

5. 유통물류

□ 유통 구조

- 터키의 일반 소비자들은 아직도 현대적인 유통채널에서의 구매보다는 재래시장에서의 구매 비중이 높은 편임. 지역별로 분산되어 있는 상설 대규모 재래식 시장이나 정기적으로 마을 주변에 형성되는 요일(화요 시장, 수요 시장, 목요 시장 등) 시장에서 생필품 등을 구입하는 경우가 많으며, 이스타불 내에서도 전근대적 유통영업점 규모를 약 15만개로 추산하고 있을 정도로 전근대적인 유통망에 의한 판매 비중이 높은 편임.
- 한편, 절대적인 비중은 적으나 최근 Migros, Carrefour 등 현대적 대형매장이 대도시를 중심으로 확대되고 있는 추세임. 대부분의 제품이 수입 또는 교적 고가의 제품들로 시장 등에 비해 일부 부유층 또는 중산층들만이 이용하고 있음. 최근에는 인터넷의 보급과 함께 온라인 유통망을 통한 판매도 급속도로 늘어남. 대부분의 대기업들이 온라인 유통망을 확보하고 있으며, 전자결제 시스템의 도입 및 확산도 이러한 유통망 확대에 큰 영향을 미치고 있음.

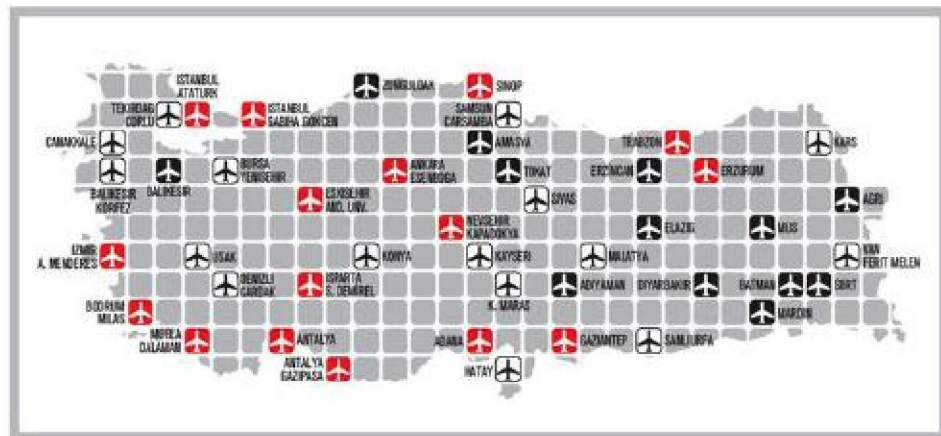
<터키의 유통망 예시>

<그랜드 바자르>	<미그로스(Migros)>	
------------------------	-----------------------------	--



□ 유통 단계별 물류 인프라 구축 수준

- 터키는 육로 운송 인프라 구축에 운송 시스템 투자를 집중하며 유럽 최대 규모의 육상 운송로를 개발. 고속도로망이 크게 늘어나 도로의 총 연장은 6만 4,033 km, 고속도로 길이만 2,010 km에 도달하였으며 현재 육로 운송이 전체 화물 운송의 90%를 담당
- 수출입 시 가장 많이 이용되는 운송 방식인 해상 운송은 수출의 46%, 수입의 59.1%를 담당하고 있으며 육로 운송은 그 두 번째로 2009년 1월에서 11월까지의 기간 동안 수출의 41.7%, 수입의 23.6%에 이용
- 오랜 기간 사용되어 철도의 대부분이 노후화됨에 따라 터키 정부는 다양한 프로젝트를 통해 철도 시스템의 현대화를 추진할 예정. 이로서 철도청의 서비스 품질이 증대되고 고속 열차를 통한 운송이 확대될 것으로 전망
- 터키에는 45개 공항이 있으며 이중 16곳에서 국제 운항이 가능



✈ 국제/국내 운항이 가능한 공항

✈ 국제/국내 전세기 운항이 가능한 공항

✈ 국내 운항만 가능한 공항

출처 : Invest in Turkey

- 터키가 진행해온 신규 프로젝트로 향후 복합 운송의 중요성이 더욱 증가할 전망
- 운송 인프라 투자를 위해 민관 협력 모델이 증가하고, 모든 운송 수단의 교통안전이 강화될 것이며 특히 해상 운송의 안전 강화가 우선시될 것으로 예측
- 화물 운송 부문에서 철도와 해상 운송의 이용 비율이 높아지고 항구는 원활한 복합 운송을 위한 물류센터의 역할을 하게 될 것으로 예상

□ 유통망별 판매 현황

- 2000년대에 들어서면서 슈퍼마켓과 할인 마켓의 수가 눈에 띄게 증가함
- 슈퍼마켓과 할인점은 교통이 편리한 곳에 위치하여 시간을 많이 소비하지 않아도 쉽게 접근할 수 있도록 하면서 점점 입지를 확대하고 있음
- 대부분의 도시에서 설문을 시행한 결과, 대형 슈퍼마켓이 개점한 뒤, 가격을 낮추고 가족 같은 분위기를 제공하면서 저소득층이 제품을 저렴한 가격에 구입할 수 있게 됨으로써 매출이 상승하고 있음이 밝혀짐
- 유통망별 판매 점유율

< 터키의 대형 식료품 소매점 매출 >

	2009	2010	2011
슈퍼마켓 매출액 (터키화, 10억)	10.59	12.05	14.14
슈퍼마켓 매출액 (미화, 10억)	6.81	8.00	8.42
하이퍼마켓 매출액 (터키화, 10억)	5.56	6.40	7.60
하이퍼마켓 매출액 (미화, 10억)	3.58	4.24	4.53
디스카운트 스토어 매출액 (터키화, 10억)	4.42	5.01	5.74
디스카운트 스토어 매출액 (미화, 10억)	2.84	3.33	3.42
식료품 소매점 총매출액 (터키화, 10억)	20.57	23.46	27.49
1인당 식료품소매점 총 매출액 비율 (터키화)	286.26	322.48	373.24

출처 : Business Monitor Information (2011)

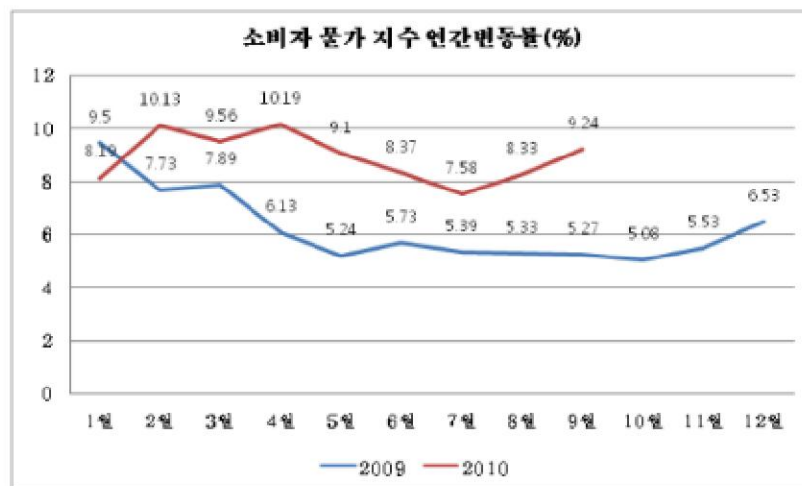
*자료기입일 : 2013년 1월 16일

□ 소매가격 동향

- 소비자 가격 지수(CPI)는 전월에 비해 1.23% 증가했으며, 2009년 12월에 비해 4.77%, 1년 (12개월)전에 비해 9.24%나 증가함으로써 과거에 비해 확연한 상승세를 보임
- 전반적인 소비자 물가 지수 중 가장 높은 상승세를 보인 것은 4.72%로 주 지출 분야인 식품과 무(無)알코올음료 산업이었

음

- 또한 전년도 9월을 기준으로 가장 많이 상승한 부분은 주류 및 담배 산업. 그 다음으로 식품과 무(無)알코올음료 산업 (15%△), 그 다음이 호텔, 카페 및 음식점 산업(9.78%△)임
- 2010년 9월에는 446개의 상품이 평균 가격 내에 위치하였고, 97개의 상품이 변동 없이 가격이 유지되었으며, 267개 상품의 평균 가격이 상승하였고, 82개 상품의 평균 가격이 감소하였음



출처 : 터키 통계청

*자료기입일 : 2013년 1월 16일