

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202309-11

품목 | 유산균(Probiotics)

HS CODE | 2106.90-9099

국가 | 러시아(Russia)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 러시아 일반의약품 시장규모	06
2. 러시아 소화 및 장 치료제 시장규모	07
3. 러시아 유산균 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. '캡슐', '러시아', '성인용' 키워드 빈출	11
2. 경쟁브랜드로 글로벌 브랜드 빈출	12
3. 효과와 성분을 강조하는 홍보문구	13
4. 의사 조언을 통한 유아용 유산균 구입	14

IV. 유통채널

1. 러시아 유산균 유통채널 점유율	16
2. 러시아 유산균 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 러시아 유산균 통관 및 검역 절차	30
2. 러시아 유산균 품질 인증	33
3. 러시아 유산균 라벨링	37
4. 러시아 유산균 성분 및 유해물질	43

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 러스키코르니(Russkie Korni)	47
2. 바이오메디카(BioMedika)	50
3. 잘리마켓(Zally Market)	52

VII. 시사점

1. 시사점	55
--------	----

※ 참고문헌	57
--------	----



HS CODE : 2106.90-9099

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

SUMMARY

러시아 유산균 시장

시장 현황

일반 의약품 시장규모

단위 : 십억 달러



소화 및 장 치료제 시장규모

단위 : 백만 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2106.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모

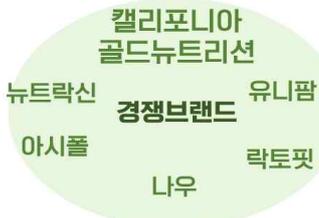


시장 트렌드

품목 트렌드

유아용 유산균 구입 경로
러시아에서는 주로 소아과
의사와의 상담을 통해 제품 구입
판매 중인 유아용 유산균 제품
컴플리넥스 베이비, 아시플,
빅셋베이비 등이 있음

빅데이터 분석



* 안텍스 및 라쿠텐 와일드베리스 유산균 제품 399건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
기본 관세율 12%
사전 준비
러시아 연방 세관
사전등록 절차

필수 인증



권장 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
러시아어 표기 必
제품명, 식품 성분, 식품 용량,
제조일자, 유통기한, 보관 방법,
제조사 및 수입자, 권고사항 및
제한사항, 영양정보, GMO 정보,
EAC 마크 등 라벨 표기 필요

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



РУССКИЕ
КОРНИ



Point 01.

한국산 제품 수요 한국 제약사 제품은 러시아 소비자들 사이에서 신뢰도가 높은 편이나, 현지 제품보다 다소 비싼 가격대를 보유하고 있음
고객사 제품 타겟층 미용 및 건강 관리에 관심이 있는 중상위 소득 중년 세대를 공략하는 것을 추천함
고객사 제품 적정 유통채널 건강기능식품 및 다양한 유산균 제품을 판매하고 있는 뷰티 전문점에서의 유통을 추천함

Point 02.

고객사 제품 가격 피드백 고객사 제품 2가지 모두 현지 유산균 경쟁제품에 비해 가격이 다소 비싼 편임
고객사 제품 포장 피드백 고객사 제품 2가지 모두 1개 포장당 보유하고 있는 제품 개수가 적정 용량이며, 스틱형 포장은 높은 편의성을 지님
고객사 제품 홍보문구 피드백 한국산을 강조하는 홍보문구 및 제품 성분과 효능에 대한 뚜렷한 설명을 추가하는 것을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 러시아 일반의약품 시장규모
2. 러시아 소화 및 장 치료제 시장규모
3. 러시아 유산균 수입규모

1. 러시아 일반의약품 시장규모

러시아 국가 일반 정보¹⁾

면적	1,709만 km ²
인구	1억 4,275만 명
GDP	1조 7,785억 달러
GDP (1인당)	1만 4,665달러

▶ 러시아 일반의약품 시장규모 3.4조 원, 연평균 1.3% 감소

2022년 기준 러시아 일반의약품 시장규모는 3.4조 원에 달했으며, 전년 대비 13.2% 감소하였음. 최근 5년(2018-22년)간 러시아 일반의약품 시장의 연평균 성장률은 -1.3%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 3.7조 원을 기록함

▶ 러시아 일반의약품 시장규모, 향후 5년간 1.6%씩 성장 예상

러시아 일반의약품 시장규모는 2018-21년 4년간 꾸준히 성장하다가 2022년에 급격히 감소하는 경향을 보였음. 2018년 대비 2022년 시장규모는 94.8% 수준인 것으로 나타남. 한편, 러시아 일반의약품 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 1.6%씩 성장하여 2027년 3.8조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨²⁾

[표 2.1] 러시아 일반의약품 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022
- 2) 조사제품 '유산균'은 장 건강을 개선시키는 제품임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 '소화 및 장 치료제'의 시장규모와 상위품목인 '일반의약품'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 스태티스타(Statista), 「OTC Pharmaceuticals Russia」, 2022.07
- 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 5) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 러시아 소화 및 장 치료제 시장규모

▶ 러시아 소화 및 장 치료제 시장 2,004.6억 원, 연평균 3.0% 감소

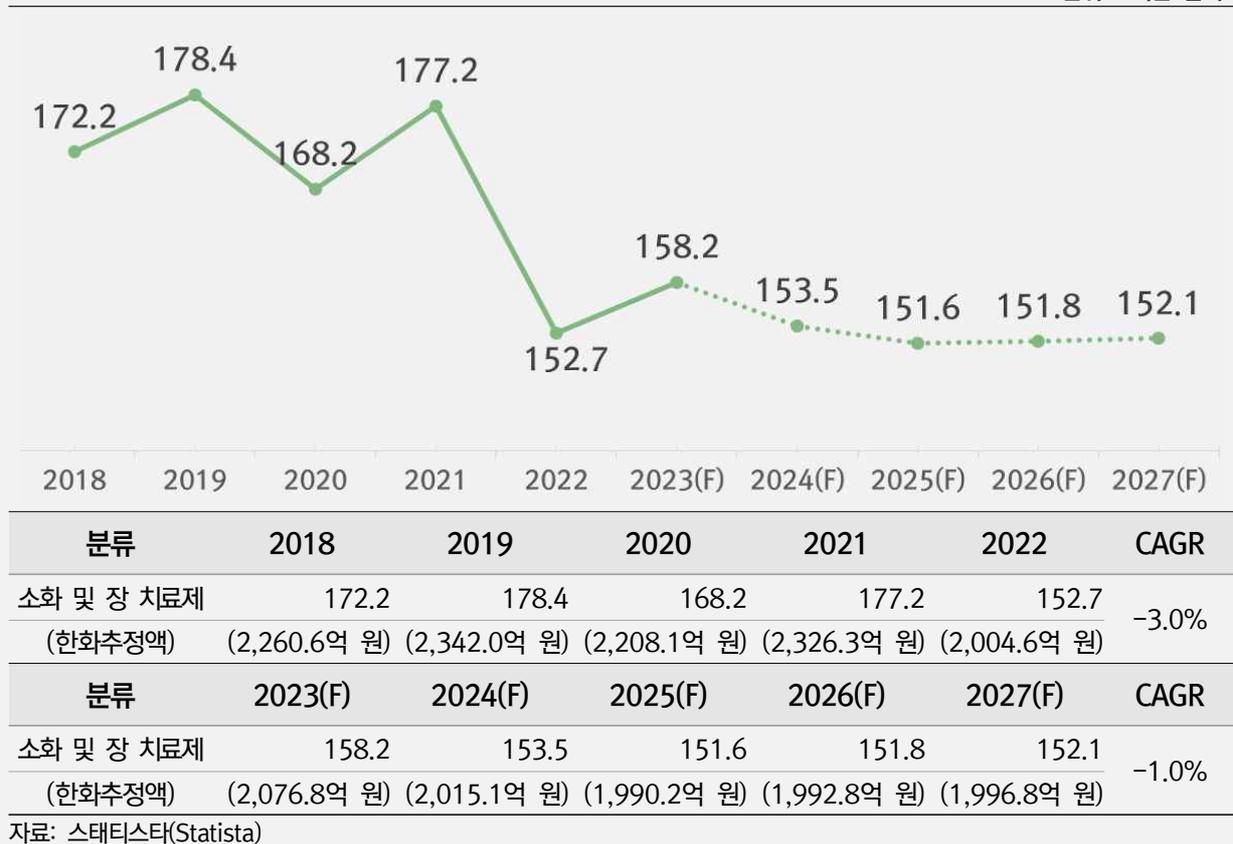
2022년 기준 러시아 소화 및 장 치료제 시장규모는 2,004.6억 원에 달했으며, 전년 대비 13.8% 감소하였음. 최근 5년(2018-22년)간 러시아 소화 및 장 치료제 시장의 연평균 성장률은 -3.0%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 2,228.3억 원을 기록함

▶ 러시아 소화 및 장 치료제 시장, 향후 5년간 1.0%씩 감소 예상

러시아 소화 및 장 치료제 시장규모는 최근 5년(2018-22년)간 성장과 감소를 반복하였으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 88.7% 수준인 것으로 나타남. 러시아 소화 및 장 치료제 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 1.0%씩 감소하여 2027년 1,996.8억 원 규모를 기록할 것으로 예상됨

[표 2.2] 러시아 소화 및 장 치료제 시장규모⁷⁾

단위 : 백만 달러



7) 자료: 스태티스타(Statista), 「Digestives & Intestinal Remedies Russia」, 2022.07

3. 러시아 유산균 수입규모

유산균 HS CODE

해당 장에서 유산균은 HS CODE 2106.90으로 분류. HS CODE 제2106호의 품명은 따로 분류되지 않은 조제 식료품, HS CODE 2106.90-9099의 품명은 기타로 확인

▶ 2017-21년 러시아 對글로벌 품목 수입액 연평균 성장률 11.4%

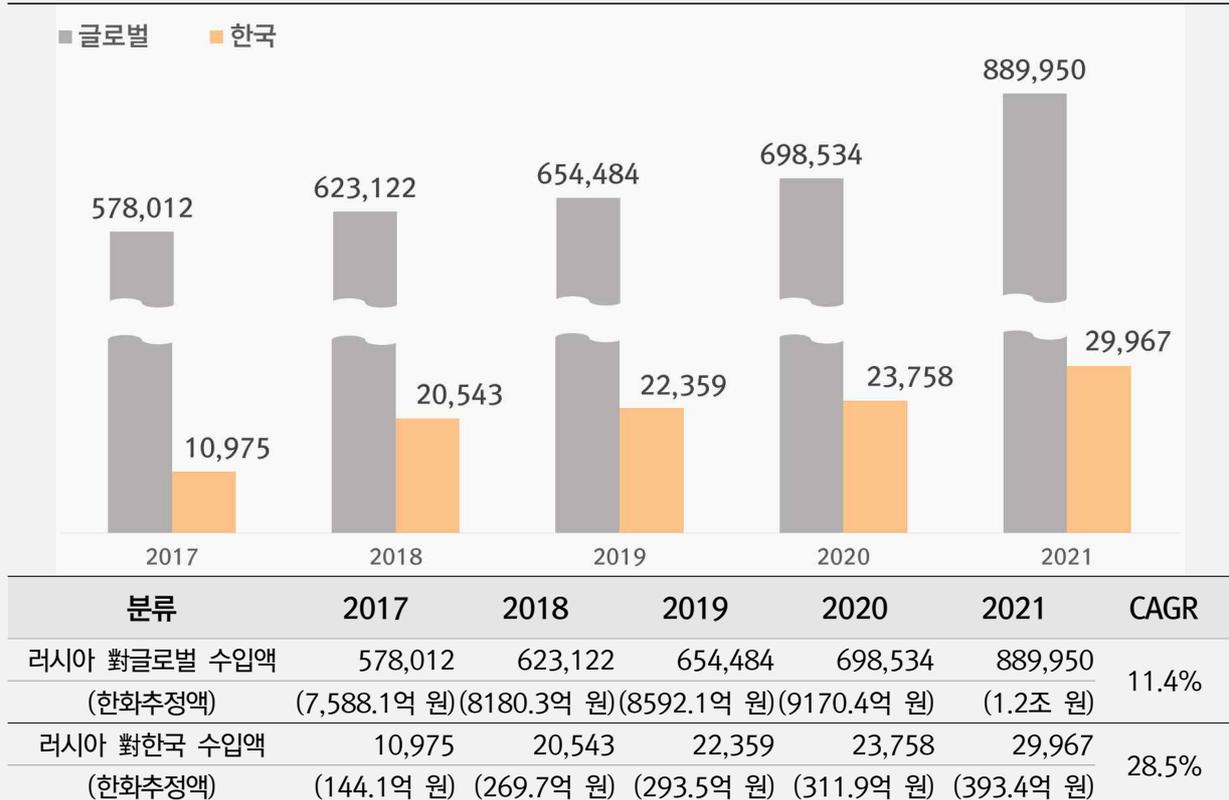
러시아 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2017-21년)간 연평균 성장률 11.4%를 보였으며, 2021년에는 1.2조 원의 수입액을 기록함. 러시아 對글로벌 수입액은 2017년부터 2021년까지 꾸준히 성장하였으며, 2021년에는 전년 대비 27.4% 성장한 것으로 나타남

▶ 러시아 내 품목 수입액 중 한국산 점유율 3.4%로 9위 기록

지난 5년(2017-21년)간 러시아 對한국 품목 평균 수입액은 282.5억 원이며, 연평균 성장률 28.5%를 기록하였음. 2021년에는 수입액 393.4억 원, 수입액 점유율 3.4%로 러시아 對글로벌 수입액 점유율 9위를 기록함. 한편, 2021년 기준 러시아 對글로벌 수입액 점유율 1위는 독일(2,882.6억 원, 24.7%), 2위는 미국(1,453.1억 원, 12.4%), 3위는 벨라루스(639.9억 원, 5.5%)로 나타남

[표 2.3] 러시아 HS CODE 2106.90 수입규모⁸⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

8) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. '캡슐', '러시아', '성인용' 키워드 빈출
2. 경쟁브랜드로 글로벌 브랜드 빈출
3. 효과와 성분을 강조하는 홍보문구
4. 의사 조언을 통한 유아용 유산균 구입

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 러시아 온라인매장 입점 유산균

- 데이터 수집 키워드 : 유산균(лактобактерии)
- 데이터 수집량 : 399건
- 데이터 수집원 : 러시아 온라인쇼핑몰
안덱스(Yandex), 와일드베리스(Wildberries)

▶ 러시아 온라인매장 입점 유산균 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 홍보문구

항목	키워드 (국문/러시아어)		빈도	키워드 (국문/러시아어)		빈도
경쟁제품	캡슐	капсулы	204	14세 이상	14 лет	26
	가루	порошок	134	일본	япония	19
	러시아	россия	125	이탈리아	италия	15
	성인용	взрослым	125	한국	республика 코리아	12
	유아용	детям	107	캐나다	канада	10
	미국	сша	43	2세 이상	2 лет	8
	액상	капли	43	젤라틴	желатиновые	4
경쟁브랜드	캘리포니아골드뉴트리션	California Gold Nutrition	36	데일리 가드	Daily Guard	10
	뉴트락신	Nutraxin	32	비타민 엑스트라	Vitamin Extra	10
	아시폴	аципол	28	팜레전드	Pharmlegend	8
	나우	Now	22	오르가니카	органика	8
	락토픽	Lacto Fit	19	어반 포뮬라	Urban Formula	4
	유니팜	Unipharm	18	토르고비 돔 비타민노프	торговый дом витаминов	4
	스위스 보크	Swiss Bork	16	바이오롱라이프	Bio Long Life	4
	갯 비타민	Get Vitamins	12	레모나	Lemona	3
홍보문구	면역 강화	иммунитет	369	설사 치료	диареи	51
	비피도박테리아	бифидо	320	식중독 해결	пищевых	48
	락토박테리아	лактобактерии	261	디톡스	детокс	80
	소화 개선	пищеварения	213	아연 함유	цинк	32
	위 건강	желудочно	159	프로바이오틱스	Probiotics	25
	비타민 함유	витамины	114	비피덤박테린	бифидумбак терин	7
	질병 치료	заболеваний	70	알레르기 감소	аллергия	4

1. '캡슐', '러시아', '성인용' 키워드 빈출

▶ 제형에서는 '캡슐', 원산지 '러시아' 키워드 빈출

- 현재 러시아에서 판매 중인 유산균의 경쟁제품 키워드 분석 결과, 제형에서는 '캡슐'이 204건으로 가장 많이 도출됨
- 제조국 관련 키워드에서는 '러시아'가 125건으로 가장 많았으며, '미국'이 43건, '일본'이 19건으로 뒤를 이었음

▶ '유아용' 키워드 107건으로 확인

- 사용연령 관련 키워드 중에서는 '성인용'이 125건으로 최빈출됨
- '유아용' 키워드도 107건으로 '성인용'과 큰 차이 없었으며, 러시아 내 유아용 유산균 제품의 수요가 높은 것을 알 수 있음

캡슐		러시아		유아용	
					
제품명	프로바이오웰 (PROBIOWELL)	제품명	신바이오틱 뉴트리오 캡슐 (Синбиоти́к Нутри́о капсу́л)	제품명	엔테로락티스플러스 (Энтеролактис Плюс)
브랜드	팜레전드(PharmLegend)	브랜드	엘레맥스(Elemax)	브랜드	소파(Sofar)
중량	60정	중량	80g x 20개	중량	316mg x 15개
가격	650루블(9,822원 ⁹⁾)	가격	1,036루블(15,654원)	가격	1,416루블(21,396원)

[표 3.1] 러시아 판매 유산균 경쟁제품 관련 키워드



자료: 러시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '유산균' 관련 게시물 399건 분석

9) 1루블=15.11원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 경쟁브랜드로 글로벌 브랜드 진출

▶ ‘캘리포니아골드뉴트리션’, ‘나우’ 키워드 진출

- 글로벌 대표 영양제 브랜드인 ‘캘리포니아골드뉴트리션’ 관련 키워드가 36건, ‘나우’가 관련 키워드가 22건으로 진출
- 실제 데이터 확인 결과, 해당 브랜드 제품이 현지 브랜드보다 높은 가격으로 책정

▶ 러시아 현지 브랜드 ‘아시폴’ 진출...고객사 브랜드 제품도 확인

- 러시아 현지 브랜드인 ‘아시폴’ 관련 키워드 28건 도출됨
- 특히 ‘아시폴’은 영유아들에게도 사용할 수 있는 드롭 형태의 유산균 제품을 판매하는 것으로 유명함
- 고객사 브랜드 중 하나인 ‘락토픽’도 19건 도출된 것으로 확인됨

경쟁브랜드 ①		경쟁브랜드 ②		경쟁브랜드 ③	
					
제품명	락토비프100(LactoBif 100)	제품명	아시폴베이비드롭스 (Аципол Малыш капли)	제품명	락토픽골드
브랜드	캘리포니아골드뉴트리션 (California Gold Nutrition)	브랜드	아시폴(Аципол)	브랜드	락토픽(Lacto Fit)
중량	30정	중량	4.5ml	중량	50개
가격	3,196루블(48,292원)	가격	820루블(12,390원)	가격	2,250루블(33,998원)

[표 3.2] 러시아 판매 유산균 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 러시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘유산균’ 관련 게시물 399건 분석

3. 효과와 성분을 강조하는 홍보문구

▶ ‘면역 강화’와 ‘소화 개선’, ‘위 건강’ 등 효과 강조

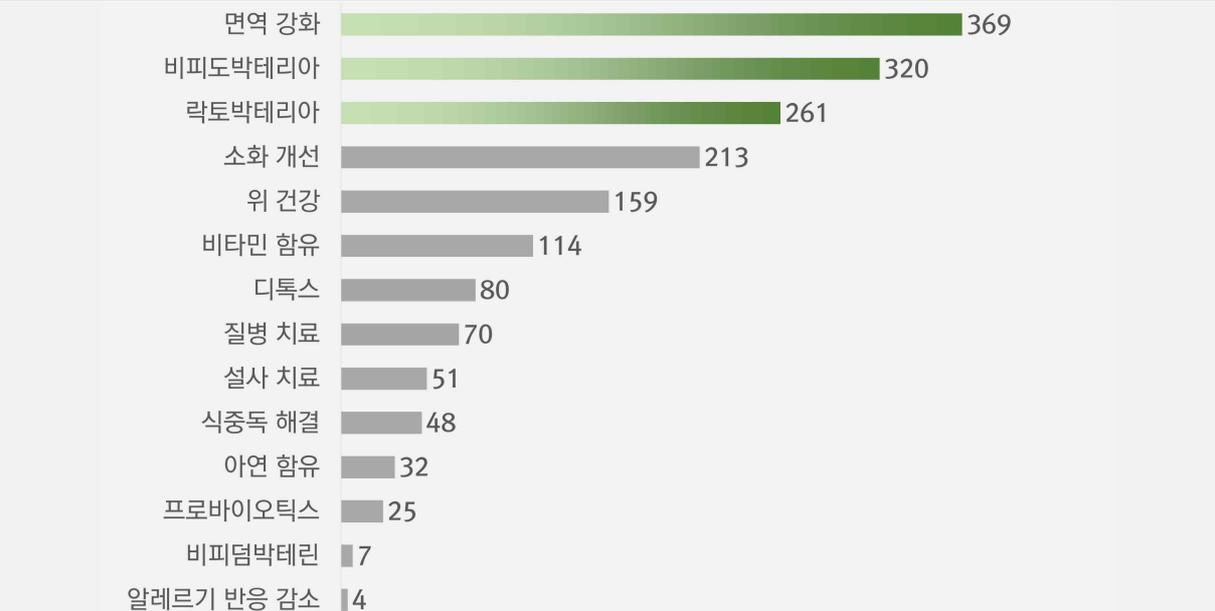
- 홍보문구 관련 키워드 분석결과, ‘면역 강화’가 369건으로 최빈출
- 그 외 효과를 강조한 ‘소화 개선’과 ‘위 건강’ 관련 키워드가 각각 213, 159건 도출되었으며, ‘디톡스’와 ‘설사 치료’ 등의 키워드도 확인됨

▶ ‘비피도박테리아’와 ‘락토박테리아’ 등 성분 강조하기도

- ‘비피도박테리아’와 ‘락토박테리아’ 등 유산균 성분 관련 데이터 각각 320, 261건 검출됨
- 그 외에도 ‘비타민 함유’, ‘아연 함유’ 등 유산균 제품에 추가로 함유된 영양 성분에 대한 정보를 홍보문구로 사용함

면역 강화		비피도박테리아		락토박테리아	
					
제품명	락토밸런스캡	제품명	프로바이오틱스 콤플렉스 프리미엄 (복합 프로바이오틱스 프리미엄 캡슐)	제품명	바이오아미쿠스프로바이오틱스 (BioAmicus Probiotics)
브랜드	유니팜(Unipharm)	브랜드	데일리가드(Daily Guard)	브랜드	바이오아미쿠스(BioAmicus)
중량	7정	중량	10정	중량	10ml
가격	664루블(10,033원)	가격	505루블(7,631원)	가격	740루블(11,181원)

[표 3.3] 러시아 판매 유산균 홍보문구 관련 키워드



자료: 러시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘유산균’ 관련 게시글 399건 분석

4. 의사 조언을 통한 유아용 유산균 구입

▶ 러시아 소비자, 의사 조언을 통해 유아용 유산균 구입

러시아에서는 주로 소아과 의사와의 상담을 통해 유아용 유산균을 구입하게 되는 경우가 많음. 러시아에서 판매되는 유아용 유산균은 프로바이오틱스 허용 기준을 충족한다는 인증을 받아야 함. 그 외에도 유아용 유산균 제품들은 알레르기나 유당불내증 등에 대한 정보를 제공하여 소비자가 꼼꼼히 살펴보고 선택할 수 있게 하고 있음

▶ 신생아를 위한 유산균

‘컴플리넥스 베이비’는 프로바이오틱스 제제의 일부로 생후 1일된 신생아가 사용해도 될 정도로 안전한 제품임. 드롭형 제품으로 사용성도 편리함. ‘아시폴’은 장내 미생물의 균형을 조절해주는 제품으로, 면역 체계 강화에 효과가 있음. 이 제품 역시 드롭 형태로 사용이 편리한 것이 장점임. ‘벅셋 베이비’는 프로바이오틱스와 젖산 미생물이 함유된 제품으로 염료, 향료 등 유해 물질이 포함되지 않아 생후 1일 신생아가 사용해도 안전한 것으로 알려졌다

▶ 3세 이상 유아를 위한 유산균

‘비피폼키즈’는 3세 이상의 유아들이 사용하는 제품으로, 이미 생성된 장내 미생물에 긍정적인 영향을 미치는 박테리아가 포함되어 있음. 또한, 오렌지 및 라즈베리 향이 나는 알약 정제로 아이들이 쉽게 섭취할 수 있는 것이 특징임. ‘프로비포’는 비피도박테리아가 함유되어 장내 미생물의 균형을 조절하고, 설사를 멈추게 하는 효과도 있음. 다만, 유당이 포함되어 있어 유당불내증이 있는 아이들에게는 적합하지 않음

[표 3.4] 러시아에서 판매 중인 유아용 유산균

				
컴플리넥스 베이비	아시폴	벅셋베이비	비피폼키즈	프로비포

자료: 콤소몰스카야프라우다(Комсомольская правда)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



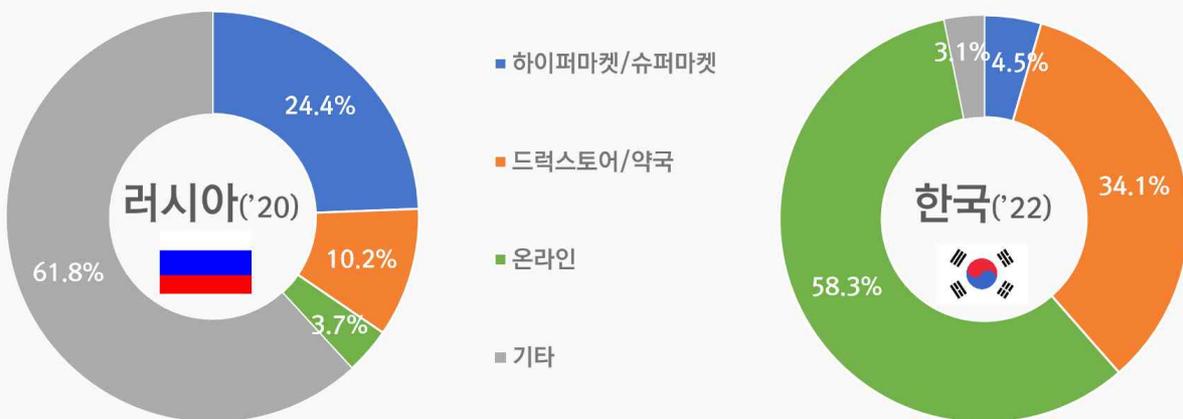
1. 러시아 유산균 유통채널 점유율
2. 러시아 유산균 주요 유통채널

1. 러시아 유산균 유통채널 점유율

▶ 러시아 유산균 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 강세

2020년 기준 러시아에서 유산균을 포함한 일용소비재(FMCG)¹⁰⁾는 다양한 형태의 유통채널을 통해 이루어짐을 확인함. 러시아 내에서 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 24.4%의 비중을 차지하여 1위 유통채널로 나타남. 2022년 기준 유산균을 포함한 식품보조제는 한국에서 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 채널 점유율이 4.5%로 확인됨. 러시아의 2위 유통채널은 ‘드럭스토어/약국’으로 10.2%의 비중을 차지함. 한국에서 역시 2위 유통채널로 34.1%의 비중을 차지함. 이외에도 ‘온라인’ 채널을 통한 유통 비중은 러시아가 3.7%, 한국은 58.3%로 유산균을 비롯한 일용소비재의 경우 러시아에서는 한국에 비해 온라인 시장이 활성화되어 있지 않음

[표 4.1] 러시아 유산균 소매유통채널 점유율¹¹⁾¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾



러시아 점유율	유형	한국 점유율
24.4%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4.5%
10.2%	드럭스토어/약국	34.1%
3.7%	온라인	58.3%
61.8%	기타	3.1%

자료: 스태티스타(Statista)

10) 일용소비재(FMCG)는 소비의 속도가 빠른 비내구성 소비재를 의미하며 음식, 음료수, 담배, 의약품 등을 포괄함

11) 해당 장에서 ‘유산균’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 인접 카테고리인 러시아의 ‘일용 소비재(FMCG)’, 한국의 ‘건강보조식품 및 영양제(dietary supplements or nutraceuticals)’의 정보를 확인함

12) 자료: 스태티스타(Statista), 「Preferred purchase channel for dietary supplements or nutraceuticals in South Korea as of March 2022」, 2023.03.

13) 자료: 스태티스타(Statista), 「FMCG turnover share in Russia 2011-2020, by channel」, 2021.06.

14) 기타 채널에는 전통시장, 할인점, 소형상점 등의 채널들이 포함되어 있음

2. 러시아 유산균 주요 유통채널 ① 렌따

기업 기본 정보	기업명	렌따(Lenta)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.lenta.com	
	위치	상트페테르부르크(Saint-Petersburg)	
	규모	매출액('22)	• 5,374억 루블(8조 1,201억 원 ¹⁵⁾)
	기타 규모	• 매장 수('22): 385개 • 직원 수('22): 4만 4,660명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 러시아 내 최대 규모의 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 • 러시아 내 약 88개의 도시에 매장 보유 • 7개의 자체 유통센터, 3,000개의 협력 공급 업체 보유 • 다양한 자체 브랜드 상품 보유 		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 건강보조식품, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등	
	선호 제품	• 유기농 제품, 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 Поставщикам 클릭 - 페이지 내 Оставить коммерческое предложение 눌러 입점 지원서 작성 (lenta.com/postavshchikam/ostavit-kommercheskoe-predlozhenie) - 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 설립연도, 매출액, 연락처) ② 제품 관련 내용 (러시아 내 유통 채널, 연간 예상 입고량) ③ 상세 내용 (회사소개서, 제품 카탈로그 등 자유 기재) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 소요시간: 약 2주 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +7-812-380-61-31 	

자료: 렌따(Lenta)

사진 자료: 러시아비즈니스투데이(Russia Business Today), 모스크바타임즈(The Moscow Times)

15) 1루블=15.11원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 러시아 유산균 주요 유통채널 ② 오상

기업 기본 정보	기업명	오상(Auchan)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.auchan.ru	
	위치	모스크바(Moscow)	
기업 규모	매출액('21)	• 2,290억 루블(3조 4,602억 원) ¹⁶⁾	
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('22): 230개 • 직원 수('22): 41만 명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1961년 프랑스에서 설립된 슈퍼마켓 체인으로 2002년 러시아 진출 • 17개 국가에서 매장 운영 • 러시아 내 약 4만 명의 직원 보유 • 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓, 편의점 형태의 약 300개 이상의 매장 보유 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 가공식품, 건강보조식품, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 제품, 동물 복지 인증 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 Партнерам 클릭 후 입점 문의 진행 - 다음 웹주소에서 공급자 행동 규정, 공급 제품 품질 규정 등 자사 관련 규정 확인 및 입점 문의 가능 (auchan-supply.ru/for-suppliers/potential) - 공급자 포탈 상단의 анкета поставщика에서 조건 및 샘플 양식 확인 가능 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보 (참고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고 자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +7-495-721-20-99 	

자료: 오상(Auchan)

사진 자료: 러시아비즈니스투데이(Russia Business Today), 모스크바타임즈(The Moscow Times)

16) 글로벌 통합 매출

2. 러시아 유산균 주요 유통채널 ③ 오키

기업 기본 정보	기업명	오키(O'key)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.okmarket.ru	
	위치	모스크바(Moscow), 상트페테르부르크(St. Petersburg)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 77개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2002년 상트페테르부르크에 첫 하이퍼마켓 매장을 설립함 • 러시아에서 보유지점 수 3위를 기록한 하이퍼마켓 브랜드 • 2013년 올해의 브랜드 상을 수상함 • 2021년 옴니채널형 모바일 어플리케이션을 도입하여 온오프라인 경계없이 식료품 구매를 가능하도록 함 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 가공식품, 스낵류, 소스류, 의약외품, 화장품, 위생용품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 신뢰도가 높은 수입제품, 품질 검증을 통과한 식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 전화 및 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +7-495-663-66-65 (모스크바점) +8-800-250-00-08 (상트페테르부르크점) - 이메일: purchase.all@okmarket.ru 	

자료: 오키(O'key)

사진 자료: 오키(O'key)

2. 러시아 유산균 주요 유통채널 ④ 마그닛

기업 기본 정보	기업명	마그닛(Magnit)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.magnit.com		
	위치	모스크바(Moscow) 외		
	규모	매출액('22) • 2조 3,520억 루블 (35조 5,387억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 27,909개 • 직원 수('23): 367,000명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1994년 설립된 러시아 내 매장 수 및 규모 1위를 차지하는 하이퍼마켓 브랜드 • 포브스(Forbes)가 선정한 Global 2000 기업에 이름을 올린 브랜드 • 2023년 기준 러시아 67개 지역에 총 27,909개의 매장을 보유하고 있음 • 매일 약 1,600만 명의 고객이 매장을 방문함 • 자체 식료품 브랜드를 전개하고 있음 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 가공식품, 냉동식품, 즉석식품, 음료류, 생활용품, 건강식품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 신뢰도가 높은 수입제품, 품질 검증을 통과한 식품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 전화를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +7-861-210-98-10 		

자료: 마그닛(Magnit)

사진 자료: 유러피안슈퍼마켓매거진(European Supermarket Magazine), 러시아비즈니스투데이(Russia Business Today)

2. 러시아 유산균 주요 유통채널 ⑤ 페레크레스톡

기업 기본 정보	기업명	페레크레스톡(Perekrestok)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.perekrestok.ru	
	위치	모스크바(Moscow)	
	규모	순수익('22) • 3,650억 루블(5조 5,152억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 971개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1994년 모스크바에서 첫 매장이 설립되었으며, 2002년부터 모스크바 외 지역에 출점하였음 • 2019년 러시아의 Best for Life Design Award 수상 • 2006년에 파이아테로치카(Pyaterochka)와 합병되어 X5 Retail Group이 되었으며, 브랜드명 페레크레스톡(Perekrestok)을 그대로 유지하여 소매 체인 사업을 전개함 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 가공식품, 냉동식품, 즉석식품, 음료류, 생활용품, 건강식품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 품질이 검증된 수입식품, 소비자 수요가 높은 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 전화를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +7-800-200-95-55 	

자료: 위키피디아(Wikipedia)

사진 자료: 위키피디아(Wikipedia), 키오스크솔루션(Kiosk Solutions)

2. 러시아 유산균 주요 유통채널 ⑥ 36.6파머시

기업 기본 정보	기업명	36.6파머시(36.6 Pharmacy)	
	기업구분	H&B(드럭스토어)	
	홈페이지	366.ru	
	위치	모스크바	
	규모	매출액(*22) • 673억 루블(1조 169억 원) 기타 규모 • 매장 수(*23): 339개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1991년 약국으로 처음 개점하여 H&B 스토어로 성장 • 러시아 최대 약국 소매 체인 • 상시 프로모션과 보너스 마일리지 시스템이 있어 전상품을 할인가로 구입할 수 있음 • 온라인이나 전화를 통해 제품을 주문한 다음 오프라인 매장에서 구매할 수 있음 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 의약품, 의약외품, 화장품, 위생용품, 비타민 및 건강보조식품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 합리적인 가격의 H&B 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 전화 및 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +7-495-797-63-36 - 이메일: feedback@366.ru 	

자료: 36.6 파머시(36.6 Pharmacy), 티어드바이저(TAdvisor)

사진 자료: 티어드바이저(TAdvisor)

2. 러시아 유산균 주요 유통채널 ⑤ 오비따

기업 기본 정보	기업명	오비따(Ovita)	
	기업구분	H&B(드럭스토어)	
	홈페이지	ovita.ru	
	위치	블라디보스토크(Vladivostok)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 50개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1996년 설립된 약국 소매체인으로 현재 H&B 드럭스토어 형태로 발전됨 • 제품의 재고를 보유한 오프라인 매장을 온라인을 통해 확인 가능함 • 전문 의료기기 제품이 입점되어 있는 것이 특징적임 • OVITA.RU의 카드 소유자는 할인 서비스 받을 수 있음 • 온라인 매장에서 주문하는 것이 아닌, 제휴 약국과 연동된 배달 서비스 제공 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 의약품, 의료기기, 미용제품, 위생용품, 건강기능식품 및 비타민 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 신뢰성 및 기능이 검증된 의약품 및 건강기능식품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 전화 및 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +7-423-240-44-04 - 이메일: site@ovita.ru 	

자료: 오비따(Ovita)

사진 자료: 오비따(Ovita)

2. 러시아 유산균 주요 유통채널 ⑥ 닥터스톨도프

기업 기본 정보	기업명	닥터스톨도프(Doctor Stoletov)		
	기업구분	H&B(드렉스토어)		
	홈페이지	stoletov.ru		
	위치	모스크바 외		
	규모	매출액('22)	• 807억 루블(1조 2,194억 원) ¹⁷⁾	
		기타 규모	• 직원 수('22): 8,500명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 의약품, 유명 브랜드의 의료용 화장품, 식이 및 당뇨병 제품, 비타민 및 스포츠 영양 제품 제공 • 에르카팜(ERKAPHARM) 그룹에 소속된 H&B 드렉스토어 브랜드 • 온라인 사이트에서 제품을 주문하면 30분 후 오프라인 매장에서 구매 • 러시아 일부 지역에 배송 서비스 제공 • 2017년부터 '#I'll live 100 years' 챌린지를 시행하여 운동 목표 달성 이벤트에 참여 시 보너스 포인트를 제공하고 있음 • 2018년 제약 화장품 및 건강 보조 식품 분야에서 최초의 러시아 상 수상 			
매장정보	입점 가능 품목	• 의약품, 의약외품, 화장품, 위생용품, 비타민 및 건강보조식품 등		
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 건강기능식품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 오른쪽의 편지모양 아이콘 클릭 - 입점 희망 지점, 주제 카테고리 선택 - 담당자 성함, 전화번호, 이메일, 제안 내용 입력 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +7-495-788-11-00 		

자료: 닥터스톨도프(Doctor Stoletov)

사진 자료: 닥터스톨도프(Doctor Stoletov), 자유엠러시아(GUM Russia)

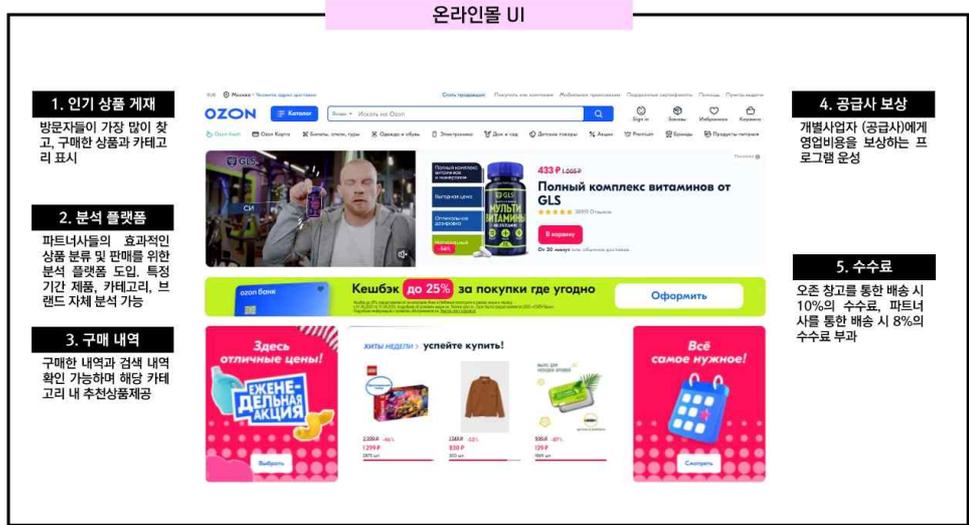
17) 모기업 에르카팜 그룹의 총매출액

2. 러시아 유산균 유통채널 ⑦ 오존

기업 기본 정보	기업명	오존(Ozon)			
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰			
	홈페이지	www.ozon.ru			
	규모	매출액('22)	• 2,771억 루블(4조 1,870억 원)		
		기타 규모	• 활성 고객 수('22): 3,700만 명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 2위 규모의 온라인 마켓플레이스 플랫폼 1998년 온라인 서점으로 시작하여 현재 러시아의 대표적인 이커머스 기업 중 하나로 손꼽히고 있음 2020년 포브스(Forbes)가 선정한 가장 가치있는 러시아 인터넷 기업 3위로 선정됨 				
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	바이오텔라(BioTela), 바이타밸런스(Vitabalance)		
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능		
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색		
주요 프로모션 정보					
	시간대별 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 직접 등록 - 다음 웹 주소에서 마켓플레이스에서 제품 판매, 공급업체 신청, 다른 판매자에 대한 판매 개발 지원 중 해당 항목 선택 (seller.ozon.ru) - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 개인 사업자 - TIN, 주소 및 지불 세부 정보를 입력 ② 법인 - TIN 및 결제 세부정보 ③ 자영업자 - TIN, 자선에 대한 정보 및 지불 세부 정보, 여권 사본 첨부 - 판매 방식 선택 - 비디오 지침 제공 (www.youtube.com/channel/UCUmXgYb4ex6zGjkRZsKQEca/featured) 문의사항 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +7-495-232-10-00 - 이메일: help@ozon.ru 			

자료: 오존(Ozon), 시밀러웹(Similarweb)
사진 자료: 오존(Ozon)

온라인몰 UI ①



방문자들이 가장 많이 검색하고 구매한 상품과 카테고리 표시
파트너사들의 효과적인 상품 분류 및 판매를 위한 분석 플랫폼 도입

온라인몰 UI ②



검색 시 인기순으로 기본 검색결과를 노출하며,
구매 페이지에서 제품 세부정보 제공, 유사 제품 및 다른 고객이 구매한 제품 추천

자료: 오존(Ozon)
사진 자료: 오존(Ozon)

2. 러시아 유산균 유통채널 ⑧ 와일드베리스

기업 기본 정보	기업명	와일드베리스(Wildberries)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.wildberries.ru	
	규모	매출액('22) • 2,332억 루블(3조 5,237억 원) 기타 규모 • 방문횟수(최근 1개월): 3억 4,290만 회 ¹⁸⁾	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 최대 규모의 온라인 마켓플레이스 플랫폼 2004년에 설립되어 현재 러시아의 대표적인 이커머스 기업에 해당 러시아 외 우크라이나, 벨라루스, 카자흐스탄, 폴란드 등 해외로 진출하였음 	

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	팜레전드(PharmLegend), 아트라이프(Артлайф)
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

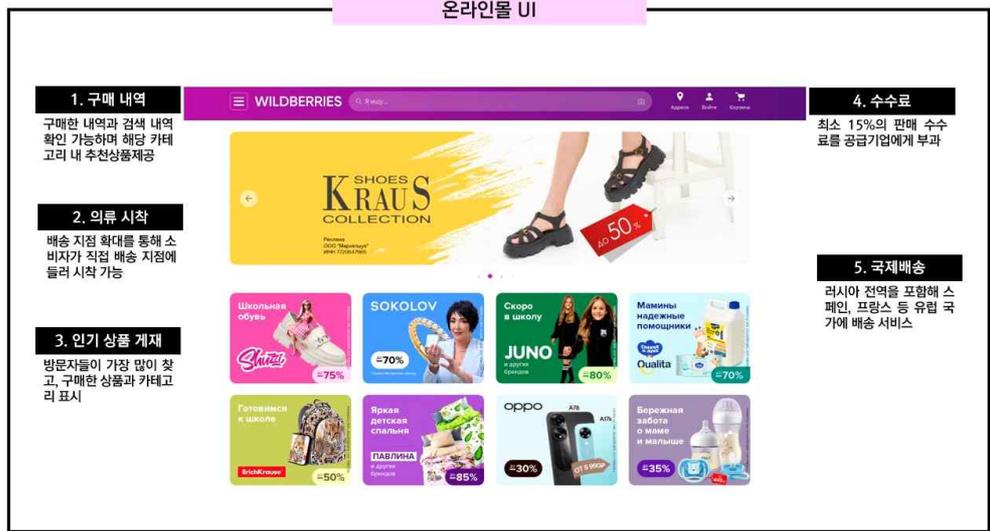
주요 프로모션 정보				
	카테고리별 프로모션 등 다양한 프로모션 상시 진행			

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> 포털 로그인 페이지 내 회원 가입 (필수) (suppliers.wildberries.ru/promo/partners) 파트너십 신청은 5단계로 이루어짐 <ol style="list-style-type: none"> 1) 견적서 작성 2) 협력 조건 확인 3) 상대방 설문지 양식 작성 4) 법적 문서 포털에 업로드 5) EDI(Electronic Data Interchange) 제출 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> 로컬 에이전트 소싱, 로컬 에이전트를 통한 등록 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소, 카테고리) ② 필수 법적 문서 (회사의 국가 등록 증명서, 세무 당국 등록 증명서, CEO 여권 사본, 참고 또는 사무실 임대 계약서 사본, 가격표 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 전화번호: +7-495-663-72-96 이메일: info-portal@wildberries.ru
-------------	---------------------	--

자료: 와일드베리스(Wildberries), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

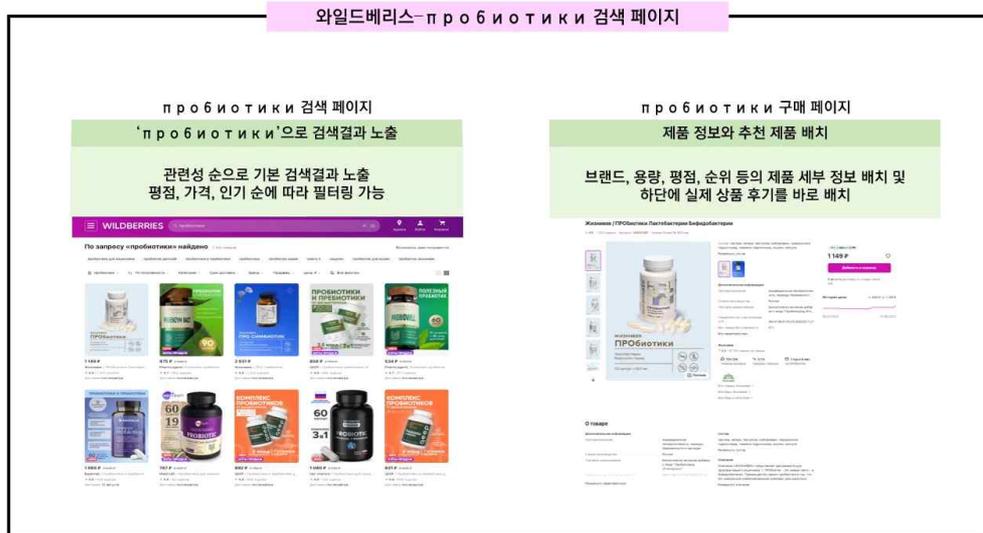
18) 자료: 스태티스타(Statista), 「Most visited online marketplaces worldwide as of April 2023, by monthly traffic.」, 2023.07

온라인몰 UI ①



구매 내역과 검색 내역을 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품 제공
러시아 전역을 포함해 스페인, 프랑스 등 유럽 국가 배송 서비스

온라인몰 UI ②



키워드 검색 시 관련성 순으로 기본 검색결과를 노출하며,
구매 페이지 내 제품 세부 정보와 제품 실제 후기를 배치

자료: 와일드베리스(Wildberries)

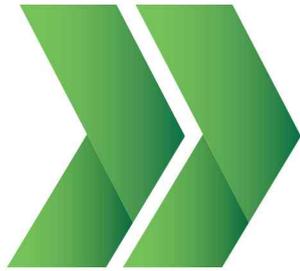
사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



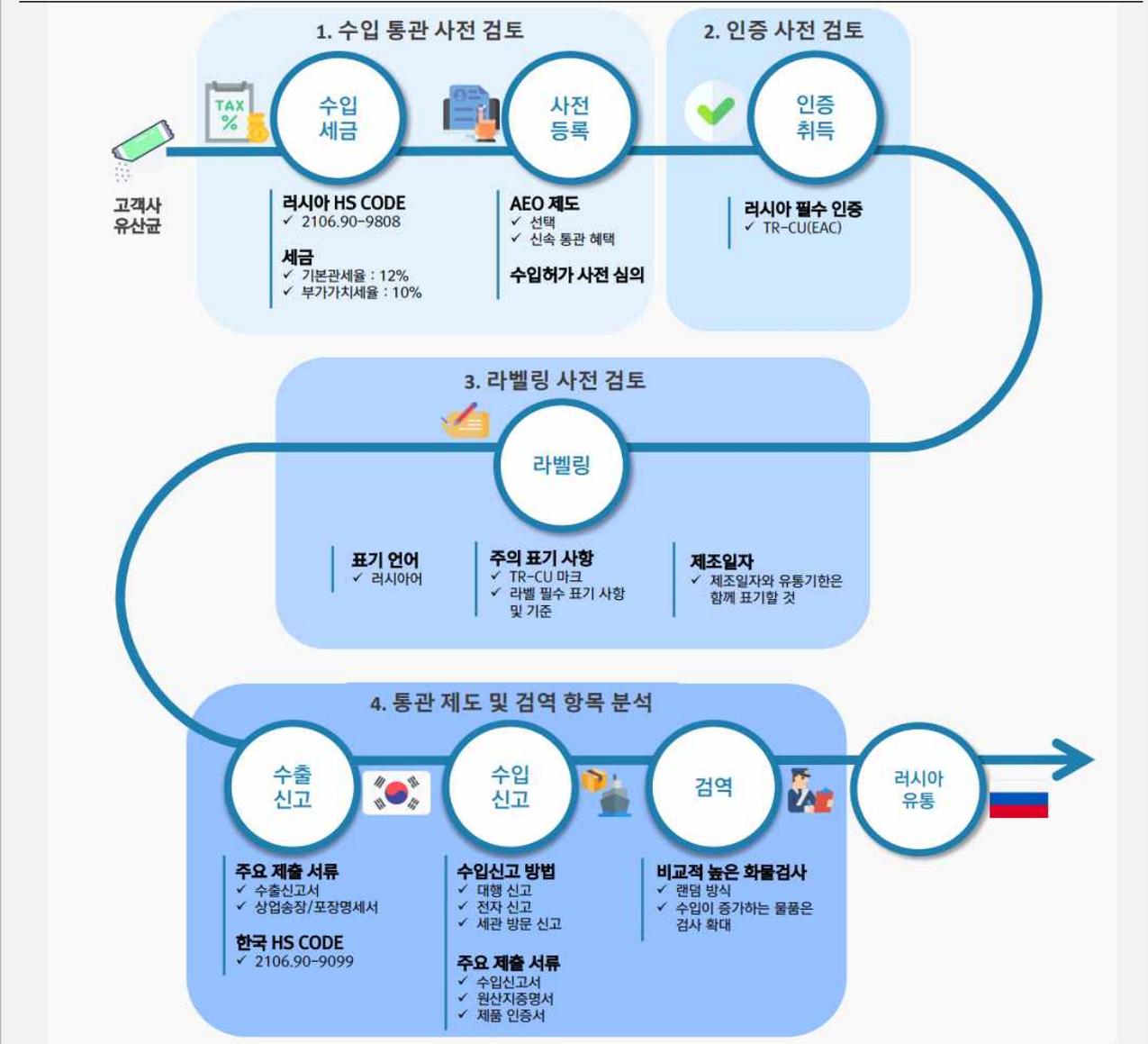
1. 러시아 유산균 통관 및 검역 절차
2. 러시아 유산균 품질 인증
3. 러시아 유산균 라벨링
4. 러시아 유산균 성분 및 유해물질

1. 러시아 유산균 통관 및 검역 절차¹⁹⁾

▶ 러시아 유산균 수출 시 통관 및 검역 주요사항

러시아로 식품 수출 시 통관 및 검역 절차는 하기 표와 같음. 러시아에서 식품을 유통하기 위해서는 ‘TR-CU(EAC)’ 인증을 반드시 취득해야 함. 또한, 러시아는 식품 수입 시 임의 화물검사가 비교적 높은 확률로 시행되므로 이에 대비할 필요가 있음

[표 5.1] 러시아 유산균 통관 검역 절차



자료: 관세청, 유라시아 경제위원회(EEC), KATI농식품수출정보, KOTRA

19) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

▶ 러시아 유산균 수출 시, 수입허가 사전 심의 필요

러시아로 수입되는 식품은 수입업자가 보건부 위생 및 전염병 검사국으로 식품위생 검사를 신청해 검사 증명서를 발급받은 후, 세관에서 증명서와 관세 납부 확인 후에 통관이 가능함. 한편, 러시아로 반입 시, 육상 반입은 2시간 전, 해상 반입은 6시간 전, 연방 세관에 사전 신고가 필요함. 러시아 연방 관세 위원회에 모든 서류 사본이 송부되고 연방 관세위원회의 승인을 받아야 최종 통관 결정이 내려지며, 그 후 반출이 가능함

[표 5.2] 러시아 식품검사 절차

<p>식품검사 절차</p>	<ul style="list-style-type: none"> 수입업자가 보건부 위생 및 전염병 검사국에 식품검사신청서 제출 보건부 위생 및 전염병 검사국에서 안전 인증서와 CU 인증서를 확인하여 보건부 위생 및 전염병 검사센터에 식품위생 검사를 요청함 서류 검사와 식품위생 검사가 진행됨 위생 및 전염병 검사국에서 적합, 부적합 판정 결정을 내림
<p>제출서류</p>	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 담당 세관에 운송 계약, 송장, 패킹 리스트를 첨부한 수입신고서 제출 출하원산지, 용량, 도착일, 가격을 표시한 구매자와 공급자 간의 계약서 물건이 저장될 장소 가공공장이나 도매업자가 물건을 받을 장소 포장목록, 선정방법을 표시한 화물계획 세관에 화물 가격을 표시하는 신고서
<p>인증서 목록</p>	<ul style="list-style-type: none"> 국가등록증명서(State Registration Certificate): 종전의 위생 증명서가 강화된 형태로 2010년 7월부터 발효되어 시행 중이며 일부 농식품의 경우 GOST-R을 발급받는 데 필요한 서류임. 사람이 직접 섭취하거나 접촉하는 제품에 대하여 인체에 해가 없다는 것을 증명하는 위생검사로 표본 테스트가 필요함. 국가등록 대상 품목은 러시아 연방 소비자 보호 기구에 등록해야 함. 국가등록증명서는 인증서 유효기간이 없고 발급일부터 제품 공급 또는 생산 중단일까지 사용 가능함. 국가등록증명서는 관세 동맹국에서도 모두 사용이 가능함 감정서(Expert Conclusion): 국가등록 대상 품목에 해당하지 않는 제품은 국가등록 증명서를 발급받을 필요가 없으며 위생 감독을 받아야 함. 해당 그룹의 식품은 통합 위생요구에 제품이 적합한지 확인해주는 감정서를 발급받게 됨. 감정서는 러시아 연방 소비자 보호 기구 또는 그 산하 지역 감독국에서 발급하며, 유효기간이 없고 발급일부터 제품 공급 또는 생산 중단일까지 관세동맹 전 영토에서 사용 가능함

자료: 유라시아 경제위원회(EEC), KATI농식품수출정보

[표 5.2] 러시아 식품검사 절차

인증서 목록	<ul style="list-style-type: none"> • 안전 인증서(Safety Certificate): 러시아 연방 기술표준청에서 발행하는 안전규격 인증서로, 강제인증과 자율인증으로 구분되는데 식품은 강제인증품목에 해당함. 러시아 연방 표준위원회는 해외에서 SGS, MERTCONTROL 등으로 인증 업무를 위임하고 있음²⁰⁾ • 원산지인증서 : 관세를 결정하는 데 이용되며, 인증서는 위생 인증서를 발급하는 국가 위생 역학 검사부처의 지역 사무소에서 발급받을 수 있음
통관 조치	<ul style="list-style-type: none"> • 적합 판정이 되면, 검사 증명서가 발급되며, 러시아 세관은 출하 가격에 따라 관세 입금을 증명하는 은행 서류 등을 확인하여 통관 조치를 함 • 부적합일 경우, 반송, 폐기, 재처리 등의 조치를 함

자료: 유라시아 경제위원회(EEC), KATI농식품수출정보

20) 수입이 지속적으로 진행되고 있는 품목은 하루 만에 확인증을 발급 받을 수 있으나, 신규 진출 품목은 통상 2주 정도 소요

2. 러시아 유산균 품질 인증

▶ 러시아 유산균, ‘TR-CU 인증’ 취득 필수

유라시아 경제위원회(EEC: Eurasian Economic Commission) 회원국인 러시아, 카자흐스탄, 벨라루스, 아르메니아와 키르기스스탄이 관세동맹으로 공동 인증체제를 도입하면서, 기존의 러시아 필수 인증이었던 GOST-R 인증에서 TR-CU(Technical Regulation of Customs Union) 인증으로 변경하고 있음. 현지 법인이 없는 경우, TR-CU 인증을 취득하기 위해 한국 대행기관과 연계된 러시아 현지 법인이나 현지 바이어가 그 역할을 대신할 수 있음. 식품의 경우에는 적합성 선언(DoC: Declaration of Conformity)을 통해 인증을 취득할 수 있음²¹⁾

[표 5.3] 러시아 유산균 TR-CU 인증 취득

인증명	취득 정보	
러시아 TR-CU(EAC) 인증	마크	
	인증기관	• 유라시아 경제위원회(EEC: Eurasian Economic Commission) ²²⁾
	유형	• 수출 시 필수
	인증 내용	<ul style="list-style-type: none"> • TR-CU 인증 취득 시에는 유라시아 공통 인증마크(EAC 마크)를 부착. TR-CU 인증 제품에 부착하는 마크를 EAC 마크로 칭함 • 식품과 관련된 12개 규정을 기반으로 적합성을 증명하여 TR-CU 인증을 취득함
	도입취지 및 근거규정	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자의 권리를 보호하고 저품질 제품의 수입을 피하기 위해 표준과 규범을 설정하여 인증을 실시하고 있음 • 기존의 러시아 인증제도였던 GOST-R 제도에서 2011년 12월 9일에 결정된 N880에 따라 2013년 7월 1일 도입에 식품 관련 규정이 도입됨 • 근거규정 <ul style="list-style-type: none"> - 식품안전 기술규정 채택에 대한 유라시아 경제연합 관세동맹 결정(CCC No.880, 2011.12.09.) (Решение КТС от 09.12.2011 No. 880)

출처: 러시아 후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare), KATI농식품수출정보

21) 적합성 선언(DoC)이란 신청자 스스로 제품이 유라시아 공통 기술규정기준에 부합함을 알리고 제품의 안정성과 관련된 모든 정보에 대한 책임을 지는 것으로, 일반적으로 서류심사 및 샘플 시험으로 인증 취득이 가능함

22) EEC 홈페이지(eec.eaeunion. org) 참조

[표 5.3] 러시아 유산균 TR-CU 인증 취득

러시아 TR-CU(EAC) 인증	적용 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 곡물, 일반 식품, 야채 및 과일, 지방 및 유제품, 다이어트 식품을 포함한 특정 유형 식품, 식품첨가물, 향료, 우유 및 유제품, 육류 및 육류제품, 어류 및 어류제품, 생수, 광천수, 주류 • TR-CU 021/2011 규정 및 기타 11개의 식품 관련 규정은 가공식품에만 해당되며, 비가공 제품의 경우에는 발행되지 않음 • 연체동물 생해산물 생산자 식품은 DoC 대상이 아닌, 국경에서 수의학 증명서(Veterinary Certificate) 발행 대상임. 수의학 증명서는 수입자가 직접 발행해야 하며, 러시아 정부 기관 (Rosselkhoz nadzor)에 사전에 등록되어 있어야 함
	취득방법	<ul style="list-style-type: none"> • 유라시아경제연합(EAEU: Eurasian Economic Union)에 소재한 시험기관 및 인증기관을 통해 취득이 가능함 • TR-CU 인증은 권한을 위임받은 시험기관 및 공인인증기관에 의해서만 발급되며 유라시아경제연합에 속한 국가 내에만 해당 기관이 존재하며, 국내에서는 국내지사 또는 대행기관을 이용해야 함
	타국가 통용여부	<ul style="list-style-type: none"> • 러시아, 카자흐스탄, 벨라루스, 아르메니아, 키르기스스탄 내에서 통용됨
	소요기간	<ul style="list-style-type: none"> • 인증서 준비 및 발행 약 2~3주 소요(샘플 발송기간 제외)
	유효기간	<ul style="list-style-type: none"> • 유효기간에 따라 단일(ONE-SHIPMENT) 인증과 연속(SERIAL PRODUCTION) 인증으로 구분할 수 있음 • 단일인증은 제품 1개의 배치에 해당되며, 계약서에 명시된 기간까지만 유효하므로 일회성 계약에 적합하며 인증서는 수출업체 및 수입업체 간 계약서를 바탕으로 발행됨 <ul style="list-style-type: none"> - 수출업체는 실질적인 수출업체 또는 제조업체를 의미하며 수입업체는 관세동맹국 내 등록된 현지법인 또는 지사 등을 포함함 • 연속인증은 수출이 지속될 것으로 예상되거나 다수의 딜러 또는 수입업자와 거래할 것으로 예상되는 경우 적합하며, 1년에서 5년까지 유효함
	인증비용 (등록비용)	<ul style="list-style-type: none"> • 인증기관별 상이

출처: 러시아 후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare), KATI농식품수출정보

[표 5.3] 러시아 유산균 TR-CU 인증 취득

러시아 TR-CU(EAC) 인증	인증 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 적합성 선언서 초안 준비(신청자) <ul style="list-style-type: none"> - 적합성 선언서는 제조사 및 EEU 국가 영토의 대리인이나 제조업체 현지 법인과 직접 등록하거나, 인증기관을 통한 인증 등록으로 준비 가능함 • 인증서 발행에 필요한 자료 준비(신청자, EEU 영토에 승인된 시험소) <ul style="list-style-type: none"> - 제조사 및 신청자 간의 계약서 - 해당 규정을 준수함을 입증 가능한 자료 - 제품 샘플에 대한 시험성적서 • 해당 서류를 인증기관에 제출하거나 러시아 인증을 위한 연방 서비스 (FSA: Federal Service for Accreditation) 사이트(pub.fsa.gov.ru)에 직접 등록 진행(신청자, 인증기관) • 서류 평가 수행(인증기관, FSA) • 인증서 발행 또는 거부(FSA)
	필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 인증 취득 시, 현지에 사업자등록증이 있는 러시아 대리인이나 제조업체 현지 법인이 있어야 하며, 대리 위임장을 제출할 수 있음 • 모든 서류는 러시아어로 작성되어야 함 • (필수 서류) <ul style="list-style-type: none"> - TR-CU 인증 신청서 - 국/영문 제조사 정보(회사명, 주소, 연락처, 메일 주소 등) - 제품 정보(HS CODE, 제품명 국/영문, 필요 시 러시아어 제품명, 브랜드명) - 제품 시험 성적서 - 대리인 계약서(승인된 대리인이 별도로 있을 경우) • (추가 서류) <ul style="list-style-type: none"> - HACCP, 기타 식품 관련 인증서 또는 시험 성적서 - 단일인증(One-shipment)을 위한 러시아 수입업체와의 계약서 사본

출처: 러시아 후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare), KATI농식품수출정보

▶ 러시아 유산균 제품 권장 인증 사항

2020년 1월 1일부터 러시아로 수출하는 제조업체들은 적합성 인증서가 있는 경우에만 ‘유기농’ 마크를 표기할 권리가 있음. 적합성 인증서는 러시아 연방 승인청(FSA: Federal Service for Accreditation) 및 러시아 품질관리원(Roskachestvo))이 인증한 기관의 검증을 거쳐 발급됨. 따라서 ‘그린’, ‘에코’, ‘바이오’와 같은 단어를 제품 포장에 사용하려는 기업들은 해당 제품의 적합성 인증서를 취득해야 함. 또한, GOST R 70401-2022 ‘할랄 식품 생산 프로세스, 할랄 식품에 대한 일반 요구사항’에 따라 러시아로 식품 수출 시 할랄 인증을 취득하여 활용할 수 있음. 이와 별개로, 제품 생산 안전 인증과 관련된 글로벌 인증도 취득해 활용할 수 있음

[표 5.4] 러시아 유산균 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
HALAL	할랄 인증	러시아 인증	러시아 품질관리원 할랄 센터	

자료: 각 인증기관

3. 러시아 유산균 라벨링²³⁾

[표 5.5] 러시아 유산균 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 구분이 가능하도록 명확한 명칭을 사용할 것 • 특수가공 처리된 제품의 경우 해당 명칭을 제품명에 포함하거나 유사한 용어를 사용할 것 • 향미증진제를 함유하는 경우 해당 내용을 표시할 것
	2. 식품 성분	<ul style="list-style-type: none"> • 성분의 양이 많은 것부터 순서대로 기재할 것 • 복합 성분이 포함된 경우 해당 내용은 괄호로 기재할 것
	3. 식품 용량	<ul style="list-style-type: none"> • 용량 및 중량의 단위는 ml, cl, l, g, kg으로 표기할 것
	4. 제조일자	<ul style="list-style-type: none"> • 제조일자와 유통기한은 함께 표기할 것
	5. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> • 유통기한이 72시간 미만인 경우: 시간, 일, 월 • 72시간에서 3개월인 경우: 일, 월, 년 • 3개월 이상인 경우: 월, 년 또는 일, 월, 년
	6. 보관 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 제조사가 제시하는 보관방법 또는 EAEU의 표준에 따른 보관방법을 작성할 것 • 제품 개봉 이후 제품의 안전성이나 그 품질에 변화가 초래되는 경우, 개봉 후 보관방법에 대해 작성할 것
	7. 제조자/수입자	<ul style="list-style-type: none"> • 제조사의 등록된 공식적인 상호명을 사용할 것 • 여러 업체에 의해 제조된 경우 업체 정보를 모두 기입할 것 • 제 3국에서 생산된 경우 해당 제조사에 대한 정보도 표기할 것
	8. 권고사항 및 제한사항	<ul style="list-style-type: none"> • 권고사항이나 제한사항이 없는 경우, 섭취가 어렵거나 소비자의 건강에 영향을 미치는 경우, 또는 식품의 성분이 손상될 수 있는 경우 권고사항이나 제한사항을 표기해야 함

자료: 유라시아 경제위원회(EEC)

23) 2023년 10월 1일부터 건강보조식품 제조업체들은 체스니즈냐크(Chestniy ZNAK) 라벨링 제도에 의해 제품에 의무적으로 라벨링 코드를 부착해야 함

[표 5.5] 러시아 유산균 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	9. 영양정보	<ul style="list-style-type: none"> • 열량(칼로리), 단백질, 지방, 탄수화물, 비타민, 미네랄 양의 정보를 표기해야 함 • 관세동맹의 품목별 규정에서 별도 규제가 없을 시에는 향미증진제, 껌, 커피, 천연 미네랄워터, 병포장 생수, 식품첨가물, 신선농수산물, 맛소금, 향료, 양념, 식초, 차 등은 표기하지 않아도 됨 • 식품 영양값은 100g, 100ml 또는 1인분 기준으로 표기할 것
	10. GMO 정보	<ul style="list-style-type: none"> • GMO 함유량이 0.9% 이상인 식품은 ‘유전자변형식품(Genetically modified products)’, ‘유전자변형물질에서 나온 식품(Products obtained from genetically modified organisms)’, ‘유전자변형물질을 포함하고 있음(The product contains components of genetically modified organisms)’이라는 문구를 기재해야 함
	11. EAC 마크	<ul style="list-style-type: none"> • 사각형의 형태로 밝거나 대조가 뚜렷한 배경에 3개의 철자 ‘E’, ‘A’, ‘C’를 합하여 ‘EAC’로 표기할 것 • 유라시아 적합성을 의미해야 함 • 제품이 관세동맹국 기술규정의 안전요건에 적합하다는 검증 절차를 통과했을 경우에만 사용 가능함 <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  </div>
	12. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 러시아어로 표기해야 함

자료: 유라시아 경제위원회(EEC)

▶ 러시아 유산균 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[옆면 라벨링]

[앞면 - 러시아어]

[앞면 - 국문]

- ① Нормобакт L
- ② Биологически активная добавка к пище
- ③ пробиотик + пребиотик
- ④ Lactobacillus rhamnosus GG + фруктоолигосахариды
- ⑤ 30 г (10 саше по 3 г)

- ① 노르모박트 L(제품명)
- ② 건강 식품 보조제(식품첨가제)
- ③ 프로바이오틱스 + 프리바이오틱스
- ④ 락토바실러스 람노수스 GG + 과일올리고당류
- ⑤ 30g(10개 스틱 * 3g)

[뒷면 - 러시아어]

[뒷면 - 국문]

- ① Нормобакт L – это сочетание пробиотиков(живые молочнокислые бактерии Lactobadillus rhamnosus GG) и пробиотиков(фруктоолигосахариды), которое продолжает период жизни (полезных) бактерий и значительно уводитчивает их количеств

- ① 노르모박트 L은 프로바이오틱스(살아있는 유산균 락토바실러스 람노수스 GG)와 프리바이오틱스(프락토올리고당)의 조합이며, 박테리아의 수명을 연장하고 그 수를 크게 증가시킵니다.

- ② СОСТАВ НА 1 САШЕ(3 г):
мальтодекстриң,
лиофилизированные
молочнокислые бактерии
- ③ Область применения:
нормобакт L рекомендуется в качестве биологически активной добавки к пище как источник пробиотических микроорганизмов для пополнения бактериальной флоры кишечника :
- в период антибиотикотерапии, а также в течение 2-3 недель после прекращения применения антибиотиков
- в пути при изменении климатической зоны, когда в ЖКТ могут произойти изменения в составе микрофлоры
- при кишечных расстройствах, в том числе вызванных ротавирусной инфекцией.
- ④ Рекомендации по применению:
Дети от 1 месяца до 3 лет – по 1 саше в день во время еды
Для детей младше 3 лет содержимое саше перед применением следует растворить в достаточном количестве жидкости для детей, находящихся на грудном вскармливании, содержимое саше перед применением следует растворить в сцеженном грудном молоке. продолжительность применения Нормобакта L может составлять 2-3 недели
Нормобакт L принимают сразу же после растворения в жидкости.

- ② 1 스틱당(3g) 성분:
말토덱스트린, 동결건조 유산균
- ③ 적용 범위:
노트모박트 L은 장내 총 세균을 보충하기 위한 프로바이오틱스 공급원으로서 생물학적 활성 식품보충제로 권장됩니다:
- 항생제 치료 기간 중 및 항생제 사용 중단 후 2-3주 이내
- 기후 지역이 바뀔 때, 도중에 위장관에서 미생물 총 구성의 변화가 발생할 수 있습니다.
- 장 질환이 있는 경우, 로타바이러스 감염으로 인한 것을 포함합니다.
- ④ 복용 권장 사항:
생후 1개월에서 3세 사이의 어린이 – 하루에 1포씩 식사와 함께 섭취하세요. 3세 미만의 어린이의 경우 모유 수유 어린이를 포함해 봉지의 내용물을 충분한 양의 액체에 녹여야 하며, 봉지의 내용물은 사용하기 전에 병에 따로 옮긴 모유에 녹여야 합니다. Normobact L 투여 기간은 2-3주일 수 있습니다. Normobact L은 액체에 녹인 후 즉시 섭취해야 합니다.

- ⑤ Дети старше 3 лет и взрослые – по 1-2 саше в день во время еды. Содержимое саше перед применением следует растворить в воде, йогурте или молоке. Продолжительность применения в среднем составляет 10-14 дней. В периоде и после окончания курса лечения антибиотиками продолжительность применения Нормобакта L может составлять 2-3 недели. Нормобакт L принимают сразу же после растворения в жидкости.

⑥ Не превышать рекомендуемую суточную дозу. Не превышать рекомендуемую суточную дозу. Не применять в качестве основного источника питания. Нормобакт L не содержит белков коровьего молока, лактозу, глютен и сахарозу, поэтому может применяться у лиц, страдающих непереносимостью этих веществ.

⑦ Биологически активная добавка к пище. Не является лекарственным средством. Без ГМО.

⑧ Противопоказания: Индивидуальная непереносимость компонентов БАД.

⑨ Форма выпуска: По 3 г порошка в саше. По 10 саше в картонную пачку вместе с листком-вкладышем.

⑤ 3세 이상의 어린이와 성인의 경우 - 식사와 함께 하루 1-2포씩 섭취합니다. 내용물은 사용 전에 물, 요거트 또는 우유에 용해하여 섭취해야 합니다. 평균 섭취 기간은 10-14일입니다. 항생제 치료 중 또는 항생제 치료 이후의 경우 2-3주의 섭취 기간을 권장합니다. 액체에 녹인 직후 섭취해야 합니다.

⑥ 일일권장량을 초과하지 마십시오. 식사 대용으로 복용하지 마십시오. 락토스, 유당, 글루텐, 사카로오스 등이 불포함되어 있으므로 유당불내증 환자도 복용이 가능합니다.

⑦ 의약품이 아닌 건강보조식품이고, GMO 무첨가 제품입니다.

⑧ 주의사항: 개인 신체 특성상 과민 반응을 일으킬 수도 있습니다.

⑨ 제품 형태: 1개의 스틱에 담긴 분말 3g, 1박스에 10개의 스틱이 들어있습니다.

пищевая ценность	100g	дневная порция: 1 саше (2 саше)
углевод	72.00g	2.16g (4.32g)
пищевая волокна (фруктоолигосахариды)	26.67g	0.80g (1.6g)
белки	1.33g	0.04g (0.08g)
жиры	0g	0g
Энергетическая ценность	1444.1 кДж / 346.7 ккал	43.4 кДж / 10.4 ккал (86.8 кДж / 20.8 ккал)

영양성분	100g	일일섭취량: 1포(2포)
탄수화물	72.00g	2.16g (4.32g)
섬유질 (올리고당류)	26.67g	0.80g (1.6g)
단백질	1.33g	0.04g (0.08g)
지방	0g	0g
총 열량	1444.1kJ / 346.7kcal	43.4kJ / 10.4kcal (86.8kJ / 20.8kcal)

[옆면 - 러시아어]

- ① Нормобакт L
- ② Биологически активная добавка к пище
- ③ пробиотик + пребиотик
- ④ Условия хранения:
Хранить в оригинальной упаковке при температуре не выше 25°C в недоступном для детей месте.
- ⑤ Производитель: Мастер Фарм АО
ул. Версальска 8, 91-203
лодзь, Польша для фармацевтического завода
Польфарма АО, 83-200
Староград Гданьски, Польша.
- ⑥ Организация, уполномоченная принимать претензии потребителя / Импортёр:
АО Химико - Фармацевтический комбинат (АКРИХИН)
142450 московская область, Ногинский район,
г. Старая Купавна, ул. Кирова, д. 29
Телефон: (495) 702-95-03
- ⑦ Polpharma

[옆면 - 국문]

- ① 노르모박트 L
- ② 건강 식품 보조제(식품첨가제)
- ③ 프로바이오틱스 + 프리바이오틱스
- ④ 보관 방법:
어린이의 손이 닿지 않는 곳에 보관하십시오. 25도 이하의 온도에서 밀봉 상태로 보관하십시오.
- ⑤ 제조업체:
Master Pharm SA, st. Versalska 8, 91-203 Lodz, 폴란드 제약 공장
Polpharma SA, 83-200 Starograd Gdanski, 폴란드.
- ⑥ 소비자 불만 접수 기관 / 수입업체:
JSC Himiko - Pharmaceutical Plant "AKRIKHIN" 142450 모스크바 근교 노긴스키 지역, 스타라야 쿠파브나, 키로바 거리, 29
전화: (495) 702-95-03
- ⑦ 폴파마(브랜드명)

4. 러시아 유산균 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

러시아의 식품첨가물 규정은 ‘관세동맹 기술규정 TR-CU 029/2012 식품첨가물, 향료, 가공보조제 안전규정’에 따라 시행됨. 이 규정은 사용 가능한 첨가물과 허용 한도, 사용 불가능한 첨가물 등을 규제함. 식품첨가물 사용이 해당 규정에 부합하지 않을 시 제품에 EAC 마크 부착이 불가하며, 해당 제품을 시장에 유통할 수 없음. 고객사 유산균에 적용되는 식품첨가물 기준의 일부는 하기 표와 같음. 더욱 자세한 식품첨가물 기준은 해당 관세동맹 기술규정 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.6] 고객사 유산균에 적용되는 러시아 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	디아세틴 (글리세릴 디아세테이트)	diacetin (glyceryl diacetat)	TD 기준 ²⁴⁾ : 3 g/kg (향료: 1 g/kg (크림 리큐어를 제외한 음료용 프로필렌글리콜))	모든 식품
2	프로필렌 글리콜	propylene glycol		
3	트리에틸 시트르산	triethyl citrate		
4	암모늄 인산염	ammonium phosphates	10 g/kg	모든 식품: 건조, 분말
5	뼈 인산염	bone phosphate		
6	칼슘 인산염	calcium phosphates		
7	이인산염	diphosphates		
8	마그네슘 인산염	magnesium phosphate		
9	인산	phosphoric acid		
10	폴리인산염	polyphosphates		

자료: 러시아 관세동맹 기술규정, KATI농식품수출정보

24) 해당 식품첨가물의 사용기준을 제조업체의 기술사양을 따른다는 의미로 제조업체에서 정한 식품첨가물, 향신료, 가공보조제 규정 등의 사용기준을 포함하며, 기술 효과를 이루는데 반드시 필요한 양을 초과하지 않는다는 의미입니다.

[표 5.6] 고객사 유산균에 적용되는 러시아 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
11	칼륨 인산염	potassium phosphates	10 g/kg	모든 식품: 건조, 분말
12	나트륨 인산염	sodium phosphates		
13	삼인산염	triphosphates		
14	폴리옥시에틸렌 (20) 소르비탄 모노라우레이트	polyoxyethylene (20) sorbitan monolaurate	1 g/kg	모든 식품: 오일 기반 향신료 및 액상훈연 향미료 포함
15	폴리옥시에틸렌 (20) 소르비탄 모노올레이트	polyoxyethylene (20) sorbitan monooleate		
16	폴리옥시에틸렌 (20) 소르비탄 모노팔미테이트	polyoxyethylene (20) sorbitan monopalmitate		
17	폴리옥시에틸렌 (20) 소르비탄 모노스테아레이트	polyoxyethylene (20) sorbitan monostearate		
18	폴리옥시에틸렌 (20) 소르비탄 트리스테아레이트	polyoxyethylene (20) sorbitan tristearate		
19	β -사이클로덱스트린	β -cyclodextrin	TD 기준 적용	모든 식품: 정제식품
20	에리스리톨	erythritol		모든 식품: 청량음료 제외

자료: 러시아 관세동맹 기술규정, KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

러시아는 아스파탐 및 아스파탐-아세실팜 염에 대한 정보를 제외하고, 기타 알레르기 특성에 대한 정보는 식품 라벨에 표시할 필요가 없음. 다만, ‘식품 제조 시 구성을 표시한 후 페닐알라닌 공급원을 함유함’이라는 문구를 표시해야 함. 또한, 곡류 성분을 함유한 식품의 경우, 글루텐을 함유한 곡류 성분을 사용하지 않았거나 글루텐을 제거한 경우에는 제품의 구성 성분을 표시한 후 ‘글루텐을 함유하지 않음’이라고 표시할 수 있음

[표 5.7] 러시아 알레르겐 성분 정보

순번	표시 의무 여부	대상
1	권장	땅콩
2	의무	아스파탐과 아스파탐-아세실팜염
3	권장	겨자
4	권장	이산화황, 황산염(kg 혹은 L당 10mg 이상인 경우)
5	권장	글루텐 및 글루텐을 함유한 곡물
6	권장	깨
7	권장	루핀
8	권장	조개류
9	권장	우유
10	권장	견과류
11	권장	갑각류
12	권장	어류(비타민 및 카로티노이드에 함유된 어류 젤라틴 제외)
13	권장	셀러리
14	권장	콩
15	권장	달걀

자료: 유라시아 경제위원회(EEC)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 러스키코르니(Russkie Kornj)
2. 바이오메디카(BioMedika)
3. 잘리마켓(Zally Market)

Interview ①

25)



러스키코르니(Russkie Korni)
Sales Manager

러스키코르니
(Russkie Korni)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2011년 설립
 - 수입유통업체 및 소매/도매업체
 - 주요 수입국으로는 독일, 폴란드
 - 온라인 유통채널 존재

담당자 정보

Sales Manager

Q. 최근 러시아에서 일반 유산균 제품의 소비와 관련된 동향이나 이슈가 있다면 무엇인가요?

지난 5년간 러시아 내 유산균 섭취량이 증가하고 있으며, 향후 10년간 지속적으로 증가할 것으로 예상합니다. 현재 러시아인들은 위장 문제, 스트레스, 영양 불균형 등의 문제를 겪는 사람들이 많으며, 이에 의사들이 유산균 섭취를 권장하고 있기 때문입니다.

Q. 최근 러시아에서 유아용 유산균 제품 소비와 관련된 동향이나 이슈가 있다면 무엇인가요?

유아용 유산균 제품 소비에 관한 큰 변화나 추세는 없었습니다. 그러나 의사와 부모들은 3세 이상의 아이들에게 유산균을 주는 것을 선호하는 편입니다.

Q. 고객사는 발효홍삼이 함유된 유산균 제품과 유아용 스틱형 유산균 제품을 판매하고 있습니다. 제품별로 소비자들의 수요는 어떻게 되나요?

러시아 소비자들도 홍삼의 장점을 알고 있고, 강장제로서의 성분과 비타민 등의 성분이 널리 알려졌지만, 아이들이 홍삼을 먹어야 하는지에 대해서는 이견이 있는 편입니다. 15세 미만의 아이나 기타 질병을 앓고 있는 아이들이 식물이나 뿌리의 성분을 섭취해서는 안 된다는 의견이 존재합니다.

Q. 현재 러시아에서 인기 있는 유아용 유산균 브랜드가 있다면 브랜드명과 그 인기 이유를 함께 알려주실 수 있을까요?

가장 유명한 브랜드로는 M사가 있습니다. 해당 브랜드는 가격 및 품질이 뛰어나 부모들 사이에서 인기가 있으며, 많은 의사들이 실제로 해당 제품 섭취를 권장하고 있습니다. 또 다른 브랜드로는 B사가 있으며, 신생아부터 섭취가 가능한 것으로 유명합니다.

Q. 경쟁사 유아용 유산균 제품과 비교하여 고객사 제품의 장점과 단점은 무엇인지 알려주세요.

고객사 제품의 장점으로는 신뢰도가 높은 한국 제약사 제품이라는 점, 러시아인들도 이미 알고 사용하는 회사의 제품이라는 것입니다. 반면, 단점으로는 다수의 소비자를 사로잡기에는 어려운 독특한 맛을 꼽을 수 있습니다.

Q. 경쟁사의 마케팅 전략은 어떠한가요?

대부분은 러시아에 공식적인 자회사를 설립하여 현지 시장에 홍보하고 있으며, 약사와 의사를 통해 이벤트, 프로모션 등을 진행합니다. 또한 경쟁사들은 제품을 약국뿐만 아니라 다양한 온라인 상점, 뷰티스토어, 오존, 와일드베리 등 현지 대형 전자상거래 플랫폼 등에서 판매하고 있습니다. 이는 곧 소비자들의 접근성이 뛰어나고, 인지도 향상에 이바지할 것입니다.

Q. 현재 러시아에서 인기 있는 일반 유산균 브랜드가 있다면 브랜드명과 그 인기 이유를 함께 알려주실 수 있을까요?

크랜베리는 유산균과 보충제 등에 많이 쓰이는 원료 중 하나로, P사에서 해당 원료를 사용한 유산균 제품을 판매하고 있습니다. 살구가 건강에 좋다는 의견도 있어 유산균 제품에 활용되고 있습니다.

Q. 경쟁사 일반 유산균 제품과 비교하여 고객사 제품의 장점과 단점은 무엇인지 알려주세요.

건강에 효과적인 성분이 많이 들어있다는 기대를 소비자들이 고객사 제품에 갖고 있습니다. 이 기대심리로 인해 제품을 구매하는 경우가 생길 수 있는 것은 큰 장점입니다. 하지만 단점으로는, 러시아 현지 제품 대비 고객사 제품의 가격이 높아 가격 경쟁력은 떨어질 수 있다는 점이 있습니다.

Q. 고객사 일반 유산균 제품의 가격, 중량, 홍보문구에 대한 제품 피드백을 부탁드립니다.

충분한 개수인, 60포가 들어있기에 제품의 양은 좋아 보입니다. 제품의 중량도 괜찮습니다. 가격은 일부 현지 제품이 15~17달러라는 것과 비교한다면 비싼 편입니다. 홍보문구에는 한국산 및 인삼 성분 함유 내용을 추가할 것을 추천합니다.

Q. 고객사 유아용 유산균 제품의 가격, 중량, 홍보문구에 대한 제품 피드백을 부탁드립니다.

포의 개수 및 무게는 좋은 것 같습니다. 가격은 현지 제품 대비 다소 비싸 보이지만 중상위 소득의 프리미엄 고객을 겨냥한다면 괜찮을 것으로 보입니다. 한국 제품임을 강조하고, 아동 섭취에 안전하다는 문구를 추가한다면 더욱 매력적으로 보일 것입니다.

Q. 고객사 유산균 제품 등의 건강기능식품의 추천 유통채널은 무엇인가요?

유산균과 같은 제품은 의약품으로 분류되지 않고, 일반 상점에서도 판매할 수 있습니다. 따라서 상대적으로 진입장벽이 높은 약국, 드럭스토어 뿐만 아니라, 온라인 매장과 같은 가능한 모든 판매 경로를 사용하는 것이 판매에 효과적일 것입니다.

Q. 고객사 유산균 제품을 홍보하기에 적합한 소비자층은 무엇인가요?

프리미엄 고객층을 공략할 것을 권장합니다. 다소 높은 가격 때문에 러시아 평균 소득보다 낮은 고객들은 가격이 저렴한 경쟁사 제품을 선택할 것이고, 프리미엄 고객들은 구매 능력이 있을 뿐만 아니라, 인삼의 효능에 대해 더 잘 알고 있습니다.

Q. 러시아에서 고객사 유산균 제품을 홍보할 때 효과적인 마케팅 채널 및 전략은 무엇인가요?

인플루언서를 활용한 프로모션을 진행하여 브랜드 인지도를 높이고, 판매 채널을 다각화할 수 있습니다. 또한, 유아용 제품을 작은 크기의 묶음으로 제공하여 제품을 알릴 수 있습니다.

Interview ②

26)



바이오메디카(BioMedika) Sales Manager

바이오메디카 (BioMedika)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 2008년 설립
 - 소매/도매업체 및 유통업체
 - 온/오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Sales Manager

Q. 최근 러시아에서 일반 유산균 제품의 소비와 관련된 동향이나 이슈가 있다면 무엇인가요?

최근 러시아에서는 소비자들이 건강한 생활습관에 관심을 보이고, 영양습관과 전반적인 생활을 건강한 습관으로 바꾸고 있습니다.

Q. 최근 러시아에서 유아용 유산균 제품 소비와 관련된 동향이나 이슈가 있다면 무엇인가요?

유아용 유산균도 이와 마찬가지로 신생아부터 유산균 섭취를 권하는 경우가 많습니다. 실제로 신생아부터 유산균 섭취를 권장하는 소아 병원도 있습니다.

Q. 고객사는 발효홍삼이 함유된 유산균 제품과 유아용 스틱형 유산균 제품을 판매하고 있습니다. 제품별로 소비자들의 수요는 어떻게 되나요?

고객사 제품은 10대 이상에게 알맞은 제품이라고 생각합니다. 고객사 제품만의 특정 맛을 보유하고 있기에 해당 연령 이하의 아이들이 섭취하기에는 무리가 있어 보입니다. 러시아 부모들은 보통 아이들에게 해당 맛을 피하고자 달콤한 젤리류의 비타민이나 캡슐, 시럽을 구매합니다.

Q. 현재 러시아에서 인기 있는 유아용 유산균 브랜드가 있다면 브랜드명과 그 인기 이유를 함께 알려주실 수 있을까요?

유아용으로 인기 있는 유산균 브랜드로는 L사가 있으며, 장내 안정화 제품으로 유명합니다. 다른 인기 유산균으로는 S사가 있으며, 해당 제품들은 의사들도 주로 권장하는 제품입니다.

Q. 경쟁사 유아용 유산균 제품과 비교하여 고객사 제품의 장점과 단점은 무엇인지 알려주세요.

고객사 제품의 장점은 가격과 다양한 유통 경로가 있습니다. 현재 저희가 제공하고 있는 제품보다 두 배 가량 저렴하며, 약국과 같은 다양한 경로를 통해 판매할 수 있는 유통 경로가 있다는 점은 큰 장점으로 작용합니다. 하지만 단점으로는 브랜드 인지도가 낮다는 점입니다. 고객사는 소비자들에게는 다소 생소한 브랜드로, 앞서 언급한 L사와 같은 브랜드 대비 인지도가 다소 낮은 편입니다.

Q. 경쟁사의 마케팅 전략은 어떠한가요?

앞서 언급한 L사 및 S사는 마케팅 활동을 거의 하지 않습니다. 대신, 환자들을 대상으로 홍보할 수 있는 행사 참여, 학회 참여를 통한 정보 교류를 통해 브랜드의 인지도를 높이며 회사의 성장을 도모하는 전략을 펼치고 있습니다.

Q. 고객사 일반 유산균 제품의 가격, 중량, 홍보문구에 대한 제품 피드백을 부탁드립니다.

유사 제품의 표준 중량 및 부피가 60포이므로 괜찮아 보입니다. 가격은 다른 현지 제조 유산균에 비해 높은 것 같습니다. 러시아 소비자들은 한국산 제품에 대한 좋은 인식이 있습니다. 따라서 해당 문구를 추가할 것을 권장합니다.

Q. 고객사 유아용 유산균 제품의 가격, 중량, 홍보문구에 대한 제품 피드백을 부탁드립니다.

가격은 확실히 평균 시장 가격보다 높아 소비자들이 거부감을 느낄 수 있습니다. 무게는 괜찮지만, 부피는 조금 큰 것 같습니다. 마케팅 문구는 성인용 제품을 메인으로 홍보하는 것이 전략적으로 보았을 때, 좋을 것 같습니다. 성인들을 끌어들이는다면, 이들의 자녀를 위한 유아용 제품까지 구매할 가능성이 크기 때문입니다.

Q. 고객사 유산균 제품 등의 건강기능식품의 추천 유통채널은 무엇인가요?

고객사 제품은 대형 뷰티 전문점인 골든애플(Golden Apple)을 비롯한 다양한 경로를 통해 유통할 수 있습니다. 골든애플은 뷰티 전문점이지만 건강기능식품 및 다양한 유산균도 판매하고 있기 때문입니다. 또한, 아시아 제품들은 아시아 매장에서 주로 판매되기 때문에 아시아 전문 매장을 통한 유통 역시 고려할 수 있습니다.

Q. 고객사 유산균 제품을 홍보하기에 적합한 소비자층은 무엇인가요?

중상위 소득 중년 세대를 공략할 것을 권장합니다. 이들은 활동적인 생활습관을 지니고 있으며, 미용 및 건강 관리에 관심 있는 소비자층입니다.

Q. 러시아에서 고객사 유산균 제품을 홍보할 때 효과적인 마케팅 채널 및 전략은 무엇인가요?

현재 인지도를 높일 수 있는 가장 확실한 방법 중 하나는 소셜 미디어와 인플루언서와의 협업을 통한 홍보입니다. 이를 통해 브랜드 인지도와 제품 효과를 높일 수 있기에 이들을 활용할 것을 강력히 권장합니다.

Interview ③

27)



잘리마켓
(Zally Market)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 유통업 및 소매/도매업체
 - 온라인 유통채널 존재

담당자 정보
Sales Manager

잘리마켓(Zally Market) Sales Manager

Q. 최근 러시아에서 일반 유산균 제품의 소비와 관련된 동향이나 이슈가 있다면 무엇인가요?

최근 러시아 내 유산균의 소비는 증가하고 있습니다. 예를 들어, 이전에는 유산균이 보충제가 아닌 의약품으로 간주하였지만, 현재는 고객들이 유산균의 효과에 대해 인지하고 있어, 평상시에도 섭취하는 경우가 많습니다.

Q. 최근 러시아에서 유아용 유산균 제품 소비와 관련된 동향이나 이슈가 있다면 무엇인가요?

최근 러시아에서는 유산균을 부모들이 요구르트, 우유 등과 같은 더 자연적인 제품으로 아이들에게 먹이는 경향이 있습니다.

Q. 고객사는 발효홍삼이 함유된 유산균 제품과 유아용 스틱형 유산균 제품을 판매하고 있습니다. 제품별로 소비자들의 수요는 어떻게 되나요?

홍삼은 건강에 유익하다고 생각하기 때문에 현지 시장에서 관심을 것 같지만, 7살 이하의 어린아이들에게는 제품의 특정한 쓴 맛 때문에 섭취가 어려울 것입니다.

Q. 현재 러시아에서 인기 있는 유산균 브랜드의 인기 이유, 제품의 강점 및 약점에 대해 알려주세요.

주로 러시아 현지에서 생산되는 브랜드가 인기가 높습니다. 저희는 유아용과 성인용 제품을 모두 취급하는데, 가장 큰 장점은 현지에서 생산하기 때문에 가격이 저렴하다는 것입니다. 또한, 온라인으로 주문하는 사람들에게는 할인을 해주는 프로모션도 진행합니다. 가장 널리 사용되는 재료는 크랜베리로, 맛과 건강을 모두 챙길 수 있습니다.

Q. 고객사 일반 유산균 제품의 가격, 중량, 홍보문구에 대한 제품 피드백을 부탁드립니다.

외국산 유산균 및 보충제를 구매하는 고객들이 주로 고객사 제품과 비슷한 가격에 이를 구매하기 때문에 가격은 나쁘지 않습니다. 포장 또한 편리성이 있어 좋습니다. 다만, 홍보문구에 인삼의 구체적인 효능과 한국산임을 강조하는 내용을 기입하는 것을 추천합니다.

Q. 고객사 유아용 유산균 제품의 가격, 중량, 홍보문구에 대한 제품 피드백을 부탁드립니다.

가격이 경쟁제품 대비 높게 형성되어 있어 가격 부분에서는 경쟁력이 없을 수도 있습니다. 추가로 홍보문구의 경우 어린이와 청소년을 위한 안전 및 효능에 중점을 두어 효능에 대한 뚜렷한 설명을 적는 것을 추천합니다. 포장 및 중량은 괜찮습니다.

Q. 고객사 유산균 제품 등의 건강기능식품의 추천 유통채널은 무엇인가요?

친환경 건강제품매장, 뷰티스토어, 약국, 그리고 대형 전자상거래 플랫폼을 중심으로 유통할 것을 추천합니다.

Q. 고객사 유산균 제품을 홍보하기에 적합한 소비자층은 무엇인가요?

중년층, 질병을 관리 중인 소비자, 그리고 꾸준히 건강을 챙기는 사람들이 주요 소비자층이 되어야 합니다. 해당 소비자층에게 고객사 제품을 홍보할 때, 제품의 효능을 명확히 설명한다면 더 많은 제품의 소비를 일으킬 수 있습니다.

Q. 러시아에서 고객사 유산균 제품을 홍보할 때 효과적인 마케팅 채널 및 전략은 무엇인가요?

현재 러시아에서는 한국산 제품에 대한 신뢰도가 높은 상황입니다. 현상황을 잘 이용하여, 홍보할 때, 해당 제품이 한국산임을 강조하는 것을 권장합니다. 이 외 지정한 소비자층을 중심으로 효능을 정확히 기재하여 인지도를 높이는 전략이 수반되면 좋습니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅶ 시사점





소비 특징 ①

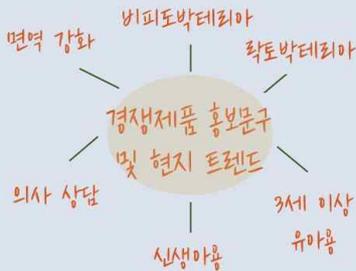


① 경쟁제품; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 유산균 경쟁제품을 조사한 결과, 제형에서는 ‘캡슐’ 관련 키워드가 204건으로 가장 많이 도출되었음. 뒤이어 ‘가루’ 관련 키워드가 134건, ‘액상’ 관련 키워드가 43건 도출되었으며, ‘젤라틴’ 관련 키워드도 4건 도출되었음. 원산지의 경우 ‘러시아’ 관련 키워드가 125건으로 가장 많이 도출되었으며, 사용연령의 경우 ‘성인용’ 관련 키워드가 12건, ‘유아용’ 관련 키워드가 107건 빈출하였음

② 경쟁브랜드; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 유산균 경쟁브랜드를 조사한 결과, 글로벌 대표 영양제 브랜드인 ‘캘리포니아골드뉴트리션’ 관련 키워드가 36건, ‘나우’ 관련 키워드가 22건으로 빈출하였음. 실제 데이터 확인 결과 해당 브랜드 제품들은 현지 브랜드보다 높은 가격으로 책정되어 있는 것이 확인되었음. 한편, 러시아 현지 브랜드인 ‘아시아산’ 관련 키워드는 28건 도출되면서 경쟁브랜드 키워드 중 3번째로 많이 도출되었음



소비 특징 ②



① 경쟁제품 홍보문구; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 유산균 경쟁제품 홍보문구를 조사한 결과, ‘면역 강화’ 관련 키워드가 369건으로 가장 많이 도출되었음. 효능 관련한 다른 키워드로는 ‘소화 개선’ 관련 키워드가 213건, ‘위 건강’ 관련 키워드가 159건으로 빈출하였음. 한편, 성분을 강조한 홍보문구 키워드도 빈출하였는데, ‘비피도박테리아’ 관련 키워드가 320건, ‘락토박테리아’ 관련 키워드가 261건 도출되었음. 이 밖에 ‘비타민 함유’, ‘아연 함유’ 등 유산균 제품에 추가 함유된 영양 성분을 홍보문구로 사용하는 제품도 조사되었음

② 현지 트렌드; 언론 매체를 통해 러시아 현지 유아용 유산균 관련 트렌드를 조사한 결과, 러시아에서는 주로 소아과 의사와의 상담을 통해 유아용 유산균 제품을 구입하는 것으로 나타남. 러시아에서 판매되는 유아용 유산균은 프로바이오틱스 허용 기준 충족 인증을 받아야 하며, 알레르기 및 유당불내증 등에 대한 정보를 제공해 소비자가 정보를 확인하고 선택할 수 있게 하고 있는 것으로 조사되었음. 한편 ‘컴플리넥스 베이비’ 제품은 드롭형 제품으로 생후 1일된 신생아가 사용해도 될 정도로 안전한 유산균 제품으로 유명하며, ‘비피폼키즈’ 제품은 3세 이상 유아가 사용하는 제품으로 오렌지 및 라즈베리 향으로 인해 아이들이 쉽게 섭취할 수 있는 것으로 유명한 것으로 나타남

러시아 소매유통채널 유통 비중



유통채널



러시아 내 고객사 유산균 제품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율이 24.4%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 ‘드럭스토어/약국’ 점유율이 10.2%를 기록하였으며, ‘온라인’ 유통채널 점유율은 3.7%로 상대적으로 낮게 나타났음. 한국의 잠재 소매유통채널과 비교 시, 러시아는 전반적으로 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 및 ‘드럭스토어/약국’을 통한 거래가 이루어지는 것이 확인되었으며, ‘온라인’ 유통채널을 통한 거래는 한국(58.3%)보다 비중이 매우 낮은 것으로 조사되었음



진입장벽

- ▶ Point 1) 러시아 연방 세관 사전등록
- ▶ Point 2) TR-CU(EC) 인증 취득 必
- ▶ Point 3) 라벨 러시아어 표기 必



러시아로 가공식품 수출 시, 보건부 위생 및 전염병 검사국으로 식품위생 검사를 신청해 검사 증명서를 발급받은 후, 세관에서 증명서와 관세 납부 확인 후에 통관이 가능한 것으로 나타남. 또한 연방 세관에 사전 신고가 필요한 것으로 조사되었음. 러시아를 포함한 유라시아 경제위원회(EEC: Eurasian Economic Commission) 회원국에 식품을 수출할 시에는 'TR-CU(EAC)' 인증을 반드시 취득해야 함. 제품 라벨링의 경우 제품명, 식품 성분, 식품 용량, 제조일자, 유통기한, 보관 방법, 제조자 및 수입자, 권고사항 및 제한사항, 영양정보, GMO 정보, EAC 마크 등이 기재되어야 하며, 표기 시 러시아어로 작성되어야 함

수출 확대 전략

제품 수요
&
제품 피드백



Point 01 제품 수요 러시아 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 러시아 내 유산균 섭취량은 증가하고 있으며, 의사들이 러시아 소비자들의 위장 문제, 스트레스, 영양 불균형을 해결하기 위해 유산균 섭취를 권장하고 있는 것으로 나타남. 유아용 유산균 소비 연령대의 경우, 신생아때부터 섭취하는 경향이라는 의견과 3세 이상의 아이들에게 유산균 복용을 선호하는 편이라는 의견이 양립하였음. 한국산 유산균 제품의 경우, 한국산 제약사 제품이라는 점에서 높은 신뢰도를 얻을 수 있으나, 일부 제품은 독특한 맛 때문에 다수의 소비자들을 사로잡기 어렵다는 의견이 지배적이었음. 경쟁사 제품들은 환자들을 대상으로 제품을 홍보하는 행사 참여, 학회 참여를 통한 정보 교류, 약사와 의사를 통한 이벤트 및 프로모션 진행 등의 마케팅 전략을 취하고 있는 것으로 나타남. 한편, 고객사 제품과 같은 건강기능식품 추천 유통채널로는 뷰티 전문점이 꼽혔으며, 이는 러시아에서 뷰티 전문점은 건강기능식품 및 다양한 유산균 제품을 판매하고 있기 때문인 것으로 나타남. 고객사 제품의 추천 타겟층으로는 미용 및 건강 관리에 관심이 있는 중상위 소득 중년 세대를 공략할 것이 추천되었음

Point 02 제품 피드백 러시아 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 고객사 제품 중 발효홍삼 성분이 들어있는 유산균 제품의 가격은 현지 제품에 비해 비싼 편이며, 1개 포장 내 제품 개수는 적정한 것으로 나타남. 홍보문구의 경우 한국산 및 인삼 성분 내용을 추가한 홍보문구로 개선할 것이 추천되었음. 고객사 제품 중 유아용 유산균 제품의 경우 가격은 현지 제품 대비 비싼 편이란 의견이 지배적이었으나, 중상위 소득 고객을 겨냥하면 괜찮을 것이란 의견도 있었음. 포장 내 제품 개수는 적절한 편이라는 의견이 지배적이었으며, 제품 홍보문구에 아동 섭취에 안전하다는 문구 및 효능에 대한 뚜렷한 설명을 추가하는 것이 추천되었음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 스태티스타(Statista), 「OTC Pharmaceuticals Russia」, 2022.07
3. 스태티스타(Statista), 「Digestives & Intestinal Remedies Russia」, 2022.07
4. 콤소몰스카야프라우다(Комсомольская правда), 「5 лучших пробиотиков для детей в 2023 году」, 2023
5. 스태티스타(Statista), 「Preferred purchase channel for dietary supplements or nutraceuticals in South Korea as of March 2022」, 2023.03
6. 스태티스타(Statista), 「FMCG turnover share in Russia 2011-2020, by channel」, 2021.06
7. 스태티스타(Statista), 「Most visited online marketplaces worldwide as of April 2023, by monthly traffic」, 2023.07
8. 농림축산식품부 「2021 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2021
9. 산업통상자원부, 「신북방 유라시아경제연합(EAEU)과 기술규제 협력 디딤돌 마련」, 2020.09

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. International Trade Centre (www.intracen.org)
4. 야andex(Yandex) (www.yandex.com)
5. 와일드베리스(Wildberries) (www.wildberries.ru)
6. 렌타(Lenta) (www.lenta.com)
7. 러시아비즈니스투데이(Russia Business Today) (russiabusinesstoday.com)
8. 모스크바타임즈(The Moscow Times) (www.themoscowtimes.com)
9. 오상(Auchan) (www.auchan.ru)
10. 오키(O'key) (www.okmarket.ru)
11. 마그닛(Magnit) (www.magnit.com)
12. 유러피안슈퍼마켓매거진(European Supermarket Magazine) (www.esmmagazine.com)
13. 러시아비즈니스투데이(Russia Business Today) (russiabusinesstoday.com)
14. 페레크레스토크(Perekrestok) (www.perekrestok.ru)
15. 위키피디아(Wikipedia) (en.wikipedia.org)
16. 키오스크솔루션(Kiosk Solutions) (www.kiosksolutions.ru)
17. 36.6 파머시(36.6 Pharmacy) (366.ru)
18. 터어드바이저(TAdvisor) (tadviser.com)
19. 오비따(Ovita) (ovita.ru)
20. 닥터스톨도프(Doctor Stoletov) (stoletov.ru)
21. 지유엠러시아(GUM Russia) (gumrussia.com)
22. 오존(Ozon) (www.ozon.ru)
23. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
24. 센서타워(Sensortower) (sensortower.com)
25. 유라시아 경제위원회 (www.eurasiancommission.org)
26. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
27. 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS) (www.fas.usda.gov)
28. 국가관세종합정보망 서비스 (www.unipass.customs.go.kr)
29. 대한무역 투자진흥공사(KOTRA) (www.kotra.or.kr)
30. 러시아 연방세관 (www.customs.ru)
31. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
32. 러시아 보건부 (www.rosminzdrav.ru)
33. 러스키코르니(Russkie Korni) (magazintrav.ru)
34. 바이오메디카(BioMedika) (bio-me.ru)
35. 잘리마켓(Zally Market) (zally.market)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.09.01

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea