



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن
و کشاورزی اصفهان

بررسی نمایشگاه صنایع غذایی مسکو و فرصت‌های بخش

کشاورزی و صنایع غذایی روسیه

تیر ۱۳۹۹

شناسنامه پژوهش

نام پژوهش: گزارش « بررسی نمایشگاه صنایع غذایی مسکو و فرصت های بخش کشاورزی و صنایع غذایی روسیه »

کد شناسایی: ۲۱۳۱۹۸۱۱۰۳

تهیه و تنظیم: واحد بازاریابی و روابط بین الملل

پژوهشگر: صادق صابری

انتشارات: واحد بازاریابی و روابط بین الملل

نوبت چاپ: ۱

قیمت: -

تاریخ انتشار: تیرماه

صاحب امتیاز: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان ۱۳۹۹



نمایشگاه صنایع غذایی مسکو (WorldFood)، رویدادی ۴ روزه در زمینه محصولات کشاورزی، دریایی و محصولات غذایی و آشامیدنی می باشد که در آن تعداد زیادی از فعالان این حوزه از کشورهای مختلف شرکت می کنند.

نمایشگاه صنایع غذایی مسکو یک رویداد جامع صنعت غذا است که تقریباً تمام بخش های مرتبط با این حوزه را پوشش می دهد؛ خواروبار، غذاهای منجمد، صنعت شیرینی پزی، خوراکی های کنسروی، روغن ها و سس ها، فرآورده های لبنی، گوشت و مرغ، نوشیدنی ها، ماهی و غذاهای دریایی، میوه ها و سبزیجات، چای و قهوه، خوراکی های سالم و ارگانیک. از اینرو این نمایشگاه فرصتی بسیار مناسب برای ارائه محصولات و تولیدات جدید صنعت غذا و همچنین ایجاد ارتباط با مشتریان بین المللی می باشد. به عنوان یک غرفه دار، WorldFood Moscow بستر مناسبی را برای شما فراهم می کند تا وارد زنجیره تأمین مواد غذایی روسیه شوید، صادرات را شروع کنید و فروش خود را در یک بازار واردات ۲۶ الی ۴۰ میلیارد دلاری برای کل کشورهای مستقل مشترک المنافع رشد دهید.

- ۱،۷۶۴ تولیدکننده مواد غذایی و نوشیدنی از ۶۵ کشور و ۵۸ منطقه روسیه.
- ۱۵ بخش، کلیه دسته بندی محصولات را پوشش می دهد. بخش "میوه و سبزیجات" منحصر به فرد است و در هیچ نمایشگاه مواد غذایی دیگری در روسیه به این میزان تنوع محصولات ارائه نمی شود.
- ۳۰،۷۶۸ بازدیدکننده - خریداران از زنجیره های فدرال و خرده فروشی، شرکت ها و توزیع کنندگان عمده فروشی، نمایندگان بخش HoReCa.
- فرصت های منحصر به فرد برای مذاکرات موثر: ترتیب جلسات مشتریان با سیستم WorldFood Matchmaking ، پیشبرد بازدیدکننده از غرفه شما با ترمینال WorldFood Connect ، ترتیب تحویل های خارجی در مذاکره با خرده فروشان از چین و سایر کشورها در داخل چارچوب باشگاه خریداران VIP.

۶۴ پائوین ملی در WorldFood Moscow 2019 حضور داشتند تا محصولات خود را از کشورهای مربوطه به نمایش بگذارند و این محیط را برای دستیابی به خریداران زنجیره های خرده فروشی برجسته و شرکت های عمده فروشی روسیه، بستر اصلی می دانند.

52
companies
from America

212
companies
from Europe

150
companies
from Africa



685
companies
from Russia

659
companies
from Asia

6
companies
from Oceani

برای نخستین بار در سال ۲۰۱۹، عربستان سعودی در WorldFood Moscow شرکت کرد، یک پائوین توسط Saudi Exports (اسپانسر رسمی نمایشگاه) برگزار شد. شرکت های سعودی با موفقیت صادرات خرما، لبنیات، ماهی، مرغ، میوه و سبزیجات را انجام می دهند

شرکتهای ایرانی شرکت کننده در نمایشگاه صنایع غذایی مسکو ۲۰۱۹:

جدول (۱) شرکتهای ایرانی حاضر در نمایشگاه صنایع غذایی مسکو ۲۰۱۹

Almas Kavir Khoshab (Top Nut)Iran	Ojan GroupIran
Bushehr dates clusterIran	Salam Rouyan Rastak Co.Iran
Exporting Zarin CoIran	shekoh mehr behesht coIran,
Hiva Bazargan ParsIran,	Rossen Market Development Co.Iran
Kourosh Dried Fruits and Legume IndustryIran	malayer raisin clusterIran
RHINE PARS E.M.CIran	Omidi Industrial MachineryIran

برای دسترسی به لیست شرکت کنندگان نمایشگاه در سال ۲۰۱۹ از لینک زیر استفاده کنید:

نکات برجسته

روسیه کشوری با ۱۴۶ میلیون نفر جمعیت و یازدهمین اقتصاد جهانی از نظر شاخص تولید ناخالص داخلی و ششمین اقتصاد جهانی با درآمد سرانه ۲۹ هزار و ۳۲ دلار از نظر قدرت برابری خرید است .

سهم تولیدات کشاورزی از صادرات غیر نفتی ایران به اتحادیه اوراسیا ۴۶۰ میلیون دلار است و ۲۳۸ میلیارد دلار از کل واردات اوراسیا مربوط به واردات روسیه است و از طرفی ۵۳۳ میلیون دلار از کل صادرات ایران به اوراسیا صادرات به روسیه است و سهم ایران در بازار روسیه ۰/۲ درصد است.

بیشترین حجم صادرات اوراسیا به ایران مربوط به کشور روسیه است؛ به طوریکه صادرات روسیه در سال ۲۰۱۸ به میزان ۱۲۰۸ میلیون دلار و صادرات بخش کشاورزی و غذا به میزان ۷۹۳ میلیون دلار بوده است.

تقریباً ۴۰ درصد تراکنش خرده فروشی روسیه در اختیار زنجیره‌ها است؛ یعنی برای حضور در بازار روسیه، صادرکنندگان با تقاضاهای عمده و بزرگ مواجه خواهند بود.

داشتن نمایندگی در مسکو برای تجارت بلندمدت سودمند و ضروری است و نگاه به بازار روسیه باید نگاه سرمایه‌گذاری و حضور بلندمدت و پایدار باشد.

بسیاری از صادرات ما وابسته به کشورهای همسایه است که ساختار رقابتی و قانونمند صادرکننده حرفه‌ای را ندارند؛ بنابراین صادرکننده‌های خرد به راحتی وارد بازارهای عراق و افغانستان میشوند، اما بازار اوراسیا به تغییر رویکرد در بخش خصوصی نیاز دارد.

وضعیت واردات و صادرات روسیه از ایران

در بخش کشاورزی واردات اتحادیه اوراسیا از ایران در سال ۲۰۱۸ به میزان ۹۲۰ میلیون دلار بود یعنی ۰,۳ درصد کل واردات اتحادیه اوراسیا بوده است که از این میزان واردات، سهم بخش کشاورزی و غذا به میزان ۴۶۵ میلیون دلار بود. بیشترین حجم واردات اوراسیا از ایران هم مربوط به کشور روسیه است به طوریکه واردات روسیه از ایران در این سال ۵۳۳ میلیون دلار که واردات بخش کشاورزی و غذا به میزان ۳۹۵ میلیون دلار بوده است. کل صادرات اتحادیه اوراسیا به ایران در سال ۲۰۱۸ به میزان ۱۷۷۵ میلیون دلار بود که از این میزان سهم صادرات بخش کشاورزی و غذا

به میزان ۱۱۵۲ میلیون دلار بود. بیشترین حجم صادرات اوراسیا به ایران هم مربوط به کشور روسیه است به طوریکه صادرات روسیه در این سال ۱۲۰۸ میلیون دلار بوده که صادرات بخش کشاورزی و غذا به میزان ۷۹۳ میلیون دلار بوده است.

جایگاه روسیه در بازار جهانی محصولات کشاورزی و مواد غذایی

در کشور روسیه، تقریباً ۱۰/۶ درصد از سبب غذایی، به میوه و تره بار اختصاص دارد. هر خانواده به طور متوسط در مسکو در حدود ۱۱۴ دلار و در سایر شهرها با جمعیت زیر ۵۰۰ هزار نفر، ۸۹ دلار در هفته به محصولات غذایی اختصاص می‌دهد. روسیه به شدت به واردات میوه و تره بار وابسته است. واردات میوه ی روسیه در تابستان در پایینترین سطح خود قرار می‌گیرد. در تابستان صادرات محصولات کشاورزی به این کشور به خصوص صادرات میوه و تره بار، از بازارهای منطقه و خاورمیانه که بدون شک یکی از این کشورها، ایران میباشد، انجام میشود. علاوه بر این، برخی از محصولات نوار شمالی کشور نظیر گوجه فرنگی، خیار و مرکبات، در لیست میوه و تره باری هستند که کشور روسیه آنها را وارد میکند. در نتیجه با استفاده از یک برنامه ریزی دقیق و حساب شده میتوان بخشی از بازار میوه و تره بار روسیه را از آن خود کرد و سود صادرات میوه از این محل را برای کشورمان تامین کرد. از طرفی، وضعیت صادرات خشکبار به روسیه وضعیت بهتری نسبت به صادرات میوه و تره بار به این کشور دارد. خشکبارهایی نظیر پسته، خرما، کشمش و زعفران جزء کالاهایی به حساب می‌آیند که بیشترین سهم بازار جهانی را ایران به خود اختصاص داده است. اما با بررسی آمارهای سال ۲۰۱۸ صادرات خشکبار به روسیه، علاوه بر ایران، کشور چین نیز در حال افزایش سهم بازار پسته در روسیه می‌باشد که به نوبه‌ی خود میتواند زنگ خطر برای تاجران پسته‌ی ایرانی باشد. حجم عمده‌های از مصرف میوه خشک در روسیه از طریق واردات این محصول تامین می‌شود و صادرات میوه خشک به روسیه پتانسیل اقتصادی ویژه‌ای دارد. در سالهای اخیر بازرگانان ایران نیز گام‌های خوبی در زمینه‌ی صادرات میوه خشک به روسیه برداشته‌اند که از مهمترین آنها صادرات انواع خرما، پسته و کشمش به این کشور میباشد. در جداول زیر وضع و جایگاه کشور روسیه در واردات بازار جهانی بعضی محصولات کشاورزی نشان داده شده است.

جدول (۲) جایگاه کشور روسیه در بازار جهانی پسته، خرما و مرکبات

مرکبات			خرما			پسته		
درصد سهم	ارزش وارد شده ۲۰۱۸ هزار دلار	وارد کنندگان	درصد سهم	ارزش وارد شده ۲۰۱۸ هزار دلار	وارد کنندگان	درصد سهم	ارزش وارد شده ۲۰۱۸ هزار دلار	وارد کنندگان
۱۰۰	۱۶۰۵۵۸۵۴	جهان	۱۰۰	۱۷۴۱۴۲۳	جهان	۱۰۰	۲۳۸۱۱۹۳	جهان
۹/۱	۱۴۶۶۵۰۵	آمریکا	۱۴/۷	۲۵۶۶۴۸	هند	۲۴	۵۷۱۰۴۴	هنگ کنگ
۸/۲	۱۳۱۰۹۲۲	آلمان	۹/۸	۱۷۱۲۲۹	مراکش	۱۴/۷	۳۴۹۳۳۹	چین
۷/۷	۱۲۴۱۶۴۷	فرانسه	۶/۲	۱۰۷۱۹۵	امارات	۱۱/۷	۲۷۸۲۴۸	آلمان
۷/۷	۱۲۳۱۴۷۸	روسیه	۱/۶	۲۸۴۵۲	روسیه	۱/۸	۴۳۶۸۴	روسیه

جدول (۳) جایگاه کشور روسیه در بازار جهانی کشمش، کیوی و سیب

خیار			گوجه فرنگی			کلهای شاخه بریده		
درصد سهم	ارزش وارد شده ۲۰۱۸ هزار دلار	وارد کنندگان	درصد سهم	ارزش وارد شده ۲۰۱۸ هزار دلار	وارد کنندگان	درصد سهم	ارزش وارد شده ۲۰۱۸ هزار دلار	وارد کنندگان
۱۰۰	۸۰۸۵۵۵۹	جهان	۱۰۰	۳۲۲۰۷۴۰	جهان	۱۰۰	۱۱۲۹۰۱۳۸	جهان
۹	۷۲۷۳۴۸	آلمان	۱۲/۸	۴۱۱۲۹۱	چین	۱۶/۲	۱۸۳۳۷۶۸	آمریکا
۶/۴	۵۱۷۴۱۱	روسیه	۱۱/۵	۳۷۰۰۴۹	ژاپن	۸/۳	۹۳۳۲۱۲	هلند
۶/۲	۵۰۳۵۸۶	انگلستان	۸/۸	۲۸۲۳۳۳	بلژیک	۸/۱	۹۱۴۸۷۲	آلمان
۴/۴	۳۵۵۷۱۸	اندونزی	۲/۸	۹۱۰۹۸	روسیه	۳/۲	۳۶۰۶۰۱	روسیه

جدول (۴) جایگاه کشور روسیه در بازار جهانی گل و سبزیجات

سیب			کیوی			کشمش		
درصد سهم	ارزش وارد شده ۲۰۱۸ هزار دلار	وارد کنندگان	درصد سهم	ارزش وارد شده ۲۰۱۸ هزار دلار	وارد کنندگان	درصد سهم	ارزش وارد شده ۲۰۱۸ هزار دلار	وارد کنندگان
۱۰۰	۲۸۵۶۶۳۱	جهان	۱۰۰	۹۴۵۳۵۳۳	جهان	۱۰۰	۸۸۷۶۲۷۱	جهان
۲۹	۸۱۶۵۷۶	آمریکا	۲۶	۲۴۸۶۰۶۷	آمریکا	۱۷	۱۵۲۹۴۶۹	آمریکا
۲۳	۶۴۷۷۳۱	آلمان	۱۶	۱۴۸۴۰۹۰	آلمان	۱۴	۱۲۶۹۱۹۳	آلمان
۸	۲۱۸۰۹۷	انگلستان	۷	۶۹۹۹۳۹	انگلستان	۱۲	۱۰۵۶۶۴۱	انگلستان
۵	۱۳۶۶۱۶	هلند	۳	۳۲۰۰۴۰	هلند	۱۱	۹۹۵۱۸۱	هلند
۳	۸۹۲۲۷	فرانسه	۸	۷۰۵۷۳۵	فرانسه	۵	۴۰۸۵۰۰	فرانسه
۴	۱۲۳۱۱۴	روسیه	۷	۶۲۹۸۴۱	روسیه	۴	۳۶۷۹۴۰	روسیه

جدول (۵) جایگاه کشور روسیه در بازار مواد غذایی

آب و رب گوجه فرنگی			بیسکویت			شکلات		
درصد سهم	ارزش وارد شده ۲۰۱۸ هزار دلار	وارد کنندگان	درصد سهم	ارزش وارد شده ۲۰۱۸ هزار دلار	وارد کنندگان	درصد سهم	ارزش وارد شده ۲۰۱۸ هزار دلار	وارد کنندگان
۱۰۰	۴۱۶۱۰۷۵	جهان	۱۰۰	۸۵۴۵۷۳۶	جهان	۱۰۰	۲۸۷۹۷۵۹۱	جهان
۱۰/۸	۴۵۰۰۱۸	آلمان	۱۵/۵	۱۳۲۱۵۷۸	آمریکا	۹/۵	۲۷۴۸۰۱۹	آمریکا
۹/۷	۴۰۱۸۲۱	انگلستان	۶/۱	۵۱۹۷۹۵	انگلستان	۸/۴	۲۴۲۳۸۹۲	آلمان
۶/۳	۲۶۰۴۴۸	ژاپن	۵/۹	۵۰۲۲۷۸	فرانسه	۷/۷	۲۲۲۹۸۱۷	فرانسه
۲/۵	۱۰۳۳۳۱	روسیه	۰/۹	۷۷۲۴۲	روسیه	۱/۹	۵۴۰۳۵۳	روسیه

جدول (۶) مواد غذایی و خوراکی صادر شده از اصفهان به روسیه ۹۸

ارزش ارزی (دلار)	کد گمرکی	محصول
14,303,205	4029110	شیر و خامه شیر تغلیظ شده شیرین نشده (باستثنای شکل جامد آن)
12,304,100	4015010	خامه شیر
160,650	4029190	شیر و خامه شیر تغلیظ شده شیرین نشده (باستثنای شکل جامد آن)
107,279	7096000	فلفل فرنگی از تیره Pimenta یا capsicum
130,481	4061000	پنیر تازه (نگرفته یا نبسته) و پنیر حاصل از آب پنیر و شیر منعقد شده که از آن پنیر به دست می آید)
25,920	20098990	آب میوه و آب سبزیجات، تخمیر نشده و بدون افزودن الکل
11,700	8081000	سیب تازه
7,398	20079990	پوره موز، انبه، پشن فورت، لیچی و آناناس
73,800	4059000	مواد چرب و روغنهای مشتق شده از شیر (باستثنای کره و خمیرهای لبنی برای مالیدن روی نان)
4,301	7041000	گل کلم و گل کلم بروکولی تازه یا سرد کرده

کدام محصولات میوه و سبزیجات بیشترین تقاضا را در روسیه دارند؟

روسیه کشوری با آب و هوای بسیار سرد است. در مناطق جنوب مرکزی، حوالی دریای سیاه در استانهایی مانند کراسنودار، زمین های کشاورزی حاصلخیز فراوان وجود دارد. آنچه در آنجا رشد می کند، بیشتر غلات مانند گندم است. به همین ترتیب، بسیاری از کالاهایی که روسیه وارد می کند به طور معمول در آب و هوای گرم رشد می کنند. اگر به میزان صادرات و واردات بر اساس طبقه بندی نگاه کنیم، انواع زیر بیشترین تقاضا را در روسیه دارد:

جدول (۷) میوه و سبزیجات با بیشترین تقاضا را در روسیه

ردیف	محصول	تقاضا
۱	مرکبات	۱,۰۹ میلیارد دلار
۲	موز	۷۳۸ میلیون دلار
۳	سیب و گلابی	۵۲۵ میلیون دلار
۴	گوجه فرنگی	۴۲۳ میلیون دلار
۵	انگور	۳۸۵ میلیون دلار

۶	میوه های گلدان	۳۶۴ میلیون دلار
۷	سیب زمینی	۱۹۳ میلیون دلار
۸	پیاز	۱۹۰ میلیون دلار
۹	میوه های گرمسیری	۱۵۷ میلیون دلار
۱۰	خیار	۱۴۱ میلیون دلار
۱۱	نارنگی و کلمنتین	۵۸۲ میلیون دلار
۱۲	پرتقال	۲۳۳ میلیون دلار
۱۳	لیمو	۱۸۶ میلیون دلار
۱۴	گریپ فروت	۸۴,۳ میلیون دلار
۱۵	هلو و شهد	۱۹۴ میلیون دلار
۱۶	گیلاس	۸۹,۳ میلیون دلار
۱۷	زردآلو	۴۰,۴ میلیون دلار
۱۸	آلو	۳۹,۸ میلیون دلار
۱۹	آناناس	۵۰,۲ میلیون دلار
۲۰	آووکادو	۴۰,۴ میلیون دلار
۲۱	خرما	۲۹,۹ میلیون دلار
۲۲	گواوا و انبه	۲۷,۷ میلیون دلار

تهیه کنندگان میوه و سبزیجات تازه روسیه چه کسانی هستند؟

از سال ۲۰۱۴، محصولات اتحادیه اروپا تحت تحریم روسیه قرار گرفته اند. این بدان معنی است که کشاورزان، صادرکنندگان میوه و سبزیجات بازار مشترک شامل محدودیت هایی از جانب روسیه شده اند. پیش از این، روسیه یکی از خریداران عمده تولیدات اروپا بود. در حالی که این خبر بد برای تولید کنندگان گلابی بلژیکی، صادرکنندگان مرکبات اسپانیا و شرکت های میوه و سبزیجات در سراسر اروپا است، برای تولید کنندگان در هر جای دیگر خبر خوبی است. از آفریقا تا آمریکای جنوبی، آسیا و سایر کشورها، جستجوی واردات روسیه جهانی شده است. بنابراین در جایی که یک پنجره صادراتی بسته شده است، درب بسیار بزرگتر دیگری باز شده است.

همانطور که گفته شد بازار روسیه برای صادرات میوه و محصولات تازه، یک بازار هدف پرتعداد است. به ویژه چین در حال دستیابی به این بازار بزرگ است. صادرات محصولات به مقصد روسیه از مبدأ چین هم اکنون بالغ بر ۱ میلیارد دلار است و بعد از چین کشور ترکیه در حال گسترش صادرات به روسیه است. در حال حاضر، روسیه بیش از ۷۰۰ میلیون دلار میوه از کشور ترکیه وارد می کند.

مصر که در حال حاضر شریک تجاری وفادار به روسیه است، به آرامی اما به طور پیوسته صادرات به روسیه را افزایش می دهد. مراکش، یکی دیگر از کشورهای آفریقای شمالی، از کمبود میوه و سبزیجات اتحادیه اروپا در روسیه سود برده است. بین سال های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷، صادرات مراکش، عمدتاً مرکبات، با ۲۰/۲ درصد به ۳۳۸ میلیارد دلار افزایش یافته است. ایالت های آمریکای جنوبی نیز درگیر صادرات به روسیه هستند. در حالی که صادرات این کشورها ممکن است به اندازه رقبا از سراسر جهان نباشد، آرژانتین هنوز هم تقریباً ۱۸۵ میلیون دلار میوه سالانه به روسیه می فرستد. اکوادور تقریباً بازار صادرات موز را انحصار داده است. صادرکنندگان این کشور درآمدی ۷۰۲ میلیون دلاری از کل واردات ۷۳۸ میلیون دلاری روسیه در سال ۲۰۱۷ داشته اند.

جایگاه بازار روسیه برای کالاهای صادراتی بخش کشاورزی ایران

بازار و صادرات به روسیه در سال های اخیر از توجه زیادی برخوردار بوده است. این کشور یکی از کشورهایی است که میتواند برای صادرات کالاهای ایرانی مقصد خوبی به حساب بیاید. روسیه به دلیل قرار گرفتن در حاشیه دریای خزر و نزدیک بودن به ایران از نظر مسافت، ظرفیت مناسبی برای صادرات، خصوصاً صادرات مواد غذایی، محصولات کشاورزی و خشکبار است. به منظور صادرات محصولات کشاورزی به روسیه، باید بر اصول و قواعد صادرات به این کشور تسلط داشت تا بهترین نتیجه برای طرفین حاصل گردد. با افزایش رقابت در اقتصاد جهانی و تجارت بین المللی، انجام صادرات از حساسیت بالایی برخوردار شده است. به همین دلیل، سرمایه گذاری در این بخش نیازمند دانش، برنامه ریزی و تجربه می باشد. علاوه بر این موارد، معمولاً قوانین تجارت در هر کشور متفاوت از سایر کشورها میباشد که به همین دلیل تسلط بر قوانین تجاری کشور مبدأ (ایران) و کشور مقصد (روسیه) اولین گام در صادرات است. با توجه به اینکه کشور روسیه در نیمی از سال فاقد تولیدات کشاورزی است برای تامین مواد غذایی مورد نیاز خود به دیگر کشورها وابسته است و از نظر قیمت نیز قیمت محصولات کشاورزی در روسیه بالاتر از دیگر کشورهای تولید کننده می باشد.

استراتژیهای ورود به بازار روسیه

با توجه به پتانسیل جمعیتی و قطب اقتصادی روسیه؛ برای ورود به بازارهای این کشور باید محورهای زیر لحاظ شود :

۱) نهادسازی داخلی و اتصال به زنجیره‌های عرضه خرده فروشی در روسیه

در ژانویه تا سپتامبر سال ۲۰۱۸، زنجیره‌های خرده فروشی به طور متوسط ۳۲/۶ درصد از کل حجم معاملات خرد خرده فروشی در روسیه را به خود اختصاص داده اند. در گردش مالی خرده فروشی محصولات غذایی، از جمله نوشیدنی ها و محصولات دخانی، سهم گردش مالی زنجیره های خرده فروشی ۳۸/۵ درصد است. در ۳۷ منطقه فدراسیون روسیه، سهم ساختارهای بازرگانی شبکه در کل حجم گردش مالی تجارت خرده فروشی توسعه یافته است و در مسکو ۳۳/۲ درصد و در سن پترزبورگ ۵۷/۲ درصد است. اگر به روسیه به عنوان مهمترین شریک تجاری در اوراسیا نگاه کنیم، تقریباً ۴۰ درصد تراکنش خرده فروشی روسیه در اختیار زنجیره ها است؛ یعنی برای حضور در بازار روسیه، صادرکنندگان با تقاضاهای عمده و بزرگ مواجه خواهند بود. زنجیره های بازار روسیه، با عرضه کننده های بزرگ که تولید و صادرات پایدار دارند در حال همکاری هستند. در حالی که بیشترین عرضه کننده های ما عرضه کننده های خرد هستند. با این شرایط سخت است در بازار روسیه جایگاهی برای صادرات خود پیدا کنیم. آنها به عرضه کننده‌هایی با توانایی بالا و عرضه پایدار نیاز دارند و از طرف دیگر نهادسازی در بخش تجارت خارجی ما شکل نگرفته و عملاً بنگاه‌های کوچک مشغول به تجارت هستند.

۲) در بلند مدت توجه به بازاریابی مستقیم در بازار روسیه مهم است

بازار فروش مستقیم روسیه ۲ درصد از بازار جهانی را به خود اختصاص داده است. شرکتهای پیشرو در فروش مستقیم مانند: ایوان Avon، اموی Amvey، مری کی Kay Mary، اوریف لیم Oriflame، هربال لایف Herbalife و توپرویر Tupperware در روسیه فعال هستند. آمارهای فدراسیون جهانی انجمن‌های فروش مستقیم (WFDSA) حاکی از آن است که فروش مستقیم در روسیه در سال ۲۰۱۶ بالغ بر ۲/۱۷۲ میلیارد دلار (افزایش فروش ۱۱ درصد سالانه) و کمی بیش از پنج میلیون نفر از فروشندگان (۱۷ درصد نسبت به سال گذشته) بوده است .

۳) توجه به شرایط محیطی بازار روسیه

با وجود درآمدهای بالای سالهای اخیر، واردکنندگان و مصرف کنندگان روسی به قیمت حساس هستند و سؤالات زیادی راجع به ارائه محصول/ خدمات می کنند. صادرکنندگان آینده‌نگر باید برای اثبات موضع مذاکره قوی، استدلالهای قانع کننده‌ای داشته باشند. خارج از دانشگاهها و محیط شرکت های فعال بین المللی روسی، حتی در

شهرهای بزرگی مانند مسکو و سن پترزبورگ انگلیسی صحبت نمیشود. تسلط نسبی به مکالمه روسی کمک زیادی خواهد بود.

برنامه ریزی بلندمدت برای این بازار، روسیه بازاری برای کسب سود سریع و آسان نیست. اکیداً توصیه میشود بازاریابی در روسیه نیاز به صبر دارد و صادرکنندگان باید چشم انداز بلندمدت را حفظ کنند و انتظار نتایج فوری نداشته باشند. شبکه سازی با شرکتهای و سازمانهای تجاری مانند اتاق بازرگانی ایران و روسیه مفید است. تجارت چهره به چهره عامل مهمی برای شرکای روسی است. مسافرت و ارتباط به توسعه تجارت شما کمک خواهد کرد تا مشکلات اجتناب ناپذیری را که در این بازار در حال توسعه به وجود میآید، مدیریت کنید.

۴) در بلند مدت ایجاد نمایندگی و تاسیس شعب در بازار روسیه ضرورت دارد

روسیه بزرگترین کشور در جهان با یازده منطقه زمانی است. بنابراین، بسیاری از تجار به صورت منطقه ای به بازار روسیه وارد می شوند. بیشتر متقاضیان جدید از مسکو شروع و سپس از طریق توزیع کننده موجود یا با جستجوی توزیع کنندگان جدید به مناطق دیگر متصل می شوند. داشتن نمایندگی در مسکو برای تجارت بلندمدت سودمند و ضروری است. در بازار روسیه برای وصل شدن به زنجیره عرضه باید شعبی در این بازار ایجاد کنیم تا در بازار حضور دائم داشته باشد. معامله با تجار روسیه با واسطه، قطعاً تجار ما را متضرر می کند. نگاه به بازار روسیه باید نگاه سرمایه گذاری و حضور بلندمدت و پایدار باشد. تجار ما باید این شرایط را برای حضور در بازار روسیه برای خود محقق کنند.

۵) استفاده از شرایط زمان و ظرفیتهای موافقتنامه

- اصل تهاتر کالایی را در شرایط موجود ارزی به ویژه برای کالاهای مشمول موافقتنامه در دستور کار داشته باشید.
- مطالعه و تمرکز بر متن و اصول کاری موافقتنامه،
- لزوم استفاده از گواهی مبدأ خاص به اصول ارزشگذاری
- ارتباط مستمر با میز اوراسیا در سازمان توسعه تجارت برای انتقال مسائل و مشکلات.

دوران کرونا:

قرنطینه و محدودیت های مسافرتی در روسیه باعث شده، افتتاح فروشگاه های جدید برنامه ریزی شده در سال ۲۰۲۰ غول سوپر مارکت X5 Retail ، ۲۰٪ کاهش یابد. X5 یکی از بزرگترین خرده فروشان روسیه است که مارک های پیاتروچکا، پرکستوک و کاروسل را اداره می کند.

فروشنندگان برتر آنلاین روسیه اعلام کرده اند که تقاضا برای اقلام شیرینی پزی در آوریل ۲۰۲۰ به سه برابر افزایش یافته است. این آمار از فروشگاههای برتر Wildberry و Ozon به دست آمده است. یک نماینده Wildberry گفت: "از همان ابتدای گسترش کرونا، روسها تصمیم گرفته اند برای تسکین استرس و سرگرمی های معمول پختن شیرینی جات در خانه (به جای تهیه از کافه ها) خود را با خوردن شیرینیجات و تنقلات درمان کنند. همچنین از محبوب ترین خریدهای شیرینی های و مواد پخت شیرینی در روسیه می توان به موارد زیر اشاره کرد:

جدول (۸) محبوب ترین خریدهای شیرینی ها و مواد پخت شیرینی در روسیه

محصول	رشد تقاضا
کارامل مایع	۲۲۹٪
کلوچه	۲۲۸٪
کوزیناکی (آجیل کاراملیزه گرجی)	۲۰۱٪
پاستیل های میوه ای	۱۹۸٪
Marshmallows	۱۳۷٪
وافل	۱۲۰٪
دسرهای خامه ای آماده	۱۰۷٪
شکلات	۷۶٪

به گفته فروشگاه اوزون، روس ها همچنین متقاضی شیرینی های سالم تری بوده اند و تقاضا برای شیرینی های بدون قند و شکلات تلخ در دوره مذکور ۲۳۵٪ افزایش یافته است.

نکته مهم در اینجا این است که روسها به طور فزاینده ای برای تأمین مواد غذایی مورد نظر خود به خرده فروشان اینترنتی روی آورده اند. ایجاد خطوط تأمین با شرکتهایی مانند Wildberry و Ozon می تواند منجر به برخی از موفقیت های فروش کوتاه مدت شود.

با وجود تعطیل شدن روسیه، حدود یک سوم رستوران ها، کافه ها و هتل های تفریحی در مسکو هنوز کار می کنند. رستوران ها به جای صرف غذا در محل، به سمت سرویس های غذای بیرون بر روی آورده اند. حدود ۶۲۰۰ رستوران، کافه، غذاخوری، بوفه، با، اسنک بار و سایر مراکز پذیرایی در مسکو واقع شده است. آنهایی که به صورت بیرون بر فعالیت نمی کنند، در سریعترین زمان تعلیق و بسته خواهند شد.

در سراسر کشور با ۱۴۴ میلیون نفر، روسها به سمت عادات غذایی سالم تر روی می آورند. روند رو به رشد در بین مصرف کنندگان به جلوگیری از افزودنی های مضر، قند اضافه شده و غذاهای چرب است. روس های جوان می خواهند محصولاتی سلامت داشته باشند. به همین دلیل بازار مواد غذایی ارگانیک و بهداشتی در روسیه یکی از بازارهای پویا در جهان است.

طبق گفته های نیلسن، بیش از ۸۴٪ روس ها نحوه غذا خوردن را تغییر داده اند. ۵۳٪ کاهش مصرف چربی، ۶۵٪ کاهش مصرف قند و ۶۷٪ افزایش مصرف حجم غذاهای ارگانیک و سالم را داشته اند.

برای ۶۲٪ از مصرف کنندگان، طیف گسترده ای از غذاهای سالم به یک عامل مهم هنگام انتخاب مکان خرید و محصول مورد نظر برای خرید تبدیل شده است.

سرگئی بلیاکوف، رئیس اتحادیه شرکتهای خرده فروشی می گوید که ۲۸٪ روسها محصولات مزرعه را خریداری می کنند، یعنی کالایی که به صورت ارگانیک رشد یافته است و به حدود ۲۲٪ محصولاتی را با برچسب "زیستی"، "سازگار با محیط زیست" یا "ارگانیک" خریداری می کنند.

پتانسیل بازار مواد غذایی ارگانیک و بهداشتی در روسیه چیست؟

پتانسیل بازار بزرگی برای شرکت های بین المللی وجود دارد که بتوانند تأثیر واقعی در بازار روسیه داشته باشند. به گفته مدیر اجرایی اتحادیه ملی ارگانیک، اولگ میرانکو، حدود ۲۵٪ از جمعیت روسیه مصرف کننده بالقوه محصولات ارگانیک هستند.

حداکثر ۸۵ درصد کل غذاهای ارگانیک در روسیه وارداتی هستند به دلایل عدم توسعه داخلی کشاورزی به روشی پایدار و عاری از سموم دفع آفات. در دستور کار پرزیدنت پوتین است که روسیه را به صادرکننده خالص کالاهای ارگانیک تبدیل کند، بنابراین بخش کشاورزی شاهد پشتیبانی دولت در این زمینه خواهد بود.

مورد دیگر اعتماد است. برچسب زدن مواد غذایی در روسیه از نظر کالاهای تولیدی محلی دقیق نیست. به عنوان نمونه محصولات لبنی "جعلی" را در فروشگاه های سراسر کشور به وفور مشاهده کنید.

به طور سنتی، زنجیره های سوپر مارکت روسیه اصلی ترین محل تولید محصولات ارگانیک است. این زنجیره های مانند Auchan و Magnit هستند که بودجه واردات را برای هزینه کردن در واردات این محصولات در اختیار دارند. در این مرحله لازم به ذکر است که این نوع محصول اغلب برای خریداران روسی بسیار گران تر از کالاهای غیر ارگانیک است. قیمت کالاهای ویژه می توانند از ۲۰٪ تا ۴۰٪ در کالاهای خاص بیشتر باشند.

روند و روشهای مصرف:

مصرف کنندگان روسی علاوه بر قیمت به دنبال کیفیت، محصولات جدید و سالم هستند. مطابق با نظرسنجی شرکت GfK، سال گذشته ۴۶٪ از روسها به دنبال صرفه جویی در پول و استفاده از پیشنهادات ویژه برای خرید بودند. ۵۴٪ از روس ها می گویند که به دنبال فروشگاه هایی با قیمت پایین هستند. علاوه بر صرفه جویی در هزینه، مصرف کنندگان در روسیه به دنبال راحتی نیز هستند. بنابراین، غذاهای آماده محبوبیت بیشتری دارند و به جایگزینی برای آشپزی خانگی سنتی تبدیل شده اند. براساس گزارش GfK، تقریباً نیمی از خریداران (۴۶٪) حداقل چهار بار در ماه از نانوايي و شیرینی پزی ها بازدید می کنند. تقریباً یک چهارم (۲۷٪) از مردم حداقل ماهی ابار به رستوران های فست فود و ۲۴٪ به کافه ها مراجعه می کنند.

۲۰ درصد از مردم غذای خود را از طریق خدمات دلیوری تهیه غذا سفارش می دهند. خرده فروشان و تولید کنندگانی که به درخواست مصرف کننده برای راحتی توجه داشتند، از مزایای این روند استفاده کردند. به عنوان مثال، در مناطقی با پتانسیل مصرف کننده بالا و اشتغال زیاد مانند مسکو، سن پترزبورگ و تعدادی از شهرهای مهم دیگر، تقاضا برای غذای آماده پخت و پز در حال رشد است. در سال ۲۰۱۸، وعده های غذایی آماده در مسکو ۱۸٪ (در بسته)، و در سن پترزبورگ ۱۲٪ (در بسته) افزایش داشته اند.

فودسیتی مسکو

فودسیتی مسکو با مساحتی نزدیک به ۹۰ هکتار، بزرگترین مرکز عمده فروش مواد غذایی روسیه و کل اروپا می باشد که سالانه دو میلیون تن محصول در آن به فروش می رسد. در این مجموعه تمامی اجزای لازم برای حصول موفقیت از جمله تدارکات، حمل و نقل، تجارت و ناوبری مناسب گرد هم آمده اند. از جمله مزیت های فود سیتی مسکو سهولت دسترسی به مجموعه در شهر مسکو، امکان سازماندهی عمده فروشان و خریداران در یک

مجموعه واحد، تنوع بالای محصولات، عرضه تقریباً تمامی محصولات در تمام طول سال و در همه فصول، مکانیسم تنظیم خودکار قیمت ها بر اساس رقابت عرضه کنندگان، سازماندهی مناسب روند خرید و فروش، امکان انجام تشریفات گمرکی و ترخیص کالا در خود مجموعه، امکان تخلیه و بارگیری محصولات در تقریباً تمامی اوقات شب و روز (به جز چند ساعت) و در هفت روز هفته (بدون تعطیلی) می باشد.

خدمات مجتمع فود سیتی مسکو عبارتند از :

عرضه دامنه‌ی وسیعی از کالاهای غذایی در یک مکان متمرکز

دسترسی به مواد غذایی تازه و مرغوب در تمام طول سال

سازماندهی کارآمد عملیات عمده‌فروشی



امکانات زیربنایی مجتمع به شرح زیر است:

دو بازار عمده‌فروشی متمایز از هم

انبارهای متمرکز و فضای ذخیره‌سازی فود سیتی مسکو

این مجموعه ۹۰ هکتاری در جنوب مسکو واقع شده و علاوه بر انبار خشک و سردخانه، دو بخش عمده دارد :

۱) ساختمان مسقف دو طبقه، طبقه اول (همکف) عمدتاً خرده فروشی است و به راسته‌های مختلف خشکبار، سبزیجات، لبنیات، مواد پروتئینی و... تقسیم شده است. طبقه دوم بیشتر کاربرد شو روم (Room Show) محل نمایش نمونه کالا و دفتر کار دارد. تعدادی از تجار ایرانی در فودسیتی حضور دارند.

۲) بخش فروش کامیونی در غرفه‌های فضای باز صاحبان بار می‌توانند برای مدت کوتاه این غرفه‌ها را اجاره کننده و با پارک کردن کانتینر، کامیون و وانت خود در کنار غرفه، به عرضه مستقیم مواد غذایی پردازند.