

연구결과 초청 설명회 자료집 | 2009-5

농산물 수출유망시장 분석과 대응방안 -러시아를 중심으로-

한국농촌경제연구원

농산물 수출유망시장 분석과 대응방안 -러시아를 중심으로-

한국농촌경제연구원

부연구위원: 김경필

연구위원: 김연중

연구원: 한혜성

- 극동러시아에서 상위 10% 이내의 고소득층이 한국산 농산물을 구입할 정도로 선호도가 높지만, 한국산 농산물 진출 비중은 0.5% 이내로 미미함. 하지만, 극동러시아는 한국과 지리적으로 가깝고 농산물 가격도 비싼 편이어서 수출잠재력이 높고 향후 러시아시장 진출의 교두보 역할을 할 수 있는 지역이므로 수출을 전략적으로 추진할 필요성이 큰 지역임.
- 극동러시아는 기후 및 토양조건이 농업에 불리하고 자국 내 공급능력이 적어 과일류 소비를 대부분 수입에 의존하고 있지만, 빠른 경제성장 영향으로 소비시장은 연간 15~20% 성장하고 있음.
- 극동러시아에서 한국산 농산물의 품질 이미지 및 선호도가 높지만, 한국산 농산물 진출 비중은 아주 미미함. 지리적으로도 한국에서 선박으로 1~2일, 항공으로 2시간밖에 소요되지 않을 정도로 가까워서 수송비용 절감과 신선도 유지 등 경쟁력 제고에 유리한 시장임.
- 향후, 러시아 경제가 지속적으로 성장함에 따라 고품질 농산물 수요가 증가할 것으로 예상되고 이에 따라 고품질로 인식되는 한국산 농산물의 시장 진출 가능성도 커질 것이므로 수출을 적극적으로 추진할 경우 효과가 크게 나타날 것으로 전망됨.

□ 극동러시아 시장에서 한국산 농산물의 가격경쟁력은 낮으나 품질경쟁력은 높은 편이어서 선호도가 높고 고가 판매시장에서 판매되고 있음.

○ 한국산 딸기, 파프리카, 토마토 등의 과채류는 최고급 상품으로 고소득계층이 주로 이용하는 백화점이나 대형판매점 등에서 판매되고 있음. 반면, 감귤, 장미 등은 비교적 저렴한 가격에 판매되어 대중적으로 소비되는 품목임.

○ 가격 측면에서 한국산 감귤은 중국산과 비슷함. 사과를 한국산 가격에 비해 미국산이 47%, 중국산이 60% 낮음. 파프리카는 중국산이 60~80% 낮고 이스라엘산도 10% 낮음. 김치도 한국산에 비해 중국산 가격이 30~50% 낮아 한국산 농식품 가격경쟁력이 낮음.

○ 하지만, 극동러시아 소비자들은 청과물을 구입할 때 “가격”보다 “당도나 신선도 등 품질”을 더 중요시 여기고 있으며, 한국산 농산물의 당도나 품질이 좋아 선호도가 높음. 극동러시아 소비자들은 당도와 신선도가 높은 과일을 선호하고 화훼류는 줄기가 길고 꽃봉오리가 큰 꽃을 선호함.

□ 한국 농산물의 극동러시아 시장 진출은 초기단계이기 때문에 여러 가지 불확실한 상황과 제약요인들이 많음. 따라서 극동러시아 시장으로 수출을 시도할 때에 기존에 러시아 현지에 법인을 설립하여 수출입 활동을 하는 수출업체와 연계하거나 법인을 설립하여 진출하는 방법이 수출 수익 및 거래의 안정성을 높이는 데 유리함.

○ 한국에서 극동러시아로 농식품을 수출하는 거래유형은 수출입 주체들의 관계에 따라 다음 네 가지로 구분할 수 있음.

- 유형 I의 수출 거래체계는 「한국 생산자조직↔극동러시아소재 수입회사↔대형판매점 및 소매점」의 거래체계
- 유형 II의 수출 거래는 「한국 생산자조직↔극동러시아 해외지사↔극동러시아소재 수입도매회사↔중도매상 혹은 소매상」의 거래체계

- 유형 Ⅲ의 수출 거래는 「한국 생산자조직(무역회사)↔극동러시아 소재 수입도매회사↔도매시장, 대형판매점·소매업체」의 거래체계
 - 유형 Ⅳ 수출거래 형태는 「한국 개별 생산자조직 및 농협↔한국 소재 수출업체↔극동러시아소재 수입도매회사↔도매시장, 대형판매점·소매업체」의 거래체계
- 수출거래 유형 Ⅰ은 고수익-고위험 가능성이 큰 유형임. 대체로 유형 Ⅱ나 유형 Ⅲ에 비해 유통 조직력이 약하기 때문에 물량확보 및 품질관리, 유통채널 관리에서 경쟁력이 낮은 편임.
- 유형 Ⅲ은 수출 수익과 손실 변동 폭이 적어 수출거래가 비교적 안정적이지만, 적극적으로 수출을 확대하기에는 어려운 구조임. 생산자조직 소유의 무역사무소가 국내 생산자와 해외 수입도매회사와의 연결 기능을 수행하고 수수료를 받는 형태이기 때문에 수출 손익의 크기 및 변동성이 적음.
 - 수출업체가 수출 초기단계에서 마켓테스트 수준으로 수출 시장에 진출하고자 한다면 유형 Ⅳ를 선택하는 것이 수출비용도 줄이면서 수출가능성을 시험해 볼 수 있음.
- 유형 Ⅱ는 현재 극동러시아로 수출하는 거래체계에서 가장 안정적이며, 중장기적으로 수출을 확대하기에도 성공 가능성이 가장 높은 유형으로 평가됨.
- 국내 생산자조직에 무역 업무를 수행하는 전문 인력을 보유하고 있으며, 수출물량의 안정적 확보 및 품질관리가 용이한 생산자 기반을 확보하고 수출시장 법인을 통하여 마케팅, 유통채널 확대, 시장동향 파악 및 전달을 신속하게 수행할 수 있는 장점이 있음.
 - 해외법인 운영비용이 소요되는 측면이 있지만 수출시장 정착과 확대를 위해서 필요한 기능임. 더구나 현재 극동러시아 수출시장 유통채널 진입이 쉽지 않고 수입도매회사의 영향력이 강하게 작용하는 시장에서는 성공가능성을 높이기 위해 가장 적합해 보임.
 - 다만, 유형 Ⅱ에서도 현지 수출경로 및 거래처가 변경되는 경우가 있기 때문에 수입도매회사 및 바이어와의 연계성을 공고히 하면서 확대해 나가야 함.

<대극동러시아 농식품수출 거래유형별 장점 및 단점>

구분	장점	단점
유형 I	·국내외 수출입 여건 파악 용이 ·수출시장동향 지속적 파악과 거래유지 가능 ·수출국 거점시장을 기반으로 시장권역별 네트워크 구성 용이 ·다양한 수출상품 발굴 가능성 큼	·수출시장 법인 운영 비용, 수출입 양쪽 동향 파악비용 소요 ·수출 물량 안정적 확보, 품질관리 어려움 ·수출관련 지원기관, 지자체 연계강화 어려움
유형 II	·수출국 시장정보 파악, 적극적 시장개척 활동, 네트워크 구축 및 강화 용이 ·수출 상품의 품질관리, 물량확보 기반 갖춤 ·수출물량 조절, 운송수단 선택에 탄력적임 ·국내 수출관련기관 및 지자체 연계 강화	·수출시장 현지법인 운영 비용 소요 ·단일품목 수출인 경우 컨테이너 단위 수출로 경비절감 및 물류효율성 높이기 어려움 ·주 수출품목이 단일품목이어서 연중수출가동 체제가 어려움
유형 III	·상품 품질관리, 물량확보 기반 구축 용이 ·수출시장 진출 비용과 법인 운영비용 절감으로 운영 위험부담 감소 ·다양한 조건의 바이어 선택기회가 많음 ·국내 수출관련기관 및 지자체 연계 강화	·수출시장 정보파악, 물량 조절이 수입국 바이어에 의해 결정되는 경우가 많음 ·안정적인 거래관계 유지, 시장기반 구축 강화 어려움 ·바이어와의 신뢰관계 유지 지속 어려움
유형 IV	·수출 주체 운영 비용 감소 ·수출시장 정보나 진출방법 정보가 적은 경우 활용하기에 용이 ·거래 신뢰관계가 있을 경우 비교적 저렴한 비용으로 수출시장 진출 가능 ·국내 수출관련기관 및 지자체 지원 가능	·수출상품 정보 공유 및 공감대 형성 미흡 ·수출업체와 수입회사 상대간 신뢰관계의 지속적 유지가 쉽지 않음

□ 극동러시아로 수출하는 화훼류의 유통경로는 「수출물량 발주(러시아 수입도매회사)→극동러시아 현지법인→물량 수집 및 선별(한국 수출업체)→부산항·속초항·김포공항→블라디보스톡항구·공항→검역·통관→물류창고 재포장·분배→중도매상·소매상→소비자」 과정을 거침.

○ 화훼류 유통경로의 주요 특징은 극동러시아 현지법인에서 수입도매회사가 가지고 있는 유통망을 통해 수출물량을 판매하는 형태임. 주요 유통경로 절차별 활동은 다음과 같음.

- 절차 1) 극동러시아에서 활동하고 있는 화훼 소매상들이 판매하고자 하는 품목과 물량을 극동러시아 수입도매회사로 주문
- 절차 2, 3) 수입도매회사는 각 소매상들로부터 주문받은 내용을 취합하여 극동러시아 현지법인으로 발주. 극동러시아 현지법인에서는 한국 생산자조직과 수출물량 공급 가능성을 협의한 후 주문

<대극동러시아 수출화훼류 유통경로 및 단계별 활동>



- 절차 4) 한국 생산자조직에서는 화훼류 품목별 물량을 수집하여 자체 소유하고 있는 선별장에서 선별, 포장 등 상품화 작업을 수행
- 절차 5) 한국 수출업체에서 주문물량이 많을 때는 선박을 이용하여 부산항이나 속초항에서 블라디보스톡 항구 등으로 발송. 물량이 적거나 빠른 수송이 요구되는 경우에는 항공을 이용하여 블라디보스톡

공항으로 발송

- 절차 6) 블라디보스톡 항구까지는 부산항에서 약 48시간, 속초항에서 24시간 소요되며, 수송시간을 줄일 수 있기 때문에 최근에 속초항을 이용하는 유통경로로 바뀌고 있음
- 절차 7) 공항을 경유하는 경우 당일에 통관이 완료되지만, 항구를 경유할 경우 평균 3일 정도의 통관기간이 소요됨. 항구 통관기간이 상대적으로 다른 거래유형보다 짧은 편
- 절차 8) 통관이 완료된 상품은 극동러시아 현지인이 운영하는 수입도매회사의 물류창고로 수송됨. 물류창고에 도착한 수출상품은 소매상들이 주문한 내역에 따라 재분류 및 포장됨
- 절차 9) 주문상품이 도착한 것을 통보받은 중도매상 및 소매상들은 수입도매회사의 물류창고를 방문하여 수령. 수출 화훼류가 물류창고에 도착하고 재포장되는 과정에 한국 현지법인 직원도 함께 참여하여 물량이나 품질 상태들을 확인

□ 극동러시아 시장 진출에 성공한 사례는 사전적으로 충분한 시장 정보 수집, 수출시장 판매가능성에 대한 지속적인 검토, 수출품의 적극적인 판촉 활동, 수입국의 기후 및 풍토를 고려한 수출가능성 검토, 틈새수출이 가능한 시기와 및 지역 예상, 마켓 테스트로 수요계층 파악과 판매 타깃 설정 등 다각적인 노력들을 수행함.

○ 반면, 시장 진출에 실패한 사례들은 소비자 선호, 수요, 소비패턴 등의 조사 및 예측 실패로 수입물량이 과다하여 정상적으로 판매하지 못한 사례, 현지 극동러시아 저온저장시설 미확보로 재고물량의 저장 및 품질관리를 제대로 처리하지 못한 사례, 품질이 낮은 상품 수출로 판매부진을 겪은 사례 등이 있음.

○ 초기 시장진출 실패를 극복하고 성공적으로 정착한 사례는 수송 기간 동안 신선도 유지가 가능한 포장 방법 및 기술 개발로 상품성 유지 실패를 극복한 사례, 소비자 수요를 고려한 단계별 적정 수출물량 확대로 재고물량 관리 및 교섭력 제고에 성공한 사례, 수입회사와 신뢰도를 유지하면서 수출의 비관세장벽을 해소한 사례들이 있음.

○ 시장 진출의 성공 및 실패 사례로부터 얻을 수 있는 시사점은 수출

가능성이 있는 품목인지에 대한 사전적인 파악, 소비자 인지도와 선호도를 고려한 단계적인 수출물량 확대, 시장 소비규모와 수요를 고려한 수출물량 규모 결정, 고품질 농산물을 수출해야 한다는 점임.

□ 극동러시아 시장에 대한 농산물 수출확대 방안은 경쟁력 제고, 수출물량의 안정적 확보 및 지속적 공급기반 구축, 물류여건 개선, 마케팅 개선, 비관세장벽 해소 및 완화, 수출 유형별 시장진출 전략 수립, 제도개선 및 수출정책 등으로 제시할 수 있음.

- 경쟁력 제고는 수출시장에서 한국농산물 품질경쟁력이 강한 편이며, 고소득층의 선호도가 높으므로 가격경쟁력 제고보다는 품질경쟁력 제고에 주력하는 전략이 효과가 높을 것으로 판단됨. 품질 및 가격경쟁력을 높이기 위한 생산시설 개선, 기술개발, 물류체계는 지속적으로 개선되어야 함.
- 수출물량의 안정적 확보와 공급을 위해서는 수출주체의 조직화 및 규모화가 필요함. 현재 정부에서 추진하고 있는 “농식품 수출선도조직 육성사업”은 중장기적으로 이 역할을 수행할 수 있을 것으로 기대되며, 사업을 정착, 활성화시켜야 함.
- 물류시스템 개선을 위해서는 국내 유통단계의 저온 선별 및 저온수송 여건 조성과 수출국까지 물류가 원활하고 신속하게 진행될 수 있도록 개선되어야 함. 극동러시아에 물류기지 구축을 위해 현지에 물류창고 시설을 건립하거나 임대하여 운영하는 방안을 검토할 필요성이 있음. 현지 물류시설 건립은 농산물 수출업체들이 중요하게 요구하는 사항 중의 하나이며, 중장기적으로 극동러시아 뿐만 아니라 러시아 전 지역으로 수출을 확대하기 위한 교두보로 중요한 기능을 할 것임.
- 마케팅 측면에서는 극동러시아 소비자들이 한국산 농산물에 대한 인지도가 아주 낮기 때문에 한국산 농산물에 대한 적극적인 홍보, 판매 촉진 활동, 마케팅 활동을 필요로 함. 대체적으로 딸기, 파프리카 등의 과일류 중심으로 고급시장에서 고품질, 고가격 판매가 가능하므로 이들 품목 중심으로 고소득층이 주로 이용하는 백화점과 대형판매점에서 정기적, 지속적으로 수행하는 것이 필요함.

- 시장진출의 주요 비관세장벽인 통관기일의 장기간 소요는 한국산 상품에만 해당하는 사항은 아니지만 정부차원의 협정체결(MOU) 등으로 통관절차를 간소화시키는 노력이 필요함.
- 극동러시아 시장의 유통채널에 원활한 진입과 정착을 위해서는 현지 대형 수입 도매업체 및 대형 판매점과 연계하는 것이 효과가 클 것임. 다만, 이들 유통조직 및 유통업체와 연계할 때 거래수수료가 높은 편이고 대금정산 조건이 까다롭다는 점을 인지하고 극복할 수 있어야 함. 현지 대형 유통업체가 해결해야 할 현안사항에 공동 해결을 모색함으로써 수출거래 관계를 발생시키고 유지하는 방안도 검토할 수 있음.