
러시아 홍삼 시장 심층 조사 및 마케팅 전략 수립

2016.

- 목 차 -

Part 1. 러시아 시장조사

제 1 장 컨설팅 개요

1. 컨설팅 주제
2. 컨설팅 기간
3. 컨설팅 비용
4. 컨설팅 추진 제품
5. 컨설팅 내용

제 2 장 러시아 시장 조사

1. 러시아의 일반 현황

- 가. 러시아 정치, 경제, 사회, 기술 현황
 - 1) 러시아 정치, 제도, 규제
 - 2) 러시아 사회 동향
 - 3) 러시아 경제 현황
 - 4) 러시아 기술 동향
- 나. PEST분석

2. 러시아의 식품 및 건강식품 시장

- 가. 러시아 일반 식품 시장
 - 1) 러시아 일반 식품 시장
 - 2) 러시아 식품 가공 시장
 - 3) 러시아 식품 소비자 트렌드
- 나. 러시아 건강기능식품 시장
 - 1) 러시아 건강기능식품 시장 현황
 - 2) 러시아 건강기능식품 원료 시장
 - 3) 러시아 건강기능식품 제품 현황
 - 4) 러시아 건강기능식품 가격 동향
 - 5) 건강기능식품 러시아 소비자 특징
 - 6) 러시아 건강기능식품 판매 현황
 - 7) 러시아 건강기능식품 미래 발전 방향

3. 러시아 인삼/홍삼 시장

- 가. 러시아 인삼/홍삼 시장 현황
 - 1) 인삼/홍삼 제품 분류
 - 2) 러시아 인삼/홍삼 시장
 - 3) 한국 인삼/홍삼에 대한 러시아 인식
- 나. 러시아 인삼 및 홍삼 제품
 - 1) 건강기능식품 인삼 및 홍삼제품
 - 2) 인삼 원액 및 톱크제품
 - 3) 의약품 인삼제품
 - 4) 러시아산 제품 가격 동향
- 다. 한국 인삼/홍삼 제품 유통 현황
- 라. 러시아 인삼/홍삼 원료 시장
 - 1) 러시아 인삼/홍삼 원료 시장
 - 2) 인삼홍삼 원료 시장 접근 방안
- 마. 인삼/홍삼 수출입 동향
 - 1) 인삼홍삼 제품 수출입
 - 2) 인삼/홍삼 제품 원료 수출입

4. 러시아 인삼/홍삼 인허가 및 물류 현황

- 가. 규격 및 인증 정보
- 나. 물류 및 기타

5. 경쟁사 및 경쟁제품 분석

- 가. 경쟁사 및 경쟁제품

Part 2. 러시아시장 진출을 위한 마케팅 전략 수립

제 1 장 마케팅 전략 수립

1. SWOT 분석

2. STP 전략

- 가. 시장세분화(Segment)
- 나. 타겟팅
- 다. 포지셔닝

3. 4P 전략

- 가. 제품전략
- 다. 유통전략
- 라. 홍보전략

PART 1. 러시아 시장조사

제 1 장 컨설팅 개요

1. 컨설팅 주제

러시아 홍삼 시장조사를 통한 시장 진출 가능성 조사 및 마케팅 전략 수립

2. 컨설팅 기간

2016. 05. 04 ~ 2016. 10. 31

제 2 장 러시아 시장조사

1. 러시아의 일반 현황

면적	17,098.2천 km ² (한반도의 약 76.8배)
수도	모스크바
기후	대륙성
인구	1.4억명 (2014년 기준)
민족	러시아인 78%, 타타르인 4%, 우크라이나인 1%
언어	러시아어 96%
종교	러시아 정교 20%, 이슬람교 15%
정치 체제	대통령중심제
1인당 GDP	14,317달러
화폐 단위	Russian Rouble
산업구조	서비스업58%, 제조업38% 농업4%
주요 수출품	석유 및 석유제품, 천연가스, 금속류, 목재, 화학제품
주요 수입품	기계류, 운송수단, 의약품, 플라스틱
주요 부존자원	석유, 천연가스, 석탄, 광물, 목재



21개 공화국	명목상으로 연방에서 탈퇴할 권리가 있는 자치령으로, 각 공화국은 각각의 헌법, 대통령, 의회가 있다. 외교는 연방 정부가 관할하며, 각 소수 민족별로 존재 한다.
48개 주	가장 일반적인 행정 구역으로 연방이 임명한 주지사화 선거로 뽑힌 의회가 있다.
7개 크라이	주와 비슷하지만, 좀더 외진곳에 있고 인구도 적다.
1개 자치주	-
6개 자치주	주행정 단위보다는 자치권이 많고, 공화국보다는 적다. 일반적으로 소수민족들이 거주한다.
2개 연방시	독립적 행정 기능 수행 주요 도시

가. 러시아 정치, 경제, 사회, 기술 현황

1) 러시아 정치, 제도, 규제

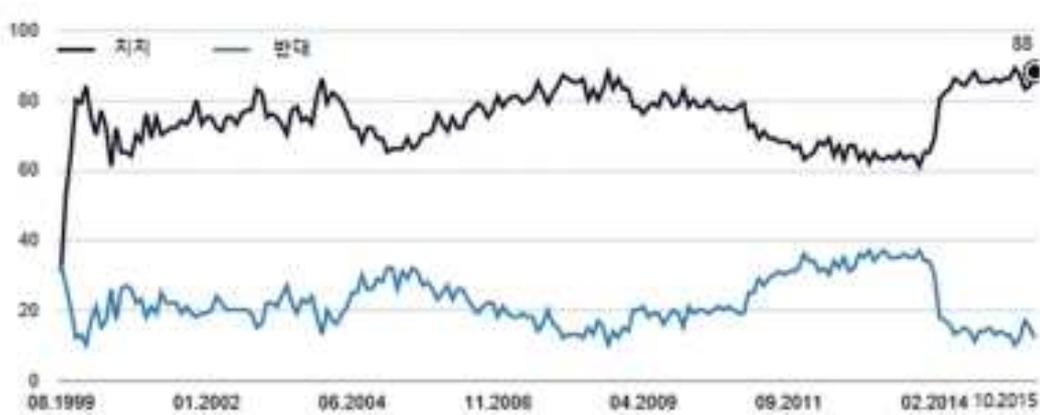
■ 내부 정치 영향

2015년은 우크라이나 사태 이후 유가 하락과 서방의 경제 제재로 러시아 경제가 매우 어려운 해였다. 이러한 상황에서 대 정부 비판 여론이 점증하고 있는 것이 사실이나 그럼에도 불구하고 푸틴에 대한 지지도는 확고하며 2016년에도 이러한 경향은 지속될 것이다. 특히 외교 정책에 대한 지지도는 경제 분야보다 더 확고하다. 2015년 10월 Social Opinion Fund의 조사 결과에 따르면 응답자의 2/3가 푸틴 정부의 외교 정책을 지지하고 있다.

경제 위기가 지속된다면 푸틴 대통령과 정부 지지도도 흔들릴 가능성이 있다. 특히 **러시아 국민들은 경제 위기 극복뿐만 아니라 나아가 러시아의 경제 현대화에 대한 기대가 매우 크다.**

따라서 푸틴 정부의 경제 관리 능력은 2016년 러시아 대외 정책의 성격 결정에 보다 중요한 요소가 될 것이다. **2016년 러시아 경제는 작년에 이어 플러스 성장이 어려울 것으로 전망된다.**

<푸틴 대통령 지지도>



■ 러시아 외교 현황

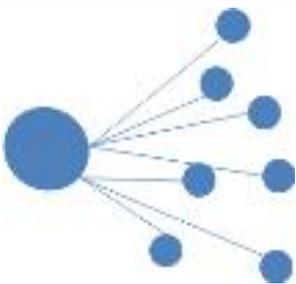
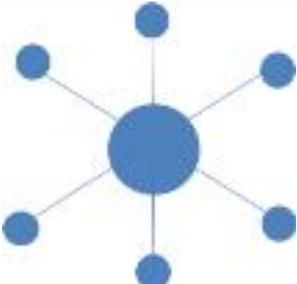
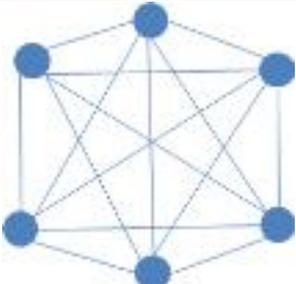
주요 카테고리	이슈 내용
시리아 군사 작전	러시아 공군은 시리아내 이슬람 급진세력 격퇴를 위해 군사작전을 개시 하였는데, 이런 배경에는 시리아 문제에 대한 정치적 대화를 촉진하려는 시도, 미국 주도 연합군의 국사작전이 성과를 내지 못했다는점 등의 분석이 나오고 있다.
Su-24격추	우호적이었던 터키가 러시아의 전폭기 격추 지시를 통해 러시아의 행동에 불만을 품고 있음을 보여 주려고 했다. 관련해서 러시아에서는 자국 내 터키사람들 고용에 대한 금지법을 내리는 등의 조치를 취하고 있다.
우크라이나	우크라이나는 러시아와 2011년 10월 FTA를 체결하였으나 최근 EU와의 FTA를 체결을 통하여 러시아에서 이에 대한 반발하고 있으며, 이에 대한 보복으로 러시아에서는 우크라이나 산 농식품, 식료품등을 중단하기 시작하였으며, 자유 무역지대 조약도 중지 시켰다. 이는 유럽 상품들이 우크라이나를 통해 저렴한 가격으로 러시아에 들어오는 것을 막겠다는 러시아의 방침이다.
이란핵 합의	이란의 핵합의를 통하여 러시아는 무기시장에 진입할 수 있을 것으로 보임.

■ 유라시아 경제연합 체제(EEU)

최근 러시아, 카자흐스탄, 벨로루시, 키르기스스탄, 아르메니아 5개국의 경제 통합정책(EEU)로 인해 러시아 시장개척과 함께 기타 CIS지역에 대한 시장개척 가능성이 높아진 바 있다. 이는 러시아 시장 진출 시 CIS지역 수출도 함께 고려할 수 있음을 의미하는데 러시아에서 발급된 인증서(CU)의 경우 기타 지역 세관통관 내용도 포함하고 있다.

러시아 대규모 수입업체들은 일반적으로 러시아 전역을 포함한 CIS지역의 유통망도 보유하고 있어, 러시아 바이어를 통한 중앙아시아 건강기능식품 시장진출도 가능하며 지방시장 공략에 대한 전략수립이 필요하다. 유라시아 경제 연합을 통하여 물류시스템 발달에 따른 역내교역 확대 등 유라시아 경제연합 체제가 도입됨에 따라 여러 가지 이점이 있다.

최근 러시아 경제부 발표에 의하면 2016년 12월을 정점으로 러시아 경제위기는 반전을 모색하고 있는데 전문가들의 견해로 2016년 말에 호전된 경제상황을 관측하고 있다.

	관세 동맹(CU)이전	관세동맹(CU)이후	EEU출범 이후
운송방식			
관리방식	각 국가별 개별 운송 물류	모스크바를 허브로 국가별 운송	각국가별 거점 시장 권역별 운송 및 유통

자료원: 코트라(2016 카자흐스탄 진출전략)

■ 한국 사드배치 영향성

한국 사드 배치 가능성에 대하여 중국 및 러시아는 여러 차례 불만 및 우려를 나타냈다. GISAL 양국이 고(高)고도 미사일 방어 체계 (사드)의 주한 미국 배치 결정에 따라 한-러 관계에 막대한 후폭풍이 불가할 것으로 보인다. 루마니아와 폴란드 등에 구축되는 미국 MD 시스템에 민감하게 반응해 왔으며 주한미국 사드 배치도 이런 유럽 MD, 아시아MD로 비슷하게 인식하면서 우려를 나타내고 있으며, 이에 따른 공식적인 무역 보복 조치까지는 아니더라도 눈에 보이지 않는 각종 비관세 장벽을 동원할 수도 있다.

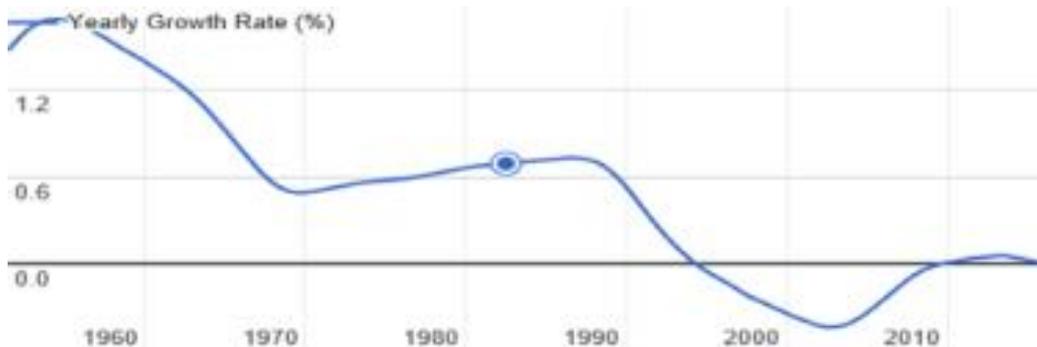
RUSSIA POLITICAL POINT	
POINT. 동유럽 시장의 중심, 한-러 관계의 악화, 사회적 문제 대두	-CIS국가들의 높은 러시아 시장 의존도 -중장기적인 시장 로드맵 구축 필요- 주변국과의 높은 연계성 -정치적인 성향으로 한국 무역 관계 악화 가능성 -물류의 중심지로 부상 -정치적인 흐름에 따른 급격한 시장 진출 가능성에 대한 변화

2) 러시아 사회 동향

■ 러시아 인구

러시아 총인구는 1.4억명으로 중국, 인도, 미국, 인도네시아, 브라질, 파키스탄에 이어 세계 9위를 기록하였다. 최근 러시아 인구는 매년 0.5~0.6%로 감소하여 러시아 국가차원에서 사회적 문제로 대두 하였다. 이러한 인구 감소는 구소련 해체 이후 러시아의 사회, 경제적 어려움으로 인한 의료 서비스 질 저하와 사회보장 체제 악화, 각종 재해 등에 기인한 것으로 보인다.

<연간 러시아 인구 감소>



자료원: <http://www.worldometers.info/world-population>

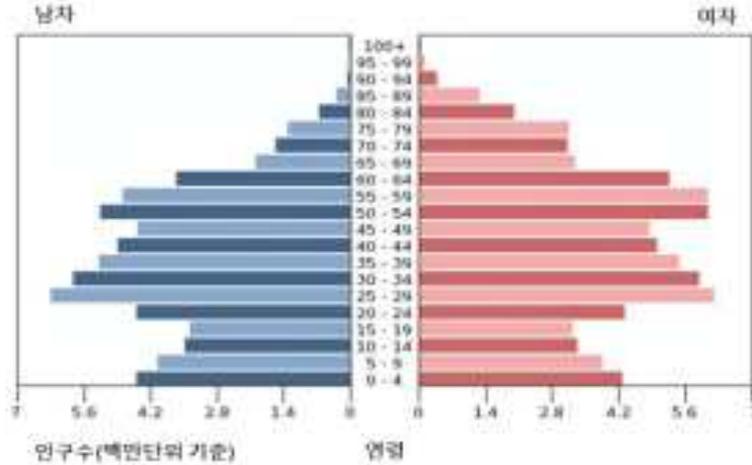
<연도별 러시아 인구 감소율 및 평균 연령>

년도	인구수	연간 인구 변경 비율(%)	연간 인구 변경수	평균 연령
2016	143,439,832	-0.01 %	-17,086	38.9
2015	143,456,918	0.04 %	59,764	39
2010	143,158,099	-0.06 %	-92,893	38
2005	143,622,566	-0.38 %	-555,677	37
2000	146,400,951	-0.26 %	-378,463	37
1995	148,293,265	0.1 %	144,943	35
1990	147,568,552	0.63 %	918,560	33
1985	142,975,753	0.7 %	982,538	32

자료원: <http://www.worldometers.info/world-population>

러시아는 세계 1위의 면적과 9위의 인구수를 자랑하지만 지속적으로 인구비율이 줄고 있다. 1995년까지만 해도 인구수가 증가하는 추세였으나 2000년을 기점으로 현재까지 지속적으로 인구수가 줄고 있으며, 평균 연령도 높아지고 있는 추세이다.

<2014년 연령별 러시아 인구>



자료원: <https://www.statista.com>

러시아 인구의 약 73.7%가 도시에 거주하고 있으며, 26.3%는 농촌지역에 거주하고 있다. 총 인구의 1/5가 모스크바, 상트페트르부르크, 노보시비르스크, 니즈니노브고로드, 예카테린부르크, 사마라, 옴스크, 카잔, 칠라아빈스크, 로스토프나도누, 우파, 볼고그라드, 페름의 13개의 대도시가 있다. 모스크바 같은 경우는 러시아이면서 대부분의 기업의 본사 및 외국 기업들의 대부분은 모스크바에 위치하는 등 경제 밀집지역이라고 볼 수 있다.

<러시아 인구 밀집 주요 도시>



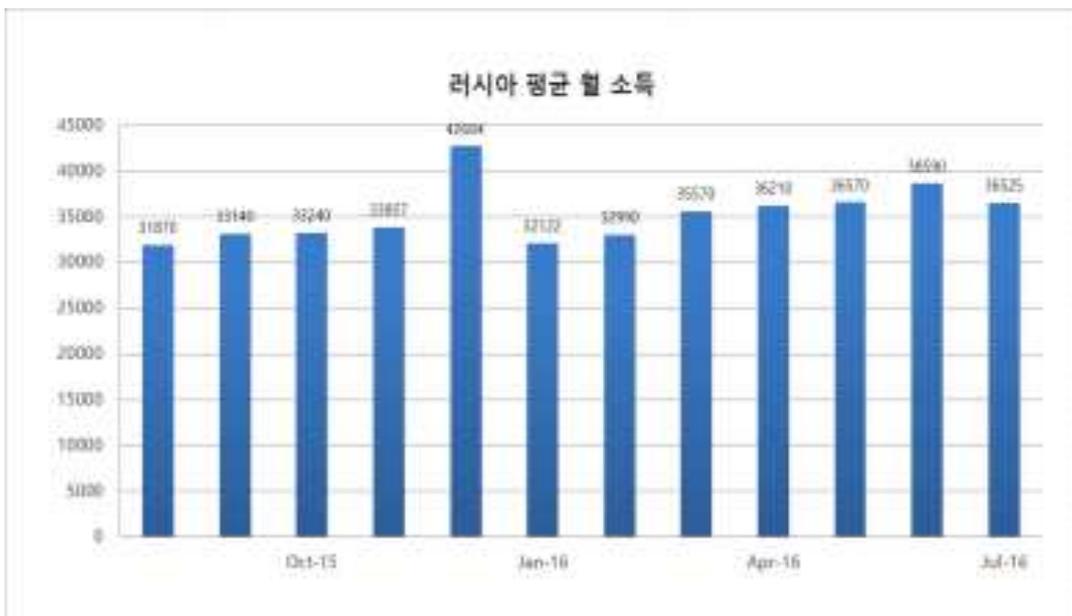
■ 소비자 트렌드

러시아 소비자들의 건강에 대한 관심 증가와 건강식품 판매가 증가하고 있다. 러시아인의 건강에 대한 관심이 지속적으로 증가하고 있으며 건강을 지키기 위한 노력 확대하고 있다. Direct Info에 따르면, 2015년 러시아 내 담배 **생산량은 전년도 대비 약 4% 감소하였고 주류 판매량 또한 약 5.5% 하락**하였다. 현지 언론인 Life News에 따르면, **러시아 국민의 60%이상이 운동에 시간을 투자하고 있는데, 이는 러시아 역사상 최고 기록하였다.** 러시아 젊은 계층의 87%가 퇴직자의 약 50%가 건강을 위해 운동을 하고 있다.

건강관련 식품류·건강보조제의 매출이 확대되어가는 추세 러시아 설문 전문 기관인 ROMIR의 2016년 3월 **설문 조사 결과 응답자의 45%가 건강을 위해 비타민 등 건강 보조 식품을 섭취하고 있다고 대답**했으며 이는 2012년 대비 13% 상승하였다. 특히 남성은 근육 강화제, 여성의 경우 체중 감량 보조제 등이 인기를 보이고 있으며 옷차림이 가벼워지고 몸매가 강조되는 봄 시즌부터 판매량이 증가하였다. 한약 성분의 건강 보조제의 경우 부작용이 없고 효능이 좋다는 인식으로 시장규모가 꾸준히 커지면서 2015년에는 358억 루블 규모를 기록하였고, 2020년까지 시장 규모가 435억 루블에 달할 것으로 전문가들은 전망하고 있다. 러시아 건강 보조 식품 제조사 'Evalar'에서 화학 약품을 사용하지 않은 천연 영양제 출시를 앞두고 있으며 안전성에 대한 효과적 광고를 통해 큰 관심을 얻고 있다.

■ 소비자 지출동향

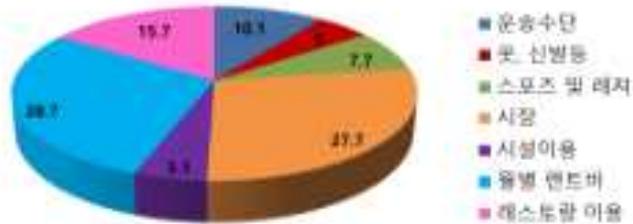
러시아 시장 진출을 위해서는 러시아 소비자의 삶의 영향, 지출 및 소비, 구매 습관 등을 조사할 필요가 있다. 러시아 연방통계서비스(Rosstat)에 의하면, **러시아의 연평균 수입은 2014년 기준으로 월 33,000루블(한화 약 56만원)이었다.**



자료원: www.tradeconomics.com

도시 소비자들은 1주일에 한 번씩 마트에 가서 쇼핑을 하며 평균 소비금액은 500~600루블(한화 약 8,000~10,224원)정도이다. 제품의 가격은 러시아 소비자가 제품을 구매하는 중요한 여건으로 구분된다.

러시아 지출 분야

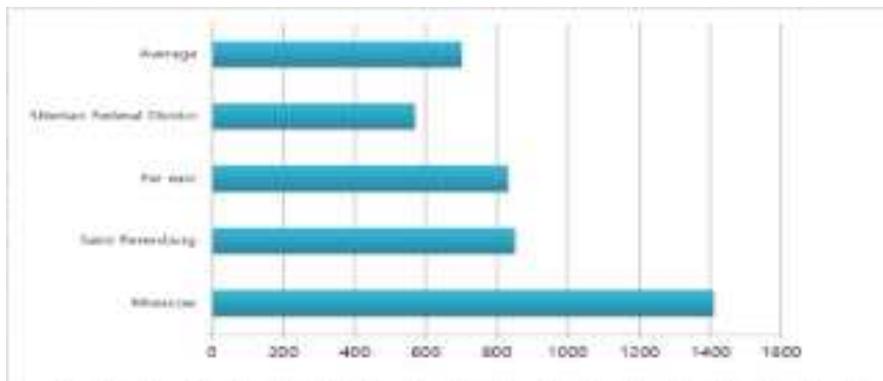


러시아 소비자 생활에 있어서 이해를 돕기 위해서 조사한 러시아 물가는 아래와 같다.

지출 분야	세부 분야	평균 비용(달러기준)
레스토랑	-고급 레스토랑	30.28
	-보통 레스토랑 (2명기준)	7.62
운송	-편도티켓	0.44
	-월단위 티켓	23.03
	-택시 기본요금	2.00
	-택시 1km	0.23
월세	-도시인근아파트(원룸)	476.92
	-지방 아파트(방3개)	862.55
아파트	-1평방미터 도시인근 아파트	1,800.52
	-1평방미터 지방 아파트	1,127.62
월급(세금 제외후)	월급(세금 제외 후)	531.03

자료원: www.numbeo.com

< 2014년 지역별 국민 총 생산 >



RUSSIA SOCIAL POINTS	
POINT. 소비자 층의 건강에 대한 관심증가, 저렴한 제품 관심 多	-소비자층의 웰빙 의식의 확산에 따른 건강기능식품, 헬스기구, 다이어트 제품 등의 호재가 있을 것으로 예상됨. -식품에서 유기농 제품, 천연 원재료 등의 관심이 증가 예상 -러시아 서부지역 중심으로 소비 트렌드 주도 -인구수 변화와 고령화에 따른 소비 패턴 변경 예상

3) 러시아 경제 현황

■ 주요 경제 지표

항목		수치	기준일
전반적 지표	GDP 성장률	-0.57 %	15년 9월
	실업률	5.6 %	16년 5월
	인플레이션률	7.3 %	16년 5월
	이자율	10.5 %	16년 4월
	무역 수지	6750 USD 백만	16년 6월
	GDP대비 정부 부채	17.92 %	14년 12월
GDP	GDP 성장률	-0.57 %	16년 3월
	GDP 연 성장률	-1.2 %	16년 3월
	GDP 가치	1861 USD 백만	14년 12월
노동 지표	실업률	5.6 %	16년 3월
	최저 임금	7,500 RUB/월	16년 7월
	평균 임금	3,6570 RUB/월	16년 3월
가격 지표	인플레이션률	7.3 %	16년 3월
	CPI(소비자 가격 지수)	523 지수	16년 3월
	GDP 디플레이터	137 지수	16년 3월
	푸드 인플레이션률	5.3 %	16년 3월
무역 지표	무역 수지	6750 USD 백만	16년 4월
	수출	21860 USD 백만	16년 4월
	수입	15108 USD 백만	16년 4월
	경상 계정	11700 USD 백만	15년 12월
	GDP 대비 경상 계정	3.1 %	14년 12월

■ 유가 하락

서방 국가들의 경제 제재 여파에 유가 급락의 충격이 더해지면서 2015년 러시아 경제는 심각한 리세션 국면에 빠져 들었으며, 재차 확대되고 있는 유가 하락세는 러시아의 경제 회복을 더욱 늦추는 요인으로 작용하고 있다. 이렇듯 악화일로에 있는 대외 여건과 전년 대비 10% 내외의 급락세를 보인 국내 소득이 가계의 소비 심리와 기업의 투자 수요를 크게 압박하면서, 지난해 러시아 경제는 -3.7%에 달하는 GDP 감소를 기록했다.

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016
GDP	4.3	3.4	1.3	0.6	-3.7	-0.2

주: 2016년은 러시아 경제개발부 기준 전망치

자료원: IMF, 러시아 경제개발부, 러시아 중앙은행, EIU

유가 급락은 통화 가치 하락 및 인플레이션 압력 상승을 촉발했으며, 이에 대처하기 위한 러시아 중앙은행의 긴급 통화긴축 기조를 불러왔다. 결과적으로, 2015년 러시아의 **가계 소비는 전년 대비 9.6% 감소**한 것으로 드러났다. 한편, 경제 제재, 금리 상승, 투자 신뢰도 급락, 내수 위축 등은 지난해 러시아의 설비투자가 전년 대비 18.7%의 기록적인 하락세를 나타냈던 배경으로도 손꼽히고 있다.

석유와 천연가스 수출에 크게 의존하고 있는 재정 수입 구조를 고려할 때, 고착화되고 있는 원자재 가격의 약세 기조는 러시아의 재정 정책이 근본적으로 변화해야 함을 의미하는 것으로 해석된다. 특별히, 외환보유고가 재정 적자 보전에 널리 활용되고 있는 현재의 상황은 재정 개혁의 필요성을 더욱 부각시키고 있는 것으로 판단한다. 러시아의 GDP 대비 재정수지 적자 폭은 2016년 -4.6%로 확대된 후, 2017년 -2.3%로 축소될 전망이다.

총 가구 지출은 2012-2013년 증가했으나 2014년부터 경기불황의 영향으로 감소추세를 보였다. 2015년 경기불황의 본격화에 따라 총 가구 지출은 전년대비 34% 감소한 약 6,565억 달러에 그쳤다.

이에 따라, GDP대비 총 가구 지출 비중도 2014년 53.7%에서 2015년에는 51.2%로 감소하였다. 2016년 소비는 2015년 대비 소폭 회복할 것으로 전망되고 있으나 지속적 유가하락으로 인한 경기부진으로 급격한 소비심리개선은 난망이 있을 전망이다. **2016년 총 가구 지출은 전년대비 소폭 상승한 약 7,000억 달러를 상회할 것으로 예상되지만 GDP 대비 지출은 전년대비 0.6% 개선에 그칠 전망**이다.

■ FTA

2014년 러시아는 벨라루스, 카자흐스탄과 함께 유라시아 경제연합체제(EEU)창설에 협정하였으며, EEU와의 FTA체결을 희망하는 국가는 약 30개 국으로 예상된다. FTA의 주요 협의 사항은 주로 관세, 쿼터, 원산지 규정, 공공조달, 보호 무역, 반덤핑 조치, 기술 장벽, 보건 및 위생 관련 규정을 포함하고 있다.

우크라이나는 러시아와 2011년 10월 FTA를 체결하였으나 최근 EU와의 FTA를 체결을 통하여 러시아에서 이에 대한 반발하고 있으며, 이에 대한 보복으로 러시아에서는 우크라이나산 농식품, 식료품등을 중단하기 시작하였으며, 자유 무역지대 조약도 중지 시켰다. 이는 유럽 상품들이 우크라이나를 통해 싼 가격으로 러시아에 들어오는 것을 막겠다는 러시아의 방침이다.

RUSSIA ECONOMICAL POINT	
<p>POINT. 자원 의존형 경제 시스템</p>	<ul style="list-style-type: none"> -국제 유가 변동에 민감한 경제구조 -자원이 고속 성장의 원동력이자, 경제위기의 주요 원인으로 국제 유가의 등락이 루블화 환율, 경제성장에 직결 -소비재 수입의존, 인프라 제조 수요 막대 -낮은 GDP성장율에 따른 소비 위축 -러시아 정부의 자국산업 지원 및 보호 정책

4) 러시아 기술 동향

식품 생산 장비시장은 러시아 경제의 중추적인 역할을 하고 국가경제 안정의 기초로 여겨지며, 이러한 추세는 궁극적으로 식품 제조 및 포장설비의 현대화를 부추기고 있다고 있다.

러시아 식품 가공 산업의 비중은 전체 제조업의 11.5%를 차지하며, 30여 개 분야의 4만3000여 회사들이 종사하고 있음. 러시아 식품 가공 산업에는 지난 5년간 약 9000억 루블 이상의 투자가 이루어지고 있다.

식품 가공산업의 긍정적인 변화 추세는 식품가공 설비시장 발전에 직접적인 영향을 미치고 있다. Credinform사에 따르면 2013년 식품가공설비 시장 규모는 397억 루블에 달했으며, 2013년에는 시장 규모가 전년대비 25% 증가하였는데, 이는 2010년 대비 1.8배 성장한 수치이다.

노보시비르스크 주 식품 가공산업은 급속도로 성장하고 있으며, 주 지역 경제에 기여도가 높은 산업이다. 노보시비르스크 주의 식품가공 산업은 주 전체 제조업에서 33%를 차지하며 이는 제조업 전체분야 중 1위를 차지하는 수치이다. 2013년에 노보시비르스크 주 가공식품 생산량은 951억 루블로 2012년 840억 루블에 비해 크게 성장한 수치를 보이고 있다.

노보시비르스크 주는 빵, 우유, 오일, 계란, 가금류, 육류를 자체생산을 통해 공급할 수 있으며, 설탕과 식물성 기름은 타 지역으로부터 들여오고 있다. 식품생산 구조에서 가장 큰 비중은 44%의 비율을 차지하는 육류 및 낙농산업이다. 노보시비르스크 주의 3대 주요 생산 식품은 육류, 우유, 곡물가공품이다.

노보시비르스크 주정부 통계자료에 따르면, 노보시비르스크 주 내 식품생산 및 가공시장에 종사하는 기업은 약 1460개가 있다. 이중 46%는 종업원 수가 3만 명이 넘는 대기업과 중견기업임. 2013년 이 분야의 평균 임금은 월 2만4599루블이었고, 2012년 대비 11.8% 상승함. 2014년 음료와 담배를 포함한 식품 소매매출은 2053억 루블이었으며 2013년 대비 2% 감소하고 있다.

■ 러시아 건강기능식품 기술 현황

러시아 건강기능식품 생산기술은 타 국가 대비 평이한 수준이나, 최근 지속적으로 고품질 제품을 시장에 출시하고 있으며 러시아 정부의 경우 러시아산 제품에 대한 정책적 지원이 따르고 있어 향후 일정부분 러시아 내 조립생산 기반을 조성한 시장 진출도 검토할 필요가 있다.

또한, 러시아 시장 진출 관련 현지 건강기능식품 생산업체들과의 신제품 공동개발 제안 및 적극적인 투자를 고려해 볼 수 있으며 기존의 한국형 제품보다는 현지에 맞춘 포장 디자인 개발 및 식감조절을 고려해 볼 수 있다.

러시아 시장 전반적으로 한국에서 생산된 제품에 대한 신뢰도가 높고 바이어에게 한국 기술력에 대한 인식을 심어 줄 필요가 있으며, 러시아 시장진입 시 현지 상관습에 대한 올바른 파악이 중요하다.

러시아 바이어들의 최근 트렌드로 해외에서 기술력을 도입하고 원료를 공급받아 제품을 현지화한 후 이를 유통하는 전략을 구사하는 바이어들이 증가하고 있어 이를 인식하고 관련 파트너를 발굴할 필요가 있다.

동 부분에 대한 집중적인 제안방안은 새로운 틈새시장을 개척할 수 있는 방안으로 추천할 수 있으며 이를 위한 일반적인 기술력 제공을 감안할 필요가 있다고 전문가들은 조언하고 있다.

RUSSIA TECHNOLOGY POINTS	
POINT. 국가차원의 기술 현대화 장려, 러시아 기업과의 기술 합작	-노보시비르스크지역의 높은 식품 생산율 -자국내 기술의 보호 -러시아 기업과 글로벌 기업의 기술 및 제조 기반 융합 -기술의 현지화 필요

나. PEST분석

R U S S I A	Politics	<ul style="list-style-type: none"> -CIS국가들의 높은 러시아 시장 의존도 -중장기적인 시장 로드맵 구축 필요- 주변국과의 높은 연계성 -정치적인 성향으로 한국 무역 관계 악화 가능성 -물류의 중심지로 부상 -정치적인 흐름에 따른 급격한 시장 진출 가능성에 대한 변화
	Economics	<ul style="list-style-type: none"> -소비자들의 웰빙 의식의 확산에 따른 건강기능식품, 헬스기구, 다이어트 제품 등의 호재가 있을 것으로 예상된다. -식품에서 유기농 제품, 천연 원재료 등의 관심이 증가 할 것으로 예상된다. -러시아 서부지역 중심으로 소비 트렌드 주도 -인구수 변화와 고령화에 따른 소비 패턴 변경 예상
	Social	<ul style="list-style-type: none"> -국제 유가 변동에 민감한 경제구조 -차원이 고속 성장의 원동력이자, 경제위기의 주요 원인으로 국제 유가의 등락이 뚜렷화 한됨. 경제성장에 직결 -소비재 수입의존, 인프라 제조 수요 막대 -낮은 GDP성장률에 따른 소비 위축 -러시아 정부의 자국 산업 지원 및 보호 정책 -낮은 통화가치에 따른 제품 가격대 고려 필요
	Technology	<ul style="list-style-type: none"> -노보시베르스크지역의 높은 식품 생산물 -자국내 기술의 보호 -러시아 기업과 글로벌 기업의 기술 및 제조 기반 융합 -기술의 현지화 필요



- CIS국가들의 높은 러시아 의존도에 따라 러시아 단일 시장보다는 주변국도 같이 진입할 수 있는 방향 모색을 통하여 좀 더 큰 시장 진출이 가능할 것으로 보임.
- 러시아 서부지역을 타깃 시장으로 하여 시장 진입하고, 웰빙, 건강에 신경 쓰는 소비군의 조사를 통하여 마케팅 전략 수립이 필요함.
- 유가에 따른 소비유동성이 심하므로 시장 흐름에 따라 제품 단가 조율 방식 검토가 사전에 필요함.(원료 성분 배합 비 등의 조율을 통한 단가 유동성 준비)
- 제품 및 원료뿐만 아니라 관련하여 원료 기술 및 제품 가공 기술이전을 융합 제공을 통한 전략적임 마케팅 활동 필요함.

2. 러시아의 식품 및 건강식품 시장

가. 러시아 일반 식품 시장

1) 러시아 일반 식품 시장

지속적인 러시아 경제 시장의 침체가 식품시장에도 영향을 끼치고 있다. 식품가공품 및 농수산물 제품에 대한 수입이 감소되고 현지 생산이 증가함에 따라 제품의 가격도 올라가고 있다. 식품 기업체의 수익도 지속적으로 줄어들고 있으며 이런 현상은 2016년 까지 이어질 전망이다.

2014년 러시아는 EU국가 식품 수입제재로 캐나다, 미국, 유럽, 호주, 노르웨이 등 타국 가에서의 식품 또는 농수산물 식품의 수입을 금지하였는데 이러한 수입금지 조건 때문에 몇몇 개의 식품 품목은 가격이 치솟아 소비자들이 구매에 어려움을 겪기도 하였다. 이러한 상황에서 국내 식량 자급률을 높이기 위한 방책으로 농축업 생산을 정부차원에서 장려 하였다. 이러한 이유로, 2015년을 기점으로 식품 수입은 30%를 차지하고 나머지 70%는 자국 제품이 시장을 점유하고 있다. 소비자들도 제품 품질 및 가격이 적합하면 국산을 선호 하고 있다.

온라인 식품 쇼핑의 성장은 러시아에서는 식품 산업의 또 다른 촉매제로 작용하고 있다. 유럽 국 중에서 러시아는 인터넷 사용 비율이 높은 국가 중 하나이며, 식품의 온라인 활성화를 이끌고 있다. 유로모니터 조사에 의하면 식품 및 음료의 온라인 판매는 2018년까지 11%로 증가할 것으로 내다보고 있다. 온라인 쇼핑은 아직까지 많은 러시아인들에게는 익숙지 않은 수단이지만, 잠재적으로는 시장성이 있다. 러시아의 한 온라인 소매업자인 Azbuka Vkusa社は 온라인 판매 2016년도에 창고 규모를 3배로 늘렸다.



■ 식품 주요 유통사

No.	기업명
1	Australian Trade House
2	Kovans
3	La Mareed
4	AKRA
5	Albatros
6	Agent Product
7	East foods
8	Fujisun
9	Exim Pacifics

■ 주요 유통사

기업명	O'KAY-X5		
연락처	+7 8 (812) 703-79-10	기업 형태	소매 편의점 유통매장
주소	198332, Saint Petersburg, Marshala Zhukova St., 31,		
기업 특징	<ul style="list-style-type: none"> - 연간 매출액 : 91억 달러(2014년 기준) - 직 원 수 : 약 10,000여 명(2014년 기준) - 점 포 수 : 5,483개(2014년 기준) - 러시아 내에서 두 번째로 큰 소매 편의점 유통매장 중 하나임. - 식품을 비롯해서 다양한 제품을 취급 및 판매하고 있음. - 중산층 이상의 저소득층을 타겟으로 한 마케팅 - 저가 할인 행사 		
이미지	 		

기업명	Lenta 		
연락처	+7 8 (812) 363-21-00	기업 형태	대형 슈퍼마켓 유통사
주소	198206, Saint Petersburg, Petergofskoe shosse, 98		
기업 특징	<ul style="list-style-type: none"> - 연간 매출액 : 194억(2014년 기준) - 직 원 수 : 정규직 350명(2014년 기준) - 점 포 수 : 63개(2014년 기준) - 1993년에 설립 - 러시아내 2번째로 큰 슈퍼마켓 유통사 - 24시간 운영되는 형태가 많음 - 회원제카드 체제 		
이미지	 		

기업명	PRISMA 		
연락처	+7 812-612-4292	기업 형태	
주소	84A, Polyustrovskiy Prospect, Saint Petersburg, Russia, 194100		
기업 특징	<ul style="list-style-type: none"> - 연간 매출액: 5억 달러(2014년 기준) - 매 장 수: 러시아 내 40개의 매장 보유 중(2014년 기준) - 1904년에 설립 - 핀란드 지주 회사 S-그룹 자회사임. 		
이미지	 		

기업명	기업 로고	기업명	기업 로고
Azbuka Vkusa		Sedmoi Kontinent	
Globus Gurume		O'Key	
Bahetle		Dixy Holding	
Stockmann		Lenta	
Magnit		Auchan	
X5			

2) 러시아 식품가공 시장

러시아의 식품 가공 산업은 1998년부터 꾸준히 성장하고 있는 추세이며 연간 15~25%의 성장세를 보이고 있다. 2005년부터 2012년까지 본 산업의 연간 성장률은 165%를 기록하였다. 하지만 2008년 위기를 기점으로 점점 침체되었다. 2013년 기록은 2009년(0.3%)만큼 침체된 0.6%의 성장률을 기록하였다. 2014년에는 2.5의 성장률을 기록하였다. 2014년 시장 분석가들은 총 식품 생산량은 4조7천억 루블화 (약 1,234억 달러)를 기록하였다고 보고 하였다. 가장 높은 성장률은 보이는 분야는 식물성 오일(21%), 통조림 야채 및 버섯(17.6%), 버터(11.5%)순으로 나타났다.

러시아의 식품 가공 산업은 외국 및 자국 제조사로 이루어져 있다. 러시아의 가장 큰 식품 제조사로는 Baltika Brewery Company, Cherkizovo Group of Companies, Efko Groups of Companies, Obyedinyonnye Konditery, Solnechnye Produkty, and the Ostankinskiy Meat Processing Plant 등이 있다. 러시아의 글로벌 제조기업으로는 PepsiCo Russia, Nestle Russia, Mars, Coca-Cola HBC Eurasia, Mondelez Rus', Sun inBev, Danone Russia, McDonalds, Cargill, and Heineken United Breweries 등이 있다.

많은 러시아 식품제조사들은 외국 기업을 파트너사로 하여 전략적인 동맹관계를 유지하고 있다. 주요 목표는 기술적인 지식을 성장시키거나 회사 시장내 기업 브랜드를 높이는 효과를 주고 있다. 대부분 기업들은 모스크바 및 스텐버그 지역을 대상으로 하여 시장을 확대하고 있다.

3) 러시아 식품 소비자 트렌드

2014년 09월을 기준으로 하여 러시아 식품 소매가격은 10~40%로 인상되었다. 러시아 한 가정을 기준으로 식품 구매비용은 대략적으로 한가정의 월 소득의 20~60%를 차지한다.

■ 소비자의 생활 패턴 변화

소비자의 일상생활이 바빠짐에 따라 대도시를 주변으로 하여 냉동식품, HMR(Home Meal Replacement)와 같이 빨리 먹을 수 있는 제품의 소비가 늘어나고 있는 추세이다. 비슷한 이유로 소비자들은 건강을 챙기고, 몸매 유지를 위하여 건강식품에도 관심을 가지고 있다.

■ 정치적 환경으로 인한 소비 패턴 변화

2014년 러시아 정부차원에서 EU국가 식품 수입을 제재 하였다. 이에 따라 러시아내 식품 공급이 부족하게 되었는데 러시아는 자국 식품 소싱을 통하여 공급량을 맞추고자 하였으며, 그러한 방식으로 농축업 생산을 장려하고 있다. 러시아가 국가차원에서 식품 수입을 제재하기 전 친환경 식품시장의 수입산 식품 점유율은 95%였으나 제재 이후 2015년 3월 현재 친환경식품시장 내 수입산 식품 점유율이 현저하게 줄어들었다.

평균적으로 일반 식품 대비 유기농 식품의 가격은 채소류 및 육·어류가 각각 20%, 100% 높지만 최근 식료품 수입 제재로 수요가 공급을 초과해 유기농 식품의 가격이 더욱 상승하고 있는 것으로 나타났다. 인플레이션이 높아지고 루블화 가치가 떨어짐에 따라서 러시아 소비자들의 수입이 줄고 있지만, 수입제품들의 가격 상승 및 유기농 제품의 높은 가격의 이유로 식품 시장은 매년 5%로 성장할 것으로 기대하며 2019년 말에는 9억 달러에 다다를 것으로 전망하고 있다.

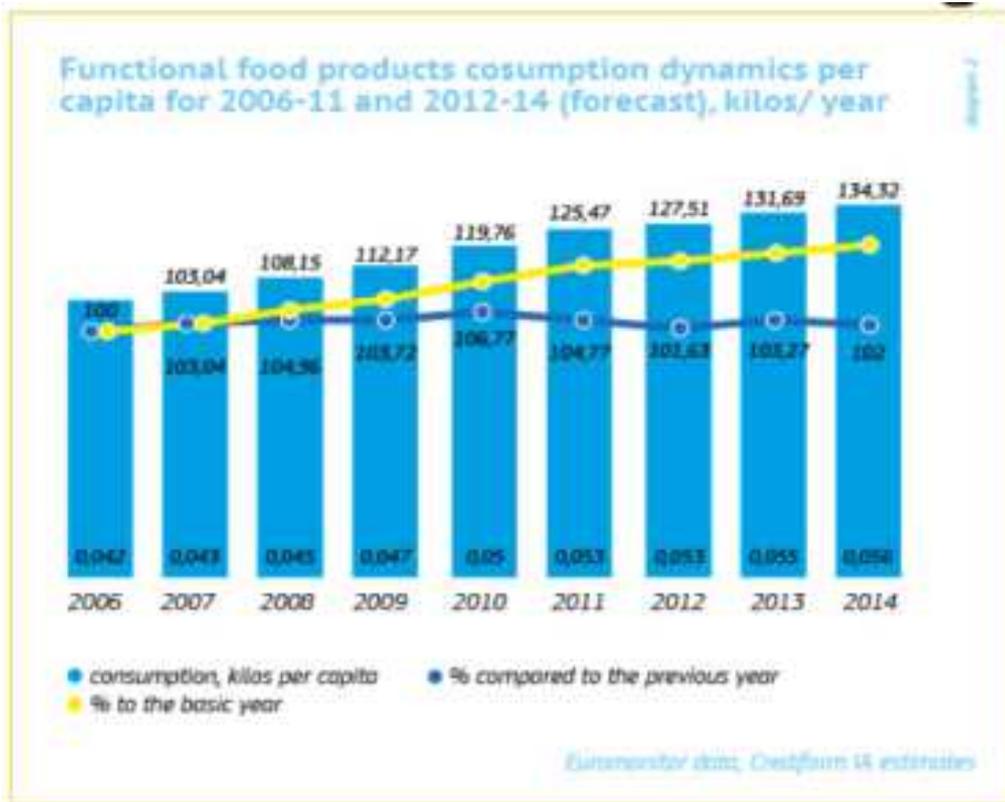
■ 경제 침체에 따른 소비 변화

최근 러시아 국가 경제 침체의 영향으로 소비자들의 소비는 위축 되고 있으며, 이는 식품 소비에도 영향을 끼치고 있다. 저소득층의 소비자들은 식품 제품 구매 시 가격에 민감한 반응을 보이며, 저가 브랜드를 선호하고 있다. 이에 비해 St. Petersburg나 모스크바 등 주요 소비 지역에서는 판매에 있어서는 큰 영향을 받지 않고 있다.

나. 러시아 건강기능식품 시장

1) 러시아 건강기능식품 시장 현황

최근 건강기능식품은 세계적으로 다양한 분류로 나뉘는 산업군 중에 하나이다. 2015년 기준 미국, 일본, 영국, 프랑스, 독일과 같은 국가에서 건강기능식품은 4~6%로 성장하고 있는데 일반 식품의 시장 성장이 1%를 넘기를 어려운 것에 비하면 높은 성장률을 보이고 있다. **2016년 러시아 건강기능성 영양, 비타민, 식품 보충제는 547억 루블화(한화 약 9,687억원)에 이를 것으로 전망하고 있다.**



2010년 10월 러시아 정부는 “**State Policy for supporting Russians's nutrition health until 2020**”에 서명하면서 국가 차원으로 영양부족으로부터 오는 건강 및 질병에 예방이 유지할 것을 다지고 있다. 이 프로그램은 비타민에 접근할 수 있는 인구수를 30~50%로 증가시키고 비만율을 15~30%로 안정화시키기 위함이다.

세계적인 경기침체에도 불구하고 노령화 비만문제에 대한 인식이 대두되면서 본 산업은 지속적으로 발전하고 있다. 러시아는 건강한 음식 섭취, 건강한 라이프스타일을 유지하는 세계 트렌드에 빠르게 쫓아가고 있다. 최근 몇 십 년 동안 만성 질병, 영양 불균형에 시달리는 러시아인들이 늘어나면서, 소비자들은 음식 섭취를 통하여 건강한 삶을 찾으려고 하고 있다.

많은 소비자들은 건강한 제품의 규칙적인 소비가 특정 질병의 위험을 줄여준다고 알고 있어,

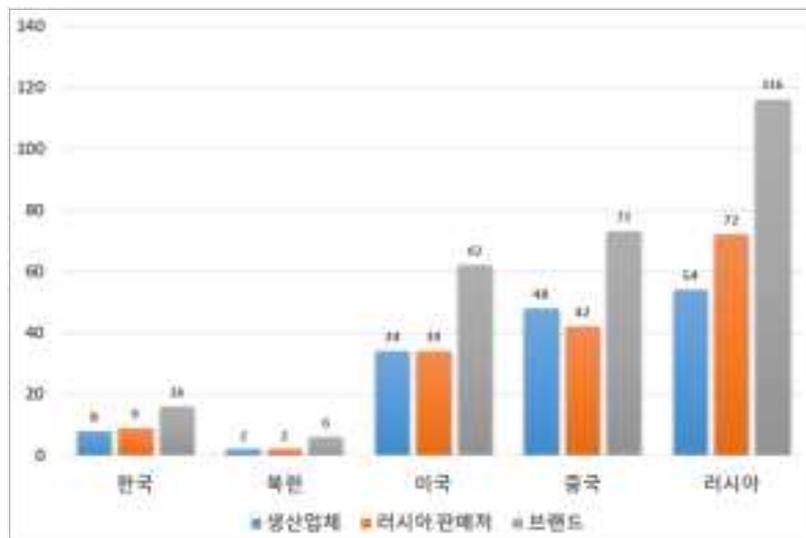
다양한 건강기능식품을 섭취하고 있으며, 프로바이오틱스, 스테롤, 식이섬유 등의 제품을 많이 찾고 있다.

러시아 건강기능식품 시장은 아직 성장단계를 거치고 있으며, 러시아 정부측에서 관련 법률에 대해 최근 정비 중인 관계로 러시아 시장에 나와 있는 제품의 성분 표기 등 제대로 정립되지 않은 제품들이 시중에 많이 나와 있으며 이로 인해 러시아 소비자들은 아직까지는 제품에 신뢰도가 낮은 편이다. 또한 최근 건강기능식품에 사용해서는 안 되는 첨가제가 포함된 중국산 남성용 건강기능식품이 적발되어 전량 폐기처분되는 사례가 발생한 바 있었다.

러시아 건강기능식품 원료공급자는 러시아자국 원료를 가장 많이 사용하며 조사국 중 중국 미국, 한국, 북한순으로 하여 원료 공급을 하는 것으로 조사되었다.

< 러시아내 원산지, 생산자, 판매자에 따른 원료 >

[단위: 개]



자료원: 러시아 관세청

2) 러시아 건강기능식품 원료 시장

러시아 건강기능식품 시장도 이와 마찬가지로 세계 시장추세에 따라가고 있으며 소비자들이 조금 더 건강한 삶을 추구하고자 하고 있다. 최근 몇 십 년 동안 만성질환의 증가와 이에 대한 원인이 영양의 불균형에 대한 관련성이 입증되고 식이요법이 이런 질병을 예방하고 삶을 증진시킨다는 점에 입각해서 소비자들은 점점 건강기능식품에 관심을 가지는 추세이다. 2010년 유로모니터에 따르면 건강기능식품은 러시아의 주요 시장에 틈새시장으로 주목하였다.

이렇게 주목받고 있는 시장성에도 불구하고 “건강기능식품 원료”라고 했을 때 뚜렷하게 정의되는 바가 없다. 이에 전문가들은 건강기능식품 원료는 기본 영양을 바탕으로 건강에 이점을 주

는 식품 구성물이 건강기능식품 원료라고 정의하고 있다. 그래서 건강기능식품 원료 리스트는 다소 유연성이 있다고 할 수 있다.

하지만 아직까지 러시아 건강기능식품 및 음료 시장은 성숙하지 못하며, 러시아의 영양 강화 원료 시장은 아직까지 많이 발달하지 못하고 있다. 러시아에서는 법규를 제정하여 러시아 건강 기능식품 시장을 독려하였지만 아직까지 구체적으로 이 분야에서 정부에서 실질적인 지원이 없는 상태이다.

■ 러시아 선호 건강기능식품 원료

<p>비타민 (Vitamin)</p>	<p>-비타민은 러시아인들에게 잘 알려진 건강기능식품 원료이며, 지속적으로 상승세를 나타내는데 이는 러시아인들의 건강한 생활에 대한 관심이 높아지면서 이러한 추세를 띠고 있다. -2015년~2016년 사이 겨울 심한 독감이 유행하면서, 비타민은 2016년 러시아 건강기능식품 시장의 성장에 기여를 했다. -비타민은 소화기관과 간에 도움을 주는 사용용도로 많이 이용된다. -러시아 소비자들은 천연 식품 첨가물이 포함된 건강 보조 식품, 비타민에 대해서는 긍정적인 인식이 있다.</p>
<p>프로바이오틱스 (Probiotics)</p>	<p>-러시아 자국민인 "메치니코프(Metchinikoff)"발명하여 러시아인에게는 더욱이 잘 알려진 원료이며, 러시아 소비자 사이에서 대표적인 건강기능식품 원료로 Probiotics를 손꼽는다. 러시아 의사들 사이에서 Probiotics에 대한 효능에 대해서는 이미 잘 알려져 있다. 러시아인들은 유아에게 Probiotics를 섭취하게 하는데, Probiotics의 많은 효능과 특히 소화기능을 증진시켜주는 용도로 원료를 홍보, 이용하고 있다.</p>
<p>은행잎 추출 Ginkco</p>	<p>-은행 원료는 뇌의 기능개선 및 말초 신경 개선에 도움이 되는 원료로 알약 타입으로 많이 사용되고 있다. -알약타입으로 증상에 따라 용량을 조절하여 섭취하게끔 만들어 판매 하고 있다.</p>
<p>솔잎</p>	<p>-솔잎에는 비타민 A,C, K엽록소, 칼슘, 철분 등 다양한 영양 성분이 들어 있고, 체내에서 합성이 불가능한 8종의 필수 아미노산을 모두 포함하고 있는 원료 성분으로 건강기능 원료 성분으로 사용되고 있다.</p>
<p>selenium</p>	<p>-셀레늄은 심장 질환과 류머티즘 같은 질병에 항염 작용, 백내장 예방, 갑상선 호르몬 생성, 간해독, 피부 노화 등 효과를 위해 건강기능식품 원료 성분으로 사용되고 있다.</p>
<p>녹차 추출물</p>	<p>-녹차 추출물은 천연 추출물로 몸의 건강회복 등의 효과로 사용되고 있으며, 알약타입으로 가장 많이 제조되고 있다. -녹차 추출물 단독으로 사용하지 않고 비타민류 (Ascorbic acid, Microcrystalin cellulose) 등과 같이 원료로 활용되고 있다.</p>

3) 러시아 건강기능식품 제품현황

허브 농축액 식품 보충제로 높은 러시아 시장 점유율을 차지하는 기업은 EVALAR(러시아), RIA Panda(러시아), Queisser Pharma GMBH&CO .KG(독일)과 같은 브랜드가 있다. 대부분은 러시아산이나 다국계 기업의 로컬화된 제품을 선호하고 있다. 제품타입으로는 캡슐, 시럽, 액기스, 발포제, 추잉 타입 등 다양하게 개발 및 시중에 판매 되고 있다. 아래는 건강기능식품을 취급하는 기업에서 생산하는 제품이며, 주요 사용 성분이다.

<건강기능식품 주성분 예시>

		
<p>주성분: 비타민 제품</p>	<p>주성분: 솔잎</p>	<p>주성분: 은행</p>
		
<p>주성분: 녹차</p>	<p>주성분: 녹차</p>	<p>주성분: 은행</p>
		
<p>주성분: 프로바이오틱스</p>	<p>주성분: selenium</p>	<p>주성분: 당귀</p>

4) 러시아 건강기능식품 가격 동향

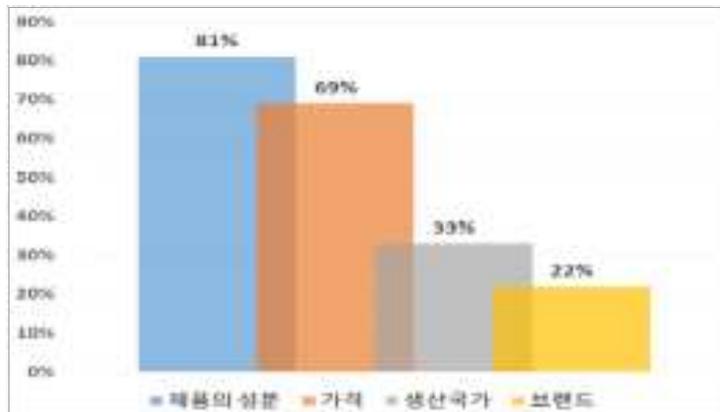
러시아 건강보조식품 시장 내 가격조정이 공식적으로 이루어 졌는데, **2015년 1월 루블 폭락과 함께 원자재 구매 등을 고려하여 전년대비 14.5% 가격이 상향 조절**되었다. 러시아 건강보조식품 협회 회원사를 중심으로 가격이 상향 조절되었으며, 러시아산 원료를 사용하는 제품의 가격도 같이 상승하여 소비자들의 컨플레인 발생 빈도가 있다.

2015년 1월 상향 조절된 가격이 동년 하반기 다시 상향조절 되었으며, 동년 1월 대비 다시 3.5% 상향 조절된 가격으로 판매되었다. 2016년 현재까지 상향 조절된 가격을 유지하고 있으며, 일부 대기업 생산제품의 경우 루블 하락 이전 가격을 책정하여 홍보효과로 사용하는 경우 있다. 특히 수입산 제품의 경우 2배 이상의 가격이 상승하였으며, 이는 러시아산 제품의 구매가 늘어나는 현상이 발생 하였다. 수입산 완제품 건강보조식품의 가격 상승으로 러시아산 제품의 동 시장 점유율은 56%까지 치솟았으며, 판매율은 81%까지 상승을 기록하였다. 반면 전체적인 건강보조식품 시장 내 수요는 루블 하락 이전 대비 약 2% 가량 축소되었다.

러시아 건강보조식품 시장 내 수입산 제품의 가격 변동은 독일산 24%, 미국산 21% 및 폴란드 8%씩 상승되었다. 이처럼 상승된 판매가격으로 인해 독일산 건강보조식품의 총 판매량은 전년 대비 2015년 1%의 성장에 그쳤다. 현재 러시아 건강보조식품 시장 내 판매되는 수입산 제품의 가격은 러시아산 제품 대비 약 280루블 정도 비싼 것으로 조사되었다. 2015년 판매된 건강보조식품의 가격은 평균 9% 상승하였고, 수입산 제품의 가격 상승률은 평균 18% 상승한 것으로 나타났다. 2016년 러시아 건강보조식품 시장 내 가장 저렴한 가격의 제품은 50루블부터 책정되어 있다.

5) 건강기능식품 러시아소비자 특징조사

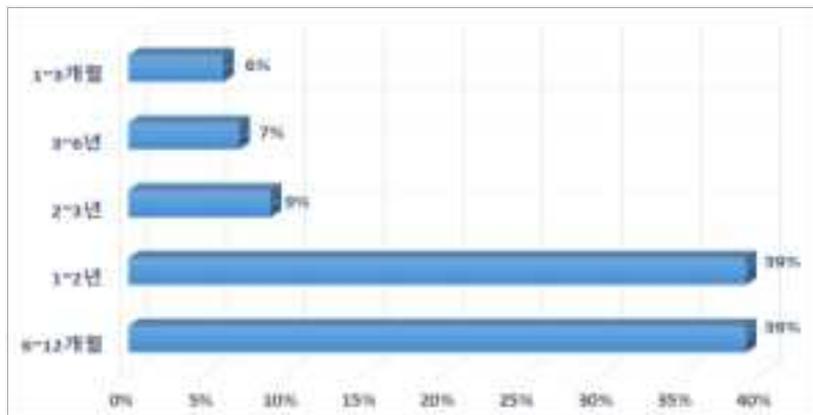
■ 러시아 소비자 건강기능식품 선호도



자료원: CDSP [Russian: NPP BAD]

러시아인들은 천연 약초가 포함된 건강기능식품을 선호하는데, 주로 러시아산 약초가 포함된 제품을 구매하는 것으로 나타났다. 전통적으로 민간요법을 맹신하는 경우가 많으며, 현지인들은 러시아산 천연 약초에 대한 신뢰가 높은 편이라 가급적 러시아산 재료가 포함된 제품을 선호하고 있다.

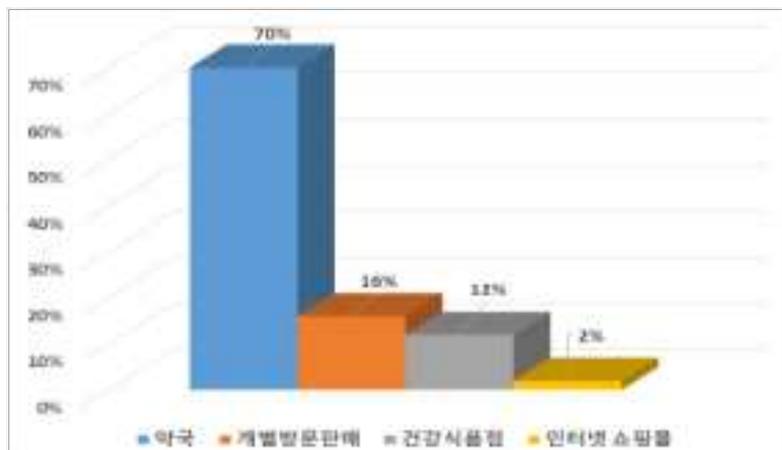
■ 건강기능식품 복용 기간 비교



자료원: CDSP [Russian: NPP BAD]

러시아인들의 건강기능식품을 6개월에서 길게는 2년까지 동일 품목의 제품을 지속적으로 구매 후 복용하는 것으로 나타났다. 홍삼을 장기적으로 복용하는 러시아인은 아직 부재한 것으로 조사되었으며, 온라인 쇼핑몰을 통해 주로 구매하며, 동일 홍삼제품을 재구매한 소비자는 찾아보기 어려웠다.

■ 건강기능식품 구매처



자료원: CDSP [Russian: NPP BAD]

러시아 건강기능식품 소비자들은 대부분 약국에서 건강제를 구매하며, 그 외 개별방문판매, 전문매장 및 온라인 쇼핑몰을 이용하는 것으로 나타났다.

한국산 홍삼 및 인삼첨가 건강기능식품은 대부분 온라인을 통해 판매되고 있는데, 아직 홍삼 및 인삼제품이 러시아 시장 내 대중화되지 않았다는 것을 보여주고 있다.

반면, 최근 러시아 내 온라인을 통한 제품구매가 점차적으로 늘어나고 있어 향후 한국 기업의 러시아 시장 진출 시 인터넷 상거래를 통해 현지 소비자들에게 한국산 제품을 소개할 수 있다. 이는 초기 러시아 시장진출 시 최소한의 마케팅 비용으로 현지 소비자들의 한국제품에 대한 반응 등을 조사할 수 있는 방법 중 하나이다.

현재 러시아 건강기능식품 시장 내 정식 등록되어 판매되는 인삼성분 첨가 제품은 총 253개로 조사되었다. 상기 러시아 정부에 정식으로 등록된 인삼성분 첨가 제품의 종류로는 차(TEA), 꿀(인삼뿌리첨가), 캡슐(알약타입), 발포비타민, 시럽, 엘릭시르제(elixirs), 사탕류, 초콜릿, 액상비타민(농축액) 등이 있다.

6) 러시아 건강기능식품 판매 현황

<러시아 주요 건강기능식품 생산기업>



<EVALAR>



<PHARMA-MED INC>



<SOLGAR>



<MERK>



<QUEISSER PHARMA>

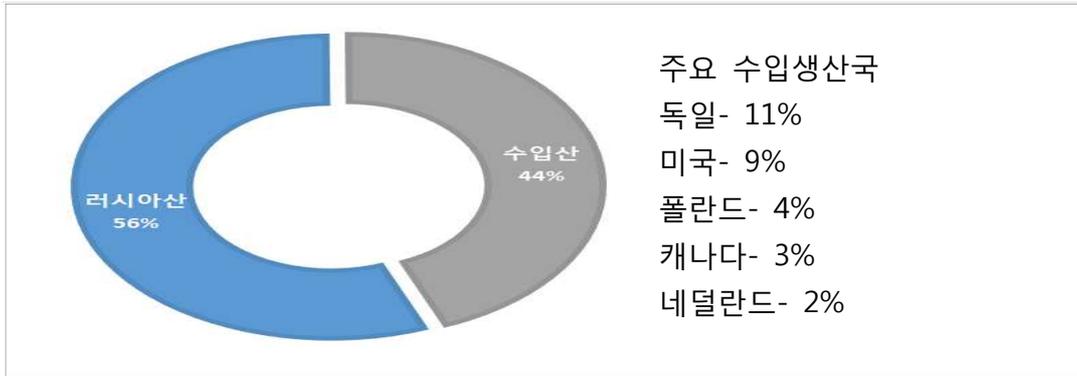


RECORDATI S.P.A.>



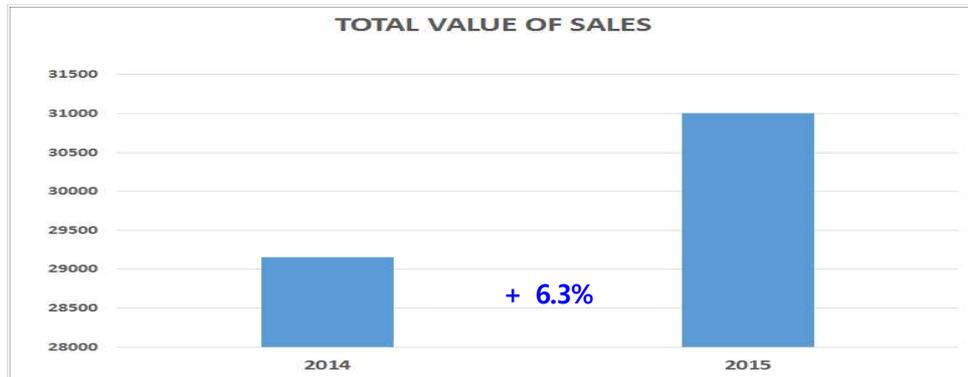
<GENEXO SP. Z.O.O>

■ 건강기능식품 시장 점유율_2016년 상반기



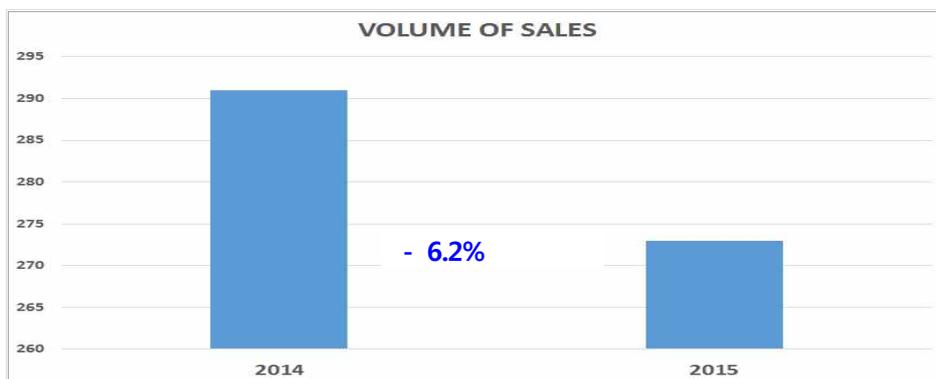
자료원: 러시아 통계청

■ 러시아 건강기능식품 판매금액 규모 비교_2014~2015년



자료원: 러시아 통계청, 단위: 백만, 루블

■ 러시아 건강기능식품 판매수량 규모 비교_2014~15년

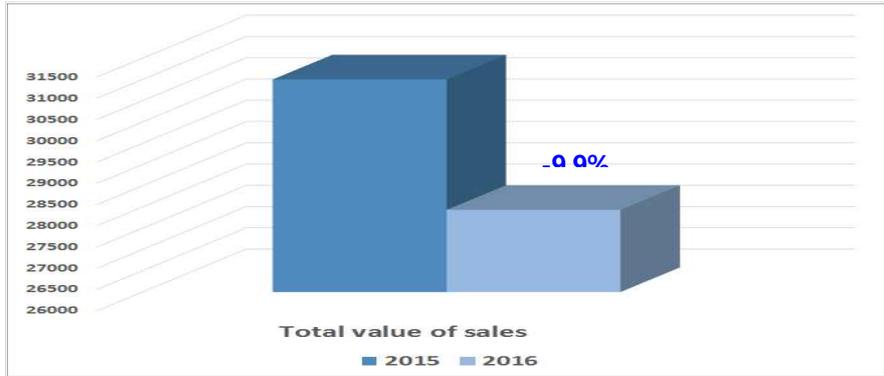


자료원: 러시아 통계청, 단위: 백만개

2015년 4/4분기 및 2016년 상반기 건강기능식품 판매율은 2014년 동기대비 총 11% 하락한 수치를 기록하였다. 2015년 건강기능식품 시장 규모는 32억 7,58만 루블로 전년 대비 13% 성장을 기록하였으며, 소매가 판매 시장 규모 43억 루블에 달하는 것으로 집계되었다. **2015년 전년대비 금액적인 면에서 증가율을 기록하였으나 판매량은 감소하였는데 이는 유럽의 대리 경**

제재제를 통한 환율의 급격한 하락에서 기인한 것으로 추정되며 전반적인 경기위축의 결과로 건강기능식품 구매량은 감소하였다.

■ 러시아 건강기능식품 판매금액 규모 비교_2015~16년 상반기



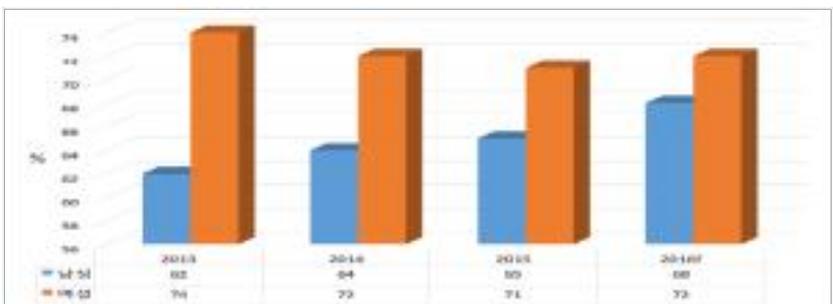
자료원: 러시아 통계청, 단위: 백만, 루블

지속적인 대러 경제제재 여파로 2016년 상반기 건강기능식품 시장은 전년 동기 대비 총 판매 금액 규모는 9.9% 축소되었다. 2016년 하반기 경기회복이 전망되고 있어, 건강기능식품 시장 또한 다시 상승세로 돌아 설 것으로 예상되고 있다.

건강기능식품 시장의 꾸준한 성장의 주요인은 겨울이 길고 일조량이 부족한 기후와 연관되는데, 러시아인들은 규칙적으로 비타민제를 복용하여 체내 부족한 영양소를 보충하고 있다. 러시아 내 판매되는 비타민 제품은 러시아산이 50% 이상을 차지하며, 중/저가 대의 제품군을 유지하고 있으며 대부분 인공비타민 제품으로 분류할 수 있다.

고가의 비타민 제품으로 미국 및 유럽산 제품이 많으며 특히 독일산 비타민 및 건강기능식품의 품질이 가장 좋은 것으로 현지 소비자들은 인식하고 있다. 한국산 홍삼은 수입산 완제품이 판매되고 있는데, 현지 건강기능식품 시장 내 고가의 제품군에 속한다. 러시아 내 인삼이 소규모로 재배되고 있어, 러시아산 인삼첨가제를 사용한 건강기능식품이 현지 시장 내 저가로 판매되고 있다.

■ 성별에 따른 건강기능식품 구매량 비교



자료원: CDSP [Russian: NPP BAD]

러시아 남성들의 건강기능식품 구매가 늘어나고 있는데, 상기 도표에 나타나 듯 최근 러시아 내 성별에 따른 건강기능식품 섭취율은 6%까지 좁혀지고 있다. 기존 성기능강화 제품 구매와 최근 러시아 남성들의 헬스 단백질보충제 구입이 늘어나고 있어 성별에 따른 건강기능식품 구매율 차이는 점차적으로 줄어들 것으로 예상된다.

러시아 여성들은 주로 다이어트 보조제 및 비타민 구매가 높았으며, 전 세대에 걸쳐 비타민 D, A 구매가 높게 나타났다. 한국산 홍삼은 주로 인터넷을 통해 구매하는 것으로 나타났으며, 그 외 모스크바 및 상트페테르부르크 내 한인 마트에서 현지 소비자들이 구매하고 있다.

인삼이 첨가된 건강기능식품은 대부분 남성용 성기능 보조제인데, 러시아인들의 인삼에 대한 이미지가 상기 제품과 연관되어 있다. 러시아 내 홍삼제품은 주로 장년층의 구매가 대부분으로 한국산 홍삼 및 인삼첨가 건강보조제품이 가장 품질이 좋다는 인식을 갖고 있다.

러시아 건강기능식품 시장 내 **“EVALAR”社(러시아)** 제품이 가장 유명하며 러시아인들에게 인지도 또한 가장 높은 업체이다. 상기 업체의 경우 **홍삼 및 인삼이 첨가된 제품을 일부 생산한 적이 있었으나, 현재 생산 중단 상태이며 유사 원료 수입 또한 부재한 것**으로 조사되었다.



<“EVALAR”社>

또한 러시아 “RIA PANDA”社에서 생산하는 남성 성기능 보조제가 시장 내 높은 점유율을 차지하고 있는데, 홍삼 및 인삼 성분은 포함되지 않는 것으로 조사되었다.

■ 러시아 내 수입 판매되는 인삼첨가 건강보조제품

원산지	생산자 수	러시아 판매자 수	아이템 수
Belorussia	1	1	1
Czech Republic	1	1	1
Hong Kong	1	1	1
Ireland	1	1	1

Malaysia	1	1	1
Serbia	1	1	1
Slovenia	1	1	1
Vietnam	1	1	1
Bulgaria	2	2	2
Israel	1	1	2
Lithuania	1	2	2
Netherland	1	2	2
Switzerland	2	2	2
Canada	2	2	3
Spain	3	2	3
UK	3	3	3
Poland	3	3	4
Germany	4	4	5
Japan	5	3	5
TAIWAN	1	1	5
Denmark	3	3	6
Indonesia	3	3	6
North Korea	2	2	6
France	4	8	11
Italy	7	9	11
Republic of Korea	8	9	16
USA	34	34	62
China	48	42	73
Russia	54	72	116
Total	199 개	217 개	353 개

자료원: 러시아 관세청

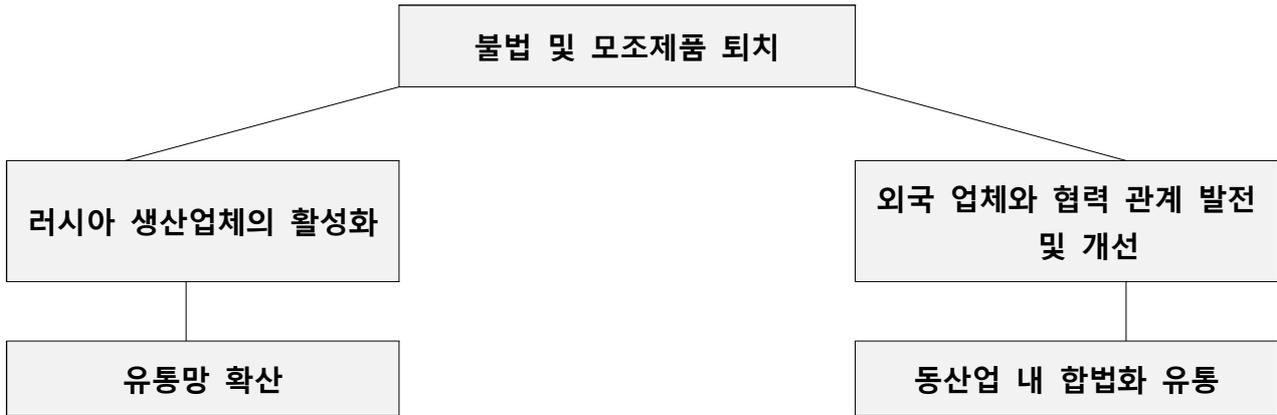
정식등록 된 인삼첨가 제품 중 **“Ginseng” 단어를 직접적으로 성분에 표기한 제품은 253개 제품 중 총 54개 품목**에 불과하다.

제품 성분 내 “Ginseng”을 표기한 제품은 대부분 인삼 킵크제(용축액)로 러시아 차(tea) 문화와 관련되어 있는데, 현지인들은 주로 홍차에 인삼 킵크제를 첨가하여 동 제품을 복용하는 것으로 조사되었다.

러시아 건강기능식품 내 판매되는 한국산 제품은 총 16개로, 생산자는 총 8개 업체로 조사되었으며, 이들 모두 러시아 정부에 정식으로 제품을 등록하였다.

그 외 비공식 루트를 통해 판매되는 한국 홍삼 및 인삼제품이 있으나, 정식으로 러시아 내 판매되지 않아 정확한 규모는 러시아 관세청에서 파악하기 어렵다. 비공식 루트를 통해 판매되는 한국산 홍삼 및 인삼제품의 경우 대부분 개별적인 방문판매 또는 한국마트 내 소량으로 판매되는 것으로 나타났다. 러시아 내 북한산 인삼제품 또한 판매되고 있는데, 판매경로는 대부분 러시아 내 북한식당에서 판매되고 있다.

7) 러시아 건강식품 미래 발전 방향



러시아 건강기능식품의 시장 특성으로 유럽산 고가의 브랜드 제품과 중국산 저가 품목, 그리고 러시아산 건강기능식품들이 유통분야에서 경쟁을 벌여왔으나 최근 저가의 건강기능식품에 대한 정부규제가 강화되고 있다. 또한 러시아산 건강기능식품 생산업체들은 외국기업과의 기술제휴 및 합작 등을 통해 신제품 생산에 주력하고 있으며 최근 저유가 및 루블화 하락으로 인한 경제 침체에도 불구하고 동산업의 투자는 증가추세로 파악되고 있다.

최근 10년 사이 러시아 내 판매된 모조품들의 검열을 통해 건강기능식품에 대한 현지 소비자들의 신뢰도가 조금씩 높아지고 있다. 대부분의 복제품들이 중국산으로 추정되고 있으며 이러한 저가 제품들로 인해 유통시장에 영향을 미치고 있는 것으로 알려지고 있으며 관련부처는 최근 집중적으로 단속을 실시하고 있다. 러시아 정부는 자국의 낙후된 제약기술 및 건강기능식품 산업 발전을 위해 각종 지원정책을 개발하고 있으며 러시아 소비자들은 외국계 자본이 투자된 현지 합작기업에 대해 특별한 배척감 없이 구매하고 있는 것으로 조사되었다. 현재 외국 자본의 투자가 이루어진 공장의 경우 자국생산 업체와는 차별화 되어 높은 경쟁력을 보이고 있으나 가격경쟁력이 다소 떨어지는 경우가 있다.

3. 러시아 인삼/홍삼 시장

가. 러시아 인삼/홍삼 현황

일부 러시아인의 경우 한국산 홍삼에 대한 특정한 관심 보다는 인삼에 대해 단순히 약효가 좋은 식물 정도로 인식하는 경우가 대부분이었으며 일부 한국산 화장품 등을 통해 건강에 좋다는 인식정도는 있지만 독특한 향으로 인한 거부감을 표시하는 경우도 발생하였다.

전통적으로 중국, 일본, 한국 등에서 인지하는 홍삼 및 홍삼 첨가류 제품에 대한 건강기능식품 내 소비자 인지는 전무한 실정이며 러시아의 경우 한류 영향도 비교적 크게 확산된 바 없기 때문에 카자흐스탄이나 키르기스스탄 등의 중앙아시아계를 통한 확산과 고려인 등을 통한 홍삼자체에 대한 프로모션이 절실하다.

한국산 홍삼 및 홍삼첨가류 제품들의 일부 특징 중 하나로 포장에 있어 중국 한자를 사용하는 부분인데 이는 중국산 제품으로 오해할 수 있는 소지를 제공할 수 있으며 이와 관련하여 한국산 제품을 표기할 수 있는 차별화된 표기가 필수적이다.

홍삼 전문 취급 유통망의 경우 향후 개척해 나가야 할 틈새 시장으로 단점일 수 있으나 이를 기회로 삼아 신규비즈니스로 제안할 수 있으며 프랜차이징 및 기존 대형 유통망 내 별도 판매관 설치 등을 고려할 수 있다.

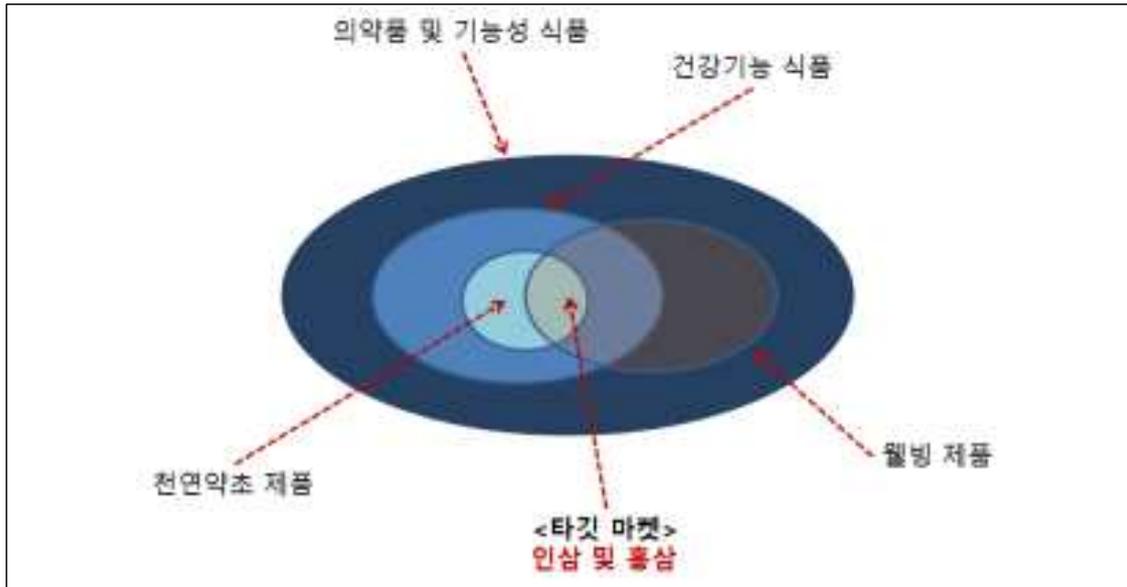
러시아 기업들은 직접으로 눈으로 보여지는 수치에 민감하며, 국제 품질 인증서 및 기술스펙 등에 관심을 보이는바 한국 생산에 대해 강조할 필요가 있다.

시장개척 진행시 예상되는 애로사항 중 제품 현지도착가격에 대한 문의가 발생할 경우 특정제품을 선정하여 운송 및 통관과 관련된 가격대에 대한 정보를 제공하는 부분인데 향후 일정 제품들에 대한 통관 시뮬레이션을 통해 유통마진을 고려한 대략적인 현지 판매가를 제시할 필요가 있다.

1) 러시아 홍삼/인삼 제품 분류

러시아 내 판매되는 **홍삼 및 인삼제품은 건강기능식품에 속하며** 전문의약품으로 분류되지 않으며, 대부분 홍삼 및 인삼 제품류는 러시아 의약품 관련 까다로운 인증발급과 의약품의 러시아 정부 등록절차로 인해 건강기능식품으로 수입하여 유통되고 있다.

<러시아 홍삼/인삼 제품 시장 분류>



2) 러시아 인삼/홍삼 시장

건강기능식품으로 판매되는 홍삼 및 인삼제품은 대부분 **알약 또는 텅크제의 첨가물로 사용**되며, 건조 뿌리삼 또는 홍삼절편 등과 같은 제품을 복용하는 사례는 거의 부재한 상태이다.

알약의 경우 미국 또는 중국산으로 만들어진 알약이 잘 알려져 있으며, 형태는 하드 캡슐형, 일반 알약 등 다양한 형태로 시장에 나와 있다. 홍삼 제품보다는 인삼 캡슐 제품이 대부분으로 파악된다.

드링크류도 홍삼보다는 인삼류가 대부분이며, 커피와 같이 결합되어 있거나 뿌리 자체로 하여 티 형식으로 먹을 수 있는 제품이 있으며, 직접 제조하는 제품보다는 중국, 미국, 한국 등 수입품이 대부분을 차지하고 있다.

<러시아 시장의 인삼 캡슐 예시>



<러시아 시장의 드링크류 예시>

<p><인삼과 커피를 결합한 제품></p>	<p><인삼음료></p>
<p><인삼 차(TEA)></p>	<p><인삼 드링크류></p>

러시아에서 인삼/홍삼 원료로 건강기능식품 외 일반 식품 시리얼, 등 다양한 제품군에서 사용하고 있는 것으로 조사됐다.

<홍삼원료로 만든 제품 >

	<p>-제 품: 시리얼</p> <p>-러시아 곡물 죽 종류로 면역체계, 기억력회복, 당뇨병 증진, 만성 피로 등 건강을 증진할수 있는 식품으로 소개 하고 있다.</p> <p>-특히 인삼은 비만을 막아주는 역할로 소개 하고 있다.</p> <p>-원재료: 밀, 쌀, 씨분말, 밀크시슬, 프로바이오틱, 인삼(가루)</p> <p>-금 액: 200루블 3,644원</p>
	<p>-제 품: 커피</p> <p>-원재료: Articoke, 인삼, 은행 나무 등</p>
	<p>-제 품: 에너지바</p> <p>-제조사: Белое дерево</p> <p>-용 량: 30g</p> <p>-원재료: Riboflavin, ginseng 등</p>

홍삼의 경우 아직 러시아 소비자들에게 생소한 제품으로 보통 **인삼제품과의 차이점을 구분하지 못하는 경우가 대부분**이다. 최근 러시아 내 건강관리에 대한 관심이 높아지고 있는데, 이는 지속적인 경제성장으로 중산층 증가와 생활수준 향상에 기인하고 있다.

건강에 대한 관심 증가는 건강기능식품 구매로 이어져 동 시장은 꾸준한 성장을 기록하고 있다. 이와 같은 추세로 2020년까지 러시아 건강기능식품 시장은 435억 루블(미화 7억 25백 달러)의 규모로 성장할 것으로 예상되고 있다. 2016년 러시아 제약시장 내 건강기능식품 판매율은 총 4.6%를 차지하고 있으며, 이는 약국판매 기준의 수치이다. **러시아 건강기능식품 시장 내 홍삼 및 인삼성분 포함제품 판매는 전체시장의 약 0.1% 미만**인 것으로 조사되었다.

최근 3년 러시아 건강기능식품 시장은 급성장을 기록하고 있는데, 매년 전년대비 평균 12~14%씩 성장하였다. 2015년까지 건강기능식품 판매는 지속적인 성장세를 유지하였으나, 유가하락과

경제침체로 인해 2016년 상반기 다소 저조한 판매율을 나타냈다. 2015년 러시아 내 판매된 건강기능식품 판매율은 전년대비 총 6%의 성장에 그쳤으며, 제약 및 의약품 시장 내 9%의 점유율을 기록하였다. 반면, 불안정한 환율과 유가하락으로 인한 건강기능식품 시장의 하락은 일시적 현상으로 판단되며, 2016년 하반기 동 품목의 수요는 증가할 것으로 예상된다.

러시아 건강기능식품 시장은 지속적인 성장을 기록하고 있으나, 기타 선진국 대비 아직 성장단계로 소비자들의 건강기능식품에 대한 인식 변화가 필요한 단계이다. **러시아인의 특성상 건강기능식품에 대한 불신이 다소 강한 편으로 특히 한국산 홍삼 및 인삼제품에 대한 사전 정보가 없는 경우에는 강한 소비욕구가 부재한 편이다.** 이런 러시아 인삼 및 홍삼 시장 특징으로 인해 인삼 및 홍삼 제품의 소비자는 제품을 한번 접해보거나 효능을 느껴본 사람들로 국한 적이라고 볼 수 있다.

러시아 내 판매되는 인삼 및 홍삼 제품 등 모조품 및 불법제조 제품이 유통되는 사례가 빈번하여 건강기능식품을 구매하는 소비자들의 신뢰가 낮아지는 원인을 제공한 바 있다. 2015년 1월 공포된 "건강기능식품에 관한 법률" (러시아 연방법 N532-FZ)에 의해 **인체의 건강증진 또는 보건용도에 유용한 영양소 또는 기능성분을 사용하여 정제, 캡슐, 분말, 과립, 액상, 환 등의 형태로 제조 및 가공한 모든 식품에 대한 제품 검열이 실시**되었다.

이와 관련하여 최근까지 러시아 건강기능식품 시장 내 허가되지 않은 원재료 및 성분이 포함된 제품이 대거 유통되고 있었으며, **인삼성분이 포함된 제품의 경우 원산지 표기가 부재한 제품이 대부분**이었다.

러시아 내 판매되는 인삼첨가 건강기능식품의 경우 원료수입이 대부분 중국이나, 중국산 인삼 원료를 사용했다는 표기를 대부분 하지 않고 있다. 원산지 표기 기피의 원인으로 러시아 내 중국산 제품의 낮은 신뢰도와 저가 이미지가 강해 중국산 원료는 대부분 표기하지 않는 것으로 분석된 바 있다.

앞서 언급한 바, 러시아 건강기능식품 시장 내 남성 성기능개선제가 가장 높은 점유율을 나타내고 있는데, 2015년 정식 등록되지 않은 제품 판매를 모두 금지 시킨 결과 작년대비 유통품목의 40%가 줄어들었다.

3) 한국 인삼/홍삼에 대한 러시아 인식

한국산 홍삼제품의 품질경쟁력은 우수한 수준으로 현지 전문가들은 평가하고 있으며, 현재 러시아 내 유통되는 홍삼 및 인삼첨가 건강보조식품의 경우 유럽산, 중국산, 러시아산 제품으로 러시아 시장 진입 초기 바이어에게 쉽게 어필할 수 있는 한국산 제품의 특징을 강조해야 한다.

한국산 홍삼 및 인삼첨가제품에 대한 일부 현지 소비자 반응으로 홍삼과 인삼의 차이에 대한 인식부재로 인해 왜 홍삼이어야 하는지에 대한 원론적인 궁금증을 나타내고 있으며 중국산 인삼과의 차별성과 관련 약효 등에 대한 궁금증도 가지고 있다.

대부분 러시아인의 경우 한국산 건강보조식품의 품질에 대해서 삼성, 현대 등을 통한 대기업 이미지를 통해 우수한 국가이미지로 인한 높은 품질 신뢰도를 보이고 있으며 시장개척 초기 이를 활용한 마케팅을 내세워 홍삼에 대한 홍보를 강화할 수 있다. 일부 한국을 방문했던 건강보조식품 전문가들의 경우 한국산 홍삼류 제품의 다양한 품목에 대해 높게 평가하며 현재 **러시아 내 한국 제품에 대한 소비자들의 인식이 우수**하다고 조언하였다.

현지 한국계 유통망을 통해 한국산 홍삼류를 접촉 또는 음용해 본 러시아인들의 반응을 살펴 보면 맹목적으로 몸에 좋다는 사실과 한국산이기에 믿고 먹을 수 있다는 신뢰를 가진 러시아인의 경우 대부분 **기존에 한국을 방문하거나 한국과 거래가 있어 지속적인 선물 등을 받아본 케이스가 대부분**이다.

대부분의 건강보조식품 소비 러시아인의 경우 **홍삼류의 쓴맛에 대한 거부감**을 나타내고 있으며 **당류 첨가를 통한 단맛 또는 첨가물을 통한 현지인의 기호에 맞는 제품개발이 필요하지 않느냐는 의견도** 나타나고 있다. 그럼에도 불구하고 한국산 홍삼류 제품들의 경우 기존 유럽산과 비교하여서도 뛰어난 포장디자인과 제품군을 보유하고 있어 보다 신뢰할 수 있는 장점을 갖고 있다고 전문가들은 분석하고 있다.

나. 러시아 인삼 및 홍삼 제품

러시아에서 판매 되는 인삼 및 홍삼제품은 건강기능식품처럼 캡슐 타입 및 티нк제가 가장 보편적으로 알려져 있으며, 의약품으로도 크게 종류가 나누어져 있다.

1) 건강기능식품 인삼 및 홍삼 제품

■ 러시아내 주요 인삼 생산 브랜드

<p>GINSENG TINCTURE (현지어 표기 : Женьшень настойка)</p>	
<p>GERBION® GINSENG (현지어 표기 : Гербион® женьшень)</p>	
<p>DOPPELYGERTS ® GINSENG (현지어 표기 : Доппельгерц® Женьшень)</p>	

<p>GIN-SENG COMP (현지어 표기 : Жень-шень комп)</p>	
<p>GINSENG WITH VITAMIN C (현지어 표기 : Женьшень с витамином С)</p>	
<p>GERIMAKS GINSENG (현지어 표기 : Геримакс Женьшень)</p>	
<p>GINSANA® (현지어 표기 : Гинсана®)</p>	

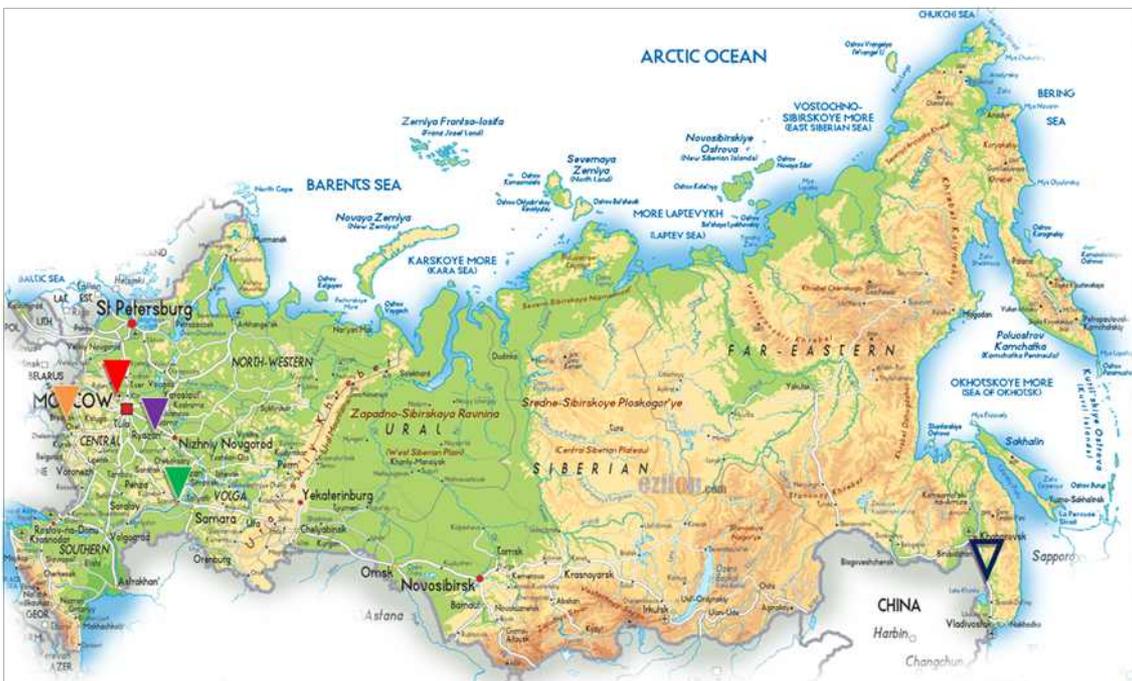
■ 러시아 인삼/홍삼 재배 생산 동향

러시아 내 소규모로 인삼을 재배하는 농장은 4곳 정도 있으나, 삼을 제배 후 가공하는 기술은 부재한 것으로 조사되었다. 이에 따라 러시아 내 홍삼 및 인삼제품의 원료를 생산하는 업체는 전무한 상태이다.

인삼첨가 건강기능식품을 생산하는 기업들은 가공된 수입산 홍삼/인삼원료를 구매하여 러시아 내 완제품을 생산하고 있다. 주로 구매하는 수입산 원료는 건조된 뿌리삼 또는 파우더 형식의 인삼가루 제품이다.

러시아 내 세포 바이오매스 기술을 활용하여 인삼뿌리 추출물을 생산하는 기술이 연구 중에 있으나, 아직 상용화 전이다.

<러시아 내 인삼재배 지역 구분>



- ▼ Farm "Panax" (Tver region)
- ▼ Specialized agricultural enterprise "Ginseng" (Bryansk region)
- ▼ Andreev forestry (Vladimir region.)
- ▼ Farm plant nursery "Ginseng" (Samara region)
- ▼ Wild ginseng (South of Khabarovsk Territory and Primorye region)

러시아산 재배삼의 경우 의학용으로 분류되어 러시아 의약품청의 검열을 거치게 되어 있으나 아직 그 수는 미비한 사정이다.

러시아인들은 구소련 시절부터 인삼을 섭취해 왔는데 연해주 지역으로 야생 산삼이 넓게 분포되어 있었으며, 카프카즈 지역을 중심으로 대규모 인삼이 재배 되었으나 구소련 해체 후 모두 자취를 감추었다.

현재 러시아 내 재배되는 인삼은 주로 개인이 운영하는 소규모 농장이 대부분임으로 인삼의 대량 재배는 불가능해 보이며, 가공기술이 부족하여 홍삼 생산은 불가능하다.

<러시아내 인삼 재배 및 인삼 제품 생산기업>

1	기업명	Farm "Panax" (Tver region)		
	주소	Kreva village, Kimry district, Tver Region, Russia	이메일	genshenkimry@rambler.ru
	전화	(+7-903) 164-78-79	홈페이지	koren-gizni.ru
	기업 특징	러시아 내 최초 인삼재배를 시작한 농장으로 특이한 기술은 부재하며, 주로 장뇌삼을 재배함. 평균 9-17년산 뿌리삼을 판매함.		
	Panax사 대표 판매 제품	사진자료	제품의 특성	가격정보
			수삼 -주문에 따라 바로 재배한 뿌리 수삼 판매	10년산 : 25루블/g당 20년산 : 75루블/g당
			인삼 가루 -재배 후 직접 가공 -자체생산 / 100% 인삼 가루 -현지 소비자들의 1년 복용기준	850루블/10g/1box
			건조 인삼(커팅) -재배 후 직접 가공 -자체생산	850루블/10g/1box
			꿀에 절인 인삼 -꿀 함유량 : 200 ml	900루블/30g

			<p>-러시아에서 흔히 찾아볼 수 있는 인삼 섭취 방법임</p>	
	<p>홈페이지</p>			
<p>2</p>	<p>기업명</p>	<p>Specialized agricultural enterprise "Ginseng"(Bryansk region)</p>		
<p>주소</p>	<p>Unecha, Bryansk reg, Russia</p>			
<p>전화</p>	<p>(+7-48351)2-56-72, (+7-48351)2-79-09</p>			
<p>웹사이트</p>	<p>ginseng.su</p>	<p>이메일</p>	<p>unjenshn@online.d ebryansk.ru</p>	
<p>기업 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 러시아 브리얀스크 지역에 위치한 인삼 재배 및 가공품 생산업체로, 기타 의학용 식물도 재배하고 있음. ○ 현재 러시아 내 존재하는 인삼재배 농장 중 최대 규모로 2.2/ha 규모의 농장을 보유하고 있음. ○ 인삼재배와 건강식품 또한 생산하고 있는데, 특히 인삼성분을 활용한 천연비료를 개발하여 판매 중에 있음. 			

		<ul style="list-style-type: none"> ○ 동사에서 생산하는 인산첨가 건강식품으로 인삼추출 액기스, 인삼차 및 인삼술 등이 유명함. ○ 연간 인삼원료 생산은 6톤에 달하며, 러시아 전역으로 판매하고 있음. 		
"Ginseng"社 주요판매 인삼제품	품목	가격 (100g)	도매가(10kg)	
	건조삼	30 USD	277 USD	
	수삼	15 USD	138 USD	
"Ginseng"社 온라인 판매품			<ul style="list-style-type: none"> - 인삼차 - 1box / 6\$ - 유통기한 1년 - 온라인 구매 시 러시아 전역으로 배달가능 	
홈페이지				
3	기업명	Collective farm "Nursery "Ginseng" (Samara region)		
	주소	Sunny Meadow Village, Zhigulevsk, Samara region, Russia		
	전화	(+7-987) 900-8160	이메일	mariay_685@mail.ru

<p>웹사이트</p>	<p>kfh-pitomnik-zhen-shen.tiu.ru</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 러시아 사마라 지역에서 인삼을 재배하는 농장으로 인삼첨가 건강 기능식품을 생산하고 있음. ○ 수삼 및 건조삼을 러시아 사마라 지역에서만 이루어지고 있으나, 최근 유통망을 넓히기 위해 온라인 매장을 개설 중에 있음. ○ 사마라 지역 내 잘 알려진 농장으로 러시아 정부의 건강기능식품 인증서 및 다수의 품질보증 인증서를 보유하고 있음. ○ 러시아 사마라 지역의 경우 소련시절부터 농업이 발달하여 현재까지 농업기술이 발달한 도시로 성장하고 있으며, 카자흐스탄 국경과 가까워 빠른 시일 내 러시아 인삼의 CIS지역 수출도 계획하고 있음. ○ 연간 동사에서 재배하는 인삼은 약 2톤 내외로 알려져 있으며, 사마라 지역 내 연간 생산량은 모두 소비되고 있음. ○ 향후 CIS지역 수출과 러시아 남부지방으로 인삼 판매를 확장하고 있어, 연간 생산량을 늘릴 것으로 계획하고 있음.
<p>기업특징</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  </div>
<p>재배 현황</p>	This content is now integrated into the '기업특징' cell above for better flow

2) 인삼 원액 및 톱크제품

톱크제란 한약 제형의 하나로 한약재를 해당 비율의 알코올 용액에 우린 액을 말한다. 해당 한약재를 성글게 가루 내거나 알맞게 썰어서 알코올 용액에 넣고 우리거나 해당 한약의 엑스를 알코올 용액에 풀어서 만든다. 톱크제는 쉽게 변질되지 않아 오래 보관할 수 있고 먹는 양을 줄일 수 있는 좋은 점이 있다.

러시아사람들은 인삼 원료를 톱크제로 하여 섭취하는데 러시아내 판매되는 인삼원액(발표제, 홍삼성분 포함) 및 톱크제의 표준성분은 100ml기준으로 하여 인삼성분은 100g이상 포함하고 알코올은 약 70%로 포함하여 판매하고 있다.

<러시아 인삼 원액 및 톱크제 주요 생산업체>

No	기업명
1	ALTAYVITAMINY
2	VIFITECH
3	VLADIVOSTOKSKAYA FARMFABRIKA
4	DALIKHIMFARM
5	IVANOVSKAYA FARMATSEVTICHESKAYA FABRIKA
6	KAMELIYA
7	MEDKHIMPROM
8	MOSKOVSKAYA FARMATSEVTICHESKAYA
9	TVERSKAYA FARMATSEVTICHESKAYA FABRIKA
10	TULISKAYA FARMATSEVTICHESKAYA FABRIKA
11	FARMATSEVTICHESKAYA FABRIKA SAINT-PETERSBURG
12	FARMSTANDART-FITOFARM
13	FLORA KAVKAZA
14	YAROSLAVSKAYA FARMFABRIKA

상기 14개 기업은 러시아 제약회사로 등록되어 있으며, 인삼을 가공하여 건강보조식품인 인삼 액기스 및 톱크제를 생산 판매하는 업체들이다. 건강보조식품 판매는 의약품과는 달리 까다로운 인증절차가 없어 제약회사에서 건강보조식품을 생산하여 직접 판매까지 하고 있다. 러시아 지역별 인삼구매 지역이 나뉘지는데, **모스크바를 포함한 유럽권역의 업체들은 주로 러시아산 제품을 구매하며, 극동지역 및 남쪽지역에 위치한 업체들은 한국과 중국산 인삼원료를 주로 수입하는 것으로 조사되었다.**

한국과 같이 인삼을 발효하는 기술은 러시아 내 일부 사용하는 것으로 조사되었는데, 인삼과 홍삼에 대한 차이점을 크게 느끼지 못하며, 특히 현지 소비자들의 수요가 부재하여 러시아 생산기업에서도 인삼 발효기술을 특별히 필요로 하지 않는 것으로 나타났다.

1	기업명	KAMELIYA社		
	주소	Moscow, Gostinichny 6/2	연락처	(+7-495)221-9202
	웹사이트	kamelia.ru	이메일	kamelia@kamelia.ru
	기업 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ KAMELIYA社는 러시아 의약품 시장 내 20년의 업력을 보유하고 있으며, 제약품목 및 다수의 건강보조식품을 생산하고 있다. ○ 동사의 브랜드만으로도 현지 소비자들은 믿고 구매할 수 있는 브랜드 파워를 보유하고 있다. ○ 인삼팅크제 및 원액 등 다양한 방법으로 제품을 생산하고 있으며, 주문에 따른 고객의 니즈에 맞춘 생산이 가능하다. 최소 주문은 10kg부터 가능하다. 		
	사이트			
2	기업명	VIFITEKH社		
	주소	22 Skobelevskaya, Moscow, Russia 117624	연락처	(+ 7 - 4 9 5) 7 1 6 - 1 5 8 1 , 716-1590
	웹사이트	vifiteh.ru	이메일	mail@vifiteh.ru
	기업 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ VIFITEKH社는 1992년 설립되었으며, 모스크바 의약연구소의 자회사이다. ○ 1997년 러시아 보건복지부에서 야생초 및 약초를 사용한 의약품 제조허가를 받았으며, 인삼 또한 그 중 하나로 현재 인삼과 관련된 건강보조 식품 및 의약품을 개발, 판매 중에 있다. 		

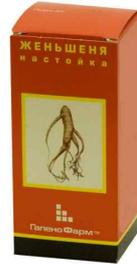
		<ul style="list-style-type: none"> ○ 독일, 이태리 및 인도에서 제약품 생산에 필요한 생산기계를 수입하여 현재 러시아의 대규모 제약회사 중 하나로 성장하였다. ○ 2015년 러시아 내 제약품 생산기술을 인정받아 현 정부로부터 무기한 의약품 생산 인증허가를 받은 바 있다. ○ 현재 인삼 톱크제를 생산 및 판매하고 있으며, 러시아 내 가장 유명한 인삼 톱크제로 러시아 전역 약국에서 판매되고 있다. ○ 인삼을 사용한 다양한 제품을 선보이고 있으나, 최근 인삼이 포함된 제품 라인이 다소 축소되고 있다고 동사 담당자가 전한 바 있다. 		
	사이트			
3	기업명	Ivanovo pharmaceutical factory社		
	주소	19a General Gorbatov st., Ivanovo, Russia 153007	연락처	(+ 7 - 4 9 3 2) 33-4273
	웹사이트		이메일	ivff@yandex.ru
	기업 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ivanovo pharmaceutical factory社는 1923년 설립되었으며, 1997년부터 인삼을 사용한 건강보조식품을 생산하기 시작했다. ○ 인삼 톱크제를 직접 생산하고 있으며, 인삼원료는 주로 중국 및 러시아산을 구매하는 것으로 조사되었다. ○ 동사의 인삼 톱크제는 러시아 현지에서 저가 품목으로 분류되며 평균 0.5\$에 판매되고 있다. 		

4	기업명	Tula pharmaceutical factory社		
	주소	10 Torokhovskiy drive, Tula, Russia 300004	연락처	(+7-4872) 41-8114
	웹사이트	tulapharm.ru	이메일	info@farmfabrica.ru yandex.ru
	기업 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tula pharmaceutical factory社는 1972년 설립되었으며, 러시아 인삼을 활용한 연구 및 건강보조식품을 생산하고 있다. ○ 인삼 퐁크제를 생산하고 있는데, 원료는 러시아산 인삼만을 사용하고 있다. ○ 최근 인삼과 관련한 연구를 진행하고 있는데 동양의학에서 사용되는 홍삼에 대한 관심도 높은 것으로 조사된 바 있다. 		
	사이트			
5	기업명	Tver pharmaceutical factory社		
	주소	2 Starizkoye shosse, Tver, Russia 170024	연락처	(+7-4822) 42-7933 , 44-9201 , 44-4726
	웹사이트	www.tverff.ru	이메일	tfarm@tvcom.ru
	기업 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tver pharmaceutical factory社는 러시아 제약품 시장 내 50년의 업력을 보유하고 있으며, 러시아 전역으로 의약품 및 건강보조식품을 유통하고 있다. ○ 현재 러시아 대규모 제약회사 중 하나로, 자체적인 신약개발 및 의약품, 건강보조식품 등을 생산하고 있다. 		

		<ul style="list-style-type: none"> ○ 생산라인의 자체적인 검열시스템으로 사전 원자재 검사를 실시하는 것으로 잘 알려져 있음. 동사 제품의 주요 유통망은 모스크바, 모스크바주 및 상트페테르-부르크 지역이다. ○ 주로 대도시 내 동사 브랜드의 약품 및 건강보조식품이 판매되고 있는데, 다소 고가의 제품들이 많음. 인삼 톱크제는 중간가격대를 형성하고 있으며, 동품목은 평균 1\$ 정도에 판매되고 있다. <div data-bbox="917 638 1077 929" style="text-align: center;"> </div> <p style="text-align: center;"><Tver pharmaceutical factory社 생산, 인삼 톱크제></p>		
6	기업명	Moscow pharmaceutical factory社		
	주소	1 Farmazevticheskiy dirve, Moscow, Russia 125239	연락처	(+7-495) 459-4170
	웹사이트	www.mosfarma.ru	이메일	fab@mosfarma.ru
	기업 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ Moscow pharmaceutical factory社는 러시아 내 잘 알려진 제약회사로 대기업 중 하나이다. ○ 연간 생산량은 품목당 약 6천만개 이상으로 기록되고 있으며 러시아 내 판매율 TOP 25위 내 동사 제품이 10개 이상 속해 있다. ○ 2005년부터 자체적인 브랜드로 제품을 생산하고 있는데, "MOSFARMA" 브랜드로 러시아 전역에서 다양한 제품이 판매되고 있다. <div data-bbox="941 1713 1045 1937" style="text-align: center;"> </div> <p style="text-align: center;"><Moscow pharmaceutical factory社 생산, 인삼 톱크제, 가격:></p>		

		1\$>	
	사이트		
7	기업명	Saint Petersburg pharmaceutical factory社	
	주소	24a Moiseenko, Saint Petersburg, Russia 191144	연락처 (+7-812) 271-2988
	웹사이트	www.galenopharm.ru	이메일 prim@galenopharm.ru
	기업 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ Saint Petersburg pharmaceutical factory社는 러시아 내 오래된 제약회사 중 하나로 1935년 설립되었으며, 현재 러시아 상트페테르부르크시에 위치해 있다. ○ 상트페테르부르크시에 거주하는 사람들은 동사의 약을 한번이라도 구매한 경험이 모두 있을 정도로 현지 시장 점유율이 높다. ○ 현재 4개의 생산 공장을 운영 중에 있으며, 약 100개 이상의 품목을 생산하고 있음. 최근 기능성 화장품 생산라인을 구축 중에 있어 빠른 시일 내 약국 판매용 화장품 생산이 가능할 것으로 보인다. ○ 2012년 동사 자체적인 물류운송 시스템을 구축하여 러시아 전역으로 온라인 판매를 실시하고 있음. 온라인 판매는 건강보조식품만 가능하며, 동사에서 생산하는 인삼 킵크제를 중축으로 여러 종류의 건강보조식품을 온라인 쇼핑몰에서 판매하고 있다. 	

- 현재 러시아 내 인삼 톱크제 중 가장 고가의 품목으로 상트페테르부르크 및 모스크바 내 약국에서 판매되었다.
- 최근 인삼 톱크제에 대한 소비자들의 수요가 줄어들고 있어 곧 단종 될 품목으로 보임. 인삼을 가공하여 생산되는 건강보조식품 중 톱크제를 제외한 알약 형태의 제품이 있으나, 향후 인삼관련 건강보조식품 생산은 줄어들 것이라 동사 대외협력 담당자는 밝힌 바 있다.



<Saint-Petersburg pharmaceutical factory社 생산, 인삼 톱크제, 도매가격: 1.8\$>

사이트



3) 의약품 인삼제품

러시아 시장내 인삼이 첨가된 제품 중 의약품으로 판매되는 제품이 있는데, 이는 러시아 의약품 정부등록을 완료하였으며 러시아 보건부의 공식 판매 허가를 받은 제품들이다. 인삼성분이 포함된 의약품은 주로 무기력증, 만성피로증후군 및 신체 내부 장기보호 및 치료 등의 목적으로 사용되고 있다.

기업명	Homeopathic pharmacy		
주소	7, Svechnoy lane, Saint' Petesburg, Russia 191002	연락처	(+7-812) 764-2455/ (+7-812) 764-6672
웹사이트	gomeofarm.ru	이메일	gomfarm@inbox.ru
기업 특징	<ul style="list-style-type: none"> ○ Homeopathic pharmacy社는 1998년 설립되어 현재까지 다양한 종류의 의약품을 개발 및 생산하고 있다. ○ 자체 약국 브랜드를 개발하여 상트페테르부르크 내 자사 약국체인점을 운영하고 있다. ○ 인삼성분으로 만든 의약품을 현재 판매 중에 있는데, "GIN-SENG COMP"명으로 판매되고 있다. ○ 과립제 형태의 약품으로 인삼을 주원료로 생산하고 있는데, 무기력증, 원기회복제 및 만성피로증후군 치료의 동종 요법 치료제로 사용되고 있다. <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;"><Homeopathic pharmacy社 생산, 인삼첨가 피로회복제, 도매가격: 3.5\$></p>		

사이트



4) 러시아산 제품 가격 동향

No	상품 이미지	제품명	제조사	가격(\$)
1		Fitolax - Keeps the stool easy, relieves constipation	Evalar (Russia)	15.08
2		Turboslim - Weight-loss dietary supplement	Evalar (Russia)	12.05
3		Alikaps - For men's sexual potency	Ria Panda (Russia)	6.34
4		Sealex - For men's sexual potency	Ria Panda (Russia)	3.80
5		Doppelherz/Omega 3 - Supports mental and physical performances	Doppelherz (Germany)	2.96
6		Solgar - Provides a source of amino acids, B-complex vitamins and minerals	Solgar Vitamin and Herb (USA)	2.78
7		Maxilak - Contains lactic acid bacteria, inhibits the growth of pathogenic microorganisms	GENEXO (Poland)	2.60
8		Normobakt - Source of bifidobacteria, lactic acid bacteria and prebiotics	Akrikhin (Russia)	2.02
9		Indinol - Universal corrector of abnormal hyperplastic processes in organs	Miraks BioPharm (Russia)	1.97
10		Femibion - Folic acid/folates during pregnancy for maternal tissue growth	Merck KGaA, (Austria)	1.85

다. 러시아 인삼/홍삼 원료 시장

1) 러시아 인삼/홍삼 원료 시장

최근 러시아산 건강기능식품의 품질이 향상되고 있으며, 예전 품질개선에 대한 시급한 문제점으로 대두된 바 있어, 동 분야 일부 전문가 및 일반 소비자들의 경우 품질개선관련 최근 적극적인 자세를 나타내고 있다. 또한 러시아 건강기능식품 소비자들은 러시아산 비타민 및 건강기능식품의 성분이 천연식물 추출물을 사용하여 수입산 보다 러시아인의 건강 향상에 더욱 적합하다는 설문조사 결과가 집계된 바 있다.

현재 러시아산 건강기능식품 품질개선관련 자체적 개발에 노력하고 있으며 유럽생산기업과의 기술제휴를 통해 고급 브랜드 건강기능식품 브랜드를 신규로 런칭하고 있다. 또한 건강기능식품의 원료를 수입하여 러시아 내 생산하고 있으며 기술협력을 통해 점진적으로 자체개발 시스템을 구축해 나가고 있다.

러시아 건강기능식품 소비자들의 경우 자국산 제품의 주요 원료는 천연식물성 추출물로 이루어져 있어 천연소재 원료사용에 대해 긍정적인 평가를 내리고 있다. 러시아산 건강기능식품은 유럽산 비타민 제품 및 기타 수입산 건강기능식품 브랜드 대비 현저히 낮은 가격에 유통되고 있으며 러시아 건강기능식품 업체의 자체개발 제품성분 등이 가격을 다운시키는 원인으로 분석되고 있다.

이러한 러시아 건강기능원료 시장을 현황을 검토하였을 때 인삼 및 홍삼원료 시장도 크게 다르지 않으나 일반 비타민, 러시아 천연 식품 추출물 등 보다는 흔한 원료 성분이 아니기 때문에 러시아인들이 원료에 대해 쉽게 접근할수 있게 **원료성분 유통시 기술 제휴도 같이 지원할 수 있는 방향으로 검토하여 시장을 바라볼 필요가 있다.**

인삼원료의 경우 대부분 중국산 뿌리삼 또는 분말형태로 러시아 수입되고 있으며, 한국산 홍삼 및 인삼 원료 수입은 극히 소량에 불과하다. 반면 러시아 건강기능식품 소비자들은 고가의 제품을 선호하는 경향이 있으며 일부 저가의 러시아 브랜드들은 판매가 저조한 경우도 있다. 일부 높은 가격이 좋은 품질이라는 인식이 자리 잡아가고 있는데, 특히 **인삼 및 홍삼 원료에 있어서도 중국산 건강기능식품의 경우 현지 소비자들이 구매를 꺼려하는 경향**이 있어, 가격적으로 부합시키기 위해 제조사들이 **중국산 인삼, 홍삼원료를 사용하고 제품에 표기를 하지 않는 방식**으로 하여 유통되고 있는 점도 있다. 러시아 바이어가 대부분 인삼 및 홍삼 원료를 구매할 때는 대부분 중국, 미국에서 수입을 하고 있기 때문에 실질적으로 봤을 때 가격적인 면을 가장 고려하는 것으로 해석될 수 있다.

러시아 시장의 특성상 국가에서 자국내 시장 조성을 조장하기 때문에 외국산 건강기능식품 원료 산업은 다른 국가에 비해 다소 움츠려 있다. 러시아에서 인삼 및 홍삼 원료는 건강기능

식품으로써 흔한 원료가 아니기 때문에 지속적으로 시장에 원료 효능에 대한 정보나, 이미 기존에 나와 있는 제품 등을 소개함으로써 원자재 자체의 홍보가 필요할 것으로 보인다.

또한, 몇몇 인삼 및 홍삼원료 취급 기업은 인삼 및 홍삼 원료에 대한 인식은 긍정적이나 인삼을 활용한 건강기능식품 **제조 기술은 단순 건조 및 원액 추출에서 벗어나지 못하고 있다.** 특히 발효를 통한 제품생산 기술은 전무한 것으로 보인다. 따라서, 원료의 우수성 및 소비자 선호 사례 등을 유통사에게 인식 시켜주는 일이 우선시 되어야 할 것이다.

러시아 내 홍삼 또는 인삼첨가제는 화장품 제조에도 많이 사용되는데, 마스크팩, 기능성 크림 등이 판매되고 있다. 특히, 일반적인 건강기능식품으로 판매되는 인삼 및 홍삼첨가 제품 보다 동 성분이 포함된 화장품 제품이 약 10배가량 많은 것으로 조사되었다. 러시아 소비자들에게 인삼 및 홍삼 제품은 화장품 성분으로 인식되는 경우가 빈번하다.

<러시아 홍삼 화장품>



1) 인삼/홍삼 원료 시장 접근 방안

현재와 같은 판매 추세로 볼 때 한국산 인삼/홍삼 제품들은 현지 소비자들의 수요를 충족시킬 수 있는 제품으로 초기 러시아 시장진출 시 현지화된 제품으로 시장을 공략한다면 현지 시장 진출 시 경쟁력을 충분히 갖출 수 있다고 판단된다. 건강기능식품의 특성상 광범위한 품목들로 인해 인삼/홍삼 품목 군에 속하는 제품을 구체적으로 구분하기 힘든 실정이다. 러시아 건강기능식품은 총 17가지 종류로 구분되며 이 중 인삼/홍삼은 10번째 면역력 강화 식품군으로 분류할 수 있으나, 그 구분이 애매모호한 경우가 빈번하다. 한국 인삼/홍삼 제조업체의 러시아 시장 진출 시 현지 시장에 적합한 제품을 개발할 필요가 있는데, 홍삼을 이용한 비타민 제품 등을 고려해 볼 수 있다. 러시아에서 인기있는 건강기능식품으로 남성용 원기회복제가 있는데, 러시아 유명 건강기능식품사에서는 인삼원액을 성분으로한 남성용 원기회복제를 판매하고 있다. 관련해서 다른 남성용 원기회복제를 판매하는 기업을 대상으로 하여 인삼/홍삼 원료 판매를 검토 해보는 것도 방법이 될 수 있다.

<EVALAR 社 남성용 원기회복제>



- 성분 : 인삼원액 10mg / yohimbine 4.5mg
- 남성용 원기회복제
- 소비자가: 5\$

최근 러시아인들의 비타민 제품 구매가 증가 추세로 인구의 약 45%가 건강기능식품 중 비타민을 구매하는 것으로 조사되었다. 2016년 러시아인들의 건강기능식품 구매는 2012년 대비 32% 증가하였으며, 대부분 비타민 및 병원에서 함께 처방해주는 건강보조제를 구매하는 것으로 나타났다. 러시아 병원에서 처방되는 인삼/홍삼류 제품들은 대부분 러시아산 제품으로 아직 외국산 제품을 처방하는 현지 병원은 부재한 것으로 조사된다.

이와 같이 한국 업체의 러시아 진출 시 홍삼 원료를 현지 업체에 공급할 수 있는데, 현지에서 건강기능식품 생산이 가능한 기업을 발굴해 현지진출을 공략해 볼 수 있다. 최근 러시아 건강기능식품 시장 내 비타민 및 자양강장제품의 점유율이 가장 높게 나타났으며, 동 제품들은 전체 시장의 25%를 차지하고 있다. 아직 러시아 건강기능식품 시장 내 한국산 홍삼과 유사한 품목은 현지 업체에서 생산이 전무한 상태이며 품목의 특성 상 광고에 따른 소비자들의 선택이 좌우될 수 있다. 포장 및 제품의 전반적인 디자인을 현지화 하는 것이 러시아 시장 진출에 있어 중요한 부분이다.

다. 인삼/홍삼 제품/원료 유통 현황

1) 인삼/홍삼 건강기능식품 유통현황

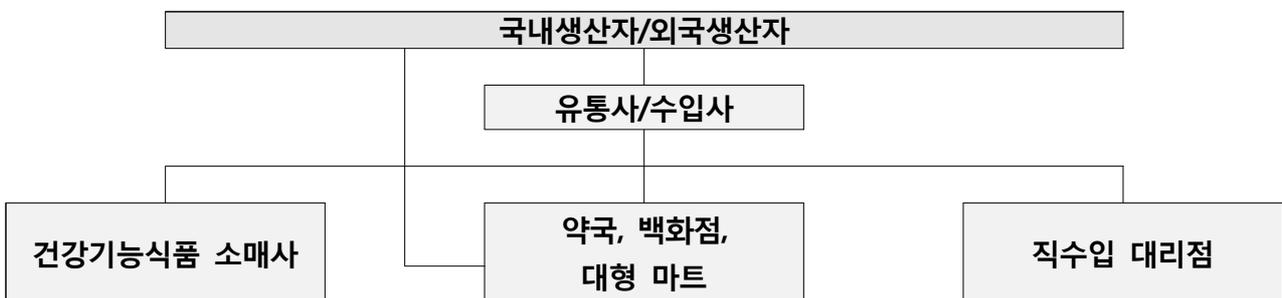
러시아는 중부 러시아를 비롯하여 크게 8개의 행정구역으로 분류할 수 있는데 우랄산맥을 기점으로 유럽지역의 경우 러시아 전체 약 1억 5천만의 인구 중 1억 3천만 명 정도가 집중되어 있으며 시베리아 및 극동지역의 경우 약 2천만 명 정도가 분포되어 있다.

한국산 제품 판매는 러시아 극동지역이 가장 높게 나타나는데, 한국과 지리적으로 가깝고 운송 기간이 짧은 것이 특징이다. 한국산 홍삼의 경우 블라디보스톡 및 하바로브스크에서 판매되는 경우가 종종 있으나 정식 수입으로 나타난 경우는 거의 없다. 러시아 노보시비르스크 지역의 경우 중국의 국경과 가까워 중국을 통해 한국산 제품이 재수입 되거나 중국산 모조품이 한국 고려홍삼으로 둔갑하여 판매되는 경우가 종종 있다. 외부 딜러들의 경우 신규아이템을 선보일 경우 마진에 따라 특정업체 제품 판매를 고집하지 않고 구색을 갖추고 영업하는 경우가 많다. 극동지역의 경우 블라디보스톡, 하바로브스크, 사할린 등을 중심으로 시장이 특화되어지는데 이 지역의 경우 한국과의 지리적으로 가까운 이점으로 틈새시장으로 부각되고 있다.

러시아 시장으로 수입되는 한국산 제품들을 살펴보면 극동지역을 시작, 러시아 전역으로 시장을 확대한 경우로 시베리아 횡단 열차선 방향으로 서진하는 경우이다. 지방도시 중 타타르스탄, 로스토브 나 돈누, 크라스노다르 등의 인구 백만 이상의 도시들은 모스크바의 지역 대리점을 획득한 후 통상적으로 지역 독점 대리점을 유지해나가는 경우가 많으며 이들은 각 지방 내 자체 딜러망을 구축하고 영업하는 것으로 알려졌다. 러시아 지방시장의 특징은 모스크바에서 성공한 아이템의 경우 최소 6개월 이내 시장개척이 보장되는 특징을 갖고 있으며 이를 활용한 지역 마케팅 방안 개발이 따라주어야 한다.

건강기능식품 소비자 군을 세분화 하여 보면 대형 유통망(약국, 건강기능식품 전문매장, 대형마트), 건강기능식품 생산업체의 원료구매, ON-LINE 매장으로 나뉘 볼 수 있다.

■ 인삼/홍삼제품 유통 구조



유통에 있어 러시아 생산업체들은 자체 대리점 망이나 딜러 망을 이용하여 제품을 유통시키며 건강기능식품 전문 판매망을 활용하며, 최근 러시아산 제품의 소비자 수요가 지속적으로 증가하는 것으로 조사되었다.

대부분의 외국산 수입품은 자체 대리점이나 수입상을 통해 러시아로 유입되며 현재 유통업체가 활발히 활동 중이다. 또한 대형 유통망 판매점들은 대리점을 통한 구매가 아닌 외국 제조업체와의 직접 거래를 시도하고 있으며 주로 중국, 유럽, 러시아 등 생산업체들과의 직접거래가 많은 것으로 조사되었다.

대리점의 경우 통상 1개 제조업체의 전문 대리점보다는 몇몇 수입산 업체와 계약을 맺고 취급 대리점 권을 획득하는 경우가 많은 편이다. 판매점의 경우 다양한 업체의 제품을 보유하고 시공 및 턴키방식의 제품 판매를 진행하는데 기본적으로 제품개런티를 제공하고 있다. 우크라이나 사태로 인한 러시아 경제 침체로 대형 주문 감소 등의 경기불황이 지속되었으나 최근 상황이 점진적으로 개선되고 있으며 러시아인들의 건강에 대한 관심이 높아져 한국산 제품이 진출 가능한 틈새시장이 형성되고 있다.

대부분의 건강기능식품은 대리점 및 딜러를 통해 유통되고 있으며 현지 업체들은 지속적으로 신규 아이템을 발굴 하고 있다. 건강기능식품 취급 업체들의 경우 소비자들의 선호제품을 사전 조사하여 구매하거나 또는 자사가 취급하는 유사 제품을 구매하여 함께 판매하는 방식을 도입하기도 하며 이 경우 대부분 유명 브랜드를 선호하고 있다.

■ 온라인 유통망

모스크바 및 상트페테르부르크 등 대도시를 중심으로 인터넷을 통해 물건을 구매하는 러시아인들이 늘어나고 있는데, 이는 전자결제 수단이 최근 도입되어 결제가 수월해진 점이 인터넷 구매를 높인 원인 중 하나이다. 반면 아직 인터넷을 통해 물건을 구입하는 러시아인의 상당수가 인터넷 구매에 대한 불신을 나타내고 있으며, 특히 음식 및 건강기능식품 등에 대한 인터넷 구매 시 불안감이 높다고 조사되었다. **홍삼의 경우 러시아 전역을 기준으로 50개 미만의 오프라인 매장에서 판매되고 있어, 러시아 내 홍삼을 구매하는 가장 빠른 방법은 온라인 구매로 나타났다.** 현재 한국산 제품을 판매하는 온라인 쇼핑몰은 대략 20여개로 추정되나, 그 중 일부는 폐쇄된 것으로 보이며, 구매 시 물량이 현저히 부족한 것으로 나타났다. 아직 한국산 홍삼에 대한 수요가 높지 않아 일부 단순 홍보용으로 한국산 홍삼 제품의 광고자료만 사용하는 경우도 다수였다.

■ 온라인에서 판매되는 홍삼제품

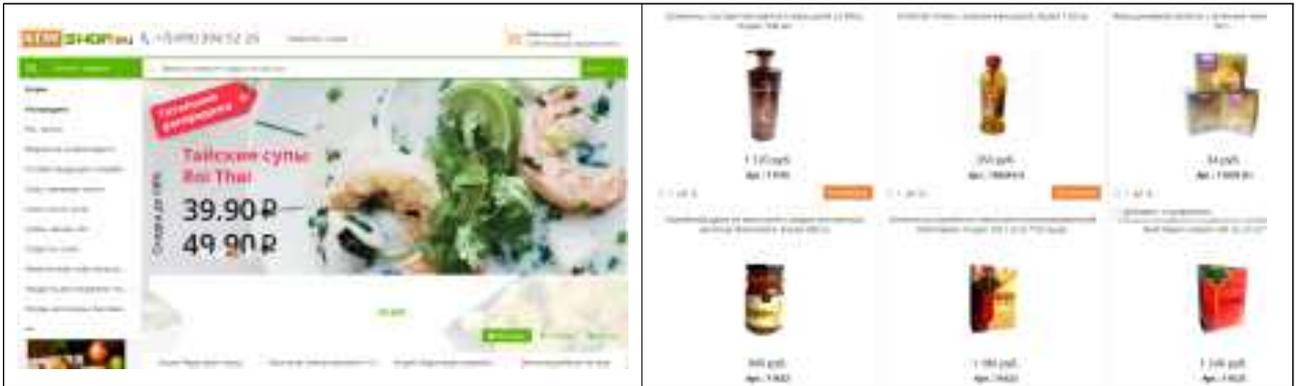
		<ul style="list-style-type: none"> - 출처미상(중국산으로 추정) - 소비자가 : 18\$(50g) ~ 50\$(200g)
		<ul style="list-style-type: none"> - 출처미상(한국 또는 북한산으로 추정) - 소비자가 : 20\$(50g) ~ 76\$(80g)
		<ul style="list-style-type: none"> - 중국산 - 소비자가 : 27\$(100g) ~ 100\$(400g)

■ 한국 인삼/홍삼 제품 유통 현황

한국산 홍삼은 러시아 내 주로 한인마트 또는 온라인 쇼핑몰을 통해 판매되는데, 실제 정식으로 한국에서 수입되어 판매되는 것은 극히 일부 인 것으로 조사되었다. 반면 한국산 인삼/홍삼 제품에 대한 러시아인들의 인식이 조금씩 바뀌고 있어 향후 러시아 시장 내 한국 인삼/홍삼 제품에 대한 수요는 증가할 것이라 판단되고 있다.

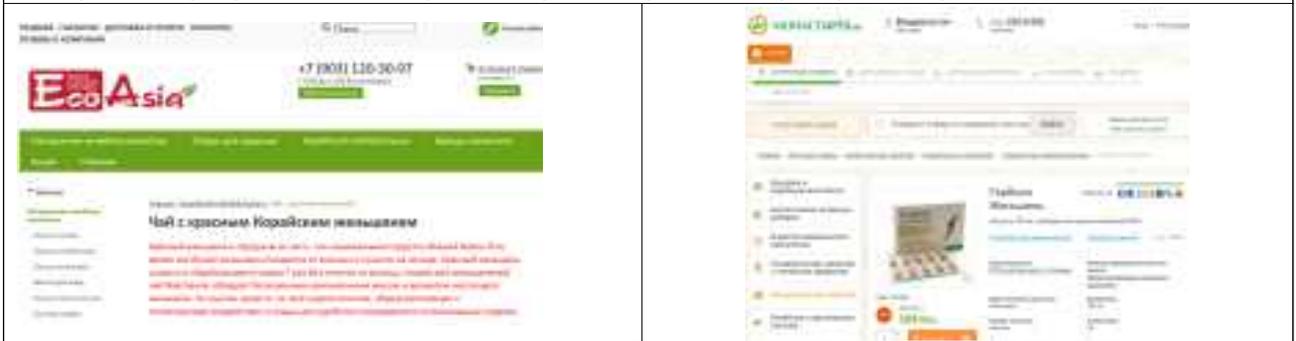
<한국 제품 유통 경로>

	
<p>개성 -http://kaesong.ru/ -북한(개성) 제품 취급</p>	<p>한국 기업-www.redinsam.info</p>



온라인 마트- koshop (<http://korshop.ru>)

-한국, 일본의 식품 및 홍삼 제품 등 다양한 식료품을 취급하고 있다.



<홍삼 제품 판매 온라인 쇼핑몰>

러시아 내 한국산 인삼/홍삼은 북한산과 통용될 정도로 아직 제품에 대한 인식이 세분화되어 있지 않으며, 극동지역의 경우 북한산 인삼제품이 자연스럽게 유통되고 있다. 또한 러시아에서 재배되는 자연산삼의 경우 일부 북한과 중국으로 밀수되고 있어, 인삼/홍삼 제품에 대한 유통 시 러시아 담당정부 기관에서 특별히 관리하고 있는 것으로 보인다.

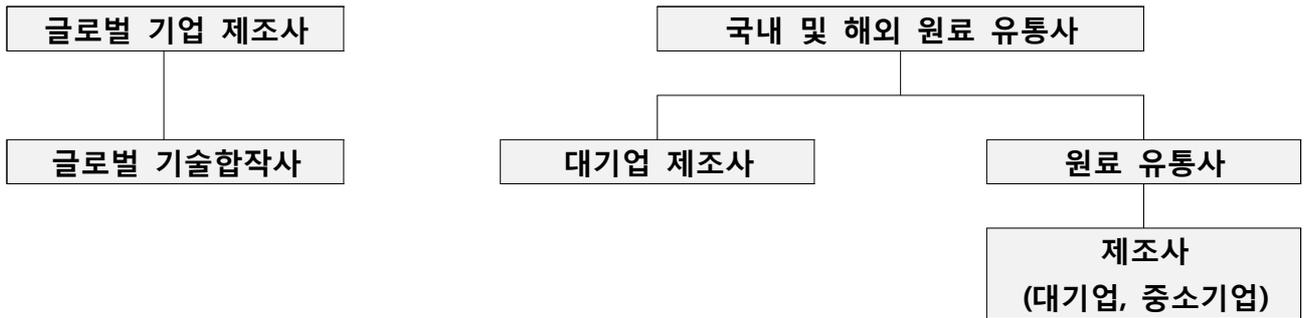
러시아에서 유통되는 한국산 인삼/홍삼제품은 정식으로 수입절차를 거치지 않고 판매되는 제품이 대부분이며 식품첨가제 또는 일반 건강기능식품으로 수입되어 정식적인 수출입 기록에 없는 부분이 상당하다. 이처럼 한국산 홍삼제품은 아직 러시아 내 생소하긴 하나 개별적으로 한국산 제품을 접해본 현지인들의 반응은 대부분 긍정적이며 온라인 구매를 통해 한국산 제품을 구입한 소비자들의 후기가 좋아 판매수량이 점차적으로 늘어날 것으로 전망되고 있다.

일부 한인마트에서 판매되는 한국산 홍삼은 현지인들의 구매수요가 현저히 낮은 것으로 보이며, 러시아 내 병원 및 약국에서 구매할 수 있는 제품은 대부분 러시아산 제품이다. 아직까지 러시아 내 약국 및 건강기능식품 유통망에 진출한 한국 홍삼제품은 부재한 것으로 보이며, 대형유통망에 진출하기 위해선 무엇보다 가격경쟁력을 갖추어야 할 것으로 전망된다. 현지에서 인삼원료를 활용한 생산기업과 현지 합작 생산을 고려해 볼 수 있는데, 이와 같은 방법이 완제품 공급과 현지 대형유통망에 직접 진출하는 것보다 오히려 러시아 시장으로 진출할 수 있는 방안이 될 수 있다.

<온라인 판매 제품>

			<p>http://www.oriental-way.ru/</p> <ul style="list-style-type: none"> - 대만산 건강기능식품 전문 수입업체 - 한국산 제품으로 소개되나, 중국을 거쳐 들어오는 것으로 추정 된다.
			<p>http://insamax.ru/</p> <ul style="list-style-type: none"> - 러시아 고려인이 운영하는 사이트로 다양한 홍삼/인삼 제품이 판매되고 있다. - 모스크바 지역에서만 구매가능하다.
			<p>http://zdorov1000.ru/</p> <ul style="list-style-type: none"> - 한인 운영 사이트 / 모스크바 사무실 운영 - 한국 (주)선삼에서 수출한 제품이다. - 수입업체 : OOO "RUSANEK"
	<p>http://thai-shopping.ru/</p> <ul style="list-style-type: none"> - 태국 및 대만산 건강기능식품 전문 수입업체로 중국을 거쳐 들어온 제품이다. 		

2) 원료 유통



원료 유통을 위해서는 일반적으로 식품, 건강기능식품 대기업에서 직수입을 진행하거나 러시아 전문 원료 유통상을 통해 제품을 구매한다. 식품, 건강기능식품 원료들은 이미 국내에서도 잘 알려진 DSM, IFF사와 같은 글로벌 원료사들의 제품을 원료 유통사에서 공급받아 러시아 자국으로 유통시킨다.

<글로벌 유명 원료 공급사 기업>

■ 인삼/홍삼원료 취급가능 유통망

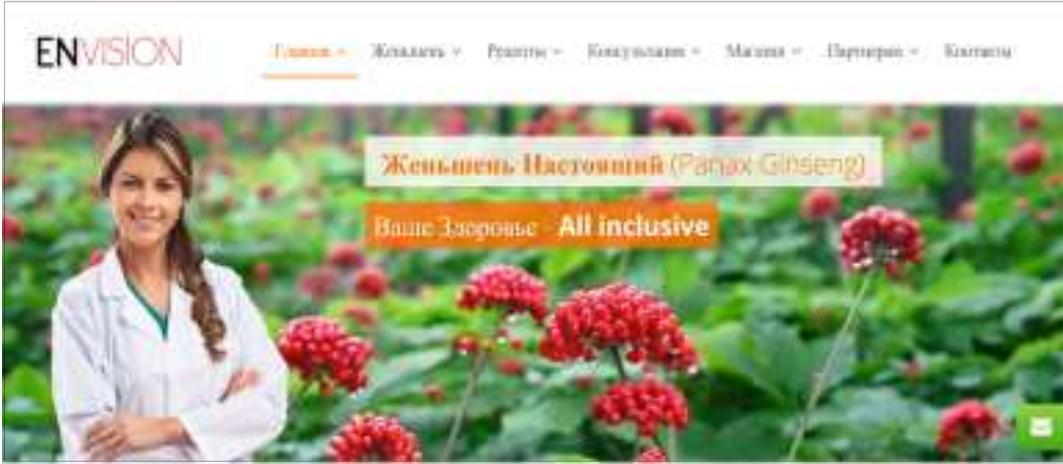
기업명	GINSHEN TORG
홈페이지	http://женьшеньторг.рф/
기업 특징	<ul style="list-style-type: none"> - 러시아 전역에 인삼/홍삼 제품을 도매로 판매하는 기업 - 러시아 내 생산되는 인삼구매 및 관리, 연구, 홍보 담당함 - 수입산 제품의 경우 주로 중국산 제품 취급

3) 기술 유통

현재 러시아 내 소규모로 하여 개인이 농장운업을 통한 인삼 재배 및 제품을 판매하나 인삼 제품을 가공하는 가공기술이 뒤떨어지는 편이다. 이런 기업들은 인삼을 재배하여 다른 가공 업체 기술을 통하여 신제품을 개발하고 있다. 관련해서 이런 기업을 대상으로 제품 개발에 대한 기술거래에 대해 검토 해 볼 수 있다.

<러시아 인삼 재배/개발 기업>

기업명	VSEZHENSHEN社
홈페이지	http://vsezhenshen.ru
기업 특징	

	- 인삼재배 농장으로 단순 판매 및 가공기술 개발 중
기업명	ENVISION社
홈페이지	http://panaxginseng.ru
기업 특징	 <ul style="list-style-type: none"> - 러시아 인삼연구 및 개발 - 인삼원액 추출 및 발효 등에 대한 기술협력 가능 - 인삼성분 함유 건강기능식품을 생산하는 러시아 생산업체와 협력하여 인삼을 공급 및 신제품을 개발하고 있음 - 한국산 홍삼생산에 대한 제안 가능

마. 인삼/홍삼 수출입 동향

1) 인삼/홍삼 제품 수출입

HS Code : 2106909809 기준

■ 2013~2016년까지 러시아로 수입된 건강기능식품 수입추이

연도	총 금액, USD	총 무게, kg	1 kg / 금액, USD
2013	102'839'308.00	13'865'621.00	7.42
2014	94'861'529.00	17'954'515.00	5.28
2015	51'942'931.00	15'301'795.00	3.39
1st quart. 2016	24'526'901.00	3'519'764.00	6.97
합계	274'170'669.00	50'641'695.00	

<2013년 TOP-10 수입산 건강기능식품>

No	국가	수입금액
1	France	\$14'565'240
2	Switzerland	\$13'064'709
3	Belorussia	\$6'945'168
4	China	\$6'049'313
5	Spain	\$4'619'605
6	Croatia	\$2'605'458
7	Japan	\$1'578'347
8	Korea Rep.	\$1'187'284
9	Italy	\$1'171'041
10	Belgie	\$1'083'302

<2014년 TOP-10 수입산 건강기능식품>

No	국가	수입금액
1	Italy	\$30'130'114
2	China	\$9'748'686
3	Germany	\$8'094'854
4	Netherland	\$6'398'411
5	Spain	\$4'769'433
6	Slovenia	\$4'572'401
7	Finland	\$3'007'752
8	Belgie	\$2'779'612
9	Malaysia	\$2'030'700
10	Romania	\$1'666'527.00

2013년 대비 2014년 인삼 및 인삼첨가제품 수입은 중국산 제품이 늘어났으며, 2014년의 경우 아직 루블화 폭락 이전이라 유럽산 제품수입이 높다.

<2015년 TOP-10 수입산 건강기능식품>

No	국가	수입금액
1	Malaysia	\$10'387'017
2	Slovenia	\$5'121'774
3	Germany	\$4'651'826
4	Spain	\$4'495'852
5	China	\$4'256'933
6	Netherlands	\$2'971'350
7	Belgie	\$2'482'616
8	Iordania	\$2'441'939
9	USA	\$1'679'942
10	Israel	\$976'082

<2016년 상반기 TOP-10 수입산 건강기능식품>

No	국가	수입금액
1	Germany	\$9'816'757.00
2	Netherlands	\$3'391'062.00
3	Switzerland	\$2'569'537.00
4	China	\$2'253'536.00
5	Croatia	\$664'143.00
6	Japan	\$391'498.00
7	Serbia	\$298'056.00
8	Korea Rep.	\$101'257.00
9	Thailand	\$50'921.00
10	Vietnam	\$47'515.00

[자료원: 러시아 통계청]

한국산 제품은 2013년 및 2016년 상반기에 수입되었으며, 2014, 2015년의 경우 러시아 경제 침체와 중국 및 유럽산 제품으로 인해 수입이 부재한 것으로 조사되었다.

■ 인삼 및 인삼첨가제품 수입추이 (2015~2016년)

년도	총수입 무게	총 수입금액
2015년	45,822.28 kg	1,617,527.557 USD (약 18억 5,206만원)
2016년	28,175.57 kg	422,873.93 USD (약 4억 8,419만원)

■ 2015년 수입추이

No	판매자	수입자	생산자	Weight netto, kg	수입액/USD
1	TIANJIN HEZHI PHARMACEUTICAL	ATORVA T.V.	`TANIER BIOTECHNOLOGY (SHANCHU)`	202.00	2,746.80
2	TIANJIN HEZHI PHARMACEUTICAL	ATORVA T.V.	Ltd. `TANIER BIOTECHNOLOGY (SHANCHU)`	70.00	2,750.00
3	NAHRIN AG	`VINOKOMA`	NARHIN AG	9.06	470.13
4	SIA LAT TRANS LOGISTIC BY ORDER: VANEX TRADING	BRAYDZHER	RBC LIFE SCIENCES	9,035.00	43,819.75
5	VANEX TRADING LIMITED SIA SYSTEMS LOGISTICS	BRAYDZHER	RBC LIFE SCIENCES	9,772.00	47,785.08
6	`MEGA-SREVICE OU` ЧЕП Е3 `AGENT SIA ENIGURE`	KALIPSO	RBC LIFE SCIENCES, INC.	5,986.84	21,537.34
7	Manchuria Shilong TRADE CO LTD	GRINVEY	Hebei Drug Control Yao Du	2,612.00	16,560.08
8	Manchuria Shilong TRADE CO LTD	GRINVEY	Hebei Drug Control Yao Du	4,573.70	30,301.17
9	DANDONG CHAOHUI TRADE CO. LTD	MEDIMPEKS	`BEYVEY` PHARMACEUTICAL COMPANY	411.00	24,600.00
10	DANDONG CHAOHUI TRADE CO. LTD	MEDIMPEKS	`BEYVEY` PHARMACEUTICAL COMPANY	467.00	27,935.94
11	CARGO-PARTNER GMBH. AIRPORTSSTR A2401 FISCHAMEND, O/B NUTRIEXPORT	OPT-RTK	NUTRIPHARMA LTD	3,992.88	502,773.47
12	NUTRI EXPORT LP	`OPT-RTK`	NUTRIPHARMA LTD. Ireland	3,091.00	310,836.12
13	NUTRI EXPORT LP	`OPT-RTK`	NUTRIPHARMA LTD. Ireland	4,467.00	456,148.02
14	NUTRI EXPORT LP	`OPT-RTK`	NUTRIPHARMA LTD. Ireland	1,014.00	116,570.47
15	OFFICINA PROFUMO FARMACEUTICA DI SANTA MARIA NOVELLA S.P.A. SIA `IILS CARGO`	`SMN`	OFFICINA PROFUMO FARMACEUTICA DI SANTA MARIA NOVELLAS.P.A.	59.40	6,386.09
16	OFFICINA PROFUMO FARMACEUTICA DI SANTA MARIA NOVELLA S.P.A. SIA `IILS CARGO`	`SMN`	OFFICINA PROFUMO FARMACEUTICA DI SANTA MARIA NOVELLAS.P.A.	59.40	6,307.09

[자료원: 러시아 통계청]

■ 2016년 수입 추이

No	판매자	수입자	생산자	Weight netto, kg	수입액/USD
1	Manchuria Shilong TRADE CO LTD	Ltd. `GRINVEY`	Hebei Drug Control Yao Du	4,282.50	29,163.83
2	TIANJIN HEZHI PHARMACEUTICAL CO LTD P.R.C	SP `ATORVA T.V.`	Ltd. `TANIER BIOTECHNOLOGY (SHANCHU)`	382.10	4,417.08
3	DANDONG HONGA	Ltd.	Ltd. `BEYVEY`	559.00	34,602.10

	TRADE CO. LTD	`MEDIMPEKS`	PHARMACEUTICAL COMPANY		
4	UAB `AVIMA`, LITHUANIA, BY ORDER `ALEXIKA GMBH`	Ltd. Vikont	NARHIN AG	558.00	2,176.20
5	`MEGA-SERVICE OU` ЧЕР E3 UAB `VINGES TRANSSPHERE LOGISTIKA` LITHUANIA	Ltd. `KALIPSO`	BIO INTERNATIONAL INC	8,010.73	39,012.26
6	`MEGA-SERVICE OU` ЧЕР E3 SIA `ENGURE`	Ltd. `KALIPSO`	RBC LIFE SCIENCES, INC.	5,774.18	20,613.82
7	`MEGA-SERVICE OU` ЧЕР E3 UAB `VINGES TRANSSPHERE LOGISTIKA` LITHUANIA	Ltd. `KALIPSO`	RBC LIFE SCIENCES, INC.	6,653.18	32,400.99
8	NUTRI EXPORT LP	Ltd. `OPT-RTK`	NUTRIPHARMA LTD. И РЛАНДИЯ	1,424.00	173,514.40
9	NUTRI EXPORT LP	Ltd. `OPT-RTK`	NUTRIPHARMA LTD. И РЛАНДИЯ	439.24	71,266.69
10	OFFICINA PROFUMO FARMACEUTICA DI SANTA MARIA NOVELLA S.P.A. SIA `ILS CARGO`	Ltd. `SMN`	`OFFICINA PROFUMO FARMACEUTICA DI SANTA MARIA NOVELLA S.P.A.`	92.64	10,094.98

[자료원: 러시아 통계청]

■ 2015~2016년 인삼 및 인삼첨가제품 주요 수입업체

수입자	무역회사	홈페이지	수입국
Ltd. `GRINVEY`	Li West Corporation	liwest.ru	China
Ltd. `MEDIMPEKS`	Natural Health Center	natural-health-center.ru	China
IE `ATORVA T.V.`	Tanier	tanier.ru	China
Ltd. `VINOKOMA`	Ltd. `VINOKOMA`	vinokoma.ru	Switzerland
Ltd. `VIKONT`	Ltd. `VINOKOMA`	vinokoma.ru	Switzerland
Ltd. `KALIPSO`	Coral Club	ru.coral-club.com	USA
Ltd. `BRAYDZHER`	Coral Club	ru.coral-club.com	USA
Ltd. `OPT-RTK`	VISION	vipgroup.net	Ireland
Ltd. `SMN`	SANTA MARIA NOVELLA	smnovella.ru	Italy

[자료원: 러시아 통계청]

2015년부터 최근까지 러시아 경기침체로 저가 제품의 수입이 늘어나고 있으며, 인삼 및 인삼 성분첨가 제품의 수입은 대부분 중국산 제품의 점유율이 높다.

■ 인삼 및 인삼첨가제품의 러시아 수입 시 제출된 인증발급 및 보유업체

국가	생산자	등록자/수입자
중국	Hunchun Huarui Ginseng Industry Biology Engineering Co., Ltd	Hunchun Huarui Ginseng Industry Biology Engineering
중국	Heiluntszyang pharmaceutical company	IE Andreev V. D.

	Gunmin Co., Ltd.	
중국	Tanier Biotechnology (city Shanchu) Limited Liability Company	IE Atorva T.V.
중국	Pharmaceutical company Bayway, China	LLC Specialized medical innovation complex
중국	Yantai New Era Health Industry Co., Ltd	LLC Victoria M
중국	JSC pharmaceutical company Kanyuan	Ltd Active Life
중국	Yunnan Pharmaceutical Company Yunhe Ltd.	Ltd Aisa Med
중국	Furuishi Nutrition and Food Co., Ltd., China	Ltd. BioMosr
중국	Henan Fengtai Industry & Commerce Ltd., China	Ltd. Cheiser
중국	JSC with limited liability Pharmaceutical Group of companies Pharmaceutical Factory Tang I Shi	Ltd. Company Sinopharm
중국	Lanzhou pharmaceutical company with limited liability Taybao	Ltd. Company Sinopharm
중국	Food Corporation Harbin Greenspring	Ltd. Corporation Li West
중국	Harbin third pharmaceutical plant for the production of Chinese tonic products	Ltd. Corporation Li West
중국	Heilongjiang Biotechnology Corporation Grinspring	Ltd. Corporation Li West
중국	Ltd. Hebei drug Yao Du	Ltd. Corporation Li West
중국	Ltd. Jilin Pharmaceutical Company Fusong	Ltd. Corporation Li West
중국	Pharmaceutical Factory of Guanxi Traditional Chinese Medical University	Ltd. Corporation Li West
중국	Meizhou Hengrun Biology Industry	Ltd. Ecoway
중국	Pharmaceutical Factory Dazhentan at Tianjin Pharmaceutical Group Limited Company Zhongxin	Ltd. Feng Hua
중국	Tibet yangke Biological Technology Co. Ltd, China	Ltd. Foreign Trade Company Pobeda
중국	Pharmaceutical limited liability company Ilene	Ltd. Fukang Sindh
중국	Shanchu limited liability company for the production of food additives Fuzhuyshe	Ltd. Fuzhuyshe
중국	Pharmaceutical Factory Dazhentan at Tianjin Pharmaceutical Group Limited Company Zhongxin	Ltd. Green West Pharm
중국	Harbin second pharmaceutical plant	Ltd. HELP
중국	Harbin Pharm Group Co., Ltd Second Chinese Medicine Fa Factory	Ltd. HELP
중국	Guangdong Changxing Science&Technology Health Product Co., Ltd	Ltd. IMBionics
중국	Guangdong Changxing Science&Technology Health Product	Ltd. IMBionika

	Co., Ltd	
중국	LANZHOU FOCI PHARMACEUTICAL CO., Ltd	Ltd. Kanli
중국	Harbin Yeekong Herb Inc.	Ltd. MarinBusiness
중국	Harbin Yeekong Herb Inc.	Ltd. Marinebusiness
중국	Tenlun Shen'hu Keji Co., Ltd.	Ltd. Medici
중국	SANMENXIA LANDSCAPE FANGZHENG BIOTECHNOLOGY CO..LTD	Ltd. Medicl company Silver River
중국	Dalian Pharmaceutical Company Merro	Ltd. Murray International
중국	Dasinanlin limited liability company for the production of health care products Northern Wonder	Ltd. Novoye Solntce
중국	Ltd. Pharmaceutical Corporation Xu Zheng	Ltd. Pharmaceutical Corporation Xu Zheng
중국	Ltd. Pharmaceutical research biotech company Huang (China)	Ltd. Pharmtech
중국	Harbin Pharmaceutical Group Ltd. Pharmaceutical company San Jing"	Ltd. SINOPHARM
중국	Ltd. Industrial Development Company of the Century	Ltd. Smirnov and Partners
중국	Ltd. Industrial Development Company of the Century	Ltd. SOLGAR Vitamin
중국	Ltd. Industrial Development Company of the Century	Ltd. Spart
중국	Pharmaceutical limited liability company Sian Sid	Ltd. SPORT EXPRESS
중국	Pharmaceutical limited liability company Sian Sid	Ltd. SSKHP Ginseng
중국	Kasly & Ju (Tianjin) Co., Ltd.	Ltd. Tesli
중국	Kunming Dihon Pharmaceutical Co., Ltd	Ltd. Tesli
중국	Tianjin Tasly Pharmaceutical Co., LTD	Ltd. Tesli
중국	Ltd. Bioengineering Company Jin Yuan Than	Ltd. The universe of health
중국	Plant for the production of therapeutic products, Imperial House	Ltd. The universe of health
중국	Ltd. Huanasyundi Biopharm	Ltd. Victoria M
중국	Holding Shen Cha - Wonderful tea	Ltd. Victoria-Rait
중국	Tiansi Wei Lai high-tech health food	Ltd. Vostok
중국	Pharmaceutical company San Jing, Ltd. at HPGC	Ltd. White Lotus
중국	Tonghua Wantong Pharmaceutical Company Limited Liability Company	Representation of Tonghua Wantong pharmatseutikal Stock Co.

[자료원: 러시아 통계청]

중국산 인삼 및 인삼첨가제품 수입 시 정식 인증을 발급 받아 수출입 통관을 정상적으로 신고한 업체는 총 52개로 조사되었으며, 이 중 일부는 러시아 세관 통관 시 임시적으로 발급받은 것으로 총 20개 가량은 지속적인 사용이 불가능한 인증으로 나타남.

중국을 제외 한 수입산 제품들은 일본, 말레이시아, 북한, 한국, 대만 등의 제품이 있으며, 유럽 산 제품의 경우 대부분 러시아 내 생산되므로 러시아 세관통관 자료 내 기록이 부재하다.

■ 한국산 인삼/홍삼제품 수입 규모 순위
- 2014~2016년 누적된 수입 금액추산

No	품 명	제 품
1	Lollipops Ginseng	- 사탕류, 제과품목으로 수입 - 포장단위 4g
2	Red Ginseng SanGiDzhung Gel	- 홍삼액기스 - 포장단위 20g
3	KoReGiNa Gold Korea Red Ginseng Nano	- 홍삼액기스 - 포장단위 30g / 50g
4	Megaton2080	- 알약형태 홍삼 - 포장단위 700mg
5	GinsenoPower	- 액체류 - 포장단위 100mg
6	Hwangto-hongsam simbat da	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 개별 비닐 포장 15g
7	Acai Berry with Red Ginseng	- 액체류 - 포장단위 70ml
8	Dog wood fruits with Red Ginseng	- 액체류 - 포장단위 70ml
9	Glucose Syrup with Red Ginseng	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 80ml
10	Honeyed Korean Red Ginseng Slice	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 개별 비닐 포장 20g
11	Korean Red Ginseng Tea Gold	- 일반 티종류로 수입 - 개별포장 3g
12	Korean Chunoak go	- 젤타입 - 포장단위 500g
13	Korean Red Ginseng Candy	- 일반 과자, 사탕류로 수입 - 포장단위 10g
14	Korean Red Ginseng Soft Capsule Gold	- 캡슐 타입 - 포장단위 550mg
15	Korean Red Ginseng Tea	- 가루 타입 - 포장단위 3g
16	POWER KHAN®	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 135mg

[자료원: 러시아 통계청]

■ 북한산 인삼/홍삼제품 수입 규모 순위
- 2014~2016년 누적된 수입 금액추산

No	품명	제품
1	InsamOmija Tea	- 일반 티종류로 수입 - 개별 비닐 포장 3g
2	Pullo Tea	- 일반 티종류로 수입 - 개별 비닐 포장 20g
3	Yanchunsamnok	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 캡슐 450mg
4	YANCHUNSAMNOK	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 캡슐 450mg
5	Ginseng powder Kesonkorë	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 캡슐 300mg
6	Ginseng tea Kesonkorë	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 가루 타입, 포장단위 30g

■ 미국산 인삼/홍삼 첨가 제품 수입 규모 순위
- 2014~2016년 누적된 수입 금액추산

No	품명	제품
1	Immune Support	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 액체류, 포장단위 237ml
2	MaleActive Complex	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 액체류, 포장단위 237ml
3	Energovit	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 700ml
4	Master Man	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 액체류, 포장단위 237ml
5	Fertil Aid for Men	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 캡슐 1008.3mg ±10%
6	Menopause day-night day formula	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 20kg / 70g
7	Menopause day-night day formula	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 700mg
8	Memory Forte	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 860mg
9	Energo-Tonic	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 0.8g
10	ImmuneSupport	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 237 ml

11	Male Active Complex	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 237 ml
12	Agel OHM	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 21g
13	Orgazex®	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 280mg
14	Pankrizan®	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 포장단위 400mg
15	Men's Arginmax	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입, 포장단위 1475mg
16	Women's Arginmax	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입, 포장단위 1600mg
17	Veromax	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입, 포장단위 1100mg
18	Estro-Pause	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입, 포장단위 1538mg
19	Ginza	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입, 포장단위 1508,0mg
20	Diozin	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입, 포장단위 900mg
21	Green Gold	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입, 포장단위 1,16g
22	Combination Four	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입, 포장단위 600mg
23	Amore-Forte	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 570mg
24	Love Code for Women	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 450 mg
25	Love Code for Men	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 440mg
26	Polygamin	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 800
27	Adam'sSecret	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 660
28	Adam'sPower	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 610
29	MHPTakeoff	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 1300
30	Vassive-NOFormulaX	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 2000mg
31	ageLOC R2 Day	- 일반 건강기능식품으로 수입

		- 캡슐타입 605,6mg
32	Polygamin	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 800mg
33	BODY-BODY	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 필터타입 개별포장 2.5g
34	FitotonicGarmoniya	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 액체류, 포장단위 60ml
35	ROMANTIC ROMANTIC	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 933 mg
36	GNCMen'sArginMax	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입, 1110mg / 446mg
37	Sanya Zhi Capsules Tianshi	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 545mg
38	SFPHerbalMaleComplexVegetableCapsules	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 728mg ±10%
39	Uni-Vite	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 770,0 mg
40	Virmaks Tiens females	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 1000 mg
41	Virmaks Tiens for Men	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 0,8 g
42	Capsules Strength imperial mushroom Tianshi	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 535 mg
43	CryoTest	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 740,0 mg
44	ProFormula	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 585 mg
45	GreenPhytoFoodsPowder	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 283g
46	TestoJack200	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 775 mg
47	Multimax® Performance Diet	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 1440 mg
48	Assimilaid®	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 500 mg
49	BeautyPearl	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 420 mg
50	Quinary®caps	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 500 mg
51	Quinary®Powder	- 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 5,0 g

■ 미국산 인삼/홍삼 첨가 제품 수입 규모 순위
 - 2014~2016년 누적된 수입 금액추산

No	품 명	제 품
1	Gerimax® Drive cola flavor	- 덴마크 - 액체류 150mg
2	Gerimax® Drive blackcurrant flavor	- 덴마크 - 액체류 150mg
3	Gerimax® Energy	- 덴마크 - 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입 1170mg
4	Gerimaks® Ginseng Extra	- 덴마크 - 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입 1020mg
5	Gerimax® Energy	- 덴마크 - 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입 1170mg
6	Multi-tabs®Active	- 덴마크 - 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입, 843mg
7	MACANRG	- 프랑스 - 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입, 360mg
8	GinsengForte	- 프랑스 - 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입, 380mg
9	VIRIBOOST	- 프랑스 - 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입 557,46mg
10	MASCULINUM X	- 프랑스 - 일반 건강기능식품으로 수입 - 알약타입
11	Potencyshotwithginseng	- 프랑스 - 일반 건강기능식품으로 수입 - 액체타입 30ml
12	REVIEN	- 프랑스 - 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 250mg
13	StalonNeo	- 프랑스 - 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 461mg
14	StalonNeo	- 프랑스 - 일반 건강기능식품으로 수입 - 캡슐타입 461mg

2) 인삼/홍삼 제품 원료 수출입

인삼첨가제품에 사용되는 원료는 00% 수입에 의존하고 있는데, 주로 분말 형태이며, 건조 뿌리삼의 경우 수입 시 세관통관이 까다로워 수입량이 줄어들고 있다. 홍삼원료 수입은 부재하며, 인삼첨가제품에 사용되는 원료는 대부분 중국산이며, 2013년을 기점으로 수입량이 증가하였다. 한국산 인삼원료 수입은 2013년부터 러시아로 들어오기 시작하였으나, 중국산 대비 수입량은 낮은 편이다.

■ 인삼 원료 수입추이_참고 HS CODE : 1211200000

[단위: kg]

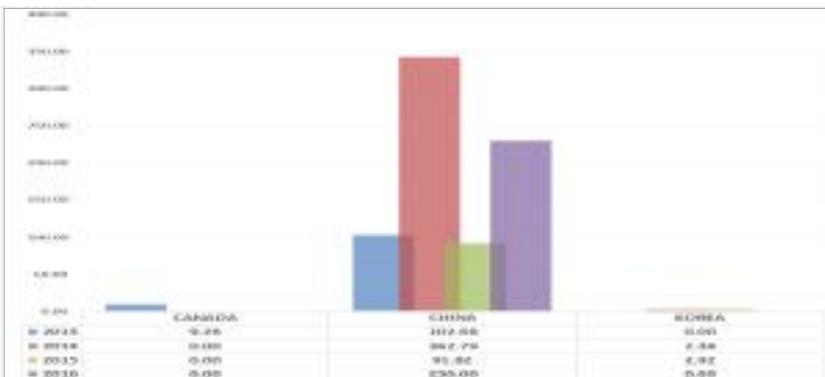


자료원: 러시아 통계청, 2016년 상반기

수입산 인삼원료를 사용하여 생산되는 현지 제품들은 대부분 1,000ml의 인삼 텅크제 생산 시 뿌리삼 원료 100g이 사용되며, 에탄올 70%를 함량기준으로 삼고 있다. 2016년 상반기까지 수입 기록으로는 중국산 원료 수입은 늘어난 반면 한국산 원료 수입은 줄어들었다.

■ 인삼(뿌리삼) 원료 수입추이_금액별

[단위: 미화 천불]



자료원: 러시아 통계청, 세관자료참고

러시아에서 생산되는 건강보조식품에 사용되는 인삼원료는 중국산 제품이 가장 많은 것으로 조사되었으며, 인삼의 수입은 대부분 가루 또는 원액 형태로 러시아 생산업체로 납품되고 있다.

러시아로 수입되는 **중국산 인삼 중 가장 유명한 제품은 "MEISON"社로(LIANYUNGANG)** 러시아 동 업계 내 잘 알려져 있다. 중국산 원료 수입이 늘어나는 이유 중 하나로 가격 경쟁력을 들 수 있는데, 사실 인삼성분이 포함 된 제품의 경우 인삼의 품질과는 별개로 현지에서 가공하는 능력에 따라 제품의 질이 구분된다고 발표된 바 있다.

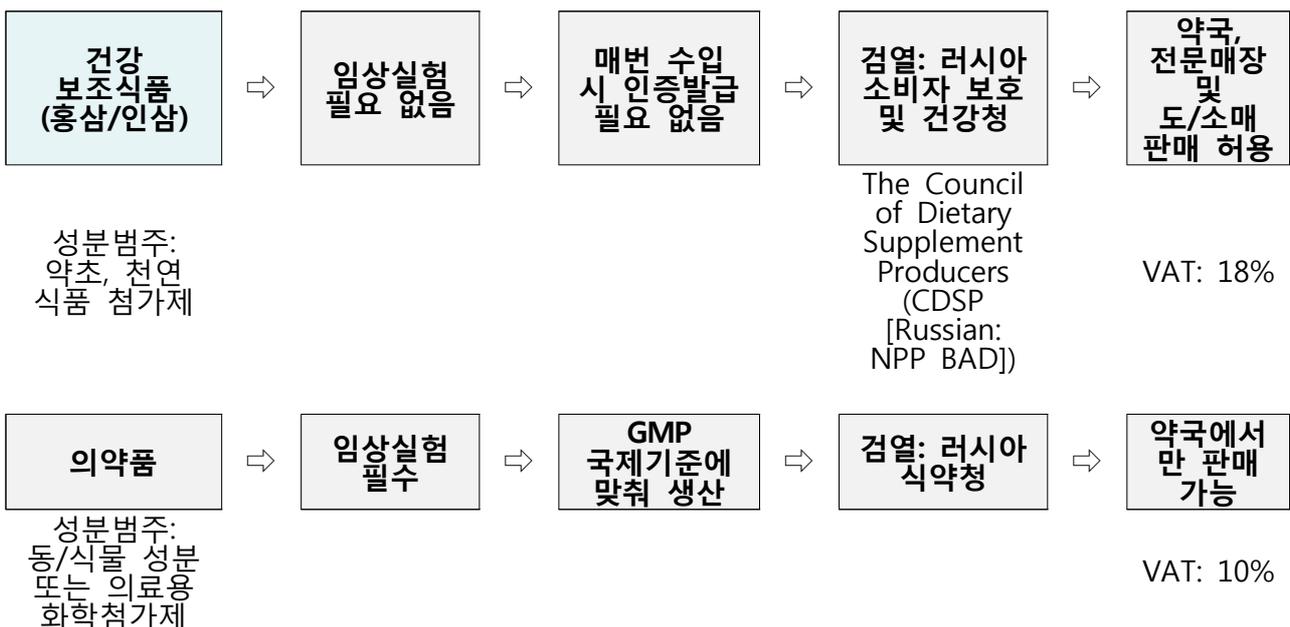
한국산 인삼 수입은 2013~2014년 사이 늘어났으나, 최근 2016년 상반기 공식 수입물량은 부재한 것으로 나타났다. 중국산 저가 원료의 물량공세로 한국제품의 시장진출 기회가 줄어들고 있으며, 최근 러시아 루블 하락과 경기침체로 한국산 제품 수입이 전년대비 줄어들거나 부재한 경우가 늘고 있다.

4. 러시아 인삼/홍삼 인허가 및 물류

가. 규격 및 인증 정보

러시아로 수입되는 의약품과는 별도로 홍삼/인삼 원료 및 완제품은 의무적인 의료관련 러시아 정부등록이 필요하지 않다. 통상적으로 러시아로 수입되는 제품들은 CU인증¹⁾을 발급 받는데, 건강기능식품으로 분류되는 홍삼/인삼 원료 및 완제품은 이에 해당 된다.

<건강기능식품과 의약품의 인증절차 비교_2016년 기준>



1) CU인증 : 관세동맹(러시아, 벨라루스, 카자흐스탄, 키르기스스탄, 아르메니아) 확립에 따라 도입된 5개국 공통 인증제도

<건강보조 식품 정부 등록 현황>

No	건강기능식품 정부등록 구분	정부등록 금액 (백만루블)	점유율 발급횟수 비교 (%)	정부등록 완료 대표 판매제품 (시장점유율 1위 제 품)
1	V그룹: 건강기능식품, 신체내부 장기에 영향을 미치는 제품	7843.6	25.3%	FEMIBION
2	G그룹: 건강기능식품, 성기능관련 제품	6850.8	22.1%	SEALEKS FORTE
3	A그룹: 건강기능식품, 일반음식과 함께 섭취가능 제품	5601.5	18.1%	FITOLAK
4	N그룹: 건강기능식품, 신경계에 영향을 주는 제품	2173.9	7.0%	PUSTYRNIK
5	W그룹: 건강기능식품, 다이어트제품	1812.3	5.8%	TURBOSLIM
6	C그룹: 건강기능식품, 심장 기능에 영향을 미치는 제품	1431.1	4.6%	DOPPELIGERTS
7	S그룹: 건강기능식품, 정신 및 감정에 영향을 미치는 제품	1026.7	3.3%	OKUVAIT
8	D그룹: 건강기능식품, 머리카락 및 피부에 영향을 미치는 제품	847.4	2.7%	KOMPLIVIT
9	M그룹: 건강기능식품, 관절에 영향을 미치는 제품	766.9	2.5%	HONDA
10	I그룹: 건강기능식품, 면역력에 영향을 미치는 제품	707.8	2.3%	VITAMISHKI
11	B그룹: 건강기능식품, 혈액순환에 영향을 미치는 제품	628.7	2.0%	GEMATOGEN
12	R그룹: 건강기능식품, 호흡기관에 영향을 미치는 제품	506.7	1.6%	DOKTOR TAI TAISS LEGENTS
13	U그룹: 건강기능식품, 신장에 영향을 미치는 제품	291.3	0.9%	PROLIT
14	H그룹: 건강기능식품, 갑상선에 영향을 미치는 제품	253.0	0.8%	ENDOKRINOL
15	T그룹: 건강기능식품, 신체에 독성이 발생이 나타날 수 있는 제품	161.9	0.5%	UGOLY BELILY
16	O그룹: 건강기능식품, 호흡기 질환 예방 제품	62.5	0.2%	PROMISAN
17	J그룹: 건강기능식품, 바이러스 및 박테리아 발생 가능 제품	13.9	0.04%	ROMASHKA

■ CU 인증

2015년 1월 1일로부터 **러시아, 카자흐스탄, 벨라루스, 키르기스스탄, 아르메니아** 5국은 러시아주도의 EEU 경제 공동체를 결성하여 기존의 3국 관세동맹에서 인정하던 인증제도(Custom Union)를 확대하였다. 러시아 GOST-R, 벨라루스 GOST-B, 카자흐스탄 GOST-K가 단일 경제 통합으로, 2013년 2월 15일 GOST는 TR CU(Technical Regulation of Customs Union)으로 변경되었다.

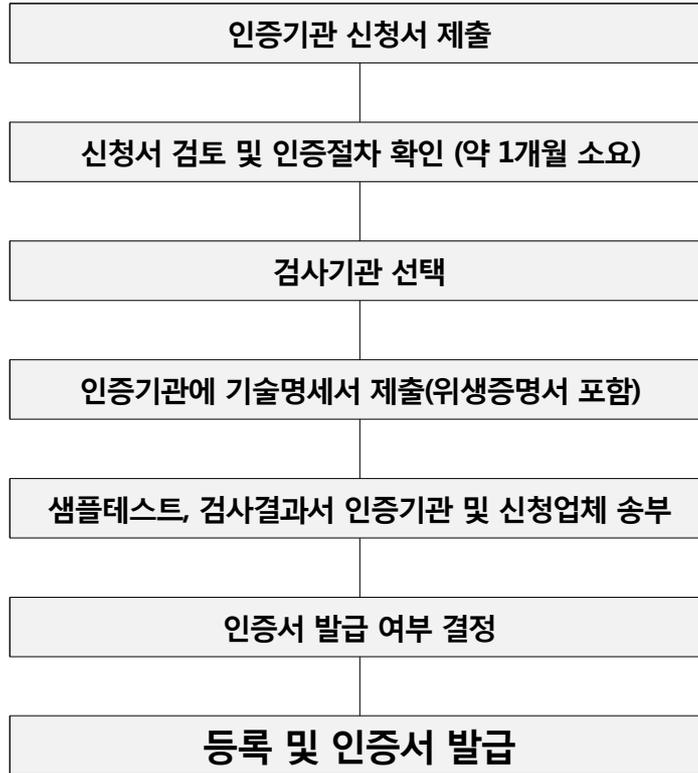
GOST-R에서 TR CU로 변경되면서 주요 사항은 이전에는 제조사에서도 GOST-R을 할 수 있었다면 현재는 러시아 바이어나 Consignee만 신청가능하며, 공장심사와 샘플 테스트가 추가되었다. 인증서 유효기간은 3년에서 5년으로 연장되었다.

<주요 변경사항>

변경사항	GOST-R	TR CU
신청자	제조사 또는 바이어	러시아바이어, CONSIGNEE
준비서류	부분적 영문제출 가능	러시아어 서류제출
공장심사	제외	공장심사 + 샘플테스트
인증비용	제품에 의해 결정	제품에 의해 결정
인증서 유효기간	3년	5년
인증서 발급기간	5~10일	공장심사 후 약 3주
인증서		
인증마크		
참고 사항	- 기존인증 발급과 차이점 : 인증비 상승과 공장 심사 부분 - 러시아 바이어 또는 러시아 지사와의 계약서가 존재 하여야 CU인증 신청가능 - RTN PERMIT TO USE 허가는 없어지고, TR-CU인증으로 대체	

자료원: SERCONS

<인증 절차도>



■ 건강기능식품 CU인증 관련 정보

세금	추가 세금: 18%, MFN 세율: 0%
가격	약 500 USD(1년, 단기 물품 수입인증)
기간	7~10일
필요 서류 리스트	<ul style="list-style-type: none"> -Fulfilled claim (will be given below) -Tax reference number, founding documents, -Industrial Enterprise Classification Code -Corporate card with account details -Manufacturing regulatory documents

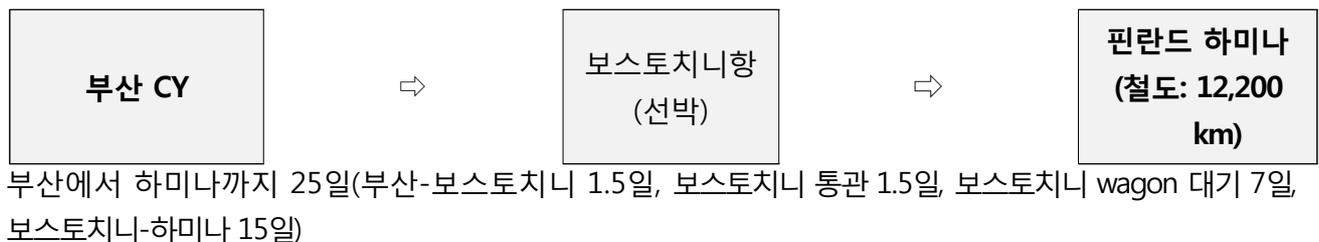
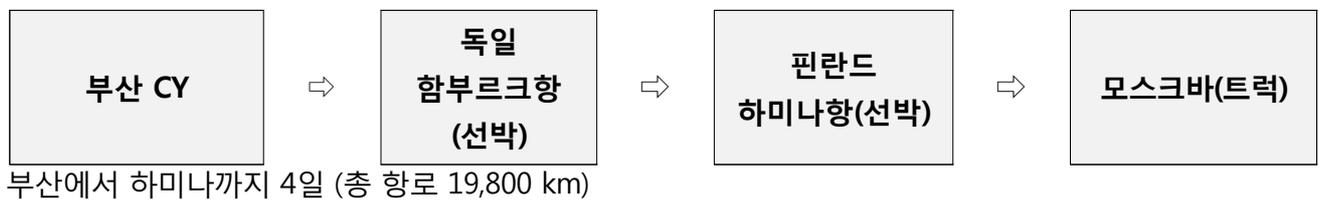
나. 물류 및 기타

대리 수출시 적합한 운송루트를 위해 통관관련 상황을 고려해야 하며 운송업자와 통관업자 선택에 유의하여야 한다. 러시아 특성상 일반적인 화물운송업체를 통해 운송할 경우 바이어가 통관관련 애로가 발생할 수 있어, 사전 기존거래선 확인 등이 필요하며 현지 통관브로커에 따라 시간과 경비의 차이가 심한 편이다. 이는 통관 브로커에 따라 다양한 루트가 개발되어 있기 때문이다. 통상 항공의 경우 1주일, 해운의 경우 23~45일 정도가 소요 된다고 볼 수 있다.

■ 한국-러시아 물품수입 가능 루트

1) 항공 (서울- 모스크바간 부정기/정기 항공편)

2) 해운복합운송
(부산 → 모스크바)



3) CIS의 경우 지역에 따라 상이



한국계 통관 대행사와 러시아 통관 대행사가 활동하고 있으며 이들의 역할이 상당히 중요한 부분으로 인식되고 있다. 최근 통관의 투명성 확대로 기존의 절세통관(회색통관)등이 어려움을 겪고 있어 바이어들의 재인식을 요구할 필요가 대두된다.

운송과 관련 언더밸류를 요구하는 경우가 많으며 이에 대한 대응방안을 마련하는 것도 중요한 부분이다. 언더밸류 요구시 100% 선급금을 요구하는 것이 향후 문제발생 소지를 줄일 수 있다. 통상적으로 해운의 경우 40FT HQ의 사용을 선호하였으나 최근 LCL Cargo 이용도 늘어나는 경향이며 가정용 환풍기의 경우 카고사에서 Wood Box 포장을 요구할 수 있으나 이는 비용부담을 증가 시키는 요인이 되기도 한다.

샘플 운송을 위해서는 특급 우편 업체들을 사용할 수 있다. 대표적인 특급 우편 발송 업체로 「DHL」, 「TNT」, 「Fedex」, 「UPS」, 「EMS」등이 있으며 러시아 사정상 샘플은 가급적 1개 포장 당 3kg을 넘지 않도록 하고 수취인은 개인명으로 발송하는 것이 바이어 측 통관 부담을 덜어 줄 수 있다. 「DHL」의 경우 타 업체보다 통관과정이 까다로워 바이어들이 기피하고 있으며 가급적 사전 바이어에게 어떤 업체를 이용하는 것이 안전한지 문의 하는 것이 효과적이다.

또한 10kg이상의 소량화물 발송시 통관브로커를 활용한 항공운송을 이용할 수 있는데 약 20~25USD/kg의 수수료를 지불하며 일회용 강제인증 발급비용이 추가된다(미화 약 800불선).

PART 2. 러시아시장 진출을 위한 마케팅 전략 수립

제 1장 마케팅 전략 수립

1. SWOT분석

- 동 SWOT 분석은 시장조사 기간 동안 품목세부시장조사를 바탕으로 분석한 결과로, 내부적 요인의 경우 무엇보다 홍삼 자체에 대한 홍보가 절실하며 전반적인 홍보를 통한 홍삼의 우수한 효과 및 응용방법, 인삼과의 차별성 등을 강하게 어필할 필요가 있다.
- 외부적 요인의 경우 우크라이나 사태 이후 대 러시아 경제제재 관련 환율 하락 및 전 세계적인 유가 하락으로 인한 러시아 경제의 주된 수입원 저하가 예상되고, 이로 인한 대부분 국민들의 건강에 대한 관심과는 달리 구매력이 저하될 수 있다.
- 또 다른 외부적 요인으로 2015년 타결된 EEU 5개국 가입으로 러시아, 카자흐스탄, 벨로루시, 키르기스스탄, 아르메니아 등의 수출시장을 동시 개척할 수 있는 효과를 기대할 수 있다.
- 비타민과 영양제 등과 같은 건강기능식품은 유행에 따라 소비가 증가 또는 하락을 나타내는 경우가 많아, 러시아 내 홍삼 및 인삼제품에 대한 관심이 높아질 수 있는 마케팅이 전반적으로 필요하다.

가. SWOT요인 분석

1) 강점 분석

현황분석을 통해 도출된 강점요인(Strengths)을 분석, 정리하면 다음과 같다.

분석 항목		분석 내용
현황 분석	강점 (STRENGTH)	-풍부한 수출 노하우 보유 -다양한 특허 및 인허가 보유(ISO2200, 코셔) -다양한 원료 개발 가능 -다국적 회사의 국내 Agent역할을 통한 기업 브랜드 가치 향상가능 -각 제품에 대한 기술적, 과학적 근거자료 보유 -바이어 니즈에 맞는 제품 개발능력 보유

2) 약점 요인분석

현황 분석을 통해 도출된 약점요인(Weakness)을 분석, 정리하면 다음과 같다.

분석 항목		분석 내용
현황 분석	약점 (Weakness)	-러시아 시장 특수성에 대한 이해 부족 -러시아 언어적, 문화적 접근성 부족 -러시아 소비력 대비 당사 원료의 높은 가격 책정

석	-당사의 러시아 네트워크 부재 -제한 적인 내수시장으로 인한 시장 확대 필요 -Siberrian, American, China 홍삼원료와의 차별성 인식 미비
----------	---

3) 기회요인 분석

환경분석을 통해 도출된 기회요인(Opportunities)을 분석, 정리하면 다음과 같다.

분석 항목		분석 내용
현황 분석	기회 (Opportunities)	-시장의 발전 가능성이 높음 -잠재적 거대 시장 형성 -건강 및 웰빙에 대한 소비자 인식 전환 및 투자 증가 -신시장 개척의 기회 도래 -온라인 시장 확대 추세

4) 위협 요인 분석

환경분석을 통해 도출된 위협요인(Threats)을 분석, 정리하면 다음과 같다.

분석 항목		분석 내용
현황 분석	위협 (Threats)	-유가에 따른 시장 급변화(거시적인영향에 따라 소비자 위축 및 그에 따른 시장 축소 가능성) -열악한 시장 환경 (러시아는 아직까지 건강기능식품에 대한 법률이 우리나라처럼 분명하지 않음) -물류 유통의 복잡성 -인삼/홍삼 원료에 대한 인식의 부재 -중국 및 로컬의 저급 원료와 시장 쉐어 -글로벌 기업과의 경쟁구도 -아직까지 저가 제품 선호

나. SWOT요인 도출

위의 현황분석을 통해 도출된 강점 요인, 약점요인, 환경분석을 통해 도출된 기회요인과 위협요인을 정리하면 다음과 같다.

Strength(강점)	Weakness(약점)
-풍부한 수출 노하우 보유 -다양한 특허 및 인허가 보유(ISO2200, 코셔) -다양한 원료 개발 가능 -다국적 회사의 국내 Agent역할을 통한 기업 브랜드 가치 향상 가능 -각 제품에 대한 기술적, 과학적 근거자료 보유 -바이어 니즈에 맞는 제품 개발능력 보유	-러시아 시장 특수성에 대한 이해 부족 -러시아 언어적, 문화적 접근성 부족 -러시아 소비력 대비 당사 원료의 높은 가격 책정 -당사의 러시아 네트워크 부재 -제한 적인 내수시장으로 인한 시장 확대 필요 -Siberrian, American, China 홍삼원료와의 차별성 인식 미비
Opportunities(기회)	Threats(위협)
-시장의 발전 가능성이 높음	-유가에 따른 시장 급변화(거시적인영향에

<ul style="list-style-type: none"> -잠재적 거대 시장 형성 -건강 및 웰빙에 대한 소비자 인식 전환 및 투자 증가 -신시장 개척의 기회 도래 -온라인 시장 확대 추세 	<ul style="list-style-type: none"> 따라 소비자 위축 및 그에 따른 시장 축소 가능성) -열악한 시장 환경 (러시아는 아직까지 건강기능식품에 대한 법률이 우리나라처럼 분명하지 않음) -물류 유통의 복잡성 -인삼/홍삼 원료에 대한 인식의 부재 -중국 및 로컬의 저급 원료와 시장 쉐어 -글로벌 기업과의 경쟁구도 -아직까지 저가 제품 선호
--	---

다. SWOT MATRIX

강점(Strengths), 약점(Weakness), 기회(Opportunities), 위험(Threats)의 4가지 요인에 따른 전략적시사점을 도출하여SO전략, ST전략, WO전략, WT전략에 따른 마케팅 대응방안을 제시한다.

<p style="text-align: center;">내부 환경</p> <p style="text-align: center;">외부 환경</p>	<p style="text-align: center;">S(강점요인)</p> <ul style="list-style-type: none"> -풍부한 수출 노하우 보유 -다양한 특허 및 인허가 보유 (ISO2200, 코셔) -다양한 원료 개발 가능 -다국적 회사의 국내 Agent 역할을 통한 기업 브랜드 가치 향상 가능 -각 제품에 대한 기술적, 과학적 근거자료 보유 -바이어 니즈에 맞는 제품 개발능력 보유 	<p style="text-align: center;">W(약점요인)</p> <ul style="list-style-type: none"> -러시아 시장 특수성에 대한 이해 부족 -러시아 언어적, 문화적 접근성 부족 -러시아 소비력 대비 당사 원료의 높은 가격 책정 -당사의 러시아 네트워크 부재 -제한 적인 내수시장으로 인한 시장 확대 필요 -Siberian, American, China 홍삼원료와의 차별성 인식 미비
	<p style="text-align: center;">O(기회요인)</p>	<p style="text-align: center;">SO전략</p>
<ul style="list-style-type: none"> -시장의 발전 가능성이 높음 -잠재적 거대 시장 형성 -건강 및 웰빙에 대한 소비자 인식 전환 및 투자 증가 -신시장 개척의 기회 도래 -온라인 시장 확대 추세 	<ul style="list-style-type: none"> -장기적인 마케팅 전략수립을 통한 러시아 시장 진출 모색 -마케팅 활동시 기업의 차별성 주력 홍보(제품 개발 가능성, 글로벌 기업의 한국 Agent 등) -시장 흐름에 맞는 마케팅 방안모색(온라인 활용방안) 	<ul style="list-style-type: none"> -사업의 지속성을 위한 러시아 네트워크사 발굴 -고가 원료 납품을 위한 러시아 현지 영업 필요(바이어면담, 박람회 참여 등을 통한 실질적인 영업망 구축) - 내부 담당자 배정을 통한 사업의 밀착성 구축
<p style="text-align: center;">T(위험요인)</p> <ul style="list-style-type: none"> -유가에 따른 시장 급변화(거시적인영향에 따라 소비자 위축 및 그에 따른 시장 축소 가능성) -열악한 시장 환경 (러시아는 	<p style="text-align: center;">ST전략</p> <ul style="list-style-type: none"> -풍부한 수출 노하우를 통하여 인삼/홍삼 원료에 대한 인식 고취 및 마케팅 활동 -글로벌 기업을 대상으로한 원료 소싱 방안 모색 	<p style="text-align: center;">WT전략</p> <ul style="list-style-type: none"> -Siberian, American, China 홍삼원료와의 차별성을 마케팅 포인트로하여 프리미엄 제품으로 마케팅 방안 모색 -한국과 거래해본 유통사 유

<p>아직까지 건강기능식품에 대한 법률이 우리나라처럼 분명하지 않음)</p> <ul style="list-style-type: none"> -물류 유통의 복잡성 -인삼/홍삼 원료에 대한 인식의 부재 -중국 및 로컬의 저급 원료와 시장 쉐어 -글로벌 기업과의 경쟁구도 -아직까지 저가 제품 선호 	<ul style="list-style-type: none"> -비타민, 허브 등 러시아에서 많이 쓰이는 원료 대비 (주)당사 제품의 우수성 효능 등 비교를 통한 마케팅 방안 모색 -제품 레시피 제공 및 원료 활용방안 제시를 통하여 러시아 유통사/제조사에 제품의 개발 기회 제공 	<p>무 파약을 통해 제품 소싱 (물류, 인허가 등의 복잡성)</p>
--	---	--

라. 핵심 성공요소(CSF)분석

대응 전략	
<p>업무지원 차원</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 고가 원료 납품을 위한 러시아 현지 영업 필요(바이어면담, 박람회 참여 등을 통한 실질적인 영업망 구축) - 풍부한 수출 노하우를 통하여 인삼/홍삼 원료에 대한 인시 고취 및 마케팅 활동 - 비타민, 허브 등 러시아에서 많이 쓰이는 원료 대비 (주)당사 제품의 우수성 효능 등 비교를 통한 마케팅 방안 모색 - 제품 레시피 제공 및 원료 활용방안 제시를 통하여 러시아 유통사/제조사에 제품의 개발 기회 제공 - Siberian, American, China 홍삼원료와의 차별성을 마케팅 포인트로하여 프리미엄 제품으로 마케팅 방안 모색 - 마케팅 활동시 기업의 차별성 주력 홍보(제품 개발 가능성, 글로벌 기업의 한국 Agent 등) - 시장 흐름에 맞는 마케팅 방안모색(온라인 활용방안)
<p>시스템 차원</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 장기적인 마케팅 전략수립을 통한 러시아 시장 진출 모색 - 한국과 거래해본 유통사 유무 파약을 통해 제품 소싱(물류, 인허가 등의 복잡성)
<p>조직 차원</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 사업의 지속성을 위한 러시아 네트워크사 발굴 - 내부 담당자 배정을 통한 사업의 밀착성 구축

2. STP

가. 시장 세분화(Segmentation)

최종 소비자에 따른 시장 세분화

	세분시장 구분	설명	접근 방법	경쟁사
소비자에 의한 시장 세분화	가격에 민감한 소비자	-건강과 웰빙에 대해 관심이 높아지고 있으나, 건강기능식품 자체에 대한 가격적인 부담감 때문에 쉽사리 구매가 어려운 층	-저가 원료 생산 기업의 원료 유통	-중국, 미국, 시베리안 원료사
	제품 품질을 중시하는 소비자	-러시아의 경제적인 성장으로 인해 소비자들의 구매력이 향상돼 점차적으로 고가, 고품질의 제품을 선호하는 현상이 나타나고 있음.	-글로벌 기업 제품 원료 유통사 접근	-글로벌 기업으로 DSM, Firmenich, IFF, KERRY 등
	소비 능력	-일반적인 소비자의 월평균 월급은 50만 원 선이며, 중산층은 대략적으로 200만 원 선으로 나타남.	-고가 제품 생산 기업의 원료 유통	-인삼/홍삼 원료에 국한되지 않음. -유럽산, 미국산 비타민 원료
	유통 구조	-우리나라처럼 인삼/홍삼만 취급하는 유통사보다 대부분 다른 건강기능식품 원료들과 같이 취급(시장형성의 미비)	-다른 건강기능식품 원료와의 경쟁 상태이므로 원료의 우수성 증빙 필요	-인삼/홍삼 원료에 국한되지 않음. -유럽산, 미국산 비타민 원료
지역적 세분화	구매력 있는 도시 선별	-총 인구의 1/5가 모스크바, 상트페테르부르크, 노보시비르스크, 니즈니노브고로드, 예카테린부르크, 사마라, 옴스크, 카잔, 칠라아빈스크, 로스토프나도누, 우파, 불고그라드, 페름의 13개의 대도시에 거주. -모스크바 같은 경우는 러시아 이면서 대부분의 기업의 본사 및 외국 기업들의 대부분은 모스크바에 위치하는 등 경제 밀집지역임.	-1차 지역 모스크바 -2차 대도시 (상트페테르부르크, 노보시비르스크, 니즈니노브고로드, 예카테린부르크, 사마라, 옴스크, 카잔, 칠라아빈스크, 로스토프나도누, 우파, 불고그라드, 페름)	-

나. 시장 타깃팅(Targeting)

Check Point	시장 타깃팅	세부 검토 사항	예상 제품	최종 소비자	위험요소
러시아 정부 정책 관련 최근 수입산 제품의 현지화 정책을 권장하고 있어 단순한 제품 판매 또는 무역에 의존하는 형태의 거래는 회피하는 성향이 심화되고 있어 기술합작 및 반제품 공급여부 검토	제품 제조 +기술 접목	-제품을 직접 제조하나 특별한 기술이 없는 기업 -이미 브랜드가 잘 알려진 기업 -소비자 고객층이 두터운 기업 -브랜드가 세분화 되어 있는 기업 (고가 브랜드, 저가 브랜드 등으로 세분화) -인삼 및 홍삼 제품만 제조하는 유명한 기업	-고급 제품 제조	-대도시 중심 중산층	-기업의 꾸준한 홍보 필요 -기업에서의 투자가 필요함
러시아 시장에 진입해 있는 글로벌 기업의 원료 유통을 통하여 러시아 시장에 국한되지 않고 제 3국 시장 진출 가능성 확대 가능	글로벌 기업 원료 유통	-인삼/홍삼 원료로 하여 건강기능식품을 만드는 글로벌 기업	-고급 제품 제조	-대도시 중심 중산층	-중장기적으로 시장 진입이 필요하며, 러시아 시장에 국한되지 않음
러시아 바이어들은 쉽게 기존 거래선을 변경하지 않는 상습관을 고려하여 유통사 거래를 통하여 제조사 마케팅 가능	건강기능 식품 원료공급사 (유통사)	-일반 DSM, IFF와 같은 건강기능취급 유통사	-고급 제품 제조	-대도시 중심 중산층	-유통사는 고급 원료 납품 수요처가 있어야 납품이 가능함
		-인삼 및 홍삼만 취급하는 유통사, 제조사	-중가 제품 제조	-일반 소비자	-당사 원료 제품과 가격이 맞지 않음

3. 4P 전략

가. 제품 전략

공급 방식	검토 사항	상세 내용
완제품 전략	원료 공급+제조+기술	<ul style="list-style-type: none"> - 현지 시장에 맞는 캡슐류, 팅크제 제조에 있어서 기술적으로 지원하여 고급원료 +고급 기술의 제품 공동 개발. - 인삼/홍삼을 원료로 하여 캡슐, 팅크제 등 다양한 건강기능식품을 만드는 기업을 대상으로 (주)당사 제품 개발 관련 기술 지원을 통하여 러시아 로컬화 + 제품의 고품질을 차별화로 하여 제품 개발 및 중산층, 고위층을 대상으로 판매 계획 수립
	기술성 홍보 관련 현지화 추진 -러시아어 기반	<ul style="list-style-type: none"> - 기존 러시아에서 판매되지 않는 신제품의 경우 제품 상세 정보를 별도의 동영상(러시아어) 또는 브로슈어를 통해 소비자에게 전달될 수 있도록 하는 홍보 방안이 제품 소비자들의 이해를 도울 수 있으며, 바이어들은 이러한 점을 높게 평가하고 있음.
	제품의 성분 및 매뉴얼의 러시아어 표기	<ul style="list-style-type: none"> - 러시아 정부는 러시아 내 유통되는 상품들의 자국 내 소비자 보호를 위해 러시아어 표기를 의무화 하였으며, 소비자에게 제공되는 제품 매뉴얼 또는 설명서의 경우 러시아어 제공이 기본적으로 진행되어야 함. - 영문 표기 제품들이 유통되고는 있으나, 현지어로 표기된 제품 설명 및 홍보자료 등은 바이어들에게 호응을 얻고 있음. - 반면, 수입제품에 대해 의외로 호의적인 반응을 나타내는 경우가 있는데, 한국산 화장품 또는 과자류 품목의 경우 외부 포장에 한국어가 적혀 있는 경우를 선호하는 경우가 종종 발생함. 한국 홍삼의 경우 고품질로 잘 알려져 있어 외부 포장은 한국어로 하되 내부 상세 설명서 및 복용법 등을 러시아어 상세히 표기 하는 것이 좋음.
원료 공급 전략	기업의 브랜드화	<p>러시아 소비 습성상 잘 알려지지 않은 브랜드, 원료를 쉽게 판매하기란 어려움이 있음. 관련해서 다른 기업들은 단지 한 원료만 집중해서 공급하기보다는 다양한 원료를 어필하여 기업의 브랜드를 구축 및 원료를 납품을 많이 하고 있으며, 같은 원료도 레벨을 다양하게 하여 소비자가 맞는 제품으로 원료공급을 하고 있음.</p> <p>홍삼 원료도 러시아 시장에 맞게 시장을 세분화 할 필요가 있음.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 제품의 우수성이 입증되지 않으면 높은 비용의 원료를 구매하기란 쉽지 않다. 관련해서 타 국가에 수출이 되고 있는 제품 사례나 입증자료를 활용하여 마케팅 할 수 있는 방향을 모색해야 함. - 제품의 우수성을 쉽게 증빙할 수 있는 특허, 인허가(코셔, 할랄 등 국제적으로 널리 알려진 인증) 등의 획득을 통하여 제품의 우수성 입증.

라. 홍보 전략

■ 완제품 홍보전략

적절한 홍보만큼 러시아 내 중요한 마케팅 전략은 없다 해도 과언이 아닐 만큼 러시아 비즈니스의 주요부문 중 하나는 현지화 된 홍보이다. 특히 러시아 소비자의 경우 광고에 노출된 소비자의 충성도가 높은 편으로 인쇄매체 또는 영상 매체를 통한 홍보는 빠른 영업확대 효과를 볼 수 있는데 모스크바 등 대도시의 경우 비교적 가격이 높은 편이다.

최근 On-Line을 통한 홍보가 활발히 이뤄지고 있는데 특히 전문 포털을 이용하는 사례가 많아지고 있으며, 특히 홍삼품목의 경우 온라인 판매가 대부분을 차지하고 있어 홍보사이트 제작을 염두해 둘 수 있다. 온라인 포럼을 통해 현지 소비자들은 제품구매 의견을 나누는 등 제품에 대한 이미지 홍보가 가속화 되고 있다. 러시아인의 경우 대부분 논리적인 경향이 있어 현지 품목 전문가들의 추천제품을 선호하는 경향이 있는데, 러시아 건강기능식품 협회 및 관련품목 협회에서 진행하는 포럼 및 국제회의의 참석을 통해 소개되거나 인기 품목의 경우 타인, 지인에게 제품을 추천하는 등 적극적인 모습을 보이고 있다.

한국산 홍삼제품은 현지인들에게 인삼과 별다른 차이점을 아직 인지시키지 못하고 있어 러시아 시장진출 초기 홍삼의 효능 또는 인삼과의 차이점을 확실히 인지시키는 것이 중요하다. 홍삼원액의 경우 현지 생산기업에 제안 할 수 있는데, 현지에서 인삼을 가공하여 건강기능식품을 생산하는 업체들은 대부분 규모의 비즈니스를 진행하고 있어 초기 업무협력 제안 시 완벽하게 홍보자료들을 갖추어 제안해야 관심을 보이는 경우가 대부분이다.

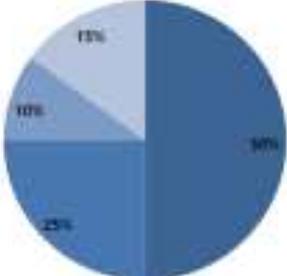
건강기능식품은 대부분 러시아 내 약국 및 전문 매장을 통해 판매되는데, 동 유통망으로 직접 진출은 거의 불가능하며 현지 디스트리뷰터를 통한 간접적인 제품 홍보는 가능하다.

최근 증가하고 있는 E-Commerce 마케팅 활용 관련 현지 유력 B2B 사이트를 활용한 홍보방안을 검토할 수 있으며 러시아 최대국책은행 산하기관 SBERBANK-AST에서 개설한 SB2B.RU 내 입점을 검토할 수 있다.

■ 원재료 홍보 전략

① 러시아 식품 박람회 참여

건강기능식품의 원재료는 대부분 유통사를 통하여 원료를 공급받고 있기 때문에 어떤 건강기능식품 원료 유통사를 만나야 하는지가 중요하다. 일반적으로 DSM, IFF, KERRY 등과 같은 글로벌 원료를 유통 및 에이전트로 있는 기업들을 중점적으로 검토해야하며, 유통사의 고객사가 어디인지도 중요한 요소가 될 수 있다. 러시아 유통사를 접하기 위해서는 아래와 같은 박람회, 바이어 면담회를 통하여 유통사에 제품 홍보가 필요하다. 실제로 아래와 같은 박람회에서 다양한 건강기능식품 원료 유통사들이 매년 박람회에 참여 하고 있다.

1	전시회명 (한/영)	Vitafoods Russia and CIS 2015/ 비타푸드 러시아 CIS 2015
	개최기간	2016. 10. 31 — 2016. 11. 01
	규모	42개 부스 1350 sq. m (2015년 기준)
	연혁	2015년 1회 개최 함
	홈페이지	http://www.vitafoodsruussia.com/
	참가업체수	8개국 62개사
	참관객수	1,000명
	전시분야	건강식품, 기능음료, 친환경음식, 가공식품 등
	한국관참가현황	X
	주 전시품목	건강식품, 건강기능식품, 영양제, 의약품, 천연허브 식품, 기능음료 등
	참가자 정보	<p style="text-align: center;">참가자 정보</p> <p style="text-align: center;">■ BAA ■ Natural food ■ Vitamin/Mineral/Plants ■ Finished Products</p> 
		

2	전시회명	2016 모스크바 식품 박람회 (PROD EXPO)																							
	개최기간	2016-02-08 ~ 2016-02-12																							
	홈페이지	www.prod-expo.ru																							
	개최시작년도 (개최주기)	1994 (매년)																							
	개최규모	90,000 sq.m(m ²)																							
	참여국가수	67 개국																							
	참가업체수	1,963 개사																							
	참관객수	54,932 명																							
	전시분야	식품. 음료																							
	한국관 참가현황	4 개사																							
	참가자 정보	<div style="text-align: center;"> <h3>러시아 및 외국 참가자 비율</h3> <p>■ 외국 기업 ■ 러시아</p> <table border="1" style="margin: 0 auto;"> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>외국 기업</th> <th>러시아</th> <th>총 참가자</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2012</td> <td>1068</td> <td>1470</td> <td>2538</td> </tr> <tr> <td>2013</td> <td>825</td> <td>1420</td> <td>2245</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>894</td> <td>1393</td> <td>2287</td> </tr> <tr> <td>2015</td> <td>715</td> <td>1259</td> <td>1974</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>980</td> <td>1329</td> <td>2309</td> </tr> </tbody> </table> </div>	연도	외국 기업	러시아	총 참가자	2012	1068	1470	2538	2013	825	1420	2245	2014	894	1393	2287	2015	715	1259	1974	2016	980	1329
연도	외국 기업	러시아	총 참가자																						
2012	1068	1470	2538																						
2013	825	1420	2245																						
2014	894	1393	2287																						
2015	715	1259	1974																						
2016	980	1329	2309																						

3	전시회명	모스크바 국제 식품 박람회/World Food Moscow 2017
	개최기간	2017. 09. 11~14
	홈페이지	http://www.world-food.ru/en-GB
	연혁	1994년 이래 19번째
	규모	15 000 sq. m.(2015 기준)
	참가업체수	1674개사(2015 기준)
	참관객수	30,000 (2015 기준)
	참가국수	69개국(2015 기준)
	한국관참가현황	28개사 315 sq.m (2015 기준)
	전시분야	해산물, 과일 및 채소, 곡물, 유지방 제품, 차 및 커피, 음료, 냉동식품, 웰빙 식품
	전시 주최 기관	ITE Group www.ite-exhibitions.com 담당자: Julia Nosaeva Tel: +7 (499) 750 0828 ext. 4292 E-mail: nosaeva@ite-expo.ru
	진행 예시 사진	

4	전시회명	Health&Nutrition in Russia & CIS
	개최기간	2016년 10월 31일~11월 1일
	개최 장소	World Trade Center Moscow, Russia Entrance # 4 12 Krasnopresnenskaya naberezhnaya 123610 Moscow, Russia
	개최처 연락처	7 495 2581212
	개최처 팩스	7 498 2531041
	이메일	servinfo@wtcmoscow.ru
	웹사이트	http://www.wtcmoscow.ru
	전시분야	식품, 건강기능식품, 건강기능식품 원료, 식품 장비 등
	참가자 정보	 

② 온라인 활용을 통한 홍보

이미 많은 중국의 건강기능식품 원료사들은 자사 홈페이지(러시아어 제공), 러시아 알리바바 등을 통하여 제품의 홍보를 활발히 하고 있다.

<러시아 알리바바를 활용한 인삼 원료 홍보 및 마케팅>

