

대극동러시아 농산물 수출 거래체계 및 유통경로 분석

김 경 필*

Keywords

극동러시아(Russian Far East), 농산물수출(export of agricultural products), 거래유형(type of export transaction), 유통경로(marketing channel), 생산자조직(producer organization), 해외법인(overseas corporation)

Abstract

The information about export transactions and marketing activities of the agricultural products export is very important for finding new opportunities in expanding overseas markets and increasing the export amount in the early stage of market entry.

The purpose of this study is to analyze the characteristics of transaction types and marketing activities of agricultural products export to the Russian Far East.

The analytical results show that the advantages and disadvantages of four types are evaluated on factors of export determination.

차례

- | | |
|-----------------|--------|
| 1. 서론 | 4. 시사점 |
| 2. 수출거래 유형 및 특징 | 5. 결론 |
| 3. 수출 유통경로 및 특징 | |

* 한국농촌경제연구원 연구위원

** 본 논문은 한국농촌경제연구원 수행 연구과제(2008.1~2008.11) 보고서 일부 내용을 수정, 보완한 것임.

1. 서론

최근 농산물 수출 동향의 중요한 특징 중의 하나는 수출국가가 다변화되고 있는 것이다. 국가별로 수출액이 제일 큰 일본으로의 수출 비중이 감소하는 반면, 중국과 러시아 등 신흥국가에 대한 수출액은 빠르게 증가하고 있다.¹

그 중 러시아는 인구가 1억 4,000만 명에 이르고 경제가 빠르게 성장하고 있으나 농산물을 자체적으로 공급하는 것이 쉽지 않은 국가이다. 따라서 러시아는 수출시장으로서 잠재력이 매우 높은 국가이며,² 수출유망시장으로 떠오르고 있다.³

러시아에서도 극동러시아는 한국과 지리적으로 가깝고 농산물 소비 품목도 한국과 유사한 편이어서 한국 농산물을 수출하기에 유리한 지역이다.⁴ 그리고 극동러시아는 향후 고소득층이 많이 거주하는 모스크바 등 서북부권 지역으로 진출하기 위해 교두보로 활용할 수 있는 중요한 지역이기도 하다. 그럼에도 불구하고 아직 극동러시아 시장에 대한 국내 수출업체들의 진출은 미미한 수준이다.⁵

새로운 국가로 수출이 확대되고 있는 현상은 기존 수출시장 수요의 한계를 극복하여

1 수출 국가별 비중 및 금액을 살펴보면 일본 32.4%(12.2억불), 중국 12.0%(4.5억불), 미국 10.7%(4.0억불), 러시아 6.7%(2.5억불) 순임. 수출증가율 측면에서 수출비중이 제일 높은 일본에 대한 수출은 최근 4년간 14.3%포인트 감소하고, 중국과 러시아, 아세안 비중이 각각 4.1%포인트, 1.3%포인트, 3.5%포인트 증가함. 대러시아 수출액은 2002년 1억 3,600만불에서 2007년 2억 5,000만불로 83.8% 증가함(농수산물유통공사, 2007년 기준).

2 러시아의 사과 수입 물량 및 금액은 93만 톤, 4억 5천만불이며, 수입량 규모는 한국 사과 생산량의 2배 수준임. 감귤의 수입금액은 8억 3천만불, 포도는 4억 7천만불임. 반면, 한국산 사과의 시장점유 비중은 통계에 잡히지 않을 정도이고, 감귤류 비중은 0.12%임(Global Trade Atlas, USDA, 2007년 기준).

3 극동지역 과실류 시장은 연간 15~20% 성장되고 있는데 수입 과실은 주로 시베리아 철도를 통해 공급되며 약 90% 가량이 환태평양 지역 국가들과 칠레로부터 수입되고 있음(러시아 농식품 산업동향, 농수산물유통공사, 2008).

4 극동러시아는 한국에서 항공으로 2시간 정도, 선박으로 1~2일 정도밖에 소요되지 않는 근접시장이면서 물가수준이 비싸고, 한국에 대한 이미지가 좋은 편임. 물가수준은 김치의 경우 극동러시아 수출가격이 한국 판매가격의 2배 수준, 대형할인점에서 판매되는 멜론 가격은 한국판매가격의 3~4배 수준임(국내 수출업체 및 현지 조사 결과).

5 극동러시아로 농산물을 수출한 업체(수출품목)는 2007년 기준으로 로즈피아(장미, 토마토, 딸기), 참후레쉬(배), 제주감귤농업협동조합(감귤, 양배추), 제주구좌영농조합법인(무), 이화종합식품영농조합법인(김치), 제희 RPC(멤쌀), OKF(유자차) 등이 있음(농수산물유통공사 내부자료).

새로운 수출시장을 개발한다는 차원에서 바람직하다고 볼 수 있다. 하지만 수출업체 입장에서는 새로운 시장으로 수출을 시도하는 것이나 성공 가능성에 대한 막연한 불안감을 가지고 있을 것이다. 또한 시장 진출에 성공하였다고 하더라도 안정적인 거래처나 유통망을 확보하지 못할 경우 지속적으로 수출을 수행하기 어려울 것이다.

수출 증대를 위한 물량 확보와 품질관리 기반 구축은 국내 단계에서 해결해 나갈 수 있는 문제이다. 하지만, 수입도매회사 및 바이어와의 거래관계 형성, 수출물량 유통채널로의 진입 및 유지에 해외의 수출활동 주체들과 연계되기 때문에 더 어려울 수도 있는 문제이다. 수출시장 진출 초기 단계에 있는 국가에 대해 안정적인 거래관계와 유통활동 기반을 구축하는 과정은 어렵지만 개선해야 할 중요한 문제이다.

신흥 수출국가에 대한 수출 거래체계와 유통활동에 대한 체계적인 분석결과는 수출 초기단계의 시장 진출에 관심을 가진 수출업체들이 유용하게 활용할 수 있을 것이다. 수출업체들이 주어진 여건에 맞추어 적절한 수출 거래체계와 유통경로를 선택하여 활동할 경우 시장진출에 대한 두려움 및 실패 가능성을 줄이는 한편, 수출활동을 보다 효율적으로 할 수 있을 것이다.

러시아 수출시장 진출과 관련된 선행연구로서 「러시아 비즈니스 로드맵(kotra, 2006)」은 유통구조 특성, 바이어 발굴, 관세 및 통관제도들을 개괄적으로 언급하고 있다. 극동러시아 비즈니스 가이드(kotra, 2007)는 극동러시아의 지역별 비즈니스 환경을 제시하고 있다.

러시아의 농식품 수출입 거래유형이나 유통경로가 포함된 연구로 「러시아시장 한국식품 진출여건 조사(농수산물유통공사, 2004)」는 수출 농식품이 수입도매회사에서 집하시장 및 재래시장을 거쳐 소비자들에게 전달되는 과정을 제시하고 있다. 「러시아 농식품 산업동향(농수산물유통공사, 2008)」은 농식품 유통 동향, 트렌드, 유통채널에 대한 내용을 언급하고, 페테르부르크 항구를 경유하여 도매상, 소매상으로 분배되고 있는 유통경로를 제시하였다. 「일본의 냉동기술을 활용한 농식품 수출과 일식 세계화(농림수산식품부·농수산물유통공사, 2008)」는 신선도를 높이는 관점에서 냉동수산 냉동품의 미국, 유럽 국가에 대한 수출물류 흐름도를 제시하고 있다. 「글로벌 수출마케팅(권영철, 2002)」은 기업의 수출 마케팅 관점에서 수출단계별 특징, 수출경로의 형태, 수출물류 등의 일반적인 내용들을 제시하고 있다.

이들 선행 연구들은 공산품 관점이나 일반적인 단계의 유통정보를 제공하고 있으며, 국내 농산물을 수출하는 거래체계나 유통활동들의 특징들은 제시하지 않고 있다. 본 연구는 국내산 농산물을 극동러시아 시장으로 수출하는 사례를 중심으로 수출 거래체계와 유통경로 및 활동을 분석하여 시사점을 도출하는 데 차별성을 가진다.

이 연구의 목적은 대극동러시아 농산물 수출 거래체계와 유통경로의 유형별 특징과 장단점을 분석하여 시사점을 도출하는 것이다.

이 연구는 극동러시아로 농산물을 수출하는 업체들에 대한 사례조사 결과에 근거하고 있다. 사례조사 대상은 한국에서 극동러시아로 농산물을 수출하여 물류비를 지원받은 업체들 중에서 상대적으로 규모가 크고 조사에 적극적으로 응한 국내 수출업체, 극동러시아에서 국내 수출업체 및 생산자조직과 연계하여 수입하고 있는 수입회사이다. 조사방법은 국내 및 현지 면접조사, 설문조사를 병행하여 수행하였다.

국내 수출업체에 대한 면접 및 설문조사는 2008년 9~10월, 현지 면접조사는 2008년 9월 29일~10월 3일까지 수행하였다. 수출업체와 수입도매회사들이 주로 취급하고 있는 품목들은 딸기, 멜론 등의 과채류, 장미 등의 절화류, 감귤 등 과실류이다.

본 논문은 총 5장으로 구성되어 있다. 2장에서는 극동러시아로 농산물을 수출하는 사례를 유형화하여 유형별 거래체계의 특징과 장단점을 분석하였고, 3장에서는 유형별 유통경로와 유통활동의 특징을 제시한 후, 4장에서 수출 결정요인에 대한 유·불리성의 평가결과와 시사점을, 5장에서는 결론을 제시하였다.

2. 수출거래 유형 및 특징

2.1. 거래유형 분류와 유형별 특징

한국에서 극동러시아로 농산물을 수출하는 수출업체의 거래유형은 수출사례를 사후적으로 네 가지 유형으로 분류하였다<표 1>. 거래유형 분류 기준은 수출 발주체계, 수출업체의 국내 물량확보 기반 유무, 국내 단계의 수출업무 수행 유무, 수출국가에서의 수입업무 수행 유무 등이다.

거래유형 I의 수출 거래체계는 「한국 수출회사·생산자조직 ↔ 극동러시아소재 수입회사 ↔ 대형판매점 및 소매점」의 관계를 가진다. 극동러시아에 소재하는 수입회사는 Breeze이며, 한국인이 설립하여 현지 직원을 2~3명 고용하여 운영하고 있는 회사이다.

한국인 대표이사가 한국과 극동러시아를 수시로 드나들면서 극동러시아에서는 수출 품목 발굴과 판매업무를, 국내에서는 수출물량확보 가능성 타진 등 수출을 추진하면서 수출의 주도적인 역할을 하고 있다. 국내에 수출물량을 안정적으로 공급해 줄 수 있는 수출업체나 생산자조직 기반이 약한 편이며, 수출의향 품목에 대해 수출업체·생산자조

직과 거래조건이 맞지 않을 경우에는 개별농가를 통해 물량을 확보하기도 한다.

수출시장 유통채널 개척, 마케팅 활동은 현지 대형할인점과 중소 소매업체들을 대상으로 개별적으로 수행하고 있으며, 조직적인 판매망을 확보하지 못하고 있다. 수출품목은 주로 현지에서 선호도가 높거나 잘 알려지지 않은 품목 중 수출수익성이 클 것으로 예상하는 딸기, 멜론, 밤 등이다.

유형 II의 수출 거래는 「한국 생산자조직 ↔ 농업회사법인 ↔ 극동러시아소재 현지법인 ↔ 수입도매회사」의 발주체계를 가진다. 국내 농업회사법인명은 Rosepia이며, 수출시장 현지에도 법인을 설립, 운영하고 있다.

수출 발주는 주로 해외법인과 러시아 수입도매회사 간 협의에 의해 이루어지며, 소매유통 조직력이 강한 수입도매회사가 주도적으로 발주를 관리하고 있다. 국내 농업회사법인은 생산자조직이 주도적으로 설립·운영하는 회사로 수출 전문업무 기능을 수행하고 있다. 또한, 회사법인 소속 생산농가들이 직접 생산한 물량을 수출하는 구조이기 때문에 품질관리와 물량확보 기반이 상대적으로 강하다.

수출시장 현지법인은 러시아 현지 수입도매회사에 대한 관계 강화, 수출시장 동향 및 수요 정보 파악, 시장 확대를 위한 개선요인 발굴 등 수출시장 확대를 위한 업무를 전문적, 지속적으로 수행하고 있다. 주 수출품목은 생산자조직 생산품목인 장미 등 화훼류이며 필요에 따라 과일류 일부 품목을 취급하기도 한다.

표 1. 대극동러시아 농산물 수출사례의 거래유형 및 거래체계

| 구분 | 수출 거래체계 | 수출입 회사 | 주 수출품목 |
|--------|---|--------------------------------------|-------------------------|
| 유형 I | ·한국 수출회사·생산자조직↔ 극동러시아 수입도매회사↔ 도매시장·대형판매점 | ·Breeze | ·딸기, 멜론 등 |
| 유형 II | ·한국 생산자조직↔농업회사법인↔ 극동러시아소재 현지법인↔ 수입도매회사 | ·Rosepia | ·장미 등 절화류 |
| 유형 III | ·한국 생산자조직↔무역사무소↔ 극동러시아소재 수입도매회사↔ 도매시장·대형판매점 | ·제주감협 ·경남무역 | ·감귤 등 ·딸기, 파프리카 등 |
| 유형 IV | ·한국 생산자조직↔ 한국소재 수출업체↔ 극동러시아 수입도매회사·바이어↔ 도매시장·대형판매점 | ·OKF, 제주구좌영농조 합법인, 이화영농조합 법인 등 | ·배, 단감, 무, 유자차, 김치 등 |

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사(2008.9)

유형 III의 수출 거래체계는 「한국 생산자조직 ↔ 한국 수출회사·무역사무소 ↔ 극동러시아소재 수입도매회사 ↔ 도매시장·대형판매점」의 형태를 가진다. 분석사례의 수출회사는 경남무역과 제주 감협 무역사무소이다.

수출 발주는 수출회사 및 무역사무소와 극동러시아 소재 수입도매회사 간에 이루어진다. 수출회사와 무역사무소는 극동러시아에 있는 수입회사 및 바이어를 발굴하고, 수출가능 물량 및 금액을 협의한 후 공급하며, 무역 업무를 자체적으로 수행하고 있다.

수출회사와 무역사무소는 생산자조직과 연계하여 물량확보, 품질관리 업무를 수행하고 있으므로 비교적 안정적인 물량확보 기반을 가지고 있다. 수출국에 무역 업무를 전문적으로 수행하는 기구 및 기능이 없으며, 수출시장 통관업무와 판매기능은 거래하는 수입도매회사에서 담당한다. 분석사례 수출업체의 수출 품목은 무역사무소와 연계되어 있는 감귤류, 지자체 수출회사 지역 주산물인 딸기, 파프리카 등이며, 필요에 따라 양배추, 단감 등을 포함하여 수출하기도 한다.

표 2. 대극동러시아 농산물 수출거래 활동별 주체

| 구분 | 수출물량 발주 주도권 | 물량확보 및 품질관리 주체 | 수출시장 물량 배분 주체 | 수출 가격 결정 방법 | 수출 손익 주 부담주체 |
|--------|-----------------------|---------------------------|----------------------|------------------------------|--------------|
| 유형 I | ·극동러시아소재 수입도매회사 | ·국내 생산자조직 ·농업회사법인 | ·극동러시아소재 수입도매회사 | ·수입 도매회사 대표가 한국 생산자조직과 협의·결정 | ·수입도매회사 |
| 유형 II | ·극동러시아소재 수입도매회사 | ·국내 생산자조직 운영 무역회사 | ·극동러시아소재 수입도매회사 | ·수입도매회사가 해외법인과 협의·결정 | ·국내 수출업체 |
| 유형 III | ·극동러시아소재 수입도매회사 | ·국내 생산자조직 운영무역회사·무역사무소 | ·극동러시아소재 수입도매회사 | ·수입도매회사·바이어와 무역사무소간 협의·결정 | ·수입도매회사·바이어 |
| 유형 IV | ·국내소재 수출업체, 수입도매회사 | ·생산자조직 혹은 수출업체 | ·극동러시아 수입회사 및 바이어 | ·국내 수출업체와 생산자조직 간 협의·결정 | ·국내 수출업체 |

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사(2008.9)

유형 IV의 수출 거래체계는 「한국 생산자조직 ↔ 한국소재 수출업체 ↔ 극동러시아 수입도매회사·바이어 ↔ 도매시장·대형판매점」의 형태를 가진다. 분석사례의 한국 생산자조직은 제주구좌영농조합법인, 이화영농조합법인 등이 해당된다. 개별 생산자조직에서 수출에 관심을 가지고 있으나 시장 상황을 잘 모를 경우 수출업체에게 수출 제의를 하거나, 수출업체가 생산자조직으로 수출을 제의하기도 한다. 경우에 따라 유형 I, 유형 II의 수출회사와 연계하기도 한다.

개별 생산자조직은 물량공급 기반을 가지고 있으나, 수출업무 수행 기능은 가지고 있지 않다. 따라서 주로 국내 수출업체와 수출국 수입도매회사 간의 거래관계를 이용하여 수출하고 있다. 수출 품목은 주로 생산자조직에서 수출을 시도하는 품목이며, 사례조사에서는 배, 단감, 무 등으로 나타났다.

2.2. 유형별 특징 및 장단점

2.2.1. 유형별 특징

극동러시아 수출 사례의 유형별 특징은 주로 국내와 해외 단계에서의 수출전문기능 수행 유무, 생산자조직과의 연계성, 유통 및 물류시설 이용방법에 따라 다르게 나타났다. 유형 I 수출활동의 주요 특징은 ① 한국인이 극동러시아에 현지법인을 운영하고 있으나 국내에는 수출활동 기반이 미약함 ② 수출시장 유통채널 개척과 국내 물량조달 기능을 병행하여 수행함 ③ 수출가능 품목 발굴과 정보 수집, 판매촉진 활동을 지속적으로 수행함 ④ 국내외 선별장 및 저장시설 미비로 물량 및 품질관리 기반이 취약함 등으로 나타났다.

유형 II의 특징은 ① 국내 수출회사와 극동러시아 현지법인이 연계하여 수출기능을 전문적으로 수행함 ② 현지 채용직원이 수입도매회사 및 유통업체와 지속적인 거래관계를 유지하고 있으며 업무 전문성이 강함 ③ 현지 법인에서 소비자 선호도, 수출국별 경쟁력 동향 등 시장정보를 빠르게 파악, 대처함 ④ 수입도매회사의 물류시설을 이용해 물류 및 분배 효율성을 높임 등으로 나타났다.

유형 III의 특징은 ① 국내 생산자조직 및 지자체에서 운영하는 무역사무소·수출회사에서 수출업무를 수행함 ② 수출품목 발굴, 시장동향 정보 수집, 마케팅활동 등 수출시장에서의 전문적인 활동 기능이 약함 ③ 현지 수입도매회사가 통관업무, 자체 운영 물류시설을 이용한 물량배분 기능을 수행함 등으로 나타났다.

유형 IV의 수출활동 특징은 ① 간헐적·마켓테스트적인 수출경향이 강함 ② 수출 품목이 국내 수급조절 필요성에 의해 결정되는 경향이 강하여 수출거래 관계가 장기간 유지되기 어려움 ③ 국내 생산자조직 자체적으로 수출시장 품목 관련정보 수집이나 마케팅활동을 체계적·지속적으로 수행하기 어려움 등으로 나타났다.

2.2.2. 유형별 장점 및 단점

수출거래 방식은 일반적으로 직접수출과 간접수출 방식으로 구분된다. 직접수출은 수입회사 및 바이어와 직접 판매계약을 체결하거나 또는 수출시장 현지에 판매지사 및 법인을 설립하여 직접 유통시키는 방식이다. 수출업체가 직접 판매계약, 통관, 선적 등의 업무를 수행하며, 간접수출에 비해 더 높은 사업 개시비용, 더 많은 정보의 수집분석, 더 높은 위험 부담이 따른다. 반면, 간접수출 방식은 주로 현지 수입도매회사, 수입 바이어, 현지판매지사 및 법인 등의 유통경로에 의존하며, 현지 도매유통업자, 소매상, 현지판매지사 및 법인과 거래관계를 가진다.

직접수출의 장점은 적극적인 시장개척 가능, 현지마케팅(유통, 가격, 판매촉진 활동 등)에 대한 통제 가능, 확고한 시장기반 구축 가능, 직거래를 통한 높은 마진율을 기대할 수 있다는 점이다. 반면, 직접수출의 단점은 고도의 전문적인 수출업무 관리능력 요구(수출절차, 검역 및 통관, 수출입 서류, 수출결제), 유통경로 개척 및 유지 비용, 현지시장에 대한 정보 수집 및 분석 요구, 사업 위험부담이 높다는 점이다.⁶

본 논문의 분석사례들을 수출 거래방식에 따라 분류해 보면 유형 II가 직접수출에 가깝고 나머지는 간접수출 유형에 가깝다. 분석사례 유형별 거래의 장단점은 수출방식별 장단점과 비슷하게 나타난다<표 3>.

거래유형 I의 장점은 국내외 시장 동향을 빠르게 파악할 수 있으며, 다양한 수출유망품목 발굴이 가능하다는 점이다. 반면, 단점으로는 법인 운영비용 소요, 수출 및 수입양국 활동비용 소요, 물량의 안정적 확보 및 품질관리 기반 미흡, 국내 수출관련 기관 및 지자체와 연계성이 약하다는 점 등이다.

거래유형 II의 가장 큰 장점은 수출 주문 및 물량공급 시스템을 안정적으로 유지할 수 있다는 점이다. 해외현지법인이 현지 수입도매회사와 지속적으로 관계를 유지하면서 발주를 관리하기 때문에 국내 생산자조직에서도 계획적으로 물량을 공급할 수 있다는 점이다. 국내 농업회사법인에서 생산 및 품질관리, 등급 표준화 관리를 용이하게 수행할 수 있는 것도 유형 I과 다르게 차별화되는 장점이다. 반면, 국내 농업회사법인과 수출시장 현지법인 운영비용 소요, 주 수출품목이 단일품목이기 때문에 수출물량이 규모화되지 않은 경우가 자주 발생하고 연중 수출 가동이 어렵다는 단점이 있다.

거래유형 III의 장점은 해외시장 단계의 시장정보 수집 비용과 법인 운영비용을 절감하면서 수출을 할 수 있다는 점, 다양한 조건의 수입회사나 바이어와 접촉할 기회가

⁶ 권영철(2002), p15-38.

많다는 점, 국내 생산자조직 및 지자체에서 운영하는 수출업체이기 때문에 지역 생산자조직과 연계성이 높으며, 물량확보 및 품질관리가 용이하고 정부의 수출지원 사업 혜택을 받을 수 있다는 점이다. 반면, 수출시장 동향 파악이 쉽지 않고 수출물량 발주 시스템이 수입도매회사에 의해 수동적으로 결정되는 경우가 많기 때문에 수출을 계획적으로 수행하기가 어렵다는 단점이 있다. 또한 수입도매회사 및 바이어와 거래관계를 지속적으로 유지하기가 쉽지 않다는 점이다.

거래유형 IV의 장점은 생산자조직이 수출시장에 대한 정보가 적고 경험이 부족하여도 수출경험이 많은 수출업체를 통해 수출을 시도할 수 있다는 점이다. 별도로 국내 수출업무 기능을 가지지 않으므로 무역업무 비용과 시장개척 비용 등을 절감할 수 있는 것도 장점이다. 하지만, 수출상품 품질기준에 대해 생산자조직, 수출업체, 수입회사 간 시각차이가 발생할 가능성이 크고, 연도별 국내외 수급상황이나 거래조건 변경으로 인해 지속적인 관계를 유지하기가 쉽지 않다는 점, 거래 주체 간 갈등 및 거래조건 미이행 등으로 인해 거래관계가 일시적일 가능성이 크다는 것이 단점이다.

표 3. 대극동러시아 농산물수출 거래유형별 장점 및 단점

| 구분 | 장점 | 단점 |
|--------|--|--|
| 유형 I | <ul style="list-style-type: none"> ·국내외 수출입 여건과 동향 파악에 유리함 ·수출시장 판매처 관계 유지에 유리함 ·수출유망품목을 발굴할 가능성이 큼 | <ul style="list-style-type: none"> ·수출관련 제비용이 많이 소요됨 ·수출 품목, 물량 공급처가 불안정함 ·물량확보와 품질관리 체계가 불안정함 ·국내 수출지원 혜택이 없거나 적음 |
| 유형 II | <ul style="list-style-type: none"> ·수출 시장정보 파악, 유통망 강화에 유리함 ·안정적 물량확보, 품질관리에 유리함 ·발주물량 관리, 탄력적인 운송수단 선택에 유리함 ·정부 및 지자체 수출지원사업 수혜를 받음 | <ul style="list-style-type: none"> ·수출관련 제비용이 상대적으로 많이 소요됨 ·규모의 경제효과 달성과 연중수출 가동 체제가 어려움 ·유통채널 진입과 정착까지 현저범인 초기 운영비용 소요를 감수해야 함 |
| 유형 III | <ul style="list-style-type: none"> ·수출물량 확보, 품질관리를 위한 생산자조직 기반 구축에 유리함 ·수출시장 판매처와 마케팅 관리를 위한 비용 절감에 유리함 ·국내 수출관련기관 및 지자체의 수출지원 수혜 가능성이 큼 | <ul style="list-style-type: none"> ·수출시장 수급·판매 정보파악이 어려움 ·수출물량이 수입도매회사에 의해 결정될 가능성이 커서 수출을 계획적으로 수행하기 어려움 ·수입도매회사, 바이어와의 거래관계가 불안정하여 안정적 판매기반 구축이 어려움 |
| 유형 IV | <ul style="list-style-type: none"> ·수출시장 및 수출방법에 대한 정보가 부족할 경우 활용하기에 용이함 ·거래체계가 효율적이라면 상대적으로 적은 비용으로 수출시장 진출이 가능함 ·수출 주체간 역할 분담과 전문화가 가능함 ·국내 수출관련기관 및 지자체의 수출지원 수혜 가능성이 큼 | <ul style="list-style-type: none"> ·거래 주체간 품질기준에 대한 이해수준이 다를 가능성이 큼 ·국내외 수출입 여건 변동과 거래조건 변동, 거래조건 미이행 등으로 거래관계가 단절될 가능성이 큼 ·거래 주체들의 신뢰관계를 지속적으로 유지하기가 쉽지 않음 |

3. 유통경로 및 특징

3.1. 유형별 유통경로

수출농산물의 유통경로와 유통단계별 활동내용에 대한 이해는 보다 효율적이고 합리적인 수출활동을 가능하게 할 것이다. 특히 수출업체 입장에서 수출시장 판매채널에 대한 이해가 부족할 경우 경쟁력을 갖춘 농산물을 확보하고 있을 지라도 성공적으로 수출시장에 진입 및 정착하기가 쉽지 않을 것이다.

일반적으로 수출절차는 「수출 발주 → 물량확보 → 선별·포장·상품화 → 선적·배송 → 수출국 현지 검역·통관 → 저장·배분」과 같이 나타낼 수 있다<그림 1>. 수출 발주내용은 수입도매회사에서 국내 수출업체나 생산자조직으로 전달되고, 국내 공급 주체는 생산자로부터 물량을 확보하여 선별, 포장, 상품화 작업을 자체 및 임대 선별장에서 수행한다. 수출업체 및 무역사무소에서는 수출관련 서류를 준비하여 배송시키고 수출상품이 현지 항구나 공항에 도착한 후 검역 및 통관 절차를 거쳐 물류창고로 이송된다. 현지 검역 및 통관 관련 서류의 준비는 수입도매회사나 현지 법인에서 수행한다. 물류창고에 저장된 상품은 중도매상이나 소매업체의 주문에 따라 배분된다.

수출 농산물의 유통경로에서 수출업체가 관여하는 단계는 주로 수출업체의 거래체계 및 활동영역에 의해 결정되고 있다. 유형 I의 수출주체는 한국에 농산물 확보를 위한 생산자조직 기반이 미흡하기 때문에 주로 수출업체 단계에서부터 물량공급 가능성 타진, 선별 및 상품화 지침 제시 등을 관여하고 있다. 이후 수출관련 서류 준비, 선적 및 배송, 검역 및 통관, 수출시장 분배 단계까지 주로 개입한다.

유형 II의 수출주체는 국내 생산자와 연계된 수출회사이고 해외 현지법인도 운영하고 있으므로 수출농산물의 생산 단계에서부터 분배 단계에 이르기까지 거의 모든 단계에 개입하는 특징을 보인다.

유형 III에서 수출주체인 생산자조직 무역사무소, 지자체 운영 수출회사는 해외 법인을 운영하지 않기 때문에 주로 국내 생산에서부터 선적·배송 단계까지만 관여하고 있다. 생산단계의 품질관리와 물량확보, 선별 및 상품화 단계까지 관여하고 수출시장에서의 활동은 주로 현지 수입도매회사에서 수행한다.

유형 IV에서 수출주체인 생산자조직은 물량공급과 품질관리, 선별 및 상품화 단계까지 수행하고 수출입 관련 업무는 계약된 수출업체와 수입회사에서 수행하고 있다.

그림 1. 대극동러시아 수출농산물 거래유형별 주요 유통경로



주: ○ 표시는 대극동러시아 농산물 수출 거래유형별로 수출업체가 주로 관여하는 유통경로 및 단계를, 실선 표기 상자는 수출 지원업무 내용을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 현지조사(2008.9)

3.2. 유통단계별 유통활동

대극동러시아 농산물 수출업체들의 유통단계별 활동의 특징을 거래체계 유형별로 살펴보았다. 특징을 제시하는 방식은 유형 I의 유통단계별 내용 및 특징을 전체적으로 제시한 후 유형 II, III, IV는 유형간 차이가 발생하는 내용 중심으로 제시하였다.

유형 I의 수출물량 발주는 수입회사 대표가 국내에 공급할 의향이 있는 국내 수출

업체나 생산자조직을 발굴하여 거래조건을 협의한 후 계약, 발주를 한다. 수출업체나 생산자조직에서는 품질관리와 물량확보를 위해 농가와 계약을 체결하고 있지만 수출만을 위한 출하계약만은 아니다. 농가와 계약한 물량은 주로 국내로 출하하다가 수출계약이 성사될 경우 필요량 만큼 수출용으로 전환하여 출하한다.

수출 농산물의 선별·포장·상품화 작업은 주로 국내 수출업체나 생산자조직에서 수행한다. 수입회사가 선별, 상품화 방법 등에 대해 지도하고, 수출주체의 수출관련 서류 준비 등 관련 업무를 지원한다.

국내 단계의 수송 및 선적은 주로 수출업체가 담당한다. 선적 시간은 블라디보스톡 항구까지 부산항에서 48시간, 속초항에서 24시간 소요되며, 항공으로는 2시간 소요된다.

검역·통관 단계에서 극동러시아 검역관과 세관원의 검역, 통관 절차에 소요되는 기간은 약 5일 정도이며, 수출상품은 검역·통관이 완료될 때까지 세관 보세창고에 보관된다. 통관과 관련되는 수출입 업무는 현지법인 직원이 주로 수행한다.

통관이 완료된 상품은 항구에서 2~3시간 거리에 있는 임대 저장창고로 수송된다. 저장창고에 보관된 상품은 백화점이나 대형할인점 등의 주문에 맞추어 1~2일 주기로 배분한다. 시장진출 초기품목은 주로 현지 백화점 등에서 판매촉진 행사를 통하여 판매되고 있다. 통관에서부터 배분까지의 수출국 단계 업무는 주호 현지법인 직원이 수행한다.

유형 II의 수출 발주체계는 러시아 수입도매회사가 현지 소매업체들로부터 주문받은 물량을 취합하여 국내 수출업체의 현지법인에게 공급 가능성을 타진하고, 현지법인에서는 국내 수출업체에게 협의 및 발주한다. 유형 I 과 달리 현지 소매유통망을 확보한 러시아 수입도매회사가 발주 주도권을 가지고 있다.

수출물량 확보와 품질관리를 위해서 국내 수출업체나 생산자조직이 사전적으로 농가와 계약을 체결한다. 수출 상품의 선별, 포장표시, 상품화 방법 및 지침을 현지 법인으로 부터 전달받으며, 이 기준에 따라 국내 전문인력이 상품화와 수출업무를 관리한다.

검역·통관 단계에 소요되는 기간이 유형 I 에 비해 2일 정도 줄어든 3일 정도만 소요되는 것도 중요한 특징이다. 통관된 상품의 현지 수송은 유형 I 과 달리 현지 수입도매회사가 자체적으로 운영하고 있는 물류창고로 수송되어 재포장 작업이 이루어진다.

수출 상품의 분배는 러시아 수입도매회사 포장센터에서 소매업체 주문내역에 따라 품목별, 등급별로 재포장한 후 통보하면 소매업체들이 직접 포장센터로 와서 수령한다. 신속한 배분 시스템은 물류시설 운영과 재고 관리 효율성을 높이고, 품질유지에도 유리하다. 국내 수송, 선적·수송, 통관관련 업무 수행은 유형 I 의 유통단계별 활동내용과 비슷하다.

유형 III의 유통단계별 활동 및 특징을 살펴보면, 수출물량 발주는 극동러시아 수입

도매회사에서 국내 수출업체 및 무역사무소로 주문 물량 및 가격을 협의하여 발주하며, 유형 II와 달리 현지법인 단계를 거치지 않는다.

국내 수송은 수출업체나 무역사무소에서 운영하고 있는 산지유통센터에서 상차하여 항구나 공항까지 수송하여 선적한다. 경남무역 사례는 유형 II와 비슷하지만, 제주 감협의 경우 지리적 차이로 인해 선박운행 시간표에 따라 제주항에서 부산항까지 이동 후 2일 정도 대기한 후 재출발하는 과정이 추가적으로 발생한다.

검역 및 통관에 소요되는 기간이 약 5일 정도 소요되어 유형 I과 비슷하고 유형 II에 비해 2일 정도 더 걸린다. 통관단계 이후의 업무 절차는 현지 수입도매회사에서 담당하는 것이 유형 I, II와 다른 점이다. 저장 및 배분은 수입도매회사에서 소매업체 주문내역에 따라 수행하며, 유형 II처럼 소매업체에 대한 판매망 관리가 강력하지는 않다⁷. 물량확보와 품질관리 과정, 선별·포장·상품화, 국내 수출업무 수행, 선적·수송 단계의 유통활동은 유형 II와 비슷하다.

유형 IV의 수출 거래체계는 수입도매회사에서 국내 수출업체 및 무역사무소를 거쳐, 생산자조직이 한 단계 더 추가되는 특징을 가진다. 따라서 발주도 수출업체 및 무역사무소를 거치는 과정은 유형 I, III와 비슷하지만, 생산자조직과 국내 수출업체 및 무역사무소, 극동러시아 수입도매회사간에 수출입 조건의 합의가 완료되어야 수출발주가 이루어지는 특징을 보인다. 유형 II와 III에 비해 생산, 관리가 비계획적이어서 수출 물량 확보와 품질관리가 사후적으로 이루어지는 경향이 강하다. 유형 II, III과 달리 수출 업무를 수출업체에서 대행해 준다. 그 외의 유통활동들은 유형 I, II, III과 비슷하다.

4. 시사점

4.1. 수출 결정요인 평가

농산물 수출체계 및 유통활동과 연계하여 수출에 영향을 줄 수 있는 항목들은 해외 시장 활동, 국내 공급기반, 수출 거래관계, 수출 수익성, 발주 및 물류 관리, 물류시설 이용, 검역 및 통관들이다. 이들 항목들을 세분화시킨 수출 결정요인들이 각 유형에 따

⁷ 유형 II의 수출업체가 주로 취급하는 화훼류는 러시아에서 다른 품목에 비해 특히 유통조직이 강력한 것으로 알려져 있음.

라 수출에 어떤 영향을 주는지를 판단하기 위해 유형별 유리성 및 불리성을 평가하였다. 수출결정요인에 대한 유·불리성은 각 유형별 수출 거래체계와 유통활동 범위에 따라 다르게 결정되고 있다.

해외시장 단계 수출 활동의 수출결정요인들은 수출시장 정보 수집, 수출 유망품목 발굴, 수출 가능성 확인 및 마켓테스트, 유통채널 개척 및 확대, 마케팅 활동들이다. 이들 해외시장 단계의 수출활동들을 위해서는 해외 현지법인을 설립·운영하고 있는 유형 I, II가 가장 유리하고, 유형 II는 특히 유통채널 관계 유지와 마케팅 활동에 더 유리하다. 유형 III은 유형 IV보다 유리하지만, I, II에 비해서는 수출활동의 한계가 많다.

수출물량의 안정적 확보, 품질관리 체계, 정부 관련기관의 연계성 강화 등 국내 수출기반 구축 차원에서는 생산자조직과 연계성이 높은 유형 II, III가 가장 유리하다. 유형 I은 국내 생산자조직과 지속적인 관계를 유지하기 어려워 가장 불리하다.

표 4. 수출거래 유형별 수출 결정요인에 대한 유·불리성 평가

| 구분 | 활동 범위 | 수출 결정요인 | 유형 I | 유형 II | 유형 III | 유형 IV |
|------------|---------|--------------------|------|-------|--------|-------|
| 수출 활동 | 수출시장 활동 | 수출시장 정보 수집 | ● | ● | □ | ■ |
| | | 수출유망품목 발굴 | ● | ● | □ | ■ |
| | | 수출가능성 확인, 마켓테스트 | ● | ● | □ | ○ |
| | | 마케팅 활동 | ○ | ● | □ | ■ |
| | | 유통채널 개척 및 확대 | ○ | ● | □ | ■ |
| | 국내 기반 | 수출물량 확보 안정성 | ■ | ● | ● | □ |
| | | 물량 확보, 품질 및 상품성 관리 | ■ | ● | ● | □ |
| 거래 관계, 수익성 | 수출거래 관계 | 수출가격 협상(수입도매회사) | ○ | ● | □ | ■ |
| | | 거래의 안정성 | ○ | ● | □ | ■ |
| | 수출 수익성 | 수출 수익 안정성 | □ | ● | ○ | ■ |
| | | 수출 관련 제비용 절감 | ■ | □ | □ | ○ |
| | | 수입도매회사 수수료 절감 | ● | □ | ○ | □ |
| 유통 인프라 | 물류 관리 | 발주 시스템 및 물량 배분 관리 | ● | ● | □ | ■ |
| | | 물류체계 개선요인 발굴 | ● | ● | □ | ■ |
| | 물류시설 이용 | 산지유통시설 이용 | □ | ● | ● | ○ |
| | | 수출시장 물류시설 이용 | □ | ● | □ | ■ |
| | | 수송수단의 탄력적 이용 | ○ | ● | □ | ■ |
| | 검역 및 통관 | 통관 업무 전문성 | ● | ● | □ | ■ |
| 검역 통과 용이성 | | ○ | ● | ○ | □ | |

주 1) 수출 거래체계 및 유통활동 분석결과 각 유형별로 수출결정 요인들에 대해 연구자의 절대평가 기준으로 '아주 유리'하다고 판단되면 ●, '유리'는 ○, '불리' □, '아주 불리'는 ■ 표시를 부여함
 2) 수출가격 협상은 극동러시아소재 수입도매회사와의 협상에 대한 것임

현지 수입도매회사와의 안정적인 수출거래 관계 유지와 수출가격 협상을 위해서는 유형 II가 가장 유리하고, 유형 III, IV는 불리한 편이다. 수출 수익의 안정성은 유형 II가 가장 유리하며, 유형 III도 수익 안정성 관리에 유리하지만 연도별 국내 가격에 따라 수출물량 변동성이 큰 단점이 있다. 유형 I은 수출 수익이 아주 크게 발생할 수도 있으나 손실이 크게 발생하는 경우도 많아 수익 변동성이 큰 편이다.

수출 발주와 물류활동의 체계적인 수행을 위해서는 국내외 사정을 상대적으로 잘 파악하고 있는 유형 I과 II가 유리하다. 수출 거래관계 변동성이 큰 유형 IV는 거래관계 유지수준에 따라 수출 발주와 효율적인 물류 관리 시스템이 아주 유리할 수도 있고 불리할 수도 있다. 고도화된 발주시스템 유지를 위해서는 거래주체간 장기간 거래 및 신뢰관계 구축이 요구된다.

국내외 물류시설 이용 측면에서는 유형 II가 가장 유리하고, 국내 산지유통시설 이용은 유형 III도 유리하다. 수출 시장 검역 및 통관의 용이성은 러시아 수입도매회사와 관계가 긴밀한 유형 II가 가장 유리하다.

4.2. 시사점

극동러시아로 농산물을 수출하는 사례를 중심으로 거래체계 및 유통단계별 활동내용을 분석한 결과 나타난 시사점은 다음과 같다.

1) 수출업체별로 거래규모, 유통활동 범위, 위험부담 능력이 다르기 때문에 특정 유형이 바람직하거나 효율적이라고 단정하기는 쉽지 않다. 다만, 수출업체별 여건에 적절한 거래유형을 선택하되, 유형별 장단점을 파악하여 안정적, 지속적으로 수출을 성장시킬 수 있도록 개선해 나가는 것이 필요하다.

2) 수출초기 단계인 수출업체나 생산자조직이 수출시장에 진출하고자 한다면 유형 IV를 선택하는 것이 위험부담을 줄이며 수출가능성도 테스트 할 수 있다. 해외 현지시장에 대한 경험과 정보가 부족할 때 시장에 대한 지식과 경험을 쌓을 필요가 있을 때도 적합한 유형이다. 유형 I, II, III의 수출입 회사들 중에서 신뢰도가 높은 업체와 연계하여 추진할 경우 성공가능성이 높을 것이며, 물량규모가 커지고 지속적인 거래가 필요할 경우 유형 III이나 유형 II로 발전시킬 수 있다.

3) 유형 III은 수출 위탁 성격이 강하기 때문에 수출 손익 크기 및 변동성이 적지만 적극적으로 수출을 확대하기에는 유형 II에 비해 한계가 많다. 국내 생산물량 확보와 품질관리 기반, 무역전문 기능 및 사무소, 수출 경험과 지식을 보유하고 있으므로 해외

시장 현지법인을 설립하여 수출확대 활동을 보다 적극적으로 수행할 경우 수출의 안정성과 지속성이 커질 것으로 보인다. 국내 수출업체가 현지법인을 설립하여 운영하고 있는 유형 II의 수출업체와 연계하여 기존에 구축한 유통망을 활용하는 것도 고려할 필요가 있다.

4) 유형 I 처럼 수출시장에서 수입회사를 운영하고 있으나 현지 유통채널 기반과 국내 공급기반이 약한 경우에는 현지 마케팅기능을 강화하여 전문화하거나 국내 생산자조직 및 수출업체와의 관계를 강화하는 노력을 투입해야 한다.

5) 유형 II의 현지법인 운영체제는 초기 운영비용이 많이 소요되는 단점이 있지만, 조사 사례의 러시아 화훼류 수출처럼 현지 유통채널 진입이 쉽지 않고 러시아 수입도매회사의 유통망이 강력할 경우 성공가능성을 높이기에는 적합한 유형이다. 안정적, 지속적 수출에 유리한 점이 많지만, 현지 수입도매회사에게 비싼 수수료를 지불해야 하는 점, 단일 수출품목으로 인한 규모의 경제효과 창출 어려움 등은 극복해야 할 과제이다. 또한 현지 수입도매회사의 수입 거래처가 변경되는 경우가 있으므로 유통채널 관리와 시장 확대를 위한 노력은 지속적으로 투입해야 한다.

6) 정책적으로는 개별 수출회사 차원에서 현지법인 설립·운영을 위한 절차 수행 및 비용 조달이 쉽지 않을 것이므로 국가 차원에서 정부·수출업체·생산자조직이 공동으로 지분을 투자한 해외법인을 설립, 지원하는 방안을 고려할 수 있다. 또한 수출물량의 규모화와 연중수출 체계 구축, 유형별 수출업체 여건에 맞는 파트너를 발굴할 수 있는 기회를 좀 더 많이 가질 수 있도록 정부 차원에서 주기적으로 모임 기회를 제공하는 것이 필요할 것이다.

5. 결론

본 논문에서 대극동러시아 농산물 수출사례를 네 가지 유형으로 분류하여 수출 거래체계와 유통경로별 활동을 분석하고 시사점을 도출하였다. 수출 거래체계 유형 분류의 기준은 국내 및 해외의 무역전담 기능 유무, 생산자조직과의 연계 수준, 수출시장 유통망 연계 수준 등이다.

사례 분석결과 네 가지 거래유형별 특징과 장단점은 주로 유형별 분류 기준 항목들에 대한 보유 여부와 연계 수준에 의해 다르게 나타났다. 대체로 이들 유형분류 기준을 모두 보유하거나 연계 수준이 높은 유형 II가 안정적, 지속적 수출에 가장 유리할 것으

로 판단된다. 하지만 수출업체나 생산자조직이 처한 여건이 모두 다르기 때문에 어느 유형이 ‘가장 좋다’라거나 ‘가장 바람직하다’라고 단정하기는 어렵다.

수출업체들이 주어진 여건에서 가장 적합하고 추진 가능한 유형을 선택하여 수출활동을 수행할 수 있다. 다만, 각 수출주체별 입장에서 유형별 장단점을 파악하여 단계별 수출 능력을 강화할 수 있는 거래체계를 선택하고 유형별 유통활동 개선을 위한 노력은 지속적으로 투입하여야 한다.

수출국 시장의 유통체계를 더 면밀하게 파악하기 위해서는 수출국 수입도매회사에서부터 소비자 단계까지의 유통구조 분석과 수입도매회사 관점에서 거래상대자 간 거래규모, 거래의 위험 요인 등을 추가적으로 분석하여야 한다. 또한, 수출 거래체계 및 거래유형을 선택하는 데 있어서 주요 요인으로 작용할 수 있는 수출 경제성과 수익 안정성에 대한 분석, 일본 등 수출시장 비중이 큰 국가들에 대한 거래체계 및 유통활동의 개선사항 발굴 연구는 향후 추가적으로 수행해야 할 과제이다.

참고 문헌

권영철. 2002. 『글로벌 수출마케팅』. 무역경영사.
 김경필, 김연중, 한혜성. 2008. 『농산물 수출유망시장 분석과 대응방안』. 한국농촌경제연구원.
 김병률, 김경필 외. 2009. 『신농업 비전과 전략』.
 농림수산물부 내부자료. 2008. 『'12년 농식품 100억불 수출을 위한 세부추진계획(안)』.
 농림수산물부·농수산물유통공사. 2008. 『2007 농림수산물 수출입동향 및 통계』.
 농림수산물부·농수산물유통공사. 2008. 『일본의 냉동기술을 활용한 농식품 수출과 일식 세계화』.
 농수산물무역신문. 2008. 『남상원의 수출농업』.
 농수산물유통공사. 2004. 『신규시장 한국식품 진출여건 조사, 러시아』.
 농수산물유통공사. 2005. 『모스크바 현지 조사분석을 통한 대러시아 농식품 수출확대전략』.
 농수산물유통공사. 2008. 『러시아 농식품 산업동향』.
 농수산물유통공사. 2008. 『러시아(블라디보스톡) 한국 농식품 진출 및 수출확대방안』.
 kotra. 2006. 『러시아 비즈니스 로드맵』.
 kotra. 2007. 『극동러시아 비즈니스 가이드』.

| |
|--|
| 원고 접수일: 2009년 4월 8일 원고 심사일: 2009년 4월 23일 심사 완료일: 2009년 12월 13일 |
|--|