



일반대학원
경영컨설팅학과

Dubai Internship Report

박사과정 2기 정용운

인턴기간
13. 7. 7 ~ 8. 3



Contents



1

아랍에미리트(U.A.E) 개관

2

KOTRA 두바이 무역관 소개

3

주요활동

- (1)미래형생체부품 수요조사 컨설팅
- (2)식품유통시장 조사

4

인턴십 소감 및 후기

1. U.A.E 개관



● U.A.E(United Arab Emirates)

- ▶ 국토의 99%가 사막 : 고온 다습 아열대 or 사막기후
- ▶ 인구 약 600만 : 자국민 20% 외국인 80%
- ▶ 이슬람교, 아랍어(공용어)와 영어(상용어)
- ▶ 7개의 Emirates로 구성된 연방대통령제
 - 아부다비(Abu Dhabi), 두바이(Dubai), 샤자(Sharjah)
 - 아즈만(Ajman), 움알콰인(Umm Al Quwain)
 - 라스 알 카이마(Ras Al Khaimah), 푸자이라(Fujairah)
- ▶ 1인당 GDP 약 55,000 \$
- ▶ 교역품
 - 수출품 : 원유, 나프타, 가스, 알루미늄
 - 수입품 : 기계, 전자, 섬유, 자동차 등



1. U.A.E 개관



● 두바이 [중동의 진주, 중동의 뉴욕]

- ▶ U.A.E 연방을 구성하는 7개의 토후국 중 하나
- ▶ 1970년대까지 석유수출이 활발했던 산유국
- ▶ 자유무역단지 조성
 - 물류 · 항공 · 관광 인프라를 갖춘 중계무역지로 성장
- ▶ 2009년 국영기업 두바이 월드의 모라토리엄 선언
 - 부동산 개발을 위한 과도한 투자 및
 - 2007년 미국의 서브 프라임 모기지 사태가 원인
- ▶ 유명 건축물
 - 세계 최고층(828m) 빌딩 부르즈 칼리파(Burj Khalifa)
 - 두바이 비치에 세워진 7성급 호텔 버즈 알 아랍(Burj Al Arab)



1. U.A.E 개관



● 두바이 주요 건축물

부르즈 칼리파 (Burj Khalifa)



버즈 알 아랍 (Burj Al Arab)



2. 두바이 무역관 소개



● KOTRA 두바이 무역관

- ▶ 시장개척사업
- 해외세일즈지원, 시장개척단 지원, 방한 구매단 유치 및 바이어 지원
- ▶ 투자유치사업
- 투자유치단 지원 사업, 유망프로젝트 발굴, 잠재투자가 발굴 및 유치
- ▶ 투자진출 지원사업
- 투자진출 환경조사, 투자진출 상담지원
- ▶ 조사사업
- 수출유망상품 및 산업별 시장동향 등 현지시장조사

☞ 공공부문 휴일 : 금, 토요일
☞ 근무시간 : 8시 30분 ~ 5시 30분



3. 주요활동



● 미래형 생체부품 수요조사 컨설팅

- ▶ 손상된 장기나 생체조직의 수복을 위한 의료용 생체부품소재 생산기업
 - 임플란트 등 치과용 보철물, 구강청정용품, 정형외과 수술용 재료 등
- ▶ 컨설팅조사 요청 사항
 - 의료기기 및 관련산업 동향, 유통구조 및 바이어 현황, UAE시장 진출시 진입장벽

● 식품 소비시장과 유통구조

- ▶ 식품시장동향 : 시장규모 및 최근 3년간 성장추이
- ▶ 시장진출 전략 : 유통구조 특징, 수입규제 및 인허가 사항, 성공 및 실패사례
- ▶ 메이저 유통기업 : 기업개요, 시장점유율, 유통망 현황, 유력바이어

● 시장조사방법

- ☞ 문헌조사 : 공공기관 및 유관기관 Report, KOTRA 보고서, 신문 및 인터넷검색
- ☞ 담당자 인터뷰: 해당업종 관련 현지인과의 인터뷰

3. 주요활동 (1) 미래형 생체부품



● 미래형 생체부품 수요조사 보고서 주요목차

I. 의료기기 관련 산업 동향

1. 세계시장 동향

- 세계 의료기기 시장현황
- 중동/북아프리카(MENA) 의료기기 시장현황 및 전망
- 세부 품목별 시장규모
- 의료기기 시장전망 종합

II. 의료기기 유통구조 및 바이어 현황

1. 유통구조 일반

- 의료기기 유통구조 일반
- 의료장비(Medical Equipments) 유통구조
- 의료기기(Medical Devices) 유통구조

2. 주요 유통시장정보 및 진입정보

- 의료기기 수요패턴
- 브랜드 선호도
- 시장진입정보

3. 바이어 및 유통업체 기본현황

- 주요 바이어 정보
- 한국산 의료기기에 대한 전반적인 관심도

III. 진입장벽 및 혜택

1. UAE 통관절차 개관

- UAE 통관제도 일반
- 사전 등록제도(Pre-Qualification)

2. 인증 및 규제사항

- UAE's MDR 가이드라인
- 인증등록 및 규제사항

3. 정부지원 및 혜택

- 의료보험제도
- 의료관련 정부정책

IV. 무역관 종합의견

1. UAE 시장의 기회와 위협

- 기회요인
- 위협요인

2. 시장진출을 위한 전략방향

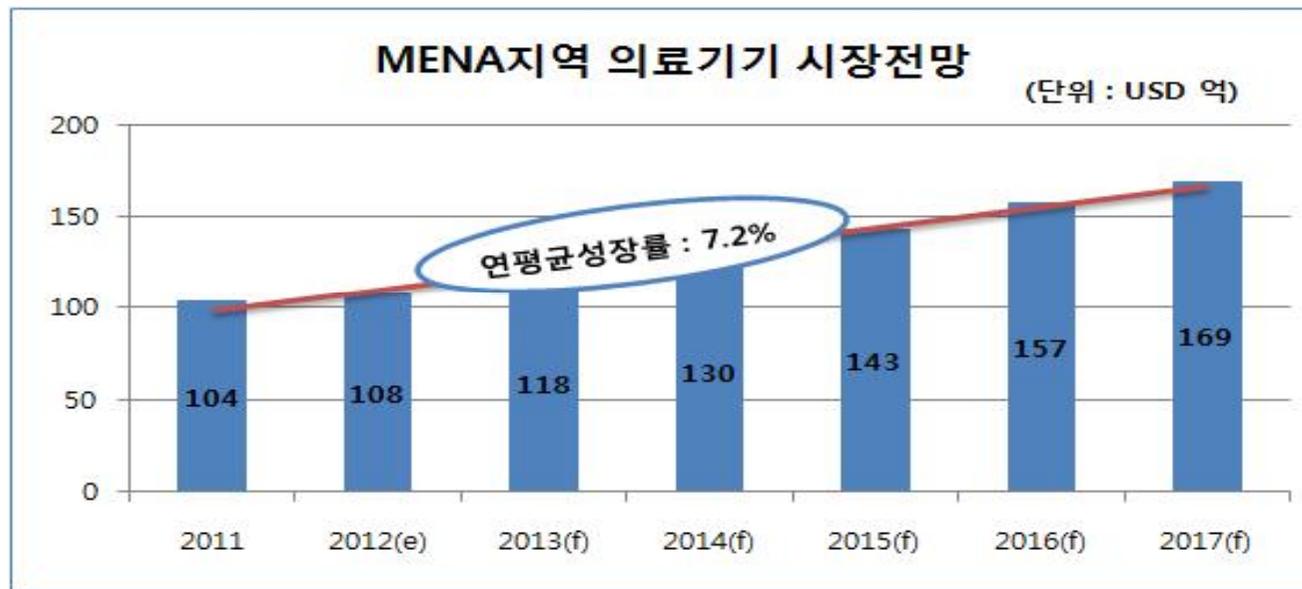
- 시장세분화(Market Segmentation)를 통한 타겟시장 선정
- 가격경쟁력 확보와 프로모션 강화
- 선진국 인증제도 활용
- 철저한 사후관리(A/S)

3. 수출지원을 위한 정부지원제도 활용

3. 주요활동 (1) 미래형 생체부품



● 세계 의료기기 시장현황



※ Espicom, 2012.

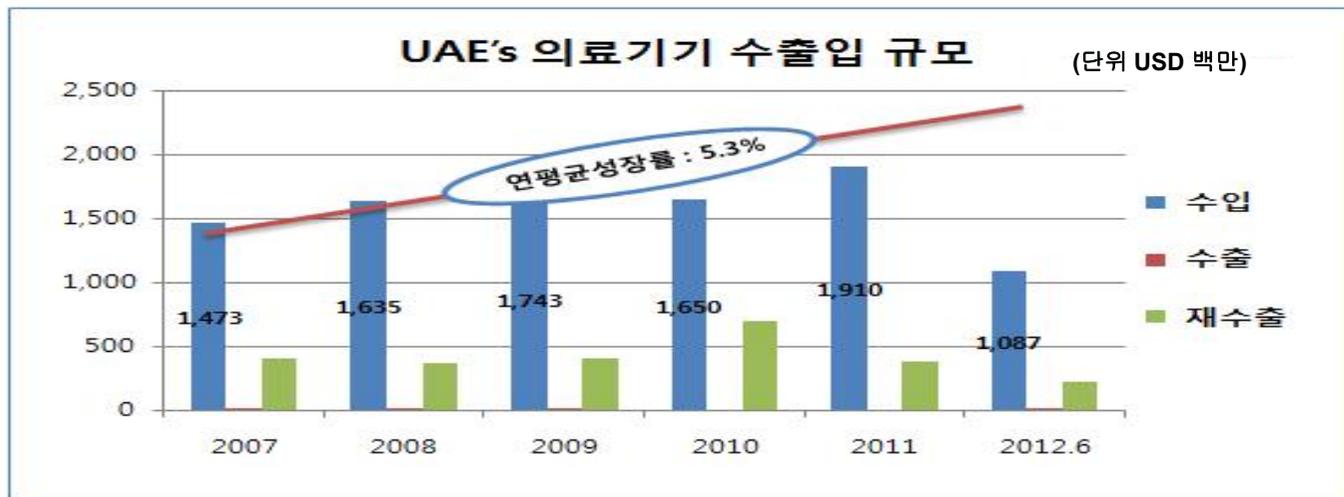
▶ 세계 의료기기 시장현황

- 중동/아프리카(MENA)지역 의료기기 시장규모 : 104억 USD.
- 세계 의료기기 시장 점유율의 3.5%를 차지(2011년 기준)
- 최근 5년간 연평균 성장률 : 8.5% (아시아/태평양에 이어 성장률 2위)
- 2017년까지 연평균 성장률은 7.2%로, 169억 USD규모로 성장할 것으로 전망

3. 주요활동 (1) 미래형 생체부품



UAE 의료기기 수출입규모



구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012.6
수입	1,473	1,635	1,743	1,650	1,910	1,087
수출	417	394	425	707	399	251
재수출	403	372	405	696	387	231
재수출 비중(%)	96.6%	94.6%	95.3%	98.3%	96.9%	91.9%

※ National Bureau of Statistics

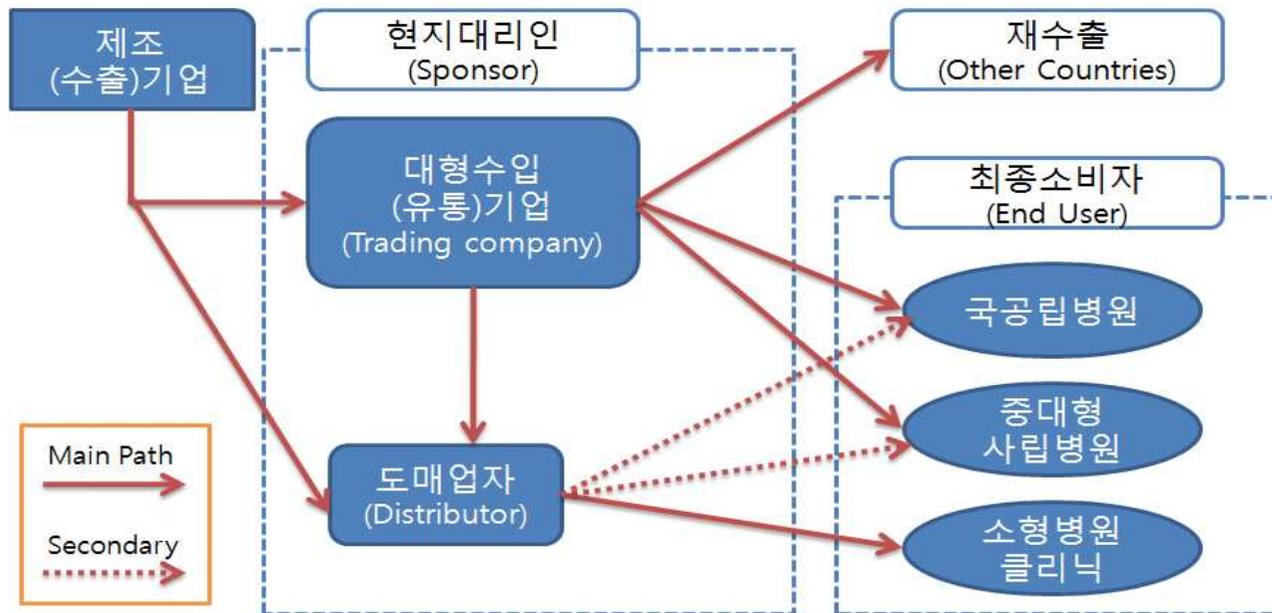
▶ UAE 의료기기 수출입 규모

- 최근 5년간 의료기기 수입액 연평균증가율은 5.3%로 지속적인 성장세
- 중계무역 활발 : 전체 수출 중 재수출 비중이 90% 이상을 차지함

3. 주요활동 (1) 미래형 생체부품



● 의료기기 유통구조 일반



▶ 의료기기 유통구조

- 제조(수출)기업 → 대형수입(유통)기업과 도매업자 → 최종소비자의 3단계 구조
- 의료기기 시장에서 GWT(Gulf & World Traders)가 높은 독점적 지위를 행사
- 고가의 의료장비(Medical Equipment) : 대형수입(유통)기업이 담당
- 의료기기(Medical Devices) : 중소도매업체들의 활동이 활발

3. 주요활동 (1) 미래형 생체부품



● 유통시장정보 및 시장진입

▶ 의료기기 수요패턴

- 대형병원 건설프로젝트 : 중소규모 도매업체가 참여할 기회는 거의 없음
- 중소규모 병원 : 해당 병원 의사의 추천으로 구매 브랜드 선정이 이루어짐

▶ 브랜드 선호도

- 전체 의사의 약 80%는 인도, 이집트, 요르단 출신이며, 이들은 주로 유럽제품을 선호
- 고가의 의료장비 : 미국, 독일, 일본 3개국이 전체시장을 주도
- 소모품 등 단순의료기기 : 저가의 중국산 점유율이 높으나 품질과 안정성의 문제
- 최근 한국과 대만제품들이 가격대비 품질의 우수성으로 점차 수요 확대

▶ 전문전시회 및 박람회

- 두바이 의료용품 박람회, 두바이 국제 치과전시회 등 전문전시회와 박람회가 매년 개최

▶ 한국브랜드에 대한 인지도

- 최근 한류(韓流)의 영향, 한국병원의 UAE 진출 등 의료분야 교류가 활발히 진행 중
- 그러나 전반적으로 걸음마 단계에 불과하며, 한국보다 앞서 진출한 태국이나 싱가포르보다도 인지도가 부족한 것이 현실

3. 주요활동 (1) 미래형 생체부품



● 진입장벽

▶ 통관제도 일반

- UAE 수출입관련 통관은 정부규제가 거의 없고, 법인 및 개인소득세가 면제
- GCC 협정에 따라 주류(50%), 담배(100%)나 식품(0%)을 제외한 공산품 수입에 대해 공통관세 5% 적용
- 의료기기는 생산 및 제조, 임상시험 등의 안전규제, 유통 및 판매과정에서 안전성확보와 지적재산권 보장 등을 이유로 UAE 연방정부차원에서 엄격한 규제

▶ 사전 등록제도(Pre-Qualification)

- 의료기기 수출을 위해서는 의료기기 제조업자와 공인된 현지대리인(local authorized representative)을 MoH(보건부 : Ministry of Health)에 사전에 등록이 요구됨
- Pre-Qualification을 위한 주요사항으로는 설립자본금 규정, 일정규모 이상의 창고 및 저장시설 확보, 의약품 관리기사 고용의무 등이 존재

▶ UAE's MDR 가이드라인

- MoH의 “Medical Devices Registration Guideline” 에 따라 연방정부차원의 규제
- 유럽연합(EU) 의료기기지침(MDD : Medical Device Directive)을 상당부분 준용

3. 주요활동 (1) 미래형 생체부품



● 정부지원 및 혜택

▶ 의료보험제도

- 자국민의 95%가 국가보험혜택을 누리며 초과 및 약값의 일부를 제외하고는 국가에서 의료비를 전액 지원
- 그러나 국립병원 의료서비스 수준이 낮아 현지인들은 높은 비용에도 불구하고 외국계 사립병원을 선호, 외국인 근로자나 일부 자국민을 제외하고는 국립병원 활용도는 낮음

▶ 의료관련 정부정책

구분	국가 개발 정책 수립 현황
Plan Abu Dhabi 2030 	<ul style="list-style-type: none"> • 경제성장 : 2015년까지 연 7%, 2030년까지 연 6% • 오일가스 : 세계5위 생산국으로 생산량 지속 확대 • 석유화학 : 에틸렌 생산량 확충 • 관광 : 사디얏섬 문화지구 개발, 관광객 적극 유치 • 의료 : 세계최고 수준 의료시설 확충 • 교육 : 세계 우수 교육기관 유치 • 통신 : 중동지역 통신서비스 허브 육성
Dubai Strategic Plan 2015 	<ul style="list-style-type: none"> • 경제성장 : 2015년까지 GDP 1080억 달러 1인당 GDP 44,000달러 달성 • 성장 동력 산업 육성 : 관광, 무역, 건설, 운송, 제조, 의료, 교육 • 국가정체성 강화 : 자국민 고유문화 인지도 제고 • 문화증진 : 영화관, 극장, 박물관 등 문화시설 확충 • 공교육 : 학교 교육 환경 대폭 개선 • 의료서비스 : 의료산업 전반적 수준 대폭 개선

- 의료산업은 UAE정부의 최우선 과제로 인식되어 자국 내 의료 수요의 해외 유출 방지, 의료관광 유치활성화, 국립병원 시설 및 의료서비스 품질 향상을 위해 의료산업 육성노력지속
- UAE 정부차원에서 29억 USD에 달하는 보건의료 관련 프로젝트를 진행하고 있으며, 100여 개의 병원 신축이 계획단계에 있음

3. 주요활동 (1) 미래형 생체부품



● 종합의견

▶ 기회(Opportunities)요인

- 풍부한 성장잠재력
 - : 높은 의료서비스 소비수준과 정부차원에서의 의료산업투자 확대
- 중동시장 진출의 교두보
 - : 내수시장을 비롯 MENA 지역 의료기기 수출 중심지
 - : 향후 20년간 GCC 국가의 의료서비스 수요는 240%까지 성장전망(Mckinsey & Company)

▶ 위협(Threats)요인

- 유통구조의 특수성과 품질 및 안전성관련 규제강화
 - : 사전등록제도(Pre-Qualification)과 미국, EU 수준의 MDR 가이드라인의 비관세장벽
- 선진국 메이저 기업들의 시장선점과 중국제품의 높은 가격경쟁력
 - : 고가 의료장비(Medical Equipments)는 미국, 유럽, 일본 등 메이저 의료장비 전문기업, 저가의 의료기기(Medical Devices)는 중국 제품들이 시장을 거의 장악

- ☞ 중소기업들의 테스트 마켓이 아닌 국제적인 인증을 받은 검증된 제품을 보유하면서도 가격경쟁력(장기결제기간능력 보유 포함)을 갖춘 기업이 유리
- ☞ 제품 특성에 따라 가격차별화 전략(소모품 및 소형의료기기 : 중소기업 or 벤처기업)이나 품질우위전략(고가의 의료장비: 대기업 or 중견기업)과 같은 포지셔닝(Positioning)이 중요

3. 주요활동 (1) 미래형 생체부품



● 종합의견

- ▶ **시장세분화(Market Segmentation)를 통한 타겟 시장 선정**
 - 국공립병원 신·증설과 같은 대형프로젝트는 한국-UAE 정부간 협력사업을 활용하거나 인지도가 높은 다국적 대기업과의 컨소시엄을 통해 참여
 - 수출중소기업이 UAE의 정부입찰시장을 직접 공략하는 것은 현실적으로 어렵기 때문에 중소 규모의 민간병원을 대상으로 마케팅을 강화 필요
- ▶ **가격경쟁력 확보**
 - 선진국 제품이 높은 브랜드 인지도를 통해 의료기기 시장을 장악하고 있는 상황에서 가격경쟁력 없이 품질만으로는 시장진출 곤란
 - 바이어의견에 따르면 한국제품이 시장성을 갖기 위해서는 선진국 제품에 근접한 품질로 가격은 30%이상 저렴해야 함을 강조
- ▶ **전략적 프로모션 강화**
 - 민간병원은 의료기기 선정에 가장 영향력 있는 결정권자는 대부분 의사임을 고려할 때, 인도 및 아랍계 출신 의사들의 Needs를 충족시킬 수 있는 전략적인 프로모션이 필요
 - 타겟 시장을 효과적으로 공략할 수 있는 유능한 현지대리인 확보에 심혈을 기울여야 함
 - 유력 바이어 및 에이전트 정보 확보를 위해 관련 전시회 및 박람회에 적극적으로 참여

3. 주요활동 (1) 미래형 생체부품



● 종합의견

▶ 선진국 인증제도 활용

- ISO나 CE, FDA 인증여부가 제품의 통관 및 입찰에 매우 큰 영향을 미치며, 바이어들의 관심을 모으는데 효과적이기 때문에 관련인증 획득이 현지 마케팅의 성공요소
- EU, 미국, 오스트레일리아, 캐나다, 일본과 같은 공신력 있는 국가로부터 인증 받은 의료기기를 UAE로 수출할 경우 인증 및 등록절차를 간소화 가능

▶ 철저한 사후관리(A/S)

- 고가의 의료장비는 고장이나 문제발생시 즉각적으로 대처할 수 있는 전문기술자 확보 등 A/S시스템 구축이 필수적으로 요구됨
- 메이저 의료장비 전문기업들은 대리점을 통해 A/S문제를 해결하기도 하지만 대체로 현지 대리인(중간도매업체 등)에 소속된 전문기술자를 통해 A/S 문제를 해결

- ☞ 중소기업은 단일품목, 단일기업 진출보다는 다수의 기업이 공동으로 참여하여, 각종 장비와 기기를 패키지와 솔루션을 제공하는 형태가 바람직하다고 생각됨
- ☞ 병원경영컨설팅(Management Consulting), 운영계약(Management Contract) 형태로 병원경영 노하우, 우수인력 및 IT 장비, 관련 의료기기를 패키지로 수출하는 방안도 고려

3. 주요활동 (2) 식품유통시장



● 중동 유통시장 MAP조사[식품] 주요목차

1. 시장 동향

- UAE 식품시장 동향 일반
- 식료품소매시장과 소비패턴
- 유기농 식품시장 현황
- 시장전망 종합

2. 주요 유통시장정보 및 진입정보

- 유통구조
- 수입규제 및 인허가
- 할랄 인증
- 시장 진출사례
- 진출전략

3. 메이저 유통기업 정보

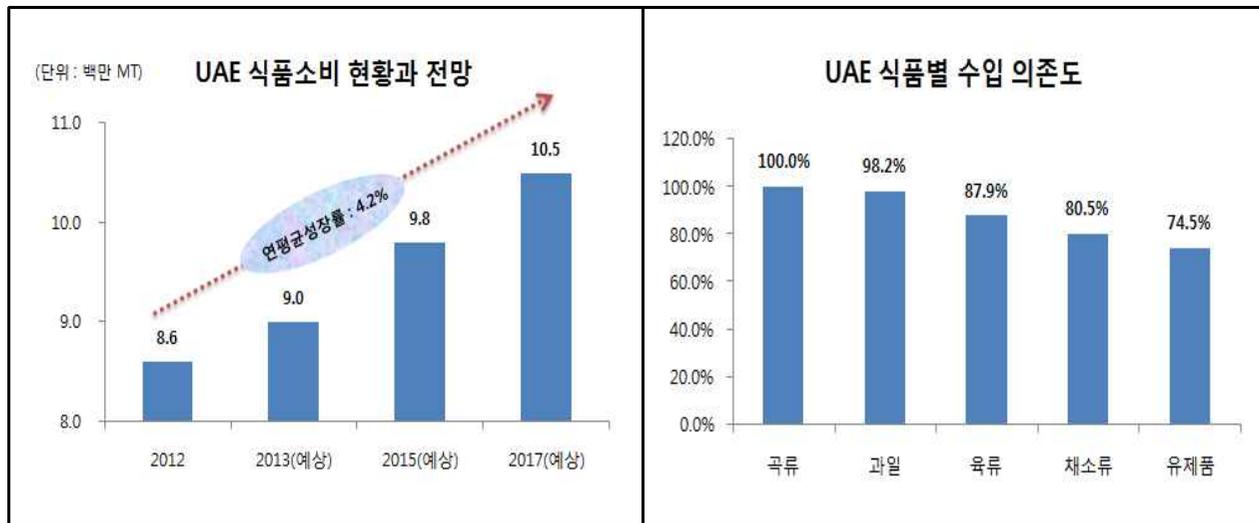
4. 유력 바이어 정보



3. 주요활동 (2) 식품유통시장



UAE 식품시장



※ Alpen Capital Report, 2013.

▶ 식품시장 동향

- 연평균 2.9%(전세계 1.3%)의 높은 인구증가율과 외국인 관광객증가율(연평균 5.3%)
- 경기회복과 지속적인 인구증가에 따라 식품소비시장의 성장세가 지속(연평균 4.2%)
- 농식품 원자재를 수입하여 가공 후 주변국에 재수출하는 가공식품산업이 UAE의 비석유 (Non-oil)부문 주력산업으로 자리매김
- 식품소비는 증가하는 반면, 자국 내 생산은 부족하여 곡류 · 과일 · 육류 · 채소류 · 유제품 등 주요품목에 대한 수입의존도는 평균 82%에 이릅니다

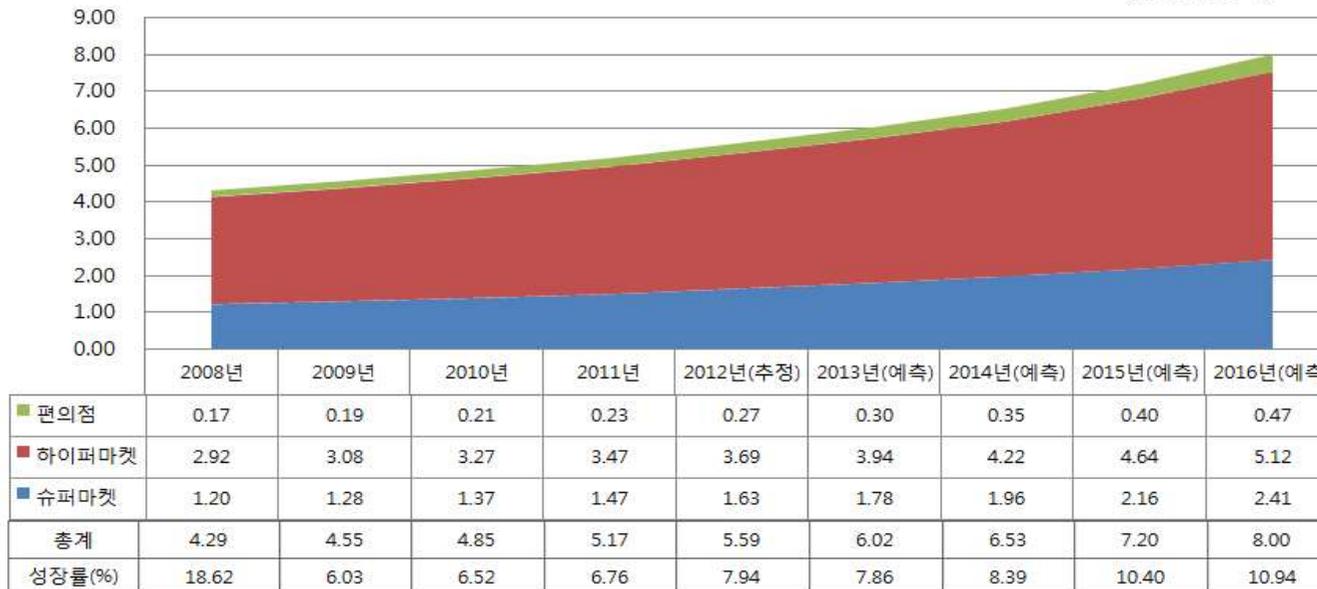
3. 주요활동 (2) 식품유통시장



● 식료품 소매(MGR)시장

식료품소매(MGR)관련 매출액 전망

(단위 USD 10억)



※ Business Monitor International, 2013

▶ MGR(Mass Grocery Retail)시장 전망

- 경제위기 이전(2008년) 성장률 18.62% → 경제위기 이후에도 매년 6%대 성장률 유지
- 2012년 연매출액은 약 55억 달러, 2016년까지 매년 8~10%의 성장률을 보이며 약 80억 달러규모로 성장할 것으로 전망

3. 주요활동 (2) 식품유통시장



● 식품 소비패턴

Mall of the Emirates의 Carrefour



Dubai Marina Mall의 Waitrose



※ 각사 홈페이지 및 구글이미지

▶ 소비패턴

- 2009년 경제위기의 경험은 소비심리 위축을 유발, 가격에 민감한 고객을 양산
- 고온 다습한 기후 특성상 소비자들은 동선이 짧고 한 번에 대량구매가 가능한 매장 선호
- 복합쇼핑몰에 입점한 하이퍼마켓과 같은 대형할인점들은 EDLP(Every Day Low Price)정책을 기반으로 소비자들에게 '합리적인 가격'을 제시하면서 대규모 고객을 유치
- 그 결과 대형할인점들의 시장점유율 상승, 글로벌 대형유통업체들의 신규진입이 활발

3. 주요활동 (2) 식품유통시장



유기농 식품 시장 현황

Organic Food & Cafe

Ripe




※ 각사 홈페이지 및 구글이미지

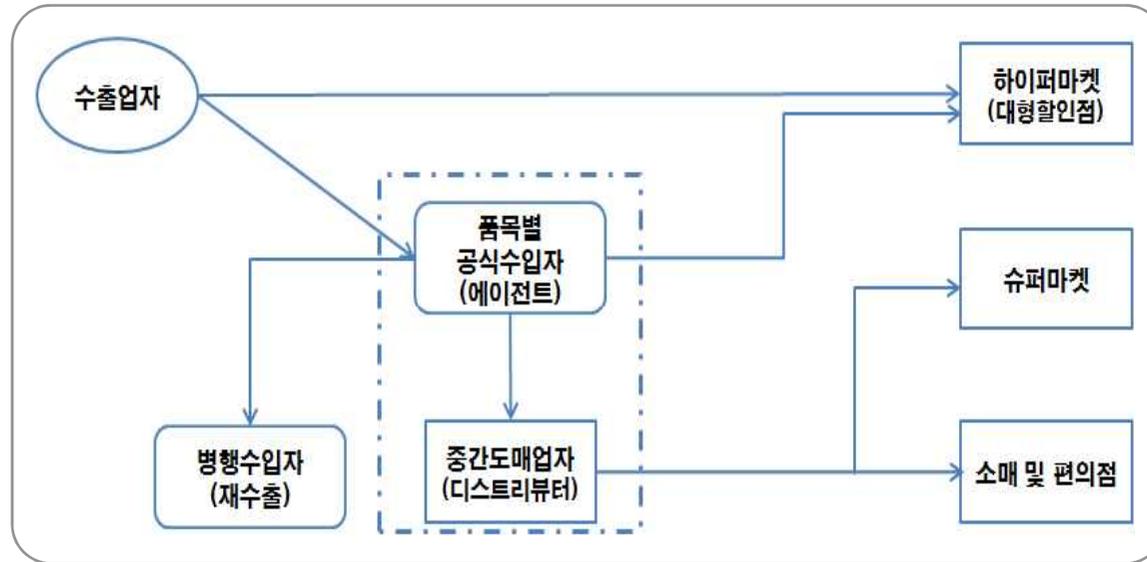
▶ 유기농 식품 시장

- 건강에 관심이 많은 소비자층 증가와 고소득 외국인들의 안전한 먹거리를 찾으려는 수요가 맞물려 유기농식품 시장이 급성장 (2010년 기준 3억 USD, 매년 약 20% 성장)
- UAE 정부는 2012년 7월 'Emirates Organic foods Certification Scheme'을 발표하고 유기농식품에 대한 인증 절차 및 라벨링 등 관련규제를 시행

3. 주요활동 (2) 식품유통시장



유통구조



▶ 유통구조 일반

- 일반적인 유통구조는 수출업자 → 공식 수입자(에이전트) → 중간도매업자(디스트리뷰터) → 소매업자(하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 소매 및 편의점 등)로 구분
- 공식수입자들은 중간도매업자(디스트리뷰터)의 역할을 병행하는 것이 일반적
- 향후 UAE 식품시장은 대형할인매장을 바탕으로 편의점이나 슈퍼마켓과 같은 체인점을 지속적으로 확장하고 있는 대형유통업체에 의해 주도

3. 주요활동 (2) 식품유통시장



● 수입규제 및 인허가

- ▶ 에이전트법에 따른 현지 대리인 선임의무
 - UAE 시장진출을 위한 상업 라이선스획득을 위해 UAE 자본비율을 50%이상으로 의무화
 - 원칙적으로 현지인을 대리인으로 하는 공식수입업자를 통해서만 수출·통관진행 가능
 - 단, 물가안정화를 위해 2012년 1월부터 육류·유제품 등 12가지 식품·생필품에 대해 수입 자유화를 결정하고 에이전트 법 적용을 배제
- ▶ GCC통일 관세법
 - 원칙적으로 GCC역내에 세금이 없고 대외관세는 CIF기준 5%인 것이 일반적임
 - 다만 식품은 관세가 0%이며(담배는 100%, 주류는 50%관세 부과)
 - 수입제한(Regulated imports) 품목은 담배, 주류, 돼지고기 제품
 - 수입금지(Prohibited imports) 품목은 방사선 처리 식품
 - 아랍보이콧 규정에 따라 이스라엘과의 수출입은 금지
- ▶ 국가표준화정책에 따른 규제
 - 유기농 식품(Organic Food), 에너지 드링크(Energy Drink), 판매용 생수(Bottled Drinking Water) 수입은 표준관리청(Emirate Authority for Standardization & Metrology)의 심사
 - 각 개별 법규에서 규정한 ESMA(Emirates Authority for Standardization and Metrology) 기준을 준수하는지 여부를 심사하며, ESMA기준 미달 시 수입제한조치 가능

3. 주요활동 (2) 식품유통시장



● 할랄(HALAL) 인증

- ▶ 이슬람교도인 무슬림이 먹고 쓸 수 있도록 허용한 제품을 총칭
 - 기본적으로 할랄 식품은 돼지고기와 알코올을 포함하지 않고, 이슬람의 다비하법(Dhabiha)에 따라 도살된 가축(양, 닭, 소)만 사용가능하며, 생산과정에서 동물의 배설물, 피, 타액과 같은 금기시되는 불결한 것들이 없는 청결한 상태유지
 - 원재료는 물론 첨가물까지 모두가 할랄이어야 하며 저장·운송·생산 등 유통과정에서 하람(금지되는 음식)과 접촉되지 않도록 주의를 기울여야 함
 - 제과의 경우 유통 중 부패를 방지하기 위하여 제조과정에서 마지막에 알콜(0.03% 함유) 처리를 해야 하나 이 경우 할랄에 위배



- 2013년 7월부터 한국이슬람교 중앙회(KMF)의 할랄 인증이 말레이시아 정부 할랄 인증인 JAKIM 인증과 동등성을 인정 받게 됨에 따라 이슬람권 할랄 식품시장 진출이 활성화될 전망

3. 주요활동 (2) 식품유통시장



● 할랄 인증을 통한 시장진출 사례

▶ 농심 신라면

- 농심은 채식주의자를 위해 기존 소고기 수프대신 콩단백질을 원료로 하는 라면을 개발
- 2011년 부산에 전용생산라인을 별도로 마련하고 '할랄 신라면' 을 생산, 인증획득
- UAE를 비롯, 카타르, 사우디아라비아, 인도네시아 등 9개국에 수출하고 있으며 2013년 약 200만 달러 매출이 예상



▶ 대상FNF 증가집 김치

- 2009년 대상FNF의 증가집 김치가 할랄 인증 획득, 인도네시아와 말레이시아에 수출시작
- 2010년 UAE까지 수출국을 더해 총 39만 달러를 수출, 2012년에는 41만 달러 수출

3. 주요활동 (2) 식품유통시장



● 진출전략 및 시사점

▶ 대형유통업체를 통한 유통망 확보

- 유통마진을 최소화하여 가격경쟁력 확보하고 우수한 유통채널과 물류네트워크를 지원 받을 수 있는 대형유통업체를 통한 진출이 바람직함
- 에이전트법 적용이 배제되는 12가지의 수입자유화 품목들은 대형할인점과의 직수출 계약을 통해 유통단계를 최소화 → 가격경쟁력 확보

▶ 건강식품, 유기농 가공식품 진출

- 현지인, 고소득 전문직 외국인들에게는 홍삼과 같은 건강보조식품이나 건강음료
- 저가의 식료품 위주의 소비가 주를 이루는 일반소비자(아시아계 노동자 등)들은 저렴한 가격의 저지방·무설탕·비타민·섬유질 강화식품으로 UAE시장을 공략 필요
- 야채, 과일 등은 유기농 제품이라 할지라도 장거리 운송으로 인해 신선도 저하, 높은 운송비로 가격경쟁력 유지 곤란 → 현지인들의 입맛을 고려한 유기농 가공식품 진출 필요

▶ 할랄 인증 확보, 식품관련 전시회 참여

- 할랄 인증 제품은 비록 인증과정에 어려움은 있지만, 검증된 제품이라는 인식을 줄 수 있으며 무슬림 외에도 비 무슬림들까지 공략이 가능하다는 점에서 적극활용 필요
- UAE를 비롯한 중동 및 아프리카의 식품시장에 진출할 수 있는 각종 식품관련 전시회를 적극적으로 활용

4. 인턴십 소감 및 후기



● 현지 직원과의 커뮤니케이션 강화 필요



● 명확한 Mission 부여 → 근로의욕(?)의 원동력

● 수준 높은 외국어 구사능력





Thank You !

