

신흥국 온라인 유통시장 동향과 진출방안 - 폴란드 -



CONTENTS

목 차

요 약 / 1

I. 폴란드 온라인 유통시장 현황과 특징 / 2

II. 폴란드 온라인 유통시장 구조 / 14

III. 주요업체 정보 / 18

IV. 주요 벤더 정보, 관련 전시회 정보 / 25

V. 관련 기관, 전문지 정보 / 26

VI. 폴란드 온라인 유통시장 진출 확대방안 및 시사점 / 27

요 약

- 폴란드 온라인 유통시장 시장규모는 '12년 1,370: PLN(330억 유로)에 달하였고 '13년에는 1,600억 PLN(385억 유로)으로 성장할 전망이다
 - 주요 품목으로는 의류, 신발, 보석, 서적, 음반, DVD 등이 있음
 - 의류, 신발, 디자인 가구 제품은 '13년 유망상품으로 전망되며 조사기관에 따라 다소 차이는 있으나 상위권 품목은 유사하게 나타남
 - 경기침체에도 불구하고 폴란드 온라인 유통시장은 빠른 성장세를 보임. Interaktywnie.com에 따르면 '12년 전년대비 23%의 폭발적인 증가세를 기록하여 215억 PLN(약 52억 유로)의 가치를 나타냄
- 영국, 독일, 프랑스를 제외한 다른 EU 국가는 아직까지 전체 소매시장에서 온라인 시장의 비율이 높지 않은 편임
 - 주로 서유럽 국가의 인터넷 구매 비율이 높은 반면, 상대적으로 구매력이 떨어지는 동유럽 국가들의 비율이 낮은 편임
- 한국 전자제품이 폴란드 온라인 시장에서 인기
 - 폴란드 온라인 유통시장에서 가장 인기 있는 카테고리는 전자기기 부문으로 삼성의 입지가 매우 공고함
 - 온라인 전자제품의 경우 상대적으로 저렴하며 오프라인 매장과는 제품편차가 없기 때문에 가격에 민감한 폴란드 소비자들의 인기를 얻고 있음
- 한국산 전자제품의 인기 지속될 전망으로, 서비스 품질, 신속한 배송, 효율적 마케팅이 성공의 관건임
 - 온라인 제품군 중 전자기기 제품이 가장 구매 빈도가 높아 진출 유망 품목임

I. 폴란드 온라인 유통시장 현황과 특징

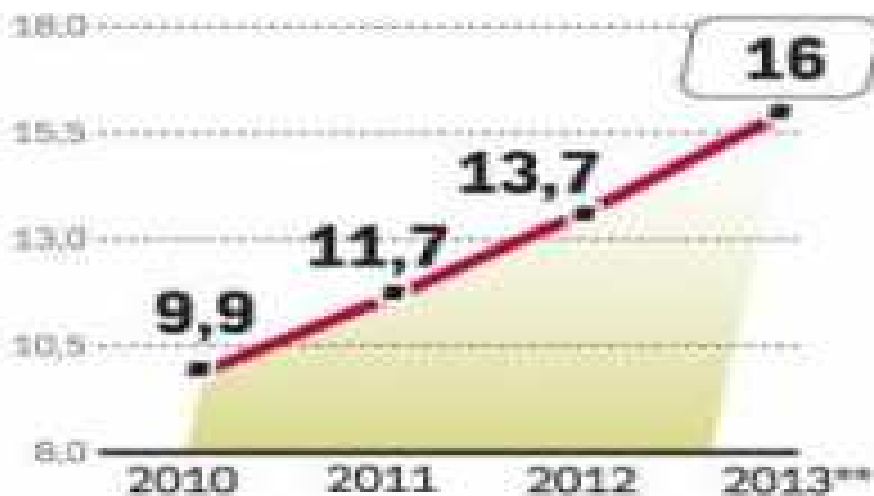
1. 시장 현황

□ 폴란드 온라인 유통시장은 빠르게 성장 중

- 폴란드 온라인 유통시장 규모는 '10년: 990억 PLN, '11년: 1,170억 PLN, '12년에 1,370: PLN(330억 유로)에 달하였고 '13년에는 1,600억 PLN(385억 유로)까지 성장할 것으로 전망됨

< 폴란드 온라인 유통시장 매출액(2010-2013) >

(단위 : 십억 PLN)

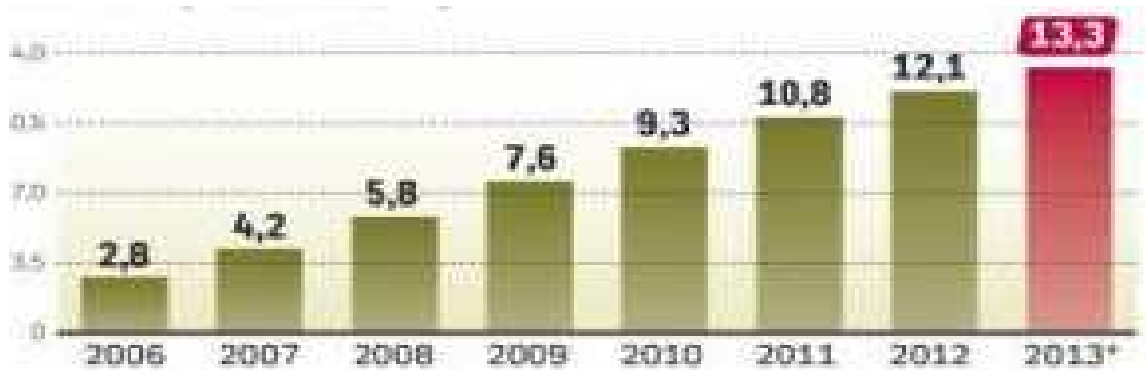


자료 : Euromonitor International, rp.pl (온라인 경매시장 제외)

- 폴란드 기업들은 소비자들의 구매양상 변화를 신속히 받아들여 '09년~'12년 사이 온라인 상점은 7,500개에서 12,000개로 늘어났으며, '12년에만 3,000개의 온라인 상점이 증가한 것으로 추산됨

< 폴란드 온라인 매장 수(2006~2013) >

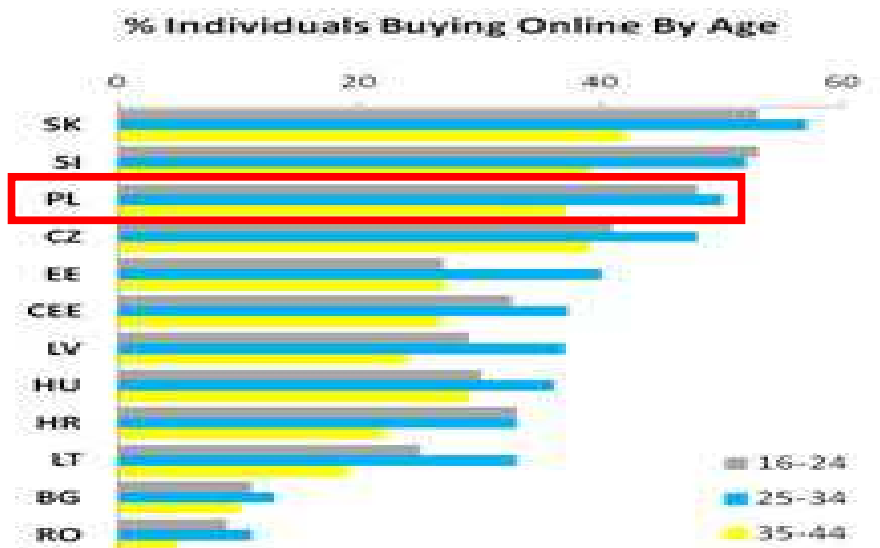
(단위 : 천 개)



자료 : rp.pl

- 조사 전문기관 TNS Polsk에 따르면, 인터넷 사용자 75%가 온라인 구매 경험이 있음. 15세 이상 온라인 구매자는 1,300만 명에 달하며 '12년 1인당 평균 구매액은 US\$58에 이름
- 아직까지 62%에 불과한 인터넷 보급률을 감안하면 온라인 쇼핑은 앞으로 더욱 활발해질 것으로 기대됨

< 국가별 온라인 쇼핑 이용 연령대 >



자료 : Eurostat

□ 최근 성장 추세

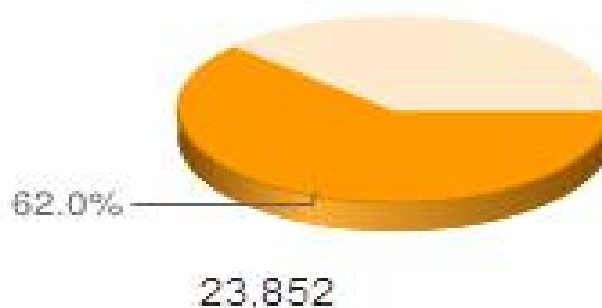
- 경기침체에도 불구하고 폴란드 온라인 유통시장은 빠른 성장세를 보임. Interaktywnie.com에 따르면 '12년 전년대비 23%의 폭발적인 증가세를 기록하여 215억 PLN(약 52억 유로)의 가치를 나타냄.
- 경제 전문조사기관 E-commerce Europe의 조사에서도 '12년 폴란드 온라인 매출은 30% 성장세를 보일 것으로 추산됨.
- 온라인 가격비교사이트 ceneo.pl에 따르면, 폴란드 온라인 쇼핑몰의 10%가 '05년 이전에 설립되었으며, 20%가 '12년에 생겨남.
- Rzeczpospolita 저널에 따르면, '11년 온라인 쇼핑몰은 16%, '12년에는 12% 증가했고 '13년에는 10% 증가할 것으로 기대됨.

□ 향후 전망

- 폴란드 광대역 조성계획(National Broadband Plan), '20년까지 폴란드 가정 대부분에 초고속 인터넷망이 보급될 것
- 동 계획에 따르면 '20년까지 폴란드 가정의 절반 이상이 100Mbps 속도의 인터넷을 사용하게 될 것으로 예상

< 폴란드 인터넷 사용자 비율(2012) >

(단위 : 천 명)



자료 : Internet World Stats(2012. 10월)

- 이에 폴란드는 전국에 6억 3천만 달러 규모의 100Mbps급 초고속 인터넷망 구축사업을 추진하고 있으며, 포들라스키에주 인터넷망 구축사업에 8천만 달러 투자를 계획하고 있음. 국내기업 중 KT가 컨소시엄을 구성하여 동 프로젝트에 참여하였으며 총 8개 지역에 걸쳐 1,880km의 광섬유 통신망을 구축하는 사업에서 3개 지역을 수주함. 초고속 인터넷망 확대로 인터넷 사용자가 늘어남에 따라 온라인 유통시장의 구매력 또한 늘어날 것으로 기대됨
- Interaktywnie.com은 폴란드 온라인 유통시장이 '13년에 전년대비 21.4%의 성장세를 지속하여 261억 PLN 규모로 확대될 것으로 예측

2. 최신 동향

□ 글로벌화와 스마트폰 확산에 따른 모바일 커머스의 성장

- 최근 폴란드 온라인 유통시장의 주요 트렌드는 글로벌화와 모바일 전자상거래의 증가임. 온라인 시장이라는 특성상 seller-buyer간의 경계가 무너지고 폴란드 국민들이 서유럽식 라이프스타일을 지향하면서 오프라인의 국경 간 거래 뿐 아니라 온라인 거래도 그 경계가 모호해지고 있음

< C2C 시장의 국가별 seller 현황 >



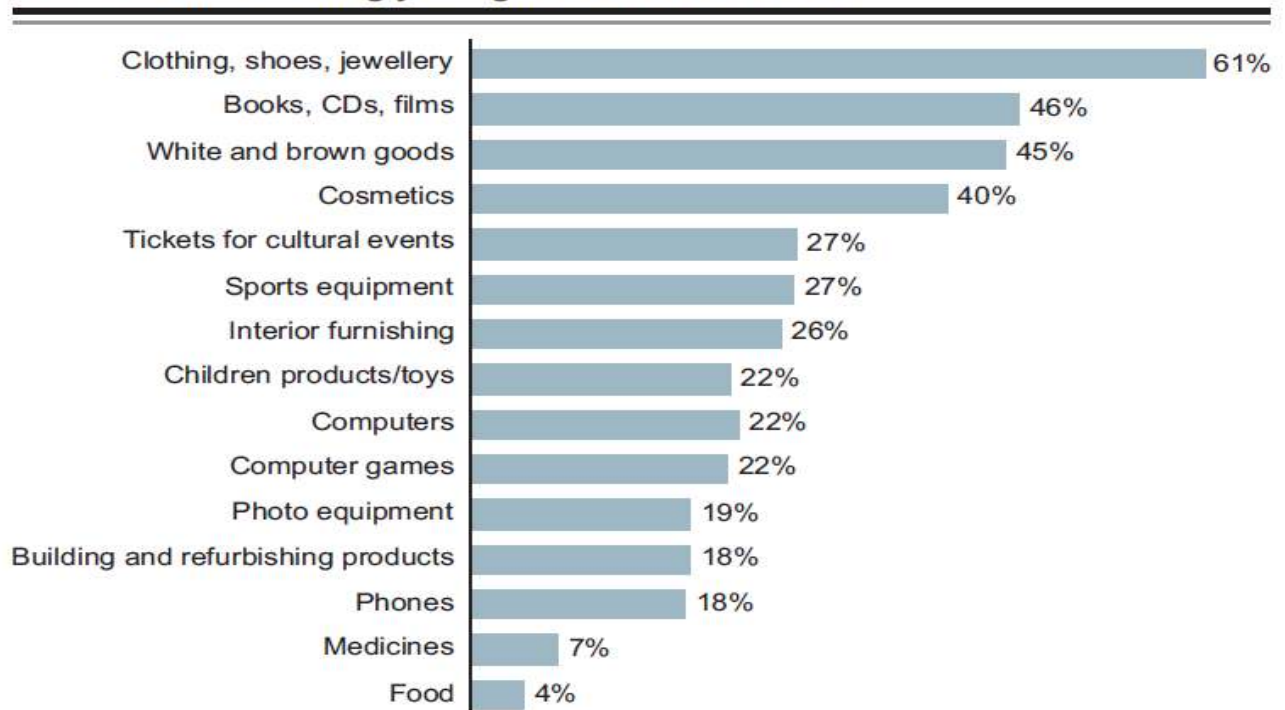
자료 : Eurostat data

- Zanox에 따르면, 스마트폰 및 태블릿 PC를 이용한 모바일 거래는 '11년에 722%까지 성장하였음
- Forrester Research에 따르면, '11년 온라인 유통시장에서 모바일 거래는 1억 5천만 유로 규모로 조사됨
- Mobile2.pl은 모바일 커머스를 '13년 폴란드 온라인 시장에서 가장 중요한 트렌드로 꼽음. 스마트폰, 태블릿 PC의 보급으로 온라인 유통시장의 향후 성장세는 의심의 여지가 없으며 전문가들은 향후 온라인 유통시장이 세 자릿수 성장을 보일 것으로 예상함
- 물론 현재 점유율이 낮은 영향도 있으나, 2~3년 간 이런 속도로 성장한다면 인터넷 소매 분야에서 높은 점유율을 차지하는 것도 머지않을 것으로 전망됨

3. 주요 거래품목

< 온라인 시장 인기 품목 ver.1 >

Products most willingly bought over the Internet

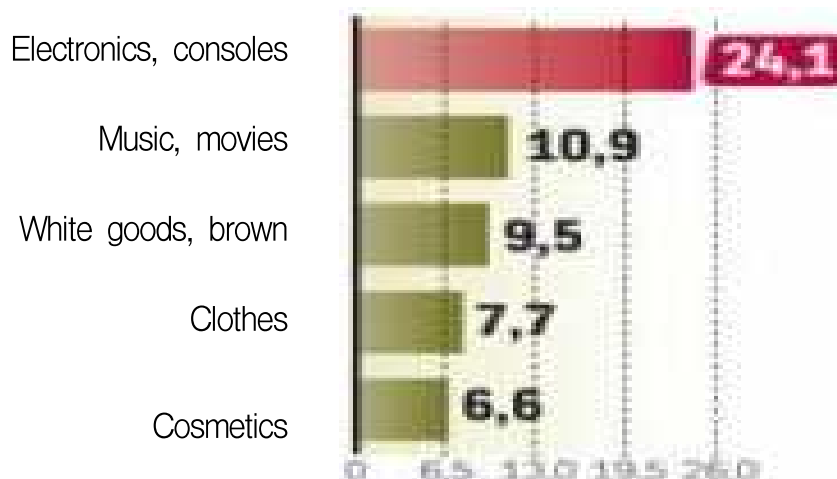


자료 : PMR(2012, 복수응답 가능)

- PMR의 조사에 따르면, 폴란드 소비자들이 인터넷에서 가장 많이 구매하는 품목으로 의류, 신발, 보석이 꼽혔고 서적, 음반, DVD가 그 뒤를 이었음
- 구매자들은 온라인 쇼핑의 장점으로 구매후기를 본 뒤 선택이 가능하다는 점과 저렴한 가격을 꼽았음
- 의류, 신발, 보석류를 인터넷으로 구입한다고 답한 비율은 여성 70%, 남성 54%로 여성이 보다 적극적으로 인터넷 구매를 하는 것으로 나타남
- 의류, 신발, 보석류 구매자의 연령대는 18세~24세가 77%였으며 이 중 33%는 정기적으로 구매를 한다고 답했음
- CD, 책을 구입한다는 소비자가 46%로 뒤를 이었음. 제품 간 품질차이가 나지 않고 가격을 쉽게 비교할 수 있어 온라인 구매를 선호하는 것으로 나타남

< 온라인 시장 인기 품목 ver.2 >

(단위 : %)



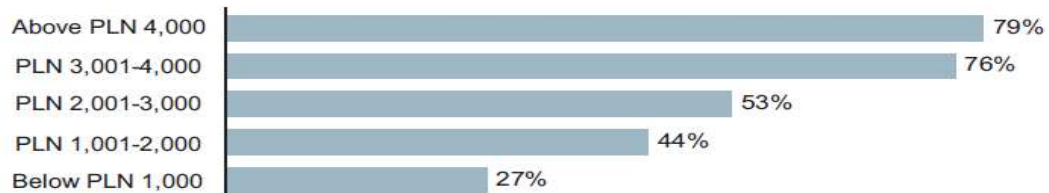
자료 : Euromonitor International

- Euromonitor 조사에 따르면 전자기기가 온라인 거래의 많은 부분을 차지하고 있으며, Lifestlye 카테고리도 인기품목임을 알 수 있음
 - 의류, 신발, 디자인 가구 제품은 '13년 유망상품으로 전망되며 조사기관에 따라 다소 차이는 있으나 상위권 품목은 유사하게 나타남

4. 주요 고객, 소비패턴 동향

- 폴란드 인터넷 사용자의 75%는 온라인 구매 경험을 보유
 - 경기침체로 인해 소비자들은 가격을 중요한 요인으로 생각하므로 식품에서 자동차에 이르기까지 다양한 카테고리에서 온라인 거래가 이뤄질 수 있는 핵심 포인트는 저렴한 가격임

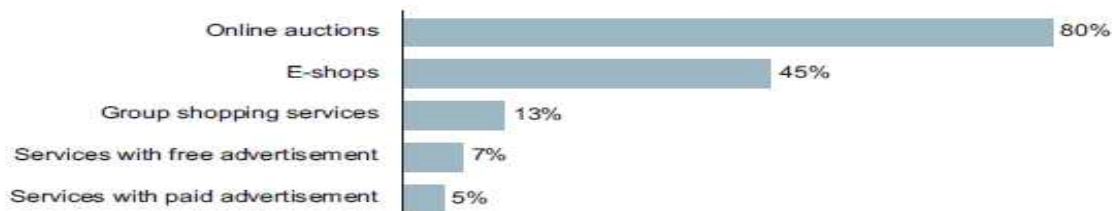
<온라인 소비자의 소득분포>



자료 : PMR(2012)

- PMR의 온라인 소비자 분석 보고서에 따르면, 소득이 더 많을수록 온라인 구매에서도 높은 구매력을 보이는 것으로 조사됨

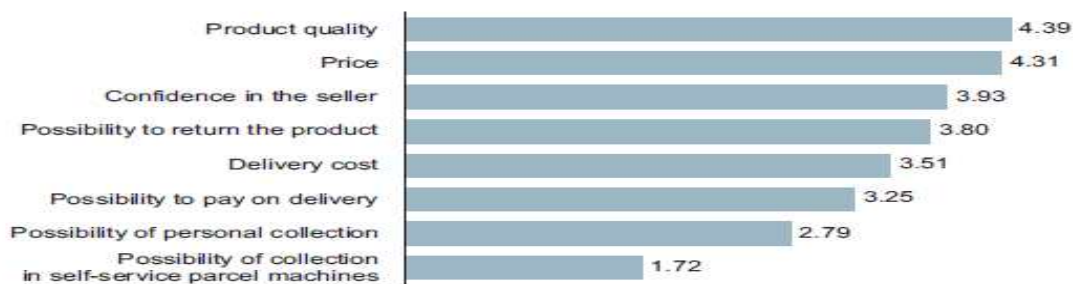
<주로 이용하는 온라인 구매경로>



자료 : PMR(2012, 복수응답 가능)

- 폴란드 소비자들이 가장 선호하는 온라인 구매 경로는 우리나라의 'Auction', 'G-market'과 같은 온라인 옥션 플랫폼으로 조사됨
- e-shops이 45%, Group shopping service가 13%로 뒤를 이음. 소비자들은 옥션 플랫폼을 이용하는 것이 가장 저렴하게 제품을 사는 방법으로 믿고 구매함

< 소비자들이 온라인 구매를 하는 이유 >



자료 : PMR(2012, 복수응답 가능)

- 폴란드 소비자들은 좋은 품질의 제품을 저렴한 가격에 판매자를 믿고 살 수 있어 온라인 구매를 선호하는 것으로 나타났음
- 온라인을 통해 이전보다 제품과 판매자 정보가 철저히 공개되면서 소비자의 신뢰를 얻고 있는 것으로 보이며, 경기침체의 영향으로 값싼 지갑이 더욱 합리적인 쇼핑을 하게 하는 요인으로 꼽힘

< 폴란드 대표 가격비교사이트, TaniePorownanie >

TaniePorownanie.pl

TaniePorownanie.pl to nowa porównywarka cen stworzona by ułatwić znalezienie najniższych cen w sklepach internetowych.
Porównaj oferty 3500 sklepów internetowych i znajdź najniższe ceny!

Wpisz czego szukasz ... **SZUKAJ**

TaniePorownanie.pl > Sprzęt RTV

Tanie sprzęt rtv - porównanie cen

Produkt	Cena
TV LED Samsung UE40EH5300 Ilość ofert: 55 Najniższa cena: 1629.00 zł	1629 ⁰⁰ - 2249 ⁰⁰ zł Porównaj ceny w 44 sklepach
TV LED Samsung UE40ES6800 Ilość ofert: 56 Najniższa cena: 2490.00 zł	2490 ⁰⁰ - 4043 ⁰⁰ zł Porównaj ceny w 45 sklepach
Ferguson Ariva T65	105 ⁰⁰ - 139 ⁰⁰ zł

Cena
od [] do [] zł

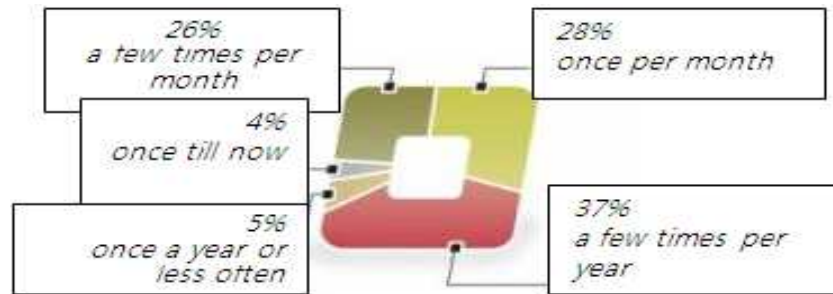
Producent

- ☐ HPower
- ☐ Sony
- ☐ Monacor
- ☐ Hama
- ☐ Philips
- ☐ 4World
- ☐ Panasonic
- ☐ vizart

- 조사 전문기관 Gemius에 따르면, 온라인 구매를 고려하는 소비자의 48%가 제품의 품질을 중요한 요소로 꼽았고, 온라인 구매를 경험한 소비자의 24%는 시간 절약을 꼽았음
 - 월 1회 구매경험이 있는 소비자의 38%는 저렴한 가격이 중요하다고 응답함. Gemius의 조사담당 연구원 Mateusz Gordon에 따르면, 충동 구매하는 소비자는 가격보다는 홍보에 이끌려서 구매하게 됨
 - 온라인 구매자 중 여성의 39%는 가장 중요한 구매요인으로 가격을 꼽았음. 이 그룹은 학력이 낮거나 가계재정이 좋지 않은 그룹으로, 소득수준을 반영한 결과로 보임
 - 합리적인 가격을 중시하는 온라인 소비자들은 인터넷을 통해 해외 구매도 활발히 하고 있음. 폴란드 국민들의 28%가 분기마다 해외 구매를 하고 있다고 답변함. 그 중 44%는 가격이 매력적이기 때문이고, 나머지는 폴란드에 없는 제품을 구매하기 위함이라고 응답함

- 시장조사 전문기관 CBOS의 소비자 구매행태 조사에 따르면, 종전 폴란드 소비자들은 가격이 저렴한 상품만을 구매 대상으로 고려했으나 최근에는 가격이 저렴한 제품뿐만 아니라 당장은 필요가 없더라도 충동적으로 상품을 구매하는 경향이 두드러진다고 밝혔음
 - 생필품의 가장 중요한 결정요소로 가격을 꼽음. 조사대상자 중 76%는 가격을 제일 먼저 고려하며, 제품의 품질은 54%라고 답하였음. 소비 행태에 있어서는 36%가 습관적으로 구매해온 제품을 구매하며, 35%는 유명브랜드를 구매하는 경향을 보인 것으로 조사됨. 폴란드 소비자들은 다소 보수적인 성향을 띄며, 본인의 경험에 의존하는 경향이 있음

< 얼마나 자주 온라인에서 구매를 하는가? >

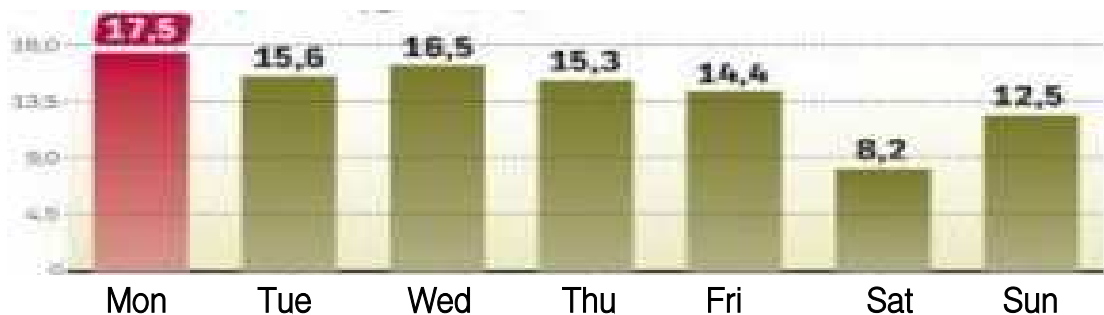


자료 : rp.pl. 온라인 구매의 소비자 행태 연구

- rp.pl의 조사에 따르면, 폴란드 소비자들은 매년 여러 번 구매한다는 답변이 가장 많았으며, 28%가 월 1회, 26%는 1달에 몇 차례 구매한다고 답변함
- 조사 전문기관 TNS에 따르면, 29세 이하의 젊은 층이 인터넷 구매자의 45%를 차지하고 있음
 - 이들 중 30%는 인구 10만 이상의 도시에 거주하며 그 중 72%는 고졸 이상의 학력임. 성별 및 결혼여부에 따른 차이는 크지 않음

< 일주일 중 온라인 구매를 가장 많이 하는 날은? >

(단위 : %)

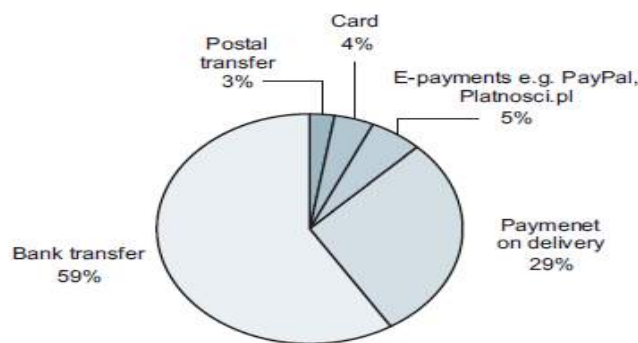


자료 : rp.pl.

□ 인터넷 지급 시스템 PayByNet의 조사에 따르면, 온라인 거래가 가장 많이 이뤄지는 요일은 월요일(17.5%)로 나타남

○ 반면 주말의 비중은 상대적으로 낮음. 가장 많은 온라인 구매가 이뤄지는 시간은 주중 근무시간이었으며, 특히 오전 11시~오후 4시, 점심시간 전후인 오후 1시가 가장 많았음

<온라인 쇼핑 대금 결제시 지불수단>



자료 : PMR(2012년 기준)

□ PMR의 조사에 따르면, 폴란드 소비자들은 온라인 제품 구매 시, 59%가 온라인 입금, 29%가 고지서, 5%가 PayPal 등 전자결제, 4%가 카드 결제를 통해서 대금을 지불하고 있는 것으로 조사됨

○ 폴란드 소비자들은 일반적으로 대금 결제 시 은행 간 이체를 주로 이용하고 상대적으로 카드(debit 또는 credit)의 이용률은 낮은 편으로 온라인 거래에서도 동일한 양상을 보이고 있음

5. 특이사항

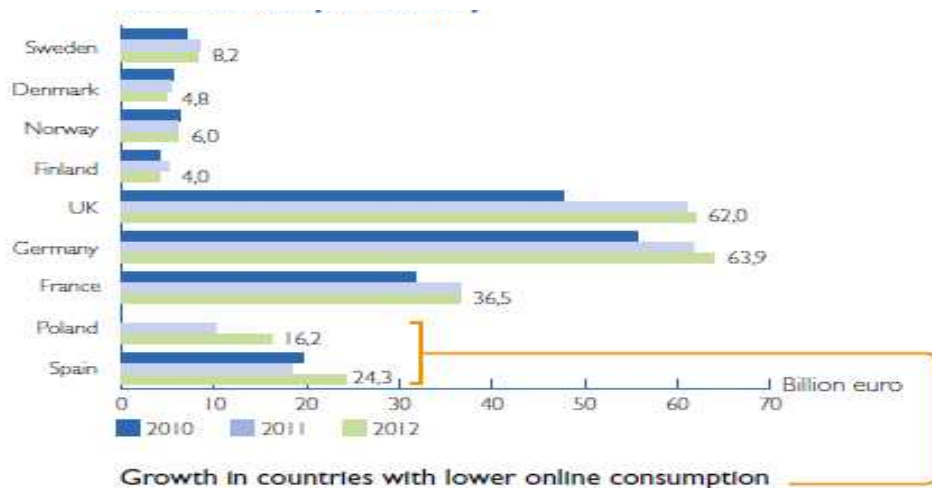
□ E-commerce Europe은 유럽 온라인 유통 시장에서 폴란드가 가장 가파르게 성장함을 지목함. '12년 폴란드와 체코는 30% 이상의 성장세를 보인 것으로 조사되었으며 독일은 25%, 프랑스는 20%, 스페인은 19%, 네덜란드는 10%의 성장세를 보였음

- 그러나 온라인 유통시장의 거래액은 폴란드가 52억 유로로 3,050억 유로 규모의 유럽 시장에 비해 아직까지 낮은 편임. 영국, 독일, 프랑스가 유럽 온라인 시장에서 70%의 매출을 기록함
- 폴란드 온라인 시장은 꾸준히 두 자릿수 성장을 지속하면서 발전 가능성을 입증하고 있음
- 공급자는 더 넓은 범위의 제품을 취급하고 소비자도 점차 구매력이 높아져 선택의 폭이 넓어지는 선순환구조가 일어나고 있어 앞으로도 성장세는 지속될 것으로 보임

II. 폴란드 온라인 유통시장 구조

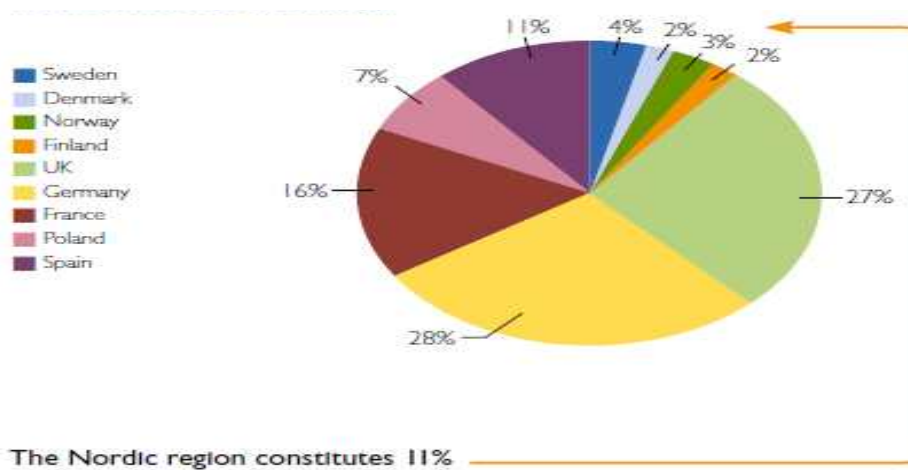
1. 시장구조 및 경제동향

< 국가별 소매시장에서 온라인시장 차지 비율 >



자료 : DIBS, E-commerce survey(2012)

< 조사대상국 중 각국의 온라인 소매시장 비율 >



자료 : DIBS, E-commerce survey(2012)

- 영국, 독일, 프랑스를 제외한 다른 EU 국가는 아직까지 전체 소매시장에서 온라인 시장의 비율이 높지 않은 편임

- 주로 서유럽 국가의 인터넷 구매 비율이 높은 반면, 상대적으로 구매력이 떨어지는 동유럽 국가들의 비율이 낮은 편임을 알 수 있음

2. 주요업체 및 특징

□ 폴란드 최대의 온라인 유통 플랫폼, Allegro

- Allegro는 Google.pl 다음으로 폴란드에서 인지도가 높은 사이트로, 통계에 따르면 폴란드의 온라인 매출의 30~40%가 Allegro를 통해 이뤄지고 있음
- 온라인 옥션 플랫폼 최초의 사업자로 초기에 브랜드 이미지를 잘 구축한 것이 성공요인으로 꼽힘. 6년 전, e-Bay가 폴란드 시장에 진출하였으나 Allegro의 입지에는 전혀 영향을 주지 못했을 정도로 폴란드 소비자들의 충성도가 높은 사이트임
- Allegro는 민감한 소비 트렌드에 유연하게 대응하면서 소비자 의견을 반영하여 정기적으로 사이트를 업데이트 하고 있음
- '07년에 새로운 로고(CI)를 업데이트 하였고, '09년에는 13세 이하 소비자들을 'Juniors'로 분류하여 회원가입이 가능하게 만들었음. 이후 '10년에는 회원에 한해서 온라인 구매가 가능하도록 하여 고객 충성도를 높여 나갔고 폴란드의 유명 포털(Onet.pl, Wirtualna Polska, Interia.pl, Gazeta.pl)과 연계하여 상호 접근이 가능하도록 만들어 다양한 고객층을 확보하였음
- 그 결과 '12년 연매출 100억 PLN, 이용객 1,500만 명을 돌파함

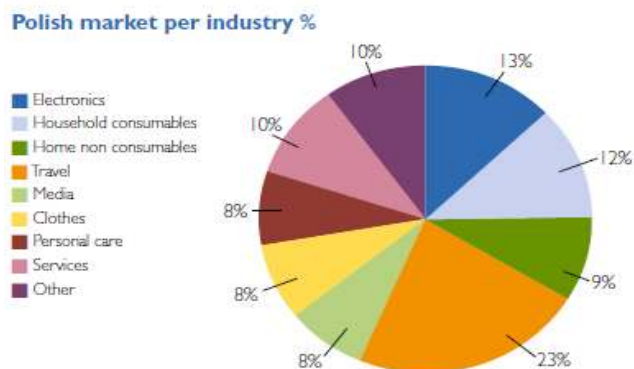
<Allegro의 메인 페이지>



3. 향후 전망

- '12년 폴란드 인터넷 소매시장은 17% 성장하였고, 판매액은 137억 PLN에 달함
- 폴란드 온라인 시장은 꾸준한 증가 추세에 있음. '07년 이후 매년 1,000개 이상의 온라인 매장이 생겨나 '12년에 12,000개를 돌파함. '17년까지 226억 PLN의 판매액을 올리며 11% 성장이 전망됨

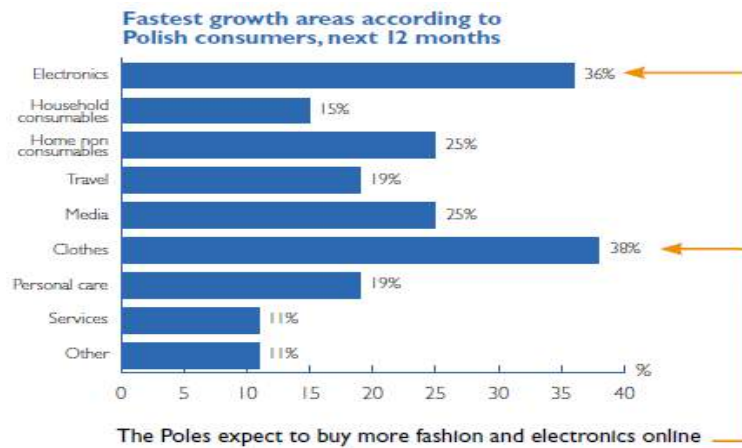
<폴란드 온라인 유통시장의 제품군 분포>



자료 : DIBS, E-commerce survey(2012)

- DIBS의 조사에 따르면, 향후 폴란드 소비자에게 각광받을 제품으로 의류, 전자기기가 꼽혔고 가정용품, 잡지 등이 유망제품에 올랐음

<폴란드 온라인 유통시장에서 각광받을 제품>



자료 : DIBS, E-commerce survey(2012)

- 점점 경쟁이 치열해지는 폴란드 온라인 쇼핑몰들은 자사 도메인이 파급력 높은 웹사이트에 노출되도록 노력하고 있음
- 폴란드 소비자들이 경험에 의존하는 경향이 높아 업체들은 소비자 리뷰에서 좋은 반응을 얻기 위하여 웹사이트를 수시로 업그레이드 하고 빠른 배송과 소비자와의 실시간 대화를 도입하며 노력 중

Ⅲ. 주요업체 정보

1. Grupa Allegro

업체명	Grupa Allegro Sp. z o.o
설립년도	1999년
매출규모	N/A (거래 규모 기준 34억 5천만 US\$)
고용인원	1,000명
홈페이지	www.allegro.pl
주요 취급품목	온라인 경매·유통 사이트로 우리나라의 Auction, G-Market과 같이 다양한 제품을 취급(가전, 식품, 의류 등)
담당자명/직위	Paweł Klimiuk / Director in charge of Corporate Communication
전화번호/팩스	+ 48 61 860 28 24/+48 61 860 28 01
이메일	pawel.klimiuk@allegro.pl
주소	ul. Grunwaldzka 182, 60-166 Poznań
한국과의 거래 경험(품목)	없음
주요 수입국/수입품목	공개된 자료 없음

□ 비즈니스 모델 및 마케팅 전략

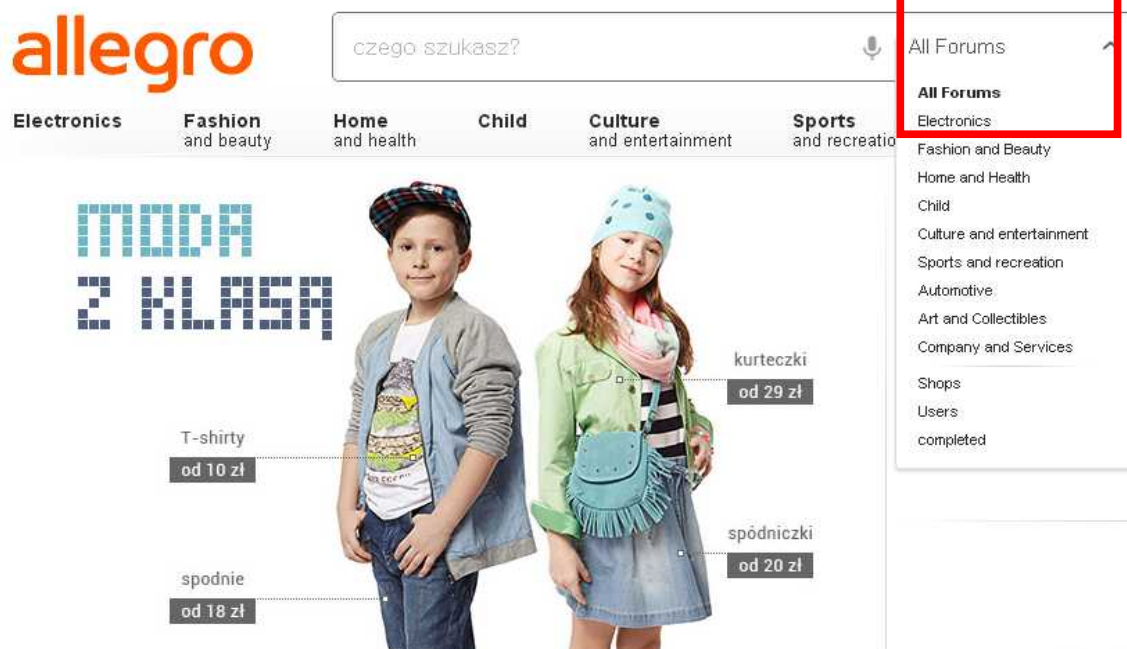
- Allegro는 폴란드에서 Google 다음으로 인지도가 높은 사이트
- 폴란드에서 Allegro는 온라인 구매를 상징하는 파급효과를 지님. 폴란드 주요 포털 사이트(onet.pl, wp.pl, interia.pl, gazeta.pl) 메인 페이지에 Allegro 링크가 있으며 모바일에서도 Allegro의 어플리케이션은 백만 명 이상의 유저들이 이용하고 있음.
- Allegro Group은 경쟁사 보다 나은 제품군을 선보이고, 소비자 편의에 따라 분류하는 작업에 집중하고 있음.
- Allegro의 목표는 소비자들에게 오프라인 상점에서 쇼핑하는 것과 같은 이미지를 심어주는 것임. 모든 제품들은 카테고리별로 나누어져 있어 소비자가 필요한 제품을 손쉽게 찾을 수 있음

- Allegro는 설립 이래 지금까지도 소비자들이 안심하고 물건을 구매할 수 있는 방법을 찾기 위해 노력하고 있으며, 이용 고객이 많아질수록 개인정보 및 보안 문제가 취약해질 수 있기 때문에 리스크를 줄이고자 노력 중

□ 주요 판매품목 및 히트(주력)상품

- Allegro에서는 전자기기, 의류, 화장품, 가정용품, 유아용품, 문화생활, 스포츠용품 등 다양한 제품을 제공하고 있음

< Allegro를 통해 판매되는 제품군 >



□ 구매정책, 품목, 절차, 셀러 등록 절차 및 비용, 공급업체 선정 요건

- Allegro는 온라인 옥션 플랫폼(B2C, C2C)으로 사이트에 가입한 Seller, Buyer, 그리고 경매제품은 Bidder가 참여하는 단순한 비즈니스 모델로 운영하고 있음

2. Merlin.pl

업체명	Merlin.pl S.A.
설립년도	1998년
매출규모	102백만 PLN
고용인원	N/A
홈페이지	www.merlin.pl
주요 취급품목	책, 영화, 음악, 게임, 소프트웨어, 장난감, 전자기기
담당자명/직위	-
전화번호/팩스	48-22-321-9191
이메일	-
주소	ul. Post #281; pu 18, warsaw, 02-676-, Poland
한국과의 거래 경험(취급품목)	없음
주요 수입국/ 수입품목	공개되지 않음

< Merlin.pl의 매출규모 추이 >

	2010/2011	2011/2012
Sales revenues	127	102
Net results	- 0.1	- 3.8

Note: The financial year for Merlin.pl ends on 30 April.

자료 : Gazeta Wyborcza (2013)

□ 비즈니스 모델 및 마케팅 전략

- 폴란드 최초의 온라인 서점 Merlin.pl
- 책, 영화, 음악, 게임, 소프트웨어, 장난감, 전자기기 등 27만 종의 다양한 영역의 제품을 유통하며 인기를 끌고 있음
- 폴란드 최초의 온라인 서점으로 출발하여 단기간에 브랜드 이미지 구축에 성공함. '99년 공식적으로 사이트를 오픈하여 온라인 서점으로 사업을 시작한 이래 전자기기, 하드웨어, 장난감, 가정용품, 화장품, 의류 등으로 사업 영역을 확장해나갔음

- '04년에 Deloitte&Touche가 선정한 중동부 유럽 IT 분야에서 가장 빠르게 성장한 기업으로 선정되었으며, '11년 11월 소비자조사기관 Kalicinsky.com에서 실제 구매 경험이 있는 소비자들을 대상으로 merlin.pl의 신용도를 조사한 결과, 응답자의 85%가 믿을만하다고 답변하는 등 브랜드 이미지가 확고하고 소비자의 신뢰를 얻고 있는 기업임
- 현재 2백만 명의 회원을 보유하고 있으며, 매달 15만 건의 제품이 거래되고 있음. Merlin.pl의 회장 Czerwona Torebka은 Merlin.pl의 거래 규모가 1억 PLN(2,390만 유로)에 달할 것으로 전망함

□ 주요 판매품목 및 히트(주력)상품

- Merlin.pl 홈페이지 하단에 카테고리별로 등록된 상품 수가 표시됨
- 매일 업데이트되며, '13년 4월 현재 책 117,026점, 9,463개의 영화, 67,025개의 음악, 12,402개의 장난감이 판매되고 있음

< Merlin.pl에서 판매되는 제품군 >



April 23, 2013, Tuesday. **Merlin.pl Online Store** - the number of products in various branches: 117,026 books , 9,463 movies , 67,025 music , 2764 games and apps , 12,402 toys , 10067 cosmetics , 7788 Sports - Clothing and Accessories , 21307 ebooks and audiobooks , 9102 electronics and appliances . [Categories map](#)

< Merlin.pl의 카테고리별 베스트셀러 제품 >

Bestsellers

[Books](#) [Music](#) [Movies](#) [Multimedia](#) [Electronics](#) [Toys](#) [Cosmetics](#) [Sport](#) [Ebooks](#)

Books

- 1  [Proof](#) , Eben Alexander, Price: **29,9 zł**
- 2 [Queen arrives tomorrow](#) , Maciej Wasielewski, price: **24,43 zł**
- 3 [Maps. Pictorial journey through the lands, seas and cultures of the world](#) , Alexander Mizielińska, Daniel Mizieliński, price: **57,99 zł**

[View all bestsellers](#)

Movies

- 1  [The Hobbit: An Unexpected Journey. Special Edition \(2 DVD\)](#) , Peter Jackson, price: **47,99 zł**
- 2 [The Hobbit: An Unexpected Journey. Special Edition \(2 Blu-ray\)](#) , Peter Jackson, price: **83,99 zł**
- 3 [Away We Go](#) , Sam Mendes, price: **9,49 zł**

[View all bestsellers](#)

Electronics

- 1  [Descaling tablets Bosch / Siemens TZ 60002](#) , Price: **41,99 zł**
- 2 [Intenso 1TB External Hard Drive USB 2.5 HDD memorystation](#) , Price: **279 zł**

Music

- 1  [Golden Collection - Ball at Poseidon](#) , Anna German, price: **29,99 zł**
- 2 [To Be Loved](#) , Michael Buble, price: **56,99 zł**
- 3 [The Archives of Polish Radio Vol 13 - Anna German](#) , Anna German, price: **35,99 zł**

[View all bestsellers](#)

Multimedia

- 1  [The Sims 3: Student life \(Appendix\)](#) , price: **46,99 zł**
- 2 [Package Collins Dictionary of course EuroPlus + Reward](#) , price: **49,9 zł**
- 3 [Mind Academy Junior - Spring](#) , price: **32,49 zł**

[View all bestsellers](#)

Toys

- 1  [It was his life - educational board game](#) , Price: **59,99 zł**
- 2 [Dumela Discovery - Interactive Map of the World](#) , Price: **109 zł**
- 3 [Style Me Up! - Studio jewelry](#) , price: **39,99 zł**

[View all bestsellers](#)

□ 타 기업과 차별화된 판매전략

- Merlin.pl이 차별화되는 점은 고객 충성도를 높이는 마케팅 전략
- Merlin.pl은 'Club Merlin' 운영으로 차별화된 서비스를 제공하여 고객 만족도를 높이고 있음. 고객들은 무료로 Club Merlin에 가입하여 구매에서 배송까지 다양한 할인 혜택을 제공받게 됨

< Merlin.pl의 'Club Merlin' 제도 >

The club Merlin will enjoy the many benefits available to the Party:

- [Special discounts purchase](#)
- [Delivery:](#)
 - [free shipping](#)
 - [50% or 30% of the cost of delivery](#)
- [Club promotion](#)
- [Special offers Partners Club Merlin](#)
- [Early sales](#)
- [information about your interest news](#)

How to join the club of Merlin?

Simply that you give us during registration or by the Customer Account e-mail address along with permission to receive emails from Merlin, the advantages you can use already in the implementation of the first order in Merlin.pl. Just make sure you're logged in and you have agreed to the processing of personal data for marketing purposes by Merlin.pl SA.

Free shipping, 50% or 30% of the cost of delivery



The higher the value of your completed orders in the last 180 days, and the value of the order, the less you pay for delivery on Polish territory.

Read more - [Shipping](#)

Club Promotions



Members can enjoy special promotions labeled "Only in the Club Merlin". About promotions and their duration will notify by email "Special offers of Merlin" is sent every two weeks. For club members will prepare a unique short series of exclusive goods, such as books or CDs autographed by the author or team. Information about promotions (ie lower prices) you will see on the pages where you will be recognized in Merlin.pl as a club member. Discounts on the purchase of goods do not add up.

Special offers Partners Club Merlin



Members will be able to take advantage of special offers travel companies, financial, educational, and others.

- 또한 제품군/지역별로 'pick-up point'를 운영하여 고객이 가까운 Merlin Pick-up point에 가서 제품을 수령할 경우, 대부분 배송료를 무료로 처리하는 서비스를 제공하면서 소비자들의 호응을 얻음

< 제품군에 따른 Pick-up Point 운영 >

Delivery costs in sections BOOKS (BOOKS), MUSIC (MUSIC) MOVIES (VIDEOS)

Delivery method and timing	Payment method	If the total value of your orders within 180 days is <200 PLN		If the total value of your orders within 180 days is between 200 PLN and 750 PLN		If the total value of your orders within 180 days is > 750 PLN	
		Current order value		Current order value		Current order value	
		<59 PLN	≥ 59 PLN	<59 PLN	≥ 59 PLN	<59 PLN	≥ 59 PLN
Polish Post business package * 2 days on weekdays	transfer, credit card, PayPal	11,00 PLN	PLN 5.50	11,00 PLN	PLN 3.30	PLN 5.50	0,00 PLN
	COD (cash on delivery)	16,00 PLN	10.50 PLN	16,00 PLN	PLN 8.30	10.50 PLN	PLN 5.00
Courier ** next day on weekdays	transfer, credit card, PayPal	11,00 PLN	PLN 5.50	11,00 PLN	PLN 3.30	PLN 5.50	0,00 PLN
	COD (cash on delivery)	16,00 PLN	10.50 PLN	16,00 PLN	PLN 8.30	10.50 PLN	PLN 5.00
Pickup Points							
Merlin.pl pickup points next day on weekdays (Slupsk and Bialogard-2 working days)	transfer, credit card, PayPal	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN
	COD (cash on delivery)	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN
Golden Changing Pickup Points 2 working days	transfer, credit card, PayPal	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN
Mail Boxes Etc.. Pickup Points 2 working days	transfer, credit card, PayPal	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN	0,00 PLN
	(Cash on delivery)	PLN 5.00	PLN 5.00	PLN 5.00	PLN 5.00	PLN 5.00	PLN 5.00
Movement Pickup Points: Pack on the Move *** 2 working days	credit card, transfer or PayPal	PLN 8.00	PLN 4.00	PLN 8.00	PLN 2.40	PLN 4.00	0,00 PLN

□ 온라인 구매 정책 등 관련 참고사항

- 폴란드도 EU 온라인 상거래 기준을 적용 받으므로 EU 기준을 주의 깊게 살펴볼 필요가 있음
- 온라인 소비자의 권리를 보호하는 새로운 EU 기준은 폴란드 온라인 상거래를 활성화 시키는 계기가 될 것이며, 늦어도 '14년 6월에 법적 구속력을 갖게 될 예정임

- 새로운 EU 기준은 물품 주문 후 계약취소 기간을 7일에서 14일로 연장하였고, 사업자가 공급하는 상품과 서비스의 총 비용을 공개할 의무를 부여하며, 반송물품 배송료 부담에 대한 정보를 명확하게 제공해야 한다는 내용을 담고 있음. 온라인 소비자 권리를 강화한 EU 지침은 전통적인 오프라인 매장의 소비자들을 온라인 시장으로 끌어들이는 전환점이 될 것으로 기대됨

IV. 주요 벤더 정보, 관련 전시회 정보

1. 주요 벤더 리스트

- ☐ 폴란드에서는 Allegro 등 온라인 플랫폼 사업자가 온라인 유통시장의 대부분을 장악하고 있어, 주요 벤더는 곧 각 제품의 제조사들임

2. 관련 전시회 정보

- ☐ 유통망 관련 전시회는 주로 서유럽 지역에 편중되어 있어 폴란드에 별도로 개최되는 전시회는 없음

V. 관련 기관, 전문지 정보

1. 관련기관

- ☐ e-commerce Poland(www.ecommercepolska.pl)
 - Empik.pl, Merlin.pl, Fly.pl, Skapiiec.pl, Nokaut.pl, Euro RTV, Neo24 등 폴란드 대표 온라인 유통업체들과 온라인 결제 시스템 공급자 PayU, dotpay, Przelewy2, Allegro Group이 모여서 설립한 기관으로 온라인 계열사의 권익을 보호하는 비즈니스 활동과 함께 교육활동, 대외홍보도 활발히 하고 있음

VI. 폴란드 온라인 유통시장 진출 확대방안 및 시사점

1. 한국제품 진출 현황

□ 한국 전자제품이 폴란드 온라인 시장에서 인기

- 폴란드 온라인 유통시장에서 가장 인기 있는 카테고리는 전자기기 부문으로 삼성의 입지가 매우 공고함. 가격비교사이트 Nokaut.pl에 따르면, 태블릿 PC 10대 인기제품 중 5개를 삼성 제품이 차지함

<폴란드 내 판매되는 태블릿 PC의 제조사별 판매순위>

순위	제조사/모델명
1	SAMSUNG Galaxy S II
2	SAMSUNG Galaxy S III
3	Nokia 500
4	SAMSUNG GT-S5830 Galaxy Ace Onyx
5	SONY ERICSSON Xperia neo V
6	SONY ERICSSON Xperia Arc S
7	Nokia N8
8	Nokia E52
9	SAMSUNG Galaxy Note (N7000)
10	SAMSUNG Galaxy Note II (N7100)

자료 : Nokaut.pl(2012)

<폴란드 내 판매되는 TV세트의 제조사별 판매순위>

순위	제조사/모델명
1	TV 3D SAMSUNG UE40ES6100
2	TV LED SAMSUNG UE50ES550
3	TV 3D SAMSUNG UE40ES6800
4	TV LED SAMSUNG UE32EH5000
5	TV 3D SAMSUNG UE40D6500
6	TV LED SAMSUNG UE40EH5000
7	TV LED SAMSUNG UE40D5500
8	Plazma PANASONIC TX-P50G30E
9	TV 3D SAMSUNG UE46ES6800
10	TV LED PHILIPS 42PFL3207H/1

자료 : Nokaut.pl(2012)

2. 진출 유망품목

- ☐ 온라인 제품군 중 전자기기 제품이 가장 구매 빈도가 높음
 - 온라인 전자제품의 경우 상대적으로 저렴하며 오프라인 매장과는 제품편차가 없기 때문에 가격에 민감한 폴란드 소비자들의 인기를 얻고 있음.
 - 온라인을 통해 스마트폰을 구매하는 소비자는 '12년 20%까지 증가하였음. Nokaut.pl에 따르면 태블릿 PC의 경우 전년대비 120%의 폭발적인 성장세를 보였음.
 - 폴란드 소비자들은 아직까지 오프라인 매장에서 제품을 직접 확인하는 것을 선호하므로 오프라인 매장에서의 입지를 공고히 한 후 온라인 시장으로 진출해 나가는 전략이 필요할 것으로 보임.
- ☐ '13년 1월에 가장 큰 성장세를 보인 부분은 의류, 신발, 인테리어 디자인 제품군인 것으로 조사됨.

3. 진출 방안 및 수출 확대를 위한 기타 시사점

- ☐ 폴란드 시장 진출의 기회요인
 - '11년 World Bank 기준 3,800만 인구의 거대 내수시장
 - 인터넷 보급이 빠르게 확산되고 있으며 경제성장률, 중산층 구매력 또한 증가하며 서유럽식 생활양식을 지향하고 있음
 - 유명브랜드 선호경향이 뚜렷하여 삼성, LG 등 글로벌기업의 진출이 유망함
 - 가격을 고려하는 합리적인 소비자로 뛰어난 성능과 합리적 가격의 한국제품, 특히 전자제품이 선호되고 있음

□ 폴란드 시장 진출의 위협요인

- 아직까지는 서유럽에 비해 주요 바이어들의 구매력이 낮은 편임
- 유로존 경기침체의 영향이 지속되고 있으며 수입국이 주로 EU에 한정되어 있음. 아시아에서는 중국이 가격경쟁력을 앞세워 압도적 수입 물량을 확보하고 있음

□ 한국기업들은 특히 전자제품 시장에서 뛰어난 성적을 보이고 있으며, 앞으로도 그 성장세를 이어갈 것으로 보임

- LG의 경우 '07년에 폴란드 브로츠와프에 LG클러스터를 형성하여 LG전자, LG디스플레이, LG이노텍, LG화학과 동양전자, 동서전자 등 협력업체가 각각 생산법인을 설립하여 현지 생산을 하고 있어 높은 품질을 유지하면서도 합리적인 가격에 제공이 가능한 선순환 구조가 이뤄지고 있음
- 삼성도 냉장고 등 가전제품을 생산하는 SEPM(폴란드 생산법인)을 설립하여 현지생산을 하고 있음. 삼성전자와 LG전자의 경우 가격경쟁력보다는 제품경쟁력이 중요한 변수인 프리미엄 제품을 주력으로 판매하고 있으며, 이는 브랜드를 선호하는 폴란드 소비자의 구매 결정요인에 긍정적으로 작용함

□ 폴란드 온라인 상거래는 점차 다양한 분야로 영역이 확장될 것이며, 향후 성숙된 시장으로 행보를 이어나갈 것임

- 소비자들이 구매결정 시 가격뿐만 아니라 점차 다양한 요소를 함께 고려할 것으로 전망됨. 서비스의 질, 구매의 안정성, 신속한 배송, 효율적 마케팅, UI를 고려한 쇼핑 디자인 등이 앞으로 구매를 결정하는 복합적 요인으로 작용할 것임

2013년 KOTRA 발간자료 목록

□ GMR (Global Market Report)

번 호	제 목	발간일자
13-001	오바마 재선에 따른 경제·통상정책 방향 전망과 시사점	2013.1
13-002	2013년 1분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2013.1
13-003	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 공작기계 (머시닝센터) -	2013.1
13-004	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기타골프용품 -	2013.1
13-005	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 안경테 -	2013.1
13-006	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 폴리에스터 단섬유 -	2013.1
13-007	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 폴리프로필렌 테이프 -	2013.1
13-008	선진국의 미래산업 육성정책	2013.2
13-009	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 광케이블 -	2013.2
13-010	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기타전동공구 -	2013.2
13-011	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기타컴퓨터주변기기 -	2013.2
13-012	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 펌프 -	2013.2
13-013	미국 제조업 경쟁력 강화 정책 및 시사점	2013.2
13-014	한-콜롬비아 FTA 효과 및 활용방안	2013.2
13-015	떠오르는 이라크 재건시장을 선점하라	2013.2
13-016	주요국 환율변동에 따른 해외시장 동향과 진출여건	2013.2
13-017	엔저하의 수출 경쟁력 현황 및 전망	2013.2
13-018	한미 FTA 발효 1주년, 대미 수출 성과 분석	2013.3
13-019	일본의 대인도 진출전략 및 대응방안	2013.3
13-020	독일 직업교육 훈련제도 현황 및 시사점	2013.3
13-021	중소기업 신규 수출확대 유망품목 주요 시장 동향 <기타 무선통신기기>	2013.3
13-022	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 플라스틱 가공제품 -	2013.3
13-023	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 편직물 (인조섬유제) -	2013.3
13-024	세계의 공장으로 부상하는 멕시코	2013.3
13-025	인도의 CSR 정책과 시사점	2013.3
13-026	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 유리 저장 용기 -	2013.3
13-027	미국-EU FTA 추진현황과 향후 시사점	2013.3
13-028	日 제조업 경쟁력 강화 정책 현황 및 시사점	2013.3

13-029	2013년 2분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2013.4
13-030	중소기업 신규 수출확대 유망품목 < X선 및 방사선기기부품 >	2013.4
13-031	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기초화장품 -	2013.4
13-032	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 합성수지·합성고무 -	2013.4
13-033	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 밸브·기타기계류 -	2013.4
13-034	중소기업 신규 수출확대 유망품목 시장동향 및 진출방안 <스키 헬멧>	2013.4
13-035	Post Chavez, 변화와 전망	2013.4
13-036	2013년 美 USTR 무역장벽보고서 평가 및 시사점	2013.4
13-037	한·터키 FTA 10대 수출 유망품목 및 진출방안	2013.4
13-038	최근 대한 수입규제 동향과 향후 전망	2013.4
13-039	Putin 취임 1주년 경제 진단 및 전망	2013.5
13-040	유럽 온라인 유통시장 현황 및 진출방안 - 서유럽편 -	2013.5
13-041	유럽 온라인 유통시장 현황 및 진출방안 - 동유럽·북유럽편 -	2013.5
13-042	미얀마 경제제재 완화 1년과 향후 전망	2013.5
13-043	핀란드 창업·재취업 프로그램 현황 및 시사점	2013.5
13-044	日 엔고극복 사례가 주는 에너지원고시대의 시사점	2013.5
13-045	CIS 대형 유통망 현황 및 진출 방안	2013.6
13-046	기업에 공유가치를 입혀라~창조경제를 만든 해외기업의 CSV 사례~	2013.6
13-047	방글라데시 의류산업 사업환경 변화와 시사점	2013.6
13-048	호주 자원개발 현황과 진출전략	2013.6
13-049	2013년 3분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2013.6
13-050	한-EU FTA 2주년 성공사례 및 주요 바이어 반응조사	2013.6
13-051	2013년 하반기 지역별 수출입 전망과 시장여건	2013.7
13-052	북미세일가스 개발 동향 및 한국기업 진출전략	2013.7
13-053	'Rich Africa, Blue Africa' - 경제통상 협력을 통한 아프리카 진출 확대 방안	2013.8
13-054	북미 온라인 유통시장 진출방안 - 미국편 -	2013.9
13-055	북미 온라인 유통시장 진출방안 - 캐나다편 -	2013.9
13-056	독일 메르켈 총리 재집권에 따른 정책 방향 및 시사점	2013.9
13-057	태평양동맹 현황 및 활용전략	2013.9
13-058	2013년 4분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2013.10
13-059	유럽 M&A 시장 동향 및 진출방안	2013.10

13-060	일본경제 및 한일협력 확대 방안	2013.10
13-061	日 아베노믹스 실시성과 중간점검 및 시사점	2013.10
13-062	세계 경영환경을 바꾸는 혁신 : Reverse Innovation	2013.10
13-063	신흥국 프랜차이즈 시장동향과 진출방안(아세안편)	2013.11
13-064	신흥국 프랜차이즈 시장동향과 진출방안(중남미편)	2013.11
13-065	신흥국 프랜차이즈 시장동향과 진출방안(중동편)	2013.11
13-066	신흥국 프랜차이즈 시장동향과 진출방안(CIS편)	2013.11
13-067	2013 칠레 신정부 출범과 향후 전망	2013.11
13-068	2014년 지역별 수출입 전망 및 시장여건	2013.12
13-069	떠오르는 신흥공업국, 베트남	2013.12
13-070	기술로 빛은 특화된 제조국, 이스라엘	2013.12
13-071	유럽 제조업 경쟁력 2위, 폴란드	2013.12
13-072	MENA지역의 제조업 MEKA, 이집트	2013.12
13-073	개방으로 눈뜬 제조업, 인도	2013.12
13-074	신흥국 온라인 유통시장 동향과 진출방안-필리핀	2013.12
13-075	신흥국 온라인 유통시장 동향과 진출방안-싱가포르	2013.12
13-076	신흥국 온라인 유통시장 동향과 진출방안-인도네시아	2013.12
13-077	신흥국 온라인 유통시장 동향과 진출방안-터키	2013.12
13-078	신흥국 온라인 유통시장 동향과 진출방안-바르샤바	2013.12

□ KOCHⅡ자료

번 호	제 목	발간일자
13-001	대만시장에서 한류 활용하기	2013.1
13-002	[중국 석학에게 듣는다] 2013 중국 경제 전망	2013.2
13-004	中國寶庫-양회시리즈	2013.5
13-005	중국을 움직이는 파워엘리트 400인 (Who's who in China's Leadership)	2013.6
13-006	중국 온라인쇼핑 시장현황과 히트상품 분석	2013.8
13-007	중국 중서부 투자 우대산업 목록	2013.9

□ KOTRA자료

번 호	제 목	발간일자
13-001	해외 주요국 투자인센티브 현황 및 사례조사	2013.1

13-002	외국인을 위한 법인설립 안내	2013.1
13-003	Guide to Business Establishment in Korea	2013.1
13-004	2012년도 북한의 대외교류동향	2013.2
13-005	GCF시대에 대비한 세계그린프로젝트 수주방안	2013.3
13-006	국가HR 개선 방안 연구	2013.3
13-007	2009~2012 KOTRA 수출인큐베이터 운영 성공사례집	2013.3
13-008	2013 외국인투자 가이드	2013.4
13-009	2013 서울국제식품산업대전 참가업체 디렉토리	2013.5
13-010	국별 해외전시회 가이드	2013.5
13-011	2013 이라크-요르단 경제통상사절단 종합 결과 보고서	2013.5
13-012	2012 외국인투자옴부즈만 연차보고서	2013.5
13-013	Foreign Investment Ombudsman 2012	2013.5
13-014	엔저가 일본의 對한 투자에 미치는 영향	2013.5
13-015	세계 주요국 전력시장 현황	2013.5
13-016	미얀마 투자실무가이드	2013.5
13-017	2013 외국인투자상담 Q&A	2013.5
13-018	2012년도 북한의 대외무역동향	2013.5
13-019	Global Green Hub Korea 2013 결과보고서	2013.5
13-020	2013 글로벌취업창업대전 결과보고서	2013.6
13-021	중소기업을 위한 온라인 수출 마케팅 가이드	2013.6
13-022	이것이 글로벌 명품전시회다	2013.6
13-023	2013 Doing Business in Korea	2013.6
13-024	러시아 프로젝트 진출 가이드	2013.6
13-025	유럽 비즈니스 워크 개막 세미나 (공공조달 진출 전략)	2013.6
13-026	브라질 태양광 프로젝트 예비조사 보고서	2013.6
13-028	UNCTAD World Investment Report 2013 요약 번역본 (국제가치사슬: 성장을 위한 투자와 무역)	2013.7
13-029	2013 전략적제휴 안내서	2013.8
13-031	글로벌 중소기업, DNA부터 다르다	2013.8
13-032	사하라이남 아프리카 전력인프라 현황 및 진출방안	2013.8
13-033	2013 서울국제식품산업대전 결과보고서	2013.8
13-034	멕시코 투자실무가이드	2013.8
13-035	투자실무가이드 - 네덜란드 -	2013.8
13-036	2012년 글로벌 FDI 동향	2013.8
13-037	2013 U턴기업 지원 종합가이드	2013.9

13-038	신흥국 제조업 지도 : 어디서? 무엇을?	2013.9
13-039	신흥국 온라인 유통시장 동향과 진출방안	2013.9
13-040	글로벌 창업 종합가이드	2013.3
13-041	신흥국 진출의 패러다임을 바꾼다: Volume Zone & Reverse Innovation	2013.9
13-042	2012년도 Invest KOREA 연차보고서	2013.10
13-043	러 물류-운송 서비스 시장동향 및 전망	2013.9
13-044	2013년 주요 투자유망국(중국, 베트남, 인도네시아, 브라질, 미얀마) 투자환경 비교	2013.10
13-045	신흥국 프랜차이즈 시장동향과 진출방안	2013.10
13-046	터키 투자실무가이드	2013.10
13-047	UN근무 30년 경력자가 들려주는 UN조달 쉽게하기	2013.10
13-048	제 10회 대전 국제 농기자재 및 우수종자 전시회(TAMAS 2013) 디렉토리	2013.10
13-049	2013 Labor Law Guide for Foreign Investors	2013.10
13-050	2014년 해외시장 진출 호부진 품목	2013.10
13-051	국제 CSR 동향분석 및 시사점	2013.10
13-052	2014년 해외 수출유망 품목 및 국가 현황	2013.11
13-053	러시아 바이오매스 프로젝트 예비조사 보고서	2013.11
13-054	2013 외국인투자기업경영환경애로조사	2013.11
13-055	2013 외국인투자기업생활환경애로조사	2013.11
13-056	2013 외국인투자기업 투자환경조사 ~15개사 외투기업 심층인터뷰 결과~	2013.11
13-057	Invest KOREA Annual Report 2012	2013.11
13-058	내수 및 수출초보기업의 수출성공시대를 향한 힘찬 첫걸음	2013.12

□ 설명회자료

번 호	제 목	발간일자
13-001	2013 세계시장 진출전략 설명회	2013.1
13-002	2013 중국3대 유망시장 설명회	2013.1
13-003	2013년 전략시장 협력 파트너쉽 포럼	2013.1
13-004	Iraq-Korea Business Forum	2013.3
13-005	Reshoring to KOREA - 국내 U턴기업 지원제도 및 투자환경 설명회 -	2013.4
13-006	2013년 제1회 차이나 커뮤니티 세미나	2013.3
13-007	Global Project Plaza 2013	2013.5

13-008	2013 철도 기자재 조달 플라자 Railway Procurement Plaza 2013	2013.5
13-010	2013년 유럽 주요국 대형유통망 현황 조사	2013.6
13-011	선진 ESCO시장 진출전략 설명회	2013.6
13-012	Europe Business Week 2013 - 유럽 유통망 진출전략 설명회 -	2013.6
13-013	Europe Business Week 2013 - 유럽 공공조달 진출전략 설명회 -	2013.6
13-014	한-미얀마 비즈니스 포럼	2013.6
13-015	2013 국제금융기구(MDB) 조달 설명회	2013.6
13-016	베트남연안국 비즈니스포럼	2013.7
13-017	이란 대체시장 설명회	2013.7
13-018	'중국新도시화 정책과 활용전략' 설명회 Korea-China Biz Plaza 2013	2013.9
13-019	신흥시장 주요 트렌드 및 진출방안	2013.9
13-020	자동차, 프로젝트 분야 진출전략 세미나	2013.9
13-021	ICT, 유통업, 의료서비스업 분야 진출전략 세미나	2013.9
13-022	중남미 새로운 기회: Post Chavez, 그리고 태평양 동맹	2013.9
13-023	CIS 대형 유통망 진출전략 세미나	2013.9
13-024	아프리카 진출 파이낸싱 전략 세미나	2013.9
13-025	아시아 온라인 유통망 진출전략 세미나	2013.9
13-026	신흥시장 투자진출 리스크와 기회 포럼	2013.10
13-027	Korea-Iraq Rebuilding Project Plaza	2013.10
13-028	2013 UN 조달 설명회	2013.10
13-029	Chemical Innovation with Korea 포럼	2013.10
13-030	중국 특화 지역개발 설명회	2013.10
13-031	2016 리우 올림픽 조달 설명회	2013.11
13-032	해외 CSR 사업화 포럼	2013.10
13-033	한국-폴란드 경제협력포럼	2013.10
13-034	Asia Water Development Project Plaza	2013.11
13-035	한국-라오스 비즈니스 포럼	2013.11
13-036	주요3국 지재권분쟁 대응방안 설명회	2013.11
13-037	Taking Off Prepared Semiconductor	2013.11
13-038	MENA Project Partnership	2013.12
13-039	Korean Medical Healthcare Industry Insight	2013.12
13-040	선진시장 소비트렌드 및 진출전략 설명회	2013.12

작성자

- ◆ 바르샤바무역관 강세나 과장
- ◆ 신흥시장팀 안성희 과장

Global Market Report 13-078

신흥국 온라인 유통시장 동향과
진출방안-폴란드

발 행 인 | 오 영 호

발 행 처 | KOTRA

발 행 일 | 2013년 12월

주 소 | 서울시 서초구 헌릉로 13
(우 137-749)

전 화 | 02) 3460-7114(대표)

홈페이지 | www.kotra.or.kr

Copyright © 2013 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.