

글로벌 물류 현지시장 동향

발행인 김종덕 발행처 한국해양수산개발원 국제물류투자분석·지원센터(49111 부산광역시 영도구 해양로 301번길 26)
총괄 김동환 감수 이연경 자료 문의 051-797-4770 Email: kdong@kmi.re.kr

러-우 분쟁 이후 러시아 E-Commerce 시장과 진출 사례

Contents

- 01 러-우 분쟁 이후 러시아 E-commerce 시장현황
- 02 러시아 E-commerce 시장 진출 사례
- 03 요약 및 결론

「글로벌 물류 현지시장 동향」은 우리나라 국제물류 기업의 해외 진출을 돕기 위한 취지로 월 2회 발간하는 국제물류투자분석·지원센터의 정기 간행물입니다.

매호 글로벌 물류시장 각 지역·국가별 화주·물류 기업 진출 현황, 투자 전망 등 현지 물류시장 정보와 주요 이슈, 정책지원 건의사항을 현지에 진출한 기업들로부터 직접 수집·제공하오니 의사결정 및 실무, 정책 참고 자료로 널리 활용될 수 있기를 기대합니다.



러-우 분쟁 이후 러시아 E-Commerce 시장과 진출 사례

(주)에코비스오리진

김익준 대표이사

(주)에코비스오리진은 1993년 러시아 현지 법인을 시작으로, 우즈베키스탄, 카자흐스탄, 우크라이나 법인 설립과 법인별 자사 및 임대 물류센터 운영을 통해 국제물류뿐만 아니라, 현지 유통 업무까지 수행하고 있다. 본 보고서는 인터넷상의 자료보다는 실제 업무를 통해 경험한 러시아 현지 물류 및 유통시장 현황에 대해 작성하였으며, 이를 통해 러시아로 신규 진출을 희망하는 우리 기업이 러시아 시장을 다른 시각으로 바라볼 수 있도록 희망하며 작성하였다.

01 러-우 분쟁 이후 러시아 E-commerce 시장현황

1993년부터 러시아 법인을 지속 운영하고 있으면서, 근래 가장 많이 문의를 받는 사항은 ‘러시아에서 사업을 유지하고 있습니까?’, ‘지금 상황에서도 수출이 가능합니까?’ 등의 문의이다. 그런 문의를 접할 때마다 필자는 이러한 상황 속에서 어떤 비즈니스 모델을 발굴하고 법인을 유지·운영하고 있는지에 대한 예로 그 대답을 대신한다. 이번 원고에서는 지속되는 러-우 분쟁 속에서 현지 법인을 운영하고 있는 기업이 어떠한 현지 유통 채널을 발굴하고 노하우를 확보했는지에 대해 작성하도록 하겠다.

2024년 상반기 러시아 항공 수출입 물량은 총 63,400톤으로 전년 동기대비 3% 증가했다. 24년 1분기에 전년동기 대비 11% 감소한 30,057톤을 기록한 것에 비하면, 2분기부터 점차 수출입이 활성화되고 있음을 확인할 수 있다. 더불어, 24년 6월 러시아 도로 운송 물동량은 총 6억 8400만 톤에 달하며, 이 수치는 2016년 이후 최고치를 기록한 것이다. 이처럼, 국제 사회 제재에도 불구하고 非제재 품목에 대한 수출입과 현지 유통이 활발해 지고 있는 추세이다. 현지 언론 ‘Vedomosti’에 따르면, 수출입 및 내수 물동량의 증가는 다양한 운송경로의 개발 및 외국 브랜드의 마켓플레이스 입점이라 평가하고 있다.

23년 기준, 러시아 E-commerce 시장은 약 140조원의 규모이지만, 20~23년간 연평균 약 42%의 성장률을 기록하는 ‘고도 성장 단계’를 거치고 있는 시장이라 할 수 있으며, 아울러



2026년까지 러시아 E-commerce 시장은 5배 이상 성장할 것으로 전문가들은 평가하고 있다. * 참고로 우리나라의 E-commerce 시장은 23년 기준 약 228조원 시장 규모와 연평균 13%의 성장률의 '성숙 단계'.

한국 E-Commerce 시장 규모



출처: 대한민국 통계청 (검색일자: 24.09.19)

러시아 E-Commerce 시장 규모



출처: Data Insight (검색일자: 24.09.19)



러시아 내 온라인 마켓플레이스는 대표적으로 Ozon, Wild-Berries, Yandex Market, Mega Market이 있으며, 이 4개의 온라인 마켓플레이스가 러시아 전체 E-commerce 주문량 중 78%를 차지하고 있다.

러시아 E-Commerce 채널별 주문량 비율



출처: Data Insight (검색일자: 24.09.19)

한편, 상기 온라인 마켓플레이스의 전체 주문량 중 81%¹⁾가 Wild-Berries와 Ozon에서 발생하며, 외국 브랜드의 입점에도 큰 제한을 두지 않는 오픈마켓이라 할 수 있다. Wild-Berries와 Ozon에서의 판매, 물류, 마케팅 서비스는 모두 유사하지만, 중점적으로 취급하는 제품군에서 차이가 존재하니, 취급하는 제품군에 따라 초기 오픈마켓 선점 또한 중요하다.

러시아 주요 오픈마켓 내 제품 카테고리별 판매 활성화도



출처: Data Insight (검색일자: 24.09.19)

1) 출처 : Data Insight (23년 10월 기준)



02 IPEF 추진 과정

에코비스 기업의 주요 서비스는 러시아 및 CIS 지역 내 법인과 물류센터를 운영하면서 국내외 수출 업체들의 현지법인 역할을 대행하는 것이다. 즉, 국제 운송뿐만 아니라, 수입국 도착 시, 발생하는 모든 업무 및 이슈에 대한 대응이 특화된 조직이다.

러-우 분쟁 전엔, 주로 현지 물류센터와 통관 조직의 강점을 살려, 국내외 기업들의 수출입 업무 (이른테면, 국제운송, 수입통관, 보관, 재고관리, 내륙운송, 대금 결제 등)를 전반적으로 담당했으며, 현지 영업과 마케팅은 수출기업들이 전담할 수 있도록 업무를 나눠 협업을 진행했다. 그러나, COVID-19와 러-우 분쟁 이후 현지 상황을 미디어로만 모니터링하던 몇몇 수출 기업들이 러시아 및 CIS 지역에 대해 지정학적 리스크가 있다고 판단하여 수출 업무에 다소 소극적인 자세를 취했다.

이러한 수출 기업들을 위해 당사는 현지 법인을 활용해 직접 소비자에게 유통하는 ONE-STOP 물류·유통 인프라를 구축의 필요성을 느꼈고, 러시아 오픈마켓 시장의 괄목하는 성장세에 주목하여 현지 오픈마켓 입점을 통한 현지 B2C 업무를 수행하고 있다.

현지 B2C 업무를 통해 깨달은 점은, B2C 판매를 성공적으로 수행하기 위해선 현지 내 진출 브랜드의 인지도 제고가 절실하다는 것이다. 화장품이든, 식품이든 제품 카테고리 와 무관하게, 한국 및 러시아가 아닌 타 국가에서 어느정도 성공한 브랜드라 하더라도 러시아라는 신규 시장 소비자들에게는 처음 듣고 보는 브랜드의 제품이기 때문이다.

물론 미주, 동남아 및 유럽 등 진출 시 Amazon, Shopsy, Ail-Express 등 글로벌 E-Commerce 내 마케팅 서비스를 잘 활용한다면, 진출국 내 유의미한 마케팅 성과를 이룰 수 있겠지만, 러시아는 해당 글로벌 E-Commerce의 서비스가 활성화 되어 있지 않은 점, 현지 E-Commerce에 언어적 장벽이 존재하는 점을 미루어 본다면, 비교적 쉽지 않다. 이러한 장벽을 고려하여 당사는 B2C 진출에 있어 현지 법인의 네트워크를 적극적으로 활용하여 현지 B2C 판매 인프라를 구축하였고, 이와 같은 업무 사례를 바탕으로 국내 수출 기업들에게 제안할 수 있는 사업 모델을 확보했다고 판단하고 있다.



러시아 B2C 판매를 위한 마케팅 사례



출처: 에코비스 내부자료

러시아 주요 E-Commerce 입점 현황



출처: 에코비스 내부자료



03 요약 및 결론

지난 2년 동안 러-우 분쟁이 지속되고 있고, 국제 사회의 제재 또한 가중되고 있는 상황이지만, 수출 제재 등 법적 규제를 지속 모니터링하여, 법적 울타리 안에서 가능한 비즈니스를 만드는 것도 우리 수출기업들의 고민할 수 있는 방향이라고 판단한다. 해외 법인을 두고 현지 물류센터를 운영하는 물류 기업으로서 COVID-19, 러-우 분쟁 등 예상하지 못한 상황에 직면하여 업무에 많은 영향을 받고 있지만, 이러한 상황 속에서 수출 기업과 상생할 수 있는 비즈니스 모델을 발굴하고 제안하는 것이 최우선적 목표라고 생각한다. 물론, 기술한 ‘오픈마켓 입점을 통한 해외 진출’ 뿐만 아니라 다양한 진출 방안들이 존재할 수 있다.

그러므로, 우리 수출 기업들도 사업 대상국의 지정학적 문제나 자연재해 등 피할 수 없는 문제에 직면했을 경우, 현지 상황을 미디어 통해 모니터링하는 방법뿐만 아니라, 현지에서 다년간 업무를 수행한 실무 전문가들의 의견을 통해 여러 문제를 해결했으면 한다.