

농산물 수출유망시장 분석과 대응방안 -러시아를 중심으로-

김 경 필	부 연구 위원
김 연 중	연구 위원
한 혜 성	연구 위원

연구 담당

김 경 필	부연구위원	연구총괄, 제1장, 3장, 5장, 6장 집필
김 연 중	연구위원	제2장 집필
한 해 성	연구원	제4장 집필

머 리 말

농산물 수출은 기존에 국내 수급물량 조절 차원에서 수동적으로 추진된 경향이 강했지만 시장개방이 확대되는 시대에서는 국내 농산업의 체질 개선과 국제경쟁력 강화를 위해 적극적으로 추진되어야 한다.

농산물 수출을 증대시키기 위해서는 수출 대상국가의 시장경쟁력과 수출 수익성, 시장진출 여건, 효율적인 시장진출 방안들에 대한 정보를 제공하고 수출 장애요인들을 제거함으로써 수출주체들의 수출활동을 촉진시켜야 한다.

최근에 수출유망국가로 대두되고 있는 국가 중 하나가 러시아이다. 러시아는 자원가격 상승 등으로 인하여 소득수준이 빠르게 증가하고 있지만 자국 내 농산물 공급여건은 열악하여 농산물을 외국으로부터 수입하여 소비하는 비중이 아주 높다. 하지만 한국산 농산물이 차지하는 비중은 아주 미미하므로 적극적인 수출 증대 노력이 요구되는 국가이다.

이 연구는 한국과 지리적으로 가까운 극동러시아를 중심으로 농산물 수출실태와 가능성을 파악하고, 시장 개척 및 진출에 있어서 애로 및 개선사항을 발굴하여 수출을 증대시킬 수 있는 방안을 도출하기 위해 수행하였다.

아무쪼록 이 보고서가 극동러시아 시장 농산물 수출에 관심이 많은 생산자, 수출조직, 정책담당자들에게 기초자료로서 유용하게 활용되기를 기대한다. 극동러시아 수출시장 조사와 연구 수행에 많은 도움을 주신 브리즈의 김만호 대표, 로즈피아의 정화영 대표, 서울대학교 김한호 교수, 농림수산식품부 김홍우 팀장께 감사드린다.

2008. 11.

한국농촌경제연구원장 오 세 익

요 약

농산물 수출은 시장개방 확대 시대에 국내 농산업의 체질 개선 및 경쟁력 강화를 위해 적극적으로 추진되어야 한다. 본 연구는 최근에 농산물 수출유망시장으로 대두되고 있는 러시아에 대해 극동러시아 지역 중심으로 한국 농산물 수출실태를 파악하고 시장 개척과 확대의 애로 및 개선사항을 발굴하여 수출을 증대시킬 수 있는 방안을 도출하는 것이다.

러시아는 지역이 광범위하기 때문에, 구체적이고 세부적인 수출시장 분석 지역대상은 한국산 농산물이 많이 수출되는 극동러시아 지역으로 범위를 좁혔다. 주요 연구결과는 다음과 같이 요약된다.

극동러시아는 기후 및 토양조건이 농업에 불리하여 자국 내 공급여력이 적고 과일류 소비는 대부분 수입에 의존하고 있다. 하지만, 빠른 경제성장 영향으로 소비시장도 연간 15~20% 성장하고 있다.

극동러시아에서 한국산 농산물은 상위 10%이내의 고소득층이 구입하고 있을 정도로 품질 이미지 및 선호도가 높지만, 한국산 농산물 진출 비중은 0.5% 미만으로 아주 미미하다. 지리적으로는 한국에서 선박으로 1~2일 정도밖에 소요되지 않을 정도로 가까워서 수송비용 절감과 신선도 유지에는 매우 유리한 조건이다.

향후 경제성장에 따라 러시아 가구당 소득이 증가하고 고품질로 인식되는 한국산 농산물의 수요는 계속 증가할 것으로 예상되므로 극동러시아 시장으로의 수출을 적극적으로 추진할 필요성이 크다.

한국산 농산물 중에서 딸기, 파프리카, 토마토 등의 과채류는 최고급 상품으로 상위 10% 이내의 소득계층이 주로 백화점이나 대형판매점 등에서 구입하고 있다. 반면, 감귤, 장미 등은 품질이 아주 우수하지는 않고 가격도 비교적 저렴한 수준에 판매되어 대중적으로 소비되는 품목이다.

과일의 품질경쟁력을 살펴보면, 한국산 사과의 당도는 2008년산의 경우 12.8~13.5°Bx로 뉴질랜드산 로알갈라 12.3~12.8°Bx, 미국산 갈라 13.0°Bx보다 높아 품질경쟁력이 있다. 하지만 2007년산 당도는 12.9°Bx로 경쟁력

이 낮은 수준이고 해마다 경쟁력 수준이 변동되고 있다.

가격경쟁력에서 한국산 감귤 가격은 중국산과 비슷한 편이다. 사과와 한국산 가격에 비해 미국산이 47%, 중국산이 60% 낮다. 파프리카는 한국산 가격에 비해 중국산이 60~80% 낮고 이스라엘산도 10% 낮다. 김치 가격은 한국산에 비해 중국산 가격이 30~50% 낮은 수준이다.

극동러시아 소비자들이 좋아하는 농산물 품질 속성은 과일류의 경우 당도와 신선도가 높으며 중간 크기의 품질을 선호하고 있다. 청과물을 구입할 때 “가격”보다 “당도나 신선도 등 품질”을 더 중요시 여기고 있다. 화훼류는 줄기가 길고 꽃봉오리가 큰 품질을 선호한다.

극동러시아에 있는 수입회사와 대형판매점에서 한국 농산물을 수입하고 판매하는 데 있어서 느끼는 주요 애로사항은, 수입물량의 안정적인 확보의 어려움, 수입가격이 비쌌, 계절적으로 품질이 좋지 않은 시기 존재, 신선도 및 상품성 손상사례가 많다는 것이다.

한국 농산물의 극동러시아 시장 진출은 초기단계이기 때문에 여러 가지 불확실한 상황과 제약적인 요인들이 많다. 따라서 극동러시아 시장으로 수출을 시도할 때에 기존에 러시아 현지에 법인을 설립하여 수출입 활동을 하는 수출업체와 연계하여 진출하는 방안이 수익 및 거래의 안정성을 높이는 데 유리하다.

한국에서 극동러시아로 농산물을 수출하는 업체의 주요 애로사항은 과일류의 경우 국내가격 변동에 따라 물량확보의 불안정성과 저온수송컨테이너 확보에 어려움이 있는 것으로 나타났다. 과채류는 마케팅 활동이 부족하고 판촉 및 홍보비용이 많이 들어가며 신선도 및 상품성 유지에 필요한 물류시설이 부족하다는 점이다. 화훼류는 안정적인 수출물량 확보의 어려움, 저온 선별 및 유통시설의 부족, 고품질 화훼를 생산하기 위한 시설 부족 등의 애로가 있는 것으로 나타났다.

극동러시아 수출의 발생 손익은 품목별, 시기별로 변동 폭이 큰 편이다. 한국에 극동러시아로 농산물을 지속적으로 수출하는 업체 수가 10개 내외로 많지 않고 시장 진출 초기단계이기 때문에 수출 수익이 크게 발생하는 경우도 있다. 하지만, 시장정보와 수출 경험이 적어 수출업체간 과

당경쟁, 미판매물량 발생, 부패 등으로 손실이 크게 발생하는 경우도 있다.

농산물 수출 수익은, 선박으로 수송하여 현지 대형판매점에 정상적인 판매가 이루어질 경우, 청과물의 경우 수출업자 수익은 30% 내외로 나타났다. 현지 대형판매점 구입가격 기준으로 국내 구입원가는 60% 내외, 수출 제비용은 10% 비중을 차지한다.

화훼류를 선박수송으로 수출할 경우, 극동러시아 현지 수입 도매업체 구입가격 기준으로 한국산 장미, 국화, 백합의 구입원가는 품목별로 36~46%, 수출 제비용은 24~27%, 수입바이어 수익은 30~40%, 국내 수출업체 수익 비중은 9~14%이다. 항공수송보다 선박수송의 경우가 수익이 더 높은 것으로 나타났다.

수출사례 분석결과 극동러시아 시장 진출에 성공한 사례는 사전적으로 충분한 시장정보 수집, 수출시장 판매가능성에 대한 지속적인 검토, 수출품의 적극적인 판촉 활동, 수입국의 기후 및 풍토를 고려한 수출 가능성 검토, 틈새수출이 가능한 시기 및 지역 예상, 마켓 테스트 수행으로 수요계층 파악과 판매 타깃 설정 등 다각적인 노력들이 있었다.

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 수행하지 못한 사례, 품질이 낮은 상품 수출로 판매부진을 겪은 사례 등이 있다.

초기 시장진출 실패를 극복하고 수출에 성공적으로 수행하고 있는 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 있다.

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 농산물 수출 등이다.

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 구분하여 제시하였다.

경쟁력 제고는, 수출시장에서 한국농산물 품질경쟁력이 강한 편이며, 고소득층의 선호도가 높으므로 가격경쟁력 제고보다는 품질경쟁력 제고에 주력하는 전략이 효과성이 높은 것으로 판단된다. 품질 및 가격경쟁력을 높이기 위한 생산시설 개선, 기술개발, 물류체계는 지속적으로 개선되어야 한다.

수출물량의 안정적 확보와 공급을 위해서는 수출주체의 조직화 및 규모화가 필요한데, 현재 정부에서 추진하고 있는 “농식품 수출선도조직 육성사업”은 중장기적으로 이 역할을 수행할 수 있을 것으로 기대된다.

물류시스템 개선을 위해서는 국내 유통단계의 저온 선별 및 저온수송여건을 조성하고 수출국까지 물류가 원활하고 신속하게 진행될 수 있도록 개선되어야 한다. 극동러시아 물류기지 구축을 위해 현지에 물류창고시설을 건립하거나 임대하여 운영하는 방안을 검토할 필요성이 크다. 현지 물류시설 건립은 농산물 수출업체들이 중요하게 요구하는 사항 중의 하나이며, 중장기적으로 극동러시아뿐만 아니라 러시아 전 지역으로 수출을 확대하기 위한 교두보로서 중요한 기능을 할 것으로 예상된다.

마케팅 측면에서는 극동러시아 소비자들이 한국산 농산물에 대한 인지도가 아주 낮기 때문에 한국산 농산물에 대한 적극적인 홍보, 판매촉진 활동, 마케팅 활동을 필요로 한다. 대체적으로 딸기, 파프리카 등의 과일류 중심으로 고급시장에서 고품질로 인식되고 고가격 판매가 가능하므로, 이들 품목 중심으로 고소득층이 주로 이용하는 백화점과 대형판매점에서 정기적, 지속적으로 수행하는 것이 필요하다.

시장진출의 주요 비관세장벽인 통관기일의 장기간 소요는 한국산 상품에만 해당하는 사항은 아니지만 정부차원의 협정체결(MOU) 등으로 통관 절차를 간소화시키는 노력이 필요하다.

극동러시아 시장 유통채널로의 원활한 진입과 정착을 위해서는 현지

대형 수입 도매업체 및 대형 판매점과 연계하는 것이 효과가 클 것이다. 이를 위해서는 이들 유통조직 및 유통업체와 연계할 때 거래수수료가 높은 편이고 대금정산 조건이 까다롭다는 점을 인지하고 극복할 수 있어야 한다. 현지 대형 유통업체가 해결해야 할 현안사항에 공동 해결을 모색함으로써 거래를 발생시키고 유지하는 방안도 검토할 수 있다.

극동러시아 시장진출을 위해서는 여러 가지 수출거래 체계 유형들 중에서 현지 시장에 회사 법인을 설립하여 시장조사, 동향 파악, 거래관계 구축 및 유지를 안정적으로 수행하고 있는 수출업체와 연계하는 방안이 수출거래의 안정과 지속성을 높일 수 있을 것으로 판단된다.

수출확대에 장애가 되는 다양한 제도들을 개선할 필요가 있다. “수출농식품 공정거래 제도”나 “농식품 수출선도조직 육성” 사업은 이미 개선, 추진되고 있는 사업들이다. 아직, 개선을 추진 중이거나 발굴되지 않은 수출확대 저해 제도들은 꾸준히 관심을 가지고 개선해 나가야 한다.

극동러시아 시장에 농산물 수출을 증대시키기 위해 정책적으로는 극동러시아 소비자들에게 한국산 농산물의 우수성을 널리 알리고 지속적으로 공급할 수 있도록 물류여건과 제도들을 개선해야 한다.

현재 극동러시아에서 한국 이미지가 좋은 편이고 농산물의 가치도 높게 평가받고 있으나 인지도가 약한 편이다. 이를 극복하기 위해서 한국산 농산물의 존재와 품질의 우수성에 대한 적극적인 홍보와 판촉활동이 필요하다. 하지만 개별 수출업체가 수행하기에는 경제적으로 부담되고 효율성이 낮을 것으로 판단되기 때문에 정부 차원에서 계획적이고 지속적으로 지원할 필요성이 크다.

농산물 품질관리가 가능하고 수출물량을 안정적으로 확보, 공급할 수 있는 수출조직을 육성하기 위해 “농식품 수출선도조직 육성 사업”이 추진되고 있다. 이 사업은 국내 생산 및 수출규모가 영세하고 창구가 다양한 약점을 극복할 수 있는 사업이므로 사업을 원활히 추진하여 수출주체의 조직화와 규모화 가능성을 보여줄 수 있어야 할 것이다.

극동러시아로 통관하는 데 기간이 오래 걸려 품질 및 신선도 관리가 어려운 애로사항은 정부간 협정(MOU) 체결 등 적극적인 협상으로 검역과

통관의 장벽을 낮추어 줄 수 있는 노력도 필요하다.

현재 한국에서 극동러시아로 이동하는 물류여건과 극동러시아 자체의 물류여건이 좋지 않은 편이다. 향후 극동러시아 시장뿐만 아니라 러시아 전 지역으로 수출을 확대하는 기반을 마련하기 위해서 극동러시아에 국가적인 차원의 물류기지 건설 등 물류여건이 개선될 수 있도록 지속적으로 관심을 가져야 한다.

ABSTRACT

Analysis of High Potential Agricultural Export Market and Korea's Proper Responses -Centered around Russia-

Agricultural exports should be pursued actively in the era of market opening in order to improve the local agribusiness quality and strengthen its competitiveness. The purpose of this study is to understand the export status of Korean agricultural products to Russian Far East, an recent emerging export market with high potential for Korean agricultural products, to detect challenges and matters for improvement, and to finally find out measures to increase agricultural export to the market.

Korean strawberry, paprika, and tomato are purchased at department stores or large hypermarkets by top 10% income earners in Russian Far East. To the contrary, such products as Korean tangerine and rose have medium quality and are consumed by the general public at lower prices. Mostly, the Russian awareness of Korean agricultural products is weak but their preference is high.

A survey was conducted on exporters of Korean agricultural products to Russia. The survey showed that the main trouble is the instability in securing product volume depending on local prices of fruits and the difficulty in securing refrigerator containers. For fruit vegetables, it was found that marketing activity is insufficient; promotion and sales require high cost; and it is difficult to maintain fresh condition and marketability of produce. For horticultural products, the difficulty in securing export volume, insufficiency in screening and distribution facilities and the lack of facilities to produce high-quality horticultural products are found as obstacles to export.

The profit and loss status is volatile since the export to Russian Far East

is in its infancy. However, we have learned lessons from previous success or failure that prior understanding of export feasibility, phased-in expansion of export volume, decision of export volume in consideration of market consumption size, and the export of high-quality agricultural products are essential. In addition, considering climate and natural features of the importing country, the areas for further effort include expanding the possibility of developing potential markets, development of various technologies to maintain fresh quality and marketability, maintenance of constant trust with local wholesalers and large retailers, continuous promotional endeavor to increase awareness of Korean agricultural products and sales activities and constant improvement of institutions putting an obstacle to export.

In order to expand export of agricultural products to Russian Far East, first of all, we need to direct efforts to enhancing competitiveness in quality and improving price competitiveness as a supplementary move. Competitiveness in terms of quality and price could be enhanced by improving production facilities, developing new technologies and improving logistical system, and the efforts to achieve this should be made continuously. Secondly, the export volume should be secured in a stable manner, and it can be achieved by systematically running a larger export organization and unifying contact points. From this perspective, the government's initiative entitled "Project for Fostering Agrifood Export Leadership Organization" is a timely project. Thirdly, the screening, transportation and storage of agricultural products at low temperature should be offered at the local transportation and distribution stage. To this end, it is essential to establish or rent and manage warehouses in Russian Far East. Fourthly, the consumers of Russian Far East have very little knowledge of the Korean agricultural products. To overcome this, more active PR, promotional and marketing activities are required. Fifthly, it is necessary to shorten the time taken for custom clearance which works as a non-tariff obstacle to market advance. The issue of long time taken for custom clearance doesn't affect Korea only. However, the government-level effort could simplify the clearance procedures. Sixthly, it needs to establish a corporate entity in the local market for market research, market trend reading, relation building and maintenance. When it connects between importers and

exporters, the initial trades at the market entry could be more stable. Lastly, institutions that pose an obstacle to export expansion need to be addressed. In relation to this, the "Fair Trade Scheme for Exported Agrifood" and the "Project for Fostering Agrifood Export Leadership Organization" are already being pursued. Nevertheless, the existing institutions for which improvement efforts are under way or which have not been detected so far should be the subject of improvement by paying continuous attention.

Researchers: Kim Kyung-Phil, Kim Yean-Jung, Han Hye-Sung

E-mail address: kkphil@krei.re.kr, yjkim@krei.re.kr, funny1978@krei.re.kr

차 례

제1장 서론

1. 연구 필요성과 목적	1
2. 선행연구 검토	3
3. 연구 내용	7
4. 연구 범위와 방법	8

제2장 러시아 농산물 시장 동향과 전망

1. 농업 개황	13
2. 농산물 생산 및 소비	18
3. 유통구조	23
4. 수출입 관련제도	29
5. 교역 동향	36
6. 시장 특징과 전망	45

제3장 극동러시아에 대한 농산물 수출실태

1. 극동러시아 시장 진출여건	53
2. 한국 농산물 수출 실태	56
3. 경쟁력 분석	64
4. 수입 애로 및 개선사항	82
5. 유통경로 및 판로 개척	89
6. 수출 거래체계	97

제4장 농산물 수출 사례와 시사점

1. 극동러시아 수출 애로 및 개선사항	103
2. 경제성 분석	113
3. 시장개척 및 진출사례	123
4. 마케팅 관련사례	135
5. 수출제도 개선사례	141
6. 요약 및 시사점	145

제5장 극동러시아 시장 농산물 수출 확대방안

1. 경쟁력 제고	151
2. 안정적 물량공급 기반 구축	152
3. 물류여건 개선	154
4. 마케팅 개선	155
5. 비관세장벽 완화 및 해소	156
6. 시장진출 전략	157
7. 제도개선 및 수출정책	160

제6장 요약 및 결론

부록 1. 수출입업체 조사표	173
부록 2. 러시아 수입업체(대형판매점) 조사표	178
부록 3. 극동러시아 대형유통업체 농식품 판매가격	201
부록 4. 러시아 주요 유통기업 현황	206
부록 5. 러시아 잔류농약 허용기준	207
참고문헌	209

표 차례

제2장

표 2-1. 러시아 일반개황	14
표 2-2. 러시아의 주요 경제지표	14
표 2-3. 러시아 농업부문의 주요 경제수치	16
표 2-4. 러시아 농업생산 유형별 특징	17
표 2-5. 러시아 농업생산용지의 경영형태	17
표 2-6. 러시아 영농형태별 농업 생산 구성비(가격기준)	18
표 2-7. 러시아의 곡물, 감자, 채소류 재배면적 추이	19
표 2-8. 러시아의 주요 농산물 생산량 추이	19
표 2-9. 러시아의 과실류 재배면적 추이	20
표 2-10. 러시아의 식품가공업 현황	21
표 2-11. 러시아의 주요 농산물 1인당 소비	22
표 2-12. 러시아의 권역별 시장특성	24
표 2-13. 러시아 유통업체 유형분류	27
표 2-14. 수입허가 취득 대상 품목	35
표 2-15. 한국과 러시아의 무역수지 비교(2007)	36
표 2-16. 한국과 러시아의 전체 교역동향	37
표 2-17. 한국과 러시아의 농산물 수출 동향	38
표 2-18. 한국과 러시아의 농산물 수입 동향	38
표 2-19. 러시아의 과일 수입규모와 주요 수입국가	40
표 2-20. 러시아의 수입규모와 수입국가	41
표 2-21. 한국의 농식품 부류별 수출실적	42
표 2-22. 한국의 농식품 수출 국가별 수출 동향	43
표 2-23. 대러시아 한국 농식품 부류별 수출실적	44
표 2-24. 러시아 시장 현황 및 전망(요약)	47

표 2-25. 러시아 수출입 관련제도 특징(요약)	48
표 2-26. 한국 농산물 대러시아 수출 특징(요약)	50

제3장

표 3-1. 한국산 농산물에 대한 선호도와 구입계층	59
표 3-2. 극동러시아 소비자들이 가장 좋아하는 과일	60
표 3-3. 극동러시아 소비자의 한국 과일 구입경험 품목	61
표 3-4. 러시아 소비자의 한국 화훼 구입경험 품목	61
표 3-5. 한국산 농산물 중 수입경험 품목	62
표 3-6. 한국산 농산물 중 수입관심 품목	62
표 3-7. 한국산 농산물 중 틈새시장 진출가능 품목	63
표 3-8. 극동러시아 소비자의 과일류 구입시 요인별 중요도	65
표 3-9. 극동러시아 소비자의 채소류 구입시 고려요인별 중요도	66
표 3-10. 극동러시아 소비자의 화훼류 구입시 고려요인별 중요도	67
표 3-11. 극동러시아 소비자의 화훼류 구입 이유	68
표 3-12. 극동러시아 소비자의 농산물 품목별 선호 품질 속성	70
표 3-13. 한국산 농산물 수입 경쟁국가 및 이유	72
표 3-14. 한국산 농산물 수입의 경쟁력 우위 및 열위 요인	73
표 3-15. 극동러시아 판매과실 국가별 당도 비교	75
표 3-16. 극동러시아 수입 과실류 국가별 가격비교	77
표 3-17. 극동러시아 수입 과채류 국가별 가격비교	79
표 3-18. 극동러시아 수입 화훼류 국가별 가격비교	81
표 3-19. 극동러시아 수입 김치 국가별 가격 비교	82
표 3-20. 수입물량의 안정적 확보 어려움과 개선사항	83
표 3-21. 농산물 수입가격 조정 어려움과 개선사항	84
표 3-22. 수입농산물 품질관리 어려움과 개선사항	85
표 3-23. 수입농산물 검역 및 통관 어려움과 개선사항	86
표 3-24. 수입농산물 신선도유지 및 물류시설 애로와 개선사항	87

표 3-25. 수입농산물 포장규격 및 포장자재 애로와 개선사항	88
표 3-26. 농산물 수출입 거래 유형과 거래체계	99
표 3-27. 농산물 수출거래 체계 유형별 장·단점	102

제4장

표 4-1. 극동러시아 수출 주요 애로사항	106
표 4-2. 극동러시아 시장 농산물 수출 절차별 개선사항	108
표 4-3. 극동러시아 시장 농산물 수출증대를 위한 건의사항	110
표 4-4. 수출확대 건의사항에 대한 해결방안	112
표 4-5. 러시아 시장 수출품목별 성장 전망	113
표 4-6. 극동러시아 시장 수출 수익성 분석(메론, 선박수송)	115
표 4-7. 극동러시아 시장 수출 수익성 분석(배, 선박수송)	115
표 4-8. 극동러시아 시장 수출 수익성 분석(딸기, 항공수송)	116
표 4-9. 극동러시아 시장 수출 수익성 분석(장미)	119
표 4-10. 극동러시아 시장 수출 수익성 분석(국화)	120
표 4-11. 극동러시아 시장 수출 수익성 분석(백합)	121
표 4-12. 극동러시아 시장 화훼류수출 수익성 분석(품목별 비교) ..	122
표 4-13. 극동러시아 시장 김치 수출업체 개요	124
표 4-14. 극동러시아 시장 김치 판매가격 비교	126
표 4-15. 과일류 수출 C업체의 러시아 수출현황	131
표 4-16. 감귤수출 J업체의 수출현황	138
표 4-17. 감귤 수입 경쟁국과의 경쟁력 비교	138
표 4-18. 극동러시아 현지 감귤 판촉행사 홍보내용(TV)	139
표 4-19. 러시아 현지 감귤 판촉행사 홍보내용(Radio, VBC)	139
표 4-20. 2007 러시아 현지 판촉행사(신문)	139
표 4-21. 극동러시아 감귤 판촉행사 내용	140

표 4-22. 농식품 수출 선도조직 육성 계획	144
표 4-23. 수출사례의 유형별 성공 및 실패 요인	147

제5장

표 5-1. 극동러시아 시장수출 확대방안	162
------------------------------	-----

그림 차례

제2장

그림 2-1. 러시아 내 극동러시아 지역 구분	25
그림 2-2. 러시아내 수입 농산물 유통경로(페테르부르크항 경유) ..	28
그림 2-3. 러시아의 관세제도	30
그림 2-4. 러시아의 비관세제도	31
그림 2-5. 러시아 수입통관 절차도	33
그림 2-6. 러시아 시장 진출여건의 SWOT 분석	46

제3장

그림 3-1. 극동러시아 소비자의 과일류 구입시 고려요인	65
그림 3-2. 극동러시아 소비자의 채소류 구입시 고려요인	66
그림 3-3. 극동러시아 소비자의 화훼류 구입시 고려요인	67
그림 3-4. 극동러시아에서 판매되는 한국농산물 및 가격	78
그림 3-5. 한국산 수입 청과물의 상품성 손상사례	87
그림 3-6. 대극동러시아 수출 농산물 상품성 손상 및 포장 개선 사례	89
그림 3-7. 극동러시아 화훼수입 도매업체의 물류센터	91
그림 3-8. 블라디보스톡 항구 하역장	91
그림 3-9. 극동 러시아 수입청과물 유통경로 (블라디보스톡항 경유)	92
그림 3-10. 러시아 수입화훼류 유통경로(모스크바 공항 경유)	93

제4장

그림 4-1. 극동러시아 시장 김치 수출 절차	125
---------------------------------	-----

그림 4-2. 러시아내 수입과일 유통경로	138
그림 4-3. 극동러시아 대형 판매점 한국 과일류 판촉행사 전경	140
그림 4-4. 농식품 불공정 행위 신고 및 처리절차	144

1. 연구 필요성과 목적

1.1. 연구배경

시장개방화가 확대됨에 따라 농산물 국제교역 물량도 계속 증가하고 있으며, 수출 시장에서 자국 농산물 시장 비중을 확대시키기 위한 국가 간 경쟁도 치열해지고 있다.

국내 농산업 여건도 시장개방 확대와 국제교역 여건 변화의 영향을 크게 받고 있는 실정이다. 이러한 급격한 변화의 시대에 국가 내부적으로 수입 농산물과 경쟁하여 국내 농산물에 대한 수요를 유지하고 해외 시장에서 경쟁력을 갖출 수 있어야 국내 농산업의 안정적인 유지 및 생존이 가능할 것이다.

국내 농산물 수급이 국제경쟁력 수준에 의해 영향을 크게 받는 환경 하에서는 수출의 기능 및 역할도 달라져야 한다. 기존에는 농산물 수출이 국내 수급물량 조절 차원에서 수동적으로 추진된 경향이 강했지만 앞으로는 국내 농산업의 체질을 개선하여 경쟁력을 강화시키고 농산업을 성장시킬 수 있는 수단으로 활용되어야 한다. 국내 농산물의 품질 및 가격이 국제적으로도 경쟁이 가능할 수 있도록 생산과 유통 환경을 개선시킴으로써 경쟁

력을 적극적으로 향상시켜 나가야 한다.

1.2. 연구 필요성

농산물 수출을 증대시키기 위해서는 다양한 노력들이 요구되는데, 우선 자국 농산물의 품질 및 가격 경쟁력을 높이면서 수출이 가능하거나 수출을 증대시킬 수 있는 국가와 품목을 개발해야 한다. 그리고 수출국 시장 진출 여건과 국가간 경쟁력, 시장진출 가능성, 수출의 수익성을 판단해야 할 것이다. 또한, 농산물 수출 절차 및 과정과 관련된 생산, 물류, 마케팅, 제도 등에서 발생하는 장애요인들을 발굴하고 제거해 나가야 한다.

국내 농림수산물식품 수출실적은 2007년 현재 37억 6,000만 달러이며, 최근 4년간 연평균 5.9%로 지속적으로 증가하고 있다. 품목별로는 농산물과 축산물 증가율이 크고¹, 주요 수출 국가는 일본(32.4%), 중국(12.0%), 미국(10.7%), 러시아(6.7%) 순이며, 수출 증가율이 큰 국가는 아세안(101.9%), 중국(90.7%), 러시아(56.5%) 순이다.

이들 국가들 중에서 최근에 수출 금액과 수출 증가율이 두드러지게 성장하여 수출유망국가로 대두되는 국가는 중국과 러시아이다. 특히, 러시아는 농식품 대외의존도가 높고 잠재 소비자가 1억 4,000여만 명에 달하여 수출 잠재력이 매우 높은 국가이다.²

국내의 많은 농산물 수출업체들도 러시아 수출시장에 대한 관심이 많고 앞으로 수출성장률이 빠르게 증가할 것으로 전망하고 있다. 하지만, 국내 농산물을 러시아로 수출하는 데 있어서 시장 진출 여건이나 장애요인, 가능성에 대해서 조사·분석하여 시장 진출 방안을 체계적으로 도출한 연구

¹ 농산물 수출실적은 '07년 22.2억 달러로 '03년 15.6억 달러 대비 42.2% 증가, 축산물은 1.8억 달러로 '03년 1.2억 달러 대비 51.4% 증가함.

² 미국과 일본, 중국 농산물 수출시장에 대한 실태조사나 연구는 기 수행됨(농수산물유통공사, 서울대학교).

는 거의 수행되지 않았다.

최근에 수출유망시장으로 부상하고 있는 러시아에 대해, 농산물 수출 진출여건과 가능성에 대해 체계적으로 조사하고 분석한 정보를 제공할 필요가 있다.

1.3. 연구 목적

본 연구의 목적은 최근에 농산물 수출유망시장으로 대두되고 있는 러시아에 대해 극동러시아 지역중심으로 수출실태와 가능성을 파악하고 시장 개척 및 진출에 있어서 애로 및 개선사항을 발굴하여 수출을 증대시킬 수 있는 방안을 도출하는 것이다.

2. 선행연구 검토

2.1. 수출국 시장 및 현안 분석에 관한 연구

농식품 주요 수출 품목별 대책(농수산물유통공사, 2008)에서는 농식품 수출 주요 30대 품목에 대하여 수출현황, 수입시장 동향, 가격 및 품질경쟁력 수준, 수출 애로사항, 수출 확대대책 등에 대해 조사한 자료를 제시하였다.

주요 농산물 수출시장 동향 및 현안 분석(농림수산식품부·농수산물유통공사 2007. 12.)에서는 일부 품목 및 수출시장의 경쟁력 분석과 진출 전략, 대형유통매장 진출현황, 통관역류 사례 등을 제시하고 있다.

농산물 수출조직의 진단과 지원제도에 관한 연구(한국농촌경제연구원, 김병률 외, 2005. 12.)는 국내 수출단지와 수출업체의 운영 실태를 조사

분석하고 지원 실태와 문제점을 파악하여 농산물 수출확대를 위한 해결 과제들을 도출하고 개선방안을 제시하는 데 연구목적을 두고 있다. 주요 연구내용은 농산물 수출 및 지원현황, 농산물 수출단지 운영 실태와 진단, 수출단지 및 수출업체 개선방향, 수출촉진을 위한 지원방향 등이다.

개방화시대에 대응한 과수산업 발전방안(한국농촌경제연구원, 김경필 외, 2004. 7.)에서는 수출시장에서 한국산 주요 과실들의 품목별 가격경쟁력, 품질경쟁력, 수출경쟁력 등을 제시하고 있다.

2.2. 수출 확대방안에 관한 연구

2008년 농식품 수출 목표 및 중점 추진계획(안)(농림수산식품부, 2008. 2.)에서는 2008년 수출목표 및 중점 추진대책, 농식품 수출 지원사업 추진 계획, 품목별 수출확대를 위한 기본방향 및 내용들을 포함하고 있다.

‘돈버는 농어업’ 실현을 위한 농림수산식품 수출확대 5개년 종합계획(안)(농림수산식품부, 2008. 5.)에서는 최근의 국가별, 품목별 수출 동향, 수출비전 및 목표를 설정한 후 이를 달성하기 위한 전략으로 크게 경쟁력 있는 수출인프라 구축, 세계 일류 수출상품 육성, 전략적 해외시장개척 등으로 설정하고 세부적인 추진방안을 제시하고 있다.

농산물 수출유망 품목 발굴 및 수출확대 전략 수립 연구(한국농촌경제연구원, 김병률 외, 2006. 4.)는 수출농업을 선도할 수 있는 수출유망품목을 발굴하고 품목별로 수출대상국의 시장성과 경쟁성을 분석하여 생산, 수확 후 상품화, 해외마케팅 전략 수립과 지원방안을 제시하는 데 연구목적을 두고 있다. 연구방법은 국내외 연구 및 조사, 품목별 SWOT 분석, PLC분석(수출상품 생애주기 분석) 등이다. 수출유망품목의 수출 시장성과 경쟁력 분석, 수출유망품목의 수출확대 방향과 과제를 제시하였다.

감귤 수출증대 방안 연구(한국농촌경제연구원, 최정섭 외, 1998)는 감귤 수출에 따른 애로요인을 생산, 유통, 수출물류, 수출 지원체계 등 관련 기능뿐만 아니라 제도적인 측면까지 종합적으로 규명함으로써 감귤수출 증

대를 실현하기 위한 합리적인 실천방안을 제시하는 데 연구목적을 두고 있다. 연구는 감귤 수급전망과 오렌지 수입 영향의 계량분석, 수출현황 및 애로요인 조사, 수출관련 유통단계별 문제점 추적, 해외 수출시장 현지조사 등의 방법으로 수행되었다. 주요 연구내용은 수출 감귤의 물류유통과 지원제도, 감귤수출의 문제점, 수출조직의 정비 및 전담기구 설치와 업무, 수출시장별 시장개척 및 확대방안 제시로 이루어졌다.

고려인삼 중장기 수출확대를 위한 전략방안 연구(한국농촌경제연구원, 성명환 외, 2004)는 연구목적을 대미 수출애로 요인 분석과 수출증대방안을 제시하는 데 두고 수입국별 현지조사, 경쟁력 분석을 수행하여 해외인삼시장 동향, 수출 및 국제경쟁력 실태, 고려인삼 수출 확대방안 등을 제시하고 있다.

녹차 수출시장 진출 전략과 수출상품 개발 연구는(한국농촌경제연구원 · 농림수산식품부, 박문호, 2005. 8.) 연구목적을 녹차 수출시장 진출전략 수립과 수출국 수요에 맞는 수출상품 개발방향을 제시하는 데 두고 있다. 주요 연구내용은 국내 녹차산업의 수출기반 분석, 녹차 수입국의 유통 · 소비 실태, 해외시장에서의 차 소비의식 및 시음평가, 녹차 수출시장 진출전략, 녹차 고품질 수출상품 개발 등이다.

미국의 농업여건 변화와 한국 농산물의 대미 수출 증대방안(김재수, 2003)에서는 미국 농업여건 변화에 대응하여 대미 수출증대를 위한 문제점과 대책방안을 제시하는 것이 연구목적이다. 이 연구에서는 수출 증대방안으로 고품질 농산물 수출, 지역별·계절별 특성에 부합되는 수출전략 추진, 건강과 기능성을 고려한 현지인의 입맛에 맞는 식품 개발, 다양한 수입업체의 적극적 활용과 이들을 통한 마케팅 전략 및 홍보차원의 지원, 미국 시장에 대한 연구조사 및 홍보 강화, 수출품 규격과 품질 강화방안, 디자인 개선 등을 제시하였다.

중국 산동성의 채소류 생산, 유통, 수출현황과 전망(김병률 외 2004)에서는 산동성을 중심으로 한 주요 채소의 현황, 주산지 분포, 산지 및 도매 유통, 가공실태, 수출 등에 관한 정보수집과 분석을 통해 향후 생산, 유통, 가공, 수출을 전망하였다. 연구결과, 산동성은 특히 일본과 한국을 채소의 주

요 수출국으로 목표를 삼고 수출 통로를 지속적으로 확대하고 있으며 수출 대상국(한국, 일본 등)의 물류비용이 상대적으로 적어 수출이 용이한 것으로 나타났다. 따라서 향후 산동성 채소 수출은 한국, 일본 등의 관세 인하 등 시장개방이 확대될수록 급속히 증가할 것으로 전망하고 있다.

2.3. 러시아에 관련된 연구

대러시아 통상 및 비즈니스와 관련되는 연구로는 주요국의 대러시아 통상전략 및 시사점(대외경제정책연구원, 2007), 한국의 주요국별·지역별 중장기 통상전략(러시아)(대외경제정책연구원, 2007), 러시아 비즈니스 로드맵(kotra, 2006), 2008년 지역별 진출확대 전략(kotra, 2008) 등이 있다.

러시아의 농식품 분야와 관련되는 연구로 러시아 농식품 산업동향(농수산물유통공사, 2008)에서는 러시아 농산물 품목별 생산, 소비, 수출입 현황 및 향후 전망을 제시하였고, 농식품 가공산업, 유통 실태를 전반적으로 살펴보고 있다.

러시아 시장의 한국식품 진출여건 조사(농수산물유통공사, 2004)는 러시아 시장 특징과 유통 및 소비동향, 러시아의 농축산물 수입동향 등을 제시하고 있다.

러시아 대형 유통점 현황 및 진출여건(농수산물유통공사, 2004)에서는 상품의 최종 소비처인 대형유통업체 및 지역특화 소매업 현황을 파악하고 이를 토대로 우리나라 식품의 러시아 진출 전략을 제시하고 있다.

2.4. 선행연구와의 차별성

본 연구가 선행 연구와 차별화되는 내용은 극동러시아 수출시장 중심으로 시장진출 실태와 가능성을 다각적으로 분석하고 수출 과정의 생산, 유통, 소비여건을 분석하여 수출증대를 유도할 수 있는 방안들을 도출하

는 데 있다.

- 1) 본 연구는 극동러시아로 농산물을 수출하는 데 초점을 두어 국내산 농산물의 수출과 수입 관점에서 단계별 애로요인과 개선사항을 실증적으로 조사하여 제시한다.
- 2) 극동러시아 시장에서 한국산 농산물의 경쟁력 수준, 인지도, 선호도, 선호 속성 등에 대해 구체적으로 조사, 분석하여 제시한다.
- 3) 극동러시아 시장의 농산물 유통채널과 수출거래 체계를 분석함으로써 안정적으로 시장에 진출, 정착하는 방안을 제시한다.
- 4) 극동러시아로 농산물을 수출할 때의 경제성과 수출 손익에 영향을 줄 수 있는 요인을 제시한다.
- 5) 극동러시아 농산물 수출시장 진출에 대한 성공사례와 실패사례를 제시함으로써 시장 진출 가능성과 위험성에 대한 구체적인 정보를 제공한다.

3. 연구 내용

이 연구의 제2장에서는 러시아 시장의 전체적인 동향과 전망을 살펴본다. 러시아 농업의 개황, 농산물 생산 및 소비여건, 시장권역별 소비 특징과 농산물 유통구조, 수출입에 대한 동향과 특징을 살펴본 후 러시아 시장의 특징을 도출하고 시장변화의 흐름을 전망한다. 국내산 농산물 수출 타깃이 되는 연해주 지역의 농산물 생산여건과 소비변화 내용을 포함하였다.

제3장 “극동러시아에 대한 농산물 수출실태”에서는 러시아가 전체적인 분석 대상으로 선정하기에는 지역이 너무 광범위하기 때문에, 한국과 지리적으로 가깝고 현재 한국산 농산물 진출이 시도되는 지역인 극동러시아 지역으로 주요 내용의 구체적인 조사 및 분석대상 범위를 좁혔다. 3장에서 극동러시아 시장 진출 여건과 한국 농산물의 수출 실태, 수출 시장에서 한국산 농산물의 가격 및 품질 경쟁력, 극동러시아에 소재하는 농산물 수입

업체와 대형판매점을 대상으로 조사한 한국 농산물 수입 판매의 애로 및 개선사항, 수입 농산물의 유통경로와 판로 개척 방안, 농산물 수출입 거래 체계에 대해 분석한 결과를 제시하였다.

제4장 “농산물 수출사례와 시사점”에서는 국내 수출업체에서 극동러시아로 수출을 한 적이 있는 대부분의 업체를 대상으로 수출애로사항, 개선사항, 건의사항 등에 대해 조사한 내용을 제시하였다. 그리고 수출 성공 및 실패사례에 대한 현지조사, 국내 수출업체 조사, 문헌자료를 통해 수집하고 유형별로 구분하여 사례내용과 시사점을 제시하였다. 사례 유형은 시장 진출에 대한 성공사례, 실패사례, 정착사례로 구분하였고 마케팅 개선사례, 수출제도 개선사례도 제시하였다.

제5장 “극동러시아 시장 농산물 수출 확대방안”에서는 극동러시아 시장에 대한 수출실태 분석내용과 수출 성공 및 실패사례 분석내용에 근거하여 수출확대방안을 도출하였다. 극동러시아 시장에 대한 농산물 수출확대방안은 경쟁력제고 방안, 고품질 상품의 안정적인 확보 및 공급기반 구축 방안, 수출물류 여건 개선, 마케팅 개선, 비관세장벽 완화, 시장여건에 맞는 진출전략, 제도개선 및 수출정책 방안으로 구분하여 제시하였다.

4. 연구 범위와 방법

4.1. 연구 범위

이 연구에서 수출유망시장은 최근의 수출 비중, 수출 증가율, 수출유망 국가에 대한 수출업체의 조사결과 등을 고려하여 러시아 시장으로 설정하였다. 러시아 지역도 전체적으로 조사, 분석하기에는 시간적, 경제적 제약이 따르며, 신선농산물 수출도 한국과 지리적으로 가까운 극동 러시아 지

역 중심으로 이루어지고 있기 때문에 구체적이고 세부적인 내용의 수출실태 조사와 수출확대 방안 도출에 대한 대상지역은 극동러시아로 범위를 좁혀 접근하였다.

분석대상 품목은 신선농산물 중심으로 접근하였다. 품목부류를 과실류, 과채류, 채소류, 화훼류, 김치로 구분하여 시장진출의 애로사항, 수출시장에서의 인지도 및 선호도, 가격 및 품질경쟁력 등을 분석하였다.

수출절차별 조사내용 범위로는 수출농가 및 단지관리, 수출물량 수집단계, 선별·포장·상품화, 가공, 마케팅, 홍보·판촉에 관한 절차를 설정하여 세부항목들을 포함시켰다.

수출증대를 위한 기능적인 측면에서는 가격·품질 경쟁력 제고, 수출상품의 안전성 제고, 수확후 관리기술 개선, 물류시설 및 비용절감, 검역 및 통관제도, 유통채널 진입 및 정착에 관한 내용으로 구분하여 조사하였다.

4.2. 조사 및 분석 방법

극동러시아 수출시장의 진출여건과 한국 농산물 수출실태, 수출농산물 유통경로, 수입 및 판매 애로사항 및 개선사항 등에 대해서는 극동러시아에서 운영되고 있는 47개의 농산물 수입업체, 대형판매업체, 도매시장 및 소매점, 해외공관 등을 대상으로 실시한 설문조사와 면접조사 결과에 근거하였다. 국내 수출업체 조사는 극동러시아 수출 경험이 있는 수출업체 10개를 대상으로 조사, 분석하였다. 극동러시아 소비자들의 농산물 구입행태 분석은 농수산물유통공사에서 블라디보스톡 소비자 150명에 대해 조사한 결과를 기초로 작성하였다.

수출시장 실태 분석에서 가격경쟁력 분석은 극동러시아에서 농산물 수입업체로 활동하고 있는 전문가의 면담·설문조사에 의한 수입업체의 통관가격, 대형판매점 판매가격 조사자료, 소매시장 판매가격 자료 등을 취합하여 상대적 크기 등을 자료 간에 비교, 검증하는 과정을 거쳤다.

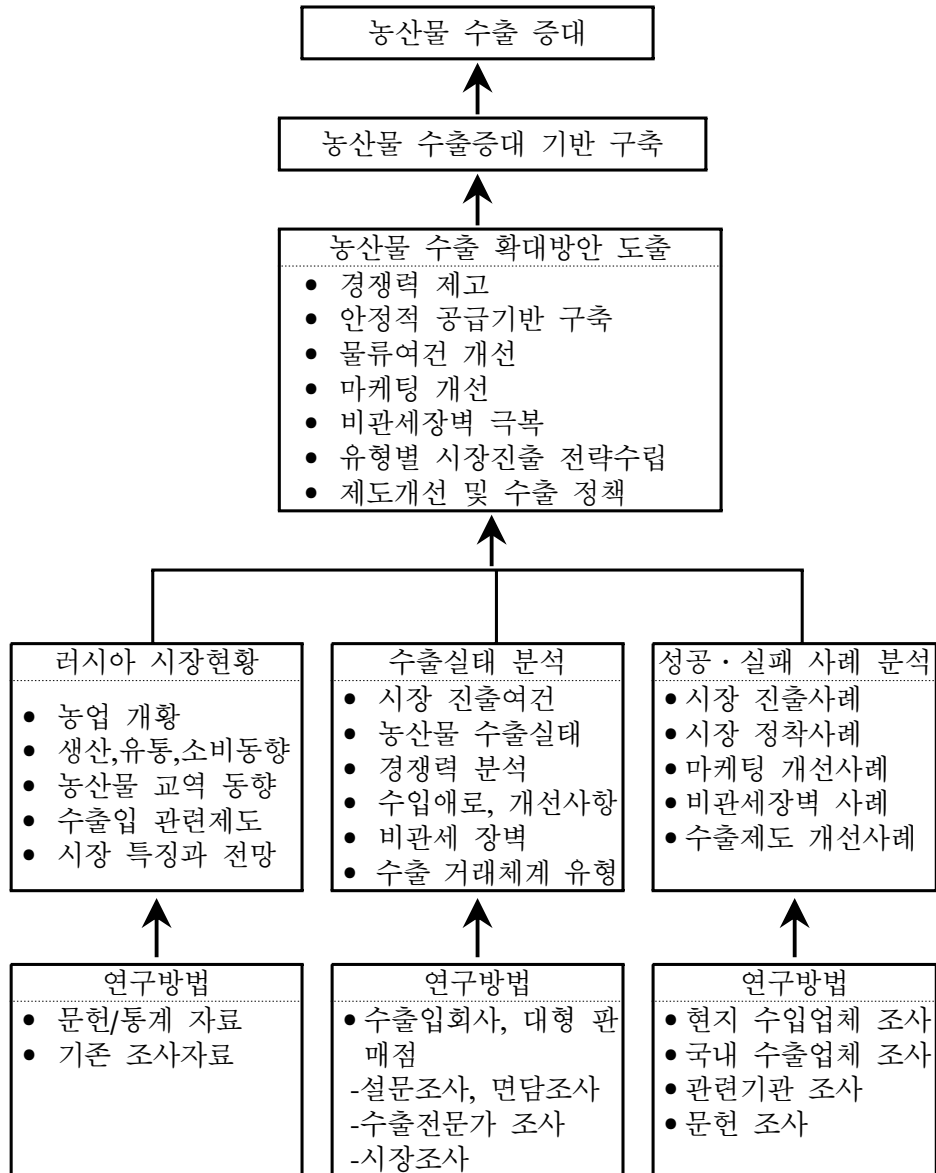
품질경쟁력 분석은 과일류 품목에 대해서 현지에서 실시한 국가별·품목

10 서론

별 당도측정 자료와 국내의 당도측정 자료 등을 비교, 분석하였다.

수출 사례 분석은 국내 수출업체, 극동러시아 수입업체, 관련기관 등에 대한 조사내용과 문헌 사례 등을 조사하여 정리하고 시사점을 도출하였다.

4.3. 연구 추진체계



1. 농업 개황

1.1. 경제현황³

러시아는 세계 최대 국토면적에 풍부한 천연자원, 과학기술력, 양질의 노동력을 바탕으로 성장 잠재력이 높은 나라이다. 최근 수년 동안 경제가 빠르게 성장하는 이유는 비싼 자원가격에 있다. 러시아는 세계 최대의 가스 생산국이며, 세계 2위의 산유국이기 때문에 비싼 에너지 가격의 최대 수혜국이다.

인구는 약 1억 4,300만 명으로 소비지 시장으로서는 큰 시장이지만 1인당 GDP가 6,900달러로 소득 수준이 낮아 소비가 활발하지 않다. 한편, 지역 간 소득 차이가 있어 소비 수준은 지역 간에 큰 차이를 보이고 있다.

정치, 상업 및 금융 중심지인 모스크바 및 세인트페테르부르크 시 등과 주요 수송 허브 지역, 석유를 생산하는 지역은 소비가 활발하다. 하지만, 시베리아나 극동 지역은 소득이 낮아 소비가 낮은 실정이다.

³ 농수산물유통공사, “러시아 농식품 산업동향”(2008. 6.), 한국 수출입은행 해외경제연구소 “러시아 국가신용도 평가 리포트”(2007. 10.) 정리.

러시아는 1991년 구소련 체제가 붕괴된 이후 1998년에 금융 위기로 인해 심각한 경제위기에 직면하기도 하였으나, 루블화의 약세에 힘입은 국제 경쟁력 회복과 국제유가 상승으로 2000년부터 높은 경제 성장세를 이루고 있다.

표 2-1. 러시아 일반개황

면적	17,075 천km ²	GDP	9,846억 달러
인구	143.2 백만 명	1인당 GDP	6,878 달러
정치체제	대통령 중심제	통화단위	Rubel(RUB)
대외정책	강대국의 지위회복에 주력	환율(달러당)	26.78

주: 인구, GDP, 1인당 GDP는 2006년 기준, 환율은 2006년말 기준임.

자료: 한국 수출입은행 해외경제연구소, 「러시아 국가신용도 평가 리포트」, 2007. 10.

러시아 경제 성장의 주 원동력은 국제 석유가격의 폭등에 있다. 가스 및 석유 수출이 급격하게 증가한 결과 무역 수지 흑자가 2000년에 600억 달러에서 2005년에는 1,200억 달러로 두 배 이상 증가하였다.

표 2-2. 러시아의 주요 경제지표

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
GDP 성장률(%)	5.1	4.7	7.3	7.1	6.4	6.5
실업률(%)	8.7	7.9	8.4	7.1	7.6	7.1
소비자물가 상승률(%)	19.0	15.1	12.0	11.7	12.7	7.2
GDP 대비 재정수지(%)	3.1	1.7	2.4	4.4	7.5	8.7
외환보유고(억 달러)	366	477	769	1,246	1,822	2,691
외채(억 달러)	1,434	1,497	1,654	2,114	2,585	501
FDI(억 달러)	39.8	40.0	67.8	94.2	167.0	353.0
루블/달러 환율	29.15	30.96	30.96	28.81	28.28	26.78

주: 실업률, 물가, 재정수지, FDI(Foreign Direct Investment)는 '06년 9월, 외채는 10월 1일, 외환보유고와 환율은 11월 2일 기준임.

자료: 농수산물유통공사 무역정보, Goskomstat(러시아통계위원회), CBR(러시아중앙은행), IMF.

소비자 물가 상승률은 구소련 붕괴 이전에는 20% 이상이었으나, 2006년에는 최초로 한자리 수인 7.2%를 기록하여 이후 안정세를 보이고 있다. 외환보유액은 2001년 이후 빠르게 늘어나면서 2006년 2,691억 달러에 이르러 경제가 안정화되고 있다.

1.2. 농업현황⁴

1.2.1. 농업여건

러시아는 기후 및 토양조건이 농업에 불리한 조건이며, 농지는 전국토의 13%에 불과한 실정이다. 농업 활동은 러시아연방 중에서 유럽지역, 북서부, 남부, 볼가 및 (부분적으로) 우랄 산맥 연방 관구에 집중되어 있고, 시베리아 및 극동 지역은 기후 조건이 좋지 않아 상대적으로 외딴 지역에 속한다.

그러나 우리나라 입장에서 볼 때 극동러시아는 매우 중요한 지역이다. 우리나라에서 연해주의 블라디보스톡까지 선박으로 1~2일 정도 밖에 소요되지 않기 때문에 러시아 수출시장의 관문지역으로 활용할 수 있는 가능성이 크다.

러시아 경제에서 농업이 차지하는 비중은 상대적으로 감소하고 있다. 러시아의 GDP 중에서 농업부문 비중은 1997년 7.2%에서 2005년 6.0%로 줄었다. 농업부문의 취업률도 1997년에 13.3%에서 2005년에는 7.1%로 감소하였다.

⁴ 농수산물유통공사, “러시아 농식품 산업동향”(2008. 6.); 한국 수출입은행 해외경제연구소, “러시아 국가신용도 평가 리포트”(2007. 10.) 내용을 요약·정리함.

표 2-3. 러시아 농업부문의 주요 경제수치

단위: 10억 RUB, %

	1997	1998	1999	2001	2003	2005
농업 총 생산량	309.2	304.4	606.1	962.6	1,134.5	1,501
GDP에 대한 농업의 기여도	7.2	6.5	7.4	6.6	6.2	6.0
농업의 취업률	13.3	13.7	13.3	12.3	11	7.1

자료: 농수산물유통공사, 『러시아 농식품 산업동향』, 2008. 6.

1.2.2. 농업구조

러시아의 농업구조는 1990년대 초에 정치·경제적 변화를 겪으면서 시장지향적인 경제자유화 정책 채택의 영향을 받았다. 경제 자유화는 국영기업의 급속한 사유화를 의미한다. 하지만 농업부문은 다른 부문에 비해 미미하지만 국가가 아직 소유권을 가지고 있기도 하다.

러시아의 농업생산 형태는 다양하며, 그 중에서 중요한 집단인 대형농장이 24,000여개가 있다. 이 농장들의 기원은 기존의 협동 및 국가농장이다. 이 농장들의 평균 재배면적은 600ha이며 150명 정도를 고용하고 있다. 이 농장의 법적인 형태는 농업협동조합, 공영유한회사 및 합자회사 등으로 다양하다.

다음으로 중요한 농업생산 집단은 농업지주회사로 국가 소유의 대형농장과 다른 형태의 대규모 농장이며 약 3,000개가 있다. 농업지주회사의 평균 경영규모는 50,000ha이며, 200,000ha 이상의 농지를 가진 회사들도 있다. 이는 전체 농지의 5%를 차지하고 있다. 이들 회사에서 곡물 및 종자 생산에 이어 가금, 돼지고기 생산량이 급격하게 증가하고 있다. 이런 회사는 새로운 농장 운영, 관리방식을 통합하고, 기술·이윤 지향적이고, 공격적인 강력한 시장 행위를 한다는 점에서 전통적인 농장 기업과 구분된다.

소형규모의 농장은 평균적으로 60명의 근로자와 260ha 토지를 소유하고 있으며 약 30,000곳 정도이다. 이런 농장들이 소유하고 있는 토지는 780만 ha로 전체 농지의 4%를 차지하고 있다.

가족농장은 가장 일반적인 농장 형태이며, 약 1,550만 개소로 8,600만 ha의 토지를 소유하고 있다. 평균적으로 약 2ha 정도의 토지를 이용하며 전체 농지의 16%를 차지하고 있다.

표 2-4. 러시아 농업생산 유형별 특징

	특 징
대형농장	○ 기존의 협동 및 국가 농장임 ○ 이 농장들은 평균 600ha의 토지를 보유하고 있으며 150여명을 고용하고 있음 ○ 농업협동조합, 공영유한회사, 합작회사 등의 형태임
농업 지주회사 (Agrarholdings)	○ 국가 농장과 다른 대형 농장임 ○ 평균경영규모는 50,000ha임. 200,00ha 이상 회사도 있음 ○ 신기술, 이윤지향적인 운영
소형규모의 농기업과 농장	○ 평균 60여명의 근로자와 260ha의 토지를 소유하고 있으며, 30,000개가 있음 ○ 전체 농지의 약 4%를 보유함
사유농장	○ 일반적으로 농가당 2ha 정도이며, 1,550만 개가 있음 ○ 전체 농지의 16%로 가장 많음

자료: 농수산물유통공사, 『러시아 농식품 산업동향』, 2008. 6.

러시아의 농업생산용지는 1970년에 2억 2천만 ha에서 2005년에는 1억 6천만 ha로 감소하였다. 농업생산용지가 부가가치가 높은 상업용지로 전환되면서 농업생산용지가 감소하고 있다.

표 2-5. 러시아 농업생산용지의 경영형태

단위: 백만ha

연도	계	경영형태별 규모		
		농기업(집단농장)	소작농	자영농
1970	222.0	218.4	-	3.6
1980	219.0	211.5	-	3.5
1990	213.8	209.8	0.1	3.9
2000	183.1	157.6	14.5	11.0
2005	175.8	137.9	19.5	18.4

자료: 농수산물유통공사, 『러시아 농업통계』, 2007. 12.

1970년대에는 집단 농장이 98%를 차지하였으나, 점차 소작농 또는 자영농으로 전환되고 있다. 2005년에는 집단농장이 78%, 소작농과 자영농이 각각 11%를 차지하고 있다. 농지의 사유화로 인해 자영농의 비중이 증가하고 있다.

농업생산액 구성은 농기업의 경우 토지는 전체의 78%를 차지함에도 불구하고 생산액은 41%로 낮고, 자영농은 토지는 11%이나 생산액은 53%를 차지하여 농기업에 비해 자영농의 토지생산성 등이 높음을 보여준다.

표 2-6. 러시아 영농형태별 농업 생산 구성비(가격기준)

단위: %

	농기업		자영농		소작농	
	2002	2005	2002	2005	2002	2005
러시아 연방	39.8	41.2	56.5	53.1	3.7	5.7
중앙 연방 관구	41.2	46.2	56.9	50.6	1.9	3.2
서북 연방 관구	46.3	48.1	51.6	49.9	2.1	2
남부 연방 관구	43.4	40.9	49.5	48.2	7.1	10.9
프리볼스키 연방 관구	38.9	39.8	58.2	55.4	2.9	4.8
우랄 연방 관구	40.1	39.6	57	57	2.9	3.4
시베리아 연방 관구	35.4	38.1	60.8	57	3.8	4.9
극동 연방 관구	25.4	27.2	68.1	63.6	6.5	9.2

자료: 농수산물유통공사, 『러시아 농업통계』, 2007. 12.

2. 농산물 생산 및 소비

2.1. 생산현황

러시아의 곡물 재배면적은 2000년 4,564만ha에서 2006년에는 4,356만 ha로 다소 감소하였으며, 생산량도 8,661만 톤에서 7,863만 톤으로 감소하였다.

주 곡물인 호밀의 재배면적이 감소하는 반면, 사료용 옥수수 면적이 증가하고 있다. 이러한 현상은 러시아 국민의 소득증가로 베이커리류 소비량이 감소하고 대신에 아침 식사용 시리얼, 파스타, 옥수수 조제품 등의 소비량이 증가하고 있기 때문이다. 또한, 돼지고기, 가금류 등의 소비량이 증가하면서 사료 수요가 증가하는 영향도 있다.

표 2-7. 러시아의 곡물, 감자, 채소류 재배면적 추이

단위: 천ha

	2000	2005	2006	연평균 증감률(%)
곡물류	45,636	43,785	43,357	-0.9
밀	23,204	25,399	23,640	0.3
보리	9,237	9,137	9,990	1.3
호밀	3,559	2,342	1,785	-10.9
옥수수	813	868	1,080	4.8
감자	3,252	3,075	2,976	-1.5
채소류	833	834	845	0.2

자료: 농수산물유통공사, 『러시아 농업통계』, 2007. 12.

표 2-8. 러시아의 주요 농산물 생산량 추이

단위: 천 톤

	2002	2003	2004	2005	2006	2006/2002
곡물 생산량	86,612	67,199	78,092	78,158	78,625	-9
밀	50,609	34,104	45,413	47,698	45,006	-11
호밀	7,127	4,152	2,872	3,628	2,965	-58
보리	18,739	18,003	17,180	15,791	18,154	-3
쌀	490	451	471	575	686	40
옥수수	1,563	2,122	3,516	3,211	3,669	135
옥수수(사료용)	31,000	32,729	28,599	25,456	23,289	-25
딸기	200	205	215	228	235	18
토마토	1,980	2,021	2,018	2,296	2,415	22
오이류	1,174	1,312	1,322	1,414	1,423	21
양배추류	3,652	4,442	4,068	4,051	4,073	12
당근 및 순무	1,474	1,736	1,762	1,793	1,918	30

자료: 농수산물유통공사, 『러시아 농업통계』, 2007. 12. 『러시아 농식품 산업동향』, 2008. 6.

채소류인 딸기, 토마토, 오이류, 양배추류, 당근 및 순무 생산량은 지속적으로 늘고 있다. 이는 소득이 증가함에 따라 소비패턴이 변화하고 있으며 채소류 수요가 증가하여 가격도 높아지고 있기 때문이다. 특히 겨울철 채소 가격은 여름철에 비해 10배 정도 높아 겨울철 시설채소 재배면적이 증가하고 있다.

과일류 생산은 주로 가족형 농장에서 생산되고 있다. 사과는 Red Chief, Smerenka(러시아 종) 등 주로 현지 품종이 많이 재배되고 있다. 배의 경우 도 Anjou 등 현지 품종이 많이 재배되고 있다. 최근에 재배면적이 정체 또는 감소 추세였으나 향후 과일류 수요 증가 및 재배면적 증가가 예상되고 있다.

표 2-9. 러시아의 과실류 재배면적 추이

단위: 천ha

	2002	2003	2004	2005	2006	연평균증감율(%)
사과	395	396	986	984	366	-1.9
배	18	15	17	16	15	-4.5
포도	56	57	57	55	44	-5.9
복숭아 및 넥타린	10	10	9	9	8	-5.4

자료: 농수산물유통공사, 『러시아 농업통계』, 2007. 12.

2.2. 식품산업 및 소비

2.2.1. 식품산업

최근에 러시아 식품산업은 농업부문의 주요 기업들이 일정지역에서 보다 규모가 작은 기업들을 인수하고 큰 기업들과 합병하는 구조적 특징을 보이고 있다. 이러한 기업 간 인수·통합과 함께 식품 체인점과의 수직적 통합도 진행되고 있다.

1998년 이후 식품원료 수입이 크게 적어지면서 많은 가공 및 거래 기업들이 1차 농산물의 자국내 공급업체와 유대를 강화하는 데 관심을 가지고 있다.

식품산업은 1998년 이후 연간 5%의 성장률을 보이고 있다. 러시아 경제상황이 개선되고 소비자의 소득이 증가하면서 식품 가공업 구조가 점점 복잡해지고 있다. 일부 수입품에 대한 경쟁이 심화되고 있으며 러시아내 가공의 빠른 성장률은 다양한 수입 식료품 재료 시장에 대한 진출 기회를 제공하고 있다.

표 2-10. 러시아의 식품가공업 현황

	2003	2004	2005
업체수	-	-	54,032
상품(노동, 서비스)의 생산액(10억 루블)	-	-	1,468
전년 대비 생산 비율(%)	107	104	104
연평균 고용인원(천명)	1,588	1,542	1,447
재정 결산 결과(이윤, 손실)(백만 루블)	49,775	44,490	64,181
상품(노동, 서비스) 생산의 수익률(%)	8.2	7.5	7.9

자료: 농수산물유통공사, 『러시아 농업통계』, 2007. 12.

2.2.2. 식품 소비

러시아 국민 1인당 소득이 증가하고 중간계층이 적극적인 소비태도로 변하면서 소비자들의 기호도 빠르게 변화되고 있다. 1인당 식품 소비량은 증가하고 있으며, 특히 바나나, 감귤류, 토마토 소비량 증가율이 크다.

식품소비 경향은 지역과 소득계층에 따라 차이가 있다. 지방 및 빈곤 지역에서 주로 구매하는 제품은 기초적인 식료품이다. 반면, 상대적으로 소득수준이 높은 계층이 생활하는 비교적 큰 도시에서는 식품소비 패턴이 서유럽과 비슷한 것으로 나타났다.

일반적으로 러시아 소비자들은 품질을 중요시하며 가격을 상당히 의식하면서 상표에 대한 충성도는 높지 않다. 러시아인들은 일반적으로 건강에 좋으며 방부제 함유가능성이 적은 지역제품을 선호하고 있다.

식생활의 변화로 쇠고기와 밀의 경우 소비가 감소하고 있으며, 열대와 일(바나나, 오렌지)과 채소(양배추, 토마토)의 소비는 증가하고 있다. 돼지고기 소비도 2000년 이후 증가했으며 닭고기 소비도 크게 늘어나고 있다.

농식품 소비량은 유럽국가 및 미국의 연간 소비량에 비해 낮은 수준이다. 2004년 기준으로 돼지고기 1인당 연간 소비량은 15.0kg, 닭고기 15.4kg, 바나나 6.0kg, 감귤류 1.7kg이다.

표 2-11. 러시아의 주요 농산물 1인당 소비

단위: kg/1인당/년

	1998	2000	2002	2004	2004/1998(%)
바나나	3.2	3.4	4.4	6.0	88
새알(계란포함)	12.3	12.8	13.8	14.1	15
쇠고기	19.9	15.2	17.7	16.3	-18
양배추 및 기타 배추작물	17.4	18.5	18.6	19.4	11
컬리플라워 및 브로콜리	0.1	0.1	0.1	0.2	100
닭고기	9	9.2	14.9	15.4	71
우유, 전체 생우유	172.6	169	171.4	182.5	6
오렌지	2.8	2.1	3.5	3.3	18
돼지고기	14.8	12.4	15.4	15.0	1
감자	131.2	124	127.2	131.1	0
감귤류(탄제린, 만다린 등)	0.9	0.8	1.1	1.7	89
토마토	14.3	14.4	17	20.3	42
밀	133.2	130.3	137.1	114.7	-14

자료: 농수산물유통공사, 「러시아 농식품 산업동향」, 2008. 6.

러시아의 극동지역은 기후적인 요인으로 인해 과일류 생산량이 적다. 사과의 경우 러시아 생산량의 0.5% 수준에 불과하며, 과일류 소비는 주로 수입에 의존하고 있다.

반면, 극동지역의 과일류 시장은 연간 15~20% 가량 성장하고 있다. 수입 과일의 90% 이상이 환태평양 지역의 국가들로부터 수입되고 있다. 주로 중국, 필리핀, 미국, 호주 등이며 중국산이 약 67%를 차지하고 있다. 미국은 중국에 이어 두 번째로 많은 물량의 사과와 배를 극동지역에 수출하고 있으며, 2003년 이후 약 20% 가량 수출량이 증가하고 있다.

현재 중국산 과일류의 수입량이 가장 많으나 안전성에 대한 소비자의 인식이 좋지 않아 타 국가에서 생산된 과일에 의해 대체될 가능성이 많은 것으로 나타나고 있다. 한편, 극동러시아 지역에서 가장 선호하고 있는 과일류는 사과, 바나나, 감귤류, 배이다. 이러한 여건에서 볼 때 한국산 과일류를 극동러시아로 수출할 수 있는 잠재성과 가능성은 매우 높다고 볼 수 있다.

3. 유통구조

3.1. 권역별 시장특성⁵

러시아의 시장 권역은 크게 5개로 구분할 수 있으며, 서북부권(모스크바), 극동권(블라디보스톡), 시베리아권(노보시비리스크), 우랄권, 남부 불가권이다.

모스크바 권역인 서북부권은 다른 권역에 비해 인구가 많고 소득 수준이 높은 편이고, 서구 브랜드를 선호하고 있다. 블라디보스톡 권역인 극동권은 인구가 적고 소득 수준이 낮은 편이지만, 한국 브랜드를 선호하는 지역이다.

한국의 공산품 또는 가공품 수출은 서북부권을 중심으로 이루어지고 있다. 신선농산물 수출은 한국과 지리적으로 가깝고 소비자 선호도도 높은 극동권이 유리하며, 실제로도 극동러시아 중심으로 수출하고 있다.

극동 러시아는 10개 지자체로 구성되어 있으며, 연해주의 블라디보스톡

⁵ 농수산물유통공사(2005. 7. 7). “모스크바 현지 조사 분석을 통한 대 러시아 농식품 수출확대 전략” 재정리

은 경제 중심지이고, 하바로브스크는 행정 및 교통 중심지 역할을 하고 있다.

우리나라의 농산물 수출기지로서 극동러시아는 매우 중요하며, 우리나라에서 연해주의 블라디보스톡까지 선박으로 1~2일 정도 밖에 소요되지 않기 때문에 수출시장 및 러시아 시장 진출의 관문지역으로서 중요하다.

표 2-12. 러시아의 권역별 시장특성

구분	서북부권	남부볼가권	우랄권	시베리아권	극동권
인종	슬라브계위주	슬라브, 타타르, 체첸 등	슬라브, 우그릭 등	슬라브, 몽골, 아시아계	슬라브, 우태, 아시아계
인구	5천2백만 명	4천만 명	2천만 명	2천만 명	8백만 명
문화	서구지향적	이교·폐쇄적	유라시아 혼합	반모스크바적 독자성	아시아적 성격
소득 수준	US\$ 4,000	US\$ 2,500	US\$ 2,500	US\$ 1,500	US\$ 1,500
시장 특성	-유통변화 선도 -도매→소매 위주로 급변	-도매시장 위주	-동부 신흥 시장 -소매유통 발달 초기	-한국식품 강세 -도매위주 유통	-도매위주 유통
소비 특성	-서구브랜드 제품 선호 -외부과시형 심리 강함 -비교분석형 소비	-도매형 구매 패턴 -신규브랜드에 대한 거부감이 큼	-모스크바 유행에 민감 -광고의존도 높음	-가격위주 구매 -국산 지역 제품 선호	-한국브랜드 인기 높음 -가격비교 구매

자료: 농수산물유통공사. 「모스크바 현지 조사 분석을 통한 대 러시아 농식품 수출확대 전략」. 2005. 7.

그림 2-1. 러시아 내 극동러시아 지역 구분



- 주: ① 연해주 ⑤ 사할린주 ⑧ 치타주
 ② 하바로브스크 지방 ⑥ 아무르주 ⑨ 캄차트카주
 ③ 마가단주 ⑦ 유대인자치주 ⑩ 추코트카 자치구
 ④ 사하공화국(야쿠찌야)

3.2. 유통업체 유형

러시아는 세계에서 가장 빠르게 성장하고 있는 소매 시장 중의 하나이다. 러시아 소매시장은 연 20%의 고성장을 거듭하고 있으며 러시아 경제에서 가장 빠르게 성장세를 보이고 있는 부분이다. 전체 소매시장에서 식품부문이 차지하는 비중은 약 40% 이상을 차지하며 2006년 시장규모가 350억 달러를 초과하였다.

재래시장 및 소형 슈퍼마켓은 하이퍼마켓, 할인마트의 출현 등 유통시장의 새로운 변화에 따라 시장 내 지위가 점차 약화되고 있다.⁶ 하이퍼마켓은 주로 도시 외관지역에 있으며 전통적 슈퍼마켓보다 판매제품군이 다양

한 편의점은 주거지에 위치하여 인기가 높아가고 있다.

이러한 유통시설은 모스크바, 페테르부르크 등 도시지역에서 새로운 유통시장의 변화를 유도하고 있으며, 그 외 지역은 아직도 전통적인 유통 채널을 유지하고 있다.

소매식품 부분의 특징은 서구식 슈퍼마켓 체인점의 도입이 확대되고 있다는 점이다. Metro, Spar 및 Auchan 같은 일부 외국계 소매 기업들은 지난 몇 년간 아웃렛을 개점했으며 모스크바, 세이트페테르부르크 및 기타 여러 도시에서는 추가적으로 영업점을 확대하고 있다⁷. 일부 지역슈퍼마켓 체인점(Perekystok, Sedmoi Kontinent, Pyaterochka 및 Kopeika)도 확장하고 있는 추세이며 일부는 인접한 CIS 국가에 진출하고 있다. 러시아 소매점은 크게 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 캐시 앤 캐리, 할인점, 편의점, 협동판매점, 재래시장 7개로 구분된다.

HRI(호텔, 레스토랑 및 기관) 부분의 발달 속도는 패스트푸드 아웃렛 및 중간 수준의 레스토랑 성장에서 나타난 것과 같이 빠르게 증가하고 있다. 가장 빠르게 성장하고 있는 체인점은 McDonald's 및 Sbarro 같은 외국계 업체와 Rostiks 같은 지역 체인점 등이 있다⁸.

할인점 및 대형유통업체 등의 출현과 소비자의 구매 형태 등의 변화로 인하여 기존의 작은 소매점들은 퇴출될 위기에 놓여 있다. 할인점의 경우 저소득층 이용이 많은 반면, 하이슈퍼마켓의 경우 중산층 및 중산층 이상 계층의 이용이 높게 나타나 각 소매 영역에 따라 소비층이 다양해지고 있음을 알 수 있다.

⁶ 2005년과 2006년 하이퍼마켓과 할인점의 매출액은 각각 58.2%, 33.5% 증가한 것으로 나타남.

⁷ Carrefour는 2003년 모스크바와 세인트페테르부르크에 몇 곳의 하이퍼마켓을 개점하고, 독일의 Rewe(Billa) 및 터키의 Turkish Migros Türk같은 다른 소매기업들도 러시아에 진출했음.

⁸ 대부분 패스트푸드 프랜차이즈가 지역적으로 가능한 많은 식품을 공급하면서 비용 및 가격을 낮추는 반면, 외국계 전문점 및 고급식당은 최고급 식료품이 보다 많이 수입될 가능성이 높은 것으로 나타남.

표 2-13. 러시아 유통업체 유형분류

구분	내용	업체명
하이퍼마켓	- 2,500sq 이상의 규모 - 농식품 비중 35% 이하 - 대도시 인근 외곽에 위치	Mosmart, Auchan 등
수퍼마켓	- 400~2,500sq 규모 - 70% 이상이 농식품 및 기타 생활 용품	7th Continent, patterson, Perekryostok 등
캐쉬 앤 캐리	- 약 1,500sq - 소형 도매시장	Lenta, Metro 등
할인점	- 300~900sq 규모 - 1,000~4,000 품목, 할인 가격 판매	Kakhodka, Kvartal, Pyatyorochka, Kopeyka, Diksi 등
편의점	- 300sq 이하 - 도시 주거지에 위치 - 24시간 영업, 전통 Kiosk 대체	ABK, Samokhavai 등
협동 판매점 (Coordinated Sales)	- 10,000sq 이하 - 각 독립적 판매점이 한 공간에 입점하여 판매	-
재래시장 등	- 전통적 유통채널 - 농민 혹은 농민단체, 정부 정책 등에 의해 운영	-

자료: 농수산물유통공사, 『러시아 농식품 산업동향』, 2008. 6.

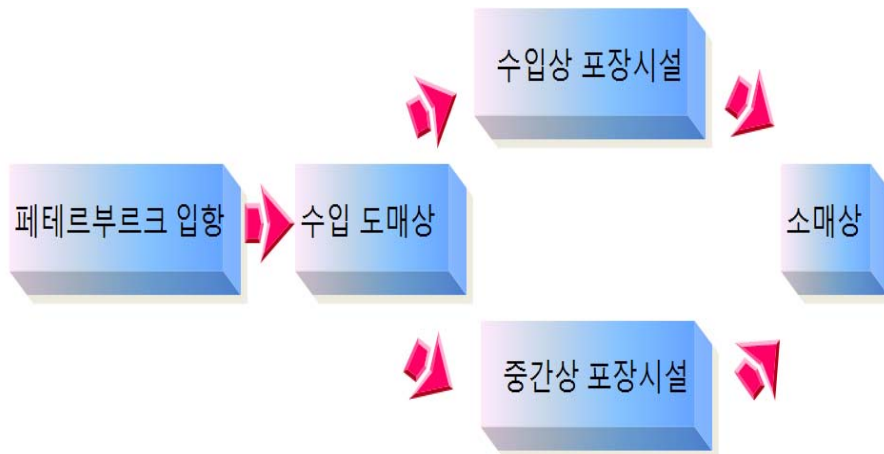
3.3. 수입 농식품의 유통 경로

러시아는 수입 농식품에 대해서 전통적으로 보수적이었다. 그러나 최근 대규모 하이퍼마켓 등이 설립됨에 따라 다양한 수입제품을 취급하고 있다. 이에 따라 수입 농식품에 대한 유통채널도 변화하여 규모가 큰 소매상들은 벌크 형태의 제품을 대량으로 구매하여 판매하기도 한다.

페테르부르크 항을 경유해서 수입되는 외국산 농식품은 수입도매상을

거처 포장시설인 수입 농식품 포장시설 또는 중간상 포장시설을 거쳐 소매상으로 분배되어 소비자에게 판매되는 것이 수입 농식품의 일반적인 유통 경로이다.

그림 2-2. 러시아내 수입 농산물 유통경로(페테르부르크항 경유)



자료: 농수산물유통공사, 『러시아 농식품 산업동향』, 2008.6.

4. 수출입 관련제도⁹

4.1. 관세제도¹⁰

러시아의 수입관리제도는 수입관세에 의한 관세조치, 소비세, 부가가치세를 부과하고 있다. 수입관세에는 종가세, 종량세, 혼합세가 있다. 러시아의 평균 수입관세율은 13%이고, 통관 시에는 수입관세 및 소비세와 부가가치세도 함께 납부해야 한다. 관세부과기준은 HS 상품분류에 의해 러시아 연방 대외경제상품 코드에 의거하여 관세율을 산정하고 있다. 수입관세율은 원료형태가 최저관세율, 반가공품은 중간관세율, 완제품은 최고의 관세가 적용된다. 그러나 최근 최고관세율과 최저관세율 간의 격차가 줄어드는 추세이다.

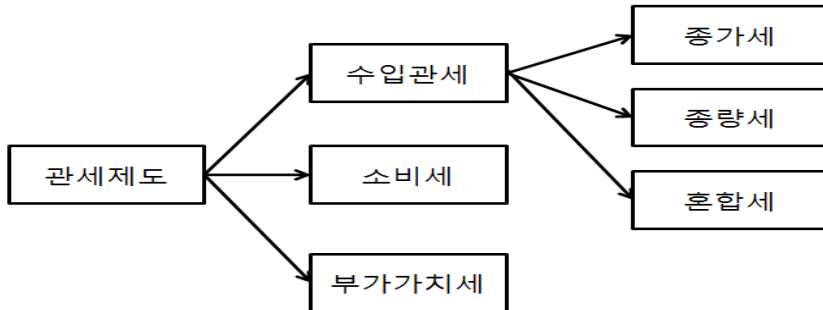
수입가격의 액면가 조작에 의한 관세포탈을 방지하기 위해 종량세 대상품목을 도입하고, 수입관세율로 산정한 금액과 종량세 기준으로 산출한 금액 중 많은 쪽을 적용하여 징수하고 있다.

수입관세에서 종가세는 가장 일반적인 경우로 Invoice 금액(C&F 또는 CIF)의 5%, 10%, 15%, 20%의 관세를 부과하는 방식이다. 종량세는 통상 Euro 관세라고 지칭되는 관세유형으로 상품의 Invoice 수량(중량)에 따라 Euro로 지정하여 관세를 부과하는 방식이다. 혼합세는 종가세와 종량세를 혼합한 것으로 산출한 관세 중에서 많은 쪽을 선택하여 부과한다. 종량세는 일종의 최저관세 역할을 하고 있다.

⁹ 농수산물유통공사. “각국의 非관세장벽 들여다보기 - ② 러시아”,
(http://www.kati.net/jsp/safety/tp_rus_sub02.jsp) 내용 참조

¹⁰ Kotra. 극동러시아 비즈니스 가이드. 재정리

그림 2-3. 러시아의 관세제도



소비세는 사치품을 중심으로 소비감소 유도를 목적으로 특정 품목에 부과되고 있다. 소비세 납품대상 품목 중에서 주류와 담배는 인지를 구입하여 소매단계에 부착해야 통관 및 시중 유통이 허용된다.

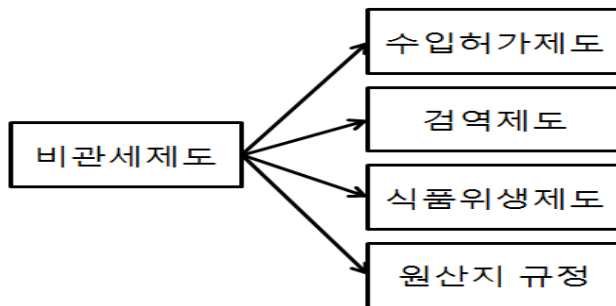
현행 러시아의 관세율 체계는 1995년 중반의 합리화 조치에 의해 마련된 것으로 최저 관세율이 종전의 0%에서 5%로 인상되었으며, 가중평균관세율은 약 8%에서 14% 수준으로 인상된 바 있다. 대부분의 농산물 및 식품의 수입관세는 5~25% 수준에 머물러 있다. 하지만, WTO 가입 논의가 진행 중이어서 농산물에 대한 관세 인하 압력이 계속되고 있다.

현재 부가가치세율은 18%이며, 식품류 등 일부 품목에 대해서는 10% 세율을 적용하고 있으며, 향후 부가세를 15% 수준까지 낮출 예정이다. 또한, 기본관세 이외에 일부 품목에서는 소비세가 중량세로 부과되고 있으며, 설탕원료에 대해 한시적인 계절관세를 적용하고 있다. 1999년 7월 1일부터 일부 품목 산 동물, 가공류, 우유 및 유제품(냉동제품 제외), 식용류, 마가린, 소금, 곡류, 혼합목초, Grain Wastes, Oil seeds 및 가공품(깻묵), 빵과 빵 제품(건포도 롤빵, 밀가루 반죽 등 포함), 밀가루, 유아용품 및 당뇨병 식품, 야채 및 가공식품, 감자 및 감자 가공식품, 원당 등은 예외적으로 부가가치세 10%를 적용하고 있다.

4.2. 비관세제도¹¹

비관세제도에는 수입허가제도, 검역제도, 식품위생제도, 원산지 규정 등이 있다. 수입허가 관련제도는 크게 3가지로 분류되며, 러시아 경제발전 무역부로부터 수입면허를 발급받고, 러시아 보건부에서 발행하는 수입허가서를 작성해야 하며, 수입인증서를 받아야 한다. 수입인증서에는 GOST 안정인증, 품질인증, 위생인증, 수의인증, 식물인증 등이 포함되어 있다.

그림 2-4. 러시아의 비관세제도



검역제도의 식물검역제도는 러시아 연방 식물 검역소에서 담당하고 있으며, 식물검역에 해당되는 제품을 수입하기 위해서는 수출국에서 발급하는 식물검역 증명서와 러시아 식물 검역소에서 발급한 수입허가서가 꼭 있어야 한다. 검사 후 정부 검역 관계자는 검역 인증서와 함께 제품 및 운송기기 검역 및 증명서를 발급한다.

식품위생제도는 식품표시제도와 식품검사제도가 있다. 식품표시제도 (Labeling)는 현행 러시아 소비자권리 보호법에 따라 제조업체명, 주소, 연락처, 제품명 및 식품 첨가제 사용여부를 포함한 제품 성분, 중량, 등급, 사이즈, 칼로리 정보, 보존방법, 조리 방법 등이 기재되어야 하며, 특히 제품

¹¹ 농수산물유통공사. 2004. “신규시장 한국식품진출여건 조사, 러시아”를 재정리.

표준, 제품 생산일 및 유효기간이 명시되어야 한다.

이외에 ‘식품 품질 및 안전에 관한 법’에는 라벨링과 관련된 내용이 명시되어 있으며, 라벨에 포함될 내용은 칼로리 및 영양정보, 용도(아동용, 환자용 등), 조리방법(반제품 등의 경우), 보존 방법, 생산 및 포장일이 표시되어야 하며, 러시아에서 판매되는 식품류는 반드시 러시아어로 제품정보가 표시되어야 한다. 일반적으로 수입되는 제품은 러시아어 정보를 별도로 스티커에 인쇄, 덧붙이는 방법을 사용한다.

식품 검사제도는 러시아의 보건부 산하 기관에서 담당하고 있으며, 제품 검사는 제품검사 신청서 등록 및 제출, 검사에 필요한 샘플 수량 결정, 검사 관련 비용 계약 체결, 제품 관련 서류 검사, 제품 테스트, 검사 결과 후 결정, 제품 검사증명서 발급 절차를 거쳐야 한다.

검사를 받기 위한 제출 필수 서류로는 제품 안전을 확인하는 서류(제조업체 작성), 안전인증(수출국의 해당기관에서 발급한 것), 검사 결과서(수출국의 해당기관에서 발급한 것), 적당한 수량의 샘플, 자세한 제품 설명서, 라벨 샘플, 수입계약서 또는 러시아 검사기관에서 요청하는 기타 자료 등이 필요하다. 수입 통관 시 GOST 안전인증이 제출되어야 하며, 동 인증에 위생검사를 하였다는 내용이 포함되어야 한다¹².

비관세 제도로서 원산지 규정이 있다. 원산지와 관련해서는 1993년 5월 21일 승인된 연방법령에서 기본적인 개념이 기술되어 있다. 원산지 증명서는 일반적으로 수출국에서 증명하는 서류로 갈음하되, 일반적으로 상공회의소 확인 또는 발급한 서류가 주로 사용된다.

이러한 원산지 증명서는 세관신고서, 기타 서류와 함께 통관을 위해서 제출되어야 한다. 원산지 증명서 제출이 필수는 아니지만 거의 필수 서류에 준하고 있다.

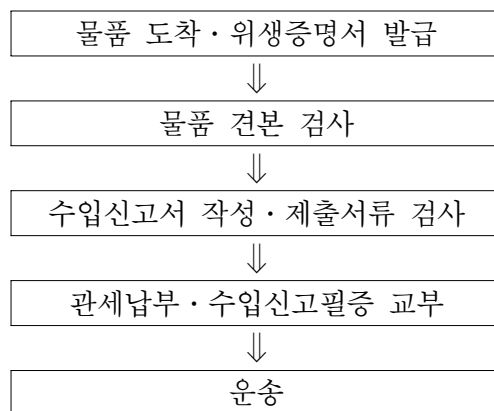
¹² 다만 H.S.Code 21로 시작하는 식품 첨가물 통관 시는 GOST 안전인증과 식품 검사필증이 같이 제출되어야 함.

4.3. 통관제도 및 절차

러시아의 수입세관은 권역별로 크게 13개의 지방세관 아래 150개 관할 세관이 있고, 700여 개의 분소가 있다. 항구를 많이 보유하고 있는 러시아 극동지역의 경우 극동 세관아래 18개의 관할세관이 있으며, 51개의 세관 분소가 있다.

러시아 극동지역의 경우 선박화물은 블라디보스톡 세관에 신고하면 되고, 항공화물의 경우 아르츰 세관에 신고하면 된다. 수입물품에 대해 관할 세관에 수입신고를 하지 않을 경우 1일당 수입세액의 0.03%의 부과세를 물어야 한다. 수입세액이라 함은 상품수입가격, 운송비, 보험료, 부가가치세 20%, 해당관세, 0.15% 세관수수료가 포함된 것을 의미한다.

그림 2-5. 러시아 수입통관 절차도



화물의 수입신고는 통관화물 신고과에서 담당하며 화물의 종류에 따라 1일에서 길게는 10일 정도 걸리는 경우가 있다. 품질인증서 획득 및 품질 검사를 거쳐 통관 수입신고가 끝나면 화물의 처분이 가능하며, 임시화물의 경우 일당 수입세액의 0.15%에 해당하는 세관수수료를 부과하고 화물이

제 3지역으로 운송되거나 처분되는 시점에서 관세를 납부하면 된다. 내륙 운송 화물의 경우에는 최종목적지에서 수입신고를 하면 된다.

통관 단계별 구비서류 및 단계별 수행업무는 수입신고 업무와 관련해서 수입신고인의 경우 반드시 세관에 사전 등록되어 있어야 하며, 수입 신고 시 반드시 회사등록번호 및 거래은행구좌 등이 기재되어야 한다. 그리고 검역과 관련된 업무는 국립검역소에서 물품의 샘플링 검사가 실시되고, 합격제품에 한해 인증서를 발급받을 수 있다.

러시아로 수입되는 물품에 한해서 관세 거래은행을 통해 러시아 통화 단위인 루블화로만 납부토록 되어 있다. 평균 통관 소요일수는 품목 및 구비서류의 종류에 따라 길게는 2~3개월 걸리는 경우도 있으며, 짧게는 일주일 정도가 소요되는 경우도 있다. 특히, 러시아로 수입이 계속 진행되고 있는 품목의 경우 하루 만에 인증서를 발급 받을 수 있으나, 신규 수입품목의 경우는 통상 인증서 발급에 2주 정도로 더 오래 소요된다.

러시아의 수입관세에 대한 정부 관리가 한층 강화되고 있는 실정이다. 국가차원의 불법·편법 통관물품에 대한 단속활동과 더불어 수입관세 산정도 강화되고 있다. 최근 러시아 관세위원회가 각 세관으로 보낸 수입물품 관세 산출시 운송비 적용에 대한 지시에 따르면, 관세산정 시 상품가격에 포함시키는 운송비와 보험료를 한층 엄격하게 적용하고 있는 실정이다.

2000년 3월부터 ‘부가가치세 납부시 거래내역 문서규정 변경에 관한’ 대통령령에 따르면, 향후 편법으로 통관된 물품은 판매 자체가 거의 불가능하도록 규정하고 있다. 즉, 모든 도·소매상들은 부가가치세를 납부하기 위한 거래 내역서에 판매 물품의 정확한 명칭, 원산지 그리고 세관신고서 번호를 기입하도록 함으로써 편법 통관된 물품의 판매 자체를 금지시키는 한편, 조세징수 기관은 실제로 도·소매상이 판매한 물품이 적법하게 수입된 물품인지 검사할 수 있도록 되어 있다.

4.4. 수입규제

환경 및 안전을 저해할 가능성이 있는 물품에 대해서는 품목별로 대통령 · 경제개발부 · 행정부 등의 수입허가 획득이 요구된다. 한국산 농산물에 대한 검역규정 및 검역현황에서 한국산 농산물에 대한 특별한 검역 규정은 없다.

표 2-14. 수입허가 취득 대상 품목

품목(분야)	허가 부처
오존 파괴물질	경제개발부
위험한 부산물	경제개발부, 천연자원부
의약품 및 의약품 재료	경제개발부
수의용 의약품 및 재료	경제개발부, 농업부
화약 및 폭발물	대통령, 행정부
무기, 군사장비, 군사 관련 기술	대통령, 행정부
살충제	경제개발부
향정신성 의약품, 독성물질	경제개발부, 보건사회개발부
귀금속 및 보석	경제개발부, 재무부
암호화기기 및 도청장비	경제개발부, 연방보안청
육류 및 가금류	경제개발부
백열등	경제개발부, 산업에너지부, 반독점관리청
야생동물 박제 등	자연관리청
핵물질, 방사능 물질	대통령, 행정부

자료: 농수산물유통공사. “각국의 非관세장벽 들여다보기 - ② 러시아”

5. 교역 동향

5.1. 무역 현황

우리나라 및 러시아의 무역 현황을 살펴보면, 전체 교역량을 기준으로 우리나라는 주로 중국, 미국, 일본과 교역을 하고 있고, 최근 중국, 홍콩, 미국에 대해서는 무역수지 흑자를 기록하고 있다.

러시아의 주 교역국은 중국, 미국, 일본, 독일 등이며, 독일, 중국, 일본 국가에 대해서는 무역수지 적자를 보이고 있으며, 미국과는 흑자를 보이고 있다.

표 2-15. 한국과 러시아의 무역수지 비교(2007)

단위: 백만\$

순위	국가명	한국			러시아		
		수출	수입	무역수지	수출	수입	무역수지
1	중국	78,630	53,592	25,037	16,680	21,021	-4,341
2	미국	41,520	34,764	6,757	15,206	7,616	7,590
3	일본	22,393	53,294	-30,901	7,555	10,444	-2,889
4	사우디아라비아	3,128	19,584	-16,456	382	6	376
5	싱가포르	10,511	10,642	-131	704	459	245
6	독일	8,963	11,859	-2,896	28,921	35,202	-6,281
7	홍콩	14,132	5,918	8,214	299	492	-192
8	호주	4,433	11,168	-6,735	42	551	-509
9	아랍에미리트연합국	3,085	12,261	-9,176	521	200	321
10	인도네시아	5,287	8,353	-3,065	238	444	-207

자료: 한국무역협회.

우리나라와 러시아간의 교역량은 연간 20% 정도 증가하고 있으며, 향후 더 증가할 것으로 보인다. 2007년에 우리나라의 대러시아 수출은 80억 달러, 대러시아 수입은 70억 달러로 무역 흑자를 기록하고 있다.

표 2-16. 한국과 러시아의 전체 교역동향

	러시아로부터 수입		러시아로 수출	
	금액(백만\$)	중량(MT)	금액(백만\$)	중량(MT)
1992	75	232,169	118	42,424
1993	975	4,024,416	601	542,800
1994	1,230	4,458,355	962	703,309
1995	1,893	4,953,490	1,416	800,817
1996	1,810	4,701,028	1,968	805,586
1997	1,535	3,969,911	1,768	840,650
1998	999	3,508,597	1,114	921,198
1999	1,590	5,720,013	637	479,064
2000	2,058	9,459,264	788	462,690
2001	1,929	9,695,327	938	562,220
2002	2,218	10,979,676	1,066	650,842
2003	2,522	10,264,631	1,659	914,694
2004	3,671	12,400,481	2,339	1,021,923
2005	3,937	10,486,854	3,864	1,355,514
2006	4,573	11,678,793	5,179	1,426,665
2007	6,977	16,208,649	8,088	1,721,391
연평균 증감률(%)	19.9	18.5	18.4	16.0

자료: 한국무역협회.

5.2. 농산물 수출입 동향

5.2.1. 농산물

러시아의 농산물 수출액은 21억 9,700만 달러로 우리나라와 비슷한 수준이며, 세계 농산물 교역량의 0.36% 수준을 차지한다. 러시아의 본격적인

수출은 1999년 이후로 2001년 이전에는 9억 3,500만 달러에 불과했으나 최근에 빠르게 증가하고 있다.

러시아의 주요 수출품은 곡물류이며 전체농산물 수출의 1/3 이상을 차지하고 있다. 수출 곡물은 밀, 보리이며, 다음은 생선류, 해바라기 및 평지씨이다.

표 2-17. 한국과 러시아의 농산물 수출 동향

단위: US\$ 백만 달러

	1979~1981	1989~1991	1999~2001	2003	2004
한국	591	1,125	1,609	1,901	2,135
러시아			935	2,339	2,197
세계교역	224,117	319,336	414,279	523,885	604,329

자료: FAO. <http://faostat.fao.org/site>, 「fao.statistics yearbook 2005, 2006」.

러시아의 농산물 수입은 2004년 기준 123억 6,300만 달러로 세계 수입량에서 차지하는 비중은 1.95%이다. 1999~2002년간 농산물 수입액은 전 세계 교역량의 1.8%, 2003년 2.0%로 전반적으로 비슷한 수준이다. 우리나라에 비해 러시아 농산물 수입량이 다소 많다.

러시아의 주요 수입 품목에서 농축산물 중에는 육류가 18%로 가장 많고, 과일과 땅콩, 낙농제품, 설탕, 당밀, 담배 등이 많다. 주 수입국은 벨로루시, 카자흐스탄, 우크라이나, 이집트, 중국, 일본 등이다.

표 2-18. 한국과 러시아의 농산물 수입 동향

단위: US\$ 백만 달러

	1979~1981	1989~1991	1999~2001	2003	2004
한국	3,457	6,572	7,963	9,661	10,616
러시아			7,952	10,994	12,363
세계교역	224,117	319,336	414,279	523,885	604,329

자료: FAO. <http://faostat.fao.org/site>, 「fao.statistics yearbook 2005, 2006」.

5.2.2. 과실류

러시아의 과실류 수입은 세계 최대이며, 수입량도 계속 증가하는 추세이다. 극동지역도 과실류 생산의 발전 진척이 어려운 여건으로 과실류 소비는 주로 수입 과실에 의존하고 있다. 2005년 기준 극동지역 사과 생산량은 러시아 전체생산량의 0.5%로 매우 낮다. 사과의 주요 수입국은 폴란드, 중국, 아르헨티나 등이며, 수입 물량 및 금액은 93만 톤, 4억 5천만 달러 수준이다.

2007년 과실류 수입품목 중에서 감귤류 수입량이 8억 3,200만 달러로 가장 많고 주로 모로코, 터키, 아르헨티나 등에서 수입하고 있다. 배는 서부 러시아 및 극동러시아 지역에서 수요가 높다. 2007년 배 수입량은 38만 톤, 금액은 3억 1천만 달러 수준으로 세계 최대 수입국이다. 주로 벨기에, 아르헨티나, 네덜란드, 중국에서 수입하고 있다.

신선 식용 포도 및 체리류도 수입이 증가하는 추세이다. 포도는 터키, 우즈베키스탄 등에서 주로 수입되고 있다. 포도와 체리류의 경우 유통채널의 부족으로 대부분 중앙러시아 지역에 판매가 집중되고 있다. 기타 열대과실류(파인애플, 구아바, 망고 등)는 러시아내에서 인지도가 상승하고 있으며, 과일 수요는 계속 증가할 것으로 보인다.

전문가들은 러시아 자국 내 생산량은 크게 증가하지 않은 반면, 러시아 사람들의 건강식에 대한 관심 증가로 과실류 소비는 지속적으로 증가하고 있으므로 수입량 역시 늘어날 것으로 예상하고 있다.

중국산 수입량이 많으나 안전성 문제 때문에 향후 전망은 밝지 않다. 타국산 과일류와 가격 차이가 좁혀질 경우 수요가 중국 이외의 국가에서 생산된 과일로 대체될 가능성이 높다.

러시아 및 극동러시아 시장에서 과일류 수입에서 한국산이 차지하는 비중은 매우 미미하다. 한국산 과일 중에서 가장 많이 수입하고 있는 품목은 감귤로 전체 수입량의 0.12%이며, 다른 품목은 극히 소량이다. 반면, 한국산 과일이 품질이 좋아 러시아 소비자들이 좋아할 수 있는 가능성이 많아 보이므로 향후 수출을 확대할 수 있는 전략을 수립할 필요가 있다.

표 2-19. 러시아의 과일 수입규모와 주요 수입국가

단위: 천\$, %

	수입액		한국산 비중	수입국(액수)
	전체	한국		
감귤류 ¹³	832,079	1,656	0.12	모로코(211,751), 터키(179,424), 아르헨티나(104,077), 남아공(77,551), 이집트(67,831), 중국(57,607), 스페인(56,164), 한국(1,656)
사과	452,994	1	0	폴란드(105,840), 중국(100,582), 아르헨티나(35,889), 이탈리아(26,856), 아제르바이잔(25,281), 프랑스(23,412), 몰도바(15,721), 한국(1)
배	314,779	13	0.004	벨기에(108,100), 아르헨티나(74,266), 화란(49,645), 중국(25,028), 남아공(12,336), 프랑스(10,767), 스페인(7,928), 포르투갈(4,850), 한국(13)
포도	467,160	0	0	터키(114,380), 우즈베키스탄(81,887), 칠레(44,383), 이란(38,416), 이탈리아(35,933), 아르헨티나(23,258), 키르기스스탄(21,277), 중국(21,248)
살구, 체리, 자두	281,303	0	0	우즈베키스탄(47,544), 터키(38,783), 스페인(38,676), 키르기스스탄(32,431)

자료: Global Trade Atlas. 2007년 기준.

5.2.3. 과채 및 채소류

극동러시아 시장에서 과채 및 채소류도 한국산이 차지하는 비중이 매우 미미하다. 수입금액이 큰 품목은 토마토 5억 3,000만 달러, 양파 1억 9,000만 달러, 감자 1억 700만 달러 순이다.

토마토는 터키, 중국, 우즈베키스탄 등에서 수입하고 있으며, 양파는 중

¹³ 오렌지, 자몽, 감귤, 레몬 등을 포함.

국, 타지키스탄, 네덜란드로부터, 감자는 이집트, 중국, 아제르바이잔 등으로부터 주로 수입하고 있다.

한국산 수입이 가장 많은 품목은 토마토로 전체 수입액의 4%를 차지하며, 다음으로 고추류가 많다. 러시아내 감자 수입량이 많으나 한국산 비중이 없어 향후 수출 품목으로 가능성을 고려할 필요가 있다.

표 2-20. 러시아의 수입규모와 수입국가

단위: 천\$, %

품목	수입액		수입국
	전체	한국산	
딸기	44,210	0.05	터키(23,356), 폴란드(5,702), 그리스(3,836), 벨기에(2,985), 화란(2,848), 스페인(2,305), 한국(22)
토마토	528,348	4.0	터키(210,427), 중국(54,939), 우즈베키스탄(48,995), 카자흐스탄(40,752), 모로코(32,390), 스페인(29,397)
양파	189,159	0	중국(37,727), 타지키스탄(32,692), 네덜란드(28,296), 카자흐스탄(26,659), 우즈베키스탄(16,468)
감자	107,348	0	이집트(32,858), 중국(19,850), 아제르바이잔(16,816), 네덜란드(8,440), 이스라엘(8,289)
고추류 ¹⁴	99,459	1.2	네덜란드(27,060), 이스라엘(20,614), 스페인(15,462), 중국(12,634), 카자흐스탄(6,681), 우즈베키스탄(5,443), 벨기에(3,527)
양송이	30,890	0.02	폴란드(29,513), 리투아니아(848), 중국(222), 헝가리(131), 네덜란드(53), 슬로바키아(43), 프랑스(16)
기타버섯	482	0.17	폴란드(39.), 중국(81), 이탈리아(3.5), 네덜란드(2.8), 태국(2.4), 프랑스(1.6)

자료: Global Trade Atlas. 2007년 기준.

¹⁴ 파프리카 포함.

5.3. 한국산 농식품 대러시아 수출동향

5.3.1. 농식품 수출 동향

한국의 농림수산물식품 수출은 최근 5년간 연평균 5.9% 증가하였다. 농림수산물식품 전체 수출액은 2003년에 29억 9,000달러에서 2005년에 34억 1,000달러, 2007년 37억 6,000달러로 지속적으로 증가하고 있다.

표 2-21. 한국의 농식품 부류별 수출실적

	과거실적						단위: 백만\$	
	'03	'04	'05	'06	'07		최근 5개년	최근 3개년
					금액	증가율		
합계	1,859.8	2,085.0	2,221.5	2,304.4	2,531.8	9.9	8.0	6.8
<신선농식품>	509.5	550.9	608.2	535.5	597.1	11.5	4.0	-0.9
- 채소류	100.6	127.0	138.5	133.6	121.1	-9.4	4.7	-6.5
- 김 치	93.2	102.7	93.0	70.3	75.3	7.1	-5.2	-10.0
- 인삼류	66.6	89.2	82.5	88.6	92.1	4.0	8.4	5.7
- 화훼류	45.3	48.5	52.1	40.4	58.1	43.8	6.4	5.6
- 과실류	70.5	85.7	120.9	98.4	143.9	46.2	19.5	9.1
- 돼지고기	31.3	27.3	34.3	23.9	25.6	7.1	-4.9	-13.6
- 가금육	5.8	3.5	9.5	8.5	9.0	5.9	11.6	-2.7
- 산림부산물	96.2	67.0	77.4	71.8	71.0	-1.1	-7.3	-4.2
<가공농식품>	1,350.3	1,534.1	1,613.3	1,768.9	1,934.7	9.4	9.4	9.5
- 가공식품	1,269.4	1,437.2	1,540.7	1,716.7	1,877.5	9.4	10.3	10.4
- 목재류	80.9	96.9	72.6	52.2	57.2	9.6	-8.3	-11.2

자료: 농림수산물식품부·농수산물유통공사. 「2007년도 농림수산물식품 수출입동향」, 2008. 5.

수산물을 제외한 농식품의 수출실적은 2007년에 25억 3,000만 달러로 전년 대비 9.9% 증가하였다. 이 중 신선농식품은 약 5억 9,700만 달러로 11.5%, 가공농식품은 19억 3,400만 달러로 9.4% 증가하였다.

신선농식품 품목부류별 수출실적은 과실류가 1억 4,400만 달러, 채소류 1억 2,100만 달러, 인삼류 9,200만 달러, 김치 7,500만 달러, 화훼류 5,800만 달러다. 전년도에 비해 과실류와 화훼류가 43.8%, 46.2%로 크게 증가하였고, 채소류는 9.4% 감소하였다. 최근 5년간 과실류와 화훼류 수출실적 증가율이 19.5%, 6.4%로 크고, 김치는 5.2% 감소하였다.

우리나라 농식품 수출액의 국가별 비중은 일본, 미국, 중국, 러시아 순이다. 러시아의 수출금액은 2억 3,950만 달러로 일본(6억 4,620만 달러), 미국(200만 달러), 중국(2억 9,460만 달러)에 이어 4위를 차지하고 있다. 또한, 러시아 시장에 대한 2007년 수출금액 증가율은 15.4%로 아세안(16.0%)에 이어 2위이며 최근에 수출이 빠르게 증가하고 있고, 이러한 추세는 지속될 것으로 예상된다.

표 2-22. 한국의 농식품 수출 국가별 수출 동향

단위: 백만\$, %

	과거실적						연평균증가율	
	'03	'04	'05년	'06	'07		최근 5개년	최근 3개년
					금액	증가율		
합 계	1,859.8	2,085.0	2,221.5	2,304.4	2,531.8	9.9	8.0	6.8
일 본	657.5	728.6	713.3	651.1	646.2	-0.8	-0.4	-4.8
미 국	223.2	284.7	280.3	282.4	302.0	6.9	7.9	3.8
중 국	166.1	213.7	231.2	259.5	294.6	13.5	15.4	12.9
러시아	157.4	175.4	203.8	207.5	239.5	15.4	11.1	8.4
홍 콩	99.2	119.3	123.7	146.2	142.4	-2.6	9.5	7.3
대 만	62.0	71.0	110.1	91.9	103.3	12.4	13.6	-3.1
아세안	113.9	115.0	143.2	184.1	213.6	16.0	17.0	22.1
E U	52.9	47.0	42.8	50.2	54.9	9.4	0.9	13.3
기 타	327.6	330.3	373.1	431.4	535.3	24.1	13.1	19.8

자료: 농림수산물식품부 · 농수산물유통공사. 『2007년도 농림수산물식품 수출입동향』, 2008. 5.

5.3.2. 대러시아 수출 동향

한국의 대러시아에 대한 농식품 수출금액은 2억 3,950만 달러로 총수출액의 9.5%를 차지한다. 그 중 가공농식품은 2억 900만 달러로 13.8%를 차

지하고 있다. 농식품 중에서 돈육 수출금액이 1,900만 달러로 가장 많으며 전년대비 12.6% 증가하였고, 돈육 전체수출물량의 75.1%를 차지하고 있다.

러시아 극동지역을 중심으로 한국산 화훼류 인기가 증가함에 따라 2007년에는 2006년과 비교하여 수출이 크게 증가하였다. 그러나 최근 항공운송을 해상으로 변경하면서 통관이 지연되는 등의 문제로 증가폭이 작아지고 있다.

표 2-23. 대러시아 한국 농식품 부류별 수출실적

단위: 톤, 천 달러, %

	2006		2007			증감률	
	물량	금액	물량	금액	비중	물량	금액
○ 농식품 전체	97,925	207,473	108,105	239,485	9.5	10.4	15.4
신선농식품	18,029	28,160	17,201	30,379	5.1	-4.6	7.9
채소류	3,197	1,925	2,327	1,938	1.6	-27.2	0.7
김치	19	51	76	189	0.3	300.0	270.6
인삼류	2	46	0	2	0.0	-100.0	-95.7
화훼류	1	14	5	92	0.2	400.0	557.1
과실류	10,315	9,044	10,261	8,918	6.2	-0.5	-1.4
돼지고기	4,493	17,066	4,530	19,216	75.1	0.8	12.6
○ 가공농식품	79,896	179,313	90,904	209,106	13.8	13.8	16.6
가공식품	77,443	176,700	86,728	203,870	12.0	12.0	15.4
목재류	2,452	2,613	4,176	5,237	70.3	70.3	100.4

자료: 농림수산물식품부 · 농수산물유통공사. 「2007년도 농림수산물식품 수출입동향」. 2008. 5.

과실류는 전체적으로 수출은 감소하였으나 주요 수출품목인 감귤류는 소폭 상승하고 있다. 과실류 수출비중은 6.2%를 차지하고 있으며, 감귤을 중심으로 한 수출금액은 전년대비 1.4% 감소한 890만 달러이다. 감귤류 수출 실적은 2006년 130만 달러에서 2007년 170만 달러로 19.8% 증가하였다.

가공식품은 극동지역을 중심으로 알로에 음료의 수출급증과 커피류, 소스류, 가공식품 수출호조가 지속되고 있다¹⁵. 가공식품 수출은 전년대비 15.4% 증가한 2억 390만 달러이다.

¹⁵ 롯데제과, 해태제과 등 대기업의 시베리아, 모스크바 지역으로의 진출이 활발해지면서 빵, 비스킷 등 과자류 수출이 증가함.

대러시아 주요 수출 농산물 품목 이외에 토마토, 포도, 장미는 전년대비 수출이 증가한 것으로 나타났으며, 파프리카, 사과는 감소하였다.

6. 시장 특징과 전망

6.1. 시장 특징

러시아는 천연자원이 풍부한 편으로 최근 자원 가격이 크게 상승하여 경제성장 및 소득증가율이 높으며, 향후 성장 잠재력도 높은 나라이다. 러시아는 소비지 시장으로서 큰 시장이지만 전체적인 소득수준이 낮아 현재 소비가 활발하지 못한 실정이다.

러시아의 농업 여건을 살펴보면, 농업생산 용지가 상업용지로 전환되는 영향으로 농지면적이 감소하는 추세이다. 그리고 기후 및 토양조건이 농업에 불리하며, 특히 시베리아 및 극동지역은 상대적으로 외딴 지역에 속한다.

최근에 국민소득이 증가함에 따라 소비패턴이 변화하고 있으며 소비패턴 변화에 따라 품목별 생산 비중도 변화하고 있다. 빵류 소비 감소에 따라 호밀 재배면적이 감소하고 채소류 소비 증가에 따라 시설재배면적은 증가하는 추세이다.

유통 변화의 특징으로 대규모 하이퍼마켓 중심으로 다양한 제품이 취급되고 있다. 또한 농식품 유통채널이 변화하고 있으며, 벌크형태의 제품을 대량 구입하는 등의 변화를 보이고 있다. 수입 농식품은 대부분 수입도매상을 거쳐 포장 및 소매상으로 분산되고 있다.

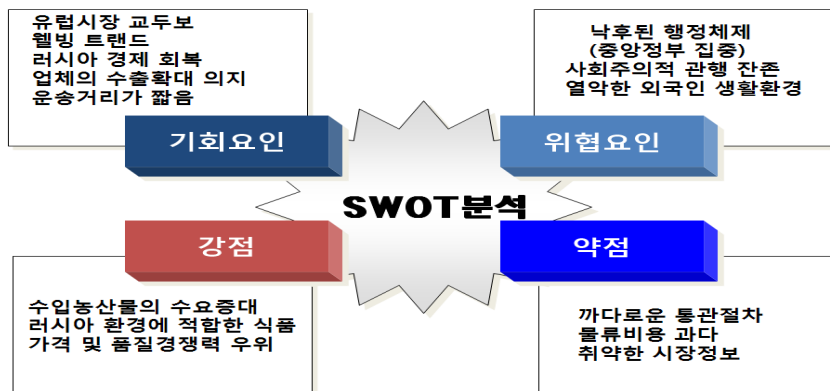
소매시장은 연 20%로 고성장을 하고 있다. 한편, 시장 형태별로 이용 계층의 차이가 발생하고 있는데 도매시장은 재래시장처럼 주로 저소득층이, 대형 할인점과 하이퍼 수퍼마켓은 중산층 계층 이상에서 주로 이용한다.

소비행태의 변화 특징으로 소비자들의 기호가 빠르게 변화하고 있으며 지역과 소득수준에 따라 큰 차이가 발생하고 있다. 대체로 품질을 중요시 여기며 가격도 상당히 의식하고 있는 편이다.

러시아 시장의 권역별 특징으로 한국의 공산품 또는 가공품 수출은 서북 부권 중심으로, 농산물 수출은 거리측면과 소비자 선호 측면에서 극동권 시장 중심으로 이루어지고 있다. 극동러시아는 한국에서 선박으로 1~2일밖에 소요되지 않는 지리적 근접성으로 인해 러시아 농산물 수출 관문지역으로 매우 중요한 위치에 있다.

극동러시아의 과일 소비는 주로 외국산 수입에 의존하고 있으며, 과일류 시장은 연간 15~20%로 빠르게 성장하고 있다. 중국산 과일 수입량이 가장 많으나 안전성에 대한 소비자 인식이 좋지 않아 중국산 과일 수입이 다른 국가산 과일로 대체될 가능성이 많다.

그림 2-6. 러시아 시장 진출여건의 SWOT 분석



이러한 시장 특징을 토대로 스왓분석(SWOT Analysis)을 한 결과, 지리적으로 러시아 시장이 유럽시장의 교두보 역할을 하며 운송거리가 짧다는 장점과 함께 다른 국가에 비해 품질 경쟁력에서 우위를 지니고 있는 것으로 나타났다. 반면에, 미개척시장으로 외국업체가 진출하기에 행정 절차가 까다롭고 물류비가 비싸며 시장정보가 미흡한 것이 약점으로 지적되고 있다.

표 2-24. 러시아 시장 현황 및 전망(요약)

분야	특징
경제 분야	○ 자원가격 상승으로 성장 잠재력이 높음 ○ 소비지 시장으로서 큰 시장이지만 전체적인 소득수준이 낮아 소비가 활발하지 못함
농업 여건	○ 농업생산 용지는 상업용지 전환 영향으로 감소 추세임 ○ 기후 및 토양조건이 농업에 불리한 조건이며, 특히 시베리아 및 극동지역은 상대적으로 외딴 지역임
농산물 생산	○ 국민소득 증가로 베이커리류 소비가 감소하고 있음 ○ 소득 증가에 따른 소비패턴 변화로 호밀 재배면적이 감소하고 채소류 소비 및 시설재배면적이 증가하고 있음
식품 산업	○ 식품 가공업 구조가 복잡, 식품 수입 경쟁이 심화 추세임 ○ 가공산업의 빠른 성장률은 수입식료품 재료에 대한 기회를 창출
소비	○ 소비자들의 기호가 빠르게 변화, 지역과 소득수준에 따라 큰 차이 있음 ○ 품질을 중요시 여기며 가격도 상당히 의식함 ○ 과일과 채소 소비가 증가하고 있음 ○ 극동러시아의 과일 소비는 주로 수입산에 의존하고 있으며, 과일류 시장이 연간 15~20% 성장하고 있음 ○ 중국산 과일 수입량이 가장 많으나 안전성에 대한 소비자 인식이 좋지 않아 향후 전망이 좋지 않음
권역별 시장특성	○ 한국의 공산품 또는 가공품 수출은 서북부권 중심이나 농산물 수출은 거리측면과 소비자 선호 측면에서 극동권이 유리함 ○ 극동러시아는 한국에서 선박으로 1~2일밖에 소요되지 않는 지리적 근접성으로 인해 농산물 수출기지로서 매우 중요한 위치에 있음
유통업체 유형	○ 소매시장이 연 20%로 고성장을 하고 있음 ○ 재래시장과 도매시장은 주로 저소득층이, 대형 할인점과 하이퍼 슈퍼마켓은 중산층 계층 이상에서 주로 이용함
수입 농식품 유통 경로	○ 대규모 하이퍼마켓 중심으로 다양한 제품 취급, 농식품 유통 채널 변화, 벌크형태의 제품 대량 구입 등의 특징 보임 ○ 수입농식품은 수입도매상을 거쳐 포장 및 소매상으로 분산됨

6.2. 수출입 제도 특징

러시아의 관세제도는 수입관세, 소비세, 부가가치세로, 수입관세는 종가세, 종량세, 혼합세로 구분된다. 대부분의 수입관세는 5~15% 수준이다. 우리나라에서 러시아로 농산물을 수출하는 과정에서 관세는 대체로 걸림돌이 되지 않는 것으로 평가되고 있다.

외국 수입업체에 대한 까다로운 통관 절차 및 세관의 자의적 심사 관행 등을 감안하여 통관 대행사 선정시 세관과의 유대관계 및 경험이 있는 업체를 물색하는 것이 편리하다. 또한, 원칙적으로 러시아 거주자만 수입물품 통관 신청을 할 수 있으므로 거래선으로부터 믿을 수 있는 대행업체를 소개받는 것이 안전하다.

표 2-25. 러시아 수출입 관련제도 특징(요약)

분야	특징
관세 제도	○ 관세제도는 수입관세, 소비세, 부가가치세로 구분됨 ○ 수입관세는 종가세, 종량세, 혼합세로 구분됨 ○ 대부분의 수입관세는 5~15% 수준임 ○ 우리나라 농산물을 수출하는 데 관세가 걸림돌은 되지 않는 편으로 판단되고 있음
비관세 제도	○ 비관세제도는 수입허가제도, 검역제도, 식품위생제도, 원산지 규정 등이 있음 ○ 러시아 내 수입과 관련하여 필요서류가 많고 기재사항과 기재요건이 까다로운 편임
통관제도	○ 평균 통관 소요일수가 품목 및 구비서류에 따라 길게는 2~3개월, 짧게는 일주일, 신규진출품목의 경우는 2주 정도 소요 ○ 러시아의 수입관세에 대한 정부관리가 강화되고 있음
수입규제	○ 환경 및 안전을 저해할 가능성이 있는 품목에 대해서는 수입허가 획득이 요구됨 ○ 한국산 농산물에 대한 특별한 검역 규정은 없음

자료: 선행연구 자료 재정리.

6.3. 한국 농산물 수출 특징

러시아로 농식품을 수출하는 국가 비중은 일본, 미국, 중국에 이어 한국이 4위를 차지하고 있으며, 수출 비중은 9.5%이다. 러시아 수출증가율은 빠르게 증가하고 있으며, 2007년 수출 증가율은 아세안에 이어 2위로 부상했다.

러시아로 수출하는 농식품 품목들 중에서 돈육 수출액이 가장 크고 다음에 과실류, 채소류 순으로 높다. 러시아의 과실류 수입량도 빠르게 증가하고 있으며, 수입량도 세계 최대이다. 품목별로 감귤류, 포도, 사과, 배 순서로 수입량이 많다. 과실류는 주로 중국, 모로코, 폴란드, 벨기에, 터키 등에서 수입하고 있다.

하지만, 과실류 수입에서 한국산이 차지하는 비중은 매우 미미하다. 감귤이 0.12%, 배 0.004%로 1%도 되지 않는다. 사과와 포도도 일부 물량을 수출하기는 하나 실적에 잡히는 수준이 아니다.

과채류 및 채소류의 러시아 수출액도 매우 미미한 수준이다. 과채류와 채소류는 주로 터키, 중국, 이집트, 네덜란드 등에서 수입하고 있다.

표 2-26. 한국 농산물 대러시아 수출 특징(요약)

분야	특징
국가 위치 비중	○ 한국 농식품의 국가별 비중은 일본, 미국, 중국에 이어 러시아가 4순위이며, 러시아 비중은 9.5%를 차지함 ○ 러시아 수출 증가율은 아세안에 이어 2위로 부상함
품목별 비중	○ 농식품 품목별로 돈육 수출이 가장 많고 다음에 과일류, 채소류 순임
과실류 수출	○ 러시아 과일류 수입량이 증가하는 추세이며, 수입량은 세계 최대임. 감귤류, 포도, 사과, 배 순으로 수입량이 많음 ○ 과일류 수입은 주로 중국, 모로코, 폴란드, 벨기에, 터키 등에서 수입함 ○ 과일류 수입에서 한국산이 차지하는 비중은 매우 미미함. 감귤이 0.12%, 배, 0.004%, 사과와 포도는 일부 물량을 수출하기는 하나 실적에 잡히는 수준이 아님
채소류 수출	○ 과채류 및 채소류의 대러시아 수출액도 매우 미미한 수준임. 주로 터키, 중국, 이집트, 네덜란드 등에서 수입함

자료: 선형 연구 및 통계자료 재정리.

6.4. 시장 전망

최근에 세계 경기침체에 따른 영향으로 러시아 경제성장이 둔화되기는 하지만, 자원가격 상승 등으로 러시아의 경제성장은 지속될 것으로 예상되고 있다. 러시아의 경제성장과 소득 증가에 따라 농식품 수요는 지속적으로 증가하지만, 농지면적 감소와 기후여건 불리로 자체 생산 및 공급에는 한계가 많을 것으로 예상된다. 이에 따라 외국 농식품 수입 수요는 지속적으로 증가할 것으로 전망된다.

특히 러시아 국민의 소득 증가에 따른 소비행태 변화에 따라 곡물 수요는 감소하는 반면, 건강에 대한 의식 증가로 과일류, 채소류, 농식품에 대한 수요가 증가할 것으로 예상된다. 더불어 농산물 소비에 있어서 가격을 의식하기도 하지만, 품질을 가장 중요시 여기는 패턴 변화로 신선도, 당도,

안전성을 고루 갖춘 농식품 수요가 증가할 것으로 보인다.

그리고 고소득 계층을 중심으로 하이퍼 슈퍼마켓, 대형할인점 등에서 구입하는 비중이 커지고 있으므로 향후 러시아 소득이 증가할 경우 이들 유통업체가 성장할 가능성이 크다. 그리고 러시아로 수입하는 농식품은 주로 수입도매상을 거쳐 대형할인점과 소매상으로 분산되는 과정을 거친다.

러시아를 권역별 시장으로 구분할 때 연해주 지역 등 극동러시아 지역 중심으로 농산물을 수출하는 전략이 유리하다. 극동러시아는 지리적 근접성과 농산물 선호도 측면에서 한국산 농산물의 러시아 시장을 공략하는 수출기지로서의 역할이 매우 중요할 것으로 예상된다.

농식품 수입에 있어서 현재는 가격이 저렴한 중국 농산물 수입비중이 높다. 하지만, 중국산 농산물의 안전성에 대한 신뢰도가 낮은 편이므로 러시아 소비자들의 품질과 안전성에 대한 만족도를 충족시키기에 한국산 농산물이 매우 유리한 위치에 있다. 따라서 한국에 대한 이미지가 좋은 편이며 품질도 고품질로 인식되고 있는 한국산 농산물의 극동러시아 수출전망은 밝다고 볼 수 있다.

러시아의 관세제도는 한국산 농산물을 수출하는 데 있어서 특별한 걸림돌이 되지 않는 것으로 평가된다. 향후 러시아가 WTO에 가입할 경우 관세가 인하될 가능성이 많으므로 수출 여건은 더 좋아질 것이다.

하지만, 러시아내 수입의 비관세제도와 관련하여 수입관련 필요서류가 많고 기재사항도 많아 절차가 까다로운 편이다. 그리고 통관절차도 복잡하고 통관기간이 오래 걸리며, 수입관세에 대한 정부관리가 강화되고 있기 때문에 비관세제도와 통관제도의 요건이 완화되기는 쉽지 않아 보인다.

러시아의 자체 농식품 공급여건이 좋지 않아 농식품 수입의 성장 가능성이 매우 크다. 한국과 지리적으로 근접한 극동러시아 지역도 농식품 공급여건이 열악하지만, 한국산 농산물의 진출은 아주 미미하다. 주로 가격이 낮은 중국산 등의 시장 비중이 높은 실정이다.

현재 러시아 시장에서는 대체로 한국산 농산물의 가격이 비싸지만 품질이 좋은 편이어서 주로 고소득 계층이 소비하는 경향이다. 향후 러시아 국민소득이 증가함에 따라 고소득 계층이 증가하고 대형판매점에서 농식품

을 구입하는 비중이 커질 것으로 예상된다. 이런 소비자들의 소비 및 구입 행태의 변화에 따라 대형판매점 및 백화점 등에서 고품질, 고가격으로 판매되고 있는 한국산 농산물의 수요는 계속 증가할 것으로 전망된다.

1. 극동러시아 시장 진출여건¹⁶

1.1. 조사개요

1.1.1. 조사 목적

본 장의 연구내용은 극동러시아 수출입업체에 대한 설문조사 및 면접 조사에 근거하여 작성하였다. 조사 목적은 국내산 농산물의 러시아 수출 관문지역인 연해주 지역의 한국산 농산물에 대한 수입실태, 국가 간 경쟁력, 인지도 및 선호도, 물류여건 및 개선사항들을 조사하여 한국산 농산물의 러시아 수출확대방안 도출에 활용하기 위해서이다.

¹⁶ 제3장 “극동러시아에 대한 농산물 수출실태” 분석은 극동러시아에 소재하고 있는 수입회사, 대형판매점, 도매시장, 소매점 등 26개 업체에 대한 설문조사와 면접조사 결과에 근거함.

1.1.2. 조사 대상 및 방법

조사 대상은 러시아 연해주에서 운영하고 있는 농식품 수입회사, 대형판매업체, 도매업체, 중도매상, 소매상, 현지 주재하고 있는 kotra, 영사관 등 관련기관 등이다.

조사방법은 설문조사와 현지 면접조사를 병행하였다. 설문조사는 2008년 9~10월에, 면접조사는 2008년 9월 29일 ~ 10월 3일에 이루어졌다. 러시아인을 대상으로 한 설문조사는 한국어 작성 조사표를 러시아어로 번역하여 조사를 수행하고, 조사결과는 한국어로 번역하여 조사결과 분석에 활용하였다. 설문 및 면접조사에 응답한 기관은 총 47개 기관이다.

조사내용은 5개의 범주로 구분하여 조사항목과 세부 질문내용들로 구성하였다. 5개의 범주는 극동러시아 시장 진출가능성, 경쟁력 분석, 비관세장벽, 유통조직과 시장진출, 한국산 농산물 수입 확대방안으로 구분하였다. 범주별 세부 조사내용은 다음과 같다<조사표는 부록 2-1(한국어), 부록 2-2(러시아어) 참조>.

러시아 시장 진출가능성 조사항목에는 한국산 농산물의 수입유망 품목 및 시장진출 가능품목, 한국산 농산물의 인지도와 선호도, 한국산 농산물 구입계층 및 소득수준, 한국산 농산물 수입·판매 애로사항 등과 관련된 내용으로 구성하였다.

경쟁력 분석 조사항목은 한국산 농산물 수입의 경쟁국가, 국가 간 품질 및 가격경쟁력, 농산물 선호 품목 및 품질 선호속성으로 구성하였다. 비관세장벽 항목에는 수입 검역, 통관 제도, 물류 애로 및 개선사항에 관련되는 내용이다.

유통조직과 시장진출 방안에 관한 내용은 수입 농산물 유통경로, 대형유통업체 판로개척 및 연계방안, 대금결제, 수출입업체 유형별 시장진출 장단점에 관련된 내용들이다.

조사대상별 조사 항목 및 내용은 조사대상 업체나 기관 성격에 적합한 항목 중심으로, 그리고 조사대상 기관의 성격에 따라 연구내용을 가장 잘

도출할 수 있는 항목 중심으로 조사가 이루어졌다. 그래서 조사결과의 비율 및 비중에 중점을 두기보다는 수출입 실태나 내용 중심으로 의문이 발생하는 부분에 대해 보다 심층적인 정보 파악이 가능하도록 면접 조사 중심으로 수행되었다. 따라서 조사결과도 빈도분석 결과나 통계적 유의성을 가진 결과로 제시하기는 어려운 한계성이 있다.

1.2. 농산물 소비 여건

1.2.1. 한국에 대한 이미지

한국 기업체들의 러시아 수출시장 진출에 대한 관심이 증가하고 있다. 극동러시아는 한국과 지리적으로 인접해 있어 수출에 유리한 지역이다.

극동러시아인들은 한국에 대해 좋은 이미지를 가지고 있으며 한국 음식을 좋아하는 사람도 많다.¹⁷ 대체로 한국에 대한 이미지는 ‘깔끔하고 잘 산다’이며, 특히 전자제품에 대한 선호도가 높다. 대체로 극동러시아는 한국의 모든 농식품의 수출전략 시장으로서 가능성이 큰 것으로 평가되고 있다.

1.2.2. 수출시장 규모

극동러시아 수출시장은 인구가 많지 않아 시장규모는 작은 편이다. 극동러시아 인구가 700만 명 이하, 블라디보스톡은 60만 명 수준이며, 인구도 매년 감소하는 추세이다.

농산물 수출물량도 컨테이너 단위의 규모는 물량이 많은 편이어서 적

¹⁷ 블라디보스톡에서 고급음식점에 속하는 한국음식점에서 판매되는 ‘비빔밥’과 ‘갈비탕’ 가격이 2만원 수준임.

절한 유통기한 내에 소비되지 못하고 있는 실정이다. 따라서 극동러시아 수입물량 및 소비량을 급증시키기는 어려운 실정이다. 대체로 농식품의 극동러시아 시장 진출은 모스크바 및 러시아시장 진출의 전초 기지로서 의미를 두는 경향이 강하다. 향후 러시아 물류여건, 소비여건 등 수출여건이 개선됨에 따라 수출을 증대할 수 있는 가능성에 대비하고 있다.

현재 러시아에서 한국산 농산물 수입물량 비중은 아주 미약하다. 하지만 향후 홍보 및 인지도 개선, 물류여건 개선, 신선도 등 상품성 유지가 가능할 경우 대러시아 수출은 대폭 증가할 것으로 전망하고 있다.

2. 한국 농산물 수출 실태

2.1. 인지도 및 선호도

2.1.1. 인지도

극동러시아에서 한국산 농산물에 대한 인지도는 감귤을 제외하고는 아주 약하다. 주요 이유는 감귤이 상대적으로 다른 품목에 비해 수출물량이 많은 편이나 나머지 다른 대부분의 한국산 농산물의 수출 물량이 적고 지속적으로 공급되지 않았기 때문이다.

한국산 농산물의 인지도를 높이기 위해서는 한국산 농산물을 쉽게 인식할 수 있도록 상품화하여 출하해야 한다. 수입 및 판매 관련업체들은 현지 소비자들이 신고 배를 보고 대부분 중국산으로 인식하고 있는데 한국산임을 인지시키기 위해서는 과실 날개마다 “made in Korea” 스티커를 붙여야 한다고 제안하고 있다.¹⁸⁾

부류별로 과채류와 채소류는 과실류보다도 한국산에 대해 인지도가 더 없고 시장에서 유통되는 대부분 채소류를 중국산으로 인지하고 있는 편이다. 화훼류의 장미와 백합은, 수입업체 및 소매업체에서 한국산의 품질과 가격은 어느 정도 알고 있는 편이다.

2.1.2. 선호도

농산물 수입회사에서는 대체로 한국산 농산물이 품질이 좋고 가격이 비싼 편으로 인식하고 있다. 과일 수입회사들은 대체로 가격이 더 저렴한 중국이나 아메리카 국가들의 과일류 수입을 선호하고 있다.

하지만, 비교적 고급수요층을 대상으로 고가에 팔고 있는 대형유통업체에서는 한국산 과일류 선호도가 아주 높다. 하지만 채소류는 대부분의 품목에서 가격이 싼 중국산이 대형유통업체와 도매시장에서 보편적으로 유통되고 있는 실정이다.

한국산 농산물에 대한 선호도와 주구입 계층을 품목별로 살펴보면, 감귤은 소득으로 중간 및 전 계층에서 보편적으로 소비되고 있다. 중도매상들은 중국산 감귤 선호도가 높은 편인데 주 이유는 한국산 감귤 품질이 좋은 편이 아니며 가격도 중국산과 비슷하고 구입 후 보관 판매할 기간도 중국산에 비해 훨씬 짧기 때문이다¹⁹.

신고 품종 등의 한국산 배는 일반적으로 러시아 소비자들에게 선호도가 높지 않다. 주 이유는 러시아 소비자 입맛에 맞지 않기 때문이다. 러시아 소비자들은 과육이 푸석푸석하고 과즙이 별로 없는 서양배 품종을 선호한다. 하지만, 최고 상류층 중 일부는 한국산 배를 선호하는 것으로 나타났다²⁰.

한국산 딸기와 토마토에 대한 선호도는 아주 높다. 딸기는 최상류층에

¹⁸ 현지 수입업체, 대형판매업체 조사결과(2008. 9.).

¹⁹ 도매시장 중도매업체 면담결과.

²⁰ 도매시장 중도매업체 면담조사 결과.

서 선물용으로 구입할 정도이고 토마토도 상류층에서 구입하고 있다²¹.

화훼류에서 한국산 장미와 백합은 러시아 소비자들이 좋아하는 품종 및 품질 속성이 아니기 때문에 상대적으로 고품질로 인정받지 못하고 있다. 특히 극동러시아 소비자들은 꽃봉오리 크기가 크고 줄기가 긴 꽃을 좋아하는데, 한국산은 상대적으로 봉오리가 작고 줄기가 짧기 때문이다. 상대적으로 가격이 저렴하여 중상류층에서 구입하고 있다.²²

²¹ 대형유통업체 면담결과.

²² 소득계층의 구분은 상위 8%가 최상류층, 22% 중간계층, 70%는 하류층으로 구분됨(러시아소재 과일류 수입회사 D업체 CEO 면담결과, 2008. 9.).

표 3-1. 한국산 농산물에 대한 선호도와 구입계층

품목부류	한국산 농산물 선호도	주구입계층
과실류	◦ 감귤은 한국산보다 중국산이 잘 팔림. 한국산은 부패가 빨라 상대적으로 판매가능 기간이 짧고, 중국산은 길기 때문에(15일내외) 상인들은 중국산 판매를 선호함 ◦ 배는 한국산 배 육질이 단단하고 과즙이 많기 때문에 소비자들이 선호하지 않음. 러시아 소비자들은 미국산과 중국산 서양배를 좋아함	◦ 감귤 -중간계층 이상 및 전 계층 ◦ 배 -상위 10% 이내 계층중 일부
과채류	◦ 한국산 농산물은 일본산보다 품질은 비슷하나 가격이 다소 낮아 경쟁력이 있음 ◦ 한국산 딸기와 방울토마토 품질이 아주 우수하고 잘 팔림. 지속적으로 공급해주길 원함 ◦ 한국산 과일류는 계절적으로 겨울에는 품질이 좋아 판매를 선호하지만 여름에는 품질이 좋지 않아 선호하지 않음 ◦ 연해주에서 과채류 공급이 가능한 여름(6~11월)에는 연해주산을 선호함. 12~5월 기간에는 자체 공급이 어려워 가격이 비싸도 수입농산물을 소비함	◦ 딸기 -최상류층 ◦ 토마토, 파프리카 -상류층
화훼류	◦ 러시아 소비자들은 일반적으로 꽃 선호도가 높음 -한국산 화훼류는 대체로 극동러시아 소비자들의 선호속성에는 잘 맞지 않는 편임 -극동러시아인들은 대체로 꽃줄기가 길고 꽃봉오리가 큰 것을 좋아하나 한국산은 짧고 작은 편임 - 백합 국가별 선호도 1순위: 연해주·네덜란드산 2순위: 중국산 3순위: 한국산	◦ 장미 -중류층 ◦ 백합 -상류층

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 9.).

2.1.3. 소비자의 한국산 농산물 구입경험²³

극동러시아 소비자들이 가장 선호하는 과일류는 사과, 딸기, 바나나로 나타났다. 극동러시아 소비자들의 89.3%가 한국산 농산물을 구입해본 적이 없다고 응답하여 한국산 농산물을 구입한 소비자는 극히 적은 것으로 나타났다. 응답자 중에서 7.3%만이 한국산 감귤을 구입한 적이 있어 상대적으로 인지도가 있고 사과, 멜론은 2.1%의 소비자만이 한국산을 구입한 경험이 있다고 답하였다. 과일류와 마찬가지로 한국산 화훼류도 소비자들의 구입경험이 거의 없었다.

표 3-2. 극동러시아 소비자들이 가장 좋아하는 과일

단위: %

	응답
사과	28.7
딸기	18.0
바나나	12.7
배	10.7
멜론	8.7
망고	6.5
포도	6.0
오렌지	4.0
딸기류	4.0
감귤	0.7
기타	0.0
계	100.0

자료: 농수산물유통공사 설문조사 자료(2008. 7.).

²³ 농수산물유통공사에서 2008년 7월에 블라디보스톡 소비자 150명에 대해 실시한 설문조사결과에 근거하여 작성함.

표 3-3. 극동러시아 소비자의 한국 과일 구입경험 품목

단위: %

구입 경험 없음	감귤	사과	멜론	미응답	계
89.3	7.3	1.3	0.8	1.3	100.0

자료: 농수산물유통공사 설문조사 자료(2008. 7.).

표 3-4. 러시아 소비자의 한국 화훼 구입경험 품목

단위: %

구입 경험 없음	장미	미응답	계
93.3	1.3	5.4	100.0

자료: 농수산물유통공사 설문조사 자료(2008. 7.).

2.2. 수입관심 품목 및 전망

2.2.1. 수입경험 품목

극동러시아 소재 농산물 수입 회사에서 한국산 농산물을 수입한 경험 이 있는 품목은 상대적으로 다른 국가 농산물보다 적은 편이다. 한국산 농산물 중에서 수입경험이 있는 품목은 과실류의 감귤, 과채류의 딸기, 토마토, 화훼류의 장미 정도이다. 나머지 품목들은 수입경험 및 물량이 아주 미미하여 시장 테스트 및 홍보·판촉 정도 수준에서 수입하고 있는 실정이다.

표 3-5. 한국산 농산물 중 수입경험 품목

품목 부류	수입경험 품목
과실류	감귤, 배, 사과, 꽃감, 밤
과채류	딸기, 토마토, 방울토마토
화훼류	장미, 백합, 국화
버섯류	새송이버섯
곡물	고급쌀

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 9.).

2.2.2. 수입관심 품목

수입회사 입장에서 한국산 농산물 중 극동러시아로 수입한 경험이 있는 품목들 대부분은 러시아 수입에 관심이 있는 것으로 나타났다. 이 외에도 아직 수입을 한 적이 없지만 시장 테스트 시도 등을 통하여 수입하기를 원하는 품목들이 다수 있다. 과실류 중에서 단감, 포도, 과채류의 멜론, 파프리카, 채소류의 양배추, 당근, 양파, 화훼류의 선인장, 버섯류의 팽이버섯, 고급쌀, 가공식품에서 김치, 유자차, 감귤주스 등이다.

표 3-6. 한국산 농산물 중 수입관심 품목

품목 부류	수입관심 품목
과실류	단감, 포도
과채류	멜론, 파프리카
채소류	양배추, 당근, 양파
화훼류	선인장
버섯류	팽이버섯
곡물	고급쌀
가공식품	김치, 유자차, 감귤주스

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 9.).

2.2.3. 틈새시장 진출가능 품목

극동러시아 시장에서 러시아 자체적으로 생산 및 공급되기 어려운 기간이거나 주요 수입국으로부터 수입되기 어려운 시기에 한국산 농산물을 수입하기에 유리한 품목을 틈새시장 진출 가능품목으로 설정하여 틈새시장 진출 가능한 품목을 파악하였다.

수입회사들은 대체로 한국산 농산물 중에서 극동러시아로 수입한 경향이 있는 품목은 대부분 틈새시장 진출도 가능한 것으로 판단하고 있다. 과실류 중에서 감귤, 배, 사과, 과채류 중에서 토마토, 파프리카, 딸기, 멜론, 화훼류 중에서 장미, 백합, 국화, 선인장으로 파악되었다.

표 3-7. 한국산 농산물 중 틈새시장 진출가능 품목

품목부류	틈새시장 진출가능 품목
과실류	감귤, 배, 사과
과채류	토마토, 파프리카, 딸기, 멜론
화훼류	장미, 백합, 국화, 선인장

주: 현지 수입회사에서는 수입판매경험이 있는 한국산 농산물 품목은 대부분 틈새시장 진출이 가능한 것으로 판단하고 있음.

2.2.4. 수입증가율이 클 것으로 예상되는 품목

향후 한국산 농산물 중에서 대부분의 과실류 및 과일류에 대해 극동러시아 수입량이 크게 증가할 것으로 예상하고 있다. 특히 현지 대형판매점 등에서 한국산 농산물의 인지도를 높일 수 있도록 적극 홍보 및 판촉활동을 수행할 경우 향후 5년간 2~3배까지도 수입물량을 증가시킬 수 있는 것으로 예상하는 의견이 많았다. 그 중에서도 특히 수입증가율이 높을 것으로 예상되는 품목은 감귤, 딸기, 토마토, 파프리카, 장미, 백합이다.²⁴

3. 경쟁력 분석

3.1. 농산물 구입 결정요인

3.1.1. 소비자의 농산물 구입 고려요인²⁴

극동러시아 소비자들이 과일류를 구입할 때 가장 중요하게 따지는 항목은 ‘신선도’이다. 항목별 구입시 중요성을 고려하는 정도에 대해 신선도 항목이 ‘중요하다’라고 응답한 비율은 92.0%이다. 다음으로 중요한 항목이 ‘맛’으로 86.7%가 ‘중요하다’라고 응답했다. 가격은 48.0%, 생산국가 38.6%, 크기 28.7%, 포장 23.3%로 나타났다.

극동러시아 소비자들이 과일류를 구입할 때 고려하는 가장 중요한 요인은 ‘신선도’와 ‘맛’으로 나타나, 품질을 매우 중요시 여기는 것을 알 수 있다. 반면에, 가격이나 생산국가는 상대적으로 중요도가 낮은 것으로 나타났다.

²⁴ 농식품 중에서는 간장, 고추장, 도시락라면, 마요네즈, 식용유 등이 수입성장을 이 특히 클 것으로 전망하고 있음.

²⁵ 농수산물유통공사에서 블라디보스톡 소비자 150명에 대해 실시한 설문조사결과임(2008. 7.).

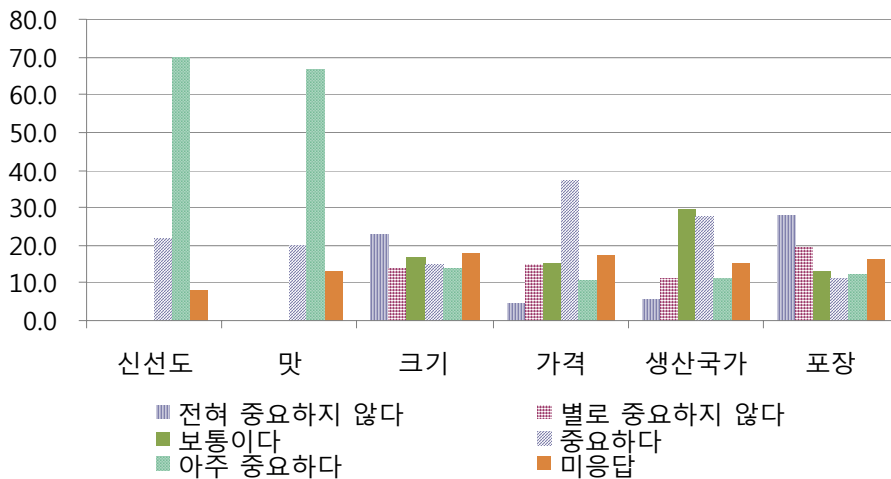
표 3-8. 극동러시아 소비자의 과일류 구입시 요인별 중요도

단위: %

고려 요인	전혀 중요하 지않다	별로 중요하 지않다	보통 이다	중요 하다	아주 중요 하다	미응답	계
신선도	0.0	0.0	0.0	22.0	70.0	8.0	100.0
맛	0.0	0.0	0.0	20.0	66.7	13.3	100.0
크기	22.7	14.0	16.7	14.7	14.0	17.9	100.0
가격	4.7	14.7	15.3	37.3	10.7	17.3	100.0
생산국가	5.5	11.3	29.3	27.3	11.3	15.3	100.0
포장	28.0	19.3	13.3	11.3	12.0	16.1	100.0

자료: 농수산물유통공사 설문조사 자료(2008. 7.).

그림 3-1. 극동러시아 소비자의 과일류 구입시 고려요인



자료: 농수산물유통공사 설문조사 자료(2008. 7.).

극동러시아 소비자들이 채소류를 구입할 때 고려하는 요인들 중에서 신선도의 중요성에 대해 86.7%가 중요하다고 응답하여 과일류와 마찬가지로 ‘신선도’를 가장 중요시 여기고 있다. 다음에 가격 34.7%, 생산국가 30% 순으로 나타났다.

채소류를 구입할 때에도 신선도 등의 품질을 가장 중요시 여기고 가격이나 생산 국가는 상대적으로 중요성이 낮게 나타났다.

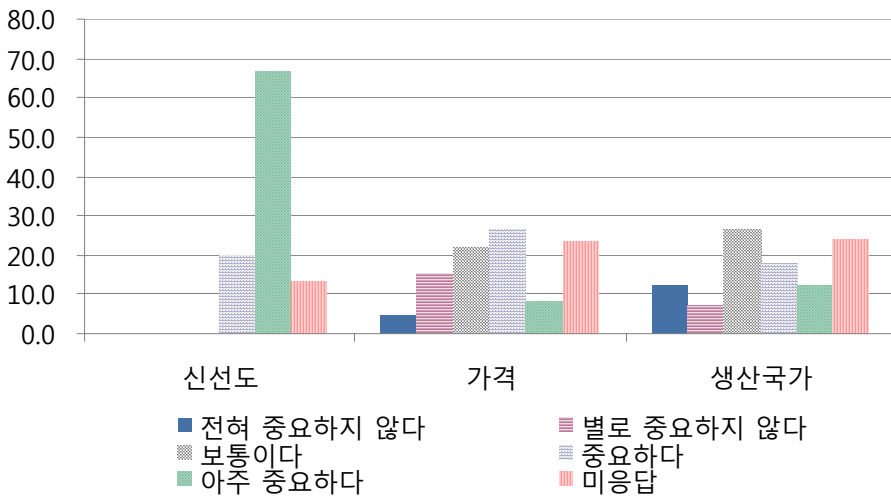
표 3-9. 극동러시아 소비자의 채소류 구입시 고려요인별 중요도

단위: %

	전혀 중요하 지않다	별로 중요하 지않다	보통 이다	중요 하다	아주 중요 하다	미응답	계
신선도	0.0	0.0	0.0	20.0	66.7	13.3	100.0
가격	4.7	15.3	22.0	26.7	8.0	23.3	100.0
생산국	12.0	7.3	26.7	18.0	12.0	24.0	100.0

자료: 농수산물유통공사 설문조사 자료(2008. 7.).

그림 3-2. 극동 러시아 소비자의 채소류 구입시 고려요인



자료: 농수산물유통공사 설문조사 자료(2008. 7.).

소비자들이 화훼류를 구입할 때 가장 우선적으로 고려하는 요인은 꽃 모양 및 색깔이며, 62.7%의 소비자가 중요하다고 응답했다. 다음으로는 포장 50.6%, 크기 46.7% 순으로 중요하다고 응답했다.

가격과 생산국가의 중요성은 30.0%, 25.0%로 나타나 상대적으로 중요성

이 낮은 것으로 나타났다.

화훼류를 구입하는 가장 큰 이유는 ‘선물하기 위해서’가 60.7%로 가장 높고 ‘집이나 회사에서 보기 위해’ 20.0%, ‘기념일을 축하하기 위해’서가 16.0%로 나타났다. 소비자들은 주로 선물하기 위해 꽃을 구입하고 있음을 보여준다.

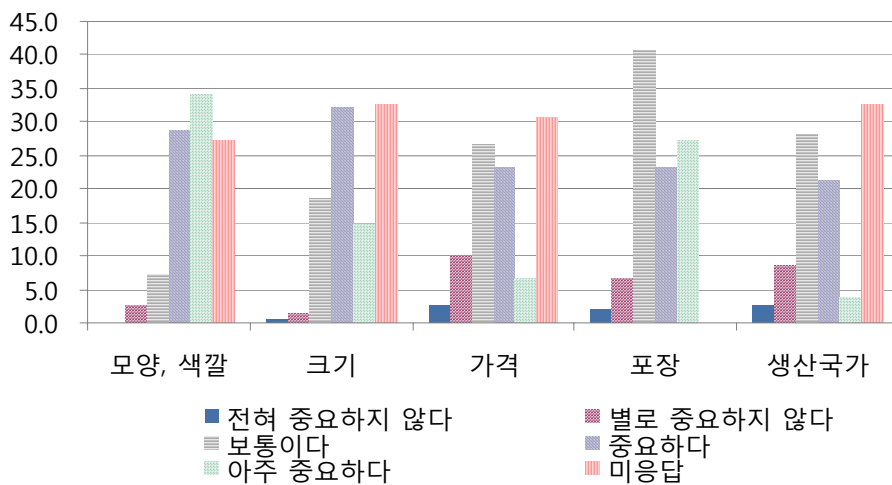
표 3-10. 극동러시아 소비자의 화훼류 구입시 고려요인별 중요도

단위: %

	전혀 중요하지 않다	별로 중요하 지 않다	보통 이다	중요 하다	아주 중요 하다	미응답	계
모양·색깔	0.0	2.7	7.3	28.7	34.0	27.3	100.0
크기	0.7	1.3	18.7	32.0	14.7	32.6	100.0
가격	2.7	10.0	26.7	23.3	6.7	30.6	100.0
포장	2.0	6.7	40.7	23.3	27.3	0.0	100.0
생산국	2.7	8.7	28.0	21.3	3.7	32.7	97.1

자료: 농수산물유통공사 설문조사 자료(2008. 7.).

그림 3-3. 극동러시아 소비자의 화훼류 구입시 고려요인



자료: 농수산물유통공사 설문조사 자료(2008. 7.).

표 3-11. 극동러시아 소비자의 화훼류 구입 이유

단위: %

선물하기 위해	집이나 회사에서 보기 위해	기념일을 축하하기 위해	미응답	계
60.7	20.0	16.0	3.3	100

자료: 농수산물유통공사 설문조사 자료(2008. 7.).

3.1.2. 농산물 품질 선호 속성²⁶

극동러시아 현지 면담 및 설문조사를 통해 소비자들이 어떤 품질 속성의 농산물을 좋아하는지를 파악하였다. 감귤, 사과, 딸기, 토마토 등의 과일류들에 대해서 공통적으로 당도가 높은 품질을 좋아하고 있다.

감귤의 크기는 대체로 대과보다는 중대과를 선호하고 있다. 대과는 가격이 저렴하여 대중적으로 선호하는 측면이 있으며, 껍질이 뜨는 부피과가 아니고 당도가 높으면 대과도 좋아한다.

사과는 국가별로 일본산 사과를 가장 좋아한다. 보편적으로 중과 크기를 선호하며 당도가 높은 대과도 선호한다. 배는 대부분의 소비자들이 미국산 품종 배의 달고 푸석푸석한 맛을 선호한다. 일부 신고배 품종을 좋아하는 계층은 중소과 크기를 좋아한다.

한국에서 생산되는 딸기 중에서 한국 육종 품종의 설향과 금향 품종에 대한 선호도가 높다. 딸기는 다소 크고 향이 진한 품질을 선호한다.²⁷ 토마토는 방울토마토가 일반토마토보다 더 선호되며, 노랑색, 검정색 토마토가 빨간색보다 더 선호되고 있다.

러시아에서 화훼류의 선호 품질 속성은 지역마다 차이가 난다. 모스크

²⁶ 한국농촌경제연구원 현지조사결과(2008. 9.)에 근거하여 작성함.

²⁷ ‘설향’ 품종은 ‘장희’ 품종에 비해 모양과 저장성이 좋고 배와 같이 물이 많고 당도가 일본품종인 ‘육보’에 비해 조금 낮음. 설향은 신맛이 적어서 당도는 적지만 상큼한 맛이 남. ‘금향’은 당도와 저장성이 ‘육보’보다 좋음(<http://cafe.daum.net/딸기사랑>, 2008. 11.).

바 지역에서는 한국 소비자들이 좋아하는 품질 속성과 비슷하게 꽃이 작고 줄기가 작은 것을 좋아하는 경향이 있다. 하지만 한국산 장미가 주로 수입되고 있는 극동러시아 지역에서는 꽃송이가 한 개로 크게 피는 스탠드(하이브리드티) 품종 계열의 장미를 선호한다. 장미꽃 줄기도 아주 긴 품질(80cm 이상)을 좋아한다. 좋아하는 장미 색깔은 빨강, 핑크, 노랑·주황색 순이다. 한줄기에 꽃송이가 여러 개 피는 스프레이 장미는 꽃송이 수가 많을수록 좋아한다. 현재 한국에서 수입되는 장미는 꽃봉오리가 피기 전인 단계의 품질을 출하하는데, 현지 수입업체는 봉오리가 다소 피어 있는 단계에서 수확하여 출하하기를 권장하고 있다.

백합도 줄기가 길고 꽃송이가 큰 품질을 선호한다. 백합 한 줄기에 꽃봉오리가 6~7개로 많은 품질을 선호한다. 가장 좋아하는 색깔은 하얀색이며 다음에 색깔이 다소 섞여있는 품종(예: 노랑+핑크)을 좋아한다.

표 3-12. 극동러시아 소비자의 농산물 품목별 선호 품질 속성

품목류	품목	품질 선호 속성
과실류	감귤	◦ 당도가 높은 품질 선호 ◦ 6~8번과, 중대과 및 중과 선호 ◦ 소과는 빨리 상하지 않아 선호하는 경향이 있음 ◦ 대과는 가격이 저렴하여 일반소비자들이 선호함 - 9번과도 부피과 없고 당도가 높으면 선호함
	배	◦ 보편적으로 미국산 배 선호(달고, 푸석푸석, 과즙 적음) ◦ 신고배는 중소과 크기 선호
	사과	◦ 일본산 선호 ◦ 중과 선호
과채류	딸기	◦ 한국산 설향, 금향 등의 품종 선호 ◦ 다소 큰 크기 선호 ◦ 향이 진한 것 선호 ◦ 저장성 좋은 것 선호
	토마토	◦ 노랑색, 검정색을 빨간색보다 선호 ◦ 중간크기, 모양 예쁜 것 선호 ◦ 방울토마토를 더 선호
	파프리카	◦ 선호 색상 - 빨강 > 노랑 > 주황색 순으로 선호 ◦ 중간크기 선호 ◦ 단맛 선호
화훼류	장미	◦ 화훼류 품질 속성은 지역마다(서러시아, 극동러시아) 다름. ◦ 모스크바는 한국소비자와 선호 유사 ◦ 한 송이로 커다랗게 피는 스탠드(하이브리드티) 품종의 장미 선호 ◦ 꽃대가 아주 긴 것을 선호(80cm 이상) ◦ 색상: 대체로 빨강 > 핑크 > 노랑, 주황 순으로 선호 ◦ 스프레이 장미는 한송이에 봉오리수 많은 품질 선호
	백합	◦ 줄기 길고 꽃송이가 큰 품질 ◦ 한 줄기에 6~7개로 봉오리 수가 많은 품종 ◦ 색상: 하얀색 > 다소 섞인 색상(노랑+핑크)

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 9.).

3.2. 농산물 수입 경쟁국가

극동러시아에서 한국산 농산물과 경쟁하는 농산물의 주요 수출 국가는 중국, 이스라엘, 모로코, 일본, 유럽이다. 과실류에서 한국산 감귤의 수입 주요 경쟁국은 중국, 이스라엘, 모로코이며, 중국산 감귤은 한국산보다 품질은 비슷하거나 우위에 있지만 가격이 낮은 편이다. 배는 품질 속성이 대체로 미국산의 서양배가 소비자 식미감에 맞는다. 신고 배 등의 동양배 중에서는 일본산의 품질이 우수한 것으로 평가되고 있다.

딸기와 토마토, 파프리카 등의 과채류는 대체로 중국산 가격이 낮기 때문에 수입비중이 높으며 이스라엘산은 한국산과 품질이 비슷한 편이다. 무와 양파 등은 중국산 가격이 월등히 낮기 때문에 보편적으로 수입, 유통되고 있다.

장미와 백합 등의 화훼류는 중국산이 가격이 낮고 수입가격 변동성이 낮아 수입 판매에 선호되고 있다. 고품질, 고가로 수입·판매되고 있는 화훼류 생산국은 에콰도르, 네덜란드이다.

표 3-13. 한국산 농산물 수입 경쟁국가 및 이유

품목부류	품목	경쟁국	주요 이유
과실류	감귤	◦ 중국	-중국산 가격이 낮음
		◦ 이스라엘	-당도 등 품질 비슷하거나 좋음
		◦ 모로코	
	배	◦ 미국	-소비자 식미감에 맞음
		◦ 일본	-품질이 좋음
과채류	딸기	◦ 중국	-가격이 낮음
	토마토	◦ 중국	-가격이 낮음
		◦ 유럽	-품질이 우수
		◦ 러시아	-품질 비슷
	파프리카	◦ 중국	-가격이 낮음
		◦ 이스라엘	-품질 비슷
채소류	무 양파	◦ 중국 ◦ 중국, 러시아	-가격 낮음
화훼류	장미, 백합	◦ 중국	-가격 낮음
		◦ 유럽	-네덜란드산 품질 우수 -수입가격 변동성 적음
가공식품	김치	◦ 러시아 연해주 (고려인 제조제품)	

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 9.).

한국산 농산물이 경쟁력 우위를 차지하는 요인들은 품질과 안전성, 신선도가 높으며 검역 통과가 용이하다는 점이다. 반면, 경쟁력에서 불리한 요인은 한국산 농산물에 대한 인지도가 낮고 저장성이 낮으며, 수입물량을 안정적으로 확보하기 어려운 점, 가격이 비싸고 동절기 및 하절기의 출하가격 변동 폭도 크다는 점이다.

표 3-14. 한국산 농산물 수입의 경쟁력 우위 및 열위 요인

품목부류	품목	경쟁력 우위 요인	경쟁력 열위 요인
과실류	감귤	◦ 품질수준 높음 ◦ 안전성 높음	◦ 저장성 낮음 ◦ 유통기간 짧음
	배	"	◦ 인지도 낮음 ◦ 가격 수준 높음
과채류	딸기	◦ 품질수준 높음 ◦ 안전성 높음 ◦ 신선도 좋음	◦ 인지도 낮음
	토마토	"	◦ 수입물량 확보 어려움 ◦ 가격 수준 높음
	파프리카	"	-
화훼류	장미, 백합	◦ 품질수준 높음 ◦ 신선도 좋음 ◦ 검역 통과 용이 ◦ 지리적 접근성	◦ 수입가격 변동 폭 큼 ◦ 가격 수준 높음

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 9.).

3.3. 품질 경쟁력

극동러시아 시장에서 과실 품질경쟁력을 파악하기 위하여 과실 품질의 주요 결정 요인인 당도를 측정, 분석하였다. 주요 경쟁국 과실류 당도 값은 2008년 10월초에 극동러시아 대형판매점과 도매시장에서 판매되는 과실에 대해 품목별로 3~5개 샘플을 무작위 구입, 측정한 결과이다. 한국산 과실류의 당도는 한국농촌경제연구원 농업관측센터에서 월별, 연도별로 측정한 결과이다.

한국산 사과의 당도는 기후여건 및 당도가 비교적 좋은 연도였던 2006년산과 2008년산 기준으로 뉴질랜드산 ‘로얄갈라’ 품종보다 높았다. 뉴질

랜드산 사과의 당도는 한국산 당도가 높지 않았던 해였던 2007년산 수준과 비슷한 수준이다. 뉴질랜드산 ‘레드딜리셔스’ 당도는 한국산보다 낮은 수준이다. 미국산 갈라 사과 당도는 13.0°Bx 로 2008년산 한국산 당도와 비슷한 수준이다.

배 품질비교에 있어서 서양배는 신고 품종의 동양배와 품질 특성이 달라 직접적으로 비교하기는 어렵다. 서양배는 달면서 물컹거리는 식미감의 특징을 가지는데 당도가 $11.1\sim 13.5^{\circ}\text{Bx}$ 로 측정되어 한국산보다 높다.

현지 시장에서 판매되고 있는 온주감귤의 당도는 10.2°Bx 로 한국산 감귤 당도가 좋은 해의 당도와 비슷하다. 2007년 한국산 감귤 당도가 낮은데 2007년산의 경우 극동러시아 시장에서 품질경쟁력이 낮다.

포도는 현지시장에서 판매되는 레드글러브 품종의 당도가 18.0°Bx 내외로 측정되었으며, 국내에서 판매되는 수입 레드글러브 품종 당도와 비슷한 수준이다. 한국산 2008년 포도 캠벨얼리 당도는 15.0°Bx 로 높은 수준이다.

극동러시아 시장에서 한국산 과실류의 품질경쟁력 수준을 판단한다면, 한국산 과실 품질이 2006년산이나 2008년산처럼 좋은 해에는 품질경쟁력이 우수하나 2007년산 수준으로 당도가 낮은 해에는 품질경쟁력이 낮을 것으로 판단된다. 품질경쟁력은 있는 편이지만 연도별로 품질 변동 폭이 크다는 것이 약점이며, 이를 극복할 수 있어야 할 것이다.

표 3-15. 극동러시아 판매과실 국가별 당도 비교

품목	생산국가	한국산
사과	- 뉴질랜드산 로얄갈라 12.3~12.8°Bx - 레드딜리셔스 11.0°Bx - 미국산 갈라 13.0°Bx	'06년 13.6°Bx. '07년 12.9°Bx '08년 12.8~13.5°Bx
배	서양배 11.1~13.5°Bx	'06년, '08년 12.0~12.4°Bx '07년 11.1°Bx
감귤	만다린 10.2°Bx	'07년 9.1°Bx '06년 10.2°Bx
포도	레드글러브: 18.0°Bx 내외	- 한국시장 판매과실도 비슷 '08년산 캠벨엘리 15.0°Bx



<뉴질랜드산 사과 당도, 12.3°Bx>



<한국산 사과 당도, 13.5°Bx>

주: 한국산 과실 당도는 한국 농촌경제연구원 농업관측정보센터 자료, '06-07년은 주출하기 평균, '08년은 9월말 측정결과임.

3.4. 가격 경쟁력

극동러시아 시장으로 수입되는 수입국별 농산물 가격을 비교하여 한국산 농산물의 가격경쟁력을 분석하였다. 농산물 가격은 판매시기와 품질차이에 의해 가격 편차가 발생할 가능성이 많다. 따라서 가격조사 방법 및 비교방법 적용시 다른 시점이나 다른 판매장소의 가격 비교는 가급적 지양하고 동일 시점과 동일 장소, 동일 업체 및 응답자의 조사결과에 근거하여 비교함으로써 국가간 상대적 가격 비율을 파악하는 데 초점을 두었다.

가격조사 자료는 극동러시아에 소재하고 있는 수입회사와 대형유통업체, 중도매상, 소매점, 관련기관 대상으로 조사한 자료를 활용하였다.

조사된 가격자료는 크게 3가지 유형으로 구분된다. 첫째, 수입가격 비교로 수입통관가격을 국가별로 비교한 자료이다. 둘째, 대형판매점과 도매시장에서 판매되는 품목별 가격조사 자료이다. 셋째, 기존에 kotra 등 관련기관에서 조사한 가격자료이다.

이러한 품목별, 생산국별 가격 자료는 유형에 따라 수입가격, 중도매상 판매가격, 소매가격 등으로 제시되고 있다. 가격경쟁력 수준의 파악을 위해서 한국산 대비 외국산 농산물의 가격 증감률을 제시하였다.

감귤의 국가별 가격 경쟁력을 살펴보면 2007년 12월 수입통관 가격기준으로 한국산 감귤은 단위당(kg) 500원 내외로 중국산 가격과 비슷하고 모로코산보다 5~10% 높다.²⁸

한국산 배 가격에 비해 미국산 배 가격은 23% 낮고, 중국산은 59~62% 낮아 한국산 배 가격경쟁력이 낮다. 일본산 배 가격은 한국산보다 18% 높아 한국산 배 가격경쟁력이 있다.

사과 후지 품종의 한국산 가격은 단위당(kg) 3,800원 수준으로 미국산은 한국산에 비해 47% 낮고 중국산 가격은 60% 낮다. 미국산과 중국산 사과 가격경쟁력이 한국산보다 훨씬 높다.

²⁸ 수입가격은 2007년 12월 CFR(해운비 포함)가격 기준임.

표 3-16. 극동러시아 수입 과실류 국가별 가격비교

부류	품목	생산국별 가격
과실류	감귤	◦ 가격 비교(생산국/판매가격/단위/판매시기/원화환산가격) - 한국산/0.47~0.50달러/kg/12월 (≒470~500원) (기준가격) - 중국산/0.47~0.50달러/kg/12월 (≒470~500원) (유사) - 모로코산/0.52달러/kg/12월 (5~10%↑) (≒520원) * 가격근거: 수입사B, 화훼류 및 청과물 수입회사 조사자료 • CFR가격 기준(수출국 FOB가격+운송비(해운비) 포함가격) • 2007년산 가격 기준, *1.0\$≒1,000원 산정 • ()의 가격비교 증감률은 한국산 가격 기준임
	배	◦ 가격 비교(수입사A의 중도매상 판매가격) - 한국산: 78루블≒3,900원 (기준가격) - 미국산: 60루블≒3,000원 (23%↓) - 중국산: 30루블 미만≒1,500원 (62%↓) * 1루블≒50원 산정 ◦ 가격 비교(수입사B 조사자료) - 한국산: 1.7달러/kg/12월≒ 1,700원 (기준가격) - 중국산: 0.7달러/kg/12월≒ 700원 (59%↓) - 일본산: 2.0달러/kg/12월≒ 2,000원 (18%↑)
	사과	◦ 가격 비교(과일수입전문회사D의 중도매상 판매가격) - 한국산(후지): 85루블/kg (3,825원) (기준가격) - 미국산(후지): 45루블/kg (2,025원) (47%↓) - 중국산(후지): 32~36루블/kg (1,485원) (60%↓)



<대형판매점 사과 가격: 1,000원>



<대형판매점 배 가격: 1,100원>

과채류 중에서 토마토와 파프리카의 가격경쟁력을 살펴보면, 한국산 토마토의 중도매시장 판매가격은 500g당 6,000원으로 유럽산 수입토마토 가격과 비슷하거나 이보다 다소 높은 편이다. 중국산 토마토가격은 한국산에 비해 75%나 낮아 중국산 가격경쟁력이 아주 높다. 토마토의 수입통관가격도 한국산 토마토 가격에 비해 중국산 가격이 73% 낮다.

수입통관가격이나 대형유통업체 판매가격 기준으로 한국산 파프리카 가격은 이스라엘산 가격과 비슷하거나 다소 높은 편이다. 중국산 파프리카 가격은 한국산에 비해 70~80% 낮아 가격경쟁력이 매우 높다.

그림 3-4. 극동러시아에서 판매되는 한국농산물 및 가격

	
<애호박 소매가격: 4,800원/0.5kg/1개>	<파프리카 소매가격: 4,000원/1개>
	
<토마토 소매가격: 12,000원/2개>	<멜론 소매가격: 25,000원/1개>

표 3-17. 극동러시아 수입 과채류 국가별 가격비교

품목 부류	품목	생산국별 가격
과채류	토마토	◦ 가격 비교(수입회사A, 청과물 수입회사 조사자료) - 한국산: 120루블≒6,000원 (기준가격) - 유럽산: 100~120루블≒5,000~6,000원 (0~15% ↓) - 중국산, 우즈베키스탄산: 30루블≒1,500원 (75% ↓) * 가격기준: 중도매상 판매가격 기준 ◦ 가격 비교(수입회사B, 화훼류 및 청과물 수입회사 조사) - 한국산 3.7달러/kg/12월≒ 3,700원 (기준가격) - 중국산 1.0달러이하/kg/12월≒1,000원이하 (73% ↓) - 연해주산 1.0달러이하/kg/12월≒1,000원이하 (73% ↓) * 가격기준: 2007년 12월 수입통관가격 가격 기준(CFR기준)
	파프리카	◦ 가격비교(수입회사A, 청과물 수입회사, 소매가격 기준) - 한국산 60루블≒3,000원/kg (기준가격) - 중국산: 25루블≒1,250원/kg (60% ↓) ◦ 가격 비교(수입회사B, 화훼류 및 청과물 수입회사) - 한국산 5.0달러/kg/12월≒ 5,000원 (기준가격) - 이스라엘산 5.0달러/kg/12월≒5,000원 (0.0%) - 중국산 1.0~2.0달러/kg/12월≒1,500원내외 (60~80% ↓) * 수입통관가격 기준 ◦ 가격 비교 (대형유통업체 판매가격) - 한국산 490루블/kg (≒ 4,500원) (기준가격) - 이스라엘산 441.0루블/kg (≒22,000원) (10% ↓)

자료: 한국농촌경제연구원 현지대형판매업체 조사, 면접조사 자료(2008. 9.).

화훼류의 국가별 가격경쟁력은 수입통관가격 기준으로 한국산 장미 가격은 뉴질랜드산 장미가격과 비슷하다. 중국산은 한국산에 비해 16% 낮은 수준으로 중국산 가격경쟁력이 높다. 소매점에서 판매되고 있는 한국

산 스탠드 장미 가격은 중국산 가격과 비슷한 송이당 5,000원 수준이고 네덜란드산과 에콰도르산 장미는 한국산에 비해 20~30% 정도 더 비싸다.

백합도 한국산 가격은 뉴질랜드산 가격과 비슷하고 중국산 백합은 한국산보다 12% 낮다. 중국산 백합의 소매가격은 줄기당 꽃송이가 5~6개인 품종이 5,000원 수준이다. 연해주산 백합의 꽃송이 6~7개인 품종은 중국산 가격의 두 배 수준이다.

표 3-18. 극동러시아 수입 화훼류 국가별 가격비교

품목부류	품목	생산국별 가격
화훼류	장미	◦ 가격 비교(수입회사B, 화훼류 및 청과물 수입회사) - 한국산: 0.83달러/본/2~3월≒830원 (기준가격) - 뉴질랜드: 한국산 가격과 비슷 - 중국산 0.7달러이하/본/2~3월≒700원 이하 (16%↓) * 선박수송 수입통관가격 기준임. 한국산 항공운송의 판매가격은 중국산보다 50% 비쌈 ◦ 가격 비교(화훼소매시장, 루블/송이) - 연해주산: 10~20루블≒ 500~1,000원/1송이(스탠드, 꽃송이小) - 콜롬비아, 에콰도르, 네덜란드산: 120~130루블≒6,500원/1송이(스탠드, 꽃송이大) - 에콰도르: 130루블≒6,500원 /1송이 (스탠드, 꽃송이 大) ◦ 가격 비교(소매점A, 루블/송이) - 한국산 80~100루블≒5,000원/송이 (기준가격) - 중국산 80~100루블≒5,000원/송이 (한국산과 비슷) - 네덜란드 120~130루블≒6,500원/송이 (22%↑) - 에콰도르산 130루블/1송이≒6,500원/송이 (30%↑)
	백합	◦ 가격 비교(업체B, 화훼류 및 청과물 수입회사) - 한국산: 1.7달러/본/2~3월≒1,700원 (기준가격) - 중국산: 1.5달러 이하/본/2~3월≒1,500원 이하 (12%↓) - 뉴질랜드: 한국산과 비슷 ◦ 소매시장 판매가격 - 중국산: 100루블≒5,000원/1송이 (줄기당 5~6개 꽃송이) - 연해주산: 200루블≒10,000원/1송이 (하얀색, 선호도 높음) - 연해주산: 250루블≒12,500원/1송이 (줄기당 6~7개 꽃송이)



<장미, 에콰도르산, 6,500원/송이/大>



<장미, 연해주산, 1,000원/송이/小>

< 130루블≒6,500원 /1송이 >
(스탠드, 꽃송이 大, 에콰도르산) >< 250루블≒12,500원/1송이 >
(줄기당 6~7개 꽃송이, 연해주산)

한국산 김치 가격은 중국산 김치의 1.5~2배 수준이다. 도매시장에서 판매되고 있는 김치 가격은 kg당 2,000~6,000원 수준으로 다양하다. 백화점이나 대형판매점에서 판매되고 있는 김치가격은 kg당 10,000~25,000원으로 고가이며 판매가격 범위가 넓게 나타났다.

표 3-19. 극동러시아 수입 김치 국가별 가격 비교

식품	김치	◦ 가격 비교(수입회사A 조사자료) - 한국산: 중국산의 2배 수준 - 중국산: 30루블 ≒ 1,500원/kg ◦ 가격 비교(중도매상C 조사자료) - 한국산: 중국산 가격의 1.5~2배 수준 - 도매시장 판매 가격: 35루블~120루블(1,750원~6,000원)/kg - 백화점 판매 가격: 200루블(10,000원)/kg ◦ 가격 자료(대형유통업체A) - "WANG" 브랜드 김치: 201.5루블/410g (≒25,000원/kg)

자료: 한국농촌경제연구원 현지대형판매업체 조사, 면접조사 자료(2008. 9.).

4. 수입 애로 및 개선사항

극동러시아에서 한국산 농산물은 수입하는 회사 입장에서, 그리고 한국 농산물을 구매하여 소매 판매하고 있는 대형유통업체 입장에서 한국산 농산물의 수입·판매 애로사항 및 개선 요구사항을 조사하였다. 한국산 농산물을 수출하는 데 있어서 개선해야 될 내용들이다.

4.1. 수입물량의 안정적 확보 어려움

러시아에 있는 한국 수입업체나 대형판매점에서 애로를 겪는 주요 내

용 중의 하나는 한국산 농산물을 안정적으로 확보하기가 어렵다는 것이다. 화훼류의 경우, 극동러시아 시장에서 화훼류 수요가 있는 시기에 한국에서 공급해주지 못하는 기간이 있다. 수입회사에서는 한국에서 여름 재배 기술을 향상시켜 이 기간에 공급해 주기를 원하고 있다.

대형판매업체에서는 소비자들이 한국산 과일류 및 과채류에 대한 수요가 높아 지속적으로 공급해주기를 원하지만 한국에서 지속적으로 공급해주지 못하고 1회성, 단발성으로 이루어지는 경우가 많다. 예를 들어 한국산 밤 품질이 좋아 판매를 원하지만 물량을 확보하지 못하는 경우가 많다. 또한 도매시장의 중도매인들이 한국산 딸기 판매를 원하지만 물량을 확보하지 못해 중국산이나 네덜란드 산으로 대체하여 판매하는 경우가 많다.

물량을 안정적으로 확보할 뿐만 아니라 수입가격도 안정적이기를 원하고 있다. 한국산 농산물 수입가격 변동 폭이 커서 물량을 확보하기가 쉽지 않은 경우가 많다. 한국에서 수출조직 차원에서 한국에서의 가격변동에 제약되지 않고 가격변동이 적은 범위에서 물량을 안정적으로 확보하기를 원하고 있다.

표 3-20. 수입물량의 안정적 확보 어려움과 개선사항

수입 애로사항	개선 요구사항
○ 한국산 농산물의 공급기간이 짧아 원하는 시기에 물량확보가 어려움(화훼류) 예) 학생의 날(9월1일) 화훼수요에 부응한 공급이 이루어지지 않음	• 여름 재배방법 및 기술을 개선하여 수입국가에서 요구하는 시기에 공급 가능해야 함
○ 물량의 지속적인 공급이 이루어지지 않고 1회성, 단발성 공급이 많음. 예) 한국산 밤 판매를 원하지만 물량확보 어려움 예) 도매시장 중도매인이 한국산 딸기 판매를 원하지만 물량을 확보하지 못해 중국산이나 네덜란드산으로 대체 판매함	• 지속적 · 안정적 공급
○ 한국산 농산물 수입가격 변동 폭이 커서 물량을 안정적으로 확보하기가 쉽지 않음	• 연도별 안정적인 가격에 물량을 지속 공급
○ 수입창구가 많아 수입 거래기반 및 체계가 다양화됨.	• 수출창구 단일화가 필요

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 9.).

4.2. 수입 가격이 비싼 편

러시아 시장 관계자들은 한국산 농산물 수입, 판매의 가장 큰 어려움 중의 하나로 농산물 가격이 비싸다는 것을 지적하고 있다. 더욱이 물량을 소량으로 수입하거나 신선도 유지를 위해 신속하게 항공으로 운송해야 하는 경우 운송비용까지 추가되어 가격이 더 상승하고 있다.

극동러시아 시장규모를 고려할 때 품목별로 컨테이너 1/2 수준의 물량을(약 10톤 수준) 수입해야 적절함에도 불구하고, 운송비용 부담을 줄이기 위해 1개 컨테이너 물량을 수입하여 제값을 받지 못하는 경우가 많다.

한국산 농산물 품질과 이미지가 좋은 편이어서 중국산과 가격 격차를 줄일 수 있다면 수요가 크게 증가할 것으로 전망하고 있다. 따라서 수입가격을 낮출 수 있도록 한국 내에서 생산기술이 향상되고 물류여건이 개선되기를 원하고 있다.

표 3-21. 농산물 수입가격 조정 어려움과 개선사항

수입 애로사항	개선 요구사항
○ 한국 농산물 수입, 판매의 가장 큰 어려움은 가격이 비싸다는 것임 ○ 극동러시아 소비시장 규모가 작아 컨테이너 단위 수입물량을 판매하기 어려움 ○ 물량단위가 작거나 신선도 유지 및 빠른 수송이 요구되는 품목은 항공운송이 요구되지만 운송비용 및 수입원가가 비싸짐	• 가격을 적정수준(중국산보다 다소 비싼 수준)으로 낮출 수 있으면 수입수요가 대폭 늘어날 것으로 전망됨 • 러시아 시장에 가격을 맞출 수 있도록 생산기술이 향상되어야 함 • 수송비용을 절감시킬 수 있도록 물류여건이 개선되어야 함 • 운송비용을 줄이기 위해 1개 컨테이너 물량을 수입할 경우 타 지역으로 안정적으로 배분시킬 수 있도록 시장이 확보되어 있어야 함

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 9.).

4.3. 계절적으로 품질이 좋지 않은 시기 존재

한국산 농산물은 대체로 품질이 우수한 것으로 평가받고 있다. 그러나 계절적으로 품질이 좋지 않은 시기가 존재한다. 화훼류의 경우 여름에는 줄기 길이가 짧고 꽃봉오리가 작아지는 등 품질수준이 낮아진다. 감귤은 1월말에 수입되는 경우 신선도가 부족하고 부패과가 많이 발생하여 소매 판매가능 기간이 2~3일로 짧다.

이를 극복하기 위해서 화훼류는 재배기술이 향상되어야 하고 과일상자 포장재는 현재의 골판지 상자를 플라스틱 상자로의 교체와 저장시설 확충을 원하고 있다.

표 3-22. 수입농산물 품질관리 어려움과 개선사항

수입 애로사항	개선 요구사항
○ 화훼류는 여름에 품질 수준 낮음 - 줄기 길이가 짧고 꽃봉오리도 작음	• 화훼류 재배기술 개선 필요
○ 감귤은 신선도가 부족하고 부패과 많음	• 포장재 개선 • 현지 저장시설 확보

4.4. 식물검역 및 통관의 어려움

한국산 농산물을 러시아로 수입할 때 검역조건이 아주 까다롭지는 않은 편이다. 다만, 가끔 화훼류에서 총채벌레가 발견되어 수입이 제한되는 경우는 있다. 화훼류 재배시 방제관리를 더 엄격하게 할 필요가 있다.

러시아로 농산물을 수입할 때 통관기간이 타 국가에 비해 상대적으로 오래 걸린다. 통관기간이 오래 걸리는 것은 러시아 자체적인 문제이다. 국가적인 차원에서 협의하여 해결해 나갈 수 있어야 하며, 개별 수출업체

및 수입업체 입장에서는 필요서류의 세부적인 사항까지 꼼꼼히 작성하는 준비가 선결되어야 한다.

표 3-23. 수입농산물 검역 및 통관 어려움과 개선사항

수입 애로사항	개선 요구사항
○ 식물검역 - 농산물 검역이 아주 까다로운 편은 아님 - 가끔 화훼류(리베라, 안개꽃)에서 충채벌레 등이 발견됨	• 한국산 화훼류는 원래 품질이 좋은 편이므로 약제방제에 더 신경써주기 바람
○ 통관절차 - 통관기일이 3~4일로 많이 소요되는 편임 - 서류가 복잡하고 비용도 많이 소요됨	• 통관기일이 오래 걸리는 것은 러시아 자체적인 문제임 - 국가적인 차원에서 해결·개선되어야 하는 문제 - 신속한 통관을 위해서는 필요서류의 철저한 작성 및 준비가 선결되어야 함

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 9.).

4.5. 상품성 유지 어려움

중국산 농산물은 육로를 통하여 수입되며, 극동러시아 시장에 도달하는 기일도 짧아 신선도 유지가 유리하고 도매 및 재래시장에 저가판매가 가능하다. 반면, 한국산 청과물은 수확 후 러시아 소비자까지 도달하는데 기간이 10여일 정도 소요되어 신선도 유지가 쉽지 않다. 이에 따라서 수출농산물의 저장성과 신선도가 중국산에 비해 많이 낮은 편이다.

한국 농산물의 신선도를 유지하고 상품성을 높이기 위해서는 극동러시아에 저온창고 및 물류시설을 건립하거나 임대하는 방안을 요청하고 있다. 극동러시아에 소재하고 있는 수입업체의 기존 상온물류창고에 저온시설을 합작 투자함으로써 저온물류시설로 이용할 수 있는 방안도 제시하고 있다.

표 3-24. 수입농산물 신선도유지 및 물류시설 애로와 개선사항

수입 애로사항	개선 요구사항
○ 중국산 농산물은 육로를 통하여 수입되어 도매 및 재래시장에 저가판매가 가능함 - 반면 한국산 토마토, 멜론 등의 청과물은 소비자까지 도달하는 데 10여일 정도 소요되어 신선도 및 품질 유지가 쉽지 않음.	• 저장시설이 부족하므로 소량 물량을 다회 수입하여 수입 후 바로 납품 및 출하하는 구조로 대응
○ 항공수송 공간부족, 항공요금 비쌈(딸기) - 장기판매 저장을 위한 극동러시아 내 냉장 저온창고 부족	• 정부나 지자체에서 저온창고 물류시설 건립이나 임대 방안 모색 필요 • 한국에서 극동러시아 상온 창고에 저온 설비를 투자할 경우 한국산 수입물량 저장 및 물량 증대 가능성이 많음
○ 블라디보스톡 항구에 냉장화물이 정제되어 계획물량만큼 수입하지 못하는 경우 있음	

그림 3-5. 한국산 수입 청과물의 상품성 손상사례

	
< 딸기 상품성 손상 사례 >	< 감귤 상품성 손상 사례 >

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 9.).

포장규격과 포장 자재 측면의 개선사항은 골판지 상자에 포장된 상품을 컨테이너에 적재함으로써 압상과와 부패과가 많이 발생하고 있는 점이다. 과일의 압상과와 부패과 발생을 줄이기 위하여 기존의 골판지 15kg 단위 상자보다 작은 플라스틱 상자로 교체하여 포장, 출하하기를 요구하고 있다. 그리고 컨테이너에 수출상품 적재를 파렛트화하는 작업도 필요하다고 지적하였다.

현지 소비자들이 한국산 배, 감귤을 중국산으로 인식하는 경우가 많다. 따라서 한국산 농산물임을 쉽게 인지할 수 있도록 포장상자 안의 개별 과실에도 “made in Korea” 스티커를 부착하도록 요구하고 있다.

표 3-25. 수입농산물 포장규격 및 포장자재 애로와 개선사항

수입 애로사항	개선 요구사항
○ 감귤과 토마토의 압상과 발생 - 선적시 골판지 상자는 눌리고 압상되기 쉬움 ○ 컨테이너 하단부분의 물량중 파손과실 많음 ○ 배, 감귤 등의 과일류를 중국산으로 인식하여 한국산 인식화 및 차별화가 어려움	• 감귤 상자를 기존 상자보다 단단한 칼러상자나 플라스틱 상자로 개선 • 파렛트작업 요청 • 백화점 출하방식으로 고급스럽게 소포장하여 과실별로 한국산임을 보여주는 포장표시 부착: 날개별 “made in Korea” 스티커 부착

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 9.).

그림 3-6. 대극동러시아 수출 농산물 상품성 손상 및 포장개선 사례

< 컨테이너 감귤상자 파손 사례 >	< 감귤 부패과 발생 사례 >
< 감귤 소포장 플라스틱 포장 사례 >	< 단감 플라스틱상자 출하 사례 >

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 9.).

5. 유통경로 및 판로 개척

5.1. 유통경로

러시아 시장으로 수입되는 농산물의 유통경로 및 구조를 파악함으로써 효과적인 수출시장 진출방안을 모색하는 것이 필요하다.

청과물 및 화훼류는 러시아소재 수입회사에서 한국의 수출조직으로 수출물량을 주문하고, 한국 수출조직에서는 주문물량에 따라 물량 확보와 상품화작업을 수행한다. 한국에서 상품화되어 출하·선적된 상품은 연해주 블라디보스톡 항구에서 검역 및 통관 과정을 거친다(그림 3-9 참조).

러시아 항구에서 검역 및 통관을 완료한 상품은 차량으로 보관창고로 수송되어 보관·저장된 후 대형도매업체나 중도매상이 주문한 물량에 따라 납품하고 대형도매업체나 소매상에서 소비자들에게 판매된다. 소비자들의 수요 및 구입 증감에 따라 주문물량을 조절한다.

청과물은 연해주지역의 대형도매조직을 거치지 않고 대형유통업체로 직접 납품하는 경우도 많다. 그러나, 화훼류는 대부분 러시아에 주재하고 있는 도매업체의 물류창고에 집결시킨 후 배분하는 과정을 거치고 있다.

극동러시아에서 품질이 우수한 상품들은 대체로 백화점이나 대형판매점에서 판매되고, 품질과 가격이 상대적으로 낮은 상품은 도매시장에서 중도매상들에 의해 판매된다.

블라디보스톡 항을 통하여 수입된 농산물은 연해주내 타 지역의 수요 수준에 따라 일부 물량을 배분시키고 있다. 주로 하바롭스크, 우수리스크, 사할린, 캄차카, 콤소몰리스크 등으로 분배된다.

수입 화훼류의 주문 및 배분과정을 살펴보면 소매업체가 사전에 도매업체로 필요 물량을 주문하고 도매업체는 수입회사로 수입 국가별, 품목별 필요물량 주문, 수입회사는 수입국가로 주문하여 수출국에서는 주문물량을 도매업체로 발송하는 과정을 거친다. 이때 도매업체에 집결된 물량은 소매업체별 주문내용에 따라 품종별, 색깔별로 상자 작업(대형도매업체 물류창고 선별장)하며 소매업체는 화훼류 도매업체를 방문하여 물량을 인수하는 절차를 거친다.

그림 3-7. 극동러시아 화훼수입 도매업체의 물류센터



<수입화훼 도매업체 물류센터>



<저온저장고의 중국산 장미>

그림 3-8. 블라디보스톡 항구 하역장

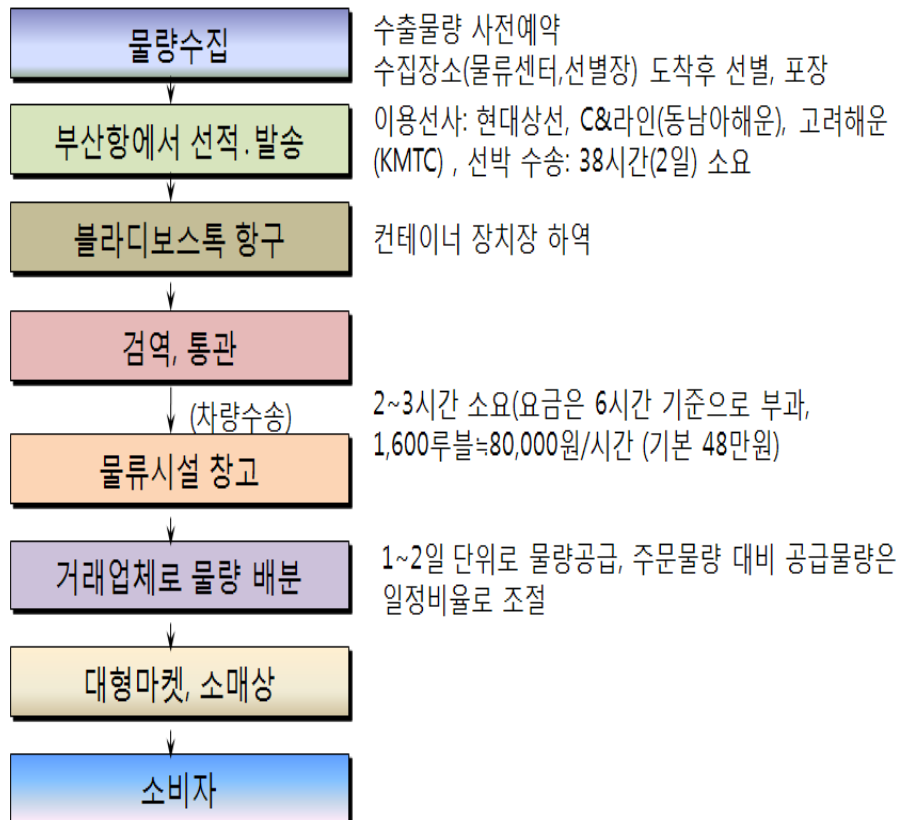


< 블라디보스톡 항구 하역장 >



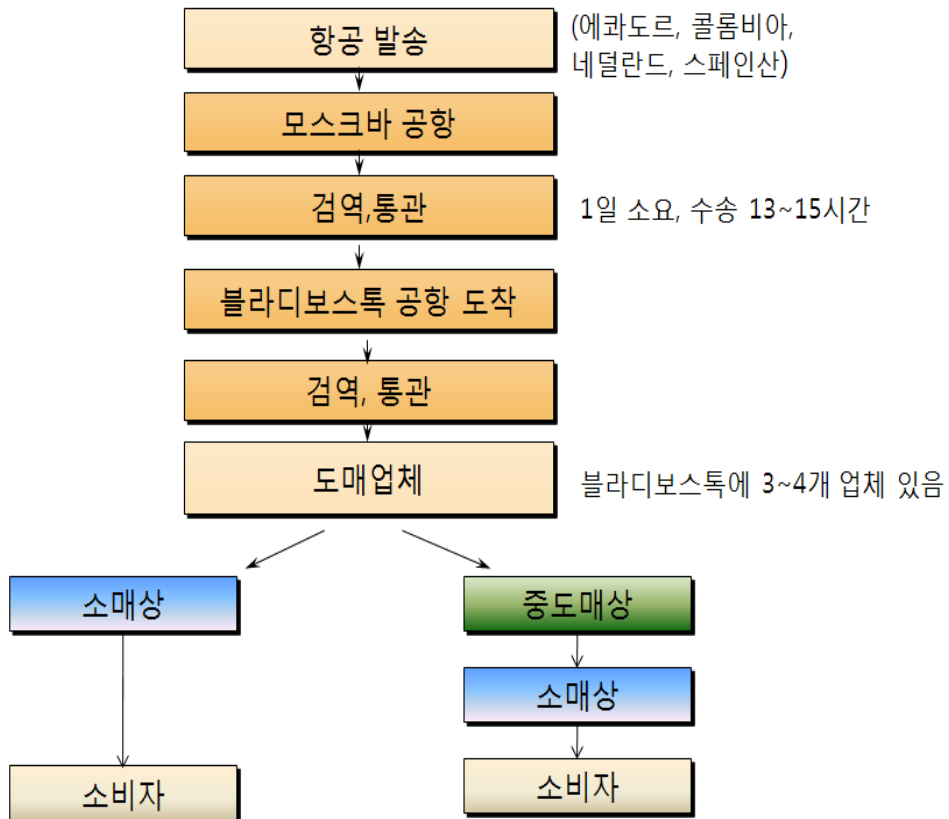
< 블라디보스톡 역 >

그림 3-9. 극동러시아 수입청과물 유통경로(블라디보스톡항 경유)



자료: 한국농촌경제연구원 현지조사(2008. 9.).

그림 3-10. 러시아 수입화훼류 유통경로(모스크바 공항 경유)



자료: 한국농촌경제연구원 현지조사(2008. 9.).

5.2. 유통업체 판로개척 방안

5.2.1. 대형유통업체 진출 방법

가. 대형도매회사 연계

러시아 지역으로 수입되는 농산물은 대부분 대형도매회사나 수입회사를 경유하여 배분, 유통되고 있다. 특히 농식품 가공제품류와 화훼류는 대부분 대형도매회사를 경유하여 조달되는 거래체계이므로 시장 개척 및 진출을 위해서는 대형도매회사와의 거래가능성과 거래 조건을 우선적으로 협의할 필요성이 높다.

기존에 구축된 유통채널에 진입하는 방안이므로 수수료 등의 시장진입 비용이 비싸지만 수출 시장 진출 및 거래 안정성이 높을 것으로 예상된다. 대형판매점의 농산물 구매담당자들은 한국산 농산물이 러시아시장으로 진출하기 위해서는 가격측면에서 중국산에 비해 너무 비싸지 않아야 한다고 강조한다.

나. 대형판매점 직거래 진출

러시아에 있는 수입회사를 경유하여 대형판매점에 납품 및 판매하는 방안이다. 기존에 구축된 농산물 유통채널에서 다소 벗어나 도매업체를 경유하지 않는 거래 유형이다. 청과물의 경우 현지 법인설립 수입회사에서 대형판매점과 직접 접촉하여 거래를 시작하고 시장을 확대하는 사례가 많으므로 대형판매점과 밀착도가 높은 수입회사와 연계하여 수출하는 방법이다. 농식품의 가공제품이나 화훼류보다는 청과물 등 신선농산물에

서 이 유형을 선택할 수 있는 가능성이 높다.

다. 품질 및 물량조절

대형판매점의 농산물 구매담당자는 한국산 농산물의 품질이 우수하지만 신선도가 낮은 편이며 가격이 높다고 평가하고 있다. 신선도를 높이고 고품질 상품으로 러시아 고급시장에 진출하는 방안이 효과성이 높을 것으로 판단된다. 한편, 현재 극동러시아의 시장규모가 크지 않고 한국산 농산물 인지도도 높지 않기 때문에 물량비중을 단계적으로 높여가는 전략이 바람직하다.

라. 원활한 대금결제

수입업체에서 대형판매점 등에 물건을 납품한 뒤 대금결제가 순조롭지 못하여 거래관계가 끊기거나 파산하는 경우가 있다. 대금완납에 대한 불안감은 늘 상존하고 있으므로 유연하게 대응하는 것이 필요하다.

대체로 대금결제 조건은 납품 물건이 전부 판매되고 난 후 30일 후 결제하며, 미판매 물건에 대해서는 100% 반납하는 조건이다. 보통 유통업체 수수료는 30%를 지불한다.

농산물의 경우 대형판매점의 주문량을 전량 납품할 경우 재고가 발생하고 반품되는 경우가 많으므로 주문량의 일정 비율 수준으로 낮추어 공급량을 조절하는 것이 필요하다.

5.2.2. 홍보 및 판촉

극동러시아 현지의 수입회사와 대형 판매업체들이 한국산 농산물을 수입, 판매하는 과정에서 겪는 큰 어려움 중에 하나가 한국산 농산물에 대한 인지도가 낮다는 점이다. 극동러시아 시장에서 인지도가 매우 낮음에도 불구하고 홍보, 판촉활동은 미미한 것으로 평가하고 있다.

1회성 홍보 및 수출로는 시장개척 및 정착이 어려울 것이므로 한국산 농산물의 인지도를 높이고 품질 우수성을 알리기 위해 지속적인 홍보와 판촉활동을 요구하고 있다. 또한, 한국산 농산물을 러시아 시장에 꾸준히 공급하는 전략과 실천을 요구하고 있다.

홍보와 판촉활동이 필요한 이유를 사례로 살펴보면, 첫 번째 사례로 한국산 멜론에 대한 인지도가 부족한 것을 개선시켜야 하는 내용이다. 메론은 브라질, 우즈베키스탄 등의 국가에서 수입된 노란멜론이 완숙도와 당도가 높을 것으로 인식하는 소비자들이 대부분이다. 반면, 한국산 메론은 초록색이기 때문에 미완숙된 것으로 인식하는 경우가 많다. 따라서 현지 소비자들을 대상으로 시식 및 홍보활동을 통하여 초록색 메론에 대한 이미지 및 인식을 개선시킬 필요가 있다.

또 다른 예로 러시아인들은 ‘밤’ 자체는 매우 좋아한다. 하지만, 밤을 굽는 방법이나 칼을 이용하여 잘라서 속을 먹는 방법을 잘 모르고 있다. 그래서 밤을 구워먹는 방법이나 칼로 잘라서 속을 파서 먹는 방법을 시연, 홍보하는 것이 필요한 실정이다.

홍보, 판촉 활동의 효과를 높이기 위해서 극동러시아에 주재하고 있는 대형판매업체나 수입회사에 제안하는 내용은 다음과 같다.

- ① 한국산 농산물의 홍보, 판촉 타깃은 고품질, 고가격 판매 전략으로 백화점이나 대형판매점의 고급수요층을 겨냥하는 것이 효과적이다.
- ② 홍보 및 판촉활동은 일시적이거나 단발성이 아닌 매년 지속적으로 수행해야 한다. 품목별로 주출하기 직전 1회 실시 등 연간 2회 정도가 필요하다.
- ③ 홍보, 판촉 시기는 품목별 수요가 높은 시기에 수행하는 것이 효과적이다. 화훼류는 여성의날(3월 8일), 발렌타인데이(2월 14일) 시즌 이전에 실시하고 과일류는 설명절(양력 1월 1일) 이전에 실시하는 것이 효과가 높은 것으로 나타났다.
- ④ 홍보, 판촉 행사기간에 생산기술교육, 꽃꽂이 강습, 한국문화 교육, 시식 방법 등을 병행하여 실시하는 것이 효과적이다.
- ⑤ 신고 등의 동양배는 껍질을 깎을 줄 모르는 경우가 많기 때문에 배 절

단 및 깎는 도구를 이용해 손쉽게 먹을 수 있음을 홍보해야 한다.

5.2.3. 공공기관 연계

러시아 지역에 이미 진출해있는 한국 기업이나 공공기관과 연계하거나 이들을 활용할 필요가 있다. 현지에 진출해 있는 한국 기업이나 공공기관은 현지 소비자들의 소비행태, 선호 품목 및 속성들과 유통업체 관련자들에 대한 정보를 가지는 경우가 많으므로 이를 잘 활용할 경우 정보수집이나 시장진출 활동을 효과적으로 수행할 수 있다.

현지에 진출해있는 공공기관들은 kotra, 영사관, 한국관광공사, 농수산물유통공사 등이 있다. 이들 공공기관으로부터 시장정보, 통역자, 바이어명단, 대형판매점 명단, 조사관련 업무들을 지원받을 수 있다.

6. 수출 거래체계

6.1. 농산물 수출 거래체계

농산물을 극동러시아 시장으로 수출하는 과정에서 누가 주체적으로 주도하여 수출입 거래 시발점이 되고 어떤 방식으로 수출 거래가 이루어지는지를 조사하였다. 수출입 거래 시스템에 대해 수출 거래체계와 거래의 특징을 살펴보기 위하여 수출거래 체계 유형을 네 가지로 구분하여 살펴보았다.

유형 I의 거래체계는 「국내 생산자 조직 ↔ 수입회사(거래주체) ↔ 러시아 유통업체(자체 판매점)」경로를 거친다. 이 유형은 러시아에 소재하고 있는 수입회사가 수출 및 수입의 거래를 주도적으로 수행한다. 한국과 러

시아 사정을 잘 아는 사람이 대표이사를 맡고 러시아 회사법인에 한국어를 잘하는 러시아인을 직원으로 두고 있다. 수입회사가 주도적으로 수익가능성이 높은 품목을 발굴하고 한국의 생산자조직과 공급 가능성을 협의한다. 거래계약이 타결될 경우 생산자조직에서 물량수집 및 상품화하여 러시아로 물량을 발송한다. 수입업체는 한국의 생산자 조직(공급자)에게 수입 상품 물량, 선별 및 포장방법 등을 알려주며, 러시아 수입에 관련되는 서류작성, 검역·통관에 관련된 업무를 수행하고 수입물량을 도소매업체에 배분하는 역할을 수행한다.

유형 II의 거래체계는 「한국 생산자조직(수출 주체) ↔ 러시아 현지법인 ↔ 유통업체 공급」형태이다. 이 유형은 한국의 생산자조직에서 러시아 현지법에 법인을 설립·운영함으로써 수출업무를 주도적으로 수행하고 있다. 현지법인에 한국어를 할 수 있는 러시아인을 직원으로 두고 있다. 수출시장에 현지법인을 설립하여 시장정보 파악과 러시아 유통채널 진입, 시장 개척 및 확대에 유연하게 대응할 수 있다. 러시아 시장에서 수입 상품의 수요물량 예측 및 한국으로 주문, 통관 등의 수입 업무, 러시아에 도착된 물량 배분 등의 업무를 러시아에 주재하는 현지법인 직원이 주도적으로 수행하고 있다.

유형 III은 「국내 생산자조직(무역업무 수행) ↔ 바이어(러시아 소재) ↔ 러시아 유통업체」거래체계이다. 이 유형에서 생산자조직의 국내무역사무소에서 수출을 주도적으로 시도한다. 러시아로 수입되는 물량규모를 결정하거나 수입관련 업무를 수행하는 주체는 러시아에 소재하고 있는 수입회사이다. 국내생산자조직에서 수출물량을 증대시키거나 러시아 수출시장의 정보를 얻는 등 안정적 거래기반 구축에는 러시아에 소재하는 바이어와의 관계에 의해 결정될 가능성이 많다.

유형 IV는 「국내 생산자조직 ↔ 수출업체 (한국 소재) ↔ 바이어 (러시아 소재) ↔ 러시아 유통업체」거래체계이다. 한국에 소재하고 있는 수출업체와 러시아 소재 수입업체가 연계하여 수출품목 발굴 및 수출을 수행한다. 주로 한국의 생산자나 생산자 조직의 수출 의향에 따라 수출업체를 경유하여 수출시장으로 물건을 발송한다. 주로 수출거래 초기이거나 단발성 수출인 경우가 많다.

표 3-26. 농산물 수출입 거래 유형과 거래체계

구분	수출입 거래 체계	수출입 거래 특징	해당 사례
유형 I	▪ 국내 생산자(조직) ↔수입회사(주체) ↔러시아 유통업체 (및 자체 판매점)	• 한국인이 러시아에 수입회사법인 설립 • 수입회사에서 러시아 시장정보 수집 및 시장판로 확보 • 수입회사에서 한국의 공급여건 파악 및 생산자조직과 협의 • 수입회사가 수출거래 주체 역할 • 국내 생산자조직에서 수입회사로 시장진출 가능성 협의	• 브리즈
유형 II	▪ 국내 생산자조직 (수출업무 수행) ↔러시아 현지법인 (유통업체 공급)	• 국내 생산자조직에서 러시아시장에 현지법인 설립, 운영 • 생산자조직이 수출거래의 주체 역할 수행 • 현지법인에서 시장정보 파악, 러시아 자체 유통망 개척 및 확대 • 러시아의 기존에 구축된 유통채널 진입이 용이	• 로즈피아
유형 III	▪ 국내 생산자조직 (무역업무 수행) ↔수입회사 (러시아 소재) ↔러시아 유통업체	• 국내 생산자조직에서 자체적으로 무역업무 수행 • 생산자조직이 수출거래의 주체 역할 수행 • 러시아 소재 수입회사와 거래 • 시장정보 파악과 안정적 거래기반 미약	• 제주감협 • (주)경남무역
유형IV	▪ 국내 생산자조직 ↔ 수출업체 (한국 소재) ↔ 바이어 (러시아 소재) ↔ 러시아유통업체	• 한국에 소재하고 있는 수출업체와 러시아 소재 수입업체 연계 • 한국 수출업체가 수입업체와의 협의에 따라 물량 조달 • 수출거래 초기이거나 단발성 수출인 경우가 많음	• 개별 조합이나 영농조합법인 등 수출초기 조직

자료: 한국농촌경제연구원 조사자료(2008. 9.).

6.2. 농산물 수출거래 유형별 장단점

농산물 수출 거래 유형별 장단점을 살펴봄으로써 각각의 수출 주체별 여건에서 어떠한 방식으로 수출시장에 접근하는 것이 효율적인지를 살펴 보았다. 수출거래 체계의 유형 I은 수출시장 진출을 시도하는 초기단계에서 다양한 수출 농산물의 마켓테스트, 시장개척 활동에 효과가 높은 유형이다. 이 유형의 가장 큰 장점은 러시아 현지법인을 통하여 수출시장의 정보를 신속하게 파악하고 현지 대형판매점과의 밀착도를 높임으로써 다양한 상품들의 시장개척을 시도할 수 있다는 점이다.

반면, 유형 I의 단점은 러시아에 현지법인을 운영하기 때문에 조직 운영비용이 증가한다는 점, 한국에 안정적인 생산 및 공급기반이 없기 때문에 수출 품목 및 물량을 다양한 조직에서 공급받아야 하는 점, 품질 및 안전성 향상을 위한 생산관리가 어렵고 안정적으로 수출 물량을 확보하기가 어렵다는 것이다.

유형 II는 러시아 시장과 국내에서 회사를 설립하여 운영하기 때문에 유형 I과 마찬가지로 운영비용이 증가한다는 문제점을 가지고 있다. 하지만 수출국 시장에서 정보 취득과 판로업체와의 네트워크화가 용이하다는 장점이 있다. 그리고 공급자 측면에서 수출상품의 생산 및 품질관리가 용이하고 수출국 수요 및 주문물량 변화에 탄력적으로 대응할 수 있다는 장점이 있다. 따라서 수출거래 유형 중 가장 안정적으로 정착된 유형이다.

유형 II의 단점은 생산자 조직에서 생산, 공급하는 수출품목이 제한되어 있기 때문에 컨테이너 단위로 물량을 채우지 않고 물량을 출하함으로써 수송비용이 증가하는 경우가 많다는 것이다. 또 수출품목이 제한되어 있어 연중 수출가동이 어렵다는 단점이 있다.

유형 III은 국내 생산자조직을 통하기 때문에 수출 상품의 생산 및 품질관리와 수출물량 확보가 용이하다는 장점이 있다. 그리고 수출국 시장에 별도의 회사를 운영하지 않기 때문에 수출거래의 운영비용을 줄일 수 있

다는 장점도 있다. 또한, 수출업체 입장에서 수입국의 다양한 조건을 지닌 바이어와 거래할 수 있다.

그러나, 러시아의 수입업체와 거래관계를 지속적으로 유지하기가 쉽지 않고, 수출시장 정보 파악과 물량조절이 수입업체에 의해 결정되는 경우가 많아 거래의 지속성 및 안정성을 유지하기도 어렵다.

유형 IV는 수출업체와 수입회사 간에 두터운 신뢰관계가 형성될 경우 효율적으로 운영할 수 있는 거래체계이다. 그러나 수출상품에 대한 정보 인식의 차이가 발생할 가능성이 크고 수출 및 수입 회사 간에 신뢰관계를 지속적으로 유지하기가 어렵다.

현재 극동러시아에 대한 한국산 농산물 진출은 초기 단계이다. 극동러시아에서 한국산 농산물의 인지도가 약한 편이어서 인지도를 계속 높여 나가야 하는 과제를 안고 있다. 이러한 여건 하에서 유형 I 과 유형 II의 수출조직 및 거래 체계와 연계하여 수출을 시도하는 것이 시장진출 실패 가능성을 줄이고 안정성을 높이기에는 적합한 것으로 판단된다.

표 3-27. 농산물 수출거래 체계 유형별 장·단점

유형 구분	장점	단점
유형 I	◦ 국내 수출여건과 수출국 수입여건 파악 용이 ◦ 수출국 시장동향의 지속적 파악과 거래유지 가능 ◦ 수출국 거점시장을 기반으로 시장 권역별의 네트워크 구성 용이 ◦ 다양한 품목의 수출상품 개척 용이	◦ 수출시장 법인 운영 비용 증가 ◦ 품목별 수출물량을 다양한 조직에서 납품받아야 함 ◦ 수출물량의 안전성 제고, 안정적인 확보 관리 어려움
유형 II	◦ 수출국 시장정보 파악, 현지 활동, 네트워크 구축 용이 ◦ 수출 상품의 품질관리, 물량확보 기반이 갖추어져 있음 ◦ 수출물량 조절, 운송수단 선택에 탄력적으로 대응 가능	◦ 단일품목 수출인 경우 컨테이너 단위로 수출하지 못하는 경우가 많음 ◦ 주 수출품목이 단일품목이어서 연중수출가동 체제가 어려움
유형 III	◦ 수출 상품의 품질관리, 물량확보 기반 구축 용이 ◦ 수출국 법인 운영비용 절감 ◦ 다양한 조건의 바이어 연계 가능성이 큼	◦ 수출시장 정보파악, 물량 조절이 수입국 바이어에 의해 결정되는 경우가 많음 ◦ 안정적인 거래관계 유지 어려움
유형 IV	◦ 수출입 주체간의 운영비용의 슬림화 ◦ 상호간의 신뢰가 높을 경우 가장 효율성이 높은 운영 유형임	◦ 수출상품 정보 공유 및 공감대 형성이 미흡할 가능성이 큼 ◦ 수출업체와 수입회사 상대간의 신뢰관계의 지속적 유지가 쉽지 않음

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 9.).

1. 극동러시아 수출 애로 및 개선사항²⁹

1.1. 조사 개요

본 조사의 목적은 극동러시아 시장으로 농산물을 수출하는 과정에서 발생하는 수출 애로사항과 개선 사항을 파악하고 수출확대 방안을 도출하는 것이다. 대상은 극동러시아 수출 실적이 있거나 수출에 관심이 있는 국내 수출업체 10개 업체를 대상으로 하였다. 극동러시아로 농산물을 수출해본 경험이 있는 업체는 대부분 포함되었다.

주요 조사항목은 수출업체별 러시아 수출실적, 수출 관심 품목, 러시아 농산물 수출 절차별 문제점과 건의사항, 수출 기능별 애로사항과 개선사항, 러시아 수출시장 성장 전망에 관한 내용 등이다. 조사기간은 2008년 9월~10월이며 현장 방문 및 심층면담 방법을 이용하여 실시하였다.

²⁹ 본 장의 농산물 수출애로사항, 성공 및 실패사례 분석내용은 한국산 농산물을 극동러시아로 수출하고 있는 국내 수출업체와 극동러시아에서 농산물을 수입하고 있는 수입업체를 대상으로 2008년 9~11월까지 실시한 설문조사와 면담 조사 결과에 근거하여 작성함.

1.2. 수출 애로사항

러시아 농산물 수출업체의 수출애로 사항은 품목별로 구분하여 살펴볼 수 있다. 우선, 수출 담당자들은 다른 농산물에 비해 상대적으로 저장성이 높은 품목군인 감귤의 경우 수출물량의 안정적인 수집과 수출농가 및 단지 관리에 대한 이해부족, 포장 및 상품화 관리의 어려움 등을 지적하였다. 대체로 한국산 과실류의 수출실적은 연도별 국내 수급여건 및 국내가격에 따라 영향을 크게 받는 편이다. 이러한 경향에 따라 감귤도 국내 가격 등락에 따라 농가들이 수출에 참여하거나 기피하는 현상으로 인해 수출량 변동이 크기 때문에 물량 확보가 불안정한 실정이다. 특히 노지 감귤의 경우 주 출하 시즌인 11월과 12월에만 주로 수출이 이루어지기 때문에 수출물량을 증대시키기 어려운 경우가 많다.

한국산 토마토, 멜론, 딸기 등의 과채류는 극동러시아 시장에서 한국산에 대한 인지도가 낮은 한편, 저장성도 낮은 품목 군에 속한다. 이들 품목들을 수출할 때 발생하는 주요 문제점은 시장판매 촉진활동의 부족과 과도한 판촉홍보 비용 부담 문제, 선별·포장·상품화 과정에서의 상품성과 신선도 유지가 어려운 점들로 나타났다. 극동러시아 시장에서 한국산 농산물을 수입하는 업체에서는 판매촉진을 위해 백화점이나 대형판매점 등에서 자체적으로 시음회 또는 판촉행사를 실시하는데, 이 때 행사 진행 비용을 모두 자체 부담해야하는 경우가 많은 것으로 나타났다³⁰. 한편 러시아는 통관기간이 길기 때문에 딸기나 메론 등의 과채류는 통관기간 동안 신선도가 낮아지고 품질 수준이 떨어져 판매가 어렵거나 부진한 사례도 발생하고 있다³¹.

³⁰ 일부 업체의 경우 우리나라 수출업체에게 과도한 행사비를 요구하는 경우도 있다고 함.

³¹ 예를 들어 딸기는 3일이 지나면 품질이 떨어져 적정가격에 팔기 어려운 문제가

장미, 국화 등의 화훼류는 농산물 특성상 생산 및 공급시기가 일정 기간에 제한되어 있고 생산에서 소비단계까지 저온 유통이 요구되는 품목이다. 화훼류는 수출 물량을 안정적, 지속적으로 공급하기 위한 물량수집이 어렵다는 것이 문제점으로 나타났다. 이어서 화훼의 선별·포장·상품화 작업을 위한 저온선별 및 유통시설이 부족하다는 의견이 많았다. 다음으로 수출실무에 대한 교육이 부족하여 수출농가 및 단지 관리가 어렵다는 것도 애로사항으로 지적되었다.

국내 수출용 화훼 재배 단지의 경우 현재 시설이 노후화된 편이며, 체계적인 관리가 미흡한 실정이다. 또한 생산지역에서 자체 선별·포장하여 수출하고 있지만 고품질 상품 수출과 클레임 절감을 위한 포장, 상품화 과정도 시급히 개선되어야 할 것으로 나타났다.

김치는 수출용 컨테이너 적재 시 저온유지와 선별, 포장, 상품화관리가 어렵다는 문제가 주요 애로사항으로 나타났다. 김치는 포장시 가스가 발생해 부풀거나 팽창하여 포장하기 힘들며, 컨테이너 적재시 $-2^{\circ}\text{C}\sim-3^{\circ}\text{C}$ 를 유지해야 하기 때문에 한 컨테이너에 다른 상온유통 가능 품목과 같이 적재하여 운송하기가 어렵다. 따라서 수송시 냉장컨테이너가 확보되어야 하며 보관 시 온도관리가 가능한 냉장창고가 반드시 필요하다.

쌀의 경우 수출에 장애가 되는 요인으로선 선별, 포장, 상품화 여건의 미흡(훈증소독³² 및 포장디자인 개선)과 시장마케팅 및 수출 시장 정보 부족을 꼽았다.

있음.

³² 포장이 완료된 제품을 96시간동안 훈증 소독하는 절차로 현재 러시아 수출시 지켜야 할 필수 의무조항임.

표 4-1. 극동러시아 수출 주요 애로사항

구분	품목	주요 애로사항	품목 특징
과실류	감귤	① 수출물량의 안정적 수집 ② 수출농가·단지관리 이해 부족 ③ 선별, 포장, 상품화 애로(상품성저하)	① 저장성이 상대적으로 있는 품목군
	배	① 시장마케팅 활동 부족 ② 판촉홍보 비용이 많이 소요 ③ 선별·포장·상품화(상품성 저하, 신선도 유지)	① 러시아 시장에서 한국산 인지도가 낮음 ② 저장성이 낮은 품목군
과채류	토마토, 멜론, 딸기		
화훼류	장미, 국화	① 수출물량 수집: 안정적, 지속적 물량공급 애로 ② 선별, 포장, 상품화 ③ 수출농가 및 단지관리: 수출실무 교육 부족	① 생산시기가 계절적임 ② 신선도가 요구되는 품목군
가공식품	김치	① 컨테이너에 적재시 저온 유지 필요 - 소량물량일 경우 냉장컨테이너 이용 어려움 ② 선별, 포장, 상품화 - 포장시 'gas' 발생으로 부풀거나 팽창하여 포장 애로 ③ 시장마케팅 활동 부족	① 포장기술과 저온유통이 요구되는 품목군
곡류	쌀	① 선별, 포장, 상품화(훈증소독 및 포장디자인) ② 시장 마케팅 ③ 판촉홍보	① 청결성 요구 ② 한국산 품질수준 인식 부족 품목군

주: ① ② ③ 번호는 애로사항의 순위임.

자료: 한국농촌경제연구원 면접조사결과(2008. 9.).

1.3. 개선사항

1.3.1. 수출절차별 개선사항

향후 러시아로 농산물 수출을 확대하기 위해서는 수출 절차별, 기능별로 현재 잠재되어 있는 요구사항들을 발굴하여 개선해 나가야 한다. 수출농가 및 단지관리에 있어서 개선해야 될 요인들은 수출농가 및 작목반, 수출단지에 대한 지속적인 교육과 관리인 것으로 나타났다. 화훼류는 규모화된 수출단지를 구축해야 하며 컨설팅업체를 통한 생산자 교육 자료와 생산·수출 매뉴얼 제작이 시급한 것으로 나타났다.

수출물량을 안정적으로 확보하기 위해서는 수출 참여농가와 수출 단지에 대한 인센티브를 부여하여 안정적인 수출참여를 유도하고 국내가격 상승시에도 물량을 연중 안정적으로 수집할 수 있는 조직 및 시스템이 중요한 것으로 나타났다.

수출 상품의 선별과 포장, 상품화 과정을 품목별로 살펴보면 감귤의 경우 다양한 포장단위로 차별성과 상품성을 높여야 하는 것으로 나타났다. 딸기는 신선도를 제고시킬 수 있는 포장 및 상품화 기술 개발이 필요하다. 화훼류는 클레임 절감을 위한 선별, 포장방법을 개발하고 쌀은 불필요하다고 생각되는 훈증소독 항목을 제거 할 수 있는 방안을 러시아 당국과 협의하는 것이 필요하다.

가공 및 저장시설 개선사항에서 김치는 러시아 현지에 가공시설, 보관 및 저장시설이 설치되어야 하는 것으로 나타났다.

시장 마케팅활동에서 발생하는 문제점들을 개선하기 위해 현지 바이어를 지속적으로 초청하여 상담회를 개최하는 행사를 지원하고, 해외시장 조사 참여 지원 프로그램을 확대해야 하는 것으로 나타났다. 또한 러시아 현지어를 능숙하게 하는 인력, 구체적인 시장 및 유통정보의 제공, 수출지역에 진출해 있는 관련기관의 기능 및 협조 확대가 이루어져야 한다는 요구

가 많았다.

판촉·홍보 부문에서는 지속적이고 꾸준한 판촉 홍보가 가능하도록 지원이 필요하고 신 시장 개척정보 제공과 판촉행사시 정산조건 완화 방안 등이 제시되었다.

표 4-2. 극동러시아 시장 농산물 수출 절차별 개선사항

수출 단계	품목	개선사항
1) 수출농가 및 단지관리	감귤	◦ 수출농가, 작목반, 수출단지에 대한 지속적인 교육 및 관리 필요
	화훼	◦ 규모화(연합)된 수출단지 구축 필요 ◦ 컨설팅업체를 통한 생산자 교육자료 및 매뉴얼 제작, 보급 필요
2) 수출물량 수집	감귤	◦ 수출참여 농가 및 수출단지에 대한 인센티브 부여로 수출참여 유도
	딸기	◦ 국내가격 변동시에도 지속적인 물량확보 필요
	화훼	◦ 규모화된 수출재배단지에서 연중수집시스템 구축
3) 선별·포장·상품화	감귤	◦ 다양한 포장 단위로 차별성 및 상품성을 높임
	딸기	◦ 신선도 제고할 수 있는 포장 및 상품화 개발
	화훼	◦ 클레임 절감을 위한 선별, 포장방법 등 필요
	쌀	◦ 불필요하다고 생각되는 훈증소독 항목 제거방안을 러시아 당국과 협의
4) 가공	김치	◦ 러시아 현지에 가공시설, 보관 및 창고시설 필요
5) 마케팅	감귤	◦ 지속적인 현지 바이어 초청 상담회 개최 지원 ◦ 해외시장 조사 참여 지원 프로그램 확대
	토마토, 멜론	◦ 러시아 언어, 유통, 시장 등 현지정보 제공
	딸기	◦ 구체적인 시장 정보 제공, 시장자료 update
	장미, 국화	◦ 현지진출 관련기관 기능 확대
6) 홍보·판촉	감귤	◦ 지속적이고 꾸준한 판촉홍보 및 지원 필요
	배, 토마토, 멜론	◦ 시장정보 제공 ◦ 신 시장 개척 경비 지원
	딸기	◦ 전체적인 마케팅 정보 제공
	장미, 국화	◦ 판촉행사 정산 조건 규정 수정 필요

자료: 한국농촌경제연구원 면접조사결과(2008. 9.).

1.3.2. 기능별 건의사항

농산물 수출 증대를 위해서는 경쟁력 제고, 물류기능 개선, 마케팅 등의 기능별 측면에서 다양한 노력이 투입되어야 할 것이다. 수출업체들이 제시하는 수출증대를 위한 기능별 건의사항은 다음과 같다. 가격경쟁력을 제고시키기 위해서는 생산 원가를 절감할 수 있는 기술개발 연구가 요구되고, 품질경쟁력을 증대시키기 위해서는 다양한 품종 개량이 필요하다.

수출상품의 안전성을 제고시키기 위해서는 GAP 농가들을 적극적으로 수출에 참여시켜야 하는 것으로 나타났다. 수확후 관리기술을 개선하기 위해서는 긴 수송기간 동안 신선도를 유지하며 유통기간을 연장할 수 있는 기술개발이 이루어져야 할 것이다.

물류여건과 비용절감을 위해서는 수출기간에 저온 수송을 위한 선박의 냉장컨테이너를 확보할 수 있어야 하며, 국내 운송비, 선박 및 항공 운송비를 절감할 수 있는 방안이 필요한 것으로 나타났다. 또한 러시아 항구 주변에 저온저장할 수 있는 물류기지의 설치 및 운영에 대한 요구가 많았다. 대부분의 수출업체들은 극동지역의 물류기지 및 수출기지 구축이 향후 대 러시아 및 모스크바 시장 진출의 교두보 역할을 할 수 있는 중요한 기반이 될 것으로 전망하고 있다.

표 4-3. 극동러시아 시장 농산물 수출증대를 위한 건의사항

구분	수출증대를 위한 건의사항
가격·품질 경쟁력 제고	◦ 원가 절감방법 연구, 품종 개량 필요 ◦ 물류비용 절감방안(항공운임 과다)
수출상품의 안전성 확보	◦ GAP 농가 수출참여 장려
수확후 관리기술개선	◦ 장시간 신선도 유지 및 유통기한 연장기술 개발 ◦ 클레임 절감을 위한 생산, 관리기술(포장 등 포함) 개선
물류시설 및 비용 절감	◦ 수출시준 운송 물류시설(선박냉장컨테이너) 확보 ◦ 국내운송비 및 선박(항공) 운송비 절감을 위한 방안 필요 ◦ 러시아 블라디보스톡 물류기지 설치, 운영: 수출 기지 구축후 모스크바 공략 전략 필요(현지 냉장창고, 냉장컨테이너 확보)
통관	◦ 통관에 필요한 서류가 너무 많음. 간소화 필요 ◦ 수출 매뉴얼 작성, 보급 - 러시아 시장 진입시 발생하는 절차, 문제, 해결방법 등
대형판매점 연계	◦ 현지 시장에 대한 정보 제공 ◦ 대형판매점을 활용한 홍보행사 실시 - 바이어와 연계된 수출보다 러시아내 물류기지구축에 의한 자체 통관, 공급, 대형판매점과 연계한 시스템이 효율적임
수입업체, 소비자정보	◦ 수출시장 정보제공을 위한 국내 초청 설명회 필요 ◦ 공공기관에서 정보 분석을 통한 자료 제공

자료: 한국농촌경제연구원 면접조사결과(2008. 9.).

1.3.3. 건의사항 해결방향

수출 확대를 위한 관련업체들의 건의사항을 검토함으로써 문제 접근 및 해결 방안을 효율적으로 수행할 수 있을 것이다.

수출 상품의 가격 및 품질경쟁력 제고, 안전성 제고는 시간과 인적노력이 지속적으로 요구되는 사항이다. 특히, 경쟁력을 제고시키기 위해 현재 주어진 재배여건을 개선하는 노력뿐만 아니라 중장기적으로 재배기술, 저장 및 수확후 관리기술을 개발할 수 있도록 연구개발에 대한 지원도 필요하다.

수출물량의 안정적 확보는 생산자 및 수출업자 노력과 조직화 규모에 따

라 결정될 수 있는 사항이다. 생산자 조직에서 산지유통센터를 경유하는 생산자 및 작목반 중심으로 수출의 필요성과 효과에 대한 교육을 강화하고 국내 수급여건에 제약을 덜 받고 수출물량을 확보하여 지속적으로 수출을 추진할 수 있는 조직 구성 및 노력이 필요하다.

수출상품에 대한 운송 및 물류비용은 최근에 고유가 등의 영향으로 부담이 더욱 커진 부분이다. 운송 및 물류비용은 국제유가와 선사비용, 항공운임 기준에 의해 요금이 부과되기 때문에 개별적으로 물류비용을 줄이기는 쉽지 않다. 다만, 정부 부처간 협의에 의해 운송 및 수송을 보다 효율적으로 수행할 수 있는 체계를 마련하고 수송 및 운송비용을 절감할 수 있는 방안을 강구하는 것이 필요하다.

극동러시아 현지 물류여건은, 한겨울에는 극심한 저온으로 인해 과실류, 과채류 등이 상온에서 저장될 경우 원물이 얼어버리고, 여름 및 가을기간의 상온에서는 저온 저장되지 않을 경우 빨리 부패해버리는 문제점이 있다. 따라서 국내 수출업체들이 러시아로 농산물을 수출할 때 신선도 및 상품성을 유지하기 위해서, 정책적으로 저온저장 물류시설을 설치하여 임대하여 운영하는 방안에 대해 적극적으로 검토할 필요가 있다.

러시아 소비자들의 구입행태, 선호 등 수출시장 정보는 농수산물유통공사 등의 정부기관 차원에서 지속적으로 파악하여 제공할 수 있을 것이다. 대형할인점과의 홍보 및 판촉, 판매 연계성을 높이기 위해서는 대형할인점 구매담당자와 도매업체 상담에 의해 정보를 수집하고 판로를 개척할 수 있는 방안을 모색해야 한다.

통관절차를 개선하기 위해서는 우선 일차적으로 수출업체 및 수입업체들이 필요한 서류의 작성과 제출에 빈틈이 없어야 신속한 통관이 가능할 것이다. 그리고 국가적인 차원에서 통관절차를 간소화하고 신속하게 추진하기 위해서는 정부 차원에서 통관절차 간소화를 위한 MOU체결 등 국가간 협의가 필요하다.

표 4-4. 수출확대 건의사항에 대한 해결방안

부문	검토의견
◦ 가격 및 품질경쟁력 제고 ◦ 품질 안전성 확보	◦ 시간과 인적노력이 요구되는 항목
◦ 수출물량 안정적 확보	◦ 생산자 및 수출업자 노력에 의해 개선 가능
◦ 물류비용 절감	◦ 국제유가, 선사비용 기준 영향이 큼 ◦ 정부 부처간 협의에 의해 효율적 수출체계 개선 및 운송비용을 절감할 수 있는 방안 모색 필요
◦ 물류시설여건 개선	◦ 정책적 차원에서 현지 물류시설 설치 및 임대 운영 가능성 검토 필요
◦ 소비자정보수집, 대형판매점 판매 연계	◦ 유통업자, 도매업체 상담을 통한 정보 수집과 판로 개척 노력 필요
◦ 통관절차 개선	◦ 러시아와 한국의 국가적 차원의 해결사항임 - 한국정부 차원에서 통관절차 간소화를 위한 협의 필요

자료: 한국농촌경제연구원 면접조사결과(2008. 9.).

1.4. 수출 성장 가능성

극동러시아로 수출하는 국내 업체들을 대상으로 향후 수출 전망을 조사한 결과, 수출증가율이 가장 클 것으로 예상되는 품목은 감귤, 딸기, 장미 등의 순으로 나타났다. 이들 품목의 향후 3년간 수출 예상 증가율은 약 300~500% 수준일 것으로 나타나서 수출이 급속하게 늘어날 것으로 예상된다.

반면, 토마토, 멜론, 김치 품목들은 수출증가율이 상대적으로 적지만 3년간 50% 정도 증가할 것으로 예상하고 있다. 향후 극동러시아 농산물 수출은 과실류의 감귤, 과채류의 딸기, 화훼류의 장미를 중심으로 빠르게 증가할 전망이다.

표 4-5. 러시아 시장 수출품목별 성장 전망

구분	품목	향후 3년간 증가율
과실류	감귤	300%
	배	50%
과채류	토마토, 멜론	50%
	딸기	500%
가공식품	김치	35%
화훼류	장미, 국화	300~600 %
곡류	쌀	100%
축산	돼지고기	100%

자료: 한국농촌경제연구원 면접조사결과(2008. 9.).

2. 경제성 분석

2.1. 청과물

현재 극동러시아로 농산물을 수출하는 업체가 많지 않으며 시장 진출 초기단계이기 때문에 수출상황에 따라서 수익과 손실의 편차가 큰 편이다. 청과물의 경우, 극동러시아 백화점이나 대형판매점에서 비교적 고가에 팔리고 있는 편이다. 하지만, 선박이나 항공편을 통해 수송하는 과정에서 품질 및 상품성이 훼손되는 경우가 많다. 또한, 현지 소비자들의 한국산 농산물에 대한 인지도나 선호도에 대한 예상이 빗나가 판매가 부진하여 손실이 발생하는 사례도 있다. 수출업자의 면담결과에 따르면, 수출 수익은 평균적으로 30% 정도 발생하는 것으로 조사되었다.

극동러시아 현지에 법인을 설립하고 한국산 농산물을 수출하여 판매하

는 국내 수출업체의 수익성을 분석한 결과, 한국산 멜론 수출가격은 극동 러시아 소재의 대형판매업체 구입가격의 58.3%, 수출 수입은 31.3%, 물류 및 관세비용은 10.4%로 나타났다.³³

배의 경우 대형판매업체 판매가격에서 원가가 차지하는 비율은 63.9%로 멜론보다 다소 높았으며 물류 및 제세금 비용은 11.1%로 멜론과 비슷하였으나 수입업체 수입은 25.0%로 다소 낮은 것으로 나타났다.

딸기는 항공으로 수송하여 수출하는 경우 물류 및 제세금 비용의 비중이 39.3%로 매우 높아진다. 수출상품 원가 비중은 28.6%를 차지하며 수출회사 수입은 32.1%이다. 품목별 조사결과, 전반적으로 청과물 수출의 수익성은 30% 내외 수준인 것으로 나타났다.

한편, 한국에서 극동러시아 시장으로 농산물을 수출하는 과정에서 수익이나 비용이 변동되는 요인들은 여러 가지가 있다. 물류비용 측면에서 극동러시아 블라디보스톡 항구로의 선박수송비용은 출발 항구와 선사, 선박에 따라 차이가 있다. 부산항에서보다 속초에서 출발하는 경우 컨테이너당 20~30만원이 더 비싼 것으로 나타났다. 물류비용에는 선사 및 항공 수송비용뿐만 아니라 현지에서 저온저장 창고로 수송하는 비용, 저온저장창고 임대비용도 소요된다.³⁴

청과물 수송 도중이나 판매과정에서 부패로 인한 손실 등으로 인해 미 판매율이 최대 50% 수준일 때도 있는 것으로 조사되었다. 그밖에 판매과정에서 한국산 농산물끼리 혹은 경쟁국 농산물 간에 수출시기가 겹치거나, 재고물량으로 인한 판매 경합 및 가격하락 경쟁이 발생하는 경우도 있는 것으로 나타났다.

³³ 메론은 2008년 1월, 배는 2008년 11월 기준임. 화훼류는 2008년 평균 기준임.

³⁴ 수출업체 조사결과 저장창고(2℃ 유지) 임대비용으로 40피트 기준 110~120만원을 지급하고 있음. 40피트 컨테이너에는 청과물 20톤을 적재하는 것이 가능하나 실제로는 10톤 수준 저장이 가능함.

표 4-6. 극동러시아 시장 수출 수익성 분석(메론, 선박수송)

단위: 원/8kg

항 목	가격 및 비용	비중
한국 구입원가(A)	28,000원	58.3%
제비용(B)(유통비용+관세 등)	5,000원	10.4%
대형판매점 구입가격(C)	48,000원	100.0%
대형판매점 소매가격(D)	62,400원	C+(C*30%)
수출입회사 수입(E=C-B-A)	15,000원	31.3%

주 1) 2008년 1월 한국에서 선박수송, 극동러시아 판매 상품 기준임.

2) 1달러=1,500원, 1루블=40원으로 산정함.

3) 메론 크기는 8kg 1상자에 4~6개 들어있음.

4) 대형판매점 소매가격(D)은 대형판매점 구입가격, 즉 수입업체 판매가격(C)의 30%를 추가한 가격에 판매하기로 수입업체와 대형판매업체간에 협의하여 결정함.

5) 자료수집의 제약으로 제비용의 항목별 구체적인 비용은 제시하지 않음.

6) 수출입회사 수익에서 정부나 지자체의 물류비 보조비용은 산정하지 않음.

자료: 극동러시아 현지법인설립 한국인 농산물 수출업체 면담조사(2008. 11.).

표 4-7. 극동러시아 시장 수출 수익성 분석(배, 선박수송)

단위: 원/15kg

항 목	가격 및 비용	비중
한국 구입원가(A)	23,000원	63.9%
제비용(B) (유통비용+관세 등)	4,000원	11.1%
대형판매점 구입가격(C)	36,000원	100.0%
대형판매점 소매가격(D)	46,800원	C+(C*30%)
수출입회사 수입(E=C-B-A)	9,000원	25.0%

주 1) 2008년 11월 한국에서 선박 수송, 극동러시아 대형판매점 판매상품 기준임.

2) 1달러=1,500원, 1루블=40원으로 산정함.

3) 대형판매점 소매가격(D)은 대형판매점 구입가격, 즉 수입업체 판매가격(C)의 30%를 추가한 가격에 판매하기로 수입업체와 대형판매업체간에 협의하여 결정함.

4) 자료수집의 제약으로 제비용의 항목별 구체적인 비용은 제시하지 않음.

5) 수출입회사 수익에서 정부나 지자체의 물류비 보조비용은 산정하지 않음.

자료: 극동러시아 현지법인설립 한국인 농산물 수출업체 면담조사(2008. 11.).

표 4-8. 극동러시아 시장 수출 수익성 분석(딸기, 항공수송)

단위: 원/kg

항 목	가격 및 비용	비중
한국 구입원가(A)	8,000원	28.6%
제비용(B)(유통비용+관세 등)	11,000원	39.3%
대형판매점 구입가격(C)	28,000원	100.0%
대형판매점 소매가격(D)	36,400원	$C+(C*30\%)$
수출입회사 수입($E=C-B-A$)	9,000원	32.10%

주 1) 2007년 1월 구입, 항공수송 기준임.

2) 1루블=40원으로 산정함.

3) 대형판매점 소매가격(D)은 대형판매점 구입가격, 즉 수입업체 판매가격(C)의 30%를 추가한 가격에 판매하기로 수입업체와 대형판매업체간에 협의하여 결정함.

4) 자료수집의 제약으로 제비용의 항목별 구체적인 비용은 제시하지 않음.

5) 수출입회사 수익에서 정부나 지자체의 물류비 보조비용은 산정하지 않음.

자료: 극동러시아 현지법인설립 한국인 농산물 수출업체 면담조사(2008. 11.).

2.2. 화훼류

2.2.1. 장미

수출 장미의 평균 구입원가는 500원, 수출가격은 선박수송의 경우 구입원가의 140%인 700원으로 나타났다. 극동러시아 도매업체의 구입가격은 블라디보스톡 도착가격과 통관비용에 수입 바이어 마진 30%를 추가한 금액으로 1,206원이다. 극동러시아 도매업체 구입가격에서 한국 농가의 수출원가 비중은 41.5%, 수출 제비용 비중은 27.0%이다. 소매시장 판매가격은 도매가격의 282%이다. 국내 수출업체의 수익은 수출가격의 8.9%인 62원으로 나타났다<표 4-9 참조>.

장미의 수송방법에 따라 수익성을 비교해 본 결과, 항공 및 선박 이용

시 소매가격은 3,400원으로 동일하지만 항공수송 비용의 증가로 인해 수출 제비용 비중은 항공수송(42.2%)이 더 큰 것으로 나타났다. 따라서 국내 수출업체의 손익을 추정하여 볼 때 선박수송의 수익이 항공을 이용하는 경우보다 높은 것으로 나타났다.

2.2.2. 국화

선박수송을 이용하여 국화를 수출할 경우 국내 수출업체의 수출가격은 600원, 수출 제비용은 272원(24.4%)이며 극동러시아 도매가격은 단위당 1,114원으로 나타났다. 소매가격은 2,800원으로 도매가격의 251% 수준이다. 수입바이어 수익은 442원으로 39.7%를 차지하며, 국내 수출업체의 수익은 62원으로 수출가격의 10.3%로 조사되었다.

반면 항공으로 수출하는 경우 수출가격은 850원으로 농가구입가격의 213%이며 수출 제비용 비중이 43.7%인 650원이다. 따라서 수입 바이어의 수익은 선박수송(39.7%)보다 항공의 경우(29.4%)에 더 감소하는 것으로 나타났다. 국내 수출업체의 수익 비중도 선박수송은 15.5%이지만 항공수송의 경우 6.6%로 큰 차이를 보였다.

2.2.3. 백합

백합을 선박수송으로 수출하는 경우 농가 구입가격은 1,100원으로 극동러시아소재 수입도매업체 구입가격의 45.9%, 수출제비용은 573원으로 23.9%를 차지한다.

수출가격은 단위당 1,400원으로 농가 구입가격보다 27% 더 높다. 소매시장 판매가격은 5,200원으로 도매가격의 218%이다. 백합을 선박으로 수송하는 경우 국내 수출업체의 수익은 170원으로 수출가격의 12.1%를 차지한다. 하지만 항공 수송시 수입업체 도매가격은 2,587원이며, 이중 농가 구입가격은 1,100원으로 42.5%를 차지하며, 수출 제비용은 1,018원으로 39.4%이다. 소매가격은 5,200원으로 수입업체 도매가격의 2배 수준에서

거래된다. 항공수송은 환율이 1\$에 1,000원일 경우 단위당 105원의 손실이 발생하지만, 환율이 상승할 때는 수익이 발생한다.

2.2.4. 품목별, 수송수단별 비교

화훼류 수출 품목들 중에서 농가구입가격은 백합(1,100원), 장미(500원), 국화(400원) 순으로 높다. 선박수송의 경우 단위당 제비용이 높은 품목은 백합, 장미, 국화 순이다. 수입업체 도매가격 기준으로 수출 제비용 비중은 장미(27.0%), 국화(24.4%), 백합(23.9%) 순으로 나타났다.

농가구입가격 대비 수출가격이 높은 품목은 국화(150%), 장미(140%), 백합(127%) 순서로 높다. 도매가격 대비 소매시장 판매가격을 비교하면 장미(282%), 국화(251%), 백합(218%) 순으로 높아 현지 유통마진과 비용이 더 큰 것으로 추정된다.

항공으로 수송하여 수출하는 경우에도 농가 구입원가와 소매시장 가격은 같은 것으로 나타나고 있다. 하지만 도매가격은 항공수송이 더 비싼 것으로 나타나고 있다. 장미의 수입업체 도매가격은 선박수송시 1,206원이나 항공수송을 할 경우 1,716원으로 상승하며, 국화도 1,114원에서 1,489원, 백합은 2,390원에서 2,587원으로 높다.

수출 제비용도 항공수송이 선박수송보다 거의 2배 내외로 더 높게 나타났다. 장미의 경우 수출 제비용이 차지하는 비중이 선박수송일 경우 27.0%에서 항공수송일 경우 42.2%로 높아졌다. 국화의 경우 각각 24.4%에서 43.7%로, 백합은 23.9%에서 39.4%로 높아졌다.

국내 수출업체의 수익은 선박수송이 항공수송보다 더 높다. 장미의 선박수송시 단위당 수익은 62원이지만 항공수송의 경우 17원이었으며, 국화는 각각 85원과 56원이다.

표 4-9. 극동러시아 시장 수출 수익성 분석(장미)

단위: 원/본

항 목		선 박 수 송		항 공 수 송	
		가격 및 비용	항목별 비중	가격 및 비용	항목별 비중
농가 구입원가(A) ¹⁾		500원	41.5%(A/D)	500원	29.1%
수출 제비용	소계(B)	325원	27.0%(B/D)	725원	42.2%
	국내 수송비용 ²⁾	33원		22원	
	선적 제비용 ³⁾	5원		13원	
	국가간 수송비 ⁴⁾	60원		369원	
	관세 ⁵⁾	210원		280원	
	러시아 통관비용	5원		20원	
	러시아 수송비	13원		20원	
국내 수출업체 수출가격(C)		700원	140%(C/A)	1,000원	200%
수입업체 도매가격(D) ⁶⁾		1,206원	100.0%	1,716원	100.0%
소매시장 소매가격(E) ⁷⁾		3,400원	282%(E/D)	3,400원	198%
수입바이어 수익(F=D-B-A)		381원	31.5%(F/D)	491원	28.6%
국내 수출업체 손익 ⁸⁾ (G)		62원	8.9%(G/C)	17원	1.7%

주 1) 2008년 평균 판매물량 및 가격기준임. 선박수송의 본당 수출가격은 0.7\$, 항공수송은 1.0\$로, 1달러=1,000원=25루블로 산정함.

2) 국내 수송비용은 40피트 컨테이너당 130만원임. 항공 수송비용은 산지에서 인천공항까지 회당 33만원, 평균 운송량 2만본 기준임.

3) 선적 제비용은 물류회사의 선박 선적, 항공선적 비용임.

4) 국내 선박수송의 본당 비용산정은 40ft 컨테이너 40,000본 선적 기준, 40ft 컨테이너당 240만원 기준임. 항공 수송비는 4,800원/13본/1kg 기준임.

5) 관세는 수출가격의 28%, 러시아 통관비용은 회당 200\$, 러시아 현지 부두에서 물류센터까지 수송비용은 회당 500\$로 산정함.

6) 러시아 수입업체 도매가격은 블라디보스톡 도착가격+러시아통관비용+바이어마진을 포함한 가격임. 블라디보스톡 도착가격은 선박수송의 경우 0.75\$, 항공수송의 경우 1.0\$임. 바이어마진은 (수출가격+통관비용+수송비용)×30%로 산정함.

7) 소매시장 소매판매가격은 수입 도매업체 수입가격 대비 기준임.

8) 수출자 손익은 선박수송의 경우 수출가격-(국내운송료+선적제비용+선박운송료+농가정산가격)-선별비(40원)임. 항공수송의 경우 수출가격-(국내운송료+공항제비용+항공운송료+농가정산가격)-선별비(80원)임.

9) 수출입회사 수익에서 정부나 지자체의 물류비 보조비용은 산정하지 않음.

자료: 극동러시아 화훼류 수출 국내업체 면담조사(2008. 11.).

표 4-10. 극동러시아 시장 수출 수익성 분석(국화)

단위: 원/본

항 목		선 박 수 송		항 공 수 송	
		가격 및 비용	항목별 비중	가격 및 비용	항목별 비중
농가 구입원가(A) ¹⁾		400원	35.9%(A/D)	400원	26.9%
수출 제비용	소계(B)	272원	24.4%(B/D)	650원	43.7%
	국내 수송비용	22원		22원	
	선적 제비용	3원		13원	
	국가간 수송비 ²⁾	40원		320원	
	관세	195원		255원	
	러시아 통관비용	3원		20원	
	러시아 수송비	8원		20원	
국내 수출업체 수출가격(C)		600원	150%(C/A)	850원	213%
수입업체 도매가격(D)		1,114원	100.0%	1,489원	100.0%
소매시장 소매가격(E)		2,800원	251%(E/D)	2,800원	188%
수입바이어 수익(F=D-B-A)		442원	39.7%(F/D)	438원	29.4%
국내 수출업체 손익 ³⁾		85원	10.3%(G/C)	56원	6.6%

주 1) 2008년 평균 판매물량 및 가격기준임. 선박수송의 본당 수출가격은 0.6\$, 항공수송의 경우 0.85\$임.

2) 국내 선박수송의 본당 비용산정은 40ft 컨테이너 60,000본 선적 기준임.

3) 수출자 손익은 선박수송의 경우 수출가격-(국내운송료+선적제비용+선박운송료+농가정산가격)-선별비(50원)임. 항공수송의 경우 수출가격-(국내운송료+공항제비용+항공운송료+농가정산가격)-선별비(40원)임.

4) 수출입회사 수익에서 정부나 지자체의 물류비 보조비용은 산정하지 않음.

자료: 극동러시아 화훼류 수출 국내업체 면담조사(2008. 11.).

표 4-11. 극동러시아 시장 수출 수익성 분석(백합)

단위: 원/본

항 목		선 박 수 송		항 공 수 송	
		가격 및 비용	항목별 비중	가격 및 비용	항목별 비중
농가 구입원가(A) ¹⁾		1,100원	45.9%(A/D)	1,100원	42.5%
수출 제비용	소계(B)	573원	23.9%(B/D)	1,018원	39.4%
	국내 수송비용	43원		35원	
	선적 제비용	7원		13원	
	국가간 수송비 ²⁾	80원		480원	
	관세	420원		450원	
	러시아 통관비용	7원		20원	
	러시아 수송비	17원		20원	
국내 수출업체 수출가격(C)		1,400원		1,500원	
수입업체 도매가격(D)		2,390원	100.0%	2,587원	100.0%
소매시장 소매가격(E) ³⁾		5,200원	218%(E/D)	5,200원	201%
수입바이어 수익(F=D-B-A)		723원	30.2%(F/D)	469원	18.1%
국내 수출업체 손익 ⁴⁾		170원		-105원	-

주 1) 2008년 평균 판매물량 및 가격기준임. 선박수송의 본당 수출가격은 1,400원, 항공수송의 경우 1,500원임.

2) 국내 선박수송의 본당 비용산정은 40ft 컨테이너 30,000본 선적 기준임.

3) 소매시장 소매판매가격은 수입 도매업체 수입가격 대비 기준임.

4) 수출자 손익은 선박수송의 경우 수출가격-(국내운송료+부두선적 제비용+선박운송료+농가정산가격)임. 항공수송의 경우 수출가격-(국내운송료+공항제비용+항공운송료+농가정산가격)의 계산값은 -105원으로 손해이지만 실제로 흑자가 발생함. 수출가격은 1.5\$, 1\$=1,000원으로 산정하였으나 실제로 환율이 이보다 높기 때문임.

5) 수출입회사 수익에서 정부나 지자체의 물류비 보조비용은 산정하지 않음.

자료: 극동러시아 화훼류 수출 국내업체 면담조사(2008. 11.).

표 4-12. 극동러시아 시장 화훼류수출 수익성 분석(품목별 비교)

단위: 원/본

품목	항 목	선 박 수 송		항 공 수 송	
		가격 및 비용	항목별 비중	가격 및 비용	항목별 비중
장미	농가 구입원가(A)	500원	41.5%(A/D)	500원	29.1%
	수출 제비용(B)	325원	27.0%(B/D)	725원	42.2%
	수출 가격(C)	700원	140%(C/A)	1,000원	200%
	수입업체 도매가격(D)	1,206원	100.0%	1,716원	100.0%
	소매시장 소매가격(E)	3,400원	282%(E/D)	3,400원	198%
	수입바이어수익(F=D-B-A)	381원	31.5%(F/D)	491원	28.6%
	국내 수출업체 손익	62원	8.9%(G/C)	17원	1.7%
국화	농가 구입원가(A)	400원	35.9%(A/D)	400원	26.9%
	수출 제비용(B)	272원	24.4%(B/D)	650원	43.7%
	수출가격(C)	600원	150%(C/A)	850원	213%
	수입업체 도매가격(D)	1,114원	100.0%	1,489원	100.0%
	소매시장 소매가격(E)	2,800원	251%(E/D)	2,800원	188%
	수입바이어수익(F=D-B-A)	442원	39.7%(F/D)	438원	29.4%
	국내 수출업체 손익	85원	14.2%(G/C)	56원	6.6%
백합	농가 구입원가(A)	1,100원	45.9%(A/D)	1,100원	42.5%
	수출 제비용(B)	573원	23.9%(B/D)	1,018원	39.4%
	수출가격(C)	1,400원	127%(C/A)	1,500원	136%
	수입업체 도매가격(D)	2,390원	100.0%	2,587원	100.0%
	소매시장 소매가격(E)	5,200원	218%(E/D)	5,200원	201%
	수입바이어수익(F=D-B-A)	723원	30.2%(F/D)	469원	18.1%
	국내 수출업체 손익 ⁷⁾	170원	12.1%(G/C)	56원	-

자료: 극동러시아 화훼류 수출 국내업체 면담조사(2008. 11.).

3. 시장개척 및 진출사례

극동러시아 시장으로 수출이나 수입을 시도하여 성공·실패한 사례, 마케팅 개선 사례를 살펴보고 시장 진출 가능성과 진출 방법, 위험 등에 대한 구체적인 정보를 제공하고자 한다. 또한, 국내 수출정책에서 발생하는 문제점을 해결하기 위해 제도적으로 개선된 내용들도 제시한다.

3.1. 시장진출 성공사례

3.1.1. 시장조사 및 마켓테스트를 통한 시장개척

가. 수출현황

식품가공 H업체는 2005년 업체대표가 직접 러시아 국립대학에서 김치에 대해 강의를 하고 자체적으로 체험 실습교육을 주최하면서 러시아 시장 진출에 관심을 갖게 되었다. 당시 대학생들의 폭발적인 호응과 관심으로 김치 전시 및 관련 체험행사를 성공적으로 마쳤다.

이 업체는 그 후에 한국관광공사가 개최한 박람회에 참여하여 수출가능성을 검토하기 시작했다. 적극적인 현장 조사와 함께 롯데백화점, CJ, 오픈마켓 등 국내 대기업들의 시장 자료를 분석하고 한국식품 전문바이어와 상담을 통해 의견을 수렴하는 등 다양한 분야에서 수출 가능성을 조사하였다.

이러한 충분한 사전조사를 거쳐 2008년부터 본격적인 마켓테스트를 실시하였다. 현재 유통공사를 통해 바이어를 소개받아 김치를 수출하고 있으

며, 수출대상 지역은 사할린에 한정하여 공급하고 있다.

표 4-13. 극동러시아 시장 김치 수출업체 개요

업체	식품가공 H업체
수출품목	김치
수출물량('08년)	20톤
수출단계	마켓테스트

H업체의 러시아 김치 수출이 차지하는 비중은 전체 매출의 5% 미만이다. 수출은 부산에서 사할린으로 운송하고 있는데, 사할린은 러시아 다른 지역보다 운송기간이 상대적으로 짧고 컨테이너 단위로 물량을 채워서 수송이 가능하다는 장점이 있다.

일반적으로 김치에 적합한 냉장컨테이너 크기는 20feet³⁵이며 적합한 보관 온도는 -2℃~-3℃이다. 김치는 다른 농식품과 달리 소량 물량을 수출할 때도 보관 특성상 냉장 컨테이너에 적재해야 하는데 20feet 냉장컨테이너를 확보하기 힘들다는 애로점이 있다.

개별 냉장 컨테이너가 없을 경우 다른 제품과 함께 적재해야 하는데 보관 온도를 별도로 설정해야 하기 때문에 혼합수송이 어렵다는 단점이 있다. 수출용 김치의 포장형태는 벌크(10~15kg)로 수송하고 소포장은 러시아 현지에서 직접 수행하고 있다.

김치 수출시 통관과정에서 제출해야 할 서류는 기본 무역관련 서류들과 위생검사증명서, 원산지 증명서, 상업송장(invoice) 등이다³⁶. 서류 준비 상에서 특별한 문제는 없지만 위생증명서 발급시 CTR Far East³⁷라는 민간

³⁵ 컨테이너 운임비는 20feet기준으로 3천 달러임.

³⁶ 수출 품목별로 차이는 있지만 공통적으로 러시아 통관시 세관신고서, 상업송장(invoice), 포장리스트(패킹 리스트), 원산지증명서, 안전증명서(필요시), 위생검역증¹(필요시), 보건부등록증(필요시) 등을 제출해야 함.

³⁷ CTR Far East는 러시아 표준 위원회 (GOST)와 SGS Korea가 만든 합자 회사임(2000. 4.). CTR은 러시아로 수출되는 한국과 극동, 남아시아 제품의 인증과 시험을 담당하고 있음. CTR은 러시아 표준 위원회로부터 승인된 해외 독립 인증

업체에서 인증서 발급을 대행하고 있다. 그러나 포기김치, 맛김치 등 개별 품목별로 위생증명서 발급비용은 250만원이 소요되어 비용이 많은 편이므로 업체에서는 비용부담을 피하기 위해 다품목보다는 소품목에 한정하여 대량으로 취급하고 있는 실정이다.

그림 4-1. 극동 러시아 시장 김치 수출 절차



자료: H업체 면담결과

한편 러시아 김치 관세율은 40%로 높은 편이며, 운송비 등 물류비를 고려할 때 아직까지는 러시아 수출의 수익률은 낮은 실정이다. 현재 H업체의 김치 수출은 마켓테스트 단계이며, 향후 1~2년 후에 수출 정착 및 성공 여부를 평가할 수 있다.

사할린의 주 김치 소비층은 중상류층 현지인(고려인)으로 이들을 중심으로 김치에 대한 수요가 높은 편이다. 러시아 현지인들이 김치에 대한 선호도가 높은 이유는 지역 특성상 농산물 가격이 비싸고, 날씨가 춥기 때문에 매운 음식에 대한 거부감이 없으며, 식단의 웰빙화 영향으로 건강 식품에 대한 관심이 증가하였기 때문으로 파악된다.

기관이며 GOST 규정에 따라 제품 인증 및 시스템 인증을 처리하고 있음. 승인 가능한 품목은 강제 인증 품목 전체(전기, 전자 제품, 정보기술 기기, 기계, 석유 화학 제품, 식품, 원단, 장난감 등)임.

우리나라 김치는 관세율이 높기 때문에 러시아 판매가격은 국내가격보다 2배정도 비싼 편이다. 하지만 현지의 물가 수준이 높기 때문에 판매가격 수준에서 소비에 큰 부담감은 없는 편이다. 우리의 주 경쟁국인 중국산 김치와 비교하였을 때도 한국산 김치는 가격 및 품질 경쟁력에서 모두 우위에 있는 것으로 평가되고 있다.

표 4-14. 극동러시아 시장 김치 판매가격 비교

단위: 원/500g

생산국	판매가격
중국산 김치	7,000~8,000원
한국산 김치	5,500~5,600원

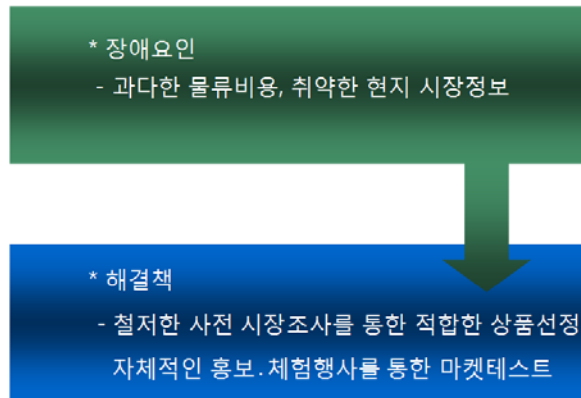
자료: H업체 면담결과.

나. 시사점

김치가 러시아 수출시장 진입을 성공적으로 수행할 수 있었던 것은 철저한 사전 시장조사와 현지 시식회, 체험회 등 자체 행사를 통해 충분히 정보를 수집했기 때문이다. 시장 진입 이후에도 이 업체는 현지 시식행사 등을 개최하여 판매 가능성을 지속적으로 점검하고, 전단광고와 한국식품전 등을 통한 적극적인 판촉활동을 지속적으로 추진하고 있다³⁸.

아직은 시장 진입 초기단계이지만, 웰빙 트렌드에 따른 현지인들의 ‘김치’에 대한 선호를 적절히 이용함과 동시에 가격 및 품질 경쟁력을 기반으로 한 적극적인 시장 마케팅 전략은 성공적인 수출에 큰 역할을 할 것으로 예상된다.

³⁸ 보통 판매액에 10% 정도를 홍보, 판촉활동에 투자하고 있음.



3.1.2. 현지 기후 및 풍토를 고려한 수출전략 성공³⁹⁾

수출국의 현지 환경을 토대로 사전에 수요를 예측함으로써 수출에 성공한 일본의 중고차 수출사례는 우리나라가 벤치마킹하여 활용할 수 있는 좋은 사례이다.

일본 중고차량 판매회사인 M사는 극동러시아 블라디보스톡의 기후 및 온도가 일본의 추운지방인 북부지역 홋카이도와 비슷한 점에 착안하여 혹한의 추위에서도 운행이 가능한 차량 수요가 있을 것으로 예상하고 중고차 수출을 추진하여 러시아 수출시장 진출에 성공하였다.

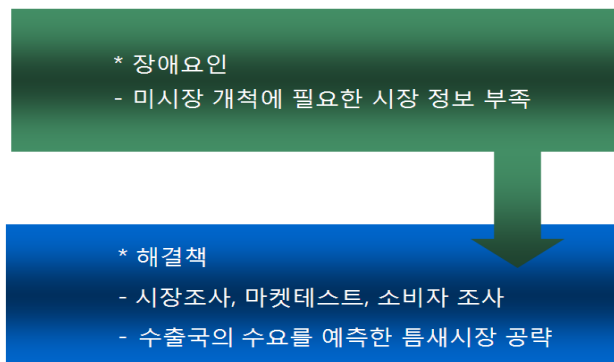
농산물의 경우 일본 JA 전농은 후쿠렌 딸기를 2007년 말부터 러시아에 시범 수출하기 시작하였다. 딸기는 기온이 높으면 쉽게 상하기 때문에 지금까지 아시아 각국에 대한 출하는 날씨가 추운 1~2월 시기에만 한정되었다. 하지만, 딸기가 제철을 맞이하는 3~4월에 수출을 늘리기 위해 현지 기후를 고려하여 러시아 북쪽시장을 개척하기 시작하였다.

일본 니이시와미 농협은 대만에서 식품안전에 대한 관심이 높아지는 시기에 재배이력이 확실하고 농약 및 화학비료 양이 기존의 절반인 “헬시 건장미”를 수출하기 시작했다. 니이시와미 농협은 마켓테스트단계에서 현지

³⁹⁾ 러시아 현지 출장결과(2008. 9.), 농림수산물식품부·농수산물유통공사. 『일본의 냉동기술을 활용한 농식품 수출과 일식 세계화』 내용을 참조하여 정리하였음.

백화점 시식을 통한 리서치를 바탕으로 소비자들의 평가를 반영하여 고급 백화점의 고소득자를 주요 타겟으로 판매하고 있으며 현재까지도 수출이 순조롭게 이루어지고 있다.

이와 같이 수출국의 기후와 풍토, 생산여건을 고려하여 틈새시장을 개척, 수요를 예측하고 수출한다면 위험부담을 줄일 수 있고 안정적으로 수출을 추진할 수 있음을 시사하고 있다.



3.2. 시장진출 실패사례

3.2.1. 수입물량 조절 실패 사례

가. 수입실패 사례

현지 수입업체 R업체와 B업체의 경우 멜론과 배의 소비패턴을 예측하지 못해서 판매 부진을 경험하였다. R업체의 경우 러시아에서 40feet 컨테이너 2개(40톤) 분량의 배를 수입하였으나 판매가 부진하여 결국 1개 컨테이너 물량은 인근 주요 도시로 이동해서 수입원가도 받지 못하고 판매했으나

손실액이 클 것으로 조사되었다.

실패원인은 러시아 소비자들이 한국산 신고 배를 잘 알지 못하여 인지도가 없는데다가 소비자들이 대부분 서양배 품종을 선호한다는 것을 파악하지 못했기 때문이다.

배와 마찬가지로 B업체에서 수입한 한국산 멜론도 6톤을 수입하였지만 현지 시식행사를 하면서 일부를 판매하고 일부는 판매하지 못하였다. 이 사례도 현지 소비자들의 한국산 네트 멜론에 대한 인식과 선호 수준을 고려하지 않고 판매가능성만을 높게 설정하였기 때문에 나타난 결과이다.

러시아 소비자들은 일반적으로 한국에서 출하되는 그린색 멜론에 대한 인지도가 낮아 익지 않은 과일이라는 선입관을 가지고 있다. 보편적으로 우즈베키스탄 등에서 수입되는 노랑고 긴 호박모양의 멜론이 완숙도 및 맛이 좋을 것으로 인식하여 선호도가 높은 편이다.

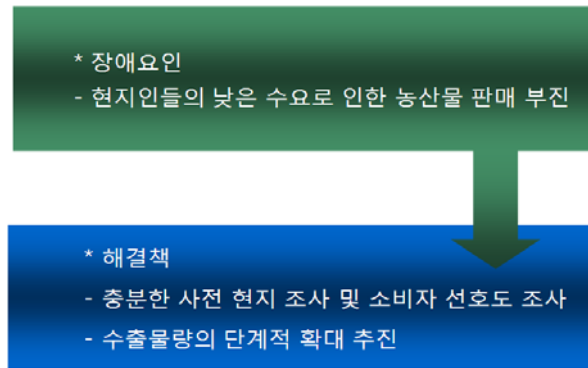
소비자 인지도가 낮아 한국산 멜론 판매가 부진하였으며 시식행사 종료 후에는 현지 저온저장시설을 확보하지 못하는 여건이어서 장기 판매가 어려웠고 결국 관련기관에 무료로 배분하는 시행착오를 겪었다.

나. 시사점

극동러시아는 한국산 농산물에 대한 인지도가 낮고 소비시장 규모가 작기 때문에 컨테이너 단위의 물량을 수출하기 위하여 충분히 시장 수요 수준을 검토해야 한다.

단일 품목당 물량을 소규모 단위로 운송할 경우 수송비가 비싸다는 단점이 있으나 소량 다품목 수출을 통해서 인지도를 점차 확대시키면서 수요증가 크기에 따라 물량을 증대시켜 나가야 한다.

앞의 사례들처럼 단위당 수송비용 단가를 낮추기 위해 컨테이너 단위물량으로 수출하는 것은 신중해야 한다. 현지 수출시장에서 소비자 테스트 및 검증, 인지도 제고, 선호도를 향상시키면서 수요의 증가에 따라 단계별로 수입을 확대시키는 것이 바람직하다.



3.2.2. 상품성 저하로 인한 실패사례

장기간 보관하거나 신선도 및 상품성이 떨어지는 저품질 상품을 러시아 시장에 수출함으로써 소비를 창출하지 못한 실패 사례도 있다.

한국산 사과를 품질 경쟁력이 높은 편이다. 하지만, A무역에서 저장기간이 오래되어 고유의 식미감 및 맛이 유지되지 않은 사과를 3~4월에 수출함으로써 소비자들에게 외면을 받아 판매가 부진하였다.

최근 일본 후쿠하루향 딸기도 보관 및 수송시 기온차이, 항공기 이착륙시 물리적인 외부 충격으로 인하여 딸기가 상하는 바람에 판매가 보류된 경험이 있다⁴⁰.

따라서 성공적인 농산물 수출을 위해서는 일차적으로 농산물 고유의 품질 속성이 제대로 평가 받을 수 있는 기간 내에 수출이 이루어지도록 노력해야 한다. 그리고 농산물의 신선도와 고유의 맛을 오래 유지할 수 있는 저장방법 및 기술을 개발함으로써 품질 고유의 속성을 유지시킬 수 있어야 한다.

⁴⁰ 자세한 내용은 농림수산식품부·농수산물유통공사. 『일본의 냉동기술을 활용한 농식품 수출과 일식 세계화』. 2008 참조.

3.3. 시장진출 정착사례

3.3.1. 수출 장애요인 극복사례

가. 수출 장애요인

극동러시아에 과채류를 수출하고 있는 C업체는 토마토, 멜론에 대해 마켓테스트 중에 있으며 딸기, 배는 수출 3년차의 시장 정착단계에 있다. 대부분의 수출업체들과 마찬가지로 저온 수송 및 냉장 보관 시설이 열악한 실정이기 때문에 운송비용은 많이 들지만 통관절차가 상대적으로 용이한 항공을 통해 운송하고 있다.

일반적으로 러시아의 경우 통관 소요기간이 길기 때문에 신선농산물의 경우 저온저장 체계가 미흡하여 신선도 및 품질 유지가 어려운 실정이다⁴¹.

표 4-15. 과일류 수출 C업체의 러시아 수출현황

	수출기간(월)	수출물량(톤)	수출경력(년)
딸기	2월~4월	4	3년
배	2월~4월	45	3년
토마토	3월~4월	6	2년
멜론	8월~9월	6.4	1년

주: 2007년도 수출물량 기준임.

자료: 수출업체 현지 면담자료(2008. 9.).

⁴¹ 예를 들어 딸기의 경우 공항에서 대기시간이 3일 소요될 경우 신선도가 크게 저하되어 품질 및 상품성이 낮아짐.

나. 극복방안

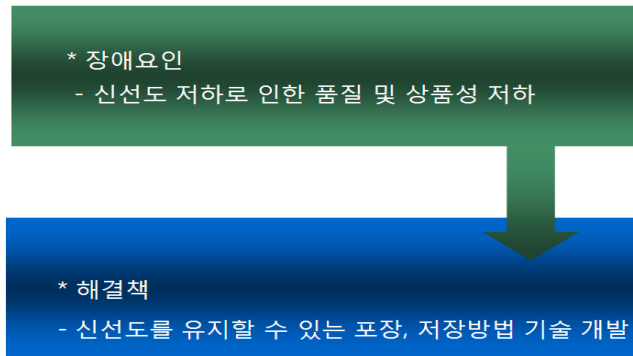
C업체는 딸기의 포장방법 개선과 운송수단 변경으로 신선도 관리의 어려움을 극복하였다. 처음에는 국내에서 포장, 출하되는 상자로 수출하였으나 도착할 때 부패되는 등 신선도 및 품질 유지가 어렵게 되었다. 이를 해결하기 위한 방안으로 냉동박스 스티로폼에 아이스 냉매제를 사용하여 항공수출을 함으로써 딸기의 신선도를 유지하는 데에 성공하고 지속적으로 수출을 확대하고 있다.

일본 후쿠시마현도 신선도 유지를 위한 항공편 수송을 염두에 두고 딸기를 겹치지 않게 포장할 수 있는 특수 용기(한 개씩 겹치지 않게 포장할 수 있는 뚜껑 달린 계란박스과 같은 용기)를 개발했다. 또한 딸기를 너무 숙성시킨 것을 수출할 경우 변색의 원인이 될 수 있기 때문에 조기에 수확하여 출하하고 있다. 공항에서의 온도관리도 냉장보관과 상온보관 두 가지 방법을 이용하는 등 더 나은 방법을 모색하고 있다⁴².

한편 JA 전농 토토리에서는 수출확대를 위한 방안으로 빙온⁴³ 기술을 활용해서 고품질 배를 대만에 수출하고 있다. 그밖에 일본에서는 슈퍼 개별 포장 기술을 개발하여 부추나 파 등의 청과물에 대한 신선도 유지기능을 갖추어 판매하고 있다.

⁴² 농림수산식품부·농수산물유통공사. 『일본의 냉동기술을 활용한 농식품 수출과 일식 세계화』. 2008 참조.

⁴³ 2003년부터 빙온 저장고를 건설하고 배 출하가 끝난 후에 비어 있는 빙온고를 이용해 당근, 브로콜리도 판매하고 있음. 냉장 보관보다 비용은 많이 들지만 안정된 품질을 유지할 수 있는 장점이 있음. 자세한 내용은 농림수산식품부 농수산물유통공사. 『일본의 냉동기술을 활용한 농식품 수출과 일식 세계화』. 2008. 참조.



3.3.2. 비관세장벽 해결 사례

가. 수출현황

러시아 시장 진입을 원활하게 추진하기 위해서는 기존에 구축된 현지 시장 유통경로 및 채널을 이용하는 것이 효율적인 것으로 보인다. 즉 시장진입까지 시간과 비용이 많이 소요되기 때문에 현지 유통채널 진입과 인적네트워크를 확대해 나가는 것이 필요하다.

러시아 화훼 수출업체 R은 처음 한국산 장미를 수출할 때 중도매상 바이어별로 300 송이씩 주문을 받아 소량 수출하였으나 현재 바이어당 1,000~1,500 송이를 수출하고 있다. 향후 1~2년 뒤에는 수요가 확대될 것으로 예상되어 컨테이너 단위 수출도 가능할 것으로 보인다.

하지만 업체가 모든 위험을 부담하는 입장에서 물량을 급격히 증가시키다 보면 위험부담이 높기 때문에 가급적 단계적으로 공급을 확대하는 방안을 선택하고 있다.

나. 수출정책 성공요인

러시아는 도시마다 행정절차 및 수출시스템이 독립적인 체계로 운영된다. 바이어 시스템도 지역마다 각각 다르기 때문에 소량 다품목을 수출하는 방식이 유리하다.

또한 비관세 장벽이 높기 때문에 신뢰도를 기반으로 한 현지 유통업체와의 유대 강화를 통해서 효과적으로 시장에 진출할 수 있다. 화훼 수출 R업체는 산지에서 약속을 어기는 경우가 있더라도 러시아 바이어와의 약속을 지킴으로써 신뢰를 구축하고, 수입관련업체와 연계를 통해 다양한 비관세 장벽들을 해결하여 시장에 성공적으로 진입할 수 있었다.

러시아에 현지법인을 설립하여 현지직원을 채용함으로써 시장동향 정보를 파악하고 인적네트워크를 형성한 것이 수출정책에 성공한 주요 요인으로 판단된다.

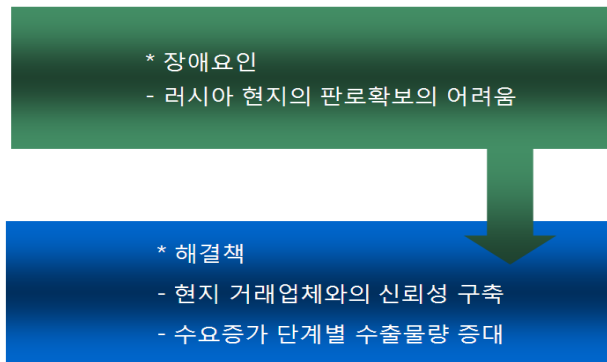
수출시장별로 소비자 인지도 및 선호도를 파악한 후 수요 증가에 맞추어 점진적으로 공급물량을 조직·확대해 나간다면 성공적으로 수출정책을 이룰 수 있을 것이다.

일본산 장미 시장진출의 비관세 장벽 사례

러시아는 일본산 장미 2개 컨테이너 물량을 극동러시아로 수입하였는데, 여기서 발견된 충해를 박멸하기 위해 수입물량 모두를 소각시킨 사례가 있음.

러시아는 수입 식물에 대해 2회에 걸친 병해충 검역을 실시하는데 3일 정도 소요되며, 병해충 발견에 따른 소각은 합법적인 조치임. 이와 같이 다양한 수단으로 시장 진입을 차단시키는 경우가 빈번함.

자료: 러시아 현지면담 조사결과. 2008. 9.



4. 마케팅 관련사례

4.1. 마케팅 활동사례

4.1.1. 수출현황

농산물 수출업체인 N사는 기존 수출시장의 경쟁심화로 인한 어려움을 극복하기 위해 시장 다변화와 신규시장 개척의 일환으로 러시아 시장에 진출하게 되었다. 초기 시장 진입을 위해서 현지 바이어가 요구한 감귤을 수출하였으나, 현재 주 수출 품목은 딸기이다⁴⁴. 딸기는 부산이나 속초항에서 블라디보스톡으로 수출하고 있다.

⁴⁴ 2007년에 러시아에 감귤을 첫 수출하였으나 감귤은 제주감귤에서 주도하기 때문에 러시아 시장내 과다경쟁 발생으로 품목을 변경하였음.

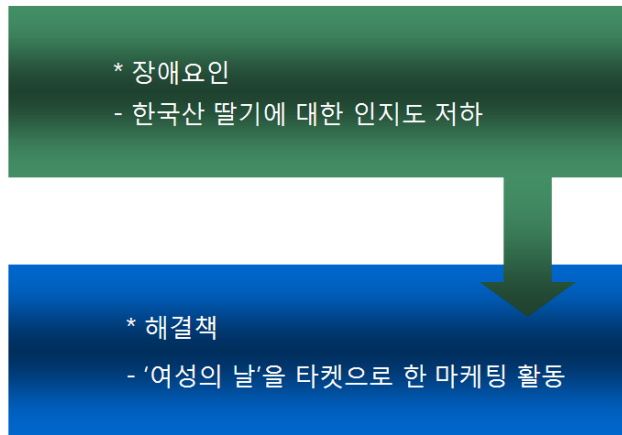
현지에서 한국산 딸기의 주 경쟁국은 일본인데, 일본산 딸기는 차별화된 마케팅을 통해 고급스러운 이미지와 높은 가격이 형성되어 있고 한국산 딸기와 비교했을 때 품질경쟁력도 우위에 있는 실정이다.

4.1.2. 성공 가능성 시사

러시아에서 한국산 농산물에 대한 인지도가 매우 낮은 실정이다. 한국산 농산물의 위치가 고가의 일본산과 저가의 중국산 사이에 위치하는 상황에서 수출을 확대하기 위해서는 한국산에 대한 인지도를 넓히는 것이 관건이다.

마케팅에서 중요한 것은 단순히 가격대비 품질우위를 내세워 홍보하는 것이 아니라 한국산에 대한 전반적인 인식을 높여주는 판촉과 홍보활동이다. N업체는 러시아 ‘여성의 날’을 중심으로 한국산 딸기 마케팅 활동을 시범적으로 진행하고 있다. 매년 3월 8일은 러시아에서 모든 여성들이 장미 등 꽃을 선물받는 날인 “여성의 날” 장미 판매량은 연간 소비량의 10% 수준에 달하며 화훼경매 시세에 영향을 줄 정도로 장미 소비가 급격히 증가하는 시기이다.

N업체에서는 소비자들이 장미류 뿐만 아니라 딸기 선호도 매우 높다는 점에 착안하여 올해 장미를 판매할 때 딸기를 함께 판매함으로써 소비자들의 시선을 사로잡았고 성공적으로 판매하였다. 이는 성공적인 마케팅 방법으로 평가되었고 내년부터 본격적으로 장미와 딸기를 함께 판매하는 마케팅 전략을 시도할 계획이다.



4.2. 판촉 성공사례

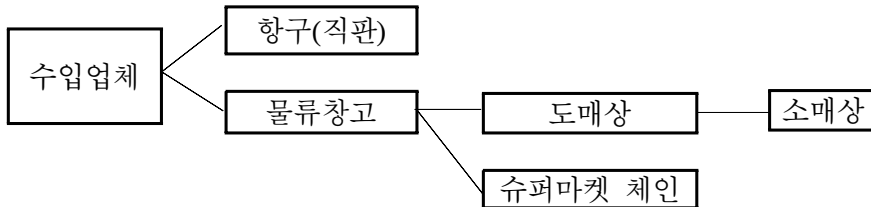
4.2.1. 수출현황

러시아 수출경력이 4~5년인 J업체는 주로 감귤을 수출하고 있다. 감귤은 주로 노지 감귤 출하 기간인 11월과 12월 2개월간 수출이 가능한데, 짧은 기간 동안 충분한 물류시설을 확보하기 어려워(선박수송의 저온냉장 컨테이너 확보 어려움) 수출에 차질이 생기는 경우가 발생한다.

포장은 일반적으로 골판지 상자를 이용하기 때문에 압상과가 많이 발생하는 문제점이 있다. 또한 한국산 감귤은 지속적으로 공급하지 않으면 가격도 높은 편이기 때문에 거래체계 구축이 쉽지 않다. 최근에 러시아 시장에서 한국산 감귤의 인지도가 점차 확대되고 중국산보다는 품질 및 안전성 측면에서 우수한 것으로 인식되면서 선호도가 높아지는 경향이다.

현재 J업체는 러시아 현지 수입업체에 위탁하여 판매하고 있으며 현지 바이어가 직접 도매시장 및 마트에 납품하고 있다.

그림 4-2. 러시아내 수입과일 유통경로



자료: 러시아 감귤유통과 한국산 수출전략.

표 4-16. 감귤수출 J업체의 수출현황

수출품목	수출기간(월)	수출물량(톤)	수출금액(천\$)	수출경력(년)
노지감귤	11월~12월	1,946	1,114	5
양배추	2월~3월	43	14	1

주: 수출현황은 2007년 기준임.

자료: 감귤수출 J업체 면담조사결과.

표 4-17. 감귤 수입 경쟁국과의 경쟁력 비교

매장명	구분	한국산	중국산	호주산
V-Lazer	품종	만다린	만다린	클레멘타인
	가격	40-45루블/kg	35-40루블	75루블/kg
	규격	10kg	10kg	10kg
	품질비교	상	상	상

자료: J업체 2007년 러시아 현지 판촉행사 결과 보고서.

4.2.2. 판촉활동 및 시사점

J업체는 감귤 수출확대를 위해 현지 바이어 초청 상담회 및 현지 시장조사를 실시하고 있다. 먼저 지자체 및 농수산물유통공사와 연계하여 현지 방송매체를 통해 홍보활동을 하고 있으며, 팜플렛 배포, 대형유통매장 시식행사 등 다양한 판촉활동을 추진하고 있다.

현지 시식행사를 개최한 결과에 따르면 소비자들의 반응이 좋았으며 판

매촉진 활동을 하는 동안 한국산 감귤의 판매가 증가하였다. 현지 소비자들은 한국산 감귤에 대해 씨가 없고, 껍질을 벗기기가 쉽고, 과즙이 많아서 좋다고 평가하였으며, 특히 중국산에 비해 안전성이 높다는 응답이 많았다.

유통업체들은 색깔 및 크기 면에서 적당하고 품질에서도 좋았으나 저장(보관) 기간이 짧다는 의견이 많았다. 수입업체들도 한국산 감귤에 대한 소비자가 반응이 좋아 판매량이 증가했다고 평가했다.

판촉행사 결과 바이어들의 주문량은 많았으나 부두사정 및 컨테이너 수급 부족으로 선적이 원활하게 이루어지지 못했던 문제점이 여전히 남아있다.

표 4-18. 극동러시아 현지 감귤 판촉행사 홍보내용(TV)

채널	TV 프로그램	날 짜
OTV - PRIM	After weather	12/11 ~ 12/21
NTV	Advertising	12/11 ~ 12/21
TNT	Soap movie	12/11 ~ 12/21

주: 2007년 기준임.

자료: 감귤수출 J업체 내부자료

표 4-19. 러시아 현지 감귤 판촉행사 홍보내용(Radio, VBC)

라디오 프로그램	날짜
08:00 - 09:00	12/11 ~ 12/23
12:00 - 13:00	12/11 ~ 12/23
13:00 - 18:00	12/11 ~ 12/23
17:00 - 18:00	12/11 ~ 12/23
18:00 - 19:00	12/11 ~ 12/23

주: 2007년 기준임.

자료: 감귤수출 J업체 내부자료.

표 4-20. 2007 러시아 현지 판촉행사(신문)

신문	요일	날짜
on 5th-7th page	11/12	수요일

주: 2007년 기준임.

자료: 감귤수출 J업체 내부자료.

그림 4-3. 극동러시아 대형 판매점 한국 과일류 판촉행사 전경



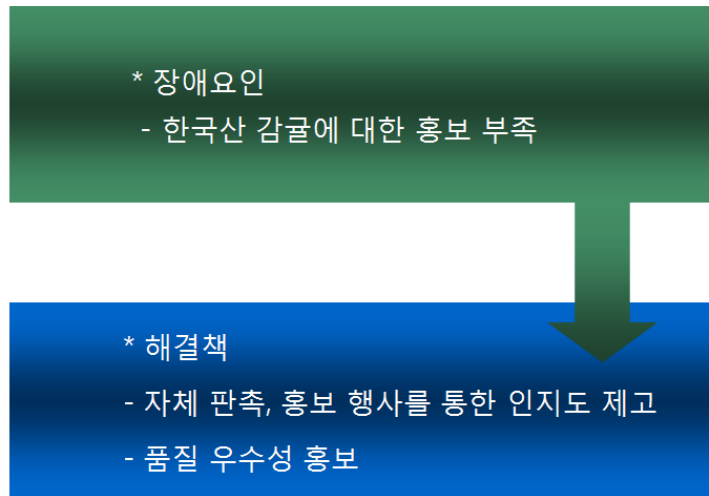
자료: 러시아 현지조사. 2008.

표 4-21. 극동러시아 감귤 판촉행사 내용

구분	세부내용
판촉행사 기간	◦ 12. 11. ~ 12. 23.
판촉행사 장소 (7곳)	◦ Parus, Mikhailovsky-1, V-Lazer, TTPK No 64, Ratimir(3곳)
방송 및 언론 매체 홍보 및 광고활동 (행사진행 이전)	◦ 각종 언론 매체 홍보기간을 포함하여 5일간 대형 매장과 유통시장을 중심으로 판매대를 위주로 판촉행사 진행
시식방법	◦ 우선 시식물량을 활용하여 소비자에게 맛을 보게 함으로써 구매를 적극적으로 유도함
판촉요원	◦ 판촉요원을 행사기간 동안 적극 활용함. ◦ 판촉요원 교육은 사전 교육을 통하여 청정지역에서 생산된 한국감귤의 우수성을 인식시키며 감귤의 기본지식과 타국산과의 차별성을 교육
홍보	◦ TV, 라디오, 신문, 기타(매장 내에 pop, 포스터, 배너, 전단지, 만국기 등을 이용)방법을 통해 한국적인 감귤 이미지를 적극 활용

주: 2007년 기준임.

자료: 감귤수출 J업체 내부자료.



5. 수출제도 개선사례⁴⁵

정부에서는 농식품 수출현장에서 발생하는 제도상의 문제점을 해결하기 위하여 수출제도 개선을 추진하고 있다. 수출제도 개선내용들은 현안에 따라 개선이 확정되기도 하였고 계속 추진하는 내용도 있다.

수출제도 개선이 확정된 사항들 중에서 수출업체의 현안 애로사항 해결이 가능한 두 가지 제도 개선 내용을 소개한다. 수출을 증가시키기 위한 과당 경쟁 및 출혈 수출을 방지하기 위한 「수출농식품 공정거래신고제도 운영」을 확정하였다.

또한, 물량을 안정적으로 확보하여 품질 및 상품성을 개선하고 시장개척 및 마케팅 활동을 지속적으로 수행할 있는 기반을 구축하기 위하여 「농식품 수출선도조직 육성」사업을 추진하고 있다.

⁴⁵ 농림수산물부, 농식품 수출지원시스템 제도개선, 2008. 7.

5.1. 수출농식품 공정거래제도 운영

정부에서는 2008년 7월부터 해외시장에서의 덤핑 등 수출 질서에 대한 위반행위를 근절하고 고부가가치 농림수산물 수출기반 구축을 위해서 수출농식품 공정거래제도를 운영하고 있다. 신고 및 적용대상은 정부 수출물류비를 지원받은 수출업체(농가)이며 농수산물유통공사 본사 및 23개 지사에 설치된 「농식품 직거래 및 공정거래지원센터」에 수출 불공정행위 신고기능을 추가하여 공정거래신고센터를 설치하였다.

수출물류비를 지원받는 업체들은 해외시장에서 덤핑을 통해 한국산 이미지를 손상하거나 시장질서를 교란시킬 경우, 제재는 1차 위반시 3개월 수출물류비 지원을 제한(당해 품목)하고, 2차 위반시 6개월 수출물류비 지원을 제한(해당업체 취급 전 품목)하며, 3차 위반시 1년간 수출물류비 지원을 제한(물류비 지원 자격 박탈)하도록 되어있다.

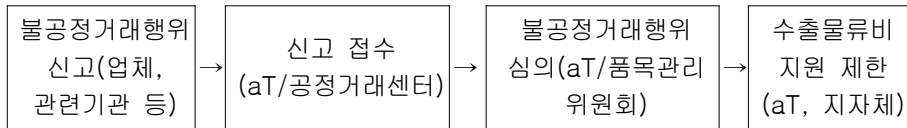
불공정행위⁴⁶

1. 품질 등을 허위로 표시하거나 과장하여 표시한 물품 수출 행위
2. 계약내용과 현저하게 다른 물품 등을 수출하여 분쟁을 고의적으로 야기함으로써 대외신용을 손상시키는 행위
3. 원산지를 허위로 표시하여 수출하는 행위
4. 정당한 이유 없이 일시적(일회 또는 1주일 이내)이 아닌 상당기간에 걸쳐 반복해서 공급비용보다 현저히 낮은 수준으로 농식품을 수출하는 행위
5. 자기가 공급하는 상품에 대하여 실제보다 또는 경쟁사업자의 것보다 현저히 우량 또는 유리한 것으로 고객을 오인시키거나 경쟁사업자의 것이 실제보다 또는 자기의 것보다 현저히 불량 또는 불리한 것으로 고객을 오인시켜 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위
6. 농식품 수출과 관련하여 부당하게 다른 무역거래자의 해외에서 사업 활동을 방해하는 행위
7. 설정된 품위기준 이하로 농산물을 수출하거나, 판매단가를 낮출 목적으로 정상적인 원료를 사용하지 않거나 정상적인 공정을 거치지 않아 경쟁 사업자의 제품과 비교하여 품질이 현저히 떨어진 제품을 수출하는 행위
8. 기타 농림식품 수출과 관련하여 시장질서 교란행위로 신고되어 심의 위원회에서 시장질서교란행위로 인정한 행위

자료: 농림수산물부, 농식품 수출지원시스템 제도개선(2008. 7.)

⁴⁶ 불공정거래 신고제도는 「농축산물 판매촉진사업세부지원지침」에 의거 농축산물 판매촉진사업비를 지원받고 있는 수출자 및 지원을 희망하는 수출자에게 적용.

그림 4-4. 농식품 불공정 행위 신고 및 처리절차



5.2. 농식품 수출선도조직 육성

우리나라 전체 농식품 수출업체는 3,900여개소로 수출주체의 규모가 영세하고 창구가 다양한 실정이다. 이에 따라 국내외로 수출 과잉경쟁 구조가 형성되어 있어 전반적으로 수출업체와 농가 간 체계적인 품질관리와 안정적인 공급계약이 미흡한 실정이다.

따라서 생산부터 수출까지 일관하는 농식품 수출선도조직 육성이 필요하다. 수출선도조직의 조기 활성화를 위해서는 계열화조직에 대해 인센티브를 부여하고 각종 정책사업 대상으로 우선 선정하는 것이 필요하다.

정부는 30개 전략품목을 중심으로 향후 5년간 50여개의 수출선도조직을 육성할 것을 목표로 정하였다. 품목당 수출선도조직 수는 규모화를 위해 최소화하고 농식품 수출확대를 위한 선도업체(Leading Company)로 활용할 예정이다.

표 4-22. 농식품 수출 선도조직 육성 계획

구 분	합 계	'08~'09	'10	'11	'12
조직수	48	10	12	12	14
품 목		○ 김치, 파프리카, 배, 감 굴, 유자차, 백합, 새송이, 딸기, 단감, 장미 등 ○ 품목부류별 추진성과, 수출 여건을 감안해 단계적으로 확대 선정			

자료: 농림수산물부, 농식품 수출선도조직 육성 계획(2008. 10.).

6. 요약 및 시사점

6.1. 사례별 성공 및 실패 요인

수출 시장진출 성공사례에서 사전 시장조사와 마켓테스트를 통해 시장을 개척한 사례는 사전 시장조사, 현지 시식회, 체험행사 등을 통해 사전에 충분히 정보를 수집하고 판매가능성의 지속적 검토, 한국 음식의 적극적인 판촉 활동을 수행한 것이 성공요인으로 평가된다.

현지 기후 및 풍토를 고려한 현지 소비자들의 수요를 예측하고 수출전략 달성에 성공한 사례를 보면, 수입국의 기후 및 풍토를 고려하여 소비자들의 수요 가능성을 사전에 검토한 후 수출 개척 및 정착에 성공하였다. 또한 자국 수출농산물의 신선도와 품질을 높게 유지할 수 있는 기간이면서 수입국의 수요가 높은 시기에 수출시기 및 지역을 선택한 전략이 유효하였다. 마켓테스트로 수요계층을 사전에 파악한 후 판매 타깃 계층을 설정하는 판매 전략을 수립한 요인도 성공적으로 시장에 진출한 요인이다.

수출시장 진출에 실패한 사례는 수출물량 수준을 결정할 때 소비자들의 인지도와 선호도, 수요, 소비패턴을 제대로 파악하지 못하여 컨테이너 물량 규모로 수출함으로써 미판매 수출물량을 싼값에 처분하거나 무상으로 배분하게 되었다. 또한 수출물량을 적정시기에 판매하지 못했을 경우 저장 시설 등을 사전에 검토하거나 확보하지 못하여 신선도 및 품질 유지에 어려움을 겪었다.

신선도와 품질 수준이 낮은 농산물을 수출함으로써 시장진출에 실패한 사례는 국내에서 제철 과일, 주출하시기의 농산물을 수출하지 않고 저장기간이 오래되어 맛과 식미감이 떨어진 농산물을 수출함으로써 수출시장에

서도 제대로 판매하지 못하였다. 이는 국내에서 잘 팔릴 수 있는 품질의 농산물은 수출시장에 판매해야 함을 보여준다.

수출시장에 진출하여 정착단계에 진입하고 있는 첫 번째 사례로서 딸기 포장 방법 개선 사례이다. 딸기를 수출시장까지 운송, 통관하는 기일이 꽤 걸리는 동안 신선도 및 상품성이 저하되곤 했다. 이러한 애로점을 극복하기 위하여 장기간 신선도 유지가 가능한 포장 방법과 기술을 개발하여 시장에 안정적으로 딸기를 공급하고 있다. 두 번째 사례로는 수출시장의 수요 규모를 초과하는 수준의 물량을 무리하게 수입하지 않고 현지 소비자 수요를 고려하여 단계별로 수출물량을 확대함으로써 수급 조절에 성공하고, 수출조직 연계 및 신뢰도를 유지하여 수출의 비관세장벽 해소 및 시장에 성공적으로 정착하였다.

마케팅에 성공한 사례는 수출시장에서 한국산 농산물 인지도가 낮은 약점을 극복하기 위하여 현지에서 수요가 높은 품목(예: 장미) 판매시기에 국내산 농산물(예: 딸기)을 병행 판매함으로써 인지도를 높였고 매년 반복할 계획이다.

판촉활동 성공사례로서 현지 시식행사를 통해 소비자 인지도를 제고하고, 수입회사와 소비자 반응 평가를 확인하고 수출 개선점을 점검함으로써 차후 수출전략 수립에 활용하는 사례이다.

한국 수출제도의 개선사례로서 수출 농식품 공정거래제도 운영 개선은 수출시장 덤핑, 출혈경쟁 등의 문제점을 발견하고 이를 해소할 수 있도록 하였다. 농식품 수출선도조직 육성계획 수립 및 추진은 현재 수출현장에서 수출확대 애로사항으로 빈번히 제기되고 있는 수출물량의 안정적 확보와 품질관리에서 어려움을 해결하기 위한 목적을 가지고 있다. 앞으로 수출시장 진출에 성공할 수 있는 방안과 제도개선은 지속적으로 발굴, 추진되어야 한다.

표 4-23. 수출사례의 유형별 성공 및 실패 요인

유형	사례내용	성공 및 실패 요인
시장진출 성공사례	◦ 시장조사 및 마 켓테스트를 통한 시장개척	· 시장조사, 현지 시식회, 체험행사 등을 통해 사전 충분한 정보 수집 · 판매가능성의 지속적 검토, 한국 음식의 적극적인 판촉 활동
	◦ 현지 기후 및 풍 토를 고려한 현 지 소비자들의 수요 예측과 수 출전략 성공	· 수입국의 기후 및 풍토를 고려한 수요 가능성 검토 · 틈새수출 가능기간 및 지역 예상 적중 · 마켓테스트로 수요계층 파악 및 판매 타깃 설정
시장진출 실패사례	◦ 수입물량 조절 실패	· 소비자 선호도, 수요, 소비패턴을 고려하지 못함 · 미판매 물량의 저온저장 가능성 검토 미비
	◦ 품질 수준 낮은 상품 수출	· 수출농산물의 신선도 및 품질이 좋은 시기에 수출
시장진출 정착사례	◦ 신선도 · 상품성 저하 애로 극복	· 장기간 신선도 유지를 위한 포장 방법, 기술 개발
	◦ 시장진출 정착 사례	· 소비자 수요를 고려한 단계별 물량 확대 · 수출조직 연계 및 신뢰도 유지로 수출의 비관세장벽 해소 및 성공적 시장 정착
마케팅 개선사례	◦ 마케팅 성공사례	· 한국산 농산물 인지도가 낮다는 약점을 현지 수요가 높은 품목 판매시 병행 판매로 인지도 개선
	◦ 판촉활동 성공 사례	· 현지 시식행사를 통한 소비자 인지도 제고 · 수입회사와 소비자 반응 평가, 수출개선점 점검
수출제도 개선사례	◦ 수출농식품 공정 거래제도 운영 개선	· 수출시장 덩핑, 출혈경쟁 등의 문제점 해소를 기대할 수 있도록 제도개선
	◦ 농식품 수출선도 조직 육성계획 수립 및 추진	· 수출물량의 안정적 확보와 공급, 품질관리, 수출창구 일원화 등을 위해 제도개선 및 사업 추진

자료: 극동러시아 수출입업체 면담조사자료, 문헌자료 내용 재정리(2008. 10.).

6.2. 시사점

시장 진출 성공 및 실패사례에서 도출할 수 있는 시사점은, 첫째, 사전에 시장조사 및 마켓테스트를 통해 수출가능성을 판단한 후 판매가능성의 지속적인 검토가 있어야 하겠다. 시장조사 및 마켓테스트 단계에서는 수출국의 기후여건 및 풍토, 소비자들의 소비행태 등을 면밀히 파악하여 수출가능성과 유효성이 높은 기간과 지역을 발굴해야 한다.

수출 물량수준을 결정할 때에도 컨테이너 단위로 수출하여 비용을 절감시키는 측면에서만 고려하지 말고 현지 소비자들의 소비 가능성, 인지도·선호도를 판단할 수 있어야 한다. 국내에서도 고품질로 평가받을 수 있는 품질과 판매시기에 수출시장으로 출하해야 할 것이다. 또한, 경우에 따라 판매 물량 조절과 미판매 물량 보관을 위하여 이용할 수 있는 저장시설의 유무에 대해서도 사전에 검토가 있어야 할 것이다.

수출 농산물의 신선도 및 품질을 유지하기 위해서 포장, 저장, 수송의 물류여건이 개선되어야 하며, 이를 위해 포장이나 저장기술을 개발하거나 타 품목 및 국가의 사례를 발굴, 벤치마킹 할 수 있어야 한다.

그리고 수출시장의 판로개척과 유통채널에 성공적으로 진입, 정착하기 위해서는 거래초기에 발생하는 유통업체의 여러 가지 크고 작은 요구 조건들에 대해 어려움이 있더라도 원만히 해결함으로써 일단 거래업체와 신뢰 관계를 구축하는 것이 요구된다. 또한 현지 시장에 법인 및 직원을 둬으로써 수출절차 및 업무 수행, 시장동향 조사, 시장 변화의 적절한 대처 및 탄력적 대응방안을 마련함으로써 수출 진출 기반을 구축해 나갈 수 있을 것이다.

마케팅 성공사례에서는 현지 소비자들의 특정 선호품목, 주로 구입하는 시기, 소비 및 구입행태 등을 파악함으로써 한국산 농산물의 인지도를 높이고 구매를 일으키게 하는 데에는 여러 가지 방법들이 있음을 보여준다.

수출제도 개선사례에서는 국내 수출과정, 수출시장 통관과정, 판매과정

등에서 정책적, 제도적으로 해결해 주어야 할 사안이 많음을 보여준다. 향후에도 수출애로 사항 개선, 수출 확대를 위한 기존 틀 정비, 수출거래 질서 확립 등 제도적으로 개선해야 될 사항들을 꾸준히 발굴하고 개선해 나가야 한다.

1. 경쟁력 제고

극동러시아 시장에 대한 농산물 수출확대 방안은 경쟁력 제고, 수출물량의 안정적 확보 및 지속적 공급기반 구축, 물류여건 개선, 마케팅 개선, 비관세장벽 완화 및 해소, 수출 유형별 시장진출 전략, 제도 개선 및 수출정책으로 구분하여 제시하였다.

극동러시아 시장에서 한국산 농산물의 가격경쟁력은 대체로 낮은 편이다. 한국산 과채류 가격은 중국산과 미국산보다 비싸고 일본산보다는 낮으며, 유럽산과 비슷한 수준이다. 화훼류 가격은 중국산과 비슷하고 네덜란드, 에콰도르산보다 낮다.

한국산 농산물의 품질경쟁력은 높고 소비자 선호도도 높은 편이고 극동러시아의 백화점이나 대형판매점 등 상류층 계층의 소비자들이 이용하는 소매업체에서 주로 판매되고 있다.

현재 국내 생산과 수출규모가 영세한 편이므로 가격경쟁력을 높이기 어렵지 않은 여건이다. 그리고 러시아의 빠른 경제성장 및 소득증가로 인해 고품질·고가격 농산물을 구입하는 부유계층도 증가하고 있으므로 가격경쟁력보다 품질경쟁력 강화를 우선적으로 추진하는 것이 바람직하다. 가격 경쟁력을 높이는 것도 경쟁력 향상에 있어서 매우 중요하므로 보완적으로 계속 추진되어야 한다.

가격경쟁력을 제고시키기 위해서 러시아 시장가격에 맞출 수 있도록 생

산여건을 개선시키거나 생산 및 재배기술을 향상시켜야 한다. 수송비용을 절감하기 위해서는 체계적이고 신속하게 수출상품이 수송될 수 있도록 항공, 선박 수송체계가 개선되어야 한다. 운송비용을 줄이거나 저온냉장 컨테이너 확보 등을 위해서는 정부 부처 간 협의를 통해 수송효율성을 높이거나 비용을 절감하는 방안을 모색해야 한다.

품질경쟁력을 제고시키기 위해서는 품질수준 향상을 위한 재배기술 개발과 시설 개선이 요구된다. 화훼류의 경우 수입경쟁국보다 시장가격이 상대적으로 낮은 편인데 소비자들이 좋아하는 품질 속성에 미치지 못하기 때문이다. 수출시장에서 고품질로 인정받을 수 있도록 기술개발과 생산시설 개선이 지속적으로 이루어져야 한다.

러시아의 식물검역 조건은 그리 까다롭지는 않은 편이다. 하지만 소비자들이 한국산 농산물을 선호하는 이유는 중국산 농산물보다 안전성이 높다고 인식하기 때문이다. 농식품 소비경향이 안전성에 대해 민감하고 차별성을 가지고 있는 추세이기 때문에 안전성 관리 성과를 높일 수 있도록 생산·유통 체계가 개선되어야 한다.

수출시기에 있어서도 품목별 주출하시기에 품목 및 품종 고유의 맛과 식미감, 품질 속성이 갖추어진 농산물을 수출해야 한다. 국내에서 주출하시기를 지난 장기저장 상품은 고유의 품질 및 맛이 떨어져 수출시장에서도 수요가 낮다.

2. 안정적 물량공급 기반 구축

극동러시아에서 한국산 농산물을 수입하는 데 있어서 큰 어려움 중의 하나가 물량을 지속적으로 공급받지 못하고 대체로 일회성, 단발성으로 물량을 공급한다는 점이다. 한국산 농산물을 안정적으로 공급받지 못하는 주요 이유는 수입가격의 변동성이 크기 때문이다.

한국산 농산물에 대한 소비자 선호도가 높아 판매물량을 확보하고 싶어

도 물량확보가 용이하지 않아 경쟁국 농산물로 대체하여 파는 경우가 많다.

현재 극동러시아로 수출하는 대부분의 농산물 품목이 시장진출 마켓테스트 및 시장진출 초기 단계이기 때문에 거래관계가 불안정하고 한편으로는 국내 생산 및 공급시기가 일정기간에 제한되어 있기 때문에 물량이 지속적·안정적으로 공급되지 않고 있다.

수출물량을 안정적으로 확보하여 지속적으로 공급하기 위해서는 우선적으로 국내 물량 확보 및 공급기반 구축이 필요하다 국내 공급기반은 생산자조직, 수출업체가 연계가 되어 국내 가격변동에 덜 영향을 받으며 원하는 시기에, 원하는 품목과, 원하는 물량을 안정적으로 공급할 수 있어야 한다.

정부에서 수출 물량을 안정적으로 확보하여 품질관리, 수출단계까지 일관성있게 관리할 수 있도록 추진하고 있는 『농식품 수출선도조직 육성사업』은 이러한 수출 장애요인을 제거하기에 적합한 사업으로 평가된다. 이 사업이 성공적으로 정착될 경우 수출 물량확보, 품질개선, 마케팅 개선 등 수출 애로사항 개선에 대한 기여도가 클 것이다.

수출업체들의 과당 경쟁으로 인해 수입국 수요규모를 초과하는 물량을 수출하거나 일시에 집중적으로 수출하여 출혈 경쟁의 큰 손해를 입는 경우가 많다. 이를 개선하기 위해서는 수출시장의 소비규모, 소비자 선호도, 소비 수요 등을 감안하여 적정물량을 단계적으로 확대시켜 나가야 한다. 그리고 정부와 지자체간, 수출 회사별, 수출 국가별, 수출 품목별, 수출 시기별 계획 및 수출 선적량 정보를 공유하는 방안이나 수출전담 기구 운영을 검토하여 한국 수출업체 및 수출주체끼리 과당경쟁이 지양될 수 있어야 한다.

수입국에서 필요한 시기에 공급하지 못하는 주요 이유가 국내 공급시기를 조절하지 못하는 생산 기술 및 시설의 제약 때문인 경우가 많다. 이를 극복하기 위해서는 연중 고품질을 생산, 공급할 수 있도록 기술을 개발하고 하우스 시설의 개선 및 지원이 필요하다.

3. 물류여건 개선

극동러시아로 농산물을 수출하는 데 있어서 물류여건이 좋지 않은 편이다. 극동러시아로 운행되는 선박의 저온냉장 컨테이너를 확보하기가 쉽지 않고 항공료 및 선박요금도 수송거리에 비해 비싼 편이다. 그리고 극동러시아 현지에 저온저장시설이 부족하고 낡은 편이지만 시설 수요는 높은 편이다. 극동러시아는 저온저장시설에 보관하지 않은 경우 겨울 혹한기에 농산물이 냉동되어 상품성이 훼손되고 여름, 가을철에는 상온에서 빨리 상하거나 부패하게 된다.

극동러시아 지역 현지에 저온저장 시설을 건립하는 것은 신선농산물뿐만 아니라 농식품을 포함하여 향후 러시아 전 지역으로 수출시장을 확대하는 데 있어서 수출기지 시설로서 활용성이 높을 것으로 예상된다.

물류창고에 냉장보관 후 지속적으로 출하를 할 수 있는 창고 시설의 구비는 출하시기와 물량을 조절할 수 있는 기반이 된다. 극동러시아에 저온저장 시설을 확보하는 첫 번째 방안은, 국내 수출입 업체가 현지 수입회사가 소유하고 있는 상온저장창고에 냉장시설을 공동 투자하는 방안이 있다. 두 번째 방안은 정부에서 블라디보스톡 인근에 물류창고를 건설하는 방안이다.

신선 농산물의 신선도와 상품성을 유지하기 위하여 저온선별장을 이용한 선별 및 상품화, 저온 수송 차량, 상하차 데크시설 등 저온수송체계를 유지할 수 있는 기반 마련 및 운영이 요구된다.

선박 수송시 저온 냉장 컨테이너를 안정적으로 확보하기 위해서 수출업체에서는 사전에 수출물량을 예측하여 선박회사와 사전에 조율하여야 한다. 그리고 농산물 수송의 경제성 분석, 효율성 있는 왕복 운영 체계 모색, 정부 부처간 협의도 필요하다.

농산물 신선도와 품질을 유지하기 위해서 농산물의 수확후 관리기술, 포

장재 사용, 포장방법, 컨테이너 적재 방법에 있어서도 개선이 이루어져야 한다. 골판지 상자 대신 소형 플라스틱 상자에 포장을 하거나 개별 상품간 접촉 및 파손을 줄일 수 있도록 포장, 신선도가 유지될 수 있는 포장기술 개발, 파렛트 단위로 컨테이너 적재 수송 등이 필요하다.

4. 마케팅 개선

극동러시아 소비자들은 한국산 농산물이 판매되는 것에 대하여, 한국산 농산물의 품질 수준, 시식법에 대해 모르는 경우가 많다. 한국산 상품 판매 비중도 미미하고 한국에서 수입 가능한 품목은 대부분 중국에서도 수입되기 때문에 중국산으로 인식하는 경향이 많다.

하지만 극동러시아 시장에서 한국산 농산물에 대한 선호도가 아주 높고 대형판매점에서도 한국 농산물을 판매하고자 하는 경향이 아주 강하다. 이러한 영향으로 대형판매점의 한국산 농산물 홍보 및 판매촉진 행사기간에 판매량이 크게 늘어나기도 한다.

한국산 농산물의 선호도가 높고 주로 고소득 계층에서 소비하고 있으므로 백화점, 대형판매점 등 주로 고소득 계층에서 이용하고 있는 백화점, 대형판매점에서 한국산 농산물의 판매와 품질의 우수성을 지속적으로 홍보, 판촉하는 과정이 필요하다.

홍보 방안으로서 현지 사무소나 상설매장을 개설하여 전시마켓 운영을 통해 한국산 농산물을 알리고 이미지를 강화할 수 있다. 한국산 상품 인지도 확산을 위해서 TV광고, 빌보드 광고 등을 추진하는 것도 필요하다.

수출 상품의 포장, 표시방법을 개선함으로써 한국산 농산물임을 쉽게 인식시키고 차별화시킬 수 있다. 한국산 농산물에 대한 선호도가 높으므로 포장상자와 개별 상품에 “made in Korea”의 문구 같은 스티커를 부착하는 것이 유효하다.

그리고 수출시장에 한국에서 진출한 대기업, 공공기관, 한상, 한인회 등

과 연계하여 홍보를 강화할 수 있다. 한국 기관의 공공행사에 수출지역 주요 기관 및 영향력이 큰 인사들을 초청하여 한국산 농산물 시식, 선물 등으로 인지도를 높일 수 있다.

5. 비관세장벽 완화 및 해소

극동러시아 시장 진출에 있어서 비관세장벽으로 작용하는 요인은 크게 검역 및 통관과 유통채널 진입 장벽으로 구분할 수 있다. 한국산 농산물의 식물검역 조건이 까다로운 편은 아니지만 때때로 시장진입의 장애요인으로 작용한다. 그리고 통관에 있어서 서류가 복잡하고 까다로우며, 대부분의 외국 업체들은 까다로운 통관 절차 및 세관의 자의적 심사를 거쳐야 하는 것이 관행이다.

검역 장애요인을 극복하기 위해서는 일단 국내에서 생산, 출하할 때 안전성 기준을 엄격히 적용하여 생산 및 상품화하는 과정이 필요하다. 통관 장애요인을 극복하기 위해서는 통관 대행사 선정시 세관과의 유대관계 및 경험이 있는 업체를 물색하는 것이 편리하다. 원칙적으로는 러시아 거주자만 수입물품 통관신청을 할 수 있으므로 거래선으로부터 믿을 수 있는 대행업체를 소개받는 것이 유리하다. 그리고 통관서류가 미비하였을 경우 통관기일이 오래 걸리므로 통관에 필요한 서류를 사전에 철저히 준비하는 과정이 필요하다.

그리고 통관기일이 오래 걸리는 것은 한국 수출품에만 해당하는 내용은 아니며, 러시아 전체적으로 통관기일이 오래 걸리는 경향이다. 러시아 정부와 한국 정부간에 MOU를 체결하여 통관에 필요한 서류를 간소화시킬 수 있는 방안을 협의하는 것이 필요하다.

유통채널 진입 및 정착을 위해서는 수입 도매업체와 대형 판매점 등과 접촉 및 거래가능성을 타진하는 것이 필요하다. 대체로 한국 농산물에 대한 선호도가 높고 이미지가 좋은 것으로 조사되고 있으므로 기존 유통채널

과 접촉하는 데에는 큰 어려움이 없을 것이다. 하지만, 거래 수수료가 높고 대금정산 등의 거래조건이 까다로운 편이다. 그리고 수입도매업체나 대형판매점, 수입회사에서 느끼는 애로사항에 대해 공동으로 해결할 수 있는 방안을 모색하는 것도 기존의 유통채널 진입 및 관계유지의 한 방법이다.

6. 시장진출 전략

극동러시아 수출시장 진출에 있어서, 시장 여건에 맞는 전략을 택하여 시장 진출을 시도해야 큰 실패를 줄이고 성공 가능성을 높일 수 있다. 극동러시아 시장 여건의 특징은 시장규모가 작고 소비자 소득차이가 커서 구매계층이 차별화되어 있다는 점이다. 그리고 한국농산물에 대한 인지도가 미약하나 선호도는 높은 편이며, 한국 농산물은 극동러시아 시장 진출은 마켓테스트 및 초기정착 단계이다.

중국산 농산물은 가격경쟁력이 높아 중하 계층에서 널리 소비되고 있으며, 유럽산의 품질이 좋은 농산물은 상대적으로 높은 가격에 고소득계층에게 팔리고 있는 경향이다. 한국 농산물도 상위 10% 이내의 고소득 계층이 주로 이용하는 백화점과 대형판매점 등에서 주로 판매되고 있다.

러시아는 자원가격 상승과 소득 증가로 인해 농식품 구매력도 빠르게 증가하고 있으며 웰빙형 건강식품에 대한 선호도가 높아지고 있다. 러시아에서 소비의 트렌드가 모스크바 등 서유럽권에서 연해주 등 극동러시아로 흘러가는 경향이 있으며, 모스크바는 고소득 계층이 많고 극동러시아에는 저소득층이 많다. 하지만, 한국 입장에서 러시아 시장에 진출하기 위해서는 지리적으로 근접한 극동러시아에 안정적으로 진출하여 교두보를 마련하는 것이 러시아 전체 시장을 공략할 수 있는 기반을 마련하게 될 것이다.

6.1. 시장권역별 진출전략

러시아 시장권역별 진출 전략은 첫 번째 단계로 ① 연해주 블라디보스톡 지역에 농산물 수출을 확대하고 ② 다음 단계로 블라디보스톡을 거점으로 하여 우스리스크, 하바롭스크 등 인근지역으로 시장을 확대해나가는 것이 유리하다. ③ 그 다음 단계로 러시아 지역 내의 저온저장, 저온 수송 등의 물류기반 개선 속도에 맞추면서 한국산 농산물의 인지도와 선호도를 높이고 모스크바 등 서러시아, 러시아 전역, CIS 지역으로 수출지역을 단계적으로 확대하는 방법이 바람직하다.

6.2. 수출거래 유형 선택 전략

수출거래 유형은 수출업체 및 수출 조직 입장에서 수출거래 유형의 특징과 장단점을 고려하여 선택할 수 있다. 극동러시아 시장에 대한 한국산 농산물 진출이 초기단계이기 때문에 정보가 부족하고 여러 가지 위험요인이 많이 잠재하고 있다. 그래서 러시아 현지에 법인 등을 설립하여 시장정보를 수집하고 유통업체와 관계를 지속하여 물류여건이나 시장 확대 가능성에 대한 정보를 비교적 잘 알고 있는 기존 수입업체나 수출업체와 연계하여 수출을 추진하는 방안이 안정적이다. 러시아 현지 바이어와의 거래관계는 시장정보가 제한적이거나 거래가 단절될 가능성이 많아서 거래의 안정성을 유지하기 어려워 보인다.

6.3. 경쟁력과 소비자 선호도를 고려한 진출전략

극동러시아 시장 진출에 있어서 국가별 농산물 가격경쟁력과 품질 경쟁

력, 품질 및 품질속성 선호도를 파악해야 실패가능성을 줄일 수 있다. 극동러시아 시장에서 일반적으로 고품질, 고가격 농산물은 백화점과 대형판매점에서 고소득 계층을 겨냥하여 판매되고 있다. 반면, 저가격, 저품질 상품은 도매시장, 재래시장 등에서 판매되고 있다. 한국산 농산물은 대체로 품질이 좋은 것으로 평가받고 있으므로 백화점과 대형판매점으로 진출을 시도하는 것이 효과적이다.

한국산 농산물 중에서 품질 경쟁력이 있는 품목은 딸기, 메론, 토마토, 파프리카 등이며, 가격경쟁력이 있는 품목은 감귤, 장미, 백합 등이다.

소비자들이 선호하는 품질 속성을 고려하여 시장 진출을 시도해야 실패가능성을 줄일 수 있다. 대체로 과실류는 당도가 높으며 중과 크기를 선호한다. 배의 경우 서양배 품종 계열을 선호하고 신고배 등의 동양배 품종 선호도가 낮은 점을 고려해야 한다. 과채류는 단맛이 높고 색택이 선명한 품질을 좋아한다. 화훼류는 꽃줄기가 길고 봉오리가 큰 것을 선호한다.

6.4. 시장여건에 맞는 진출전략

극동러시아 소비자들이 한국산 농산물 품목에 대해 인지하고 있는지, 소비 가능성은 있는 것인지에 대해서 시장조사를 하고 마켓 테스트, 홍보 및 판촉 과정을 거치면서 단계적으로 수출물량을 확대하는 전략이 요구된다. 현지 소비자들의 인지도나 선호도, 수요의 크기를 제대로 파악하지 못한 상태에서 수출을 할 경우 유통 및 판매가능기간에 모두 판매하지 못하고 손해를 보는 경우가 발생한다.

극동러시아 현지의 기후여건이나 풍토를 고려하여 수출 품목 및 수출시기를 선택하는 것이 성공 가능성을 높일 수 있다. 현지 기후가 춥기 때문에 어떤 음식과 맛을 선호할 것인지, 극동러시아에서 조달 가능한 농산물 및 시설재배 작물 공급기간은 언제이며, 단경기 등 틈새시장을 공략할 수 있는 기간이 언제인지 고려하여 진출한다면 잠재시장까지도 개발 가능할 것이다.

7. 제도개선 및 수출정책

정부에서는 중장기 수출 비전 및 목표를 설정하고 이를 달성하기 위한 정책 방안들을 설정하여 추진하고 있다. 제도적인 측면에서는 수출 현장에 발굴, 수출증대를 위한 시설 및 자금지원, 수출 성장을 저해하는 제도 개선 등 다양한 측면에서 개선을 꾀하고 있다.

그 중에서 농식품 수출지원 개선 사항을 확정한 제도도 있고 추진중인 제도도 있다. 제도개선을 확정하여 추진하고 있는 대표적 사례가 “수출농식품 공정거래신고제도 운영”이다. 향후에도 수출을 저해할 가능성이 있는 제도, 수출을 촉진시킬 수 있는 제도를 발굴하여 개선해 나가야 한다.

극동러시아 시장에 농산물 수출을 증대시키기 위해서 정책적으로는 우선 한국산 농산물의 우수성을 널리 알리고 지속적으로 공급할 수 있는 여건을 조성해야 한다. 현재 극동러시아에서 한국 이미지가 좋은 편이고 농산물의 가치도 높게 평가받고 있으나 시장에서 한국산 농산물에 대한 인지도가 낮은 편이다.

이를 극복하기 위해서 한국산 농산물의 존재와 품질의 우수성에 대한 적극적인 홍보와 판촉활동이 필요하다. 하지만 개별 수출업체가 수행하기에는 경제적으로 부담되고 효율성이 낮을 가능성이 많기 때문에 정부 차원에서 계획적이고 지속적으로 지원해야 한다.

농산물 수출물량을 안정적으로 확보하고 품질관리와 수출창구 일원화를 원활히하기 위해 “농식품 수출선도조직 육성 사업”이 추진되고 있다. 이 사업은 국내 생산 및 수출규모가 영세하고 창구가 다양한 약점을 극복할 수 있는 사업이므로 사업을 원활히 추진하여 수출주체의 조직화와 규모화 가능성을 보여줄 수 있어야 한다.

극동러시아 시장에 진입하는 데 통관기일이 오래 걸려 품질 및 신선도 관리가 어려운 점을 극복할 수 있도록 정부간 협정(MOU) 체결 등 적극적

인 협상으로 검역과 통관의 장벽을 낮추어 줄 수 있는 노력도 필요하다.

현재 한국에서 극동러시아로 이동하는 물류여건과 극동러시아 자체의 물류여건도 좋지 않은 편이다. 향후 극동러시아 시장뿐만 아니라 러시아 전 지역으로 수출을 확대하는 기반을 마련하기 위해서 극동러시아에 국가적인 차원의 물류기지 건설 등 물류여건이 개선될 수 있도록 지속적으로 관심을 가져야 한다.

표 5-1. 극동러시아 시장수출 확대방안

대분류	소분류	수출 확대방안
경쟁력 제고	가격경쟁력 제고	◦ 생산기술 개발, 수송비용 절감
	품질경쟁력 제고	◦ 고품질 재배기술 개발, 안전농산물 생산 ◦ 주출하시기 고품질 상품 수출
공급기반 구축	수출물량 안정적, 지속적 공급기반 구축	◦ 수출농가 및 단지 관리와 교육 ◦ 수출선도조직 육성과 조직규모 확대
	수출물량 조절	◦ 수출업체의 과당 및 출혈경쟁 억제 ◦ 수입시장 소비규모에 맞는 물량 조절
물류여건 개선	저운 수송 기반	◦ 저운 선별장, 저운 선박수송 체계
	물류창고 건립, 임대	◦ 수출국 저운물류기지 건립 및 임대
	포장, 상품성 개선	◦ 수확후 관리기술 개발 ◦ 포장재 및 포장방법, 적재방법 개선
마케팅 개선	대형판매점 연계	◦ 대형판매점과 연계한 홍보, 판촉
	마케팅, 홍보, 판촉	◦ 한국산 인지도와 선호도를 높이는 판매촉진, 홍보, 마케팅 추진
	재외공관 협력	◦ 재외진출 기업, 한상, 공공기관과 연계한 인지도 개선, 시장 개척
비관세 장벽	유통채널 진입·정착	◦ 수입도매업체, 대형판매업체의 거래조건 파악, 잠재 애로요인 공동해결 방안 모색
	검역 및 통관	◦ 검역·통관절차 간소화 위한 정부차원 협상
시장 진출전략	시장권역별 진출전략	◦ 연해주지역은 러시아 수출시장 교두보로 활용
	수출거래 유형 선택	◦ 수출거래 유형별 장단점 고려한 시장 진출
	경쟁력과 선호도를 고려한 진출 전략	◦ 품목별 경쟁력, 소비자의 품질 및 속성 선호도를 고려한 진출전략 선택
	시장규모, 소비자 수요 등 시장여건 고려한 진출전략	◦ 시장조사·마켓 테스트로 진출가능성 검토 ◦ 소비규모, 소비자 인지도 파악 후 적절한 물량 수출 및 단계적 확대 ◦ 현지기후 및 풍토를 고려한 수출상품 발굴 ◦ 틈새시장 진출과 경쟁력 높은 시기에 수출
제도개선 및 수출정책	수출장애요인 해결 가능한 제도개선	◦ 수출애로요인, 필요정보, 개선제도 내용을 발굴하여 개선될 수 있도록 제도 개선
	수출 정책	◦ 정책 차원의 홍보, 물류여건 개선, 안정적 물량 확보, 검역 및 통관협상 지원

농산물 수출은 기존에 국내 수급물량 조절 차원에서 수동적으로 추진된 경향이 강했지만 시장개방이 확대되는 시대에서는 국내 농산업의 체질 개선과 경쟁력 강화를 위해 적극적으로 추진되어야 한다.

농산물 수출을 증대시키기 위해서는 수출 대상국가에 대한 시장 진출 여건과 경쟁력, 수출장애요인을 조사, 분석하여 수출확대 방안을 도출하여 개선시켜야 한다.

본 연구의 목적은 최근에 농산물 수출유망시장으로 대두되고 있는 러시아에 대해 극동러시아 지역 중심으로 한국 농산물 수출실태와 가능성을 파악하고 시장 개척 및 확대의 애로 및 개선사항을 발굴하여 수출을 증대시킬 수 있는 방안을 도출하는 것이다.

러시아는 지역이 광범위하기 때문에 지역범위를 선택하여 집중하는 것이 연구의 효율성을 높일 수 있을 것이다. 이에 따라 러시아 및 농업의 전체 개황, 시장 권역별 특징 및 전망은 국가 전체적인 범위 및 틀에서 접근하였다. 보다 구체적이고 세부적인 내용을 요구하는 수출시장 분석의 지역적 범위는 한국산 농산물이 주로 수출되고 있는 극동러시아 지역 중심으로 범위를 좁혀 접근하였다. 따라서 본 보고서의 주류를 이루는 수출시장 실태와 수출확대 방안은 극동러시아 중심으로 작성된 것이다. 주요 연구결과는 다음과 같이 요약된다.

■ 러시아의 시장 현황과 전망

러시아는 천연자원이 풍부하고 최근 몇 년간의 자원가격 급상승 등으로 경제성장률과 소득이 빠르게 증가하고 있다. 하지만, 기후 및 토양조건이 농업에 불리한 여건으로 극동러시아의 경우 러시아 사과 생산량의 0.5%에 불과하다. 따라서 극동러시아의 과일 소비는 주로 수입에 의존하고 있는 실정이지만 과일류 소비시장은 연간 15~20% 수준으로 성장하고 있다.

러시아 경제성장이 빠르게 진행되면서 러시아 소비자들의 소비패턴도 빠르게 변화하고 지역 간, 소득수준 간 격차가 커짐에 따라 구매패턴도 달라지고 있다. 소득수준이 높아지면서 빵류 소비가 줄고 과일 및 채소 소비량이 증가하고 있다.

극동러시아는 러시아 내에서 상대적으로 소득수준이 낮은 지역이지만 한국에서 선박으로 1~2일 정도밖에 소요되지 않는 지리적 근접성으로 인해 한국 농산물 수출의 관문이 되는 지역이다.

러시아 시장에서 한국산 농산물이 차지하는 비중은 아주 미미하다. 과일류 점유 비중이 0.5%도 되지 않으며, 과채류 및 채소류 비중도 아주 미미하다. 러시아 자체 청과물 공급여건이 열악하기 때문에 현재 중국산과 유럽산 농산물이 주로 수입되고 있으며, 중국산은 안전성 사고가 빈번하게 발생하는 영향으로 품질이미지가 좋지 않다.

한국산 농산물 가격이 비싸지만 품질이 좋은 편이어서 백화점, 대형판매점 등에서 고소득 계층이 주로 구입하고 있다. 향후 러시아 소비자들의 소득수준이 높아지면서 품질 및 안전성을 중요시하는 소비패턴은 더욱 강화될 것으로 예상된다. 이러한 추세에 따라 품질과 안전성이 높은 것으로 평가받고 있는 한국산 농산물의 수요는 계속 증가할 것으로 예상된다.

■ 극동러시아에 대한 농산물 수출실태

극동러시아 시장에 대한 한국 농산물의 진출 및 수출실태를 파악하기 위해서 극동러시아의 농산물 수입회사, 대형판매점, 도매시장, 소매점, 관련기관 등 47개 업체를 대상으로 설문조사, 면접조사를 실시하였다.

수출 시장에서 한국산 농산물에 대한 인지도는 거의 없는 것으로 나타

났으며, 대부분의 신선 농산물은 중국산으로 인지되고 있다.

하지만, 고소득층이 주로 이용하고 있는 백화점과 대형판매점에서 한국 농산물의 선호도가 아주 높은 것으로 나타났다. 한국산 농산물의 가치평가에 있어서 딸기, 파프리카, 토마토 등이 최고급 상품으로 판매되고 있으며, 주로 상위 10% 이내의 고소득층이 구입하고 있다. 감귤은 중국산과 비슷한 가격으로 비교적 대중적으로 소비되고 있다. 장미 등의 화훼류도 품질이 아주 우수한 편이 아니어서 중간 가격, 중류층에 의해 소비되고 있다.

극동러시아에서 활동하고 있는 수입업체에서 한국산 농산물을 수입한 경험이 있는 품목은 감귤, 딸기, 토마토, 장미 정도로 미미하다. 나머지 배, 사과, 백합, 국화, 새송이 버섯 등은 시장 마켓테스트 수준에서 수입된 것으로 나타났다. 극동러시아 시장으로 수입하는 데 관심이 있는 한국산 농산물은 과실류의 단감, 포도, 과채류의 멜론과 파프리카, 채소류의 양배추, 당근, 양파, 화훼류의 선인장, 버섯류의 팽이버섯 그 외 고급쌀, 김치, 유자차, 감귤주스 등으로 나타났다. 향후 극동러시아내로 수입 증가율이 크게 늘어날 것으로 예상되는 품목은 감귤, 딸기, 토마토, 파프리카, 장미, 백합이다.

극동러시아 소비자들이 좋아하는 농산물 품질 속성은, 과실류는 당도가 높고 중과 크기의 품질이다. 과채류도 당도가 높고 신선도가 높은 것을 선호하고 있다. 파프리카의 선호색깔은 빨강 > 노랑 > 주황색 순으로 나타났다. 화훼류는 줄기가 길고 꽃봉오리가 큰 것을 선호하고 있다.

과실류 당도는 뉴질랜드산 로얄갈라가 $12.3 \sim 12.8^{\circ}\text{Bx}$, 미국산 갈라는 13.0°Bx 로 나타났고 한국산 2008년 사과 당도는 $12.8 \sim 13.5^{\circ}\text{Bx}$ 로 나타나, 2008년산 기준으로 한국산 사과 품질이 다소 우수하다. 하지만 한국산 사과의 2007년산 당도는 12.9°Bx 여서 당도가 다른 국가산에 비해 낮은 편이다.

극동러시아 소비자들은 신고배 등의 동양배 품종을 거의 선호하지 않고 미국산 배 등 서양배를 선호한다. 당도가 높은 2008년산 한국 과실은 품질 경쟁력이 우위에 있으나 2007년산 수준에서는 경쟁력이 떨어지는

것으로 정리된다.

극동러시아 시장에서 대부분의 농산물에서 가격 경쟁력이 뛰어나게 높은 국가는 중국이고 한국산 농산물의 가격 경쟁력은 낮은 편이다. 한국산 감귤 가격은 중국산과 비슷하고 모로코산보다 5~10% 낮다. 사과도 한국산 가격에 비해 미국산이 47%, 중국산이 60% 낮다. 한국산 토마토 가격은 유럽산 가격과 비슷하고 중국산은 한국산에 비해 73~75% 낮다. 파프리카 가격은 한국산에 비해 중국산이 60~80% 낮고 이스라엘산도 10% 낮다. 한국산 장미는 뉴질랜드산 가격과 비슷하고 중국산은 16% 낮으나 네덜란드산 장미는 22% 높다. 김치가 가격은 한국산이 중국산보다 1.5~2배 수준 높다.

극동러시아에서 한국 농산물을 수입하고 판매하는 데 있어서 느끼는 주요 애로사항은 수입물량의 안정적인 확보가 어려움, 수입가격이 비싼 편, 계절적으로 품질이 좋지 않은 시기 존재, 신선도 및 상품성 유지의 어려움 등으로 나타났다.

한국산 농산물의 극동러시아 시장 유통경로 진입과 판로개척을 위해서는 수입도매업체나 대형판매점과 연계한 진출방안을 모색하는 것이 효율성이 높을 것으로 판단된다. 한국에서 극동러시아 시장으로 농산물을 수출하는 체계는 네 가지 유형으로 분류해 유형별 거래 특징과 장단점을 분석하였다. 극동러시아 시장 진출은 초기단계이고 한국인 관점에서 이해하기 어려운 관행들이 많은 편이다. 따라서 처음 러시아 시장으로 수출을 시도할 때에 러시아 현지에 법인을 설립하여 수출입 활동을 하는 수출업체와 연계하여 시장에 진출하는 방안이 수익 및 거래의 안정성을 높일 것으로 판단된다.

■ 농산물 수출사례와 시사점

극동러시아에 대해 농산물 수출경험이 있는 국내 10개 수출업체의 수출사례 및 애로사항을 조사하였다. 극동러시아 수출시장 진출의 애로사항은 과실류의 경우 국내가격 변동에 따라 물량확보가 불안정하다는 점과 저온수송컨테이너 확보가 어려운 것으로 나타났다. 과채류의 경우 수

출시장 마케팅 활동이 부족하고 판촉 및 홍보비용이 많이 들어가며 신선도 및 상품성 유지의 어려움 등으로 나타났다. 화훼류에서는 수출물량의 안정적 확보 어려움, 저온 선별 및 유통시설의 부족, 고품질 화훼를 생산하기 위한 시설 부족 등의 애로가 있는 것으로 나타났다.

아직까지 극동러시아로 농산물을 지속적으로 수출하는 업체는 10개 내외로 적은 편이며, 시장 진입 초기단계이기 때문에 수출 수익과 손실의 편차는 크게 나타나고 있다. 극동러시아 현지 수출업체에 따르면 청과물의 수익성은 대략적으로 30% 내외 수준이다.

화훼류 수출 품목들 중에서 농가구입가격과 수출 제비용은 백합, 장미, 국화 순으로 높았다. 농가구입가격 대비 수출가격이 높은 품목은 국화 150%, 장미 140%, 백합 127% 순으로 높다. 항공으로 수송할 경우 수출 제비용은 선박수송보다 2배 정도 더 높은 것으로 조사되었다. 장미의 경우 수출 제비용이 차지하는 비중은 선박수송(27.0%)보다 항공수송(42.2%)이 15.2%p 높았다. 국내 수출업체의 수익은 선박수송을 이용하는 경우가 항공수송보다 더 높은 것으로 나타났다.

한편, 극동러시아 현지 판매에서 한국산 농산물끼리 혹은 경쟁국간에 수입시기가 겹치거나 재고물량으로 인한 판매 경합 및 가격 경쟁이 나타나거나 미판매로 인한 물량 부패의 발생은 수출입 손실을 크게 하기도 한다.

이러한 애로요인을 개선하기 위해서는 수출단지 관리 및 교육, 물량의 안정적인 확보기반 마련, 신선도를 제고시킬 수 있는 포장 및 상품화 방법 개발, 러시아 현지 물류시설 설립, 판촉 및 홍보행사 지원 등이 필요한 것으로 나타났다.

수출사례를 유형별로 구분하여 분석한 결과 시장 진출에 성공한 요인은 시장조사, 현지 시식회, 체험행사 등을 통해 사전에 충분한 시장정보 수집, 수출상품의 판매가능성에 대한 지속적 검토, 한국 음식의 적극적인 판촉 활동, 수입국의 기후 및 풍토를 고려한 수출 가능성 검토, 틈새수출 가능한 기간 및 지역 예상, 마켓테스트로 수요계층 파악 및 판매 타겟 설정 등 다각적인 검토를 수행했다.

반면, 시장 진출의 수입물량 조절 실패사례는 소비자 선호도, 수요, 소비 패턴 등을 충분히 고려하지 못해 일부 물량은 판매했으나 일부 물량은 짝 가격에 판매하거나 무료로 관련기관에 배부한 경우가 있다. 미판매 물량에 대한 저온저장 시설을 확보하지 못한 것도 수입물량 판매 실패 원인이다. 또한 품질 고유의 속성이 떨어지는 시기에 상품을 수출하여 소비를 촉진시키지 못한 사례도 있다.

극동러시아 수출 시장에 진출하여 정착하는 데 성공한 사례는 장기간 신선도 유지를 위한 포장 방법 및 기술 개발, 소비자 수요를 고려한 단계별 수출물량 확대, 수출조직과 연계하여 신뢰도를 유지하면서 수출의 비관세장벽을 해소하고 시장에 성공적으로 정착하는 사례들이 있다.

마케팅 성공 사례는 한국산 농산물 인지도가 낮은 약점을 극복하기 위하여 현지에서 수요가 높은 품목 및 판매시기에 함께하여 판매함으로써 한국산 농산물의 인지도를 높인 사례가 있다.

수출제도 개선사례는 수출시장 덤핑, 출혈경쟁 등의 문제점 해소를 기대하고 할 수 있도록 “수출 농식품 공정거래제도”를 마련하였다. 수출물량의 안정적 확보와 공급, 품질관리, 수출창구 일원화 등의 수출현장애로를 기대할 수 있도록 “농식품 수출선도조직 육성계획”을 수립하여 사업을 추진하고 있다.

시장 진출의 성공 및 실패 사례로부터 얻을 수 있는 시사점은, 사전에 시장조사와 마켓테스트를 통해 수출 가능성을 파악하고 단계적으로 물량을 확대해야 한다는 것이다. 수출물량을 결정할 때에도 시장 소비규모와 소비 수요를 고려해 결정해야 하며, 소비를 촉진시킬 수 있는 고품질의 농산물을 수출해야 한다.

현지 기후 및 풍토를 고려할 경우 잠재시장 발굴에 성공할 가능성이 크며, 신선도 및 상품성을 유지하기 위해서 다양한 기술개발 방안이 마련되어야 한다. 그리고 극동러시아 시장에 안정적으로 진출하여 정착하기 위해서는 현지 수입 도매업체 및 대형판매업체와 연계하여 지속적으로 신뢰관계를 유지하는 것이 필요하다. 마케팅 방안에서도 현지 소비자들의 한국산 농산물에 대한 인지도를 높일 수 있는 방법은 대형판매점에서의

공식적인 홍보 및 판촉활동 이외에도 다양하게 존재할 수 있음을 보여준다. 수출제도 개선사례는 정책적, 제도적으로 수출장애요인을 해결해 줄 수 있는 사안이 많음을 보여주며, 향후에도 지속적으로 제도적 장애요인들을 발굴, 개선해야 할 것이다.

■ 극동러시아 시장 농산물 수출확대 방안

극동러시아 시장에 대한 농산물 수출확대 방안은 경쟁력제고 방안, 수출물량의 안정적 확보, 지속적 공급기반 구축방안, 물류여건 개선방안, 마케팅 개선방안, 비관세장벽 해소방안, 유형별 시장진출 방안, 제도개선 방안으로 구분하여 제시하였다.

경쟁력제고 방안은, 국내 여건상 가격경쟁력을 빠르게 증가시키기 어려운 여건이며, 극동러시아 시장에서 고품질 농산물에 대한 수요가 증가할 가능성이 많으며, 한국산 농산물이 고품질, 고가격에 판매되고 있으므로 한국산 농산물의 진출 전략은 품질경쟁력 향상에 주력하고 가격경쟁력 향상을 보완적으로 추진하는 것이 바람직하다. 품질경쟁력을 높이기 위해서는 재배기술 개발과 시설 개선, 주출하시기의 고품질 상품 수출이 이루어져야 한다. 가격경쟁력을 높이기 위해서는 생산비용을 절감할 수 있는 생산 및 재배기술 개발, 신속하고 체계적인 수송으로 운송비용을 절감할 수 있도록 물류체계가 개선되어야 한다.

수출물량을 안정적으로 확보하여 지속적으로 공급하는 기반 구축은 국내 수출업체의 조직화와 전문화를 통해 국내가격 변동에 큰 영향을 받지 않고 안정적, 지속적으로 물량을 확보, 공급하는 것이다. 그리고 소비시장 규모에 맞도록 수출물량을 조절하기 위해서는 국내 수출업체끼리의 과당 경쟁이 지양되어야 할 것이며, 시장에서 필요로 하는 품목을, 필요로 하는 시기에 공급할 수 있는 재배시설과 기술개발이 요구된다.

물류여건 개선방안은 저온수송 기반을 구축하기 위해서 저온 선별장 및 데크 시설, 저온 선박수송 냉장컨테이너 확보가 이루어져야 한다. 수출국에서의 품질 유지와 물량 조절을 위해 물류창고를 건립하거나 임대하는 방안도 필요하다. 포장이나 상품성을 개선하기 위해서는 플라스틱 재료로 포

장재 개선, 상품간 접촉을 줄일 수 있는 포장방법 개선, 파렛트를 이용한 컨테이너 적재방법 등의 검토 및 도입이 필요하다.

마케팅 개선방안에서, 극동러시아 소비자들의 한국산 농산물에 대한 인지도가 아주 낮기 때문에 적극적인 홍보, 판매촉진 활동, 마케팅 활동이 요구된다. 한국산 농산물이 고품질로 인식되고 고가격 판매가 가능하므로 고소득층이 주로 이용하는 백화점과 대형판매점에서 판매촉진, 홍보 행사를 지속적으로 수행하는 것이 필요하다.

극동러시아 시장에 진출하는 데 있어서 비관세장벽으로 작용하는 요인은 검역 및 통관 기일이 오래 걸리고 유통채널 진입이 쉽지 않다는 것이다. 러시아는 상대적으로 일본 등의 다른 국가들보다 통관에 있어서 서류 절차가 많고 까다로운 편이다. 통관기일이 오래 걸리는 것이 한국산 상품에만 해당하는 사항은 아니지만 정부차원에서 통관절차의 간소화 등을 위해 협의를 하는 것도 통관속도를 빠르게 하는 데 효과적일 것으로 판단된다. 유통채널 진입과 안정적 정착을 위해서는, 현지 수입 도매업체 및 대형 판매점을 경유하는 거래수수료가 높은 편이고 대금정산 조건이 까다롭다는 어려움을 극복할 수 있어야 한다. 수입도매업체가 가지는 현안 애로 사항을 공동투자 및 해결함으로써 채널 진입과 수출물량 확대를 기대할 수 있는 방안도 있지만 경제성 분석 등 신중히 검토할 부분도 있다.

러시아 시장으로 농산물 수출을 추진하는 시장권역별 진출방안은, 첫째, 연해주 지역을 러시아 수출의 관문지역으로 설정하고, 둘째, 러시아의 물류여건 개선 상황과 한국산 농산물의 진출여건을 고려하면서 단계적으로 러시아 시장 전역으로 확대해 나가는 방법이 유효성과 안정성이 높을 것으로 판단된다.

수출업체 입장에서 수출거래 체계의 유형을 선택하는 방안은 현지 시장에 법인을 설립하여 시장조사, 동향 파악, 거래관계 구축 및 유지를 안정적으로 수행하고 있는 수출입 업체와 연계하는 것이 거래의 안정성을 높일 수 있을 것이다.

수출 국가간 경쟁력과 소비자 선호도를 고려한 진출 전략으로는 품질 경쟁력이 있는 딸기, 메론, 파프리카 등의 품목은 백화점, 대형판매점 판

매로 고소득 계층을 겨냥하는 전략이 유효성이 높다. 반면에, 상대적으로 낮은 가격에 판매되고 있는 감귤, 장미 등은 대중적으로 소비가 가능한 도매 시장 등에서 판매하는 것이 효율적이다.

제도개선 방안으로, 현재 정부에서는 수출확대를 위해서 다양한 제도개선 사항들을 발굴하고 개선하는 작업을 수행하고 있다. 제도 개선이 확정된 사업은 중간 검토를 거치면서 사업을 원활히 추진해야 한다. 아직 제도개선이 발굴되지 않았거나 추진 중인 사업들은 꾸준히 관심을 가지고 개선해 나가야 한다.

수출 정책적인 측면에서는 개별 수출업체가 수행하기에 어렵거나 효율성이 낮은 사업 중심으로 정책적인 관심과 지원이 요구된다. 특히, 극동러시아 시장에 대한 한국산 농산물의 홍보 및 인지도 제고, 수출 농산물의 안정적 공급과 품질관리 기반 마련을 위한 조직 육성, 물류여건 개선 분야에서 정책적인 지원이 크게 요구된다.

부록 1

농산물 수출유망시장 분석과 대응방안 연구 수출입업체 조사표

안녕하십니까?

국무총리실 산하 정부출연연구기관인 한국농촌경제연구원에서는 「농산물 수출유망시장 분석과 대응방안」연구 과제를 수행하고 있습니다.

본 연구의 목적은 최근에 농산물 수출유망시장으로 대두되는 러시아 시장을 대상으로 수출여건과 장애요인을 조사하여 보다 현실적인 개선방안과 수출증대 방안을 제시하는 데 있습니다. 조사 및 분석대상은 블라디보스톡 등 극동 러시아 지역을 중심으로 하고 있습니다.

농식품 수출입업체 현장의 의견과 시각을 조사하여 우리 농산물의 러시아 시장 진입 및 확대의 장애요인 발굴과 개선방안을 도출하고자 본 조사를 실시하고 있습니다.

보다 심층적이고 현실적인 조사분석이 수행될 수 있도록 조사내용은 가급적 수출업무 담당자나 대표자분께서 작성하여 주시고 FAX (02-3299-4189)나 이메일(funny1978@krei.re.kr)로 회신하여 주시면 감사하겠습니다. 혹 본 조사와 관련한 의문 사항이 있으시면 다음의 연락처로 문의하시기 바랍니다.

연락처: 한국농촌경제연구원 한 혜 성 연구원 02-3299-4218

김 경 필 부연구위원 02-3299-4312

1. 일반 현황

구분	개요
1. 업체 개요 ○ 수출업체명	업체명:
-소재지및전화번호	주소: 전화번호:
-대표자명(H.P번호)	대표자명: H.P번호:
-담당자명(H.P번호)	담당자명: H.P번호: E-mail:

2. 러시아 수출 개요

구분	내용				
○ 러시아수출 대표품목	1) 김치 2) 파프리카 3) 멜론 4) 딸기 5) 토마토 6) 배 7) 유자차 8) 단감 9) 감귤 10) 포도 11) 사과 12) 백합 13) 장미 14) 국화 15) 선인장 16) 돼지고기 17) 삼계탕 18) 표고버섯 19) 팽이버섯 20) 새송이버섯 21) 여타 품목()				
-러시아수출 경험 품목	(위 품목 중에서 선택하여 주시기 바랍니다)				
-러시아 수출 및 마켓테스트 희망 품목					
○ 러시아시장 수출경력	① 전혀 경험 없음 ② 박람회 참가, 마켓테스트 경험 있음 ③ 1년 이내 ④ 3년 이내 ⑤ 4~5년 이내 ⑥ 5년 이상				
○ 러시아시장 수출 규모 (’07)	수출품목				
	수출기간(월)	월 ~ 월	월 ~ 월	월 ~ 월	월 ~ 월
	수출물량(톤)				
	수출금액(불)				
	수출경력(년)	년	년	년	년

4. 러시아 수출절차별 현황 및 건의사항

조사항목	현황	개선 및 건의사항
<수출절차별> 1) 수출농가 및 단지관리		
2) 수출물량 수집		
3) 선별, 포장, 상품화		
4) 가공		
5) 시장마케팅		
6) 판촉홍보		

5. 러시아 수출 기능별 건의사항

조사항목	개선 및 건의사항
<수출 기능별> 1) 수출물량의 안정적 확보	
2) 가격·품질경쟁력 제고	
3) 수출상품의 안전성 확보	
4) 수확후 관리기술 개선	
5) 물류시설 및 비용 개선	
6) 통관절차 개선	
7) 식물검역·위생제도 개선	
8) 바이어 및 파트너 정보	
9) 대형할인점 개척·연계	
10) 러시아 소비자 정보	
11) 기타	

6. 러시아 수출 제도별 애로사항과 개선사항

6-1. 다음 중, 러시아 수출과 관련해서 수출을 방해하는 가장 큰 요인은 무엇입니까?

- ① 관세제도와 같은 공식적인 수입규제제도를 포함하여 비효율적인 수입행정, 부재등 수입제한 조치 ② 통관절차 문제
③ 농산물 및 식품 표시제도

부록 2-1

한국산 농산물 수출시장 분석과 대응방안 연구 러시아 수입업체(대형판매점) 조사표

안녕하십니까?

대한민국 정부출연연구기관인 한국농촌경제연구원에서는 「농산물 수출유망시장 분석과 대응방안」연구 과제를 수행하고 있습니다.

본 연구의 목적은 최근에 한국산 농산물 수출유망시장으로 대두되는 러시아 시장의 수출여건과 장애요인을 조사하여 한국산 농식품 수출 개선방안과 증대방안을 도출하는 데 있습니다. 조사 및 분석대상은 블라디보스톡 등 극동러시아 지역을 중심으로 하고 있습니다.

보다 심층적이고 현실적인 조사분석이 수행될 수 있도록 조사내용은 가급적 수입업무(판매업무) 담당자나 대표자분께서 응답 및 작성하여 주시면 감사하겠습니다.

본 조사와 관련한 의문 사항이 있으시면 다음의 연락처로 문의하시기 바랍니다.

연락처: 한국 농촌경제연구원 한 혜 성 연구원 02-3299-4218(funny1978@krei.re.kr)
김 경 필 부연구위원 02-3299-4312(kkphil@krei.re.kr)

1. 한국산 농식품 수입(판매)에 대한 관심과 수입 전망

< 보 기 >					
I 과실류:	1) 감귤	2) 배	3) 단감	4) 사과	5) 포도
II 과채류:	6) 토마토	7) 파프리카	8) 멜론	9) 딸기	
III 채소류:	10) 양배추	11) 무	12) 오이	13) 양파	
IV 화훼류:	14) 장미	15) 백합	16) 국화	17) 선인장	
V 버섯류:	18) 표고버섯	19) 팽이버섯	20) 새송이버섯		
VI 축산물:	21) 돼지고기	22) 삼계탕			
VII 가공식품:	23) 김치	24) 유자차	25) 채소 주스		
VIII 기 타:	26) 고급쌀	27) 채소종자			

1-1. 위 보기의 농식품 중에서 러시아로 수입한(대형판매점 판매) 경험이 있는 한국산 품목을 모두 적어주시기 바랍니다.

(, , , , , , ,)

1-2. 위 보기의 품목 중에서 수입(대형판매점 판매)에 관심을 가지고 있는 한국산 농식품 품목을 모두 적어주시기 바랍니다.

(, , , , , , ,)

1-3. 위 보기의 품목들 중에서 러시아 자체 공급이나 수입 공급이 어려운 기간에 한국산 농식품이 틈새시장 및 틈새품목으로 수출하기에 용이하다고 판단되는 품목을 모두 적어주시기 바랍니다.

(, , , , , , ,)

1-4. 위 보기의 한국산 품목 중에서 러시아로의 수입이 향후 5년간 연평균 20% 이상 대폭 증가할 것으로(대형판매점 판매) 전망되는 품목을 모두 적어 주시기 바랍니다.

(, , , , , , ,)

1-5. 한국산 농식품은 향후 5년 뒤 러시아 수입금액이(대형판매점 판매) 2007년 대비 몇 % 증가 혹은 감소할 것으로 전망하십니까? 품목부류별로 오른쪽의 보기 중에서 선택하기 바랍니다.

< 품목부류별 전망 >		< 보 기 >	
I 과실류:	번,	II 과채류:	번
III 채소류:	번,	IV 화훼류:	번
V 버섯류:	번,	VI 축산물:	번
VII 가공식품:	번,	VIII 기 타:	번
		① 5년후 수입량이 현재보다 감소할 것이다	
		② 현재와 비슷할 것이다	
		③ 현재보다 20~50% 이내로 증가할 것이다	
		④ 현재보다 50~100% 이내로 증가할 것이다	
		⑤ 현재보다 100% 이상 증가할 것이다	

1-6. 한국산 농식품이 다른 주요 수입경쟁국보다 우위에 있는 강점은 무엇입니까? 품목별로 오른쪽의 보기 중에서 2개씩 선택하시기 바랍니다.

< 품목별 이유 >	< 보 기 >
1) 감 꺾: 번 2) 배: 번 3) 토마토: 번 4) 파프리카: 번 5) 무: 번 6) 양파: 번 7) 장미: 번 8) 백합: 번 9) 김치: 번 10) 새송이버섯: 번 11) 돼지고기: 번	① 한국산 농식품 가격이 저렴하다 ② 품질수준이 높다 ③ 신선도가 높다 ④ 안전성이 높다 ⑤ 수입물량 확보가 용이하다 ⑥ 수입가격 변동성이 작다 ⑦ 수출 물류와 관련제도가 우수하다 ⑧ 기 타()

1-7. 한국산 농식품이 수입경쟁국 농식품과 비교하여 경쟁력이 낮은 항목은 무엇입니까? 품목별 이유를 오른쪽의 보기 중에서 2개씩 선택하시기 바랍니다.

< 품목별 이유 >	< 보 기 >
1) 감귤: 번 2) 배: 번 3) 토마토: 번 4) 파프리카: 번 5) 무: 번 6) 양파: 번 7) 장미: 번 8) 백합: 번 9) 김치: 번 10) 새송이버섯: 번 11) 돼지고기: 번	① 한국산 농식품 가격이 저렴하다 ② 품질수준이 높다 ③ 신선도가 높다 ④ 안전성이 높다 ⑤ 수입물량 확보가 용이하다 ⑥ 수입가격 변동성이 작다 ⑦ 수출 물류와 관련제도가 우수하다 ⑧ 기 타()

< 2번부터의 질문들은 귀 업체에서 수입 품목 중심으로 응답하여 주시기 바랍니다 >

2. 한국산 농식품에 대한 경쟁력 평가

2-1. 한국산 농식품들을 극동러시아로 수입(판매)을 고려할 때 경쟁이 가장 치열한 상대 국가는 어디입니까? 품목별로 3순위까지 적어주시기 바랍니다.

품목	한국산 농식품 수입 경쟁 국가		
1) 감귤	1순위:	2순위:	3순위:
2) 배	1순위:	2순위:	3순위:
3) 토마토	1순위:	2순위:	3순위:
4) 파프리카	1순위:	2순위:	3순위:
5) 무	1순위:	2순위:	3순위:
6) 양파	1순위:	2순위:	3순위:
7) 장미	1순위:	2순위:	3순위:
8) 백합	1순위:	2순위:	3순위:
9) 김치	1순위:	2순위:	3순위:
10) 새송이버섯	1순위:	2순위:	3순위:
11) 돼지고기	1순위:	2순위:	3순위:

2-2. 한국산 농식품을 수입하는 대신에 위 2-1 질문에서 응답한 수입경쟁 국가의 농식품을 수입한다면 가장 중요한 이유는 무엇입니까? 보기에서 골라 주시기 바랍니다.

품목	응답번호	경쟁국 농식품을 구입하는 이유
1) 감귤	번	< 보 기 > ① 경쟁국 농식품이 가격이 저렴하다 ② 경쟁국 농식품이 맛과 향 등 품질수준이 높다 ③ 경쟁국 농식품이 신선도가 높다 ④ 경쟁국 농식품이 안전성이 높다 ⑤ 경쟁국 농식품이 수입물량 확보가 용이하다 ⑥ 경쟁국 농식품이 수입가격 변동성이 작다 ⑦ 경쟁국 농식품이 수출물류와 관련제도가 우수하다
2) 배	번	
3) 토마토	번	
4) 파프리카	번	
5) 무	번	
6) 양파	번	
7) 장미	번	
8) 백합	번	
9) 김치	번	
10) 새송이버섯	번	
11) 돼지고기	번	⑧ 기 타()

2-3. 한국산 농식품 품목별로 품질경쟁력과 가격경쟁력이 가장 우수한 국가를 각각 2개 국가씩 적어주시기 바랍니다.

품목	한국산 농식품보다 품질경쟁력이 우수한 국가		한국산 농식품보다 가격경쟁력이 우수한 국가	
1) 감귤	1)	2)	1)	2)
2) 배	1)	2)	1)	2)
3) 토마토	1)	2)	1)	2)
4) 파프리카	1)	2)	1)	2)
5) 무	1)	2)	1)	2)
6) 양파	1)	2)	1)	2)
7) 장미	1)	2)	1)	2)
8) 백합	1)	2)	1)	2)
9) 김치	1)	2)	1)	2)
10) 새송이버섯	1)	2)	1)	2)
11) 돼지고기	1)	2)	1)	2)

2-4. 2-1에서 응답한 한국산 농식품 수입 경쟁국가들과 비교하여 한국산 농식품의 품질은 어느 수준으로 평가하십니까. 품목별로 보기 중에서 선택하기 바랍니다.

품목				한국 농식품 품질수준 평가
1) 감귤:	변	2) 배:	변	< 보 기 > ① 아주 좋다 ② 좋은 편이다 ③ 보통이다 ④ 좋지 않다 ⑤ 아주 좋지않다
3) 토마토:	변	4) 파프리카:	변	
5) 무:	변	6) 양파:	변	
7) 장미:	변	8) 백합:	변	
9) 김치:	변	10) 새송이버섯:	변	
11) 돼지고기:	변			

2-5. 아래 품목들을 수입하여 중도매상에게 판매할 때 가장 높은 가격을 받는 수입국 상품의 품질 특징들은 무엇입니까?

품목	극동러시아 소비자들이 좋아하는 품질 특징 (품종, 맛, 당도, 크기, 색깔, 모양, 부위, 육질 등 항목별 기재)
1) 감귤	
2) 배	
3) 토마토	
4) 파프리카	
5) 무	
6) 양파	
7) 장미	
8) 백합	
9) 김치	
10) 새송이버섯	
11) 돼지고기	

2-6. 한국산 수입농식품 가격은 수입경쟁국 농식품가격 대비 어느 정도 수준입니까?

품목				한국 농식품 가격수준 평가
1) 감귤:	번	2) 배:	번	① 수입경쟁국보다 20% 이상 저렴하다
3) 토마토:	번	4) 파프리카:	번	
5) 무:	번	6) 양파:	번	② 10~20% 저렴하다
7) 장미:	번	8) 백합:	번	③ 비슷한 편이다
9) 김치:	번	10) 새송이버섯:	번	④ 10~20% 비싼 편이다
11) 돼지고기:	번			⑤ 20% 이상 비싼 편이다

2-7. 한국산과 수입경쟁국의 농식품 수입후 중소매상(소비자)으로 판매하는 가격은 각각 얼마입니까? 수입국가-가격(\$)-판매단위-주판매시기
○월 순서대로 기재하되, 판매단위와 주판매시기 월은 통일시켜 주시기 바랍니다.

품목	구분	한국산	경쟁국산 (1순위)	경쟁국산 (2순위)
감귤	수입국가			
	가격(\$)/ 단위(kg)/○월			
배	수입국가			
	가격(\$)/ 단위(kg)/○월			
토마토	수입국가			
	가격(\$)/ 단위(kg)/○월			
파프리카	수입국가			
	가격(\$)/ 단위(kg)/○월			
무	수입국가			
	가격(\$)/ 단위(kg)/○월			
양파	수입국가			
	가격(\$)/ 단위(kg)/○월			
장미	수입국가			
	가격(\$)/ 단위(kg)/○월			
백합	수입국가			
	가격(\$)/ 단위(kg)/○월			
김치	수입국가			
	가격(\$)/ 단위(kg)/○월			
새송이버섯 / 혹은 돼지고기	수입국가			
	가격(\$)/ 단위(kg)/○월			

2-8. 한국산 농식품이 극동러시아 현지에 수입되거나 판매되고 있다는
것을 현지인들은 잘 알고 있는 편입니까?

품목	한국 농식품 인지도
1) 감귤: 번 2) 배: 번	① 품질이나 가격을 잘 알고 있다
3) 토마토: 번 4) 파프리카: 번	② 한국산 농식품을 알고 있는 편이다
5) 무: 번 6) 양파: 번	③ 한국산 농식품을 잘 모르는 편이다
7) 장미: 번 8) 백합: 번	④ 한국산 농식품을 전혀 모른다
9) 김치: 번 10) 새송이버섯: 번	⑤ 잘 모르겠다
11) 돼지고기: 번	

2-9. 한국산 농식품을 구입하는 극동러시아 현지인들의 소득계층은 어느
정도 수준입니까?

품목	한국 농식품 구입계층 소득수준
1) 감귤: 번 2) 배: 번	① 최상류층(루블~ 루블/월소득)
3) 토마토: 번 4) 파프리카: 번	② 상류층(루블~ 루블/월소득)
5) 무: 번 6) 양파: 번	③ 중류층(루블~ 루블/월소득)
7) 장미: 번 8) 백합: 번	④ 하위층(루블~ 루블/월소득)
9) 김치: 번 10) 새송이버섯: 번	⑤ 빈곤층(루블~ 루블/월소득)
11) 돼지고기: 번	

3. 귀 업체에서 한국산 농식품을 수입하는 조직체계 유형을 선택하고 수입
과정의 장점과 단점을 기재하여 주시기 바랍니다. (대형판매점 조사는
생략)

거래 유형	장점	단점
1) 러시아 수입업체 ↔ 한국 수입업체		
2) 러시아 수입업체 ↔ 한국 생산자조직 (농협, 영농조합법인)		
3) 러시아 수입업체 ↔ 한국 수출업체 ↔ 한국 생산자조직 (농협, 영농조합법인)		

4. 한국산 농식품을 수입하는 데 있어서 발생하는 장애요인들에 대해 한국 공급자 측면에서 개선해야 하는 사항은 무엇입니까? (대형판매점 조사는 생략)

조사항목	현재 장애요인 실태	개선 요구 내용
1) 수입물량을 안정적으로 확보하는 것이 어렵다		
2) 한국의 수출업체 및 공급업체 정보가 부족하다		
3) 수입 가격이 비싸다		
4) 품질 수준이 낮다		
4) 수입 농식품의 안전성이 부족하다		
5) 운송과정의 신선도 유지 기술 및 시설이 부족하다		
6) 포장자재, 포장규격 등 포장에 문제점이 많다		

5. 한국산 농식품을 러시아(극동러시아) 지역 내에서 통관 및 유통시키는 과정에서 발생하는 장애요인과 개선해야 할 사항은 무엇입니까? (대형 판매점 조사는 생략)

조사항목	현재 장애요인 실태	개선 요구 내용
1) 물류시설 부족		
2) 통관 절차		
3) 식물 검역조건·위생제도 충족 등 안전성 관리		
4) 포장 등 상품성 유지		
5) 법적·제도적 어려움		

6. 한국산 농식품을 극동러시아 시장 및 대형판매업체에 판매하는 데 있어서 어려움과 이를 개선하기 위한 방안은? (대형판매점 조사는 생략)

조사항목	현재 장애요인 실태	개선 요구 내용
1) 도매시장, 대형할인점 개척 · 연계성 부족, 안정적 판로확보 어려움		
2) 한국산 농식품의 러시아 시장 홍보 및 판촉 부족		
3) 한국산 농식품의 체계적인 마케팅 부족		
4) 시장구조 복잡 등 다른 어려운 사항들		

7. 한국산 농식품 수출을 증가시키기 위하여 아래 방안들을 도입하는 방법에 대한 의견과 구체적인 실행방안이 있으면 제시해 주시기 바랍니다.
(대형판매점 조사는 3번과 4번만 응답)

조사항목	검토 의견	구체적인 실행 방법
1) 러시아 수입업체와의 연계성, 유대성 강화 방법		
2) 현지 공관, KOTRA, aT 등을 통한 판촉 · 홍보 방안		
3) 현지 대형판매업체와의 연계 및 제휴방안		
4) 소비자 계층별 판매전략 수립 및 마케팅 추진방안		

8. 한국산 농식품의 극동러시아 수출확대(대형판매점 판매)를 위한 요구사항이 있으시면 구체적으로 적어주십시오.

9. 조사 대상업체 개요

○ 업체 개요 - 업 체 명: - 업체유형: - 소 재 지: - 대표자명: - 전화번호: - E-mail:					
○ 업체 유형		① 수입업체 ② 대형판매점 ③ 중도매상			
○ 한국산 수입(구입) 거래업체수		① 1개업체 ② 2~3개업체 ③ 4~5개업체 ④ 5개업체 이상			
○ 한국산 수입(판매) 경력		① 1년 이내 ② 2~3년 이내 ③ 4~5년 이내 ④ 5년 이상			
○ 주수입 품목 및 시기	주수입 (판매) 품목	1순위:	2순위:	3순위:	4순위:
	주수입 (판매) 시기	월~ 월	월~ 월	월~ 월	월~ 월
	수입(판매) 경력	년	년	년	년

<성실히 응답해주셔서 감사드립니다>

부록 2-2

러시아 유통업체 조사표(러시아어)

Опрос проводится среди крупных российских импортеров Дальнего Востока Государственным Сельскохозяйственным Исследовательским комитетом Республики Корея для изучения спроса на импорт сельхозпродукции и проблем, возникающих при ввозе продукции.

1. Какую нижеперечисленную корейскую продукцию Вы бы хотели импортировать?

Фрукты: 1) мандарины 2) груши 3) хурма 4) яблоки 5) виноград
Плодовые: 6) помидоры 7) болгарский перец 8) дыня 9) клубника
Овощи: 10) кочанная капуста 11) редька 12) огурцы 13) лук
Цветы: 14) розы 15) лилии 16) хризантема 17) опунция
Грибы: 18) пхёгопосот 19) енокитаке 20) сэсонипосот
Продукты животноводства: 21) свинина 22) самгетан
Полуфабрикаты: 23) кимчи 24) чай с лимоном 25) овощные соки
Другие продукты: 26) рис высшего сорта 27) семена овощей

1-1. Напишите, пожалуйста, названия продуктов, которые Вам доводилось импортировать.

()

1-2. Напишите, пожалуйста, названия продуктов, которые Вы хотели бы импортировать.

()

1-3. Напишите, пожалуйста, названия всех сельхозпродуктов, которые можно импортировать из Кореи во время отсутствия продукции в России и невозможности поставок из других стран.

()

1-4. Напишите, пожалуйста, названия продуктов, импорт которых, вы считаете, в течение 5 лет можно каждый год увеличивать более, чем на 20% (для крупных продаж).

()

1-5. Как Вы считаете, затраты на импорт корейских товаров через 5 лет по сравнению с 2007 годом вырастут на несколько процентов или снизятся? Напротив наименования поставьте номер ответа.

Наименование продукции Варианты ответов 1

Наименование продукции	Варианты ответов
1) фрукты 2) овощи	1) через 5 лет объем импорта снизится
3) цветы 4) грибы	2) останутся на прежнем уровне
5) мясо 6) полуфабрикаты	3) вырастут на 20-50%
7) другие товары	4) вырастут на 50-100%
	5) вырастут на более 100%

1-6. Как Вы считаете, в чём преимущество корейской импортируемой сельхозпродукции перед продукцией из других стран? Напротив наименования поставьте по 2 номера вариантов ответов.

Наименование продукции	Варианты ответов
1) мандарины 2) груша	1) корейская продукция дешевле
3) помидоры 4) болгарский перец	2) качество выше
5) редька 6) лук	3) более свежие
7) розы 8) лилии	4) безопаснее
9) кимчи 10) эсэнипосот	5) легко увеличить объем

11) свинина	6) более устойчивые цены 7) налаженная экспортная система 8) другие преимущества
-------------	--

1-7. Как Вы считаете, в чем корейские товары уступают продукции из других стран? Напротив наименования поставьте по 2 номера вариантов ответов.

Наименование продукции	Варианты ответов
1) мандарины 2) груша 3) помидоры 4) болгарский перец 5) редька 6) лук 7) розы 8) лилии 9) кимчи 10) эсониосот 11) свинина	1) корейская продукция дороже 2) качество ниже 3) менее свежие 4) менее безопасные 5) сложно увеличить объём 6) неустойчивые цены 7) не достаточно налаженная экспортная система 8) другие недостатки

2. Конкурентоспособность корейской сельхозпродукции.

2-1. Как вы считаете, продукция какой страны является конкурентом корейской сельхозпродукции? Напишите названия стран следующим образом: 1) самый большой конкурент 2) менее сильный конкурент 3) менее сильный по сравнению с двумя предыдущими.

Наименование	Название страны		
1) мандарины	1)	2)	3)
2) груши	1)	2)	3)
3) помидоры	1)	2)	3)
4) болгарский перец	1)	2)	3)
5) лоба 6) лук	1)	2)	3)
7) розы	1)	2)	3)
8) лилии	1)	2)	3)
9) кимчи	1)	2)	3)
10) грибы	1)	2)	3)
11) свинина	1)	2)	3)

2-2. По каким основным причинам Вы бы стали импортировать с/х продукцию указанных в пункте 2-1 стран вместо корейской. Напротив наименования поставьте номер ответа.

Наименование продукции	Варианты ответов
1) мандарины 2) груши	1) корейская продукция дороже
3) помидоры 4) болгарский перец	2) качество выше
5) редька 6) лук	3) более свежие
7) розы 8) лилии	4) безопаснее
9) кимчи 10) сэсонипосот	5) легко увеличить объём
11) свинина	6) более устойчивые цены
	7) налаженная экспортная система
	8) другие преимущества

2-3. Укажите в колонках по 2 страны, продукция которых является более конкурентноспособной благодаря качеству и цене.

Наименование	Страны, имеющие более подходящую цену		Страны, имеющие лучшее качество	
1) мандарины	1)	2)	1)	2)
2) груши	1)	2)	1)	2)
3) помидоры	1)	2)	1)	2)
4) болгарский перец	1)	2)	1)	2)
5) редька	1)	2)	1)	2)
6) лук	1)	2)	1)	2)
7) розы	1)	2)	1)	2)
8) лилии	1)	2)	1)	2)
9) кимчи	1)	2)	1)	2)
10) сэсонипосот	1)	2)	1)	2)
11) свинина	1)	2)	1)	2)

2-4. Как Вы оцениваете качество корейской с/х продукции в сравнении с продукцией конкурирующих стран, указанных в пункте 2-1. Напротив наименования поставьте номер ответа.

Наименование	Оценка качества корейской продукции
1) мандарины	1) очень хорошее
2) груши	2) нормальное
3) помидоры	3) обычное
4) болгарский перец	4) плохое
5) редька	5) очень плохое
6) лук	
7) розы	
8) лилии	

2-5. Какие нижеперечисленные импортные продукты удастся реализовать крупным и мелким торговым предприятиям по высоким ценам?

Наименование товара	Особенности качества, востребованные потребителем на Дальнем Востоке (сорт, вкус, сладость, размер, цвет, вид, сочность и другое)
1) Мандарины 2) Груши 3) Помидоры 4) Болгарский перец 5) Лоба 6) Лук 7) Розы 8) Лилии 9) Кимчхи 10) Грибы 11) Свинина	

2-6. Оцените уровень цен на корейскую импортируемую продукцию в сравнении с другой конкурентной с/х продукцией? Напротив наименования поставьте номер ответа.

Товар	Оценка уровня цены корейской продукции
1) Мандарины 2) Груши 3) Помидоры 4) Паприка 5) Лоба 6) Лук 7) Розы 8) Лилии 9) Кимчхи 10) Грибы 11) Свинина	① По сравнению с другой конкурентной продукцией дешевле больше, чем на 20%. ② Дешевле на 10~20%. ③ Одинаково. ④ Дороже на 10~20%. ⑤ Дороже более, чем на 20%.

2-7. Какие примерно цены и объёмы корейского импортного товара и с/х продукции из других стран? Напишите следующим образом: страна-импортер - Цена (\$) - объёмы продажи - период продажи (месяцы).

Наименование	Сортировка	Корей ская продукция	Конкурентный товар 1	Конкурентный товар 2
Мандарины	Страна происхождения			
	Цена(\$)/ Кол-во(kg)/О месяц			
Груши	Страна происхождения			
	Цена(\$)/ Кол-во(kg)/О месяц			
Помидоры	Страна происхождения			
	Цена(\$)/ Кол-во(kg)/О месяц			
Паприка	Страна происхождения			
	Цена(\$)/ Кол-во(kg)/О месяц			
Лоба	Страна происхождения			
	Цена(\$)/ Кол-во(kg)/О месяц			
Лук	Страна происхождения			
	Цена(\$)/ Кол-во(kg)/О месяц			
Розы	Страна происхождения			
	Цена(\$)/ Кол-во(kg)/О месяц			
Лилии	Страна происхождения			
	Цена(\$)/ Кол-во(kg)/О месяц			
Кимчхи	Страна происхождения			
	Цена(\$)/ Кол-во(kg)/О месяц			
Грибы / Свинина	Страна происхождения			
	Цена(\$)/ Кол-во(kg)/О месяц			

3. Напротив каждой приведённой формы организации процесс а импорта корей ской продукции укажите её положительные и отрицательные стороны (исключая исследуемые крупные опто вые компании).

Вид торговли	Положительные стороны	Отрицательные стороны
1) Российский импортер ↔ Корейский экспортер		
2) Российский импортер ↔ Круг корейских производителей		
3) Российский импортер ↔ Корейский экспортер ↔ Круг корейских производителей		

4. Выделите основные проблемы, возникающие при импорте корейской продукции, которые должна решить корейская сторона.

Предмет исследования	Текущие проблемы	Способы решения
1) Сложности в обеспечении стабильности объемов импорта.		
2) Нехватка информации о корейских экспортерах и производителях.		
3) Высокие цены импортной продукции.		
4) Низкий уровень качества.		
5) Небезопасность импортной с/х продукции.		
6) Нехватка оборудования и технологий для поддержания свежести продукции при осуществлении перевозки.		

5. Какие проблемы возникают при прохождении таможни и реализации корейской продукции внутри страны и регионах, пути их решения? (исключая исследуемые крупные оптовые компании)

Предмет исследования	Текущие проблемы	Способы решения
1) Нехватка оборудования для товара		
2) Процедура таможенной очистки.		
3) Меры безопасности для Карантинной службы и СЭС.		
4) Упаковка для поддержания качества товара		
5) Сложности с юридическим оформлением.		

6. Предложения по улучшению механизмов продажи корейской продукции в крупных супермаркетах и рынках Дальнего Востока
а.

Предмет исследования	Текущие проблемы	Способы решения
1) Сложности обеспечения стабильного рынка сбыта, невозможность открытия новых торговых точек.		
2) Недостаток рекламных акций и оповещения СМИ об импортируемом корейском товаре.		
3) Маркетинговые проблемы.		
4) Нестабильность рынка сбыта и другие проблемы.		

7. Пожалуй ста, напишите своё мнение о предложенных способах увеличения импорта корейской продукции. (3 и 4 предложения для крупных оптовых компаний).

Предложения	Мнение	Способы осуществления
1) Прилагать больше усилий для налаживания торговых взаимоотношений с российскими импортерами.		
2) Проводить больше рекламных акций посредством СМИ, общественных организаций, КОТРЫ, торговых организаций и т.д.		
3) Сотрудничество с крупными торговыми компаниями.		
4) Создание маркетинговой программы и торговой стратегии для потребителей.		

8. Если есть предложения по увеличению импорта корейской продукции для крупных продаж на Дальнем Востоке, пожалуйста, напишите.

9. Данные компании.

- Название: - Деятельность компании: - Адрес: - Ген. Директор: - Телефон: - E-mail:					
○ Деятельность компании	①Импортёр ②Оптовая торговля ③Розничная торговля				
○ Сколько компаний поставляют Вам корейскую продукцию?	① 1 ② 2~3 ③ 4~5 ④ больше 5				
○ Период торговли корейской продукцией	① 1 год ② 2~3 года ③ 4~5 лет ④ больше 5лет				
○ Период торговли кор. продукцией и её наименование	Разместите в порядке убывания по объёму продажи	1место:	2место:	3место:	4место:
	Период продаж	~	~	~	~
	Опыт продаж	лет	лет	лет	лет

<Благодарим за достоверную информацию>

부록 3

극동러시아 대형유통업체 농식품 판매가격

■ 대형유통업체A 농식품 판매가격

○ A 농식품 판매가격

- 파프리카 한국산 490루블/kg (≒ 24,500원)
이שראל산 441.0루블/kg (≒22,000원)
- 브로콜리 89.5루블/kg (≒4,500원)
방울토마토 83.5루블/kg (≒4,200원)
토마토 48.5루블/kg (≒2,400원)
오이 51.0 루블/kg (≒2,500원)
왕김치 201.5루블/410g (≒25,000원/kg)
단무지 193루블/350g (≒ 27,600원)
치킨, 돼지고기(훈제) 500.0루블 (≒25,000원)/kg

주: 1루블≒50원으로 산정하였으며 루블당 원화가격은 40~50원에서 변동됨.

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 10.).

■ 대형유통업체B 농식품 판매가격

○ 과실류

- 일본 사과 419루블/kg ≒ 20,000원
- 미국산 갈라사과 121루블/kg ≒ 6,000원
- 미국산 골든딜리셔스사과 108루블/kg ≒ 5,000원
- 뉴질랜드 로얄갈라 사과(enza) 100루블/kg
- 뉴질랜드 레드딜리셔스 사과 94루블/kg
- 미국 배 108루블/kg ≒ 5,400원
- 아프리카산 감귤 88루블/kg ≒ 4,400원

○ 채소류

- 마늘쭉 25.12루블/0.3kg ≒ 4,200원/kg
- 단호박 77.52루블/1.14kg ≒ 3,400원/kg
- 애호박(긴것) 12.28루블/0.55kg ≒ 1,100원/kg
- 무(긴것) 26.1루블/1.004kg ≒ 1,300원/kg
- 양배추(작은것) 10.48루블/0.99kg ≒ 530원/kg
- 무(소, 홍색) 49.74루블/0.418kg ≒ 6,000원/kg
- 가지(굵은것) 15.28루블/0.382kg ≒ 2,000원/kg
- 브로콜리(연노란색) 45.30루블/0.604kg ≒ 3,750원/kg
- 배추(반쪽) 21.62루블/0.772kg ≒ 1,400원/kg

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 10.).

■ 대형유통업체C 농식품 판매가격

○ 뉴질랜드산 과실

- 사과 120~167루블/kg ≒ 6,000원/kg
- 청사과 125루블/kg ≒ 6,250원/kg
- 로얄갈라 135루블/kg ≒ 6,750원/kg
- 서양배 125루블/kg ≒ 6,250원/kg

○ 산지 미확인 농산물 가격

<과실류>

- 바나나 48루블/kg ≒ 2,400원/kg
- 미니사과 76루블/kg ≒ 3,800원/kg
- 귤 109.0루블/kg ≒ 5,450원/kg
- 복숭아 100.0루블/kg ≒ 5,000원/kg
- 자두 203.0루블/kg ≒ 10,000원/kg
- 일본사과 480.0루블/kg ≒ 24,000원/kg
- 오렌지 24.42루블/kg ≒ 1,200원/kg
- 자몽 47.96루블/kg ≒ 2,400원/kg
- 레몬 137.0루블/kg ≒ 6,800원/kg
- 귤 (대과) 109.0루블/kg ≒ 5,450원/kg

<과채류>

- 파프리카 67.0-81.0루블/kg ≒ 3,500원/kg
- 토마토 45.0루블/kg ≒ 2,250원/kg
- 오이 35.0루블/kg ≒ 1,750원/kg

<채소류>

- 감자 38.18루블/kg ≒ 1,900원/kg
- 당근 8.76루블/kg ≒ 440원/kg
- 브로콜리 연노란색 81.0루블/kg ≒ 4,000원/kg
- 초록색 106.0루블/kg ≒ 5,300원/kg
- 마늘 6.76루블/kg ≒ 340원/kg
- 마늘쫑 12.41루블/kg ≒ 6,200원/kg
- 양파 160루블/kg, 208.0루블/kg ≒ 8,000~10,000원/kg

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사자료(2008. 10.).

■ 극동러시아 대형유통업체 판매 농산물가격

품목 및 단위	품종명	원산지	가격수준	가격(원)	가격비교
사과 1kg	후지	일본	고	16,018	620.8%
	조나골드	미국	중	4,021	155.8%
	후지	중국	저	2,580	100.0%
오렌지 1kg		터키	고	5,311	202.5%
		이스라엘	중	3,440	131.1%
		중국	저	2,623	100.0%
레몬 1kg		그리스	고	5,160	115.9%
		터키	중	4,752	106.8%
		중국	저	4,451	100.0%
바나나 1kg		에콰도르	고	2,580	133.3%
		필리핀	중	2,258	116.7%
		필리핀	저	1,935	100.0%
양배추 1kg		중국	중	1,075	108.7%
		프리모레	저	989	100.0%
양상추 1kg		러시아	중	5,934	100.0%
당근 1kg		프리모레	중	989	104.5%
		중국	저	946	100.0%
양송이 버섯 1kg	본둘어	프랑스	고	4,515	166.7%
	호텍스	폴란드	중	2,817	104.0%
	쿠토록	러시아	저	2,709	100.0%
감자 2kg		모로코	고	7,009	881.1%
		프리모레	중	860	108.1%
		중국	저	796	100.0%
양파 1kg		네덜란드	고	2,086	248.7%
		러시아	중	903	107.7%
		중국	저	839	100.0%

토마토 1kg		네덜란드	고	20,769	670.8%
		러시아	중	5,203	168.1%
		중국	저	3,096	100.0%
돼지고기 목살 1kg		미국	고	11,610	135.0%
		러시아	중	9,890	115.0%
		러시아	저	8,600	100.0%
돼지고기 등심 1kg		미국	고	12,685	115.7%
		라따미르	중	11,180	102.0%
		중국	저	10,965	100.0%
닭고기 가슴살 1kg		미국	고	7,740	153.2%
		미카이로브카	중	7,482	148.1%
		미카이로브카	저	5,053	100.0%
돼지고기 목살 1kg		미국	고	11,610	135.0%
		러시아	중	9,890	115.0%
		러시아	저	8,600	100.0%
돼지고기 등심 1kg		미국	고	12,685	115.7%
		라따미르	중	11,180	102.0%
		중국	저	10,965	100.0%

자료: kotra 블라디보스톡 무역관, 2008년 3월 조사 결과임.

주1) 가격비교는 품목별 저가기준 대비 증가, 고가의 가격비율임.

주2) 환율 1\$=23루블, 1루블=43원 적용함.

부록 4

러시아 주요 유통기업 현황

업체명	소유구조	매출액('06)	점포수	위치
Pyatyorochka discounter & hypermarket	X5 러시아	2,388,384(백만\$)	920	모스크바, 페테르부르크 등 16개 지역
Magnit, discounter	Magnit ZAO 러시아	2,231.29	1,893	러시아 각 지역 470개
Perekryostok, supermarket	X5 러시아	1,558.16	165	40여개 지역
Kopeyka, discounter	Kopeyka 러시아	1,347.85	250	모스크바 지역
Lenta, discounter	Lenta 러시아, 미국	1,016	26	러시아 북서부, 시베리아
Metro cash and Cary, hypermarket, supermarket	Metro Group 독일	1,000이상	38	서부 및 시베리아 26개 지점
Sedmoy Kontinent, supermarket & hypermarket	Sedmoy kontinent 러시아	934.27	128	모스크바, 페테르 부르크, 민스크, 칼리닌그라그
Auchan, hypermarket	Auchan Group 프랑스	917.23	13	페테르부르크, 모스크바 지역
Ranstore, hypermarkets & supermarket	Ramenka 터키	862.18	60	서부지역 9개 도시
O'key, hypermarket & supermarket	Dorinda 러시아, 룩셈부르크, 에슬니아	800	13	페테르부르크 이외 4개 지역
Gross mart & billa, supermarket	Marta 독일, 러시아	621	129	모스크바, 페테르부르크
Mosmart, hypermarket, supermarket, convenience store	Mosmart 러시아	450	30	모스크바 및 7개 도시
Paterson, supermarket	Firma 러시아	402.2	90	서부 및 우크라이나 등
Azbuka Vkusa	Azbuka Vkusa 러시아	87.5	23	모스크바, 페테르부르크

자료: www.interfood.ru, www.retailer.ru 농수산물유통공사, “러시아 농식품 산업동향”(2008. 6.).

부록 5

러시아 잔류농약 허용기준⁴⁷

신선/냉장 채소 (감자, 과일, 버섯 등) 잔류농약 허용기준

Nitrates	Not more than mg/kg	Items
Pesticides	250	Potato
	900	Cabbage (before September 1)
	500	Cabbage (after September 1)
	400	Carrot (before September 1)
	250	Carrot (after September 1)
	150	Tomato
	300	Tomato, protected ground
	150	Cucumber
	400	Cucumber, protected ground
	1400	Table Beet
	80	Bulb onion
	600	Sprouting onion
	800	Sprouting onion, protected area
	2000	Leaf vegetables (lettuce, spinach etc)
	200	Sweet pepper
	400	Sweet pepper, protected ground
	400	Marrow
	60	Watermelon
	90	Melon
hexachlorocyclohexane	0.1	Potato, green peas, sweet beet
	0.5	Vegetables, cucurbits crop, musrooms
	0.05	Fruits, berries, grapes
DDT and its metabolites	0.1	

⁴⁷ http://www.kati.net/jsp/safety/tp_rus_sub02.jsp

참고 문헌

- 고종태. 2005. 「중국의 수출채소농업에 관한 고찰」. 한국식품유통학회.
- 권영철. 2002. 「글로벌 수출마케팅」. 무역경영사.
- 권오복. 2004. 「중국의 경제성장과 한국 농업·농촌의 새로운 기회: 대중국 농산물 수출확대 방안」. 한국농촌경제연구원.
- 김경필 외. 2004.7. 「개방화에 대응한 과수산업 발전방안」. 한국농촌경제연구원.
- 김경필 외. 2008.1. “과일 수급 동향과 전망”. 「농업전망」 2008 (Ⅱ). 한국농촌경제연구원.
- 김경필. 2007.8. 「칠레의 과수산업 동향과 경쟁력」. 한국농촌경제연구원.
- 김광용. 「시설채소 생산과 수출현황·문제점 및 경쟁력 제고 방안」. 농촌진흥청 원예연구소.
- 김병률 외. 2005.12. 「농산물 수출조직의 진단과 지원제도에 관한 연구」. 한국농촌경제연구원.
- 김병률 외. 2006.4. 「농산물 수출유망품목 발굴 및 수출확대전략 수립 연구」. 한국농촌경제연구원.
- 김병률 외. 2008.1. “농식품 수출기업의 성공요인”. 「농업전망」 2008 (Ⅰ). 한국농촌경제연구원.
- 김병률 외. 2004.12. 「중국 산동성의 채소류 생산, 유통, 수출현황과 전망」. 한국농촌경제연구원.
- 김병무. 2004. 「과실류의 대만 수출촉진을 위한 마케팅전략 개발」. 한국농촌경제연구원.
- 김재수. 2003. 미국의 농업여건 변화와 한국 농산물의 대미 수출증대 방안. 농촌경제 제26권 제4호. 한국농촌경제연구원.
- 김진석 외. 2000.9. 「경남지역 농산물 수출지원정책에 관한 연구」. 산업경제연구 제13권 5호. 한국산업경제학회.
- 김한호. 2001. 「인삼 수출가격에 대한 주요 수출시장별 환율효과 분석」. 한국농업경제학회.
- 농림수산식품부. 2007.11. 「농식품 수출 증장기 종합대책-수출 100억불 달성을 위한 EIM 3055 전략」.

- 농림수산식품부. 2007.12. 「농식품 수출관련기관 혁신포럼」.
- 농림수산식품부. 2008.7. 「농식품 수출지원시스템 제도개선」.
- 농림수산식품부, 농수산물유통공사. 2008.6. 「일본의 냉동기술을 활용한 농식품 수출과 일식 세계화」.
- 농림수산식품부·농수산물유통공사. 2005.4. 「우리 농식품 수출확대 컨설팅」.
- 농림수산식품부·농수산물유통공사. 2007.12. 「주요농산물 수출시장 동향 및 현안 분석」.
- 농림수산식품부·농수산물유통공사. 2008.5. 「2007년도 농림수산식품 수출입동향」.
- 농수산무역신문. 2008.1. “남상원의 수출농업”.
- 농수산물유통공사. 2002. 「일본의 4대 권역별 농산물 수출마케팅 전략」.
- 농수산물유통공사. 2002.12. 「대중국 농산물 수출여건 및 확대방안」.
- 농수산물유통공사. 2004. 「러시아 대형 유통점 현황 및 진출여건」.
- 농수산물유통공사. 2004. 「미국의 버섯산업의 현황과 수출확대 방안」.
- 농수산물유통공사. 2004. 「한국산 농산물 해외유통 실태조사: 채소류」.
- 농수산물유통공사. 2004. 「한국산 양란의 대중국 수출현황 및 전략」.
- 농수산물유통공사. 2004.10. 「대만 수출시장 진출여건」.
- 농수산물유통공사. 2004.12. 「신규시장 한국식품 진출여건 조사, 러시아」.
- 농수산물유통공사. 2004.12. 「신규시장 한국식품 진출여건 조사, 인도」.
- 농수산물유통공사. 2005. 「주요 과채류 소비패턴」.
- 농수산물유통공사. 2005. 「주요 화훼류 소비패턴」.
- 농수산물유통공사. 2005.10. 「중국의 주요 권역 농산물 수출여건 및 확대방안」.
- 농수산물유통공사. 2006. 「주요 과일류 소비 패턴」.
- 농수산물유통공사. 2006.11. 「농산물 브랜드의 모든 것」.
- 농수산물유통공사. 2007. 「감귤, 파프리카 미국시장 진출여건조사」.
- 농수산물유통공사. 2007.12. 「러시아 농업통계」.
- 농수산물유통공사. 2007.12. 「한국 농식품 수출 가이드북」.
- 농수산물유통공사. 2008. 「러시아 농식품 산업동향」.
- 농수산물유통공사. 2008. 「주요국의 농식품 수출입통계(CD-ROM)」.
- 농수산물유통공사. 2008.6. 「러시아 농식품 산업동향」.
- 농수산물유통공사. 2005.7. 「모스크바 현지 조사 분석을 통한 대 러시아 농식품 수출 확대 전략」.
- 농촌진흥청. 2005. 「대일 농산물 수출마케팅전략 개발」. 과학원예, 제11권 제5호.

- 농협조사연구소. 2004.12. 「미국의 청과시장 동향」.
- 농협중앙회. 2001. 「절화장미 · 백합 · 국화 · 대일 수출확대방안 모색」.
- 대한무역투자진흥공사(KOTRA). 2006.12. 「러시아 비즈니스 로드맵」.
- 대한무역투자진흥공사(KOTRA). 2007.12. 「극동러시아 비즈니스 가이드」.
- 대한무역투자진흥공사(KOTRA). 2008.1. 「2008년 세계시장 진출전략 비즈니스 포럼」.
- 대한무역투자진흥공사(KOTRA). 2008.1. 「2008년 세계시장 진출전략 설명회」.
- 대한무역투자진흥공사(KOTRA). 2008.1. 「2008년 지역별 진출확대 전략」.
- 박기환 외. 2006. 「일본시장에서 한국산 장미의 평가와 경쟁력 향상을 위한 과제」.
농업경영 · 정책연구 33(2). 한국축산경영학회 · 한국농업정책학회.
- 박문호 외. 2005.8. 「녹차 수출시장 진출 전략과 수출상품 개발」. 한국농촌경제연구원.
- 박문호 외. 2006.11. 「FTA/DDA 협상 이후의 과수산업 발전전략」. 한국농촌경제연구원.
- 박성호. 2000.3. 「경남지역 농산물 수출경쟁력 제고 방안」. 산업경제연구 제13권 2호. 한국산업경제학회.
- 박준근 외. 2002.3. 「중국 산동성의 채소수출전략과 우리의 대응방안」. 식품유통연구 제19권 1호. 한국식품유통학회.
- 박현태 외. 2002.12. 「선인장 국제시장 조사 및 수출 확대 방안」. 한국농촌경제연구원.
- 성명환 외. 1998.12. 「주요 농산물의 대일 수출 증대방안」. 한국농촌경제연구원.
- 송경환 외. 2004. 「국내산 사과와 대만 수출경쟁력 제고방안에 관한 연구」. 한국국제농업개발학회지.
- 송춘호. 2003. 「일본에서의 한국산 파프리카 유통구조에 관한 연구」. 한국협동조합학회.
- 심영섭 외. 1995. 「우리나라 수출시장의 권역별 경쟁력 분석」. 한국농촌경제연구원.
- 양승룡 외. 2001. 「한국 농산물 수입시장에서 주요 수출국의 시장지배력 분석」. 농업경제연구 42, 1. 한국농업경제학회.
- 어명근 외. 1999.12. 「외국의 농산물 수출지원 실태」. 한국농촌경제연구원.
- 오세환. 2003.12. 「미국시장에서의 주요국 수출경쟁력 분석」. 무역연구소.
- 윤장근. 「원예작물 수출시책 및 컨설팅」. 농수산물유통공사.
- 이두순 외. 2000. 「분화류 생산 수출실태와 해외시장 동향연구」. 한국농촌경제연구원.
- 이재영. 2007. 「한국의 주요국별·지역별 중장기 통상전략: 러시아」. 대외경제정책연구원.
- 이재욱. 2001. 「착색단고추(파프리카) 재배현황 및 수출전망」. 시설원예연구.

- 전창곤 외. 2003.12. 「신선채소류의 수출경쟁력 우위확보를 위한 수출상품화 모델 개발」. 한국농촌경제연구원.
- 전창곤. 2008.1. “과일 브랜드 실태와 과제”. 『농업전망 2008』 (Ⅱ). 한국농촌경제연구원.
- 정은미 외. 2008.1. “과채 수급 동향과 전망”. 『농업전망 2008』 (Ⅱ). 한국농촌경제연구원.
- 조재환. 2001. 「전통 곶감의 수출시장 소비자선호 분석」. 한국농업정책학회.
- 주용제. 2006. 「농수산물 시장의 성공적인 해외시장 진출을 위하여」. 한국농촌경제연구원.
- 최정섭 외. 1998.6. 「감귤 수출증대 방안 연구」. 한국농촌경제연구원.
- 한국 수출입은행 해외경제연구소. 2007.10. 「러시아 국가신용도 평가 리포트」.
- 한응수. 2005.9. 「한국의 식품 수출경쟁력 분석」. 식품유통연구 제22권 3호. 한국식품유통학회.
- 한종만. 2007. 「주요국의 대러시아 통상전략 및 시사점」. 대외경제정책연구원
- 허길행. 1998.3. 「과실 소비 및 수출 증대방안 연구」. 식품유통연구 제15권 1호. 한국식품유통학회.
- FAO. 「fao.statistics yearbook 2005, 2006」.
- Global Trade Atlas.

<인터넷 자료>

- 세계식량기구(FAO) 홈페이지 <http://faostat.fao.org/faostat/>
- 관세청 홈페이지 <http://www.customs.go.kr/>
- 농산물유통정보 홈페이지 <http://www.kamis.co.kr/jsp/index.jsp>
- 한국무역협회 홈페이지 <http://login.kita.net/>
- 농림수산식품부 홈페이지 <http://www.maf.go.kr>
- 농수산물유통공사 농수산물무역정보 www.kati.net
- 국립농산물품질관리원 홈페이지 <http://www.naqs.go.kr/>
- 국립식물검역원 홈페이지 <http://www.npqg.go.kr/homepage/main/index.asp>
- 농촌진흥청 홈페이지 <http://www.rda.go.kr/>
- 통계청 홈페이지 <http://www.nso.go.kr/>
- 한국과수농협연합회 홈페이지 <http://www.sunplus.or.kr/>
- 한국무역협회 홈페이지 <http://www.kita.net/>

연구보고 R566

농산물 수출유망시장 분석과 대응방안
-러시아를 중심으로-

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25.)

인 쇄 2008. 12.

발 행 2008. 12.

발행인 오세익

발행처 한국농촌경제연구원

130-710 서울특별시 동대문구 회기동 4-102

전화 02-3299-4000 <http://www.krei.re.kr>

인쇄처 크리커뮤니케이션

전화 02-2273-1775 cree1775@hanmail.net

ISBN 978-89-6013-094-4 93520

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.
무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.