

2019년

해외시장 맞춤형조사



- No. 2001-07
- 품목 : 영·유아 이유식(Baby Food)
- 국가 : 카자흐스탄(KAZAKHSTAN)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

| | |
|---------------------------|---|
| SUMMARY | 4 |
| 1. 카자흐스탄 영유아 이유식 시장규모 | 5 |
| 2. 카자흐스탄 영유아 이유식 수출입 시장규모 | 6 |
| 3. 카자흐스탄 영유아 이유식 소비 시장규모 | 7 |

II. Market Trend (시장트렌드)

| | |
|--|----|
| SUMMARY | 11 |
| 1. 카자흐스탄 커뮤니티, 이유식 레시피 공유 게시글 다수 | 17 |
| 2. 카자흐스탄 인기 이유식으로 프리미엄 ‘퓨레’와 ‘죽’ 빈출해 | 18 |
| 3. 유통기한, 포장, 그리고 저작활동에 좋은지 여부가 제품 평가에 영향 | 19 |
| 4. 카자흐스탄 소비자, 알레르기 반응과 변비 현상 없는 제품 선호해 | 20 |

III. Distribution Channel (유통채널)

| | |
|---------------------------|----|
| SUMMARY | 22 |
| 1. 카자흐스탄 영유아 이유식 유통구조 | 23 |
| 2. 카자흐스탄 영유아 이유식 주요 유통업체 | 24 |
| 3. 카자흐스탄 영유아 이유식 B2C 소매채널 | 26 |

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

| | |
|---------------------------|----|
| SUMMARY | 47 |
| 1. 카자흐스탄 영유아 이유식 인증 취득 | 48 |
| 2. 카자흐스탄 영유아 이유식 업체·제품 등록 | 51 |
| 3. 카자흐스탄 영유아 이유식 라벨 심의 | 52 |
| 4. 카자흐스탄 영유아 이유식 서류 준비 | 56 |
| 5. 카자흐스탄 영유아 이유식 세금 납부 | 57 |
| 6. 카자흐스탄 영유아 이유식 검역 심사 절차 | 58 |

V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

| | |
|-------------------------------|----|
| SUMMARY | 61 |
| Interview ① 베이비-푸드(Baby-food) | 63 |
| Interview ② 베벡(Bebek) | 64 |
| Interview ③ 테레목(Teremok) | 65 |
| Interview ④ 플립(Flip) | 67 |
| Interview ⑤ 바이오스페라(Biosfera) | 68 |

* 참고문헌

69

I. Market Size

SUMMARY

1. 카자흐스탄 영유아 이유식 시장규모
2. 카자흐스탄 영유아 이유식 수출입 시장규모
3. 카자흐스탄 영유아 이유식 소비 시장규모

Market Size

(시장규모)

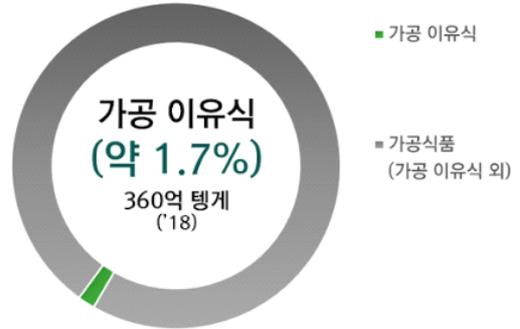
카자흐스탄 (KAZAKHSTAN)

영유아 이유식 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(가공 이유식)

- 카자흐스탄 가공식품¹⁾ 시장규모
..... 2조 670억 텡게('18)
- 카자흐스탄 가공 이유식²⁾ 시장규모
..... **360억 텡게('18)**

(*) Euromonitor International

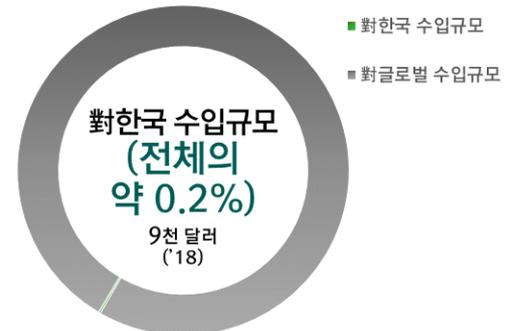


카자흐스탄 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(쌀), 제품의 품목(조제 식료품)

- HS 1904.10³⁾ '곡물 조제 식료품'
카자흐스탄 對 글로벌 수입 규모
..... 557만 6 달러('18)
- HS 1904.10 '곡물 조제 식료품'
카자흐스탄 對 한국 수입규모
..... **9,000달러('18)**

(*) International Trade Centre



영유아 이유식 소비 시장규모

지표 설정 기준: 카자흐스탄의 전반적인 연령대별 인구 규모와 구매력을 보유한 소비자 규모 확인을 위해 '카자흐스탄 연령대별 인구 규모'와 '카자흐스탄 가구 소득분포'를 확인함. 또한, 조사제품의 품목(영유아 이유식)을 반영하여 '카자흐스탄 이유식 소비량'을 조사함

- | | |
|---|--|
| <p>① 카자흐스탄 연령대별 인구규모 ('19)</p> <p>전체 1,839만 6,000명(100%)</p> <p>0-9세 378만 4,000명(21%)</p> <p>10-19세 260만 명(14%)</p> <p>20-29세 275만 9,000명(15%)</p> <p>30-39세 286만 4,000명(16%)</p> | <p>② 카자흐스탄 5분위별 가구소득분포 ('18)</p> <p>1분위(하위 20%) 9.3%</p> <p>2분위 13.0%</p> <p>3분위 16.5%</p> <p>4분위 22.0%</p> <p>5분위 39.2%</p> |
|---|--|

※상위 4개 연령대의 인구규모를 제시함

- ③ 카자흐스탄 이유식 소비량 ('18)
- 이유식 소비량 700억 텡게

(*) Kazakhstan Of Statistics, Euromonitor

1) 가공식품(Packaged Food): B2B(예:레스토랑,거리음식점 등) 채널 및 B2C(예:백화점,하이퍼마켓) 채널에서 판매되는 가공처리 된 모든 식품
 2) 가공 이유식(Prepared Baby Food): 병, 캔, 또는 레토르트용 파우치에 담겨 판매되는 이유식. 유아용 푸레, 요거트, 냉장 디저트, 수프, 아이스크림 등을 포함함
 3) HS CODE 1904.10: 곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품(예: 콘 플레이크(corn flake)과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수 제외)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정함)

1. 카자흐스탄 영유아 이유식 시장규모

조사 시장: 조사 제품 ‘영유아 이유식’은 국내산 쌀로 조제되었으며 파우치 용기에 담아 판매되는 가공 이유식임. 이에 제품의 품목(가공 이유식)을 반영하여 카자흐스탄 ‘가공식품’ 시장과 ‘가공 이유식’ 시장의 규모를 확인함

카자흐스탄 국가 일반 정보⁷⁾

| | |
|-----------|--------------------------|
| 면적 | 2,724,900km ² |
| 인구 | 1,840만 명 |
| GDP | 1,771억 달러 |
| GDP (1인당) | 9,237달러 |

▶ 2014-2018년, 카자흐스탄 ‘가공식품’ 시장규모 연평균성장률 11%

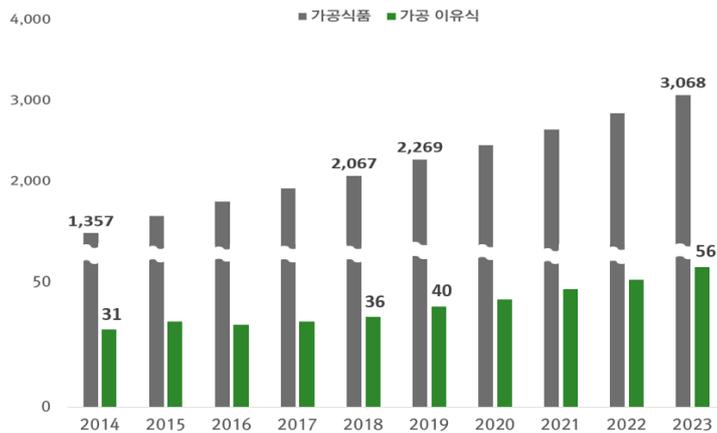
지난 5년(2014-2018년)간 카자흐스탄의 ‘가공식품’ 시장은 연평균 11%의 높은 성장률로 증가하여 2018년 2조 670억 텡게 규모를 기록함. ‘가공 이유식’ 시장은 동기간 4%의 연평균성장률을 보이며 2018년 360억 텡게 규모를 기록함

▶ 2019-2023년, 카자흐스탄 ‘가공 이유식’ 시장 연평균성장률 9% 예측

향후 5년(2019-2023년)간 카자흐스탄 ‘가공 이유식’ 시장은 9%의 연평균성장률을 보이며 2023년 560억 텡게의 시장규모를 기록할 것으로 예상됨. 유로모니터에 따르면, 카자흐스탄 ‘가공 이유식’ 시장은 카자흐스탄 여성경제활동인구 증가에 따라 지속적으로 성장하고 있음⁴⁾

[표 1.1] ‘가공식품’, ‘가공 이유식’ 시장 규모⁵⁾6)

단위: 십억 텡게



| 분류 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR (14-18) |
|-------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| 상위 품목 | 1,357 (4.4조 원) | 1,572 (5.0조 원) | 1,743 (5.6조 원) | 1,910 (6.1조 원) | 2,067 (6.6조 원) | 11% |
| 해당 품목 | 31 (995억 원) | 34 (1,091억 원) | 33 (1,059억 원) | 34 (1,091억 원) | 36 (1,156억 원) | 4% |
| 전망 | 2019(F) | 2020(F) | 2021(F) | 2022(F) | 2023(F) | CAGR (19-23) |
| 상위 품목 | 2,269 (7.3조 원) | 2,444 (7.8조 원) | 2,636 (8.5조 원) | 2,842 (9.1조 원) | 3,068 (9.8조 원) | 8% |
| 해당 품목 | 40 (1,284억 원) | 43 (1,380억 원) | 47 (1,509억 원) | 51 (1,637억 원) | 56 (1,798억 원) | 9% |

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 자료: 유로모니터(Euromonitor). 「Baby Food in Kazakhstan」, 2019.09

5) 1텡게=3.21원(2020.02.26., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 카자흐스탄 영유아 이유식 수출입 시장규모

조사 시장: 조사 제품 ‘영유아 이유식’은 주원료인 국내산 쌀을 가공하여 만든 조제 식료품임. 이에 제품의 원료(쌀)와 품목(조제 식료품)을 반영하여 ‘곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품(HS CODE 1904.10)’ 시장의 규모를 확인함

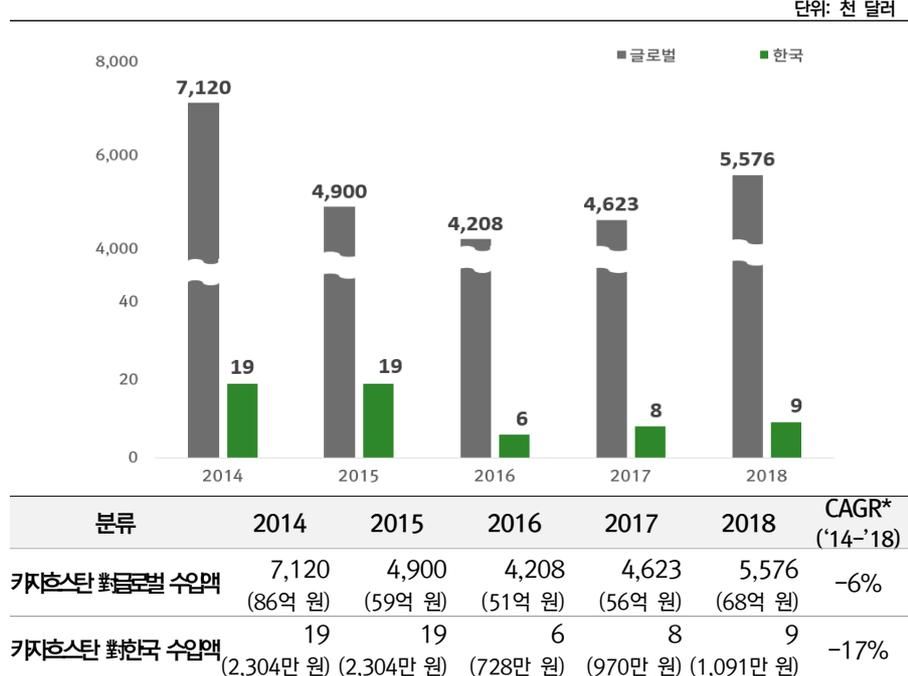
▶ 2014-2018년, 카자흐스탄 對글로벌 수입액 연평균성장률 -6%

카자흐스탄 ‘HS CODE 1904.10(곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품)’의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 6%의 감소세를 보이며 2018년 5,576만 6,000달러를 기록함. 카자흐스탄은 HS CODE 1904.10 품목 대부분을 러시아에서 수입하고 있으며, 2018년 기준 해당 품목의 對러시아 수입 규모는 對글로벌 규모의 약 90%인 500만 5,000달러 (약 61억원)로 나타남

▶ 2014-2018년 카자흐스탄 對한국 수입액 연평균성장률 -17%

카자흐스탄 HS CODE 1904.10 품목의 對한국 수입규모는 2014-2018년간 연평균 17%의 감소세를 보이며 2018년 9,000달러를 기록함

[표 1.2] HS CODE 1904.10 수입 규모⁸⁾⁹⁾



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 1904.10 기준

8) 1달러=1,212.70원 (2020.02.26., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 카자흐스탄 영유아 이유식 소비 시장규모

1) 카자흐스탄 연령대별 인구 규모

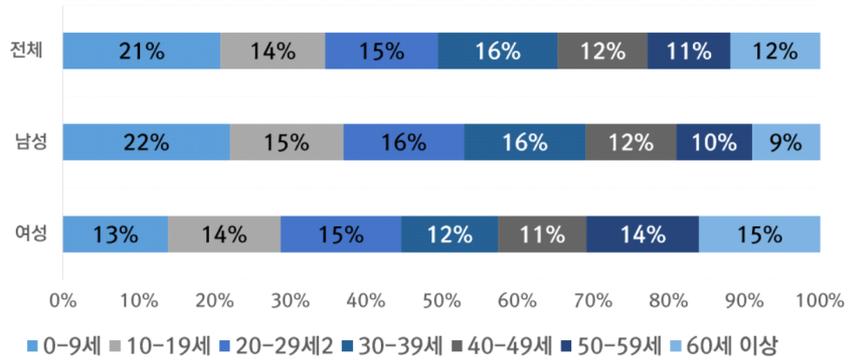
카자흐스탄의 전반적인 연령대별 인구 규모와 구매력을 보유한 소비자 규모 확인을 위해 '카자흐스탄 연령대별 인구 규모'와 '카자흐스탄 가구소득분포'를 확인함. 또한, 조사제품의 품목(영유아 이유식)을 반영하여 '카자흐스탄 이유식 소비량'을 조사함

▶ 카자흐스탄 연령대별 인구 규모, 0-9세가 378만 4,000명으로 1위

2019년 기준, 카자흐스탄의 총 인구수는 약 1,839만 6,000명임. 연령별 인구 구성은 남성이 전체 인구의 48%인 약 891만 3,000명, 여성 인구는 52%인 948만 3,000명으로 여성 인구 비율이 높은 것으로 나타남. 연령별 인구 구성은 10세 이하의 인구가 약 378만 4,000명(전체 인구의 21%)으로 가장 많음. 다음으로 30대 인구가 286만 4,000명(16%), 20대 인구 275만 9,000명(15%) 등의 순으로 많은 것으로 나타남

[표 1.3] 2019년 카자흐스탄 연령대별 인구 분포¹⁰⁾

단위: 천 명



| | 전체 | | 남성 | | 여성 | |
|--------|--------|--------|-------|--------|-------|--------|
| 0-9세 | 3,784 | (21%) | 1,948 | (22%) | 1,836 | (19%) |
| 10-19세 | 2,600 | (14%) | 1,333 | (15%) | 1,267 | (13%) |
| 20-29세 | 2,759 | (15%) | 1,391 | (16%) | 1,368 | (14%) |
| 30-39세 | 2,864 | (16%) | 1,413 | (16%) | 1,451 | (15%) |
| 40-49세 | 2,244 | (12%) | 1,080 | (12%) | 1,164 | (12%) |
| 50-59세 | 2,003 | (11%) | 926 | (10%) | 1,077 | (11%) |
| 60세 이상 | 2,142 | (12%) | 822 | (9%) | 1,320 | (14%) |
| 전체 인구 | 18,396 | (100%) | 8,913 | (100%) | 9,483 | (100%) |

자료: 카자흐스탄 통계위원회(Kazakhstan Of Statistics)

10) 인구수와 비율(%)은 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 전체 수 또는 전체 비율(%)이 미달, 초과될 수 있음

▶ 2018년, 카자흐스탄 상위 20%가 전체 소득의 39.2% 차지

2) 카자흐스탄 가구소득분포

2014-2018년 기간 동안 카자흐스탄의 분위별 가구소득분포는 대부분 감소한 것으로 나타남. 1-4분위는 연평균 0.3-0.8%까지 매해 감소하였으나, 상위가계소득 20%인 5분위는 연평균 0.8% 증가함. 이 중 감소폭이 가장 큰 집단은 3분위(-0.8%)로 확인됨

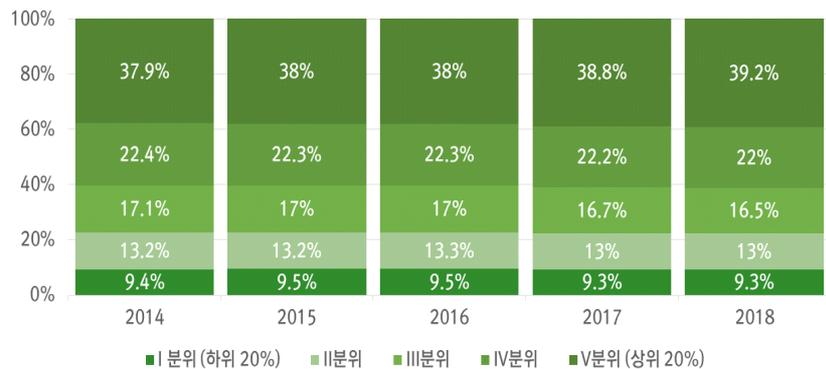
2018년 분위별 인구수

| 구분 | 인구수 |
|-----|-----------|
| 1분위 | 1,697,250 |
| 2분위 | 2,372,500 |
| 3분위 | 3,011,250 |
| 4분위 | 4,015,000 |
| 5분위 | 7,154,000 |

단위 : 명
자료 : EC21R&C (2018년 인구 대비 추산)

2018년 카자흐스탄 통계위원회에서 발표한 카자흐스탄 전체 인구는 약 1,825만 명임. 2018년 기준 전체의 9.3%를 차지하는 1분위 인구는 약 167만 명, 13.0%인 2분위 인구는 약 237만 명으로 확인되며, 전체의 16.5%를 차지하는 것으로 나타난 3분위 인구는 약 301만 명, 4분위 인구는 22.0%로 약 402만 명으로 추산됨. 가처분소득 증가를 보인 5분위는 전체의 39.2%를 차지하며 약 715만 명이 이 구간에 해당하는 것으로 예상함

[표 1.4] 2014-2018년, 5분위별 가구소득분포¹¹⁾



| 5분위별 소득분포 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1분위 (하위 20%) | 9.4% | 9.5% | 9.5% | 9.3% | 9.3% | -0.3% |
| 2분위 | 13.2% | 13.2% | 13.3% | 13.0% | 13.0% | -0.4% |
| 3분위 | 17.1% | 17.0% | 17.0% | 16.7% | 16.5% | -0.8% |
| 4분위 | 22.4% | 22.3% | 22.3% | 22.2% | 22.0% | -0.5% |
| 5분위 (상위 20%) | 37.9% | 38.0% | 38.0% | 38.8% | 39.2% | 0.8% |

자료: 카자흐스탄 통계위원회(Kazakhstan Of Statistics)

11) 5분위별 소득분포: 전 가구를 최저소득가구로부터 최고소득가구까지 5분위별로 구분하여 각 분위의 소득을 전체가구 소득의 백분비로 나타냄. 전 가구 중 최저소득가구 비율 20%가 제 I분위임

3) 카자흐스탄 이유식 소비량

▶ 2014-2018년, 카자흐스탄 ‘이유식’ 시장규모 연평균성장률 3%

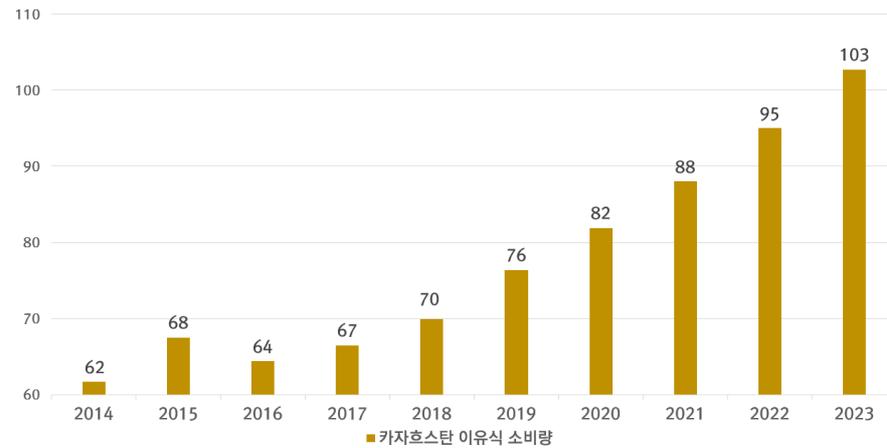
2014-2018년 간 카자흐스탄의 ‘이유식’ 소비량은 연평균 3%의 성장률로 꾸준히 증가하여 2018년 70억 톤계를 기록함. 카자흐스탄 ‘이유식’ 소비량은 전년대비 약 6%의 감소세를 보인 2016년을 제외하고 매년 전년 대비 성장해옴

▶ 2019-2023년, 카자흐스탄 ‘이유식’ 시장 연평균성장률 8% 예측

향후 5년(2019-2023년)간 카자흐스탄 ‘이유식’ 소비량은 8%의 높은 연평균성장률을 보이며 증가하여 2023년 1,030억 톤계를 기록할 것으로 예상됨. 유로모니터에 따르면, 2019년 ‘이유식’ 시장 중 특히 ‘특수 분유’ 제품의 성장이 두드러짐. 카자흐스탄 내 알레르기를 보유한 유아 수가 증가함에 따라, 카자흐스탄 부모들은 ‘저자극성’ 로고가 부착된 특수 분유 제품을 선호하는 경향을 보임. 또한, 기존의 병 제품보다 가격이 저렴하고 휴대하기 편리한 ‘스탠드업 파우치’ 유아식 제품이 인기를 얻고 있음¹²⁾

[표 1.5] 2014-2018년 ‘이유식’ 소비량¹⁴⁾

단위: 십억 톤계



| 분류 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | CAGR (14-18) |
|-----|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-----------------|
| 이유식 | 62 (1,990억 원) | 68 (2,183억 원) | 64 (2,054억 원) | 67 (2,151억 원) | 70 (2,247억 원) | 3% |
| 전망 | 2019(F) | 2020(F) | 2021(F) | 2022(F) | 2023(F) | CAGR (19-23) |
| 이유식 | 76 (2,440억 원) | 82 (2,632억 원) | 88 (2,825억 원) | 95 (3,050억 원) | 103 (3,306억 원) | 8% |

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

12) 자료: 유로모니터(Euromonitor). 「Baby Food in Kazakhstan」, 2019.09

14) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

II. Market Trend

SUMMARY

1. 카자흐스탄 커뮤니티, 이유식 레시피 공유 게시물 다수
2. 카자흐스탄 인기 이유식으로 프리미엄 '퓨레'와 '죽' 빈출해
3. 유통기한, 포장, 그리고 자작활동에 좋은지 여부가 제품 평가에 영향
4. 카자흐스탄 소비자, 알레르기 반응과 변비 현상 없는 제품 선호해



Market Trend

(시장트렌드)

카자흐스탄 (KAZAKHSTAN)

영유아 이유식 시장트렌드



카자흐스탄 커뮤니티에서 ‘레시피’ 키워드 최다 빈출
‘알레르기가 있는 영유아 자녀의 식단에 대한 고민 엿보여’



영유아 식품으로 사과, 바나나 등 과일 맛 제품 인기
‘프리바이오틱스 성분 함유된 제품 수요 有’

■ Kazakhstan Issue ①
카자흐스탄 커뮤니티,
이유식 레시피 공유 게시물 다수
‘특히 수프 형태의 이유식 선호해’

■ Kazakhstan Issue ②
인기 영유아 식품으로
프리미엄 ‘퓨레’와 ‘죽’ 빈출
‘프리미엄 영유아 식품 브랜드 인기’



우유죽 제품 구매 후기에 ‘맛’, ‘유통기한’, ‘포장’ 키워드 빈출
‘씹다, 묵념김, 소화 등 저작활동을 가리키는 키워드도 출현’



카자흐스탄 소비자, 영유아 식품 구매 시 가성비 중요시 여겨
‘분유의 맛 뿐만 아니라 물에 잘 녹는지 여부도 구매 평가에 영향’

■ Kazakhstan Issue ③
맛 이외에 ‘유통기한’, ‘포장’이
주요 구매 고려요소
‘영유아 자녀의 저작활동에 좋은지 여부도 평가에 영향’

■ Kazakhstan Issue ④
카자흐스탄 소비자,
알레르기 반응과 변비 현상 없는 제품 선호해
‘자녀의 알레르기 반응이나 변비 현상을 토대로 품질 평가해’

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원



(카자흐스탄 매체 총 8개)
: 카자흐스탄 온라인 쇼핑몰 5개
: 카자흐스탄 커뮤니티 3개

데이터 분류 키워드집

(이유식 연관 키워드집)



데이터 분석 - 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

| | |
|--------|---------------|
| 수집 기간 | 18.01 - 20.01 |
| 수집 데이터 | 1,050 |

데이터 정제

| | |
|--------|-----------------------------------|
| 정제 키워드 | 이유식 (Детские продукты питания) |
| 정제 데이터 | 487 |

○ 데이터 수집

- 카자흐스탄 영유아 이유식 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 카자흐스탄 데이터 소스원 리스트

| 번호 | 매체명 | 홈페이지 | 비고 |
|----|-------------|----------------------|---------|
| 01 | Flip-R | www.flip.kz | 온라인 쇼핑몰 |
| 02 | Kaspi | kaspi.kz | 온라인 쇼핑몰 |
| 03 | Avakado | kokshetau.avakado.kz | 온라인 쇼핑몰 |
| 04 | Biosfera | biosfera.kz | 온라인 쇼핑몰 |
| 05 | Wildberries | www.wildberries.kz | 온라인 쇼핑몰 |
| 06 | Vkontakte | vk.com | 커뮤니티 |
| 07 | Reddit | www.reddit.com | 커뮤니티 |
| 08 | Twitter | twitter.com | 커뮤니티 |

○ 데이터 분석 키워드집

- 카자흐스탄 영유아 이유식 관련 데이터 소스원 사전조사

[표 2.2] 카자흐스탄 이유식 관련 데이터 소스원 리스트

|  | |  | |  | |
|---|------|--|------|---|------|
| 현지 커뮤니티, 이유식 관련 소비자 의견 | | 현지 온라인 쇼핑몰, 인기 이유식 특징 | | 현지 온라인 쇼핑몰, 이유식 구매 후기 | |
| 키워드 ① | 레시피 | 키워드 ① | 퓨레 | 키워드 ① | 품질 |
| 키워드 ② | 수프 | 키워드 ② | 죽 | 키워드 ② | 알레르기 |
| 키워드 ③ | 유제품 | 키워드 ③ | 과일 | 키워드 ③ | 유통기한 |
| 키워드 ④ | 알레르기 | 키워드 ④ | 프리미엄 | 키워드 ④ | 저작활동 |

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 카자흐스탄 영유아 이유식 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 카자흐스탄 이유식 관련 분석 키워드

| 키워드 수립 근거 | | 분류 | 키워드 | | 수립 근거 ^(*) | | |
|-----------|---------------|--------------|------|---------------|----------------------|------|----|
| | | | 의미 | 해당국가 언어(카자흐어) | 참여기업 | 경쟁기업 | 기타 |
| 참여 기업 | 한국 개발사 사용 키워드 | 이유식 유형 및 맛 | 퓨레 | пюре | 0 | 0 | |
| | | | 죽 | каша | 0 | 0 | |
| 주스 | сок | | | 0 | | | |
| 염소(우유) | козьем | | | 0 | 0 | | |
| 우유 | молоке | | | 0 | | | |
| 파우치 | пауч | | | 0 | | | |
| 바나나 | бананом | | | 0 | | | |
| 사과 | яблоко | | | 0 | | | |
| 구매 고려요소 | 맛 | | вкус | | 0 | | |
| | 가격 | | цена | | 0 | | |
| | 품질 | качество | 0 | 0 | | | |
| | 알레르기 | аллергии | 0 | 0 | | | |
| | 성분 | состав | | 0 | | | |
| | 용해 | растворяется | | 0 | | | |
| | 변비 | запоров | | 0 | | | |
| 이유식 브랜드 | 거버 | Gerber | | 0 | | | |
| | 프루토나냐 | фрутоняня | | 0 | 0 | | |
| | 마마코 | мамако | | 0 | 0 | | |

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 카자흐스탄 온라인 쇼핑몰에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. 온라인 쇼핑몰에서 ‘영유아 이유식’을 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열해 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 상품명을 수집함 (쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

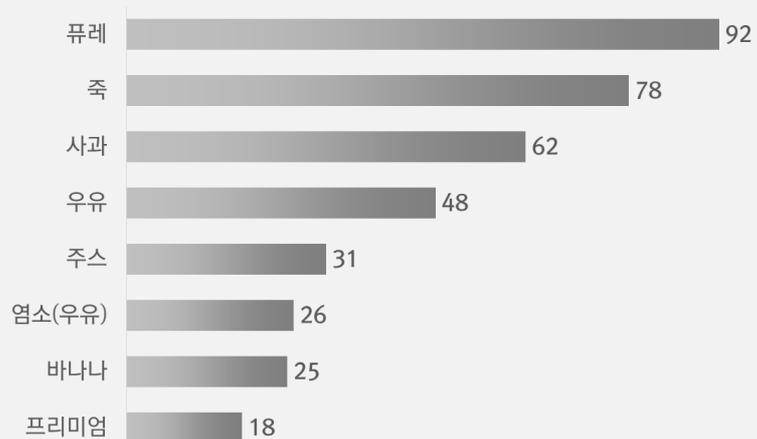
※ TF, Term Frequency 개념

| 문서 1 | 문서 2 | 문서 3 |
|--|---|---|
| 빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다..... | 미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래? | 미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의... |

| 키워드 빈도 산출 방식 | 문서1 | 문서2 | 문서3 | TOTAL |
|---|-----|-----|-----|-------|
| TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도) | 3 | 3 | 0 | 6회 |
| DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수) | 포함 | 포함 | 비포함 | 2건 |

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[TF 기준 데이터 분석 결과 요약]



3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 카자흐스탄 커뮤니티 게시글과 온라인 쇼핑몰의 제품 구매 후기를 분석함
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF¹⁵⁾와 TF-IDF¹⁶⁾ 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출
4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

※ DF, Document Frequency 개념

| 문서 1 | 문서 2 | 문서 3 |
|--|---|---|
| 빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다..... | 미 국제청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국제청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래? | 미국 국제청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의... |

| 키워드 빈도 산출 방식 | 문서1 | 문서2 | 문서3 | TOTAL |
|---|-----|-----|-----|-------|
| TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도) | 3 | 3 | 0 | 6회 |
| DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수) | 포함 | 포함 | 비포함 | 2건 |

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)



15) TF-DF란 '문서 내 특정 키워드 출현 비율'과 '전체 문서 중 특정 키워드를 포함한 문서 비율'을 곱한 값임. 이는 심도 있게 다뤄진 이슈 키워드를 살펴보기 위해 연구자가 산출한 값임

16) TF-IDF란 어떤 단어가 특정 문서 내에서 얼마나 중요한 것인지를 나타내는 통계적 수치임. 공식은 단어 빈도(TF)와 역문서 빈도(IDF)를 곱한 값임

1. 카자흐스탄 커뮤니티, 이유식 레시피 공유 게시글 다수

영유아를 위한 수프 레시피



| 필요한 재료 | 양 |
|--------|--------|
| 저온살균우유 | 50ml |
| 설탕 | 1pinch |
| 소금 | 1pinch |
| 쌀 | 25g |
| 당근 | 100g |

출처: 본카케(vk.com)

알레르기가 있는 자녀의 식단에 대한 소비자 의견

아이에게 알레르기가 있는 경우, 섭취 가능한 육류 종류가 무엇인지에 대해 의사의 조언을 받아야 합니다. 한편,オート밀, 쌀죽, 콩, 옥수수 등의 곡물은 보통 알레르기가 있어도 섭취 가능한 식단입니다.

출처: 본카케(vk.com)

▶ 카자흐스탄 커뮤니티, ‘레시피’ 키워드 최다 빈출

▶ 특히 수프 형태의 이유식 선호해

이유식과 관련해 카자흐스탄 커뮤니티 게시글을 분석한 결과, ‘레시피’가 최다 빈출함. 이를 통해 자녀들을 위해 직접 이유식을 만드는 카자흐스탄 소비자들이 적지 않음을 알 수 있음. 특히 영유아 자녀가 쉽게 소화시킬 수 있는 수프 형태의(Soup, Porridge) 이유식을 주로 만드는 것으로 나타남. 이를 통해 즉 형태와 유사한 쌀 이유식 제품의 시장성을 엿볼 수 있음

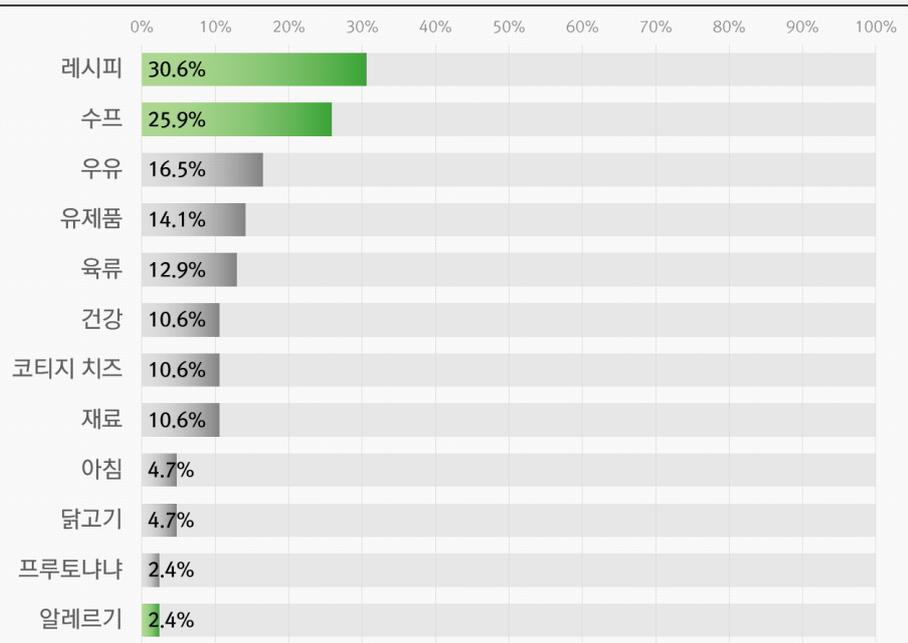
▶ 알레르기가 있는 영유아 자녀의 식단에 대한 고민 엿보여

영유아 자녀를 대상으로 한 식품인 만큼 ‘건강’에 좋은 재료나 성분을 고려하는 소비자가 많음. 특히 ‘알레르기’가 있는 자녀일수록 식단 구성에 고민이 많은 것으로 나타남. 관련 게시글에서 육류 섭취의 경우 의사의 조언이 필요하며 육류 대신 야채나 곡물 섭취를 권장하는 일부 소비자의 의견을 확인함

▶ 카자흐스탄 커뮤니티 내 이유식 관련 주요 이슈

① 레시피 ② 수프 ③ 알레르기

【표 2.4】 카자흐스탄 커뮤니티 내 ‘이유식’ 주요 키워드



자료 : 카자흐스탄 커뮤니티 내 ‘이유식’ 관련 게시글 85건 분석 (18.01 - 20.02)

값 설명 : 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(DF)

2. 카자흐스탄 인기 이유식으로 프리미엄 ‘퓨레’와 ‘죽’ 진출해

카자흐스탄 온라인 쇼핑몰 내 인기 이유식 제품



| | |
|-------|--|
| 제품명 | 호박, 복숭아, 쌀 우유죽(Milk Porridge) |
| 브랜드 | 프루토나냐 (ФруитоНяня) |
| 가격 | 796텡게 (2,555원) ¹⁷⁾ |
| 용량 | 200g |
| 소비 연령 | 5개월 ~ 3세 |
| 특징 | 색소나 방부제 등 인공 첨가물이 들어가지 않은 프리미엄 이유식 |

출처: 와일드베리(www.wildberries.kz)

▶ 카자흐스탄 온라인 쇼핑몰에서 인기 있는 이유식 제품은 ‘퓨레’와 ‘죽’

카자흐스탄 온라인 쇼핑몰 내 인기 이유식 제품으로 ‘퓨레’와 ‘죽’이 가장 많이 출현함. 이는 앞서 확인한 커뮤니티 데이터와 유사한 결과임. 특히 ‘사과’, ‘바나나’ 등 과일 맛 ‘퓨레’와 ‘죽’이 많은 것으로 나타남. 대체로 6개월부터 3세까지의 어린이를 대상으로 하고 있으며, 인공 색소나 감미료, 방부제가 들어가지 않은 점을 강조함

▶ 카자흐스탄 소비자, 네슬레 거버 제품 선호해

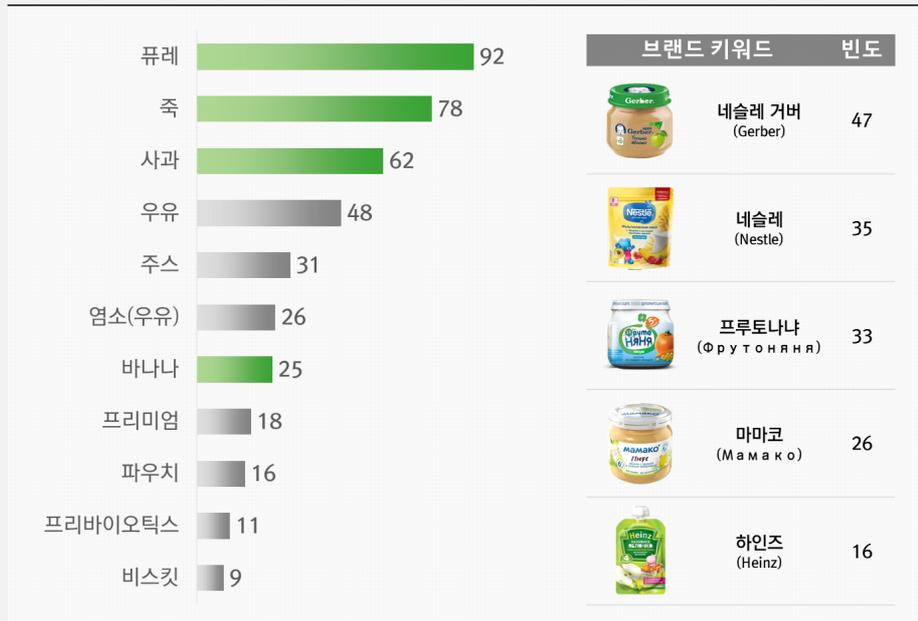
▶ 프리바이오틱스 성분 함유된 제품 수요 有

브랜드 별로는 프리미엄 이유식으로 인지도가 높은 ‘네슬레 거버’ 제품이 가장 많이 판매되고 있음. 그 뒤를 이어 ‘네슬레’ 브랜드와 러시아산 ‘프루토나냐’, 스페인산 ‘마마코’ 순으로 나타남. 한편, ‘프리바이오틱스’ 성분이 함유된 제품 수요가 적지 않아 자녀의 장 건강에 대한 관심이 높은 것으로 추정됨

▶ 카자흐스탄 온라인 쇼핑몰 내 인기 이유식 제품 특징

① 퓨레, 죽 ② 사과, 바나나

[표 2.6] 카자흐스탄 온라인 쇼핑몰 내 ‘이유식’ 제품 주요 키워드



자료 : 카자흐스탄 온라인 쇼핑몰 내 인기 ‘이유식’ 제품 338개 분석 (18.01 - 20.02)
값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

17) 1텡게=3.21원 (2020.02.26., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 유통기한, 포장, 그리고 저작활동에 좋은지 여부가 제품 평가에 영향

구매 후기 분석 대상 제품



제품명 혼합 곡물 & 과일 우유죽(Milk Porridge)

브랜드 하인즈 (Heinz)

가격 820텡게 (2,632원)

용량 200g

출처: 와일드베리(www.wildberries.kz)

▶ ‘맛’, ‘유통기한’, ‘포장’이 주요 구매 고려요소

인기 이유식 제품 중 ‘우유죽’ 제품의 구매 후기를 분석함. 해당 제품의 경우 ‘좋은’, ‘맛있는’ 등의 긍정적 평가가 주를 이룸. 제품 맛에 대한 언급이 가장 많았으며, 이 밖에 ‘유통기한’, ‘포장’ 등의 키워드가 다수 출현함. 이를 통해 카자흐스탄 소비자들은 이유식의 포장 형태나 유통기한에 대한 고려가 크다는 점을 알 수 있음. 한편, 일부 후기 중 자녀가 아닌 본인이 섭취하기 위한 목적으로 구매했다는 의견도 나타남. 이들은 맛이 좋아서 아침 식사 대용으로 이용한다고 응답해, 해당 제품의 소비자 층이 다소 넓은 것으로 보여짐

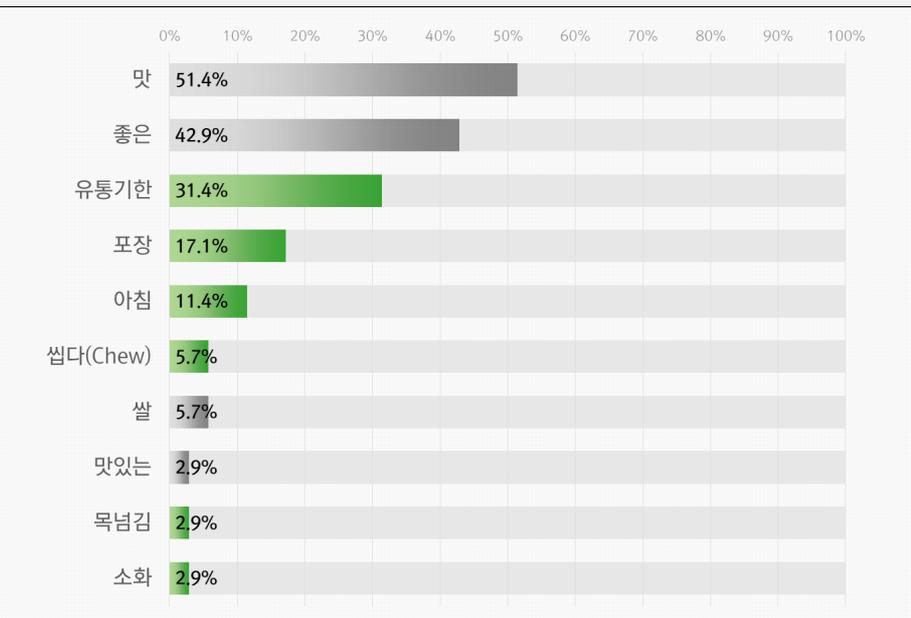
▶ 영유아 자녀들이 저작활동을 배우기에 좋은 식품이란 긍정적 평가

한편, ‘씹다’, ‘목넘김’, ‘소화’ 등의 키워드를 통해 자녀들이 해당 제품 섭취를 통해 저작활동을 배우기 시작했다는 의견도 볼 수 있음. 구체적으로 제품 안에 내용물로 들어간 곡물 플레이크(Flake)나 과육이 영유아 자녀들도 씹어서 삼킬 수 있을 만큼 강도가 적당하다는 평가가 많음

▶ 카자흐스탄 온라인 쇼핑몰 내 이유식 구매 후기 주요 이슈

- ① 유통기한, 포장 ② 아침 ③ 씹다, 목넘김, 소화

[표 2.6] 카자흐스탄 온라인 쇼핑몰 내 ‘이유식’ 구매 후기 주요 키워드



자료 : 카자흐스탄 온라인 쇼핑몰 내 ‘이유식’ 구매 후기 35건 분석 (18.01 - 20.02)
 값 설명 : 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(DF)

4. 카자흐스탄 소비자, 알레르기 반응과 변비 현상 없는 제품 선호해

구매 후기 분석 대상 제품 ①



| | |
|-----|-------------------|
| 제품명 | 뉴트리론 프리미엄 분유 |
| 브랜드 | 뉴트리시아 (Nutricia) |
| 가격 | 4,717팅게 (15,142원) |
| 용량 | 800g |

출처: 카스피(kaspi.kz)

구매 후기 분석 대상 제품 ②



| | |
|-----|------------------|
| 제품명 | 난 4 옵티프로 분유 |
| 브랜드 | 네슬레 (Nestle) |
| 가격 | 2,960팅게 (9,502원) |
| 용량 | 400g |

출처: 바이오스페라(biosfera.kz)

- ▶ 카자흐스탄 소비자, 영유아 식품 구매 시 가성비를 중요하게 여겨
- ▶ 자녀의 알레르기 반응이나 변비 현상을 토대로 품질 평가해

이유식과 더불어 분유 제품 구매 후기를 통해 영유아 식품 구매 시 중요하게 고려하는 요소를 파악하고자 함. 분유의 경우 ‘품질’과 ‘가격’에 대한 언급이 가장 많음. 실제로 ‘가격 대비 품질이 좋다’, ‘품질도 좋고 가격도 적당하다’ 등의 후기가 있어 두 속성을 함께 고려하는 소비자가 많은 것으로 나타남. 품질 평가 시 제품에 함유된 ‘성분’을 고려하기도 하며, 일부 소비자는 영유아 자녀가 해당 제품을 섭취한 후 ‘알레르기’ 반응이나 ‘변비’가 없었던 것을 토대로 품질을 평가하기도 함

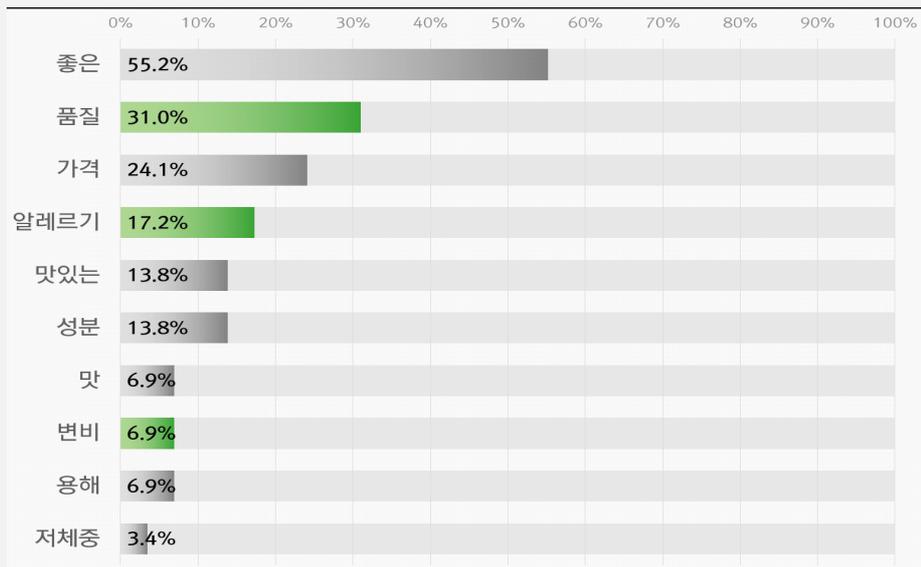
- ▶ 분유의 ‘맛’뿐만 아니라 ‘물에 잘 녹는지 여부’도 구매 평가에 영향 미쳐

분유의 맛에 대한 언급도 많았는데, 이는 자녀가 거부하지 않고 잘 먹는 것을 보아 ‘맛’이 좋다고 평가하는 것으로 나타남. 한편 분유를 탈 때 ‘물에 잘 녹는 점(용해)’ 또한 소비자의 만족에 영향을 미치는 것으로 확인됨. 이를 통해 제품 제조 용이성이 영유아 식품 구매 시 중요한 요소로 작용할 것으로 보임

▶ 카자흐스탄 온라인 쇼핑몰 내 분유 구매 후기 주요 이슈

- ① 품질 ② 알레르기 ③ 변비

[표 2.7] 카자흐스탄 온라인 쇼핑몰 내 ‘분유’ 구매 후기 주요 키워드

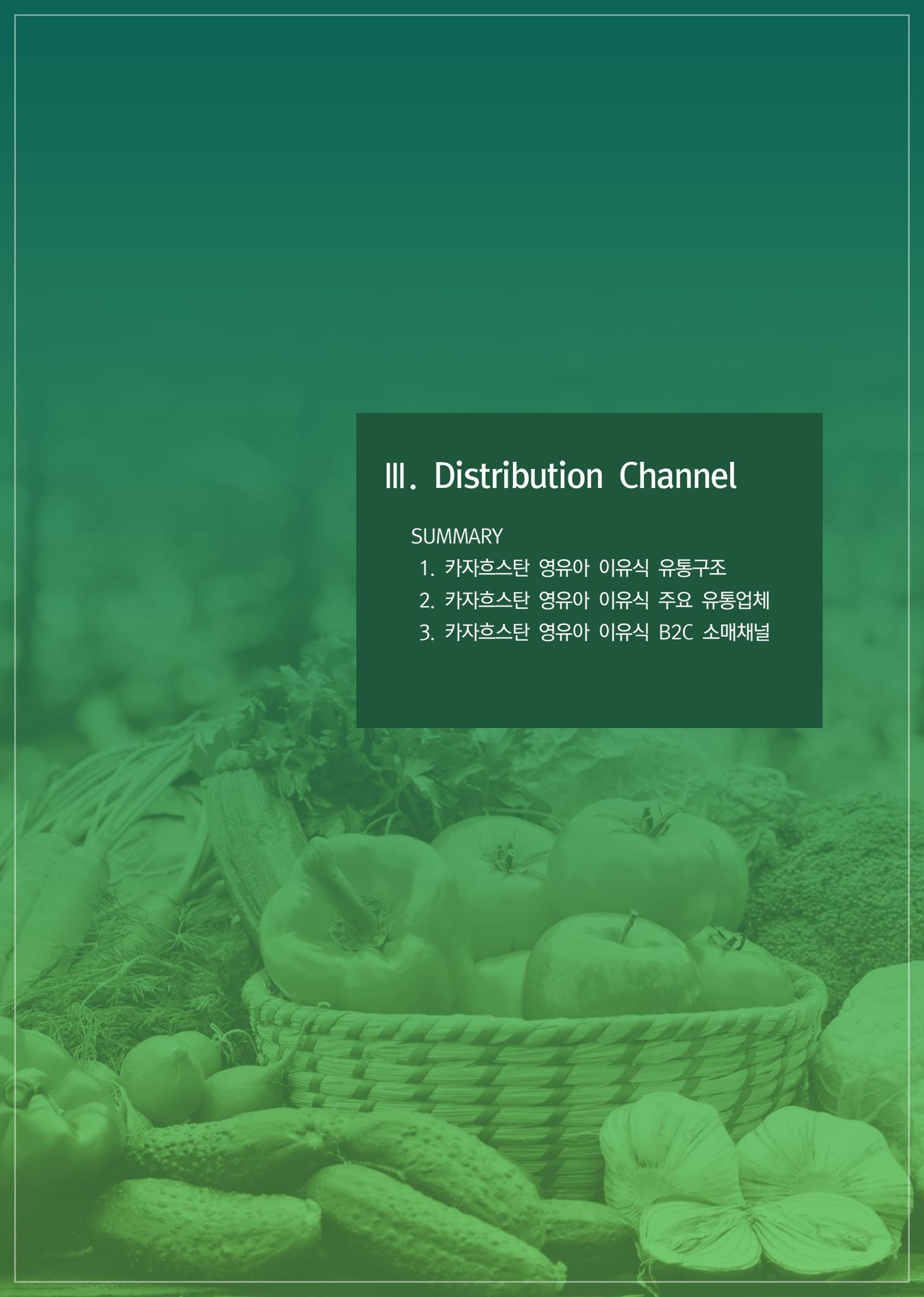


자료 : 카자흐스탄 온라인 쇼핑몰 내 ‘분유’ 구매 후기 29건 분석 (18.01 - 20.02)
 값 설명 : 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(DF)

III. Distribution Channel

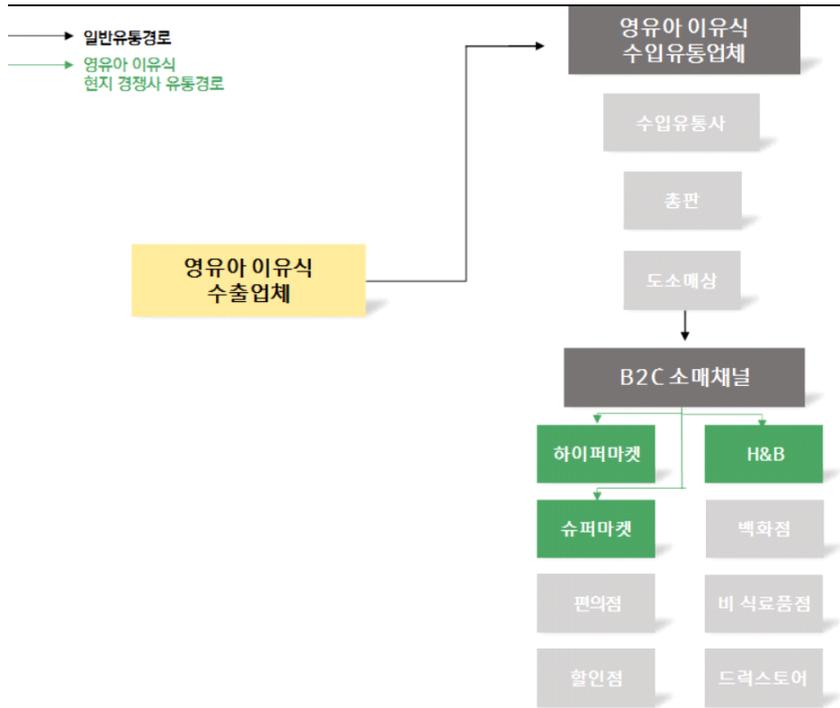
SUMMARY

1. 카자흐스탄 영유아 이유식 유통구조
2. 카자흐스탄 영유아 이유식 주요 유통업체
3. 카자흐스탄 영유아 이유식 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



카자흐스탄 (KAZAKHSTAN)

영유아 이유식¹⁹⁾ 유통채널 현황

| 채널 유형 | 채널 분류 | 점유율 ²⁰⁾ | 주요 채널 ²¹⁾ |
|-----------|--------------------------------|--------------------|--|
| B2C 소매 채널 | 개인 및 기타 식료품점 ²²⁾²³⁾ | 35.8% | 볼나(Volna), 라캣(Rakhat) |
| | H&B | 34.0% | 아벤떼까 쯔베뜨나야(Аптека Цветная), 바이오스페라(Biosfera), 유로팔마(Europharma), 에브칼립투스(Eucalyptus) |
| | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 30.2% | 매그넘(Magnum), 램스토어(Ramstore), 아노바르(Anvar), 에스몰 앤 스키프(SMall & Skif), 메트로(Metro), 아스티카잔 (Astykzhan) |

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

19) '영유아 이유식'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '유아식(Baby food)'의 정보를 확인함

20) 2019년 기준, 카자흐스탄 내 '유아식(Baby food)'의 유통채널 점유율임

21) 채널 분류에 따른 카자흐스탄 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

22) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

23) 개인 및 기타 식료품점이 높은 점유율을 차지하고 있으나 본 보고서에서는 시장 진출이 용이한 대형유통 매장을 조사함

1. 카자흐스탄 영유아 이유식 유통구조

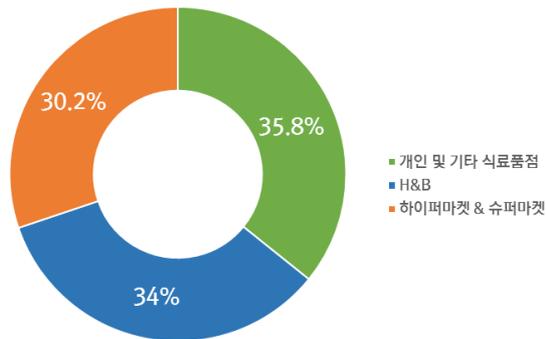
품목 구분 및 분류

| | |
|----|-------------------|
| 품목 | 영유아 이유식 |
| 구분 | 이유식 |
| 범주 | 영·유아식 (Baby food) |

▶ 카자흐스탄 영유아 이유식 주요 채널

‘개인 및 기타 식료품점(35.8%), H&B(34.0%), 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(30.2%)’

[표 3.1] 카자흐스탄 영유아 이유식 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 카자흐스탄 영유아 이유식 유통채널 현황

| 채널 유형 | 영유아 채널 분류 | | |
|-----------|--------------|-------|--|
| | 채널 유형 | 점유율 | 채널명 |
| B2C 소매 채널 | 개인 및 기타 식료품점 | 35.8% | 볼나(Volna), 라캣(Rakhat) |
| | H&B | 34.0% | 아쁘페까 쯔베뜨나야(Аптека Цветная), 바이오스페라(Biosfera), 유로팔마(Europharma), 에브칼립투스(Eucalyptus) |
| | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 30.2% | 매그넘(Magnum), 램스토어(Ramstore), 안바르(Anvar), 메트로(Metro), 에스몰 앤 스킵(Small & Skif), 아스티카잔 (Astykzhan) |

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 카자흐스탄 영유아 이유식 주요 유통업체

▶ H&B, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적

[표 3.3] 카자흐스탄 영유아 이유식 취급 주요 유통업체

| 순번 | 기업명 | 기업구분 | 규모 (매출액 ²⁴ , 매장 수) | 입점브랜드 | 유사제품 취급경험 |
|----|--------------------------------------|--------------------|---|--|--------------|
| 1 | 유로팔마 (Europharma) | H&B | 매장 수('18): 약 200개 | 네슬레(Nestle), 거버(Gerber), 아구샤(Agusha) | 0 |
| 2 | 아쁘띠까 쁘베뜨나야 (Аптека Цветная) | H&B | 매장 수('18): 약 63개 | 카브리타(Kabrita), 뉴트리시아 (Nutricia), 거버(Gerber) | 0 |
| 3 | 바이오스페라 (Biosfera) | H&B | 매장 수('18): 약 307개 | 뉴트리시아 (Nutricia), 거버(Gerber), 바부시키노루코시코 (Babushkino Lukoshko) | 0 |
| 4 | 에브칼립투스 (Eucalyptus) | H&B | 매장 수('19): 약 4개 | 프루토냐냐 (Fruto Nyana), 헤인즈(Heinz), 거버(Gerber) | 0 |
| 5 | 매그넘 (Magnum) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 매출액('18): 약 243만 9,950달러 (약 29억 5,893만 원) | 아구샤(Agusho), 프루토냐냐 (Fruto Nyana) | 0 |

자료: 각 기업 홈페이지, 엘리멘테이션쿠체타드 연간보고서 2019(Alimentation Couche-Tard Annual report 2019), 이터(Eater), 유로모니터(Euromonitor)

24) 1달러=1,212.70원(2020.02.26., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

| 순번 | 기업명 | 기업구분 | 규모 (매출액, 매장 수) | 입점브랜드 | 유사제품 취급경험 |
|----|-----------------------------|--------------------|--|--|--------------|
| 6 | 램스토어 (Ramstore) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 매출액('18): 약 9,320만 달러 (약 1,130억 원) | 아구샤(Agusha), 거버(Gerber), 뉴트리시아 (Nutricia) | 0 |
| 7 | 에스몰 앤 스키프 (SMall & Skif) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 매출액('18): 약 22억 9,883만 달러 (약 2조 7,878억 원) | 아구샤(Agusha), 네슬레(Nestle), 프루토냐냐 (Fruto Nyana) | 0 |
| 8 | 메트로 (Metro) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 매장 수('18): 약 10개 | 카브리타(Kabrita), 아구샤(Agusha), 네슬레(Nestle) | 0 |
| 9 | 아스티카잔 (Astykzhan) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 매장 수('18): 약 2개 | 뉴트리시아 (Nutricia), 거버(Gerber), 네슬레(Nestle) | 0 |
| 10 | 안스바르 (Anvar) | 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 | 매출액('18): 약 2억 6,700만 달러 (약 3,237억 9,090만 원) | 네슬레(Nestle), 프루토냐냐 (Fruto Nyana), 마마코(Mamako) | 0 |

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 카자흐스탄 영유아 이유식 B2C 소매채널

1) H&B



① 유로팔마(Europharma)

| | | | | | | | | | | |
|----------|---|--|---|----------------------------------|----|------|----|------|-----|----|
| | 기업명 | 유로팔마(Europharma) | | | | | | | | |
| | 홈페이지 | europharma.kz | | | | | | | | |
| | 위치 | שמكنت(Shymkent) | | | | | | | | |
| | 규모 | 기타 규모 | - 매장 수('18): 약 200개 - 직원 수('18) 약 1,400명 | | | | | | | |
| 기업 기본 정보 | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 1995년 설립 - 아크니에트 제약(Akniet Pharmaceuticals)의 자회사 - 카자흐스탄 내 16개 도시에서 매장을 운영 - 약 15,000개 이상의 제품 보유 - 2015년부터 온라인 몰을 운영하여 배송서비스 제공 - 홈페이지 내에서 제품 제조업체 리스트 제공 - 온라인 몰을 통해 판매되는 제품 중 약 3,000개가 해외 제조업체 제품 - 온라인으로 제품 구매 시 3% 할인 혜택 제공 - 매장에서 체중, 혈압 측정 등 무료 의료 서비스 제공 | | | | | | | | |
| | |   | | | | | | | | |
| 기업 최근 이슈 | | <ul style="list-style-type: none"> - 2018년 기업 혁신안 '뉴프라이스, 뉴디렉션(New price, new direction)' 발표 - 2018년 6개 매장 오픈 | | | | | | | | |
| 유사제품 정보 |  | <table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>물트즐라코바야 카샤 (Мультизлаковая каша)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>곡물 죽</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>200g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>미국</td> </tr> </table> | 제품명 | 물트즐라코바야 카샤 (Мультизлаковая каша) | 종류 | 곡물 죽 | 용량 | 200g | 원산지 | 미국 |
| 제품명 | 물트즐라코바야 카샤 (Мультизлаковая каша) | | | | | | | | | |
| 종류 | 곡물 죽 | | | | | | | | | |
| 용량 | 200g | | | | | | | | | |
| 원산지 | 미국 | | | | | | | | | |

자료: 유로팔마(Europharma) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 유로팔마(Europharma) 홈페이지, 2지아이에스(2GIS)

입점 및 협력 정보

| | | | |
|-------------|--|--|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 스낵류, 캔디류 등 - 일반: 위생용품, 청소용품, 유아용품, 의료용품, 스포츠용품, 화장품, 완구류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 | | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 | <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 기업 홈페이지를 통한 등록 (www.ak-niet.kz) <ul style="list-style-type: none"> - 상단 메뉴바 Поставщикам(To Suppliers) 내 Предложить продукцию(Offer Products) 클릭 후 입점 문의 작성 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 연락처, 이메일, 제조업체 정보, 제품 사진, 제품 설명 등 2. 로컬 에이전트를 통한 등록 | |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: info@ak-niet.kz 전화: +7-(0)7252-33-15-44 | |
| 벤더 리스트 | <ul style="list-style-type: none"> • Omirtorgovvidom (식품 및 의약품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : omirtorgovvidom.kz - 전화번호 : +7-(0)-727-312-2220 / 이메일: omir_td@mail.ru - 기업소개 : 유로팔마를 포함한 다양한 드럭스토어 납품 및 판매 활동지원 • Danagroup (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : danagroup.kz - 전화번호 : +8-(0)7122-36-07-38 / 이메일: atyrau@danagroup.kz - 기업소개 : 아크니에트를 포함한 다양한 유통채널 납품 및 판매 활동지원 | | |

자료: 유로팔마(Europharma) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 아쁘떼까 썸베뜨나야(Аптека Цветная)

| | | | |
|----------|---|--|------------------|
| | 기업명 | 아쁘떼까 썸베뜨나야(Аптека Цветная) | |
| | 홈페이지 | cvetnaya.kz | |
| | 위치 | 코스타나이(Kostanay) | |
| | 규모 | 기타 규모 | 매장 수(*18): 약 63개 |
| 기업 기본 정보 | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 2002년 설립 - 현재 9개의 도시에서 매장 운영 - 주로 접근성이 뛰어난 곳에 매장 위치 - 자사 홈페이지 및 SNS를 활용하여 제품 홍보 - 매장 내 전문 인력을 배치하여 제품 관련 상담 진행 - 드럭스토어 매장 외에 스킨헬스 센터를 운영하여 간단한 피부 진단 서비스 제공 | |
| | | | |
| 기업 최근 이슈 | - 2017년 우수 약국(The Best Pharmacist of 2017)으로 선정 | | |
| 유사제품 정보 | | 제품명 프루크토보 퓨레 쓰코찌미슬립카미 (Фруктовое с козьими сливками) | 종류 과일 퓨레 |
| | | 용량 100g | 원산지 홍콩 |

자료: 아쁘떼까 썸베뜨나야(Аптека Цветная) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 아쁘떼까 썸베뜨나야(Аптека Цветная) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|--|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 스낵류, 캔디류 등 - 일반: 위생용품, 청소용품, 유아용품, 의료용품, 화장품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어난 상품 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | 유선 연락 또는 이메일 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) |
| | 특이사항 | - 문의사항 연락처 이메일: office@vitime.kz 전화: +7-(0)7142-22-18-17 |

자료: 아쁘테까 썬베뜨나야(Аптека Цветная) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 바이오스페라(Biosfera)

| | | | |
|----------|---|---|-------------------|
| | 기업명 | 바이오스페라(Biosfera) | |
| | 홈페이지 | biosfera.kz | |
| | 위치 | 카라간다(Karaganda) | |
| | 규모 | 기타 규모 | 매장 수('18): 약 307개 |
| 기업 기본 정보 | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 2011년 설립 - 카자흐스탄 내 12개의 도시에서 매장 운영 - 약 14,000개 이상의 제품 취급 - 자사 홈페이지를 통해 다양한 건강 정보 제공 - 홈페이지를 통해 취급하는 제품의 제조업체 리스트 제공 | |
| | |  | |
| 기업 최근 이슈 | | <ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 30일부터 3일간 알마티(Almaty)지점에서 모든 화장품 및 기저귀, 도매물품에 대해 할인 행사 진행 - 2019년 10월부터 두 달 간프로모션 진행하여 건강보조식품 할인 행사 진행 | |
| 유사제품 정보 | 제품명 | 카샤그레츠나바야 쓰체르너슬리범 (Каша гречневая с черносливом) | |
| | 종류 | 메밀 죽 | |
| | 용량 | 220g | |
| | 원산지 | 독일 | |
| |  | | |

자료: 바이오스페라(Biosfera) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 바이오스페라(Biosfera) 홈페이지

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|---|--|
| 입점 제품 특징 | • 입점 가능 품목 - 식품: 건강보조식품, 스낵류, 캔디류 등 - 일반: 유아용품, 화장품, 위생용품, 스포츠용품, 의료용품 등 • 특이사항 - 다양한 기능별 영양제 카테고리 보유 - 관절보조제 및 의약품 카테고리 내 약 90개 제품 제공 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | 홈페이지를 통한 직접 등록 (biosfera.kz/information/contact) - 홈페이지 하단 메뉴 ПОДДЕРЖКА 아래 СЛУЖБА ПО ОППИДЕРЖКЕ 클릭하여 문의사항 작성 - 홈페이지 가입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 문의 내용 |
| | 특이사항 | - 문의사항 연락처: +8-(0)800-080-78-78 |

자료: 바이오스페라(Biosfera) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 에브칼립투스(Eucalyptus)

| | | | |
|-------------|--|--------------------|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 에브칼립투스(Eucalyptus) | |
| | 홈페이지 | eucalyptus.kz | |
| | 위치 | 알마티(Almaty) | |
| | 규모 | 기타 규모 | 매장 수('19): 약 4개 |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 2016년 설립 - 매년 2개 아울렛을 오픈하였으며, 계속해서 매장 수를 늘릴 예정 - 주로 접근성이 뛰어난 곳에 매장 위치 - 알마티 내에서 당일배송, 일반배송 서비스 제공 - 의약품 외에도 다양한 생필품 판매 | | |
| | | | |
| 기업 최근 이슈 | - 2019년 온라인 몰 이용 시 10% 할인가 적용하는 프로모션 행사 진행 | | |
| 유사제품 정보 | | 제품명 | 프유레이즈미야사집론카 쓰구브냐디노이 (Пюре из мяса цыпленка с говядиной) |
| | | 종류 | 치킨쇠고기 퓨레 |
| | | 용량 | 80g |
| | | 원산지 | 러시아 |

자료: 에브칼립투스(Eucalyptus) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 에브칼립투스(Eucalyptus) 홈페이지, 구글맵스(Googlemaps)

입점 및 협력 정보

| | | | |
|-------------|--|---|--------------------------------|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 의약품, 다이어트식품 등 - 일반: 화장품, 유아용품, 세제류, 청소용품, 의료용품, 유아용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 영양제 및 건강보조식품의 경우 7개의 카테고리 분류되어 제공 | | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 | <input type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <p>홈페이지를 통한 입점 문의 (evcalyptus.kz)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 내 메신저 창 통해 담당자명과 연락처 기입하여 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) | |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: +8-(0)747-821-85-96 | |

자료: 에브칼립투스(Evcalyptus) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 매그넘(Magnum)

| | | | |
|-------------|---|--|------------------------------------|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 매그넘(Magnum) | |
| | 홈페이지 | www.magnum.kz | |
| | 위치 | 알마티(Almaty) | |
| | 규모 | 매출액('18) | 약 243만 9,950달러 (약 29억 5,893만 원) |
| 기업 요약 | 기타 규모 | - 매장 수('18): 약 60개 - 직원 수('18): 약 9,000명 | |
| | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 2007년 설립 - 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 익스프레스스토어 등 여러 형태로 매장 운영 - 시장가격보다 5% 저렴한 가격정책을 유지 - 약 30,000가지 종류의 제품 제공 | |
| 기업 최근 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> - 2023년까지 공급망 관리 효율화, 물류 센터 증축, 새로운 매장 도입 등을 통해 매출액 약 13억 달러(한화 약 1조 5,765억 원) 달성을 목표 - 2020년 영국 유명 셰프 제이미올리버(Jamie Oliver)와 프로모션 진행 | | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 프루크도보에퓨레 (Фруктовое пюре) |
| | | 종류 | 사과 퓨레 |
| | | 용량 | 90g |
| | | 원산지 | 러시아 |

자료: 매그넘(Magnum) 홈페이지, 매그넘(Magnum) 페이스북 홈페이지, 리테일타임즈(RetailTimes), 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 매그넘(Magnum) 홈페이지

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|--|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 즉석식품, 주류, 제과류, 음료류 등 - 일반: 생활용품, 주방용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 복숭아, 토마토, 오렌지 및 혼합 과일주스, 아이스티 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 제조업체는 카자흐스탄 라벨링 요건을 따라야 함 - 다양한 전시회와 이벤트에서 사전 조율된 소매업체 및 제조업체와의 미팅을 통하여 필요한 제품을 소싱하기도 함 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | 1. 홈페이지를 통한 등록 (www.magnum.kz/sotrudnichestvo/postavshhikam/anketaz/ayavka-dlya-postavshhika)에서 양식 작성 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 주소, 연락처, 매출액, 제조되는 제품 개수 등) ② 제품 정보 (제품 종류, 예상 유통경로, 예상 입고량, 재고량, 판매가, 할인가, 기존 제품 대비 경쟁 우위 정보 등) 2. 로컬 에이전트를 통한 등록 |
| | 등록 조건 | <ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 안정적인 공급을 위한 재고량 조건 충족 · 평가 기준 ② 카자흐스탄 수출 라이선스 보유 |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> - 검토 소요시간: 약 10일 - 입점관련 담당자 정보 이름: Kuzmenko (신선식품 구매부) 이메일: Kuzmenko@magnum.kz 연락처: +7-(0)727-271-90-60 |
| 벤더 리스트 | <ul style="list-style-type: none"> · Almaty Trade (식품, 주류 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : almatytrade.kz - 전화번호 : +8-(0)727-383-74-74 / 이메일 : info@almatytrade.kz - 기업소개 : 매그넘을 포함한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동 지원 | |

자료: 매그넘(Magnum) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 램스토어(Ramstore)

| | | | |
|-------------|--|--|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 램스토어(Ramstore) | |
| | 홈페이지 | www.ramstore.kz | |
| | 위치 | 알마티(Almaty) | |
| | 규모 | 매출액('18) | 약 9,320만 달러 ²⁵⁾ (약 1,130억 원) |
| 기업 기본 정보 | 기업 요약 | 기타 규모 | 매장 수('19) : 약 17개 |
| | - 1999년 카자흐스탄에 첫 매장 오픈 - 터키 슈퍼마켓 미그로스(Migros Ticaret A.Ş.)의 자회사 - 터키, 마케도니아, 카자흐스탄 등 다양한 국가 내 2,000개 이상의 슈퍼마켓 및 30개 이상의 쇼핑몰 보유 - 현재 카자흐스탄 내 슈퍼마켓 13개, 익스프레스마트 3개, 온라인스토어 1개를 운영 | | |
| 기업 최근 이슈 | | - 2018년 알마티에 2개 매장 신규 오픈 및 총 방문자 수 약 1140만 명 기록 - 2017년 새로운 형태의 매장 램스토어익스프레스(Ramstore Express) 오픈 | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 퓨레치킨스파게티 (Puree Chicken Spaghetti) |
| | | 종류 | 치킨스파게티 퓨레 |
| | | 용량 | 125g |
| | | 원산지 | 미국 |

자료: 램스토어(Ramstore) 홈페이지, 미그로스 2018 연간보고서(Migros Annual Report 2018), 자콘(Zakon)
 사진 자료: 투기스(2gis), 메가(MEGA)

25) 카자흐스탄과 마케도니아 램스토어(Ramstore)의 통합 매출액, 미그로스(Migros) 총매출액의 약 3% 차지

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|---|--|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 음료류, 면류, 즉석식품, 곡물류, 김치류, 스낵류, 육류, 신선식품, 소스류, 냉동식품 등 - 일반: 주방용품, 전자제품, 생활용품 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 쇼핑 활용화 추진 - 터키산 제품 판매 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | 유선 연락 또는 이메일을 통한 직접 등록 - 회사소개서, 카탈로그 본사 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) |
| | 등록 조건 | · 평가 기준 ① ISO 9001 (Quality Management System) 인증기준 충족 · 평가 기준 ② 제조시설 및 물류센터 적합성 평가 |
| | 특이사항 | - 입점관련 담당자 정보 담당자명: Kylych Onder (구매 제품 품질 관리 총괄 담당자) 이메일: onderk@ramstore.kz 연락처: +8-(0)727-330-54-81 |

자료: 램스토어(Ramstore) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

SMALL & Skif

③ 에스몰 앤 스키프(SMall & Skif)

| | | | | |
|-----------------|---|---|---|--|
| | 기업명 | 에스몰 앤 스키프(SMall & Skif) | | |
| | 홈페이지 | www.small.kz | | |
| | 위치 | 알마티(Almaty) | | |
| | 규모 | 매출액('18) | 약 22억 9,883만 달러 (약 2조 7,878억 원) | |
| 기업 기본 정보 | | 기타 규모 | - 매장 수('18): 약 85개 - 직원 수('18): 약 5,500명 | |
| | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 1998년 설립 - 카자흐스탄 내 14개 도시 64개 매장 운영 - 주로 접근성이 좋은 곳에 매장 위치 - 자체 브랜드 '스몰(SMALL)' 보유 - 100% 카자흐스탄 브랜드의 마켓 - 편의점에서 도매 유통까지 다양한 사업 분야에 진출 | | |
| |  | | | |
| 기업 최근 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> - 2019년 19개의 신규매장 오픈 - 2018년 대규모의 소매업체와 공급자들이 모이는 월드트레이드 2018(World Trade 2018) 행사에 참가 - 2017년 말 카자흐스탄 내 매장 수 1위 기록 | | | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 프루크도보에 퓨레 (Фруктовое пюре) | |
| | | 종류 | 과일 퓨레 | |
| | | 판매단위 | 90g | |
| | | 원산지 | 러시아 | |

자료: 에스몰앤스키프(SMall & Skif) 홈페이지, 리테일닷알이(Retail.re), 유로모니터(Euromonitor), 에스몰앤스키프(SMall & Skif) 인스타그램 홈페이지
 사진자료: 에스몰앤스키프(SMall & Skif) 홈페이지 및 인스타그램

입점 및 협력 정보

| | | |
|----------------------------|--|--|
| <p>입점 제품 특징</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 면류, 주류, 음료류, 스낵류 등 - 일반: 생활용품, 전자제품, 유아용품, 화장품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선식품, 주류 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 제품 담당자는 프로엑스포(ProExpo)나 월드푸드(Worldfoods)와 같은 국제식품 박람회에서 아이템 발굴 - 벤더 계약보다는 제조업체와의 직접 계약을 선호함 - 벤더 선정 기준 : 재무 상태, 국내에서의 제품 유용성, 저장 시설 여부, 제품 품질, 가격 및 국제 표준 준수 | |
| <p>입점 등록 절차</p> | <p>등록 유형</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p> |
| | <p>등록 방법 및 등록 정보</p> | <p>1. 이메일을 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 사업 제안서 양식에 필요한 서류와 회사소개서, 카탈로그 및 각종 서류를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 서류 <ul style="list-style-type: none"> ① 법인 국가등록 증명서 사본 (카자흐스탄의 현지 유통 업체 또는 사무소) ② 부가가치세 (VAT) 등록증 사본 ③ 도매 면허증 사본 (주류 공급자 용) ④ 회사의 이사가 계약서에 서명하지 않은 경우 위임장 및 명령서 사본 ⑤ 회사 세부 정보 (법적 주소, 공장 주소, 은행 세부 정보, 이메일 등) ⑥ 회사 공식 서한 서명 / 회사 인감 서명 증명 <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p> |
| <p>벤더 리스트</p> | <p>• Almaty Trade (식품, 주류 브로커)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : almatytrade.kz - 전화번호 : +8-(0)727-383-74-74 / 이메일 : info@almatytrade.kz - 기업소개 : 에스몰앤스키프 포함한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동 지원 | |

자료: 에스몰앤스키프(Small & Skif) 홈페이지, 리테일닷알이(Retail.ru)



④ 메트로(Metro)

| | | | |
|-------------|---|------------------|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 메트로(Metro) | |
| | 홈페이지 | www.metro.com.kz | |
| | 위치 | 알마티(Almaty) | |
| | 규모 | 기타 규모 | - 매장 수('18): 약 10개 - 직원 수('18): 약 1,000명 |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 2009년 설립 - 패스트 푸드, 호텔 및 레스토랑 등을 운영하며 다양한 형태의 서비스를 제공 - 파인라이프(Fine Life)를 포함한 자체 브랜드(PB)상품 보유 | | |
| 기업 최근 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> - 2019년 카자흐스탄 명절인 누루즈(Nauryz)를 맞이하여 메트로와 테크노돔(Technodom) 복합 쇼핑센터에서 행사 개최 - 2019년 12월 캠페인을 통하여 불우이웃 돕기 참여 | | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 즐라코브카샤 나코짬몰로코쓰바나님 (Злаков каша на козьем молоке с бананом) |
| | | 종류 | 바나나 죽 |
| | | 판매단위 | 180g |
| | | 원산지 | 홍콩 |

자료: 메트로(Metro) 홈페이지, 유라시아은행(Eurasian Bank), 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 메트로(Metro) 홈페이지, 메트로(Metro) 페이스북 페이지,

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|---|--|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 즉석식품, 음료류, 주류, 베이커리류 등 - 일반: 주방용품, 식기류, 침구류, 생활용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 마케팅적인 측면에서 라벨에 2개의 언어(카자흐어, 러시아어)를 모두 사용하는 것을 추천 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 판매하는 과일은 주로 폴란드와 카자흐스탄산 제품 - 공급 전 세관 제출 필요 서류: 제품 안정성, 품질보증, 라벨링 요건, 제조 조건과 관련된 서류 - 라벨은 카자흐어나 러시아어 중 1개는 필수로 기재해야 함 | |
| | <p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p> | |
| 입점 등록 절차 | <p>등록 방법 및 등록 정보</p> | <p>1. 이메일을 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서, 카탈로그 및 각종 서류를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 예상 월 매출액) ② 공급 제품 정보 (제품 카테고리, 특징, 이미지, 가격 범위, 유통채널) ③ 기타 (파트너십 현황, Metro 기대수익, Metro 내 독점 생산 계획, 입점 조건 등) <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p> |
| | <p>등록 조건</p> | <ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① HACCP 기준 충족 · 평가 기준 ② 식품 안전, 라벨요건, 포장 및 원재료 목록에 대한 카자흐스탄 세관 가이드라인 준수 |
| | <p>특이사항</p> | <ul style="list-style-type: none"> - 입점 관련 담당자 정보 이름: Ms. Irina (메트로 카자흐스탄 책임자) 메일: novinka@metro.com.kz |

자료: 메트로(Metro) 홈페이지, 유라시아의회(Eurasiancommission), 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑤ 아스티카잔 (Astykzhan)

| | | | |
|-------------|--|---|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 아스티카잔(Astykzhan) | |
| | 홈페이지 | astykzhan.kz | |
| | 위치 | 아스타나(Astana) | |
| | 규모 | 기타 규모 | - 매장 수('18): 약 2개 - 직원 수('18): 약 500명 |
| | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 2004년 설립 - 슈퍼마켓, 편의점, 온라인 상점 등 다양한 형태로 매장 운영 - 23시까지 배달서비스 제공 | |
| |   | | |
| 기업 최근 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> - 2019년 10월 1일 '노인의 날'을 맞이하여 노인들에게 필수 식료품 전달 - 2019년 카자흐스탄 대형 소매업체들과 식료품 가격 담합을 한 혐의로 정부가 가격 인하 지시 | | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 카샤말로츠나야 (Каша молочная) |
| | | 종류 | 우유 죽 |
| | | 용량 | 220g |
| | | 원산지 | 독일 |

자료: 아스티카잔(Astykzhan) 홈페이지, 아스타나기드(Astanagid), 알루(Alau) 홈페이지
 사진 자료: 아스티카잔(Astykzhan) 홈페이지 및 공식 페이스북

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|---|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 가공식품, 신석식품, 냉동식품, 즉석식품, 음료류 등 - 일반: 문구류, 유아용품, 의류, 애완용품, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 시즌(계절)에 따라 달라짐 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 구매부는 크게 3가지 카테고리로 나누어 운영 <ul style="list-style-type: none"> ① Grocery (가공품) ② 냉동 및 신선식품 ③ 일반제품 (가정용품, 화학제품, 화장품) | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 기본 정보 (원산지, 품목, 브랜드 이름, 제품 이름) ③ 공급 제품 세부 정보 (제품 판매처, 제품 장점, 시장성, 주요 소비층) *단, 제품에 따라 필요 서류가 달라질 수 있음 |
| | 특이사항 | - 입점관련 담당자 정보 연락처: +8-(0)7172-531-674 (구매부) 담당자: Olesya Fedorova (식품 구매 담당자) 메일: ast4023933@gmail.com 담당자: Chembarova Larisa (신선 및 냉동식품 구매 담당자) 메일: ast3843275@gmail.com |

자료: 아스티카잔(Astykhzan) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑥ 아노바르(Anvar)

| | | | | |
|-------------|---|-------------|--|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 아노바르(Anvar) | | |
| | 홈페이지 | anvar.kz | | |
| | 위치 | 악토베(Aktobe) | | |
| | 규모 | 매출액('18) | 약 2억 6,700만 달러 (약 3,237억 9,090만 원) | |
| | | 기타 규모 | 매장 수('18): 약 35개 | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> - 1993년 설립 - 카자흐스탄 소매업체 - 카자흐스탄 악토베(Aktobe)지역에 90% 물품을 공급 | | | |
| 기업 최근 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> - 2015년부터 '메이드인카자흐스탄(Made in Kazakhstan)' 캠페인 진행 | | | |
| 유사제품 정보 | | 제품명 | 라이스포리지위드고트밀크 (Rice Porridge With Goat Milk) | |
| | | 종류 | 염소우유 쌀 죽 | |
| | | 용량 | 200ml | |
| | | 원산지 | 러시아 | |

자료: 아노바르(Anvar) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 아노바르(Anvar) 홈페이지

입점 및 협력 정보

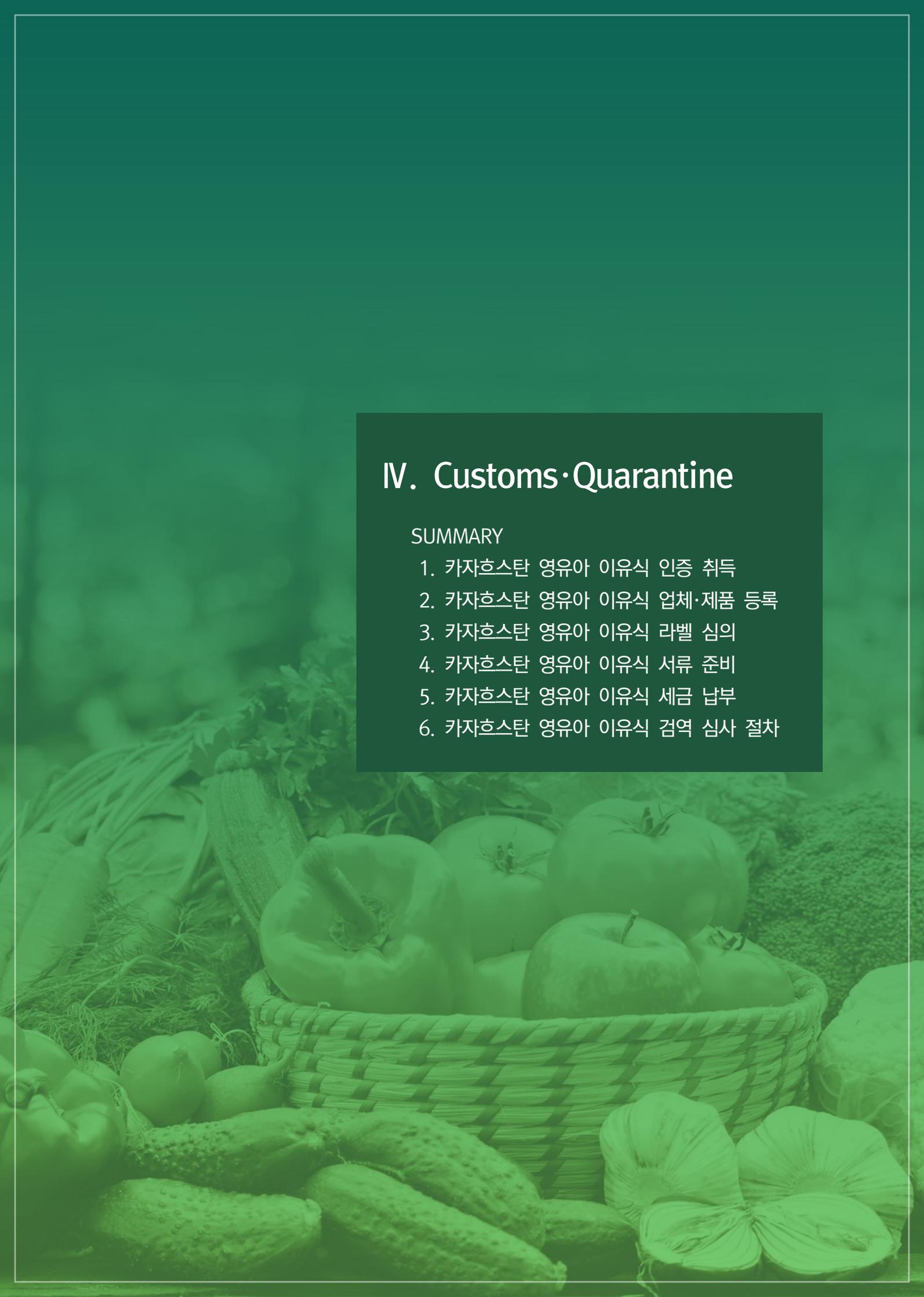
| | | |
|----------------------------|--|--|
| <p>입점 제품 특징</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 건강보조식품, 유아식품, 신선식품 등 - 일반: 위생용품, 가정용품, 청소용품, 화장품, 의류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농제품 | |
| <p>입점 등록 절차</p> | <p>등록 유형</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p> |
| | <p>등록 방법 및 등록 정보</p> | <p>1. 홈페이지를 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 О компании 카테고리 접속 - 왼쪽 메뉴의 Поставщикам 클릭 (anvar.kz/suppliers) - 판매제품의 세일즈 부서에 정보제공 - 홈페이지 기입정보: <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보: (회사명, PIC, 이메일, 연락처 등) ② 제품정보: (제품카테고리, 브랜드명, 제품설명서, 제품가격 및 정보 등) ③ 참고자료 (회사소개서와 제품 설명서는 옵션) <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p> |
| | <p>특이사항</p> | <ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: 유선전화: +7-(0)7132-444-777 Email: 1099@anvar.kz, mail@anvar.kz 담당자명: Boranbaeva Assel (유아식품 매니저) |
| <p>벤더 리스트</p> | <ul style="list-style-type: none"> • BRTRADE KZ <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : btrade.kz - 전화번호 : +7-(0)7132-57-24-02 / 이메일: info@btrade.kz - 기업소개 : 카자흐스탄 서부지역에 위치한 식료품, 화장품, 가정용품 유통기업 | |

자료: 안스바르(Anvar) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 카자흐스탄 영유아 이유식 인증 취득
2. 카자흐스탄 영유아 이유식 업체·제품 등록
3. 카자흐스탄 영유아 이유식 라벨 심의
4. 카자흐스탄 영유아 이유식 서류 준비
5. 카자흐스탄 영유아 이유식 세금 납부
6. 카자흐스탄 영유아 이유식 검역 심사 절차



Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

| 구분 | 내용 | 참조처 |
|-------------------|--|---|
| Step 01. 인증 취득 | <ul style="list-style-type: none"> 강제 인증 有 EAC 인증 획득 필요 | (*) 카자흐스탄 공공보건위원회 - TR CU 023/2011 - 문의처 : kooz.dsm.gov.kz |
| Step 02. 사전 심사 | <ul style="list-style-type: none"> 사전 수입 허가 無 | (-) |
| Step 03. 업체·제품 등록 | <ul style="list-style-type: none"> 국가위생인증 획득 필요 제품 안전성에 관한 인증 획득 필요 | (*) 카자흐스탄 공공보건위원회 - EAEU Decision No. 299 - 문의처 : kooz.dsm.gov.kz |
| Step 04. 라벨 심의 | <ul style="list-style-type: none"> 라벨 표기사항 식품 등록 시 진행 유라시아 경제연합 표준 규정 준수 | (*) 유라시아 경제연합 집행위원회 - 문의처 : www.eurasiancommission.org (*) 카자흐스탄 공공보건위원회 - 문의처 : kooz.dsm.gov.kz |
| Step 05. 서류 준비 | <ul style="list-style-type: none"> 일반 서류 온라인 제출 가능 | (*) 카자흐스탄 국가 소득위원회 - 문의처 : kgd.gov.kz |
| Step 06. 선적 및 운송 | <ul style="list-style-type: none"> 포워딩 업체 섭외 | (-) |
| Step 07. 통관 신고 | <ul style="list-style-type: none"> 수입신고 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청 수입신고서, 상업송장 등 지역별 세관 통해 통관 진행 | (*) 유라시아경제연합 집행위원회 - 문의처 : www.eurasiancommission.org (*) 카자흐스탄 국가 소득위원회 - 문의처 : kgd.gov.kz |
| Step 08. 세금 납부 | <ul style="list-style-type: none"> 납세 신고 수입 신고 후 검사 전 세금 납부 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 관세율 10% VAT 12% 적용 | (*) 유라시아경제연합 집행위원회 - 문의처 : www.eurasiancommission.org (*) 카자흐스탄 국가 소득위원회 - 문의처 : kgd.gov.kz |
| Step 09. 검역 심사 | <ul style="list-style-type: none"> 서류 심사 제품 검사 제품 위생 검사 진행 | (*) 카자흐스탄 공공보건위원회 - 문의처 : kooz.dsm.gov.kz (*) 카자흐스탄 국가 소득위원회 - 문의처 : kgd.gov.kz |

1. 카자흐스탄 영유아 이유식 인증 취득

인증 취득

카자흐스탄으로 제품 수입 시, 필요하거나 선택 가능한 인증 정보 제공

영유아 이유식

영유아 이유식 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 카자흐스탄 수입 식품 ‘적용 받는 강제 인증 有’

이유식 제품을 카자흐스탄으로 수출하기 위해서 필수적으로 요구되는 인증 사항이 있는 것으로 확인됨. 유라시아경제연합(EAEU)²⁶⁾에 가입된 카자흐스탄에 식품을 수출하기 위해서는 EAEU에서 요구하는 식품 생산 안전 인증인 EAC (Eurasian Conformity) 인증이 필수적으로 요구됨

EAC 인증을 획득하기 위하여 생산 안전 관련 인증인 HACCP 인증서 제출이 필요함

[표 4.1] 카자흐스탄 식품 인증 취득

| 인증명 | 인증 성격 | 강제 유무 | 발급 기관 | 인증 마크 |
|-------------------|-------------|-------|--------------------------------|---|
| EAC | 식품 생산 안전 인증 | 필수 | 유라시아 경제연합 집행위원회 지정기관 |  |
| HACCP | 식품 생산 안전 인증 | 필수 | 식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원) |  |
| ISO 22000 | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | 정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관 |  |
| IFS | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | IFS 지정 인증기관 |  |
| BRCGS Food Safety | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | BRC 지정 인증기관 |  |
| FSSC 22000 | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | FSSC 지정 인증기관 |  |

자료 : 각 인증기관

26) EAEU(Eurasian Economic Union): 유라시아경제연합, 유라시아 경제공동체는 러시아, 벨라루스, 우즈베키스탄, 카자흐스탄, 키르기스스탄, 타지키스탄 5개국이 설립한 국제 협력 기구로 단일경제구역의 설립을 위해 경제통합을 추진해 나가고 있음. 해당 가입국가들은 단일 인증제도인 EAC를 도입, 해당 인증을 통하여 EAEU 가입국으로 수출이 가능하도록 하고 있음

[표 4.2] 카자흐스탄 식품 인증 취득

| | | 절차 | 기간 |
|-----------------|--|--|---------------|
| HACCP | | 서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증 | 40일 |
| | | 서류 | 비용 |
| | | 신청서, 식품안전관리인증계획서 등 | 20만원 |
| ISO 22000 | | 절차 | 기간 |
| | | 서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사 | - |
| | | 서류 | 비용 |
| | | 신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등 | - |
| IFS | | 절차 | 기간 |
| | | 인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급 | 약 24주 |
| | | 서류 | 비용 |
| | | 신청서 등 | 약 900-1,000만원 |
| BRC Food Safety | | 절차 | 기간 |
| | | 인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급 | - |
| | | 서류 | 비용 |
| | | 신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등 | 약 900-1,000만원 |
| FSSC 22000 | | 절차 | 기간 |
| | | 서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사 | - |
| | | 서류 | 비용 |
| | | 신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등 | 500-600만원 |

자료 : 각 인증기관

▶ 카자흐스탄 시장 진출 시 식품에 관한 'EAC 인증 획득 필수'

EAC 인증은 카자흐스탄을 포함하여 EAEU 회원국에 수출 시, 요구되는 통합 인증임. 인증기관의 경우 각국에 많은 수가 위치하여 있기 때문에 업체의 선택에 따라 해당 기관을 통해 인증 획득을 진행할 수 있음

[표 4.3] 카자흐스탄 EAC 인증 정보

| 인증명 | 발급 기관 | 유효기간 | 인증 마크 |
|---|--------------------------------|--------|---|
| EAC | 유라시아경제연합 집행위원회(EEC) 지정 인증기관 | 1 ~ 5년 |  |
| 절차 | | | |
| a. 인증기관으로 신청서 제출 b. 신청서 검토 - 신청서에 대한 적합성 검토 진행 c. 제품 분류 확정 및 샘플 수취 - 제출 된 서류를 바탕으로 제품의 유형 분류 d. 서류 심사 및 제품 테스트 진행 e. 제조 공장 조사 - 규정에 따라 공장 조사를 진행하도록 정해진 품목에 한하여 진행 f. 인증서 발행 g. 사후 관리 진행 - 규정에 따라 사후 관리를 하도록 정해진 품목에 한하여 진행함 | | | |
| 필요 서류 | | | |
| * 서류는 러시아어 또는 해당 국가의 공식 언어로 작성 a. 제품 설명 서류 - 제품의 보관과 운반에 관한 정보 - 기타 제품과 관련된 모든 정보 b. 제조 공정에 관한 자세한 정보 - HACCP 기준에 부합하도록 c. 라벨 정보 d. 시험 성적서 e. 기타 기관이 요구하는 서류 | | | |
| 비용 | | | |
| 650-25,000유로 ²⁸⁾ (약 84-3,217만원) | | | |
| * 비용은 제품 수, 특징, 취득 희망 서류 등에 따라 상이하여, 인증기관에 의뢰가 필요함 | | | |

자료 : 각 인증기관

28) 1유로=1,287.08원(2020.02.26., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

2. 카자흐스탄 영유아 이유식 업체·제품 등록

업체·제품 등록

카자흐스탄으로 제품 수입 시, 요구되는 업체 또는 제품 등록제도 정보 제공

영유아 이유식

영유아 이유식 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 카자흐스탄 이유식 통관을 위해 사전 등록 필요
- ▶ 카자흐스탄 식품 수입 시 사전 심사 미진행

카자흐스탄으로 수입되거나 동 지역에서 생산 및 판매되는 식품 중 규정이 정하고 있는 특정 식품의 경우 국가위생인증(State Registration Certificate)을 획득해야함. 해당 등록 절차를 수행하지 않는 경우 앞서 설명한 EAC 인증의 획득이 불가능하기 때문에, 해당 등록 절차를 필수적으로 수행해야함. 해당 등록은 EAC 인증과 마찬가지로 유라시아 경제연합 회원국 간에 공통적으로 적용됨. 해당 등록은 카자흐스탄 정부 온라인 서비스(egov)를 통해 진행하거나 카자흐스탄 공공보건위원회(KOOZ)를 통해서 오프라인으로도 진행이 가능함

[표 4.4] 카자흐스탄 사전 식품 등록 절차

| | |
|-------|--|
| 적용 규제 | EACU No. 299 of 28.05.2010 Decision No. 299 of 28 May 2010 |
| 등록 기관 | 카자흐스탄 정부 온라인 서비스 - Website : egov.kz |
| 절차 | a. 온라인 수입 신청서 제출 b. 서류 검토 c. 샘플 테스트 d. 등록 여부 결정 |
| 필요 정보 | a. 신청서 b. 제품에 대한 상세 설명 c. 라벨 사본 d. 증명서 - 품질명, 식품 생산 안전, 등에 관한 정보 및 관련 인증서 - 자유판매증서 등 기타 기관이 요구하는 서류 e. 수출 국가로부터 받은 위생에 관한 인증서류 - 해당 제품이 위생적으로 제조되었다는 것을 인증하는 관련 서류 f. 시험 성적서 g. 나노물질을 사용한 경우 해당 하는 나노물질에 대한 정보 h. 제품의 샘플 |
| 비용 | 무료 |
| 기간 | 30일 |

자료 : 카자흐스탄 정부 온라인 서비스 (egov)

3. 카자흐스탄 영유아 이유식 라벨 심의

▶ 카자흐스탄 라벨 규정

[표 4.5] 카자흐스탄 라벨 관리 규정

| |
|--|
| ● |
| 라벨 심의 |
| 카자흐스탄으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공 |
| ● |
| 영유아 이유식 |
| 영유아 이유식 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함 |

| 적용 규제 | TR TS 022/2011 Food Products Labeling | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------|---|---|-------|---------------------|-----|-----------------------------|--|----|------------------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------------|--|------|---|----|---|---------------------------------------|---------------|-------------------------|-----------------------------|-------------------------|--|-----------------------------|--|--------------------|--|
| 세부 규정 | (-) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 세부 내용 | 라벨 표기사항 (항목) | <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 제조사 정보 또는 수입업체 정보 · 순중량 또는 용량 또는 수량 · 원료 · GMO 원료 정보 · 성분 정보 · 보관 방법 · 유통기한 · 제조일자와 포장일자 · 추천 또는 제한되는 사용방법(필요한 경우) · EAC 마크 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">표기 언어</td> <td>카자흐스탄어와 러시아어로 표기할 것</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">제품명</td> <td>제품의 구분이 가능하도록 명확한 명칭을 사용할 것</td> </tr> <tr> <td>특수가공 처리된 제품의 경우 해당 명칭을 제품명에 포함하거나 유사한 용어를 사용 할 것</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">원료</td> <td>항미증진제를 함유하는 경우 해당 내용을 표시 할 것</td> </tr> <tr> <td>성분의 양이 많은 것부터 순서대로 기재할 것</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">라벨 표기사항 (가이드)</td> <td>복합 성분이 포함된 경우 해당 내용은 괄호로 기재할 것</td> </tr> <tr> <td>단일 성분으로 구성된 제품이나 가공되지 않은 신선 과일, 베리류, 채소의 경우 미표기 가능</td> </tr> <tr> <td>보관방법</td> <td>제조사가 제시하는 보관 방법 또는 EAEU의 표준에 따른 보관방법을 작성할 것</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">용량</td> <td>제품 개봉 이후 제품의 안전성이나 그 품질에 변화가 초래되는 경우, 개봉 후 보관 방법에 대해 작성 할 것</td> </tr> <tr> <td>용량 및 중량의 단위는 ml, cl, l, g, kg으로 표기할 것</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">제조일자/ 유통기한</td> <td>개수로 판매되는 제품은 개수로만 표기 가능</td> </tr> <tr> <td>유통기한이 72시간 미만인 경우: 시간, 일, 월</td> </tr> <tr> <td>72시간에서 3개월인 경우: 일, 월, 년</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3개월 이상인 경우: 월, 년 또는 일, 월, 년</td> </tr> <tr> <td></td> <td>설탕의 경우 제조년도만 표기할 것</td> </tr> <tr> <td></td> <td>제조일자와 유통기한은 함께 표기할 것</td> </tr> </table> | 표기 언어 | 카자흐스탄어와 러시아어로 표기할 것 | 제품명 | 제품의 구분이 가능하도록 명확한 명칭을 사용할 것 | 특수가공 처리된 제품의 경우 해당 명칭을 제품명에 포함하거나 유사한 용어를 사용 할 것 | 원료 | 항미증진제를 함유하는 경우 해당 내용을 표시 할 것 | 성분의 양이 많은 것부터 순서대로 기재할 것 | 라벨 표기사항 (가이드) | 복합 성분이 포함된 경우 해당 내용은 괄호로 기재할 것 | 단일 성분으로 구성된 제품이나 가공되지 않은 신선 과일, 베리류, 채소의 경우 미표기 가능 | 보관방법 | 제조사가 제시하는 보관 방법 또는 EAEU의 표준에 따른 보관방법을 작성할 것 | 용량 | 제품 개봉 이후 제품의 안전성이나 그 품질에 변화가 초래되는 경우, 개봉 후 보관 방법에 대해 작성 할 것 | 용량 및 중량의 단위는 ml, cl, l, g, kg으로 표기할 것 | 제조일자/ 유통기한 | 개수로 판매되는 제품은 개수로만 표기 가능 | 유통기한이 72시간 미만인 경우: 시간, 일, 월 | 72시간에서 3개월인 경우: 일, 월, 년 | | 3개월 이상인 경우: 월, 년 또는 일, 월, 년 | | 설탕의 경우 제조년도만 표기할 것 | |
| | 표기 언어 | 카자흐스탄어와 러시아어로 표기할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 제품명 | 제품의 구분이 가능하도록 명확한 명칭을 사용할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 특수가공 처리된 제품의 경우 해당 명칭을 제품명에 포함하거나 유사한 용어를 사용 할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 원료 | 항미증진제를 함유하는 경우 해당 내용을 표시 할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 성분의 양이 많은 것부터 순서대로 기재할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 라벨 표기사항 (가이드) | 복합 성분이 포함된 경우 해당 내용은 괄호로 기재할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 단일 성분으로 구성된 제품이나 가공되지 않은 신선 과일, 베리류, 채소의 경우 미표기 가능 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 보관방법 | 제조사가 제시하는 보관 방법 또는 EAEU의 표준에 따른 보관방법을 작성할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 용량 | 제품 개봉 이후 제품의 안전성이나 그 품질에 변화가 초래되는 경우, 개봉 후 보관 방법에 대해 작성 할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 용량 및 중량의 단위는 ml, cl, l, g, kg으로 표기할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 제조일자/ 유통기한 | 개수로 판매되는 제품은 개수로만 표기 가능 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 유통기한이 72시간 미만인 경우: 시간, 일, 월 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 72시간에서 3개월인 경우: 일, 월, 년 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 3개월 이상인 경우: 월, 년 또는 일, 월, 년 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 설탕의 경우 제조년도만 표기할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 제조일자와 유통기한은 함께 표기할 것 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

자료 : TR CU 022/2011, 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS)

| | | | |
|-------|---------------------|--------|---|
| 세부 내용 | 라벨 표기사항 (가이드) | 제조사 정보 | <p>제조사의 등록된 공식적인 상호명을 사용할 것</p> <p>여러 업체에 의해 제조된 경우 해당 업체 정보를 모두 기입할 것</p> <p>제3국에서 생산된 경우 해당 제조사에 대한 정보도 표기할 것</p> <p>제3국에서 수입된 제품의 경우 수입자에 대한 이름과 주소를 표기 할 것</p> |
| | | 성분 정보 | <p>열량(칼로리), 단백질, 지방, 탄수화물, 비타민, 미네랄에 대한 정보를 표기할 것</p> <p>맛, 겉, 커피, 식품첨가물, 병입 된 미네랄 생수 등 관세동맹에서 정하고 있는 특정 유형의 식품에 대해서는 작성하지 않아도 무방</p> <p>성분 정보의 기준은 100g 또는 100ml 또는 1회 제공량으로 할 것</p> <p>열량 정보는 줄(Joule)과 칼로리(Calorie)로 표기할 것</p> |
| | | 사용방법 | <p>섭취 또는 사용방법의 부재가 제품의 사용자 하여금 혼란스럽게 하거나 제품의 사요에 있어 위험을 초래하거나 또는 제품의 품질 저하가 우려 되는 경우 사용 방법을 명시할 것</p> |
| | | 기타 | <p>GMO 원료의 함유량이 0.9% 이상인 식품의 경우 GMO 물질을 포함하고 있다는 문구를 기재해야함</p> |

자료 : TR CU 022/2011, 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS)

▶ 카자흐스탄 영유아 이유식 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면 라벨링]

앞면(러시아어)

- ① 브랜드명 : Фруто Няня
- ② 제품명 : рисовая каша
- ③ 특이사항 :
100% Натурально – 100%
натуральный продукт из
рисовой муки
12 Витамины Zn, Fe, I
Злаки

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : Фруто Няня
- ② 제품명 : 쌀 죽(이유식)
- ③ 특이사항 :
100% 자연원료 – 100% 쌀을 원료로 함
12가지 비타민, 아연, 철, 아이오딘 함유
쌀 시리얼

옆면(러시아어/카자흐스탄어 병기)

① 제품설명 : Рисовая каша безмолочная, быстрорастворимая, обогащена витаминами и минералами. Идеальна для начала прикорма детей в раннем возрасте. Рекомендуется начинать прикорм от 4 месяцев. Возможно приготовление каши с грудным молоком, цельного обезжиренного молока, разбавленного молока или искусственной смеси. 100% натуральный продукт из рисовой муки. Не содержит соли, сахара, концентратов и красителей.

옆면(국문)

① 제품설명 : 쌀 죽은 유당을 함유하고 있지 않으며, 쌀을 원료로 하여 어린 아이들에게 필요한 다양한 영양소를 함유하고 있음
해당 제품은 4개월 이상의 아이들이 섭취하기에 적합함
제품에 모유, 일반 또는 무지방 우유, 분유, 혼합물 등을 첨가해 제조해도 무방함
제품특징 - 100% 자연 원료인 쌀가루로 만들어짐. 설탕, 당, 기타 첨가물을 함유하고 있지 않음

12 Витамины Zn, Fe, I Каша рисовая безмолочная дополнительно обогащена витаминами (С, Е, PP, пантотеновой кислотой, биотином), а также минеральными веществами, йод и железо)
 Злаки Каша рисовая безмолочная легко устраивается за счет низкого содержания клетчатки и обладает обволакивающими свойствами за счет крахмала. Рисовая каша хорошо насыщает малыша и наполняет его энергией для роста.

② 조리방법 : 1. Перед приготовлением вымойте руки и проверьте чистоту посуды
 2. Налейте в тарелочку 135 мл вскипяченной и охлажденной до 50C воды
 3. Добавьте 15 г (три столовые ложки) сухой каши. Тщательно перемешайте с помощью вилки до получения однородной консистенции.

③ 섭취방법 : 1-2 порции в день каждая порция 150-200 гр (в зависимости от возраста)

④ 영양성분표 :

| | |
|------------------|------------------|
| Энергия (kcal) | 359kcal на 100g |
| Жиры | 1.0 гр на 100g |
| Углеводы | 80 гр на 100g |
| Белки | 7.5 гр на 100g |
| Vitamin A | 0.43 mg на100g |
| Vitamin E | 5.23 mg на 100g |
| Vitamin D3 | 9.0 mg на100g |
| Vitamin B1 | 0.44 mg на 100g |
| Vitamin C | 40 mg per 100g |
| Фолиевая кислота | 0.043 mg на 100g |
| Натрий | 30 mg на 100g |
| Железо | 5.0 mg на 100g |
| Цинк | 4.5 mg на 100g |
| Йод | 40 mg на 100g |

⑤ 용량 : 200 грамм

12가지 비타민, 아연, 철, 아이오딘 유제품을 함유하지 않은 쌀죽으로, 비타민(C, E, PP, 판토텐산, 비오틴)이 풍부함

② 조리방법 :

1. 섭취 전에 손을 씻고 접시가 깨끗한지 확인할 것
2. 135ml의 물을 끓이고 식힘 뒤 50도 정도가 됐을 때 접시에 따를 것
3. 15g(3 티스푼)의 건조 시리얼을 담은 뒤 죽의 형태가 될 때까지 포크로 잘 저어주세요

③ 섭취방법 : 하루에 1-2회 섭취
 1회 분량 당 150-200g (연령대에 따라 상이)

④ 영양성분표 :

| | |
|------------|-----------------|
| 에너지 (kcal) | 359kcal (100g당) |
| 지방 | 1.0mg (100g당) |
| 탄수화물 | 80mg (100g당) |
| 단백질 | 7.5mg (100g당) |
| 비타민 A | 0.43mg (100g당) |
| 비타민 E | 5.23mg (100g당) |
| 비타민 D3 | 9.0mg (100g당) |
| 비타민 B1 | 0.44mg (100g당) |
| 비타민 C | 40mg (100g당) |
| 폴산 | 0.043mg (100g당) |
| 나트륨 | 30mg (100g당) |
| 철 | 5.0mg (100g당) |
| 아연 | 4.5mg (100g당) |
| 아이오딘 | 40mg (100g당) |

⑤ 용량 : 200g

4. 카자흐스탄 영유아 이유식 서류 준비

서류 준비

카자흐스탄으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

영유아 이유식

영유아 이유식 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 카자흐스탄 수입업자 또는 통관 대행업체 통해 통관 진행
- ▶ 카자흐스탄 온라인 통관 진행 가능

카자흐스탄은 EAEU의 관세동맹에 따라 공통의 세관 규정을 두고 있음. 다만, 여전히 현지 규정을 공동 세관 규정보다 우선시하고 있는 부분이 있기 때문에 카자흐스탄 통관 규정에 대한 숙지가 필요함. 항공, 철도, 차량으로 제품을 운송하는 경우에는 EAEU의 결정에 따라 관할 세관으로 사전 통지를 해야 함. 수입신고는 카자흐스탄 싱글윈도우(Single Window)를 통해 온라인으로 진행 가능하며 서면으로도 진행할 수 있음. 수입 허가는 카자흐스탄 영토 내에 등록된 사람에게 주고 있기 때문에 현지 법인이 없는 수출자는 수입 통관이 불가능함

카자흐스탄은 한국과 상호인정협정(MRA²⁹⁾)를 맺은 국가로 사전에 한국에서 AEO 인증³⁰⁾을 획득한 업체의 경우 통관을 진행함에 있어 이점을 가질 수 있음

[표 4.6] 카자흐스탄 통관 서류

| 구분 | 서류명 | 발급기관 | |
|-------|-----------------|-------------|-----|
| 일반 서류 | 위임장 또는 수입자의 신분증 | (-) | |
| | 세금 등록 서류 | (-) | |
| | 제품 가격 증명 서류 | (-) | |
| | 계약서 | (-) | |
| | 외환 거래 신고서 | (-) | |
| | 선적 | 상업송장 | (-) |
| | | 포장 명세서 | (-) |
| | | 화물인도지시서 | (-) |
| | 선하증권 / 항공운송장 | (-) | |
| | 원산지 증명서 | 관세청 / 상공회의소 | |
| | 관세 납부 영수증 | (-) | |
| | 인증서 | (-) | |
| | 기타 필요 서류 | (-) | |

자료 : 카자흐스탄 정부 온라인 서비스 (egov), 유라시아 경제연합 집행위원회(EEC)

29) 상호인정협정(MRA, Mutual Recognition Arrangement): 무역증진과 경제협력을 위하여 상호 국가간 기준, 자격, 허가요건 등을 인정하는 협정

30) AEO(Authorized Economic Operator) 인증: 수출입안전관리우수공인업체, 수출입업체, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 업체들 중 관세당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대한 심사를 실시하고 공인한 업체, 해당 인증 보유 시, 세관절차상의 포괄적 혜택 부여

5. 카자흐스탄 영유아 이유식 세금 납부

세금 납부

카자흐스탄으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

영유아 이유식

영유아 이유식 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 카자흐스탄 양우이 이유식 HS CODE 1904.10.9000, 관세율 10% 적용
- ▶ 카자흐스탄, FTA 협정 미체결로 협정세율 ‘미적용’

이유식의 경우 카자흐스탄에서는 HS CODE 1904.10(곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품)의 1904.10.9000(기타) 세번을 사용하여 수입됨.³¹⁾ 카자흐스탄으로 이유식 수입 시 기본 관세율로 10%를 적용받음. 관세 외에도 VAT가 12%의 세율로 부과됨

- 수입 서류 심사비용에 미소요
- 수입 서류 심사 기간은 6시간 소요
- 통관 비용은 미소요
- 통관에 걸리는 시간은 2시간 소요

[표 4.7] 한국·카자흐스탄 HS CODE 비교 및 카자흐스탄 수입 세율

| 구분 | HS CODE | 품목 분류 | 비고 |
|-------|-----------------|--|----|
| 한국 | 1904 | 곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크(Corn Flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(Flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다) | |
| | 1904.10 | 곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품 | |
| | 1904.10.9000 기타 | | |
| 카자흐스탄 | 1904.10.9000 기타 | | |
| 관세 | 기본관세율 | 10% | |
| | 협정 세율 | N/A | |
| VAT | | 12% | |

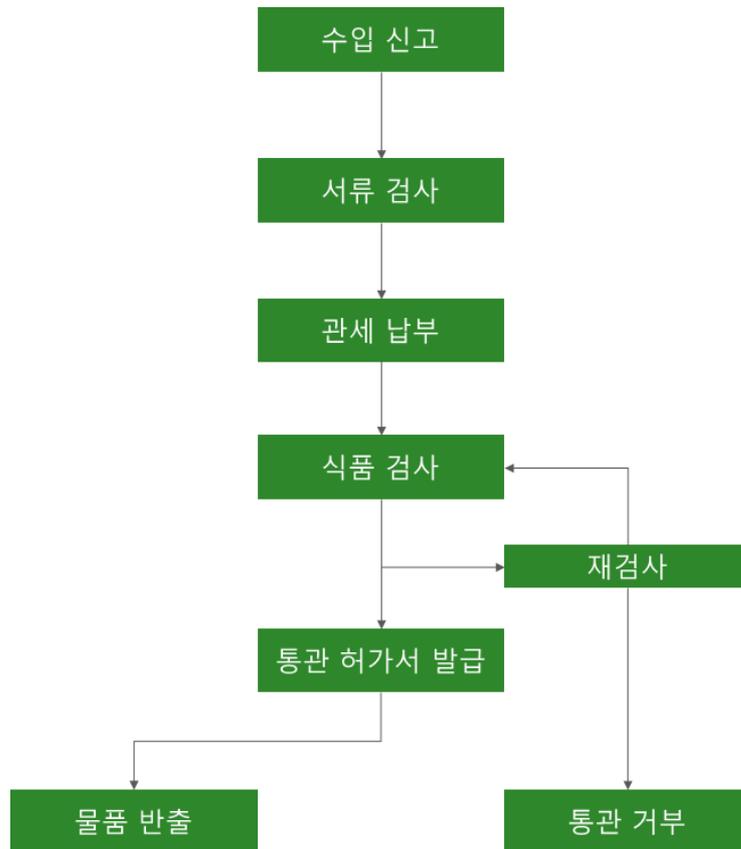
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 유라시아 경제연합 관세포털(TN VED Online)

31) 카자흐스탄 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 1904.10 중 이유식에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 카자흐스탄 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 확인을 위해서는 카자흐스탄 세관당국인 카자흐스탄 국가 소득위원회로 문의할 수 있음

6. 카자흐스탄 영유아 이유식 검역 심사 절차

- ▶ 카자흐스탄, 유라시아 경제연합 공통의 통관 진행
- ▶ 도착 전 사전 수입 식품 신고 필요

[표 4.8] 카자흐스탄 통관 프로세스



| | 유형 | 명칭 | 최대 허용량 (mg/kg) |
|-----------------------------|-------|-------------------------------|-------------------------|
| 일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질 | 식품첨가물 | 탄산칼륨 (Potassium hydroxide) | TD 기준 적용 ³²⁾ |
| | | 탄산암모늄 (Ammonium carbonate) | TD 기준 적용 |
| | | 구연산나트륨 (Sodium citrate) | TD 기준 적용 |

자료 : 유라시아 경제연합 집행위원회(EEC), 식품첨가물 규정(TR CU 029/2012), KATI농식품수출정보

32) TD 기준 : 해당 식품첨가물의 사용기준을 제조업체의 기술사양을 따른다는 의미로 제조업체에서 정한 식품첨가물, 향신료, 가공보조제 규정 등의 사용기준을 포함하며, 기술 효과를 이루는데 반드시 필요한 양을 초과하지 않는다는 의미

식품 첨가물 규정

카자흐스탄으로 제품 수입 시, 요구되는 식품 첨가물, 유해 물질에 관한 규정

이유식

이유식 품목의 첨가물 규정은 유라시아 경제연합 식품첨가물 규정 중 유아용 영양보충식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ EAEU 식품첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

[표 4.9] 카자흐스탄 이유식 품목 첨가물 규정

| 기능 | 이름 | 영문이름 | 최대사용량(mg/kg) | 비고 |
|--------------|-------|---------------------|--------------|----|
| 산도조절제 | 수산화칼륨 | Calcium hydroxide | TD 기준 적용 | |
| 안정제, 유화제 등 | 탄산칼륨 | Potassium carbonate | TD 기준 적용 | |
| 산도조절제, 안정제 등 | 구연산칼슘 | Calcium citrate | TD 기준 적용 | |
| 산도조절제 | 젖산 | Lactic acid | TD 기준 적용 | |
| 산도조절제, 산화방지제 | 구연산 | Citric acid | TD 기준 적용 | |
| 습윤제 | 젖산나트륨 | Sodium lactate | TD 기준 적용 | |
| 산도조절제, 유화제 등 | 인산칼륨 | Potassium phosphate | 1,000 | |
| 희석제, 안정제 등 | 알긴산 | Alginic acid | 500 | |
| 증점제, 안정제 등 | 구아검 | Karaya Gum | 10,000 | |

자료 : 식품첨가물 규정(TR CU 029/2012)

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 베이비-푸드(Baby-food)

Interview ② 베벡(Bebek)

Interview ③ 테레목(Teremok)

Interview ④ 플립(Flip)

Interview ⑤ 바이오스페라(Biosfera)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 베이비-푸드 (Baby-food) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Roman Li (Head)

카자흐스탄 내 이유식 수요는 증가하는 추세

카자흐스탄 내 이유식 수요는 지속해서 증가하는 추세로, 그중 쌀 등의 곡물과 옥수수, 우유가 들어간 제품의 인기가 매우 좋습니다.

최근 온라인 쇼핑몰에서 이유식 판매가 급증

카자흐스탄 내 온·오프라인 매장에서 이유식 제품을 취급하고 있습니다. 그중 오프라인 매장이 제품 매출의 65~70%를 차지하고 있으나, 최근 온라인 쇼핑몰에서의 제품 판매가 급증하고 있습니다.

Market Demand and Customers



- 인터뷰 기업 : 베벡 (Bebek) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Lyudmila (Purchasing Manager)

카자흐스탄 내 이유식 제품 수요는 많은 편

카자흐스탄에는 쌀 등의 곡물과 우유가 함유된 이유식 제품의 수요가 많습니다. 정부는 현지 제조업체를 대상으로 제품 경쟁력 강화를 위한 프로그램을 진행해왔으며, 수입 제품의 판매 또한 적극적으로 지원해왔습니다.

제품 구매 시, 소비자들은 제품 성분과 브랜드 인지도를 고려

현지인들은 이유식 제품 구매 시, 제품 성분과 브랜드를 가장 중시합니다. 따라서 성분이 우수하고 국제적으로 브랜드 인지도가 높은 제품의 인기가 좋은 편입니다.

Market Preference and Trend



- 인터뷰 기업 : 테레목 (Teremok) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Ekaterina Bogushina (Purchasing Manager)

현지인들은 수입 이유식 제품 선호

카자흐스탄 내 이유식 제품의 수요는 많은 편이며, 소비자들은 주로 러시아, 벨라루스, 우크라이나에서 생산된 제품을 선호합니다.

현지 소비자, 의사가 추천한 제품 선호

현지인들인 제품 구매 시 제품의 성분을 매우 중요하게 생각합니다. 특히 의사와의 상담을 통해 아이에게 필요한 영양소가 함유되어있는 우수한 제품을 추천받기도 합니다. 의사의 추천을 받은 제품은 소비자들 사이에서 인기가 많습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Distribution



- 인터뷰 기업 : 플립 (Flip) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Altyn Esenbaeva (Purchasing Manager)

알레르기 위험성이 낮은 재료로 만든 이유식 제품 선호

최근 현지 소비자들 사이에서 염소 우유처럼 알레르기 위험성이 낮은 재료로 만든 이유식이 선호되고 있습니다.

최근 온라인 쇼핑물에서 이유식 수요 증가 추세

최근 온라인에서도 정품 인증을 받은 제품을 취급함에 따라, 온라인 쇼핑물에서의 이유식 제품 수요가 증가하고 있습니다.

Market Trend and Distribution



- 인터뷰 기업 : 바이오스페라 (Biosfera) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Sikhimbaeva Lyayla (Manager)

현지인들은 제품 구매 시, 제품 브랜드를 고려

현지인들은 이유식 제품 구매 시, 제품 브랜드를 고려합니다. 그중 러시아와 유럽에서 생산된 브랜드 인지도가 높은 이유식 제품의 수요가 많습니다.

오프라인 매장에 제품을 납품할 것을 추천

카자흐스탄 내 이유식 제품을 판매할 경우, 오프라인 매장에 제품을 납품할 것을 추천합니다. 현지인들은 제품을 직접 확인하고, 직원들에게 제품을 추천받고, 이유식 섭취 방법과 주의사항 등을 듣는 것을 선호하기 때문입니다.

Interview ① 베이비-푸드(Baby-food)

33)

베이비-푸드
(Baby-food)

전문가 소속

베이비-푸드
(Baby-food)
소매업체

전문가 정보

Mr. Roman Li
(Head)



X Кукурузная
низкоаллергенная каша 200г



X Пшенично-кукурузная каша
с тыквой 200г

베이비-푸드(Baby-food)

Head, Mr. Roman Li

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2015년에 설립된 유아용품 전문 소매업체로, 이유식, 유아용 스낵류, 기저귀, 임산부가 섭취할 수 있는 영양제 등을 취급하고 있습니다. 카자흐스탄 내 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매합니다.

Q. 최근 카자흐스탄 내 이유식 트렌드가 어떻게 되나요?

카자흐스탄 내 이유식 수요는 지속해서 증가하는 추세입니다. 그중에서도 쌀 등의 곡물과 옥수수, 우유가 들어간 제품의 인기가 좋습니다. 최근 이유식 제조업체들은 소셜미디어를 통해 제품을 광고하고 있습니다.

Q. 카자흐스탄 내, 이유식 판매처는 어디인가요?

카자흐스탄 내 다양한 온·오프라인 매장에서 이유식을 취급하고 있습니다. 오프라인 매장이 제품 전체 매출의 65-70%를 차지하고 있으며, 최근 온라인 쇼핑몰에서의 판매가 급증하고 있습니다. 향후 온라인 쇼핑몰을 이용하여 제품을 구매하는 소비자가 지속적으로 증가할 것으로 예상되기 때문에 온라인 쇼핑몰을 통해 이유식을 수출할 것을 추천합니다.

Q. 당사에서 취급하는 제품의 특징은 무엇인가요?

당사에서는 다양한 쌀 이유식 제품을 취급하고 있어 제품의 특징을 말씀드리기 어렵습니다. 하지만, 일반적 쌀 이유식 제품 가격은 2.1달러³⁴⁾(2,547원), 용량은 170-200g입니다. A사의 제품은 용량 대비 다소 비싸다고 생각합니다. 카자흐스탄에서 쌀 이유식 경쟁이 치열하기 때문에, 제품 품질이나 가격에서 비교우위를 갖는 것이 필요합니다.

33) 사진자료: 베이비-푸드(Baby-food) 홈페이지 (baby-food.kz)

34) 1달러=1,212.70원(2020.02.26., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 베벡(Bebek)

36)

베벡
(Bebek)

전문가 소속

베벡
(Bebek)
소매업체

전문가 정보

Ms. Lyudmila
(Purchasing Manager)



베벡(Bebek)

Purchasing Manager, Ms. Lyudmila

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 유아용품 전문 소매업체로, 약 58개 브랜드에서 출시된 이유식, 기저귀 등을 취급하고 있습니다. 한국, 일본, 인도네시아 제품을 수입하고 있으며, 카자흐스탄 알마티와 아스타나 지역에 제품을 배송하고 있습니다.

Q. 카자흐스탄 내 이유식 제품의 수요는 어떠한가요?

최근 3년간 이유식 제품 수요는 지속적으로 증가해왔으며, 그중 쌀 등의 곡물과 우유가 함유된 이유식 제품 수요가 급증하였습니다. 정부는 현지 이유식 제품의 경쟁력 강화를 위해 현지 제조업체를 대상으로 품질 향상을 위한 프로그램과 수입 제품의 판매를 적극적으로 지원하고 있습니다.

Q. 현지인들은 이유식 제품 구매 시, 무엇을 고려하나요?

현지인들은 이유식 제품 구매 시, 제품 성분과 브랜드 인지도를 가장 중시합니다. 카자흐스탄 사람들은 제품 성분에는 무엇이 있는지, 아이들에게 해로운 성분은 없는지를 꼼꼼하게 살펴봅니다. 이외에도 국제적으로 브랜드 인지도가 높은 제품을 선호합니다. 대표적인 예로는 스위스 브랜드인 네슬레(Nestlé)가 있습니다. 해당 브랜드는 카자흐스탄에 진출한 지 20년 이상이 되어 소비자들 사이에서 인기가 많습니다.

Q. 카자흐스탄 내 제품 판매 시, 추천하는 판매처는 어디인가요?

카자흐스탄 내 쌀 이유식 제품을 판매한다면, 온·오프라인 매장에 제품을 납품할 것을 추천합니다. 과거 현지인들은 오프라인 매장 직원에게서 제품 섭취 방법과 주의사항 등의 설명을 듣고 난 후, 제품을 구매했습니다. 하지만 최근에는 온라인 쇼핑몰에서 이유식 제품의 수요가 증가함에 따라, 어느 한 곳만을 공략하기보다 온·오프라인 매장에 제품을 납품할 것을 추천합니다.

36) 사진자료: 베벡(Bebek) 홈페이지 (bebek.kz)

Interview ③ 테레목(Teremok)

37)

● 테레목
(Teremok)

전문가 소속

테레목
(Teremok)
소매업체

전문가 정보

Ms. Ekaterina Bogushina
(Purchasing Manager)



테레목(Teremok)

Purchasing Manager, Ms. Ekaterina Bogushina

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 약 2000년대에 설립된 유아용품 전문 소매업체로, 이유식, 어린이 장난감, 기저귀 등의 유아용품을 취급하고 있습니다. 카자흐스탄 내 온라인 쇼핑몰과 약 6곳의 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 알마티, 우스트 카메노고르스크, 쉘켄트 등 다양한 지역에 제품을 배송하고 있습니다.

Q. 카자흐스탄 내 이유식 제품 트렌드가 어떻게 되나요?

카자흐스탄 내 이유식 제품의 수요는 많은 편이며, 현지 소비자들은 주로 러시아, 벨라루스, 우크라이나에서 생산된 제품을 선호합니다. 현지에서 생산된 제품은 다양하지 않을 뿐만 아니라 수요 또한 낮습니다. 수요가 많은 브랜드로는 네슬레(Nestle), 하인즈(Heinz), 비비콜(Bibical)이 있습니다. 특히 러시아 브랜드인 비비콜의 염소 우유로 만든 시리얼, 쌀 이유식이 인기가 매우 좋습니다. 이외에 쌀, 밀, 옥수수 맛의 이유식 제품의 인기가 좋은 편이며, 미역과 채소로 만든 제품의 수요는 매우 적습니다.

Q. 현지인들이 선호하는 제품의 특징은 무엇인가요?

카자흐스탄 소비자들은 브랜드 인지도가 높은 제품을 선호합니다. 앞서 말씀드린 네슬레, 하인즈, 비비콜 브랜드의 인지도가 높은 편이며, 해당 브랜드에서 출시한 제품들은 현지인들 사이에서 수요가 매우 많습니다. 또한, 우수한 품질로 현지 의사가 추천한 제품을 신뢰합니다. 현지인들은 의사와의 상담을 통해 아이에게 필요한 영양소가 함유된 우수한 제품을 추천받습니다. 비비콜의 브랜드 제품이 현지에서 인기가 높은 이유도 우수한 품질로 인하여 많은 의사들이 해당 브랜드 제품을 추천하기 때문입니다.

Q. 이유식 제품의 가격과 용량은 어느 정도가 적당한가요?

이유식 제품은 200-250g의 용량이 적당합니다. 카자흐스탄 이유식 제품은 대부분 200g 이상으로, A사의 117g 용량을 찾는 소비자는 많지 않을 것으로 생각합니다. A사 제품은 현지 제품 평균 가격은 3.5달러(4,244원) 대비 다소 비쌉니다. 따라서 카자흐스탄 수출 시, 제품의 용량과 가격 조정이 필요하다고 생각합니다.

Q. 제품 수출 시 주의해야 할 사항이 있나요?

유라시아경제연합(EAEU) 회원국 이외의 국가에서 카자흐스탄으로 제품을 수출할 때에는 세관 등의 엄격한 규제를 받는다고 알고 있습니다. 따라서 제품 등록, 인증 등 다양한 요건을 만족할 수 있도록 제품의 성분 등 관련 서류를 구비하는 것이 필요합니다.

37) 사진자료: 테레목(Teremok) 홈페이지 (terem.kz)

Interview ④ 플립(Flip)

38)

● 플립
(Flip)

전문가 소속

플립
(Flip)
소매업체

전문가 정보

Mr. Altyn Esenbaeva
(Purchasing Manager)



플립(Flip)

Purchasing Manager, Mr. Altyn Esenbaeva

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2007년에 설립된 소매업체로, 이유식 등의 유아용품, 화장품, 전자기기, 식료품 등을 취급하고 있습니다. 카자흐스탄 내 온라인 쇼핑몰과 약 4곳의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다.

Q. 최근 카자흐스탄 내 이유식 제품의 트렌드는 어떻게 되나요?

카자흐스탄 내 이유식 제품의 수요는 증가하고 있으며 향후에도 이러한 증가 추세는 지속될 것으로 예상됩니다. 최근 현지 소비자들 사이에서는 염소 우유와 같이 알레르기 위험성이 낮은 재료로 만든 이유식 제품이 선호되고 있습니다.

Q. 이유식 제품의 판매처는 어디인가요?

카자흐스탄 내 다양한 온·오프라인 매장에서 이유식을 취급하고 있습니다. 과거 현지인들은 온라인에서 취급하는 상품의 품질이 좋지 않다는 인식 때문에 오프라인 매장을 선호하였습니다. 하지만 최근 온라인 쇼핑몰에서도 정품 인증을 받은 제품을 취급함에 따라, 온라인에서의 수요가 지속해서 증가하고 있습니다.

Q. 카자흐스탄에서의 한국산 쌀 이유식 판매 시, 수요가 있을까요?

카자흐스탄에서 한국산 쌀 이유식을 판매한다면, 수요가 많지 않을 것으로 생각합니다. 현지 소비자들은 쌀 이유식 구매 시, 브랜드 인지도를 가장 중요시하기 때문입니다. 카자흐스탄 소비자들 사이에서 한국 화장품의 인지도는 높은 편이나, 아직 한국산 이유식 제품의 인지도는 매우 낮습니다. 또한, 현지에서 판매되는 쌀 이유식 제품은 평균 200g에 3.5-4.0달러(4,244-4,851원)로 A사 제품은 이와 비교하였을 때 비쌉니다.

38) 사진자료: 플립(Flip) 홈페이지 (www.flip.kz)

Interview ⑤ 바이오스페라(Biosfera)

39)

바이오스페라
(Biosfera)

전문가 소속

바이오스페라
(Biosfera)
소매업체

전문가 정보

Ms. Sikhimbaeva Lyayla
(Manager)

БИОСФЕРА



바이오스페라(Biosfera)

Manager, Ms. Sikhimbaeva Lyayla

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2011년에 설립된 약국 형태의 소매업체로, 이유식, 유아용품, 의약품, 의료기기 등 약 14,000가지의 제품을 취급하고 있습니다. 카자흐스탄 내 자사 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있으며, 알마티, 악토베, 아크몰라 등 다양한 지역으로 제품을 배송하고 있습니다.

Q. 카자흐스탄 내 이유식 제품의 수요는 어떠한가요?

최근 10년 사이 카자흐스탄의 출생률이 증가함에 따라, 이유식 제품의 수요는 아이를 둔 젊은 여성들 사이에서 증가하는 추세입니다. 그중에서도 우유로 만든 이유식 제품의 수요가 매우 많습니다. 향후에도 이유식 제품의 전반적인 수요는 계속해서 증가할 것으로 생각합니다.

Q. 현지인들은 제품 구매 시, 무엇을 고려하나요?

현지인들은 이유식 제품 구매 시, 제품 브랜드를 고려합니다. 카자흐스탄 사람들은 현지에서 생산된 제품보다 러시아와 유럽에서 생산된 브랜드 인지도가 높은 이유식 제품을 선호합니다. 유명한 브랜드의 제품들은 품질을 보장하는 다양한 인증을 갖추고 있어, 현지인들은 수입 제품의 품질이 더 우수하다고 생각합니다.

Q. 카자흐스탄 내 이유식 제품 판매 시, 추천하는 판매처는 어디인가요?

카자흐스탄 내 이유식 제품을 판매할 경우, 오프라인 매장에 제품을 납품할 것을 추천합니다. 아이들이 먹는 제품인 만큼, 부모들은 제품을 직접 확인하는 것을 선호합니다. 또한 직원들에게 이유식 섭취 방법과 주의사항 등의 설명을 듣고, 아이 개월 수 등에 맞는 제품을 추천받기를 바라기 때문입니다.

39) 사진자료: 바이오스페라(Biosfera) 홈페이지 (biosfera.kz)

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 유로모니터(Euromonitor). 「Baby Food in Kazakhstan」, 2019.09
2. 「Alimentation Couche-Tard Annual report 2019」, Alimentation Couche-Tard, 2019.
3. 「Migros Annual Report 2018」, Migros, 2018.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 홈페이지 (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제 무역 센터(International Trade Center) 홈페이지 (www.trademap.org)
3. 외교부 홈페이지 (www.mofa.go.kr)
4. 카자흐스탄 통계 위원회 (stat.gov.kz)
5. 이터(Eater) 홈페이지 (www.eater.com)
6. 바이오스페라(Biosfera) 홈페이지 (biosfera.kz)
7. 아쁘페까 쓰베뜨나야(Аптека Цветная) 홈페이지 (cvetnaya.kz)
8. 유로팜마(Europharma) 홈페이지 (europharma.kz)
9. 바이오스페라(Biosfera) 홈페이지 (biosfera.kz)
10. 에브칼립투스(Eucalyptus) 홈페이지 (evcalyptus.kz)
11. 매그넘(Magnum) 홈페이지 (www.magnum.kz)
12. 매그넘(Magnum) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/Magnumkz/)
13. 리테일타임즈(RetailTimes) 홈페이지 (www.retailtimes.co.uk)
14. 램스토어(Ramstore) 홈페이지 (www.ramstore.kz)
15. 자콘(Zakon) 홈페이지 (www.zakon.kz)
16. 에스몰앤스키프(SMall & Skif) 홈페이지 (www.small.kz)
17. 에스몰앤스키프(SMall & Stif) 인스타그램 홈페이지 (www.instagram.com/small_kz)
18. 리테일닷알이(Retail.re) 홈페이지 (www.retail.ru)
19. 메트로(Metro) 홈페이지 (www.metro.com.kz)
20. 유라시아은행(Eurasian Bank) 홈페이지 (eubank.kz)
21. 메트로(Metro) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/pg/metro.com.kz)
22. 아스타카잔(Astykzhan) 홈페이지 (astykzhan.kz)
23. 아스타나기드(Astanagid) 홈페이지 (astanagid.kz)
24. 알루(Alau) 홈페이지 (alau.kz)
25. 안바르(Anvar) 홈페이지 (anvar.kz)
26. 미국 농무부(USDA) 홈페이지 (www.usda.gov)
27. 유라시아 경제연합 집행위원회 홈페이지 (www.eurasiancommission.org)
28. 관세법령정보포털(UNIPASS) 홈페이지 (unipass.customs.go.kr)
29. 카자흐스탄 정부 온라인 서비스 홈페이지 (egov.kz)
30. 플립(Flip) 홈페이지 (www.flip.kz)
31. 카자흐스탄 공공보건위원회 (kooz.dsm.gov.kz)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

32. 카자흐스탄 국가 소득위원회 (kgd.gov.kz)
33. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
34. 베이비-푸드(Baby-food) 홈페이지 (baby-food.kz)
35. 베벡(Bebek) 홈페이지 (bebek.kz)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.03.13.

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 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

