

**20<sup>th</sup> World Food Moscow, 13 – 16 September, Moscow, Russia**  
**ขอเชิญสมัครเข้าร่วมงาน World Food Moscow 2011**

**ข้อมูลการจัดงาน**

ระยะเวลาจัดงาน:	13 – 16 กันยายน 2554
สถานที่จัดงาน:	Expocentre at Krasnaya Presnya, Moscow
ผู้จัดงาน:	ITE LLC Moscow
รูปแบบงาน:	แสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มนานาชาติ จัดขึ้นเพื่อเจรจาธุรกิจ ไม่มีการจำหน่ายปลีก
ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมงาน:	85,000 บาท/ คูหา (สนับสนุนโดยกรมส่งเสริมการส่งออก)
กำหนดวันรับสมัคร:	14 ธันวาคม 2553 - 31 มีนาคม 2554 (รับ 28 บริษัท)
เว็บไซต์:	www.worldfood-moscow.com

**ข้อมูลงาน**

สินค้าที่จัดแสดง:	อาหารและเครื่องดื่มได้แก่ health food, fruit & vegetables, convenience & frozen food, fish & seafood, grocery & snack, oil/fat & sauce, meat & poultry, tea & coffee, dairy products
พื้นที่ในการจัดแสดงงาน:	21,476 ตารางเมตร
บริษัทที่ร่วมแสดงงาน:	1,266 บริษัท 55 ประเทศ
จำนวนผู้เข้าร่วมชม:	52,280 ราย
ประเทศที่เข้าร่วม:	55 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ ฝรั่งเศส เยอรมนี จีน อิตาลี แคนาดา เดนมาร์ก ตุรกี อาร์เจนตินา รัสเซีย ปากีสถาน สเปน เวียดนาม อียิปต์ บาร์ซิล เบลเยียม อินโดนีเซีย ไชปรัส เอกวาดอร์ ลัสเวีย และกลุ่มประเทศใหม่ๆ ที่เข้าร่วมงานในลักษณะ Pavilion ได้แก่ European Union อิหร่าน สวีเดน เป็นต้น

**ลักษณะเด่น**

- รัสเซียเป็นตลาดขนาดใหญ่ ที่มีประชากรสูงถึง 145 ล้านคน รวมทั้งยังเป็น crossroad ของการติดต่อการค้า การลงทุน การขนส่ง กับประเทศอดีตสหภาพโซเวียตอื่น ๆ (CIS) ซึ่งยังคงมีสายสัมพันธ์ทางภาษา ระบบเศรษฐกิจ/การเมือง ระบบโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด ทั้งในระดับทวิภาคีและในกรอบความร่วมมือระดับภูมิภาค จึงมีผลให้ศักยภาพที่แท้จริงของรัสเซียไม่ได้จำกัดเฉพาะตลาดรัสเซีย แต่ขยายรวมไปถึงตลาดประเทศ CIS อีกกว่า 100 ล้านคน โดยเฉพาะประเทศยูเครน คาซัคสถาน และอุซเบกิสถาน ซึ่งมีอัตราการขยายตัวของ GDP ในระดับสูง โดยมีรายได้จากการลงทุนทรัพยากรธรรมชาติด้านน้ำมันและเชื้อเพลิง
- นอกจากนี้ รัสเซียเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติกระจายทั่วภูมิภาค มีศักยภาพเป็นแหล่งป้อนวัตถุดิบที่สอดคล้องกับศักยภาพการผลิตของไทย ซึ่งไทยสามารถนำเข้าเพื่อใช้ในการผลิตในประเทศ หรือสนใจเข้าไปลงทุนทำการผลิตในรัสเซียโดยอาศัยวัตถุดิบในการแปรรูปเพื่อตลาดในรัสเซียและการส่งออกไปประเทศอื่น
- เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นของชาวรัสเซีย พฤติกรรมการบริโภคสินค้าอาหารจึงมีการเปลี่ยนแปลง โดยผู้บริโภคมีความ ต้องการสินค้าอาหารที่ดีขึ้น โดยให้ความสำคัญกับอาหารที่มีคุณภาพและสะอาดถูกมาตรฐานสุขอนามัย ซึ่งทำให้โครงสร้างการจำหน่ายสินค้าอาหารในตลาดรัสเซียเปลี่ยนไปจากร้านขายของชำไปสู่ซูเปอร์มาร์เก็ตทั้งขนาดกลางและขนาดใหญ่ (Hypermarket) ปริมาณของซูเปอร์มาร์เก็ตขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และในขณะนี้ซูเปอร์มาร์เก็ต ถือเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าอาหารสดและอาหารสำเร็จรูปที่สำคัญที่ผู้บริโภครัสเซียนิยมซื้อ สินค้าตลาดสินค้าอาหารสำเร็จรูปในรัสเซียมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทผักและผลไม้กระป๋อง อาหารทานเล่น (Snack) และอาหารทะเลกระป๋อง เป็นต้น

**สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม**

ติดต่อบริษัท บีแอลไอ (ประเทศไทย) จำกัด **คุณปิยะพร, คุณพัชรี หรือคุณรัชฎ์ลักษณ**  
 โทร. 02-204-2580 ถึง 5 อีเมล: [piyaporn@blithailand.com](mailto:piyaporn@blithailand.com), [patcharee@blithailand.com](mailto:patcharee@blithailand.com)



(กรุณากรอกเป็นภาษาอังกฤษ) Fax Reply to 02-204-2586 Attn: K. Piyaporn/K. Patcharee

**World Food Moscow 2011** We would like to Exhibit  Visit

Company Name: \_\_\_\_\_

Address: \_\_\_\_\_

Name: \_\_\_\_\_ Position: \_\_\_\_\_

Tel: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

Mobile: \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_

Website: \_\_\_\_\_ Product: \_\_\_\_\_