



MINI Market Report

국가	우즈베키스탄
제품	식물성크림

주관사 : aT 한국농수산물유통공사

CONTENTS

I. 우즈베키스탄 시장 정보	1
II. 우즈베키스탄 유통 정보	5
1. 우즈베키스탄 유통구조	5
2. 우즈베키스탄 유통채널	7
III. 우즈베키스탄 통관 정보	9
1. 우즈베키스탄 관세율 및 관세제도	9
2. 우즈베키스탄 통관제도	10
3. 우즈베키스탄 통관 거부 사례	14
IV. 우즈베키스탄 검역 정보	15
V. 우즈베키스탄 라벨링 정보	18

※ 참고 자료

우즈베키스탄 시장 정보

- 식물성 크림은 전체 식품 카테고리에서 「따로 분류되지 않은 조제 식료품」으로 분류되며 가장 근접한 HS CODE는 「2106.90」으로 파악되었음

< HS CODE >

2106.90	따로 분류되지 않은 조제 식료품 Food preparations not elsewhere specified or included.
----------------	--

출처 : 관세청

- HS CODE 「2106.90」에 대한 우즈베키스탄 수입 추이 (2013년 기준)

순위	수출국가	무역지표				
		수입액 (1,000 USD)	점유율	수입량 (톤)	수입단가 (미달러)	수출량증감률 (2009년 대비)
	Total	8,445	100	1,888	-	12%
1	Russian Federation	1,643	19.5	242	6,789	-7%
2	Germany	1,592	18.9	271	5,875	15%
3	Ukraine	755	8.9	202	3,738	140%
4	Malaysia	667	7.9	119	5,605	94%
5	Slovenia	583	6.9	36	16,194	14%
6	Korea, Republic of	505	6	241	2,095	-7%
7	Poland	474	5.6	132	3,591	35%
8	Turkey	377	4.5	95	3,968	1%
9	China	353	4.2	294	1,201	46%
10	Netherlands	319	3.8	92	3,467	45%

출처 : trademap

- 우즈베키스탄은 2013년 약 844만 5,000 달러 규모의 「따로 분류되지 않은 조제 식료품」을 수입하였으며, 주요 수입국으로는 러시아, 독일, 우크라이나, 말레이시아, 슬로베니아, 한국 등이 있음
- 우즈베키스탄의 「따로 분류되지 않은 조제 식료품」 최대 수입국은 러시아로, 2013년 수입규모는 약 164만 3,000 달러이며, 이는 2009년 대비 7% 감소한 수치임
- 러시아에 이어 독일에서 159만 2,000 달러, 우크라이나에서 755만 달러 규모의 「따로 분류되지 않은 조제 식료품」을 수입한 것으로 집계되었으며, 이는 2009년 대비 각각 15%, 140% 증가한 수치임

- 우크라이나는 2013년에 한국으로부터 50만 5,000 달러 규모의 「따로 분류되지 않은 조제 식료품」을 수입한 것으로 파악되었으며, 이는 2009년 대비 7% 감소한 수치임
- 「2106.90」류 품목에 대한 우크라이나의 대 한국 수입단가는 2,095 달러로, 러시아 (6,789 달러), 독일 (5,875 달러), 우크라이나 (755 달러), 말레이시아 (5,605 달러), 슬로베니아 (16,194 달러)에 비해 높은 편이며, 이 중 슬로베니아 (16,194 달러)로부터 가장 높은 단가에 수입하고 있음

□ 생산동향

- 아직 식물성 생크림보다는 동물성 생크림 위주로 생산되고 있음
- 우즈베키스탄의 낙농장 수는 세계 11위로 약 100만개에서 200만개의 낙농장이 전국적으로 분포되어 있어 모든 유제품들의 자체생산이 용이함
- 현지 생크림 생산이 안정적으로 이루어지고 있으며 수입제품의 경우 유명 글로벌 브랜드로 한정됨
- 보통 기존의 대규모의 유제품 브랜드들이 식물성 크림을 제조하며 시장을 확대해나가는 추세

□ 소비동향

- 세계 전반으로 개발도상국의 경우 유제품에 대한 수요가 급증하고 있는 반면 선진국들의 유제품 수요는 정체되어 있음
- 우즈베키스탄에도 한인시장이 많이 분포되어 있지만 식물성크림의 경우 한국산 제품을 찾아보기 어려움
- 스위스 브랜드 「Nestlé」社이 우즈베키스탄의 유제품 시장 판매율 32%를 차지하고 있으며 가장 수요가 많은 브랜드. 효율적이고 빠른 유통채널을 확보하고 있어 지속적인 성장을 보이고 있음. 두 번째로 수요가 높은 유제품 회사는 현지 브랜드인 「Bustonlik Sut MChJ」社로 우즈베키스탄의 수도 Tashkent에 유통채널을 확보함에 따라 그 영향력을 행사하고 있으며, 총 유제품 시장의 28% 점유율을 차지하고 있음

- 식물성 생크림의 경우 뉴질랜드의 「Biolife」 社 또는 영국의 「Philadelphia」 社 등이 대표 브랜드로 인식됨
- 현대적으로 소매 시장이 발전함에 따라 유통 시스템도 변화하고 있으며 슈퍼마켓, 독자적인 소매점 등은 전국적으로 유제품을 유통하고 있음. 유통 채널이 발전함에 따라 유제품에 대한 수요도 증가하고 있음
- 유제품 중에서도 프로마쥬 프레이(요구르트와 유사한 신선 치즈 제품)와 연유나 크림 제품에 대한 수요가 가장 높은 반면 식물성 크림에 대한 수요는 아직 미미한 수준
- 유제품의 현지 제조업체들은 유제품 시장의 3분의 1을 차지하고 있음. 현지 제조업체로는 「Bustonlik Sut MChJ」 社와 「Bio-Sut QK MChJ」 社 등이 있음
- 식물성 생크림은 아직 보편화되어 있지 않지만 건강에 대한 중요성이 증가하면서 식물성 생크림에 대한 인식은 점차적으로 증가하고 있음

□ 경쟁 동향

- 주요 경쟁기업으로 유제품 대표 브랜드 「Nestlé」 社가 우즈베키스탄에서 가장 큰 영향력을 행사 중
- 이외에도 Samarkand 지역 중심으로 유통되고 있는 「Bravo sut」 社, Tashkent 지역 중심으로 유통되고 있는 「Tegen Group」, 「Geomax plyus」, 「Rozmetov Z.M」 社 등의 생크림을 포함한 유제품 브랜드들이 활발하게 판매되고 있음
- 러시아, 카자흐스탄 또는 유럽의 글로벌 브랜드가 우즈베키스탄의 유제품 시장을 크게 차지하고 있으며 나머지 시장은 현지 유제품 브랜드가 점유
- 생크림의 경우 온라인 판매보다 슈퍼마켓, 소매시장 등의 오프라인 시장 위주로 유통됨에 따라 지역별 유통업체와의 교류가 중요할 것으로 보임

□ 우즈베키스탄의 전반적 시장전망

- 해외에서도 우즈베키스탄은 수출 유망 지역으로, 우즈베키스탄 정부는 「세계은행」, 「아시아 개발은행(ADB)」, 「국제개발처(USAID)」, 「독립국가연합 기술지원계획(TACIS)」, 「유럽부흥개발은행(EBRD)」 등과 함께 농업과 식품가공업의 발전을 위한 장기계획을 진행 중에 있으며 이로 인해 해외 업체들의 진출이 확대되고 있음. 우즈베키스탄의 식품가공업도 고부가가치

제품으로 나가야 하며, 이를 위해 고급기술을 도입하고 품질관리시스템을 개선해 세계시장의 니즈에 맞춰나가야 함

- 우즈베키스탄은 기본적으로 농산물 및 식품가공업에 장점이 있기 때문에 산학연 협동체제의 보완, 생명공학기술의 도입, 무역자유화의 진전에 따라 식품가공업이 꾸준히 성장할 것으로 예상
- 정부 주도 하에 행해지고 있는 2011-2015 산업 현대화 및 인프라 개발 계획이 금년에 이어 차질 없이 진행될 것으로 예상됨에 따라 해외 자본 투자유치, 해외기업직접투자 등도 활발히 이루어질 것으로 전망됨
- 교역분야에서도 우즈베키스탄의 최대 교역국인 러시아 경제가 지속적인 성장세를 이룰 것으로 보임에 따라 우즈베키스탄 역시 안정적 수출증가세를 보일 것으로 예상됨

II 우즈베키스탄 유통 정보

1. 우즈베키스탄 유통구조

□ 유통시장 개요

- 우즈베키스탄의 유통시장은 크게 재래식 유통(전통시장)과 현대식 유통시장(슈퍼마켓, 백화점, 전문점 등)으로 구분되며 최근 TV 홈쇼핑과 온라인 쇼핑몰도 타슈켄트를 중심으로 성장함
- 2011년 상반기 기준 재래시장이 소비재 유통의 56%를 점유하는바, 재래시장 중심의 유통구조를 보임
- 재래시장의 제품 가격은 슈퍼마켓보다 평균 20~30% 저렴하며 소비자들은 낮은 국민 소득 수준으로 비교적 저렴한 재래시장을 선호함
 - 우즈베키스탄의 전체적인 국민소득은 약 1,000달러 정도에 불과, 저렴하게 물품을 구매할 수 있는 재래시장 이용률이 높음
 - 우즈베키스탄의 수도인 타슈켄트는 평균 소득이 3,000달러 이상으로 여타 우즈베크 도시들과 비교, 3배 이상 높은 관계로 현대식 유통시장 확대 중

□ 유통시장 현황

- 2011년 상반기 우즈베키스탄의 소매유통액은 전년대비 14.6% 증가한 12조 슴(약 68억 달러)을 기록함. 전체 소매유통액 중 식품류가 49.5%, 비식품류가 50.5%를 이루며, 이는 2010년과 비교해 볼 때 각각 49.8%, 50.2%로 변화폭이 미미함
- 소매유통액의 성장폭은 감소하는 추세이나 연평균 17%의 성장률을 보임
- 업태별 점유율 중 유통업체의 비율이 점차 높아지고 수도 타슈켄트를 중심으로 식료품 판매 중심의 슈퍼마켓이 증가함. 이는 꾸준한 경제성장과 함께 중산층의 증가 및 국민 소비패턴의 선진화에 기인함

< 업체별 점유율 >

연도	2007	2008	2009	2010	2011 상반기
재래시장	67.2%	61.5%	56.6%	56.5%	56.4%
현대식 유통시장	32.8%	38.5%	43.4%	43.5%	43.6%

출처 : <http://www.stat.uz/>

유통업체 분포현황

	재래시장	소형 전문점	슈퍼마켓	백화점	대형마트
점포수	11,500	7,200	50	1	2

출처 : KOTRA 관련업계 인터뷰 조사

- 우즈베키스탄, 인터넷 쇼핑시장은 미미

- 인터넷 및 통신서비스 확대로 인터넷 쇼핑물 또한 성장단계에 있으나 이는 타슈켄트에 한함
- 2010년 기준 인터넷 이용자 수는 740만 명이며, 이용률은 2007년 7.5% 대비 2010년 20%로 4년간 두 배 이상 성장함

□ 우즈베키스탄 내 유통업체 현황

- 우즈베키스탄 유통업체의 발달 상태는 미약한 편이나 연간 평균 15%의 성장세를 보이며 점유율을 확대해 감
- 대표적인 슈퍼마켓체인으로는 「Korzinka」와 「Dunyo」가 있고 최근 타슈켄트에 대형마트 「Kontinent」와 「Mega planet」이 설립됨

<Kontinent와 Mega planet 모습>



- 우즈베키스탄의 유통업체는 아직 성장초기단계이나 소득 증가에 따른 국민들의 소비패턴 고급화로 시내 중심가, 고소득층 주거지역 중심으로 유통체인점이 확대될 것으로 업계 전문가들은 예상함
- 품목 대부분을 수입에 의존하나 실질적으로 유통업체에서 외국기업으로부터 직수입하는 경우가 드물며 현지 전문 공급상을 통해 간접적으로 유통업체 판로를 개척하는 것이 일반적임
- 일시적인 대량 공급보다는 다품종 소량 수출체제 구축이 필요하며 지속적인 마케팅 활동을 통해 시장 기반을 다지는 장기적인 안목이 필요함

2. 우즈베키스탄 유통채널

- 소수의 정부산하 기업들과 일부 개인 기업들이 식품유통의 대부분을 장악하고 있으며 슈퍼마켓이나 소매식품점, 호텔 등은 이들로부터 식품을 공급받음. 최근에는 대형 슈퍼마켓이 외국으로부터 직접 수입을 함
- 슈퍼마켓과 같은 현대적인 소매점은 전체 소매시장의 7~%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

□ 주요 유통업체

< 우즈베키스탄 대형식품 매장 >

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

출처 : KATI

우즈베키스탄 통관 정보

1. 우즈베키스탄 관세율 및 관세제도

- 2014년 6월 27일에 업데이트된 우즈베키스탄의 무료 관세율 확인 웹사이트 (www.fmc.uz) 최신 자료에 따르면 버터밀크, 응고된 우유와 크림, 요구르트, 케피어와 기타의 발효되거나 산성화 된 밀크와 크림에 대한 수입관세율은 30%인 것으로 나타남

- 우즈베키스탄의 관세제도
 - 우즈베키스탄 관세정책은 우유 등 생필품 등의 원활한 수입을 위한 낮은 세율과 자국 생산 제품 보호를 위한 고 관세 정책을 병행하고 있으며, 선별적 환전시행 및 환전규모의 차등규제 등을 수입 억제에 간접적 수단으로 사용하고 있음

 - 우즈베키스탄의 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 부과 기준의 송장(Invoice) 신고 가격을 기준으로 했으나 저가신고가 관행화되고 이에 따른 재정 수입의 감소가 예상되자 관세청은 최근에 수입자의 신고가격을 무시하고 시장에서 동일 또는 유사제품의 가격을 조사하여 이를 기준으로 하여 과세를 부과하는 제도가 시행되어 수입상들이 어려움을 겪고 있음

 - 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

 - 우즈베키스탄의 경우 수입 상품에 대한 영사인증제도 또는 선적 전 검사제도는 없음. 정부는 수입 제한 품목의 설정을 통한 수입규제는 실시하고 있지 않으나 수입품에 대한 환전기간을 달리 적용하는 등의 방법으로 수입을 간접적으로 억제하고 있는 상황임

□ 관세행정 개혁 조치

- 대통령 결의 제305호(2011.11.17)에 따라 One-Stop-Shop 원칙을 도입하여 2012년 4월 1일부터 수출과 관련된 서류 작업은 온라인으로 실시하고, 원산지 및 위생 등의 증명서 발급을 동시에 진행

2. 우즈베키스탄 통관제도

□ 우즈베키스탄의 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
- 사업건별 투자 계약상의 세제 및 통관 등에 있어 특별한 혜택이 실제로 부여되기 위해서는 이 사업 관련 대통령령 등 관련 법령이 제정되어야 효력이 발생하기 때문에, 대통령령 제정과정과 내용을 면밀히 관찰하여 투자 계약서상의 각종혜택이 명확히 반영토록 해야 하며, 대통령령에 세부사항(예: 관세혜택 부여 시 혜택이 주어지는 상품 HS code)까지 반영되는 것이 바람직 함. 그렇지 않을 경우 향후 동 대통령령 해석을 둘러싼 분쟁으로 관계기관과 협의에 장시간이 소요되고 당초에 고려하지 않았던 투자부담을 질 수 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

□ 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 4천불 가량 소요됨
- 2010년 12월 카리모프 대통령은 ‘2011-2015 운송, 커뮤니케이션 건설 인프라사업’ 관련 결의안을 발표했으며 이 결의안에 따라 자동차, 철도, 다리의 현대화 작업 등도 이루어지며, 2015년까지 미화 69억 달러가 투자될 예정이며, 2011년 말부터 우즈베키스탄 도시 구간을 운행하는 Talgo-250 고속열차 사업을 시작하여 운행 중
- 2013년 현재 70%의 화물, 60%의 여객, 그리고 90% 이상의 수출입 상품들이 철도를 통하여 이동하고 있음

< 우즈베키스탄 내의 주요 운송 회사 >

Name	Contact information
"INTERNATIONALE CONTAINER TRANSPORT GMBH", Germany	Tel: (998 71) 120 71 65, 252 22 14 Fax: (998 71) 252 22 14 E-mail: ict@skz.uz http://www.ict-transport.com
"ITS TASHKENT", Japan	Tel: (998 71) 267 46 50 Fax: (998 71) 267 46 55 E-mail: itsjapan@sarkor.com
"PANALPINA WORLD TRANSPORT"	Tel: (998 71) 120 77 39, 120 77 42, 152 51 19 Fax: (998 71) 120 77 40 E-mail: alpinaos@rol.uz http://www.panalpina.com
"UZVNESHTRANS", Uzbekistan	Tel: (998 71) 268 10 76, Fax: (998 71) 268 20 00 E-mail: info@uzvt.uz http://www.uzvt.uz
"MIS TAKA" Uzbek-Latvian Joint Venture	Tel: (998 71) 262 18 72, 262 79 16 Fax: (998 71) 262 18 68 E-mail: market@mstk.com, uzmistaka@mstk.com.uz http://www.mistaka.com
"UZTEMIRYULCONTAINER", Uzbekistan	Tel: (998 71) 150 11 63, 138 88 77 Fax: (998 71) 236 26 59 E-mail: info@uzjdk.com http://www.uzjdk.com
"SHOSHTRANS" Uzbek-Russia-Swiss Joint Venture	Tel: (998 71) 133 79 07, 138 87 17 Fax: (998 71) 140 09 75 E-mail: refer@shoshtrans.com http://www.shoshtrans.com
"FRANCESCO PARISI SpA", Spain	Tel: (998 71) 144 29 12 Fax: (998 71) 144 35 29 E-mail: elyor.yusupov@francescoparisi.com http://www.francescoparisi.com
"GREEN INTEGRATED LOGISTICS CO., LTD." Korea	Tel: (998 71) 235 86 49, 235 47 66, 235 46 92 Fax: (998 71) 235 57 10 E-mail: green-tas@green-logistics.com http://www.green-logistics.com
"IBRAKOM FZCO", UAE	Tel: (998 71) 254 00 19, Fax: (998 71) 254 01 09 E-mail: elena.kanarskaya@kuehne-nagel.com
"SINOTRANS LANDBRIDGE TRANSPORTATION CO.,LTD.", China	Tel: (998 71) 120 44 12, 132 26 56 Fax: (998 71) 132 11 07 E-mail: info@sinotrans.uz http://www.sinotrans.uz

출처 : 코트라

< 우즈베키스탄에 지사를 두고 있는 한국 운송업체 >

태웅 로지틱스
- Tel: (822) 2029-4374 - Fax: (822) 2029-4749 - E-mail: yooni.uz@e-tgl.com - http://www.e-tgl.com
우진 글로벌 로지스틱스
- Tel: (822) 3706-3481/3486 - Fax: (822) 756-3690/3860 - E-mail: andy@woojingl.com - http://www.woojingl.com
범한판토스
- Tel: (822) 3771 2114 - Fax: (99871)252 2428 - E-mail: hyun.choi@pantos.com - http://www.pantos.co.kr
서중물류
- Tel: (822)779 2000 - Fax: (822)779 3044/5 - E-mail: soniya@sjl.co.kr - http://www.sjl.co.kr
한진물류
- Tel: (822)728 5907 - Fax: (822)752 2480 - E-mail: ojpark@hanjin.co.kr - http://www.hjnavoicomplex.com

출처 : 코트라

3. 우즈베키스탄 통관 거부 사례

□ 국내기업의 원산지증명서 불인정 사례

1. 사례 개요
<ul style="list-style-type: none"> - 대한상공회의소는 2009.12월 주한우즈베크대사관에 2010.2월부로 우리 수출업체에게 발급하는 원산지 증명서(C/O) 배경도안(한반도문양 ⇒ 상공회의소 로고) 및 용지유형(전용지 ⇒ A4지)을 변경하여 발급할 계획임을 통보함 - 그러나 주재국은 우리측이 발행하는 C/O에 전자서명 및 전자도장이 인쇄되어 있어 이를 인정할 수 없으니 통관을 원할 경우 일반관세의 2배를 지불하라면서 2010.3월부터 우리 수출업체의 통관을 불허함
2. 기업의 대응 조치
<ul style="list-style-type: none"> - 우즈베크에서 활동 중인 우리 수출업체는 통관이 불허됨에 따라 '대한상공회의소'측에 문제 해결을 요청하였으나 문제 해결이 용이치 않게 되자 우즈베키스탄대사관에 2010.3월부터 민원을 제기함
3. 공관 조치 사항
<ul style="list-style-type: none"> - 주 우즈베키스탄대사관 담당관은 민원접수 후 주재국 '관세위원회'에 변경 C/O 인정을 요청하는 외교공한을 발송(총 4회)하고 관계자와 면담하였으나 주재국측은 전자 서명/도장 날인 C/O는 진위여부 파악이 불가하다고만 답변함 - 한편, 주우즈베키스탄 대사는 '가니예프' 부총리(2010.5.13)·'파르피예프' 조세위원장(2010.5.19)·'샤이호프' 상공회의소장(2010.5.25.) 등 우즈베크 유력인사 면담 시 동 건에 대한 조속한 해결을 요청함
4. 공관 조치 결과
<ul style="list-style-type: none"> - 우즈베키스탄대사관은 문제 장기화로 통관이 지속 불허될 경우 우리 수출업체의 보관료 축적 및 바이어와의 신뢰문제로 인한 피해가 우려됨에 따라 우선 대한상공회의소측과 협의하여 한시적으로 실제 서명/도장 날인 C/O를 발급토록 협조하였으며 주재국측은 이를 인정하고 2010.6.2일부터 우리 업체에 대한 통관을 허용하기 시작함 - 이후 주우즈베키스탄대사관은 주재국측에 전자 서명/도장 C/O를 인정해 줄 것을 지속 요청하였으며 주재국측은 결국 2010.8.26.일부로 전자 양식의 C/O를 인정하는 법령을 발표하고 우리 업체의 통관을 허용함
5. 시사점 및 참고사항
<ul style="list-style-type: none"> - 주재국이 문제시 한 전자양식 C/O는 이미 2006.10월부터 시행되고 있던 사항으로 C/O 배경도안 및 용지 변경과는 무관함 - C/O 불인정 시 수입업자는 통관을 위해 2배의 관세를 지불해야 하며 물품단가에 대해서도 세관이 임의로 책정한 세금을 지불해야 하기 때문에 실제로는 4배에 가까운 관세를 물어야 하는 바, 주재국내 우리 기업들은 상기와 같은 주재국의 행태는 결국 뒷돈을 받아야만 통관을 허용하겠다는 전형적인 억지에 불과한 행태라고 주장하고 있음

IV 우즈베키스탄 검역 정보

□ 우즈베키스탄의 수입제도

- 우즈베키스탄은 강력한 자국 산업 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 1998년 도입됨. 그 후 대상품목을 점진적으로 확대해 나가고 있는데, 2003년 12월 현재 선적 전 검사 대상품목은 육류와 육류반제품, 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 지분 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 달러 이상의 선불은 허용되지 않고 또한 외국 수출업체의 중개은행이 지분 보증 서한을 발행해야 함

□ 우즈베키스탄 수출입 제한품목

- 수출 금지 품목
 - 곡물(밀, 보리, 귀리, 쌀, 옥수수, 메밀, 밀가루), 빵, 가축, 가금류, 육류, 분유, 차, 설탕, 에틸 주정, 식용유, 가죽원료, 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 과일 주스(단, 시트러스는 제외), 밤류, 계란, 애완동물 사료
- 선적 전 검사 대상 품목
 - 육류 및 육류 반제품, 우유 제품, 과일, 주류 및 음료, 담배를 승인하는 행정처분을 말함. 단, 보세가공무역방식의 수입화물과 사후관리대상인 물품에 대하여는 세관이 신고 서류의 심사확인 후 화물을 통과시키며, 수출입화물은 후속관리로 전환됨

□ 수출시 애로사항

- 우즈베키스탄 자국통화 숨(Sum)화의 국내 태환성이 확립되어 있지 않고, 외환에 대한 접근이 정부에 의해 제한되어 있어 개인 수입업체들로서는 대금 지불을 위한 외환확보가 어려움. 따라서 현지 바이어의 대금지급을 위한 환전의 어려움이 우즈베키스탄과의 무역 시 가장 큰 애로사항이라고 할 수 있음. 현재 우즈베키스탄 바이어는 현지 은행에 자국화폐에서 USD로의 환전을 요청한 후 승인을 기다려야 하지만 우즈베키스탄 내 달러 부족과 환전을 하기 위한 많은 기업들로 인해 전체 과정이 모두 이루어지기까지 6개월 또는 그 이상이 소요되는 것이 일반적임
- 수출 기업들은 대금결제가 적시에 이루어지지 않아 물품 공급에 차질이 빚어지는 경우가 발생함. 때문에 L/C 거래는 미미한 수준이며, 여러 가지 다양한 대체 지불 방법이 사용되고 있음
- 현지 바이어들은 환치기 등의 편법을 이용해 대금을 지불하는 경향이 있으므로 이에 유의해야 함. 일부 바이어의 경우 현찰 결제 또는 외상 거래를 하는 경우도 있음. 또한 정상적인 거래 시 상당한 시간과 비용이 소요되므로 빠른 거래를 위해 정상 가격보다 30% 정도 싼 가격으로 거래가 이루어지는 등 마진율이 낮다는 특성이 있음
- 우즈베키스탄은 중앙아시아 지역 중심에 위치한 내륙국가로 한국에서 제품을 운송할 때 중국-카자흐스탄을 통한 내륙운송으로 인해 높은 물류비가 발생 함. 또한 중국 및 카자흐스탄 운송량 증가 시 우즈베키스탄까지의 운송 기간이 추가 소요되는 물류의 안정성을 확보하지 못함. 실제로 2011년 8월부터 12월까지 중국 및 카자흐스탄 물류 정체로 인해 한국에서 우즈베키스탄까지 통상 40일 소요되던 운송 기간이 6개월까지 소요된 적 있음

V 우즈베키스탄 라벨링 정보

□ 식품표시제도

- 주재국은 내각결의를 통해 2013.7.1.부터 해외 제조업체가 포장지에 우즈베크어로 제품설명을 표기(라벨링)해야 하는 수입소비재 품목(식료품, 에어컨, 냉장고 등 44개품목)을 선정 함
 - 우즈베크어로 라벨링되는 포장지는 제품의 일부분으로서 제품가격에 포함되며 소매로 판매되는 제품에 한함
- 동 조치는 해외 제조업체에게 라벨링 의무를 부과하여 밀수품, 위조품 수입 차단한 국내 소비재 생산업체를 지원하기 위한 목적이 있는 것으로 보이며, 우리 주요 품목의 수출에는 별 영향을 미치지 않은 것으로 보임
- 그러나, 자국 소비재의 품질경쟁력이 갖춰지지 않은 상황에서 국민들의 자국산 제품 소비로의 이동은 어려울 것으로 보이며, 오히려 라벨링 비용에 따른 수입제품가격 상승 및 수입제한 효과로 인한 수입 소비재 암시장 형성 등의 문제를 야기할 가능성이 커 보임
- 동 제품의 라벨링은 제조업체가 의무적으로 해야 하나 다음 사항을 예외로 적용함
 - 2013.7.1전 세관에서 통관절차 진행중에 있는 제품은 7.1이후에 통관되어도 2014.1.1.까지 우즈베크어 라벨링이 없이도 소매 판매 가능함
 - 2013.7.1.현재 우즈베크내에서 유통 중인 상품은 2014.4.1.까지 우즈베크어 라벨링 없이도 소매 판매 가능함
 - 2013.7.1.현재 우즈베크어 라벨링을 우즈베크내에서 만들어 유통되는 경우에도 2014.1.1.까지 우즈베크어 라벨링 없이도 소매판매가 가능함

□ 표기 내용

- 제품 포장지의 우즈베크어 라벨링에는 다음의 제품 정보가 반드시 포함되어야 함
 - 제품 제조 일자
 - 제조업자의 보증 의무

-
- 제품의 효과적이고 안전한 사용방법 및 규칙
 - 유효기간, 주의 사항
 - 제조업자(판매자 등), 소비자 불만 담당 기관 및 AS 업체 주소
 - 제품의 안전·보관·처리 방법
 - GMO(유전자변형작물) 관련 정보

□ 위반 시 벌칙

- 우즈베크어 라벨링 대상 수입소비재 품목인 경우, 동 라벨링 없이 우즈베크내 판매가 금지되며, 동 행위 위반시 상거래 위반으로 간주되어 행정책임법(제166조)에 따른 처벌을 받음
 - 첫 번째 위반 : 물건 압수 및 최저임금의 10배 과태료
 - 재차 위반 : 물건 압수 및 최저임금의 15배 과태료

※ 참고자료

- 우즈베키스탄 관세청 : <http://www.customs.uz>
- 우즈베키스탄 정부 : <http://www.gov.uz/>
- 주대한민국 우즈베키스탄 대사관 : <http://www.uzbekistan.or.kr/>
- 우즈베키스탄 인증기관 : <http://www.standart.uz/>
- 우즈베키스탄 컨설팅 회사(FMC) : <http://www.fmc.uz/>
- 국제연합식량농업기구(FAO) : <http://www.fao.org/>
- 대한무역투자진흥공사(KOTRA) : <http://www.kotra.or.kr/>
- 농수산물무역정보(KATI) : www.kati.net/
- 온라인 식료품 매장 : <http://www.korzinka.uz/>
- 한국보건산업진흥원 : www.khidi.or.kr
- 관세청 : www.customs.go.kr
- GTA : <http://www.tradestatistics.com/gta/>
- 업태별 점유율 : <http://www.stat.uz/>
- KOTRA : <http://www.kotra.or.kr/>