 재고 등을 고려하여 유통기한이 적당한 제품을 수입하는 것이 중요합니다. 14개월 정도면 가공식품 유통기한으로는 평이한 수준입니다.

### Q4. 현지 소비자들의 상온즉류의 소비 패턴은 어떤가요?

카자흐스탄 내 간편식 시장은 아직 성장 중으로 대부분 EEC(유라시아 경제 연합) 국가인 러시아나 벨라루스에서 수입합니다. 하지만 카자흐스탄의 산업화가 진행되면서 경제활동이 활성화되어 자연히 간편식에 대한 수요가 늘어날 것입니다.

#### Q5. 현지 소비자들이 상온즉류 구매 시 가장 먼저 고려하는 요소는 무엇인가요?

사실 오트밀이나 푸레는 직접 만들기 어렵지 않기 때문에 가격이 지나치게 비싸면 소비자들은 구매를 꺼립니다. A사 제품의 가격은 현지 간편식들과 비교하면 결코 저렴하지 않기 때문에 시장에서 성공하기 위해서는 가격 외 요소로 제품을 차별화해야 합니다. 제품의 편리성이나 다양한 맛과 재료를 A사 제품만의 차별점으로 둔다면 비싼 가격을 내고서라도 구매할 소비자가 많을 것입니다.

#### Q6. 상온즉류 유통을 결정할 때 가장 먼저 고려하는 요소는 무엇인가요?

카자흐스탄에서 식품을 유통하기 위해서는 EAC 인증을 필수로 취득해야 합니다. 따라서 인증 절차가 간소한 EEC 연합국에서 주로 제품을 수입합니다. 두 국가는 식습관, 문화, 언어 등 카자흐스탄과 비슷한 점이 많으므로 이 제품들은 대중의 수용도가 높고 판매하기도 쉽습니다. 이와 별개로 불법유통량이 많은 제품은 되도록 수입하지 않으려 합니다. 저희는 한국산 제품을 공식적으로 수입하지만 동일 제품을 비공식적으로 반입, 판매하는 경우 저희보다 훨씬 저렴한 가격에 유통합니다. 이들과 가격경쟁에서 이길 수 없어 그냥 판매를 포기하는 경우가 많습니다.

## Interview ③ 플립 (Flip)

● 플립 (Flip)

전문가 소속

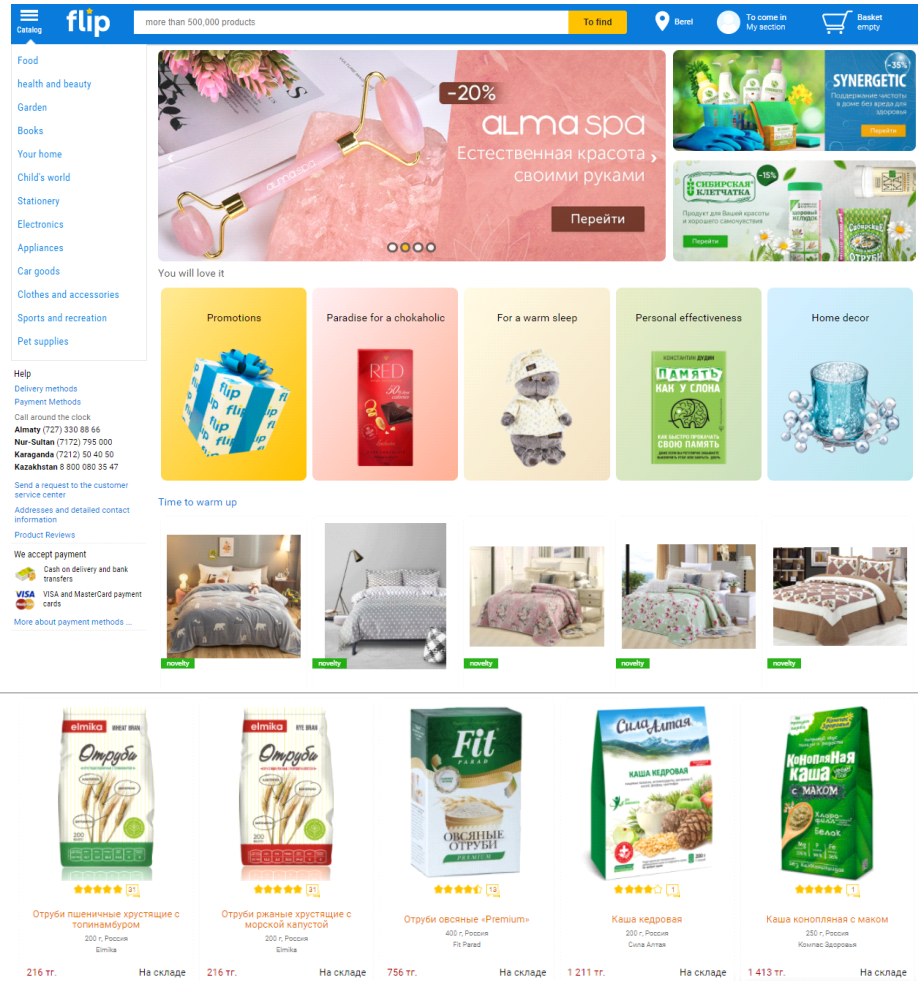
플립 (Flip)  
종합 전자상거래 플랫폼

전문가 정보

Mr. Esenbaeva  
(Purchase Department Manager)



34)



### 플립(Flip)

### Purchasing Manager, Ms. Esenbaeva

플립은 2007년 카자흐스탄에서 설립된 종합 전자상거래 플랫폼으로, 매년 300만 건 이상의 주문을 처리함. 가전제품, 전자제품, 식료품 등 생활 필수 소비재 대부분을 취급하며, 카자흐스탄 내 17개 도시에 47개의 지점을 설립하여 전역으로 배송 서비스 제공함. 또한 수령 후 지불 및 30일 내 환불 가능 원칙이 특징임. 상온즉류 경쟁제품을 조사한 온라인 쇼핑몰 중 하나임

34) 사진자료: 플립(Flip) 홈페이지 (flip.kz)





가격 483통개  
(약 1,367원)

용량 285g

포장 플라스틱 통

### Q1. 취급하는 상온죽류의 평균 가격 및 용량은 어느 정도인가요?

현재 저희 사이트에서 판매하는 푸레 제품 중 가장 비싼 제품은 1회분 당 200통개(약 566원)입니다. 카자흐스탄 현지에서는 푸레를 식전 음식이나 아침 대용으로 먹어서 1회 섭취량이 많지 않고 가격 또한 비싸지 않습니다. 권장 섭취량은 대부분 40-100g이지만 조리 시 뜨거운 물을 꼭 넣어야 해서 실제로 먹는 양은 200g에 가깝습니다. A사 제품은 별도로 물을 넣거나 조리할 필요가 없어 편리해 보이지만 483통개(약 1,367원)이란 가격은 결코 저렴하지 않습니다.

### Q2. 현지 소비자가 선호하는 상온죽류의 맛은 무엇인가요?

A사 제품인 상온죽류 제품과 가장 비슷한 현지 식품은 푸레 제품입니다. 저희 매장에서 판매하는 푸레 제품 중 인기 있는 제품은 버섯, 닭고기맛입니다. 계란, 야채맛은 현지에서 가장 선호하는 맛은 아니지만 건강한 간편식으로 홍보나 마케팅한다면 인기를 얻을 수 있을 것입니다. 또 만약 A사가 계란야채죽 외에 육류가 들어간 죽 제품을 판매한다면 훨씬 더 많이 팔릴 것 같습니다.

### Q3. 현지에서 판매되는 상온보관 간편식의 평균 유통기한은 어느 정도인가요?

저희 매장에서 취급하는 상온보관 간편식의 유통기한은 12개월 내외입니다. 포장 단위가 클수록 선호하는 유통기한은 길지만, A사 제품은 1회 섭취량으로 판매하기 때문에 14개월이라는 유통기한이 판매에 문제가 되지는 않을 것입니다.

### Q4. 현지 소비자들의 상온죽류의 소비 패턴은 어떤가요?

현지에서 판매되는 간편식, 특히 푸레 제품의 경우 직장인들이 편의를 위해 구매하는 경우가 많습니다. 시장에 유통되는オート밀이나 푸레 제품은 1회 섭취량 단위, 즉 50g 정도의 제품이 많은데 사실 성인 남성 기준으로 허기를 채우기엔 부족한 양입니다. 하지만 사무실에서 머그컵에 먹기에 적당하기 때문에 50g 내외로 포장된 제품들이 많이 판매됩니다.

---

### Q5. 현지 소비자들이 상온즉류 구매 시 가장 먼저 고려하는 요소는 무엇인가요?

일반 가공식품과는 달리 간편식은 얼마나 편리하게 먹을 수 있는지도 구매 의사결정에 많은 영향을 줍니다. A사 제품뿐만 아니라 유럽이나 미국의 간편식은 아예 용기에 담겨 쉽게 조리, 섭취할 수 있는 제품이 많습니다. 갈수록 수요가 커지는 만큼 편리한 포장 형태는 타 경쟁제품들과 차별화될 수 있는 요소입니다. 조금 더 내더라도 편리하게 먹을 수 있는 제품을 선호하는 소비자들이 늘어나고 있으므로 A사 제품의 포장 형태는 매우 경쟁력 있는 요소입니다.

# Interview ④ 사투 (Satu)

사투 (Satu)

### 전문가 소속

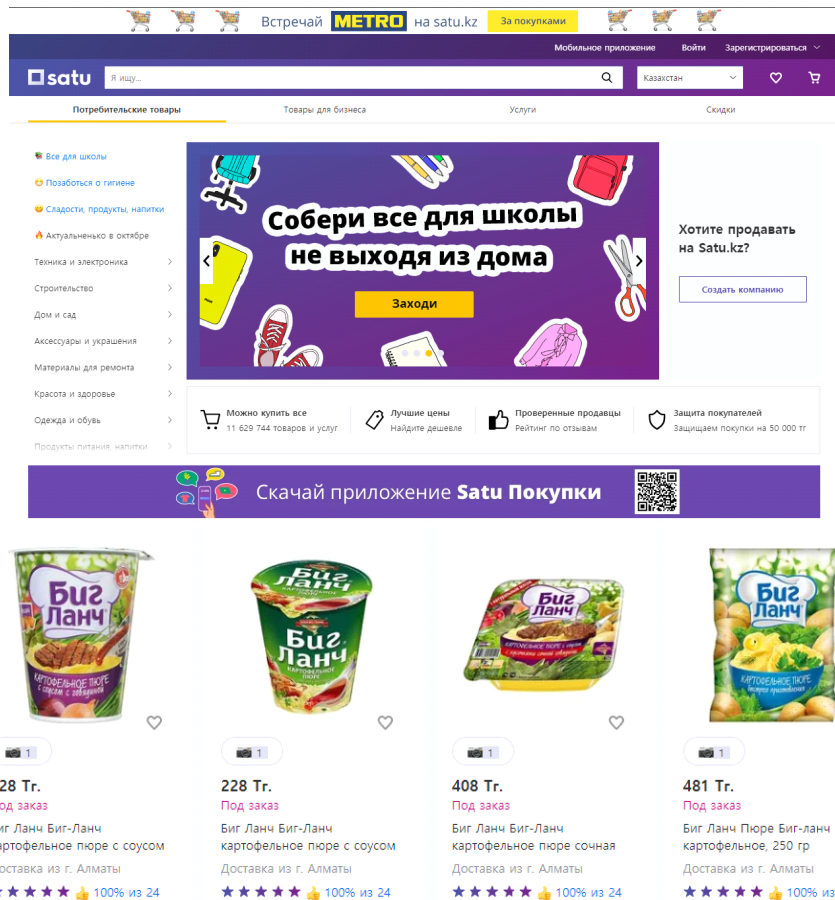
사투 (Satu)  
종합 전자상거래 플랫폼

### 전문가 정보

Mr. Vladimir  
(Sales Manager)



35)



## 사투(Satu) Sales Manager, Mr. Vladimir

사투는 2008년에 설립된 종합 전자상거래 플랫폼으로, 가정용품, 전자제품, 식품, 화장품, 서적 등 대부분 품목을 취급함. 해당 사이트를 통해 제품을 판매하려면 해당 이커머스로부터 허가를 받아야 하며, 카자흐스탄 내 법인 사업자 등록이 필요한 것이 특징임

35) 사진자료: 사투(Satu) 홈페이지 (satu.kz)



가격	483팅계 (약 1,367원)
용량	285g
포장	플라스틱 통

### Q1. 취급하는 상온죽류 혹은 유사제품의 평균 가격 및 용량은 어느 정도인가요?

저희는 다양한 상온죽류를 판매하고 있지만, A사 제품처럼 플라스틱 통에 담겨있는 바이오 푸드의 퓨레 제품이 A사 제품과 가장 비슷해 보입니다. 용량은 50g, 110g, 250g로 3종류가 있는데 각각 230팅계(약 651원), 410팅계(1,160원), 480팅계(약 1,358원)에 판매하고 있습니다. A사 제품은 바이오 푸드의 제품과는 달리 전자레인지에 데우기만 하면 섭취가 가능해 편리해 보입니다. 가격이나 용량은 바이오 푸드의 250g 제품과 비슷하여 이들과 경쟁하는 것은 무리가 없어 보입니다. 하지만 바이오 푸드의 제품이 카자흐스탄 현지에서 비싼 편이기 때문에 다른 제조사 제품들과 비교할 경우 가격경쟁력은 떨어집니다.

### Q2. 현지 소비자가 선호하는 상온죽류의 맛은 무엇인가요?

내륙국이라는 카자흐스탄의 특성상 현지 소비자들은 해산물보다는 육류나 유제품, 과일을 많이 먹습니다. 이에 간편식 또한 육류가 들어간 제품들이 인기가 많습니다. 앞서 언급한 바이오 푸드의 퓨레 제품은 모두 닭고기가 들어간 제품입니다. 계란이나 야채에 대한 선호도가 낫다기보다 워낙 육류를 선호하는 식문화이기 때문에 상대적으로 덜 판매됩니다.

### Q3. 현지에서 판매되는 상온보관 간편식의 평균 유통기한은 어느 정도인가요?

저희가 판매하는 간편식 제품들의 유통기한은 최소 12개월, 최대 18개월입니다. 14개월 정도면 소비자들이 구매를 망설일 정도로 짧지도 길지도 않은 적당한 수준입니다.

### Q4. 현지 소비자들의 상온죽류의 소비 패턴은 어떤가요?

어느 나라나 그렇듯 물리적 제약이나 시간 부족으로 간단하게 식사를 해결하고자 하는 젊은 직장인들의 수요가 큰 편입니다.

---

#### Q5. 현지 소비자들이 상온육류 구매 시 가장 먼저 고려하는 요소는 무엇인가요?

간편식의 경우 소비자들은 얼마나 편리하게 먹을 수 있는지를 우선으로 고려합니다. 물론 지나치게 비싼 가격은 접근성 자체를 저해하지만, 가격 장벽을 뛰어넘을 수 있을 정도로 편리하고 영양분을 충분히 섭취할 수 있는 제품이라면 시장에서 성공할 수 있습니다.

#### Q6. 상온육류 유통을 결정할 때 가장 먼저 고려하는 요소는 무엇인가요?

판매할 제품을 선택할 때 러시아산 제품을 우선으로 고려합니다. 육류를 선호하는 카자흐스탄 사람들의 입맛에 러시아산 제품이 맞고 제품 라벨에 러시아어와 카자흐스탄어가 동시에 표기된 제품들이 많아서 판매하기 수월합니다.

## V. 경쟁력파악(Competitiveness)

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹



## 1. 제품 경쟁력 검증

### 1) 1회 섭취량 당 가격

#### 경쟁제품(제조사)

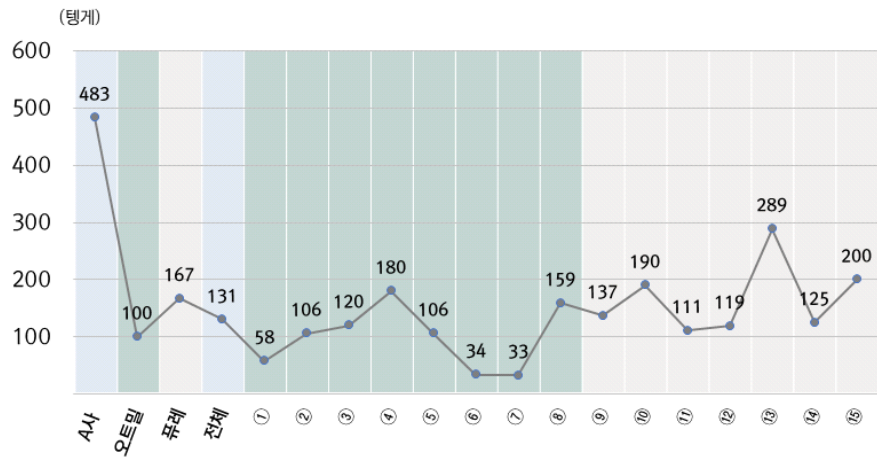
- ① 미스트랄 알타이스키 게르쿠레스 (미스트랄 트레이딩)
- ② 아스노 슬나슈코 까샤 오브스안나야 (페테르부르크 멜니티)
- ③ 비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발끼 (네슬레 러시아)
- ④ 약사 까샤 오브스안나야 모멘탈노보 프리고돌렌니야 (란트머넨)
- ⑤ 우벨까 까샤 오브스안나야 말리나 (르슈어)
- ⑥ 비슈네비 새드 오브시아니 (비슈네비 새드)
- ⑦ 드살 시오빠야 젤노비 (소유즈피체 프롬어소시예이션)
- ⑧ 미스트랄 까샤 오브스안나야 셀노젤노비아 (미스트랄 트레이딩)
- ⑨ 룰톤 퓨레 갈토펠노에 (마레븐)
- ⑩ 빅런치 갈토펠노에 퓨레 스 수숨 스 큐리세이 (바이오 푸드)
- ⑪ 퓨레 갈토펠노에 (프로시마)
- ⑫ 갈리나 블랑카 수퓨레 (자비 푸드)
- ⑬ 빅런치 갈토펠노에 퓨레 스 수숨 스 쿠소츠키미 푸린노보 피레 (바이오 푸드)
- ⑭ 브스오 비 돔 퓨레 갈토펠노에 (매그넌)
- ⑮ 도시락 퓨레 갈토펠노에 (도시락 코야)

### ▶ A사 제품 1회 섭취량 당 가격, 경쟁제품 평균 대비 비싼 편

A사 제품의 1회 섭취량 당 가격은 483팅게<sup>36)</sup>(약 4,812원<sup>37)</sup>로 경쟁제품 15개의 평균 1회 섭취량 당 가격 131팅게(약 371원) 대비 약 3.7배 비싼 편임. 제품 종류별 평균 1회 섭취량 당 가격은 오토밀 제품이 100팅게(약 281원), 퓨레 제품은 167팅게(약 473원)로 조사됨. 이는 각각 A사 제품의 1회 섭취량 당 가격의 약 20%, 35% 수준으로 A사 제품은 경쟁제품들에 비해 비싼 편임

[표 3.1] 카자흐스탄 상온즉류 가격 경쟁력 분석

(단위: 텡게)



36) A사 제품 1개(1회 섭취량) 가격은 1.16달러로, 2020년 9월 1일 기준 KEB 하나은행의 텡게 대비 미화환산율(1팅게 = 0.0024달러)을 적용한 가격  
 37) 1팅게 = 2.83원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 총 용량<sup>38)</sup>

● 경쟁제품(제조사)

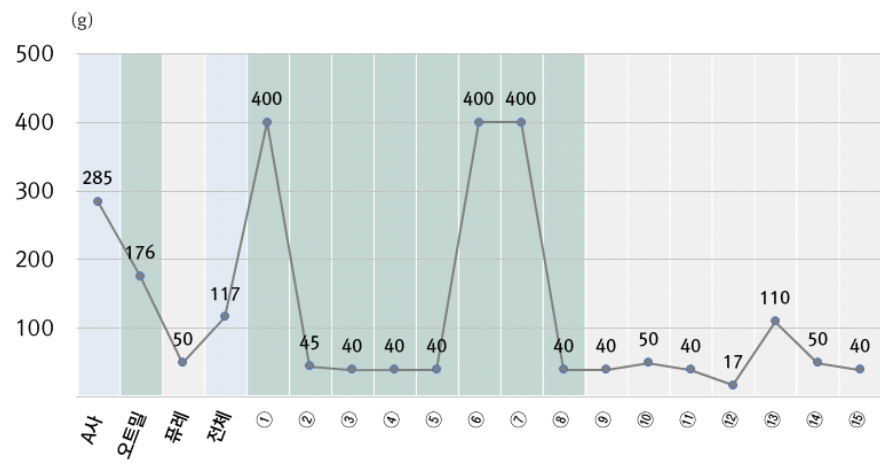
- ① 미스트랄 알타이스키 게르쿠레스 (미스트랄 트레이딩)
- ② 아스노 슬나슈코 까샤 오브스안나야 (페테르부르기 멜니티)
- ③ 비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발끼 (네슬레 러시아)
- ④ 약사 까샤 오브스안나야 모멘탈노보 프리고도블렌니야 (란트머넌)
- ⑤ 우벨까 까샤 오브스안나야 말리나 (르슈어)
- ⑥ 비슈네비 새드 오브시아니 (비슈네비 새드)
- ⑦ 드살 시오빠야 젤노비 (소유즈피체 프롬어소시예이션)
- ⑧ 미스트랄 까샤 오브스안나야 셀노젤노비아 (미스트랄 트레이딩)
- ⑨ 룰톤 퓨레 갈토펠노에 (마레븐)
- ⑩ 빅런치 갈토펠노에 퓨레 스 수숨 스 큐리세이 (바이오 푸드)
- ⑪ 퓨레 갈토펠노에 (프로시마)
- ⑫ 갈리나 블랑카 수퓨레 (자비 푸드)
- ⑬ 빅런치 갈토펠노에 퓨레 스 수숨 스 꾸소츠키미 꾸린노보 피레 (바이오 푸드)
- ⑭ 브스요 비 돔 퓨레 갈토펠노에 (매그넘)
- ⑮ 도시락 퓨레 갈토펠노에 (도시락 코야)

▶ A사 제품 총 용량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

A사 제품의 용량은 285g으로 경쟁제품 15개의 총 용량 평균 117g 대비 약 2.4배 정도 큼. 제품 종류별 평균 총 용량을 보면オート밀 제품이 176g, 퓨레 제품이 50g임.オート밀 제품의 평균 총 용량은 A사 제품의 약 60%, 퓨레 제품은 약 17% 수준으로 확인됨

[표 3.2] 카자흐스탄 상온죽류 총 용량 경쟁력 분석

(단위: g)



38) 경쟁제품 중 일부는 실제 판매 단위인 총 용량과 1회 섭취량이 일치하지 않아 용량 관련 경쟁력 파악을 두 개로 나눔

3) 1회 섭취량

경쟁제품(제조사)

- ① 미스트랄 알타이스키 게르쿠레스 (미스트랄 트레이딩)
- ② 아스노 슬나쉬코 까샤 오브스안나야 (페테르부르기 멜니타)
- ③ 비스트로브 오브스안나야 까샤 베즈 발키 (네슬레 러시아)
- ④ 약사 까샤 오브스안나야 모멘탈노보 프리고트블렌나야 (란트머넌)
- ⑤ 우벨까 까샤 오브스안나야 말리나 (르슈어)
- ⑥ 비슈네비 새드 오브시아니 (비슈네비 새드)
- ⑦ 드살 시오베야 젤노비 (소유즈피세 프롬एसСИАЕИАН)
- ⑧ 미스트랄 까샤 오브스안나야 셀노젤노비아 (미스트랄 트레이딩)
- ⑨ 룰톤 퓨레 갈토펠노에 (마레븐)
- ⑩ 빅런치 갈토펠노에 퓨레 스 수숨 스 큐리세이 (바이오 푸드)
- ⑪ 퓨레 갈토펠노에 (프로시마)
- ⑫ 갈리나 블랑카 수퓨레 (자비 푸드)
- ⑬ 빅런치 갈토펠노에 퓨레 스 수숨 스 꾸소츠키미 꾸린노보 피레 (바이오 푸드)
- ⑭ 브스오 비 돔 퓨레 갈토펠노에 (매그넌)
- ⑮ 도시락 퓨레 갈토펠노에 (도시락 코야)

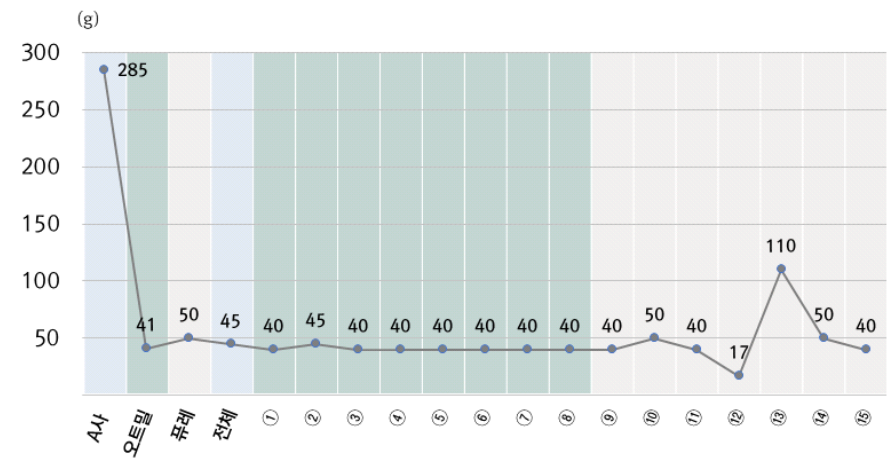
▶ A사 제품 1회 섭취량 경쟁제품 평균 대비 많은 편

A사 제품의 1회 섭취량은 285g으로 총 용량(실제 판매 단위)과 일치함. 하지만 경쟁제품 15개 중 3개 제품(오트밀 제품)의 총 용량은 모두 400g으로 각 40g씩 10회 섭취할 수 있는 제품임. 그 외 12개 제품은 A사 제품과 동일하게 1회 섭취량 단위로 포장하여 판매하는 것으로 조사됨

경쟁제품 15개의 평균 1회 섭취량은 45g으로 A사 제품의 1회 섭취량은 현지 경쟁제품들에 약 6.3배 정도 많음. 제품 종류별 1회 섭취량을 보면 오트밀 제품은 41g, 퓨레 제품은 50g으로 확인됨. 퓨레 제품의 평균 1회 섭취량이 오트밀 제품보다 9g 많지만, A사 제품과 비교하면 두 제품 종류 모두 아주 적은 편임. A사 제품의 1회 섭취량은 오트밀 제품의 약 7배, 퓨레 제품의 약 5.7배로 확인됨 하지만 경쟁제품 15개 모두 제품에 뜨거운 물이나 우유<sup>39)</sup>를 추가하여 먹는 제품이기 때문에 실제로 섭취하게 되는 양은 A사 제품과 비슷할 것으로 예상됨

[표 3.3] 카자흐스탄 상온죽류 1회 섭취량 경쟁력 분석

(단위: g)



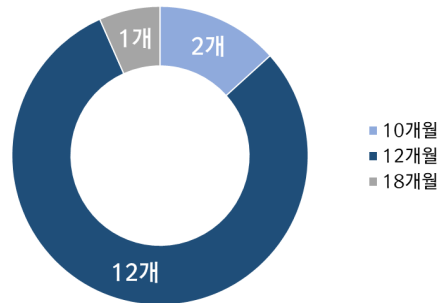
39) 추가하는 물이나 우유의 양은 제품별, 개인별로 다르지만, 오트밀 제품에는 100-180ml, 퓨레 제품에는 200-250ml가 권장량으로 표기되어 있음

4) 유통기한

▶ 경쟁제품 15개 중 12개, 유통기한 12개월 이내

카자흐스탄에서 판매되고 있는 상온즉류 경쟁제품 15개의 유통기한을 조사한 결과, 12개 제품이 제조일로부터 12개월 이내를 권장 섭취기한으로 함. 그 외 3개 제품 중 2개 제품은 10개월 이내, 1개 제품은 18개월 이내를 권장 섭취기한으로 설정함. A사 제품의 유통기한은 14개월로 경쟁제품 15개 평균 유통기한보다는 약 2개월 길지만 유의미한 차이는 아님

[표 3.4] 카자흐스탄 상온즉류 제품 포장 형태 경쟁력 분석

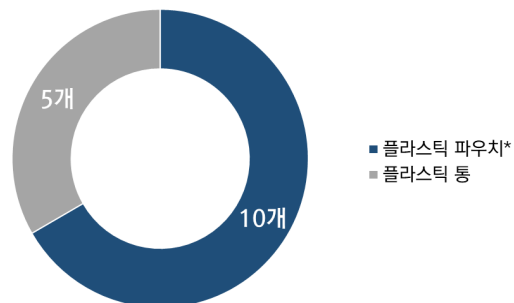


5) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 10개, 플라스틱 파우치로 내부포장

카자흐스탄에서 판매되고 있는 상온즉류 경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 3개 제품만이 외부포장과 내부포장을 사용하는 것으로 조사됨. 외부포장을 하는 3개 제품은 총 용량과 1회 섭취량이 일치하지 않는 제품으로 10회 섭취량을 플라스틱 파우치에 내부포장한 뒤 종이상자로 외부포장한 것임. 별도로 외부포장되지 않은 제품 12개 중 7개 제품은 플라스틱 파우치에 1회 섭취량 씩 포장됨. 그 외 5개 제품은 A사 제품과 유사하게 플라스틱 통에 포장됨

[표 3.5] 카자흐스탄 상온즉류 제품 포장 형태 경쟁력 분석



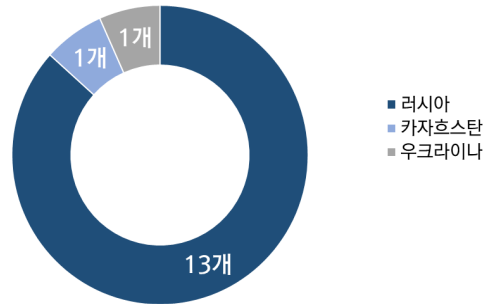
\*플라스틱 파우치로 포장된 10개 제품 중 3개 제품은 종이상자로 별도 외부포장됨

6) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 중 13개, 러시아산 제품

카자흐스탄에서 판매되고 있는 상온즉류 경쟁제품 15개의 원산지를 조사한 결과, 13개 제품이 러시아에서 제조된 제품으로 조사됨. 카자흐스탄 현지에서 제조된 제품은 1개만이 확인되었으며, 그 외 1개 제품은 우크라이나산 제품으로 확인됨. 미국 중앙정보부<sup>40)</sup>에 따르면 카자흐스탄의 주 수입국은 러시아(38.9%), 중국(16.1%), 독일(5.1%), 미국(4.3%) 등임. 대부분의 상온즉류 경쟁제품의 원산지가 러시아인 것은 러시아가 카자흐스탄의 제1 수입국으로, 정치, 문화, 경제적으로 밀접하기 때문인 것으로 추정됨

[표 3.6] 카자흐스탄 상온즉류 제품 원산지 경쟁력 분석

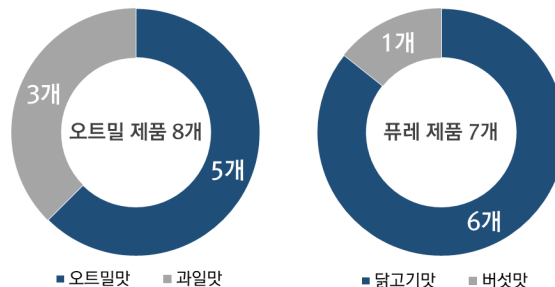


7) 맛

▶ 경쟁제품 15개 중 6개, 닭고기맛 제품

카자흐스탄에서 판매되고 있는 상온즉류 경쟁제품 15개는オート밀 제품 8개, 퓨레 제품 7개로 분류되며 제품 종류별로 많이 판매되고 있는 맛이 다름.オート밀 제품의 경우 8개 제품 중 5개 제품이オート밀맛, 즉 별도로 맛이 첨가되지 않은 제품으로 그 외 3개 제품은 딸기(2개 제품), 라즈베리(1개 제품) 등 과일맛이 첨가된 제품으로 조사됨. 7개의 퓨레 제품은 버섯맛 제품 1개를 제외한 6개 제품 모두가 닭고기맛 제품인 것으로 확인됨

[표 3.7] 카자흐스탄 상온즉류 제품 맛 경쟁력 분석

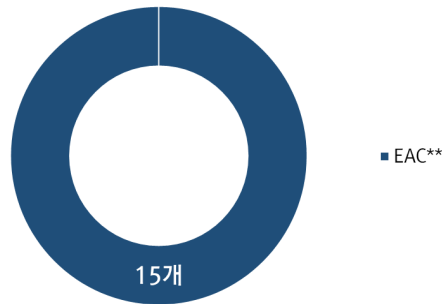


8) 인증

▶ 경쟁제품 15개 모두 EAC 인증 취득

카자흐스탄에서 판매되고 있는 상온즉류 경쟁제품 15개의 인증을 조사한 결과, 15개 제품 모두 EEC(유라시아 세관 연합)에서 부여하는 EAC(유라시아 연합 적합성 인증, 구 GOST)를 취득함. 그중 3개 제품은 각각 HALAL, ISO 14001 인증/FSSC 22000 인증, HACCP/ISO 22000 인증을 추가 취득한 것으로 확인됨

[표 3.8] 카자흐스탄 상온즉류 제품 인증 경쟁력 분석



\*\*15개 제품 중 3개 제품은 EAC 외 인증을 추가로 취득하였음

40) 미국 중앙정보부(CIA: Central Intelligence Agency) 홈페이지 (www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/kz), 2017.07



## 2. 벤치마킹 제품 분석

### 1) 벤치마킹 제품 선정

#### ▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 요인에 대하여 분석함. 제품 선정 기준은 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되고, 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 요소가 있는 제품을 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

#### 1) 벤치마킹 대상 선정

##### · 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(\*) 온라인 쇼핑물 : 와일드베리즈, 플립

(\*) 오프라인 매장 : 매그넘 알마티&누르술탄, 스몰 알마티&누르술탄, 마이마트 알마티

##### · 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(\*) 온라인 쇼핑물 : 2개 온라인 쇼핑물 중 1개 이상 쇼핑물에서 판매되는 제품

(\*) 오프라인 매장 : 조사매장 3개 모두에서 판매되고 있는 제품

##### · 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 요소가 있는 제품

(\*) 1회 섭취량 당 가격, 맛

#### ▶ 유사 인기 제품 벤치마킹

	상온죽류	공통 특징 ① 제품 종류	상온죽류	
	플라스틱 통	공통 특징 ② 포장 형태	플라스틱 통	
경쟁력 분석 제품 (A사 - 계란야채죽)	483통개 (약 1,367원)	벤치마킹 ▶ 1회 섭취량 당 가격	289통개 (약 818원)	현지 벤치마킹 인기 제품 (바이오 푸드 - 빅런치 갈토펠노에 퓨레 스 수송 스 꾸소치까미 푸린노보 피레)
'계란, 야채맛 한국식 상온죽류'	계란, 야채	벤치마킹 ▶ 맛	닭고기	'현지 소비자들에게 익숙한 닭고기맛 퓨레'

2) 벤치마킹 제품 분석  
- 1회 섭취량 당 가격

▶ 벤치마킹 제품, 289탱게, 110g 용량의 퓨레 제품

현지 소비자들 인식에オート밀이나 퓨레는 만들기 어렵지 않은 음식이기 때문에 직접 만들어 먹는 비용보다 가격이 지나치게 비쌀 경우 구입을 꺼리는 것으로 확인됨. 벤치마킹 제품은 289탱게(약 818원)에 플라스틱 통에 담긴 110g의 퓨레 제품임. A사 제품보단 판매 용량이 작지만 뜨거운 물을 추가해서 먹기 때문에 실제로 섭취하게 되는 양은 비슷하고 가격은 A사 제품의 약 60% 수준으로 저렴함

[표 3.9] 카자흐스탄 상온즉류 인기제품, 1회 섭취량 당 가격 인터뷰 분석

(인터뷰) 사실オート밀이나 퓨레는 집에서 만들기에 어려운 음식이 아니기 때문에 지나치게 가격이 비싸면 구입을 꺼리게 됩니다. A사 제품의 가격은 현지 판매 간편식들에 비해 결코 저렴하지 않습니다.

- Mr. Omarbayev (코리안샵, 총괄 디렉터) -

3) 벤치마킹 제품 분석  
- 맛

▶ 벤치마킹 제품, 카자흐스탄 소비자들이 선호하는 닭고기맛

현지 소비자들은 육류와 유제품을 즐겨 먹기 때문에 간편식 또한 육류 기반 맛을 선호하는 경향이 있음. 벤치마킹 제품 외에도 오프라인 매장에서 조사된 경쟁제품 중 퓨레 제품의 과반수가 닭고기맛으로 확인됨. 특히 벤치마킹 제품은 닭고기 조각이 들어간 닭고기맛 퓨레로 현지 소비자들의 선호도가 높음

[표 3.10] 카자흐스탄 상온즉류 인기제품, 맛 인터뷰 분석

(인터뷰) 내륙국이라는 카자흐스탄의 특성상 현지 소비자들은 해산물보다는 육류나 유제품, 과일을 많이 먹습니다. 이에 간편식 또한 육류를 기반으로 한 제품이 인기가 많습니다. 앞서 언급한 바이오 푸드의 퓨레 제품은 모두 닭고기가 들어간 제품입니다. 계란이나 야채에 대한 선호도가 낮다기보단 워낙 육류를 선호하는 식문화이기 때문에 상대적으로 인기는 적습니다.

- Mr. Tevy (사투, 고객 서비스 매니저) -

### 3. 기업 마케팅 벤치마킹

#### 1) 판매 채널

##### ▶ 경쟁기업 5개사 모두 카자흐스탄 온라인 매장 진출

카자흐스탄에 진출한 경쟁기업 5개사 중 3개사가 매그넘, 스몰, 마이마트 3개 오프라인 유통 브랜드에 모두 진출했으며, 그 외 2개사는 각각 2개 오프라인 매장에 진출함. 또한 조사한 온라인 쇼핑몰에는 1개사만이 진출한 것으로 확인됨

[표 3.11] 카자흐스탄 상온즉류 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인
	매그넘	스몰	마이마트	와일드베리즈
네슬레 러시아	○	○	○	○
란트머년	○	○	○	
마레븐	○		○	
지비 푸드		○	○	
B사	○	○	○	

#### 2) 홍보 채널

##### ▶ 경쟁기업 5개사 자사 홈페이지, 3개사 SNS 플랫폼 홍보 채널 활용

카자흐스탄 시장에 진출한 경쟁기업 5개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 5개사 모두 홈페이지를 홍보 채널로 활용하며 러시아어를 사용한 현지 홈페이지를 운영하고 있음. 또한, 5개사 모두 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있으며, 그중 2개사는 러시아 현지 SNS 플랫폼 브콘탁테를 운영함. 그 외 가장 많이 활용되는 SNS 플랫폼은 페이스북과 유튜브인 것으로 확인됨

[표 3.12] 카자흐스탄 상온즉류 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		페이스북	유튜브	인스타그램	브콘탁테
네슬레 러시아	○	○			○
란트머년	○	○	○	○	
마레븐	○	○	○		
지비 푸드	○	○	○	○	
B사	○	○			○

3) 홍보문구

▶ 경쟁기업, 제품의 '원료', '편리성'을 강조하여 경쟁제품 홍보

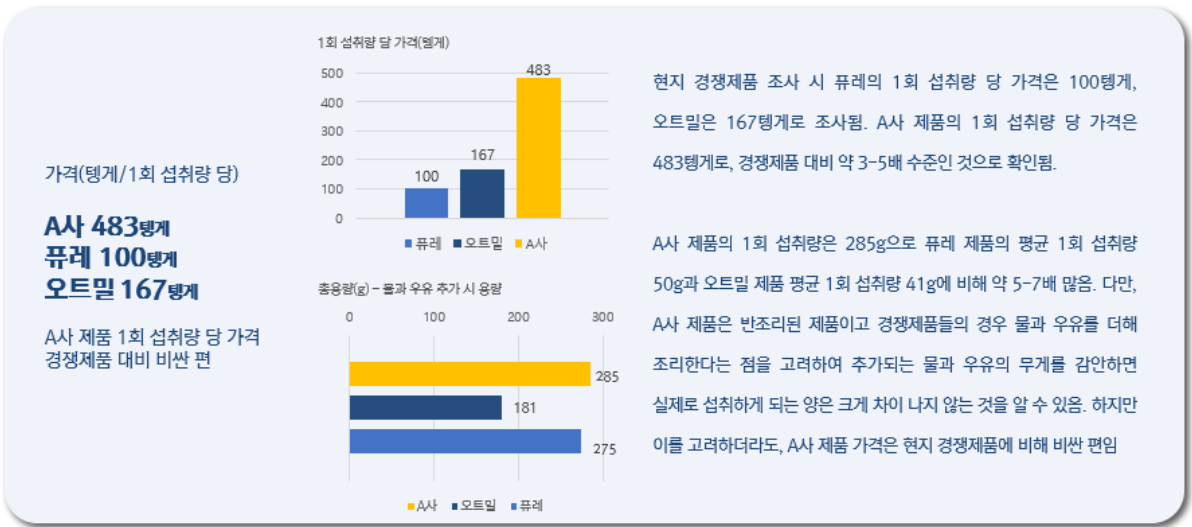
카자흐스탄에 진출한 경쟁기업 5개사는 주로 제품의 원료와 편리성을 홍보하는 문구를 사용하는 것으로 조사됨. 제품의 원료를 강조한 문구로는 '100% 천연 재료', '엄선된 원료로 만들어진', '고품질 재료로 만들어진', '영양소가 풍부한' 등을, 제품의 편리성을 강조하는 문구로 '5분 만에 만들 수 있는', '언제 어디서나 즐길 수 있는' 등이 있음. 그 외 '따뜻하고 맛있는' 같이 제품의 맛을 강조하는 문구나 '러시아에서 가장 인기 있는 제품과 같은 문구도 사용하는 것으로 확인됨

[표 3.13] 카자흐스탄 상온즉류 경쟁기업 홍보문구 분석



## VI. 시장진출제언(Export Insights)

# VI. Export Insights



**유통기한**  
**12개월**

경쟁제품 15개 중 12개, 유통기한 12개월로 설정

현지 경쟁제품 조사 결과, 15개 경쟁제품 중 12개는 유통기한을 12개월로 설정한 것으로 조사됨. 이 외에 2개 제품이 10개월, 1개 제품이 18개월로 확인됨. 바이어 인터뷰에 따르면, 현지에서 유통되는 간편식 제품의 유통기한은 12-18개월이 보통이라고 함. 또한, 바이어 입장에서 수입할 때 유통 및 보관 기간을 고려하면 12개월 미만은 부담스럽기 때문에 A사의 14개월은 많지도 적지도 않은 적당한 수준이라고 함

**원산지**  
**러시아**

경쟁제품 15개 중 13개, 러시아산 제품

현지 경쟁제품의 원산지를 조사한 결과, 15개 중 13개 제품이 러시아에서 제조된 것으로 조사됨. 이 외에 카자흐스탄산 1개, 우크라이나산 1개로 확인됨. 바이어 인터뷰에 따르면, 카자흐스탄 간편식 시장이 아직 크지 않아 주요 수입국이자 인접국인 러시아(38.9%)에서 제조된 제품을 주로 수입한다고 함. 또한 러시아어를 공용어로 사용한다는 점과 경쟁제품 라벨에 러시아어와 카자흐스탄어가 공동으로 기재된다는 점으로 인해 해당 수입 편중 현상이 나타난 것으로 추측됨



맛  
**육류(닭고기)**

경쟁제품(퓨레) 7개 중 6개,  
닭고기 맛



바이어 인터뷰 결과, 현지 바이어가 인식하는 축의 유사 제품은 퓨레로 확인됨. 조사된 퓨레 제품 7개 중 6개가 닭고기맛으로, 현지 바이어에 의하면 카자흐스탄은 내륙 국가이기 때문에 해산물보다는 육류나 유제품 및 과일을 선호하여 해당 원재료를 사용한 제품이 많다고 함. A사 제품의 주원료는 계란 및 야채로 현지에서도 자주 섭취하는 음식이지만, 육류를 특히 선호하기 때문에 계란과 야채로 조리된 제품은 상대적으로 인기가 적다고 함

트렌드

**10-30대**

현지인들, 점점 간편식에 관심을 가지고 주 소비자는 10-30대



**1. 10-30대**

바이어 인터뷰에 따르면, 현지에서 간편식을 주로 섭취하는 연령대는 10-30대로 학생과 직장인이 아침 혹은 점심 대용으로 섭취하는 경우가 대부분이라고 함

**2. 죽보다는 퓨레와 오트밀**

현지 온·오프라인 유통채널 조사 결과, 한국식 죽 제품은 유통되고 있지 않는 것으로 확인됨. 다만 바이어 인터뷰에 따르면, A사 제품은 현재 경쟁제품에 비해 조리가 간단하여 경쟁력이 있을 것으로 보인다고 함. 다만 죽 자체에 대한 인지도를 높이는 것이 필요할 것으로 보임

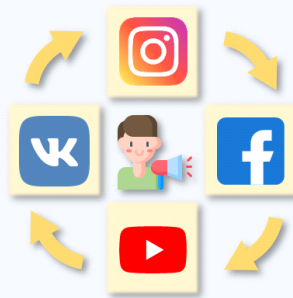
**3. 조리법**

경쟁제품의 경우 뜨거운 물을 받아서 일정 시간을 기다렸다가 섭취하는 제품이 대다수이기 때문에, 내용물을 큰 컵에 담아서 간편하게 조리하는 경우가 많다고 함. 또한 전자레인지의 경우 조리의 용도 보다는 해당 제품을 따뜻하게 섭취하기 위해 사용한다고 함

마케팅

**홍보채널: SNS 채널**

경쟁기업, 자사 홈페이지 및 SNS 채널 활용하여 제품 홍보 중



경쟁기업 5개사는 SNS 플랫폼을 홍보채널로 활용하는 것으로 조사됨. 홍보에 주로 사용되는 SNS 플랫폼은 페이스북, 그리고 러시아의 페이스북으로 불리는 브콘탁테로 확인됨

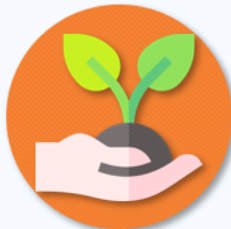
현지에서 가장 활발하게 홍보하는 기업으로는 B사의 자회사인 도시락 코야가 있으며, 주로 페이스북과 브콘탁테를 연계하여 기업 및 제품 홍보 중임. 페이스북의 경우 약 1만 명, 브콘탁테의 경우 약 10만 명의 팔로워를 보유하고 있으며 페이스북과 브콘탁테를 연계하여 주당 1건의 게시물을 업로드 함. 주요 내용은 제품 설명 그리고 이벤트 정보를 담고 있음.

가장 최근에 진행한 이벤트로는 자사 대표 브랜드인 '도시락' 제품을 구매하여 제품 내부 포장에 적혀있는 경품코드를 SMS 문자를 이용해 제조사에 보내면, 추첨을 통해 다양한 경품을 주는 것으로 확인됨. 1등 경품의 경우 현대자동차 '크레타'이며, 당첨자 인증 사진을 플랫폼에 게시하여 구매를 유도하는 것으로 조사됨. 이 외에도 중국 장안자동차와 제휴를 통해 로드 트립 영상을 촬영하여, 여행 도중 자사 제품 브랜드(커피, 도시락, 스낵) 등을 섭취하는 영상을 게시함

마케팅

**홍보문구: 원료와 편리성**

경쟁기업, 제품의 원료와 편리성을 강조하여 홍보문구를 기재함



경쟁기업은 제품의 원료와 특징을 강조하여 제품 홍보 중. 원료의 경우 다양한 종류의 홍보문구를 사용하며 해당 문구로는 '100% 천연 재료', '엄선된 원료로 만드는', '고품질 재료로 만들어진' 등이 있음. 편리성의 경우 '5분 만에 만들 수 있는', '언제 어디서나 즐길 수 있는' 등의 문구를 사용하는 것으로 조사됨. 이 외에 '러시아에서 가장 인기 있는 음식' 등의 문구를 사용하여 제품의 인지도를 강조하는 것으로 확인됨

## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 스태티스타 카자흐스탄 국가 보고서(Statista Kazakhstan Country Report)
2. 스태티스타(Statista), 'Share of Payment Methods Used in Kazakhstan as of 2020'

### ■ 참고 사이트

1. 카자흐스탄 통계청 홈페이지 (www.stat.gov.kz)
2. 유라시아안 세관 연합 홈페이지(www.eaeunion.org)
3. 한국식품안전관리인증원 홈페이지 (www.haccp.or.kr)
4. 한국표준협회 홈페이지(www.ksa.or.kr)
5. 매그넘(Magnum) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/Magnumkz)
6. 스몰(Small) 홈페이지 (www.small.kz)
7. 네슬레 러시아(Nestle Russia) 홈페이지 (www.nestle.ru)
8. 란트머넨(Lantmannen) 홈페이지 (www.lantmannen.com)
9. 마레븐(Mareven) 홈페이지 (mareven.com)
10. 지비 푸드(GB Food) 홈페이지 (www.thegbfoods.com)
11. 코리아포유(Korea4U) 홈페이지 (korea4u.kz)
12. 코리아샵(KoreanShop) 홈페이지 (koreanshop.kz)
13. 플립(Flip) 홈페이지 (flip.kz)
14. 사투(Satu) 홈페이지 (satu.kz)
15. 미국 중앙정보부(CIA; Central Intelligence Agency) 홈페이지  
(www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/kz)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.10.08

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한  
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.  
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는  
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved.  
Printed in Korea