

제주산 감귤가공식품의 러시아시장 진출전략 소고

제주발전연구원 연구위원 · 강 승 진

제주감귤 등 우수농산물 수출방안을 모색하고자 지난 2월 8일부터 6일간의 일정으로 하이테크 산업진흥원과 제주발전연구원 공동으로 러시아 시찰에 나섰다. 이 기간에는 모스크바 세계식품박람회가 열리고 있어 관련동향을 살펴보고, 러시아 농업아카데미와의 교류, 블라디보스톡·라홉드카의 감귤과 감귤가공품 및 농산물 틈새시장 개척 가능성 타진 등 여러 목적을 지닌 시찰이었다. 이번 시찰에서는 제주의 입장에서 의미 있다고 판단되는 수확들이 있었다. 러시아시장의 특성과 여건을 먼저 소개하고 제주농업의 러시아 진출을 위한 몇 가지 시사점을 짚어보고자 한다.



2009 모스크바식품박람회(PRODEXPO 2009) 전시장 외부(좌), 전시장 내부(우)

1. 러시아시장 특성 및 여건

러시아시장 규모는 '07년 현재 수입액은 269억 불로 최근 3년간 연평균 23.3%나 증가하고 있다. 그 가운데 농산물이 172억 불로 64%, 축산물 26.5%, 수산물 8% 등의 순이다. 주요 수입국은 브라질로 전체 수입의 13.3%를 차지하고 있으며, 독일이 6%, 우크라이나 5.6%, 미국이 5.3%를 점유하고 있다. 주 수입품목은 사탕수수당(11억불)이며, 소고기(16), 돼지고기(12) 등 육류의 수입 비중이 높고 그밖에 치즈(7), 담배(6) 등이다.

러시아 시장의 특징으로는 먼저 '03년 이후 연 6% 이상의 고도성장을 지속하는 대표적인 이머징 마켓(Emerging Market)이라는 점이다. 국제유가 상승, 수출입 및 외국인투자 급증, 경제 호황 등 대내외 경제지표의 호조세 유지하고 있으며, 주가도 '02년 대비 5배나 상승하였다. 그리고 식료품 소비가 전체지출 중 1/4 정도를 차지하며 고급상품에 대한 선호도 점차 증가하는 추세이다.



또한, 대외의존도가 높은 수입시장이라는 점도 주요한 특성이다. 즉, 제조업기반이 취약하여 소비제품의 수입비중이 높은 편이다. 이밖에도 다양한 소비계층 및 상권형성, 거대한 지하경제 규모(전체 GDP의 1/4로 추정), 진입장벽은 높으나 한번 진입하면 기회는 크다는 점도 주목되며, 단기적인 성과보다 장기적인 차원에서 접근이 필요한 시장이라는 점, 철저한 인맥사회로 능력 있는 사업파트너의 발굴이 중요하다는 점 등을 특성으로 들 수 있다.

러시아 시장의 상권 구분 및 권역별 특징은 <그림 1>과 <표 1>에 나타난 바와 같다.

<표 1> 러시아시장의 상권구분 및 권역별 특징

구분	서북부권	남부 불가권	우랄권	시베리아권	극동권
인종	슬라브계 위주	슬라브, 타타르, 체첸 등	슬라브, 우그릭 등	슬라브, 몽골, 아시아계	슬라브, 우태, 아시아계
인구	52백만명	40백만명	20백만명	20백만명	8백만명
문화	서구 지향적	이교 및 폐쇄적	유라시아 혼합	반모스크바적 독자성	아시아적 성격
소득수준	US\$ 4,000	US\$ 2,500	US\$ 2,500	US\$ 1,500	US\$ 1,500
시장특성	-유통변화 선도 -도매→소매위주로 급변	도매시장 위주	-동부 신흥시장 -소매유통 발달 초기	-한국식품 강제 -도매위주 유통	-도매위주 유통
소비특성	-서구브랜드제품 선호 -외부과시형 심리강함 -비교분석형 소비	-도매형 구매 패턴 -신규브랜드에 대한 거부감이 큼	-모스크바유행에 민감 -광고의존도가 높음	-가격위주의 구매 -국산 지역제품 선호	-한국브랜드 인기 높음 -가격비교 구매

주) 서북부권(모스크바), 극동권(블라디보스톡), 시베리아권(노보시비리스크)을 우선 마케팅 권역으로 선정

또한, 러시아 권역별 마케팅 전략을 간추려보면 아래 표와 같다.

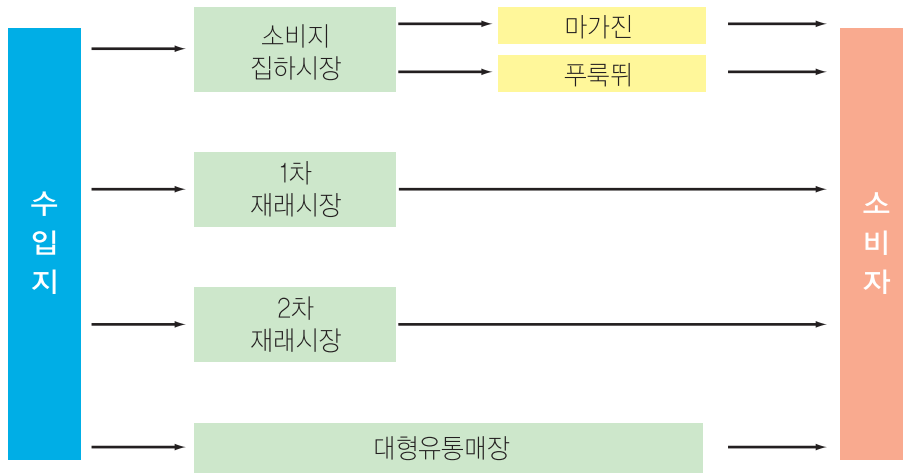
<표 2> 러시아 권역별 마케팅 전략

구분	서북부	극동	시베리아
시장 우선순위	2 순위	1 순위	3 순위
개념	미래 주력시장	품목개발 중심시장	개척시장
제품전략	-고품질, 고가 -항공운송 중심 -유통기한이 긴 품목 -유망품목에 집중	-가격경쟁력 확보품목 -해상운송 중심 -소량 다품목 -신선농산물	-가격경쟁력 확보품목 -유통기한이 긴 품목
유망품목	-삼계탕, 김치, 장미, 인스탄트 수프, 배알로에음료 등	-서북부 해당품목 및 감귤, 장류, 버섯, 화훼류, 차류 등	-극동에서 시장성이 평가된 품목 중심
마케팅 수단	-우리식품 이미지 홍보 -박람회 참가 -특판행사, 바이어 초청 -현지진출 한국기업과 협력사업 -한국식품 상설매장 운영 검토 -중소업체 지사화사업을 통한 수출알선	-특판행사 -바이어초청 -신선농산물 유망품목 시장개척 지원	-특판행사 -극동에서 기반구축후 시베리아로 확산
현지 협력업체	-현지 유통업체	-현지지사를 가진 교포 업체	-극동지역 협력사 활용

러시아시장의 유통특성을 보면, 현금 유동성을 중요시하여 일부 현금선불과 외상거래가 결합된 독특한 대금결제 관행이 상존한다는 점이다. 그리고 서구적 합리주의보다는 직접 대면하는 비즈니스를 선호하여 인맥이 중시되는 상거래 관행이 이어지고 있다. 유통산업은 가배급 시스템의 붕괴 후 유통시스템 혼란, 제조업과 소매상을 연결하는 중간단계 미흡 등 미발달 상태라 할 수 있으며, 지하경제(Shadow Economy) GDP의 30~40% 수준으로 추정될 만큼 비대하다는 점과 고가의 물류비용 및 까다로운 통관절차 등이 특징이다.

수입식품 유통경로는 아래 그림과 같이 나타낼 수 있으며, 그 특성으로는 각 도시의 대형농산물 도매판매회사(수입상)로부터 수입된 후 대형유통매장 또는 일반 상점으로 공급된다는 점을 들 수 있다. 수입업자와 디스트리뷰터가 가격 및 물량을 절대적으로 장악하고 담합행위도 공공연하게 만연되어 있어 농산물 가격이 매우 높은 편이기도 하다.

소비현황을 보면, 경제개혁 추진 이후 빈부격차가 해소되지 않아 이중적인 소비구조 지속되고 있다. 소비패턴이 유럽화 되어 있고 일상생활 속에 서양과 동양의 식습관이 혼재하고 있으며, 육류, 신선, 과일류, 담배, 커피 등 기호식품의 소비가 증가하고 있다. 그리고 지속적인 경제 성장으로 구매력을 보유한 중산층이 늘어나고 있으며, 이들은 제품 구매 시 가격, 브랜드, 품질 등을 비교하여 판단하고 있다.



[그림 1] 러시아시장 수입식품 유통경로

2. 제주산 감귤가공식품 러시아시장 진출전략

제주산 감귤가공식품 수출의 필요성

WTO의 DDA협상 추진과 FTA의 전 세계적 확산 등으로 세계경제는 국경 없는 무한경쟁의 시대를 맞이하고 있는 가운데, 제주의 감귤농업 또한 예외 없는 개방화의 물결 속에 무한경쟁의 위협에 직면하고 있다. 따라서 제주의 감귤농업은 이러한 시장개방의 위기를 공격적 수출확대의 기회로 전환해 나가야 한다. 감귤은 제주도의 생명산업으로서 결코 포기할 수 없으며, 포기해서도 안



되는 산업이나 매년 반복되는 불안정적인 생산수급으로 인한 감귤가격의 불안정은 제주감귤농가의 소득증대와 지역경제의 활성화에 저해요인으로 작용하고 있다.

유통명령제 시행 등의 수동적 수급물량 조절 정책에서 WTO/FTA의 개방화시대에 걸맞은 보다 능동적이고 적극적인 수급물량조절정책으로의 전환도 이루어져야 한다. 이를 위해 과잉생산의 감귤물량을 일정부분 가공식품으로 생산전환, 해외시장 판로를 개척함으로써 국내시장에서의 과잉공급물량을 해소할 수 있는 적극적인 수급조절 정책이 수행되어야 한다.

제주도의 감귤가공식품(제품) 공급기반 현황

제주감귤가공식품의 러시아 수출가능성을 파악하기 위해 우선적으로 제주도내 감귤가공식품의 공급기반 여부를 분석할 필요가 있으며, 이를 위해 어떠한 품목이 현지 소비자의 기호 및 수입제도를 충족시킬 수 있는 수출가능품목인지, 또한 물량의 단계적 확보는 가능하지 그리고 업체별의 품질관리의 수행여부는 어떠한지에 대해 면밀한 분석이 이루어져야 한다.

제주감귤가공업체는 23개소이며, 주요품목으로는 감귤가루, 감귤마늘스낵, 초콜릿류, 잼, 감귤과자, 감귤화장품 및 로션·샴푸류, 감귤주스 농축액, 밀감차, 감귤빵, 귤고추장, 감귤초청, 와인, 밀감꿀 및 기타 감귤류식품 등 다양하다.



다양한 제주감귤가공업체의 주요제품들

감귤가공식품수출을 위한 러시아 시장조사

러시아의 시장 가운데 블라디보스톡의 극동권은 한국과 지리적으로 근접해 있을 뿐만 아니라, 아시아적 식문화를 띠는 경향이 있어 한국의 러시아 농식품수출 전지기지로서의 중요한 전략적 의미를 갖는다. 기후 및 토양조건 등이 농업생산에 불리한 여건으로 작용하고 있는 반면, 지속적인 경제성장에 따른 구매력의 증대로 농식품 대한 수입이 매년 증가추세에 있어 수출대상국으로서의 잠재적 가능성이 점차 높아지고 있는 상황이다.

러시아정부의 WTO가입 추진노력으로 점차 지하경제중심의 유통구조(해당 품목 바이어 독점적 수입형태)에서 탈피, 시장경제체제로 전환이 급속하게 이루어지고 있으며, 이에 따라 외국자본의 대형할인매장의 증가하면서 신규바이어의 발굴 어려움 등과 같은 시장진입장벽이 점차 완화되고

있기도 하다.

러시아의 감귤총수입액(2007년도)은 34만988천불이며 이중 한국산 감귤수입액은 1,656천불이다. 주요 수입국은 모로코, 터키, 중국, 스페인, 호주 등으로 연평균 수입증가율은 44.4%로 매년 급증추세이다. 극동러시아지역의 경우 여름에는 주로 호주산이 유통되며, 겨울에는 주로 중국산이 유통되고 있어 한국산 감귤의 경우 계절적으로 중국산과의 경쟁이 불가피하며, 중국산의 경우 한국산보다 품질은 떨어지나 가격이 저렴하여 중국산 감귤이 대량 유통되고 있다.

제주산감귤의 경우 중국산 감귤과의 경쟁을 피하는 동시에 중국산에 대해 경쟁적 우위를 누리기 위해서는 고소득층을 타겟(Target)으로 한 고품질의 skimming price(상층흡수가격)전략을 활용하는 것이 주요할 것으로 보인다. 감귤가격은 한국의 물가에 비해 2배정도 비싸게 팔리고 있으며, 지역에 따라 물가가 달라 모스크바의 물가에 비해 블라디보스톡의 물가는 다소 저렴한 것으로 조사되었다.

러시아의 농식품 수입관련 제도

러시아는 HS 방식을 상품분류코드로 채택하고 있다. 그에 따라 모든 상품은 97개 카테고리 중 하나에 포함되며, 관세는 통관가액 또는 단위당 유로화 금액의 일정률, 즉 기초관세율(base import-tariff rate)로 부과된다. 러시아로 들어오는 모든 수입물품은 반드시 통관신고를 거쳐야 하며, 수입된 화물은 보세창고에 보관된다. 보세창고 보관기간은 최장 2개월이며, 동 기간 동안 화물통관절차가 완료되지 않을 경우 수수료가 부과된다. 수입물품은 입항한 후 15일 이내에 관할 세관에 수입신고를 해야 한다.

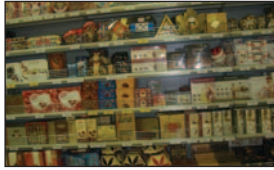
통관 절차가 매우 복잡하게 되어 있는 점이 각종 비정상적 관행이 이루어지는 원인이며, 실제로 통관에 관한 법규 및 각종 명령이 수시로 남발되고 있어 비효율적인 편이다. 수입상들은 세관에 '대외경제활동 참가업체'로 등록되어 있어야 하며, 수입상은 화물 도착에 관한 사실을 세관에 통보해야 한다. 극동지역에서 선박화물은 블라디보스톡 세관에, 항공화물은 아르츰 세관에 신고해야 함. 수입물품에 대하여 관할 세관에 수입신고를 하지 않을 경우 1일당 수입세액의 0.03%를 부과세로 납부해야 한다.

러시아로 수입되는 모든 물품에 대해서 수입통관제품에 GOST mark를 확인하고 이를 증명하는 인증서(Certificate of Conformity : COC)를 제출하도록 되어 있으며, 특히 식품류의 경우는 라벨 및 포장지에 제품명·제조사·중량·성분·유효일자 등을 러시아로 표기토록 규정되어 있다. 현재 러시아에서는 수출 표준화 위원회(GOSStandard of Russia)의 상품표기법(GOST R 51074-97)에 의거하여 모든 대 러시아 수출 품목은 반드시 러시아어로 표기하도록 되어 있다.

농식품은 각 도시의 대형 농산물 도매회사부터 수입된 후 대형 유통매장 또는 일반상점으로 공급된다. 여기서 브랜드 인지도가 높고 품질이 우수한 농식품의 경우 대형유통매장에서 판매되며, 품질이 떨어지고 가격이 저렴한 농식품은 소형매장이나 재래시장에서 판매되고 있다. 수출업체에서 대형판매점 등에 물품을 납품한 뒤 물품이 판매된 후 판매물품에 대해서만 대금결제 이루어지며, 미판매물품(재고품)은 물품으로 수출업체에 다시 반납하는 조건의 대금결제관행이 행해지고 있어 수출업체로서 불안한 대금결제의 부담을 늘 안고 있다.



러시아 대형매장에서의 농식품 판매



블라디보스톡 재래시장의 농식품판매 노점상



극동러시아(블라디보스톡) 주요 바이어리스트

러시아에 대한 농식품 수출은 대형유통업체나 현지 수입업체를 경유하기 때문에 대형유통업체의 구매담당자와의 인적 네트워크의 구축여부가 러시아 수출의 성공여부를 결정할 정도로 대단히 중요하다. 그런 의미에서 도매회사와 대형매장 현황을 간추리면 아래 표와 같다.

〈표 3〉 극동러시아 도매회사 List

회사명	취급품목	주소
Elan llc	과일, 야채	1, Stanyukovicha str. 519, ☎ 49-14-16 dobrel@elan-llc.cm
UNEX-VOSTOK	과일, 야채, 로즈피아, 탐슨	rn.22, 6 Uborevicha str. ☎ 914 706 56 07 unex@mail.primorye.ru
Vosbchinii Meridian	야채, 과일, 식용유, 버섯	Fadeeva Str. 53 ☎ 73-35-95
GRASP	딸기, 감귤, 감자, 돈육	2-a Novo-ivanovskaya str. ☎ 58-82-44 sankler@grasp.ru
N-KOM	야채, 과일	3a, Vtoraya Shosseinaya st ☎ 300 767 trade@vzv.ru global@vzv.ru
Magic Flower	화훼, 로즈피아	Bakynina 12, ☎ 386 150 m.p +7 914 790 6262
SAKKURAM	가공식품, 신선물	15 Uborevicha str. ☎ 53-16-77 sakkuram@mail.ru
Briz	과일, 야채	Utkinskaya st.30-6 m.p 61-79-84 ☎ 43-13-40 waniabkim@yahoo.co.kr
한국제품 전문판매점	가공식품	Znamení str.86 ☎ 54-52-58 udayev@mail.ru

자료: 농수산물유통공사, '러시아(블라디보스톡) 한국 농식품 진출 및 수출확대방안' 2008.11에서 재인용

〈표 4〉 극동러시아 대형매장List

매장명	구매담당자	주소
VL-Mart	Savina Marina Nikdaevna (구매담당)	Okeanskii prospect 52-a, ☎ 498 538
Parus	Olga Nikolaevna	Prospect stoletiya ☎ 371 062
Ratimir	Andreeva Tatiana Vladimirovna(통상부장)	Davydova st.18 ☎ 24-38-64, m.p 98-00-36
	Dmitrievskaya Natalia Griorievna (Category Manager)	m.p 93-95-54
Red Mart	Dmitrii RUSSIKH (Chief business developer)	Svetlanskaya str. 189 ☎ 209-732

자료: 농수산물유통공사, '러시아(블라디보스톡) 한국 농식품 진출 및 수출확대방안' 2008.11에서 재인용

3. 제주산 감귤가공식품의 극동러시아 진출 SWOT 분석

강점과 기회요인을 최대한 활용하면서, 약점을 보완하고 위협적 요인에 적극 대처하는 수출마케팅전략 수립이 요구된다.

강점(Strength)으로는 △한국산 제품의 품질에 대한 긍정적 이미지, △제주의 생명산업으로서 감귤산업육성에 대한 전폭적인 지원정책, △제주의 무공해 청정지역 농산물 이미지 활용 등을 들 수 있다.

약점(Weakness)으로는 △제주산 농식품에 대한 거의 전무한 브랜드 인지도, △제주산 감귤가공식품의 생산 및 공급기반 취약, △제주산 농식품의 수출 미개척지역으로서 러시아시장 대한 수출경험 및 정보 부재, △열악한 물류시스템에서 오는 높은 물류운송비의 부담 및 선복확보의 어려움, △중국 및 러시아 인접국 등 육로운송의 경쟁국에 비해 불리한 물류비용구조 등이 있다.

기회요인(Opportunities)으로는 △러시아 자국산업(특히 농업)의 취약한 산업구조로 인한 수입 중심의 소비구조, △지속적인 고도 성장에 따라 신흥부유층의 구매력증가와 수입농식품시장의 확대 추세, △중국산 농식품 안전성에 대한 소비자의 불안감 고조에 따른 상대적 유리, △WTO 가입 추진노력에 따른 수입제도의 표준화 및 투명성 기대, △한-러 경제협력의 우호적 관계증진 등을 들 수 있다.

위협요인(Threats)으로는 △복잡한 인·허가절차, 불투명한 통관절차 등의 각종 비관세장벽 존재, △러시아 이머징마켓(Emerging Market)으로의 진출러쉬(rush)와 그에 따른 러시아 수입 시장에서의 경쟁 심화, △러시아 수입유통업체의 불합리한 독점적 지배력 행사 등이 있다.

4. 러시아 수출개척 및 확대를 위한 선결과제 및 시사점

감귤가공식품 공급기반 구축 및 선도적 수출업체 육성

감귤가공식품의 러시아 수출개척 및 확대가 이루어지기 위해서는 무엇보다도 수출물량의 안정적 확보 및 공급기반이 구축되어야 한다. 도내 업체들이 미개척의 러시아시장을 대상으로 개별적, 독자적인 수출활동을 전개하기에는 업체규모의 영세함 등으로 해외시장 판로개척 등에 있어서 역량의 한계가 있으며, 또한 수출물량의 안정적 확보 및 품질관리 등의 여러 가지 어려운 문제에 직면해 있다.

따라서 수출물량의 안정적 확보와 고품질관리가 이루어질 수 있도록 수출창구의 일원화를 통해 보다 체계적인 수출마케팅활동이 이루어져야 하겠으며, 이를 위해 관(官) 주도의 선도적 수출업체 육성이 필요하다.

러시아 유통업체 및 바이어와의 인적 네트워크 구축

러시아의 농식품 수입은 대부분 대형 도매상이나 수입업체를 경유하여 유통되기 때문에 대형유통업체의 구매담당자와의 인적네트워크 형성은 필수적인 요소이다. 즉, 불투명한 행정 및 횡포 그



리고 자의적이면서 까다로운 통관절차 등의 각종 비관세장벽이 만연되어 있는 가운데, 인맥이 중시되는 러시아 시장에 대한 성공적 공략이 이루어지기 위해서는 현지관공서와의 깊은 인적 네트워크의 구축이 필수적이다.

또한, 현지관공서와의 인적관계가 깊고 수입경험이 풍부한 유통업체 및 바이어 선정여부가 러시아 시장 진입의 성공여부를 결정하는 중요한 요인으로 작용할 수 있음에 주목해야 한다.



러시아 인적네트워크:블라디보스톡 국회의원·물류업대표·한교수·유통업자, 나훗드카 부시장과의 만남

수출물류 지원시스템(물류기지)의 구축

러시아 수출용 감귤가공식품의 생산을 위해 선별, 저장, 가공, 운송, 판매 등의 일련의 물류흐름에서 나타나는 제반의 물류문제를 해소할 수 있도록 수출지원시스템이 구축되어야 한다. 특히, 극동러시아의 블라디보스톡을 중심으로 러시아시장 진출의 교두보를 구축하고, 극동러시아의 열악한 물류여건을 타개하기 위해선 제주산 감귤 및 농식품 수출물류센터의 현지운영 등을 위한 물류기지의 구축이 필요하다.

또한, 제주~부산~블라디보스톡항으로 이어지는 물류운송에 있어서 나타나는 선복입수, 통관지역 등의 제반 물류문제를 개선할 수 있는 물류지원시스템이 구축되어야 할 것이다.

제주산 감귤가공식품의 지역통합브랜드 구축

현재 제주지역 중소기업의 통합브랜드인 '제주마썸'이 있으나, 러시아시장을 표적으로 한 제주산 감귤가공식품에 대한 통합브랜드 구축이 이루어져야 하며, 제주형 통합브랜드에 걸맞은 수출마케팅전략이 수립되어야 한다.

특히, 현재 러시아에서 제주산 농식품에 대한 소비자의 인지도는 사실상 거의 없는 실정으로, 제주산 감귤가공식품 통합브랜드에 대한 러시아 소비자의 인지도를 높이기 위한 적극적인 브랜드 홍보활동이 이루어져야 할 것이다. 이를 위해 현지에서 개최되는 식품박람회의 참가, 제주산 농산물·농식품 해외시장개척단의 파견, '여성의 날' 등 러시아 명절에 맞춘 현지 이벤트 행사 개최 등의 러시아 시장개척활동이 이루어질 수 있도록 제주도 지방자치단체의 적극적인 지원이 이루어져야 할 것이다.

식문화위주의 마케팅 전략 전개

한국농식품에 대한 인지도가 낮고, 직접수출보다는 입맛 들이는 식문화사업과 연계를 통한 중장기적 시장 진입전략이 필요하다. 유럽형시장인 모스크바보다 식문화가 우리나라와 유사한 극동지역에 진출하는 거점전략 수립 및 구축이 무엇보다도 중요하다고 판단된다.



모스크바 국영공백화점 내부와 에비앙, 식품박람회시 전시된 도시락제품(한국산) 및 가공제품들

이번 현지답사를 통해 러시아시장은 제주의 입장에서 볼 때 다양한 가능성이 열려 있음을 확인할 수 있었다. 또한, 모스크바뿐만 아니라 블라디보스톡의 갑골시장 진출을 위해서는 중국산과 경쟁하기보다, 중산층이 빈약하다는 러시아 특성상 상류층을 타깃으로 한 판매전략의 필요성도 인지되었다. 러시아에서도 중국산에 대한 신뢰도가 떨어지고 있어, 초기부터 고급품 전략으로 승부한다면 이미지 정립에 효과가 있을 것이다.

러시아는 많은 잠재력이 있는 나라지만 “안 되는 일이 없고, 또한 되는 일도 없다”는 얘기가 있다고 한다. 이는 열심히 하면 모든 것이 가능하다는 의미이기도 하다. 치밀한 전략과 적극적인 노력으로 제주농업이 해외로 뻗어나가는 계기를 러시아에서 찾아보는 것은 가치 있는 일일 수 있음을 이번 시찰을 통해 확인할 수 있었다.

