



تحلیل

بخشها و صنایع

چشم انداز صنعت خرده‌فروشی مواد غذایی در روسیه،
پوشش ریسک صادرات به روسیه بایم صندوق ضمانت صادرات ایران
به انضمام معرفی شرکتهای برتر روس در این حوزه به انتخاب صندوق

تهیه و تنظیم:

دیریت ریسک

دیریت صدور بیمه نامه کوتاه مدت

روابط اقتصادی ایران و روسیه از اهمیت استراتژیک خاصی برای طرفین برخوردار می‌باشد که با لحاظ نمودن موقعیت ایران به عنوان یک شریک تجاری بزرگ در خاورمیانه، وجود تقاضا برای محصولات روسیه از جمله تجهیزات حمل و نقل، چوب و فلز، همچنین موقعیت استراتژیک ایران که بر سر راه ورود بسیاری از کالاهای مهم به روسیه واقع گردیده است، روسیه بیش از ایران از برقراری روابط تجاری منتفع خواهد گردید.

با وجود این، حجم مبادلات تجاری ایران در تراز تجارت خارجی روسیه، حدود ۰/۴ درصد بوده و با پتانسیل موجود همخوانی ندارد. این حجم پایین بر ضرورت تحرک بیشتر برای توسعه روابط تجاری میان دو کشور تاکید می‌نماید. شایان ذکر است موضوع ارتقاء مناسبات تجاری بین دو کشور همواره مطرح بوده، اما تاکنون برنامه عملیاتی در این خصوص وجود نداشته است. این در حالی است که مشکلات بانکی ناشی از تحریم نیز مانعی جدی بر سر راه تجارت دو کشور بوده است.

فضای متشنج و پرتلاطمی که طی سال‌های اخیر بر روابط روسیه با کشورهای اروپایی و همچنین آمریکا حاکم گردیده است؛ موجب اعمال تحریم‌های بسیاری از جانب کشورهای غربی علیه روسیه شده که روسیه نیز در اقدامی متقابل، واردات محصولات کشاورزی را از غرب تحریم نموده است.

تحولات اخیر در روسیه، فرصت‌های مضاعفی جهت صادرات کالاها و خدمات ایرانی به این کشور پدید آورده است. در این گزارش ضمن بررسی مناسبات تجاری ایران و روسیه، وضعیت صنعت خرده‌فروشی روسیه بررسی گردیده است. همچنین در این راستا، صندوق ضمانت صادرات ایران اقدام به بررسی وضعیت اعتباری برترین شرکتهای فعال در صنعت خرده‌فروشی کشور روسیه نموده که نتایج آن در فصل آخر گزارش ارائه می‌گردد.

تأثیر تحریم‌ها بر اقتصاد روسیه

از جمله مشکلات ناشی از اعمال تحریم‌ها بر اقتصاد روسیه می‌توان به مسائلی مانند کاهش رشد اقتصادی، فرار سرمایه‌گذاری خارجی، کاهش بیش از ۵۰ درصدی ارزش روبل، افت ارزش بازار سهام، کاهش درآمدهای ناشی از صنعت گردشگری و فشار بر زندگی عمومی مردم اشاره نمود. با توجه به بزرگ بودن اقتصاد روسیه نسبت به اقتصاد متحدان آن نظیر بلاروس، قزاقستان و حتی کشورهای غیرعضو سازمان اتحادیه اقتصادی اوراسیایی، به طور طبیعی هر تحولی در این کشور، تأثیرات مشهودی بر اقتصاد کشورهای وابسته به آن ایجاد می‌نماید. لذا این کشورها نیز، به اذعان بسیاری از تحلیل‌گران و مقامات دولتی کشورها، از تحریم‌های موجود آسیب دیده‌اند.

مناسبات تجاری روسیه با جهان و ایران

روسیه به طور متوسط سالانه ۵۰۰ میلیارد دلار صادرات و ۳۵۰ میلیارد دلار واردات دارد. شریک اول صادرات روسیه، کشورهای اروپایی هستند و بیشترین صادرات روسیه نیز انرژی می‌باشد. بعد از اروپایی‌ها، چین، ترکیه و هند قرار دارند. شریک اول وارداتی روسیه نیز اتحادیه اروپا، چین و آمریکا هستند. این اطلاعات بیانگر اهمیت اتحادیه اروپا و غرب در فعالیتهای وارداتی و صادراتی روسیه می‌باشد.

اعمال تحریم‌ها که به معنی از دست دادن بازارهای صادراتی و وارداتی بود، موجب جهت‌گیری اقتصادی روسیه به سمت شرق و سایر نقاط دنیا گردیده است. توجه به چین، ایران، هند و سایر کشورهای آسیایی، آفریقایی و آمریکای لاتین افزایش یافته است. بعبارت دیگر، تأثیر تحریم‌ها بر روابط اقتصاد روسیه با سایر نقاط جهان، علاوه بر تغییر تدریجی جهت‌گیری‌های این کشور، توجه به سایر نقاط جهان جهت تامین اقلام وارداتی بویژه اقلام غذایی - که قبلا از اروپا تامین می‌شد - بوده است.



شایان ذکر است که روابط اقتصادی ایران و روسیه از سال ۲۰۰۹ به بعد به شدت آسیب دید. با وجود اینکه تا سال ۲۰۰۸ مبادلات اقتصادی دو کشور حدود ۴ میلیارد دلار بود، این روابط به تدریج کاهش یافته و در سالهای ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳ به یک میلیارد دلار رسید. البته از سال ۲۰۱۴ جهش کوچکی مشاهده شده و سطح مبادلات دو کشور به حدود ۱/۵ میلیارد دلار افزایش یافت. انتظار می‌رود با بهبود حاصله در روابط دو کشور، سطح روابط اقتصادی در سال ۲۰۱۵ به بیش از ۲ میلیارد دلار افزایش پیدا کند. لازم به ذکر است بر مبنای توافق صورت گرفته بین ایران و روسیه، احتمال افزایش سطح مبادلات تا بیش از ۱۰ میلیارد دلار هم وجود دارد.

البته ذکر این نکته ضروری است که با وجود مشکلات زیربنایی موجود در زمینه تجارت دو کشور، پاره‌ای مشکلات اقتصادی نیز موجب گردیده که حجم مبادلات تجاری فی‌مابین دو کشور از حد مشخصی فراتر نرود. بعنوان مثال، ایران نفت صادر می‌کند که روسیه به آن نیازی ندارد. از سوی دیگر، کالاهای مصرفی روزمره ایران، بطور عمده از چین وارد می‌شوند. بعبارت دیگر، دو کشور مکمل اقتصادی یکدیگر نبوده و همین موضوع باعث شده که ظرفیت‌های اقتصادی ایران و روسیه از گستردگی چندانی برخوردار نباشد. درحالی‌که به دلیل واردات انرژی روسیه توسط ترکیه و نیز واردات اقلام فنی و صنعتی ترکیه توسط روسیه، مبادلات تجاری این دو کشور حدود ۴۰ میلیارد دلار می‌باشد.

نهایتاً مسائل سیاسی اخیر، دولت روسیه را متوجه ایران کرده و بازارهای روسیه را تا حدودی برای تعاملات اقتصادی با ایران، بویژه در حوزه مواد خوراکی، محصولات کشاورزی و ... آماده نموده است که با توجه به اراده سیاسی دو طرف، تداوم و بهبود روند مبادلات قابل پیش‌بینی است.

خلاصه اطلاعات بازار خرده‌فروشی مواد غذایی روسیه

- گردش مالی صنعت خرده‌فروشی روسیه در سال ۲۰۱۴، با ۲/۵٪ رشد نسبت به سال قبل، به رقم ۶۹۴ میلیارد دلار رسید که از این میزان ۴۷٪ مربوط به فروش مواد غذایی شامل الکل و تنباکو بوده است. البته ذکر این نکته ضروری است که علی‌رغم رشد اسمی این بخش، خرده‌فروشی مواد غذایی به لحاظ حجم از می ۲۰۱۴ شاهد روندی کاهنده بوده است. در حال حاضر، رشد گردش مالی این بخش عمدتاً به دلیل تورم دو رقمی است که در سال ۲۰۱۴ بالغ بر ۱۱/۴٪ گردید. با وجود اینکه طبق پیش‌بینی مقامات وزارت توسعه اقتصاد روسیه، فروش خرده‌فروشی‌ها در سال ۲۰۱۵، ۸/۲٪ کاهش داشته، این بخش (خرده‌فروشی مواد غذایی)، به دلیل عرضه کالاهای اساسی، از جمله بخش‌هایی است که متحمل کمترین آسیب از کاهش رشد اقتصادی فعلی کشور گردیده است.
- به طور کلی سال ۲۰۱۴-۲۰۱۵ سال سختی برای صنعت خرده‌فروشی روسیه بود. خرده‌فروشان با مشکلات عرضه مواجه بودند که این امر، بویژه در مورد تامین کالاهای وارداتی مشاهده گردید. از سوی دیگر، جمعیت زیاد و سطح نسبتاً پایین توسعه‌یافتگی موجب شده که کماکان بخش خرده‌فروشی به عنوان یک هدف میان مدت برای سرمایه‌گذاری محسوب گردد.
- محدودیت‌هایی که روسیه بر واردات مواد غذایی و محصولات کشاورزی از کشورهای کانادا، آمریکا، اروپا، استرالیا و نروژ در آگوست ۲۰۱۴ اعمال نمود، تأثیرات قابل توجهی بر بازار خواربار بر جای گذاشته و خرده‌فروشان و خریداران روسی را تحت فشار شدید قرار داده است. کاهش ناگهانی عرضه مواد غذایی موجب افزایش قیمت در گروه‌های مختلف مواد غذایی از سبزیجات تا محصولات روزانه گردید. مطالعات بازار بیانگر این امر است که حتی اگر عرضه‌کنندگان محصولات قادر باشند تمامی کالاهای وارداتی را جایگزین نمایند، قیمت به سطح قبلی باز نخواهد گشت. پس از اعمال تحریم‌ها، اکثر خرده‌فروشان مواد غذایی روسیه تلاش کردند تا کالاهای وارداتی را با کالاهای داخلی و یا واردات از کشورهای بدون محدودیت جایگزین نمایند. بعبارت دیگر، افزایش قیمت بسیاری از محصولات غذایی مانند ماهی، محصولات روزانه، میوه‌جات و سبزیجات موجب شد که مشتریان درصد یافتن جایگزین‌هایی با قیمت‌های پایین‌تر برآیند که این امر به نوبه خود منجر به کاهش فروش محصولات غذایی غیرضروری گردید.
- تورم قیمت‌های مواد غذایی یک عامل کلیدی برای افزایش تورم کلی در سال ۲۰۱۴ بوده است. این افزایش قیمت‌ها عمدتاً به دلیل کاهش ارزش روبل و محدودیت‌های اعمال شده بر واردات مواد غذایی بوده است. قیمت محصولات نظیر پنیر، ماهی و گوشت، با توجه به وارداتی بودن درصد قابل توجهی از آنها، سریع‌تر از سایر مواد غذایی افزایش یافت. علاوه بر این، قیمت مواد غذایی خرده‌فروشی برای کالاهای با عدم ممنوعیت واردات نیز، ۱۱/۸٪ افزایش نشان داد. طبق آمار خدمات آماری روسیه، گردش مالی خرده‌فروشی در سال ۲۰۱۴ سالانه ۲/۵ درصد رشد داشته؛ در حالی که شاخص ارزش مقداری از ۷۴۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۳ به ۶۹۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ رسیده است. طی سال ۲۰۱۴، روبل روسیه ۷۰٪ کاهش ارزش داشت که دلیل عمده این امر، تحریم‌های اعمال شده توسط کشورهای اروپایی و آمریکا، همچنین کاهش قیمت نفت بوده است. به منظور توقف کاهش ارزش پول، بانک مرکزی روسیه به یکباره نرخ بهره کلیدی را از ۱۰/۵٪ به ۱۷ درصد افزایش داد. نرخ بهره کلیدی بالاتر منجر به



- گران‌تر شدن اعتبارات برای هر دو گروه وام‌های تجاری و شخصی گردید. موج جدید کاهش ارزش روبل در جولای - آگوست ۲۰۱۵ بود که نرخ مبادله یک دلار آمریکا به ۷۰ روبل روسیه رسید. این در حالی بود که نخست وزیر این کشور طی مصاحبه مطبوعاتی، دلیل عمده کاهش ارزش روبل را کاهش قیمت نفت در سطح جهان، کاهش ارزش پول کشورهای چین و قزاقستان، کاهش رشد اقتصاد چین و تحریم‌های اعمال شده توسط کشورهای غربی خصوصاً تحریم‌های بخش بانکی عنوان نمود.
- با توجه به سهم بالای مواد غذایی و کالاهای مصرفی وارداتی، قدرت خرید تحت تاثیر کاهش شدید ارزش روبل قرار گرفته است. شایان ذکر است به دلیل مشکلات ایجاد شده در خصوص عرضه خواربار، دولت روسیه شرایطی را برای ارائه ضمانت‌نامه‌های دولتی و یا وام‌های مستقیم از محل بودجه عمومی جهت خرده‌فروشان بزرگ در نظر گرفته است. اگرچه تاکنون تمایلی از جانب فعالین این صنعت برای دریافت تسهیلات مشاهده نشده، اما در صورت تداوم بحران، ارائه این تسهیلات ضروری به نظر می‌رسد. از سوی دیگر، دولت با هدف تنظیم قیمت بازار، کنترل خود بر بخش خرده‌فروشی مواد غذایی را افزایش داده است. در ژانویه ۲۰۱۵ تعداد زیادی از دفاتر خرده‌فروشی مواد غذایی در بیش از ۳۰ شهر روسیه مورد بازرسی دفتر دادستان کل قرار گرفت. بازرسان با هدف تشخیص نوسانات و افزایش بی دلیل قیمت مواد غذایی قیمت آنها را مورد بررسی قرار دادند. لازم به ذکر است سیاست تثبیت قیمت برای ۲۰ گروه کالایی، تقریباً توسط تمامی خرده‌فروشان عمده مواد غذایی روسیه از جمله Metro, Dixy Group, X5 Retail Group, Lenta and O'Key صورت پذیرفته است.
 - چشم‌انداز هزینه‌های خانوار در روسیه به گروه‌های مختلف طبقه‌بندی شده و اولویت‌های اول متعلق به کالاهای ضروری مانند غذا، اسکان و نوشیدنی‌های غیر الکلی تعلق گرفته است. حدود ۲۹٪ از هزینه‌های مصرف‌کنندگان در سال ۲۰۱۴ (۳۱٪ در سال ۲۰۱۳) صرف خرید مواد غذایی و نوشیدنی‌های غیر الکلی گردیده است.
 - بازار خرده‌فروشی روسیه دارای تفاوت قابل توجهی بین استان‌های مختلف، به لحاظ حجم و نیز توسعه‌یافتگی می‌باشد. تفاوت‌ها از تعداد ساکنان، تراکم جمعیت، سطح شهرنشینی، متوسط درآمد، هزینه ماهانه و ویژگی‌های رقبا و استان‌های هم‌جوار نشأت گرفته است. مطابق با این آمار، استان مرکزی که شهر مسکو را نیز در بر می‌گیرد، کوچک‌ترین استان روسیه و در عین حال، پرجمعیت‌ترین منطقه آن بوده و بیشترین سهم بازار خرده‌فروشی را به خود اختصاص داده است (۳۴٪ در سال ۲۰۱۴). اکثر خرده‌فروشان بزرگ روسیه در مسکو تمرکز یافته‌اند، بطوریکه بخش عمده‌ای از فعالین داخلی، همچنین خرده‌فروشان خارجی که در جستجوی تاسیس امکانات خود در روسیه هستند، در این شهر تمرکز یافته‌اند. این در حالی است که خاور دور روسیه با دارا بودن جمعیت کمتر از ۶ میلیون نفر - علی‌رغم آنکه به لحاظ وسعت بزرگترین استان روسیه محسوب می‌شود - کمترین سهم (۴٪) از فروش خرده‌فروشی‌ها را در بین سایر ایالات روسیه داشته است. شایان ذکر است سهم فروشگاه‌های مدرن در بازار خرده‌فروشی به طور مرتب در حال افزایش است؛ به طوری که در سال ۲۰۱۴، کانال‌های خرده‌فروشی مدرن ۳۰٪ بازار روسیه را در اختیار داشتند. این در حالی است که کانال‌های سنتی مانند مغازه‌های شخصی، دست‌فروشان و کیوسک‌ها، علی‌رغم کاهش سهم آنها به نفع کانال‌های مدرن، کماکان نقشی برجسته در این بازار ایفا می‌نمایند.
 - با توجه به شرایط کنونی روسیه، کشورهای مختلف از اقصی نقاط جهان در تلاش هستند تا با دسترسی به بازار روسیه امتیازاتی برای خود کسب نمایند. واردکنندگان موفق افرادی هستند که دامنه وسیعی از کالاها را شامل کالاهایی که واردات آنها از بعضی کشورها ممنوع اعلام شده، امکان تولید در داخل کشور ندارند و همچنین تولید داخلی برای آنها به اندازه کافی نیست، در فهرست کالاهای وارداتی خود لحاظ نمایند.

امتیازات و چالش‌های صادرات به روسیه

پاره‌ای از امتیازات و چالش‌های صادرات به روسیه، در جدول ذیل گردآوری شده‌اند.

چالش‌ها	امتیازات
بحران اقتصادی تأثیری عمیق بر اقتصاد روسیه داشته که این امر موجب کاهش قدرت خرید قشر متوسط جامعه گردیده است.	جمعیتی بالغ بر ۱۴۷ میلیون که مشتری بالقوه شناخته می‌شوند.
آسیب‌پذیری اقتصادی و سیاسی، وابستگی به نفت و استخراج مواد معدنی برای رشد اقتصادی	بخش خرده‌فروشی روسیه کماکان در حال رشد است که این امر فرصت‌هایی را برای صادرکنندگان فراهم می‌نماید.



چالش‌ها	امتیازات
مصرف‌کنندگان در تلاش برای جایگزینی کالاهای داخلی ارزان‌تر می‌باشند.	خرده‌فروشی مواد غذایی از جمله بخش‌هایی است که به دلیل ارائه کالاهای ضروری، از شرایط نابسامان اقتصادی و سیاسی کمترین تاثیر را پذیرفته است.
شرایط دشوار تجاری کنونی به دلیل ممنوعیت واردات غذا از بعضی کشورها، دولت روسیه را به سمت اتخاذ سیاست جایگزینی سوق داده است.	توسعه و سامان‌دهی خرده‌فروشی در روسیه، دسترسی تولیدکنندگان را به بازار، کارآتر خواهد نمود.
رشد سریع کارخانجات داخلی برای تولید و عرضه محصولات نیمه آماده و آماده برای مصرف، رقابت در این بخش را دشوار نموده است.	تغییرات سبک زندگی، تقاضا برای محصولات نیمه آماده و آماده برای مصرف را افزایش داده است.
وجود فساد اداری و مشکلات یافتن شریک یا توزیع‌کننده قابل اعتماد	وجود واردکنندگان کارآزموده و بزرگ در بخش صنایع غذایی روسیه

نقشه راه برای ورود به بازار روسیه

طبق گزارش سهولت کسب و کار بانک جهانی، روسیه در سال ۲۰۱۵ رتبه ۶۲ از بین ۱۸۵ کشور را به خود اختصاص داده است. این در حالی است که این کشور در رتبه‌بندی سال ۲۰۱۴، در رتبه ۹۲ بوده است. البته ذکر این نکته ضروری است که بخش قابل توجهی از این بهبود رتبه به دلیل تغییر روش‌های رتبه‌بندی بوده که در صورت در نظر نگرفتن این تغییرات، رتبه روسیه تنها ۲ رتبه ارتقاء داشته است. به طور متوسط راه اندازی یک کسب و کار در روسیه طی ۵ مرحله صورت گرفته و ۱۳ روز کاری به طول می‌انجامد. البته هزینه شروع کسب و کار در روسیه پایین بوده و تقریباً ۱/۲ درصد درآمد سرانه ارزیابی شده است که در مقایسه با ۵/۳ درصد از درآمد سرانه در اروپای شرقی و آسیای مرکزی رقم ناچیزی محسوب می‌گردد.

خدمات قابل ارائه ATO Moscow جهت صادرکنندگان به روسیه

صادرکنندگان می‌توانند درخواست ارزیابی بازار برای محصولات خود و یا لیست واردکنندگان را از ATO Moscow دریافت نمایند. همچنین، ATO Moscow خدمات زیر را نیز برای کمک به صادرکنندگان جهت انتخاب بهترین روش عرضه به بازار ارائه می‌نماید:

۱. توصیه‌های آینده‌نگرانه ورود به بازار روسیه برای تخمین چشم‌انداز کالاهای مورد بررسی با توجه به ترجیحات و درآمد مصرف‌کنندگان، رقابت محلی و کانال‌های فروش، که در چنین مواردی ممکن است نیاز به تحقیقات بازاریابی از بنگاه‌های مشاوره تخصصی باشد. البته بررسی قوانین و مقررات روسیه شامل تغییرات به وجود آمده پس از الحاق به سازمان تجارت جهانی نیز پیشنهاد می‌شود.
۲. شرکت در رویدادهای تبلیغاتی: یکی از چالش‌های صادرکنندگان برای ورود به بازار روسیه ترویج محصول است. یک راه مقرون به صرفه که صادرکنندگان میتوانند کالاهای خود را ترویج دهند، شرکت در یکی از بزرگترین نمایشگاه‌های عمومی غذا و نوشیدنی می‌باشد که توسط "World Food Moscow" و به صورت سالانه در سپتامبر برگزار می‌شود. چنانچه هدف صادرکنندگان منطقه خاصی از روسیه باشد، Moscow ATO شرکت در نمایشگاه‌های منطقه ای را پیشنهاد می‌نماید. شایان ذکر است هزینه شرکت در نمایشگاه‌های محلی که برای مصرف‌کنندگان محلی و خرده‌فروشان مواد غذایی طراحی شده است، به مراتب پایین‌تر می‌باشد.
۳. همکاری با واردکنندگان روس: انتخاب شریک تجاری مناسب روس یکی از مهمترین تصمیمات صادرکنندگان به این کشور محسوب می‌شود که در توسعه تجارت آنها در روسیه نقش قابل توجهی دارد. همکاری با یک شریک محلی روس به طور قابل توجهی فرصت‌های تجاری را گسترش داده و نیاز صادرکنندگان برای انعقاد قرارداد مستقیم با چندین زنجیره خرده‌فروشی را به



حداقل می‌رساند.

۴. یک شریک تجاری روس آشنا با شرایط بازار و محیط نظارتی، می‌تواند به در حرکت صادرکنندگان در بازار روسیه، حل مسائل و مشکلات و نیز افزایش موفقیت آنها کمک کند. برای اولین تحویل، معمولاً یک شرکت وارداتی بزرگ انتخاب می‌شود که باید دارای اعتبار مناسب و مجرب در امور گمرکی بوده و دارای امکانات انبارداری و شبکه توزیع توسعه یافته باشد.
۵. ارائه خدمات فروش: وارد کنندگان و عمده فروشان روس از صادرکنندگان انتظار دارند که در فرآیند فروش توسط ارائه خدمات بازاریابی، همکاری در تبلیغات، آموزش و بسته‌بندی همکاری نمایند.
۶. تاسیس نمایندگی: پس از عقد قرارداد و داشتن چشم‌انداز جدی برای ورود به بازار، یکی از بهترین روش‌ها برای اداره تجارت در روسیه، تاسیس دفتر نمایندگی است. این دفتر نمایندگی بر اساس محصول و بازار هدف می‌تواند در شهرهای مسکو، سن پترزبورگ و یا ولادیووستوک تاسیس گردد.

معرفی بزرگترین شرکتهای خرده‌فروشی روسیه و خدمات صندوق ضمانت صادرات ایران برای پوشش ریسک قصور

اطلاعات مربوط به ۱۰ شرکت بزرگ فعال در حوزه مواد غذایی روسیه که در مرحله اول توسط صندوق ضمانت صادرات ایران اعتبارسنجی شده اند به شرح ذیل ارائه می‌گردد. شایان ذکر است فهرست ذیل به مرور بروز رسانی خواهد شد و همچنین امکان اعتبارسنجی و تعیین سقف برای هر درخواست خارج از این فهرست، وجود خواهد داشت:

ردیف	نام شرکت	کشور مبدا	فروش سال ۲۰۱۴ (میلیارد دلار آمریکا)	سهم بازار (%)	تعداد فروشگاهها
۱	Magnit (Jsc Tander)	روسیه	۱۹/۶	۶	۸,۶۳۱
۲	X5 Retail Group	روسیه	۱۶/۶	۵/۱	۵,۴۸۳
۳	Auchan Group	فرانسه	۹/۲	۲/۸	۲۳۳
۴	Dixie Group	روسیه	۶	۱/۸	۲,۱۹۵
۵	O'Key Group	روسیه	۴	۱/۲	۱۰۸
۶	Metro Group	آلمان	۳/۴	۱	۸۰
۷	Lenta	روسیه	۳/۱	۰/۹	۱۳۵
۸	Spar Russia	هلند	۲	۰/۶	۴۲۰
۹	Sedmoy Kontinent	روسیه	۱/۶	۰/۵	۱۴۶
۱۰	Element-Trade	روسیه	۱/۶	۰/۵	۷۰۰

صندوق ضمانت صادرات ایران به منظور حمایت از صادرکنندگان ایرانی فعال در روسیه، اقدام به تدوین سیاست پوششی منعطف نسبت به این کشور نموده و ریسک عدم پرداخت مطالبات ناشی از قراردادهای منعقد فی‌مابین صادرکنندگان ایرانی و شرکتهای روس (از جمله ۱۰ شرکت فوق) را با شرایط ویژه تحت پوشش بیمه‌ای قرار می‌دهد. این امر باعث تسهیل نفوذ صادرکنندگان ایرانی به بازار استراتژیک روسیه و دستیابی به سهم از دست رفته کشورمان از این بازار پر ظرفیت خواهد گردید.



نتیجه گیری

سیاست پوششی جدید صندوق ضمانت صادرات ایران در قبال بازارهای هدف صادراتی، معطوف به تامین همزمان امنیت پایدار تجارت و بازاریابی می‌باشد. بر این اساس، مدیریت صندوق با در نظر گرفتن اولویت دولت جمهوری اسلامی ایران برای تقویت همه جانبه روابط با کشورهای منطقه، اقدام به شناسایی و معرفی خریداران و شرکتهای خارجی معتبر که بطور بالقوه می‌توانند طرف تجاری صادرکنندگان ایرانی قرار گیرند نموده است. در گام اول، صندوق با معرفی فهرست خریداران بالقوه مواد غذایی روسیه، این امکان را برای صادرکنندگان ایرانی فراهم نموده است تا با انتخاب شرکای تجاری قابل اتکا با پوشش ریسک صندوق ضمانت صادرات ایران، صادرات امن و پایداری به روسیه انجام دهند. چراکه تجربه ناموفق تجارت با این کشور، افق و چشم انداز ترسیم شده برای روابط بلندمدت با کشور روسیه را تحت شعاع قرار خواهد داد. همچنین موافقت نامه همکاری استراتژیک صندوق ضمانت صادرات ایران با صندوق ضمانت صادرات روسیه (EXIAR)، امکان ویژه‌ای برای دسترسی به بانک اطلاعات شرکتهای روس فراهم نموده تا اطلاعات موثق و کاملی برای اعتبارسنجی شرکتهای روس در اختیار داشته باشد. امکان حمایت مشترک از شرکتهای سرمایه‌گذاری مشترک ایرانی- روسی از دیگر امکانات موافقت نامه مذکور است که جنبه اجرایی یافته است. پیش‌بینی می‌شود با تشریک مساعی این دو صندوق، انتظارات دو دولت برای توسعه پایدار روابط اقتصادی و تجاری بیش از گذشته برآورده گردد.