

RUSYA FEDERASYONU HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ

BİLGİ NOTU

147 milyona yaklaşan nüfusuyla hazır giyim sektöründe de küresel ölçekte en önemli tüketici ülkeler arasında yer alan Rusya Federasyonu (Rusya)'nda sektör ithalatı yıllar itibarıyla istikrarlı bir seyir izlemiştir. 2011 yılında 6,7 milyar dolar seviyesindeki ithalat, 2012 yılında küresel sektör ithalatının yaklaşık %2,2'sine tekabül eden 8,2 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır. 2014 yılı ekonomik krizi iç talepte bir daralmaya sebebiyet vermiş, ancak gerek anılan dönemde alım gücünde görülen azalış gerekse batı ülkelerinin yaptırımları doğrultusunda iç piyasada alınan ithal ikameci sanayileşmeye yönelik önlemlere rağmen üçüncü ülke menşeli hazır giyim ürünleri Rusya pazarında önemini tekrar artırmıştır.

2019 yılında **7,3 milyar doları** aşan seviyede hazır giyim ürünleri ithalatı gerçekleştiren Rusya, yaklaşık 435 milyar dolarlık dünya ithalatından aldığı %1,7'lik payla 15'inci sırada yer almaktadır. Anılan sektörde en büyük 8'inci net ithalatçı (2019 yılı ihracatı 452 milyon dolar) konumunda bulunan Rusya'da en çok Çin menşeli ürünler (%36) tercih edilmekte; anılan ülkeyi Bangladeş (%12,1), İtalya (%7,4) ve Türkiye (%6,9) takip etmektedir. Rusya'nın genel hazır giyim ithalatında pamuktan mamul tişört, fanila ve atletler, kazak/süveterler, palto/yağmurluklar ve erkek palto/kaban/ceket ürünleri ön plana çıkmaktadır. Ayrıca; toplam sektör ithalatında ilk sırada yer alan kadın giyim ürünlerinde yarım milyar dolara yaklaşan ithalat değeriyle özellikle kazak/süveter/hırka ve yelek grubu dikkati çekmektedir. Kot pantolon ile sentetik anorak ve rüzgarlık ürünleri Rusya'nın kadın giyim ithalatında tercih edilen diğer başlıca ürünlerdir. Rusya Federal Gümrük Servisi verilerine göre ülkemizden gerçekleştirilen yarım milyar doları aşkın hazır giyim ürünleri ithalatında tişört, fanila ve atletler, erkek gömlek ve pantolonlar, bayan giyim özelinde ise kot pantolonlar, hırka/yelekler, takım elbise, ceket/blazer ve gömlek/buluz ürünleri ön plana çıkmaktadır.

Rusya'da 2019 yılında hazır giyim, ayakkabı ve aksesuar ürünlerinde toplam perakende satışların **2,5 trilyon ruble (35 milyar dolar)** seviyesinde gerçekleştiği tahmin edilmektedir (Üçüncü ülkeler merkezli e-ticaret sitelerinden yapılan satın almalar dahil.). 2019'da %18'den %20'ye çıkarılan KDV oranı, tüketici talebinde görülen daralma ve nispeten daha ılık geçen sonbahar ve kış döneminde kışlık ürün satışında görülen düşüş sektörde toplam perakende satışlara olumsuz şekilde yansımıştır. Hazır giyimde 2019 yılı pazar büyüklüğünün yaklaşık **1,84 trilyon rubleye (25,9 milyar dolar)** ulaştığı Rusya'da, kadın giyimde 1,1 trilyon ruble (15,5 milyar dolar), erkek giyimde ise yaklaşık 750 milyon ruble (10,4 milyar dolar) seviyelerinde ciro elde edilmiştir. Söz konusu satışlarda çocuk ürünlerinin payının ise %20'ye yaklaştığı görülmektedir.

Rusya'da tüketici tercihlerine baktığımızda ise, 2019 yılında Rus hazır giyim pazarında satılan ürünlerin yaklaşık %59'unun ucuz ürün, %30'unun orta fiyatlı ürün, %11'inin ise üst/premium segmentli ürün grubunda yer aldığı görülmektedir. Ülkede son yıllarda reel harcanabilir gelirin azalmasına paralel olarak 2019 yılında Rus halkının yaklaşık yarısının hazır giyime yönelik harcamalarını azalttığı değerlendirilmektedir. Yine 2019 yılında, bir Rus tüketicinin tek seferlik giyim alışverişi için bir mağazada yaptığı ortalama harcama yaklaşık 3.500 ruble (50 dolar), e-ticaret sitesinde yaptığı ortalama harcama ise yaklaşık 4.300 ruble (61 dolar) seviyesindedir.

Öte yandan; son dönemlerde reel gelirden görülen düşüş ve e-ticaret kullanımındaki artış sonucu hazır giyim sektöründe taklit ürün satışlarının arttığı gözlemlenmektedir. Anılan sektörde son dönemde gerçekleştirilen pazar araştırmalarında; taklit ürün satışlarının 300 milyar rubleye (4,2 milyar dolar)

ulaştığı, taklit ürünlerin özellikle tişört, kot pantolon, el çantası ve spor ayakkabı ürünlerinde yoğunlaştığına yönelik değerlendirmelerde bulunmaktadır.

Rusya’da hazır giyim ürünleri, son dönemde e-ticaretin giderek etkili olmaya başladığı ürün grupları arasında yer almaktadır. 2019 yılında e-ticaret üzerinden yapılan hazır giyim ürün satışları 250 milyar ruble (3,6 milyar dolar) seviyesini aşmış bulunmaktadır. Anılan dönemde üçüncü ülkeler merkezli e-ticaret sitelerinden yapılan satın almalarda en büyük payı, 2018 yılında olduğu gibi ayakkabı ve giyim ürünleri almış (%36,8), anılan ürün grubunu ise dijital ve dijital olmayan ev ürünleri takip etmiştir (%32).

Rus hazır giyim perakende firmalarının yaklaşık %60’ının kendi e-ticaret platformu bulunmaktadır. Bu çerçevede, M. Reason, Stockmann, Gloria Jeans, GANT, Anta Sports, Louis Vuitton, The North Face, Sandro, Alpha Industries gibi önemli giyim mağazaları 2018 yılı itibarıyla kendi “online” satış mağazalarını oluşturmuşlardır. Halihazırda en fazla satış yapılan e-ticaret sitesi olan “wildberries.ru”, ağırlıklı olarak hazır giyim ürünleri satışı yapan bir platform niteliğindedir. Rusya’da en fazla satış yapılan e-ticaret sitelerine <https://www.top100.datainsight.ru/> adresinden ulaşmak mümkündür. Son dönemde; ayrıca, ülkenin önemli e-ticaret firmaları müşteri memnuniyeti açısından kendilerinden “online” alım yapan müşterilere yönelik “offline” deneme istasyonları/mağazaları kurmaya başlamışlardır. Örneğin; tüketici bir ürünü alıp denedikten sonra beğenmezse, söz konusu deneme istasyonlarına/mağazalarına ürünü iade edebilmekte, beğendiği ürünü ise istediği yer ve zamanda satın alabilmektedir. Bu sayede, firmalar da lojistik maliyetlerini asgari düzeye indirebilmektedir.

Son olarak, COVID-19 pandemisinin Rus hazır giyim sektörüne yönelik etkilerine de yer verilmesinde fayda görülmektedir. Pandemiyle mücadele çerçevesinde pek çok ülkede olduğu gibi, Rusya’da da alışveriş merkezleri ve mağazalar Nisan-Mayıs döneminde kapatılmış; anılan dönemde perakende sektöründeki değişik kategorilerde cirolar %70-98 oranlarında düşmüştür. 2019 yılı Nisan ayında toplam perakende satışlar içerisinde ağırlığı %51,5 olan gıda dışı perakende satışlarının payı, 2020 yılı Nisan ayında %42,3’e gerilemiştir. Anılan tarih itibarıyla gıda dışı perakende satışlarda yıllık bazda %35’lik bir düşüş vuku bulmuştur. Moskova ve birçok bölgede alışveriş merkezleri ve mağazaların 1 Haziran 2020 tarihinde tekrar faaliyete geçmesini müteakip ilk hafta itibarıyla hazır giyim sektörüne ilişkin cirolarda Mart ayının ilk haftasına göre %54’lük bir artış yaşanmıştır. Karantina önlemlerinin kısmen kaldırılmaya başlanmasını müteakip mağaza ziyaretlerinde satın alma sıklığının da 2 katına çıktığı gözlemlenmiştir. 2019 yılı Haziran ayı içerisinde Rus imalatçıların satışlarının 3 kat arttığı “Aliexpress Rusya” e-ticaret platformunda toplam satışlarda Mayıs ayına göre %30, Nisan ayına göre ise %60 oranında artışlar elde edilmiştir. Anılan dönemde en çok ciro artışının sağlandığı ürün grubu ise kadın giyim ürünleri olmuştur.

Her ne kadar halihazırda başta Moskova olmak üzere alışveriş merkezleri yeniden hizmet vermeye başlamış olsa da, özellikle pandemi döneminde pek çok firmanın altyapısının e-ticarete hızlı bir biçimde geçebilecek seviyede olmaması, e-ticaret üzerinden yeterince satış yapılamaması ve en önemlisi pandemi sürecinde kişilerin harcanabilir reel gelirlerinde meydana gelen düşüşler sebebiyle sektörde ciddi kayıplar meydana gelmiştir. Pandemi sürecinde reel harcanabilir hanehalkı gelirlerinde meydana gelen düşüşün, önümüzdeki dönemde Rus tüketicilerin hazır giyim ürünü satın almaya yönelik tercihlerini olumsuz etkilemesi öngörülmekte ve tüketicilerin daha çok gıda ve iletişim ürünlerine yönelik harcamalara yönelmesi beklenmektedir. Diğer taraftan; Rusya’da bazı deri ve tekstil ürünleri ile birlikte muhtelif hazır giyim ürünlerinde (Gümrük Tarife Pozisyonu: 6106, 6201, 6202) 1 Ocak 2021 tarihinden itibaren zorunlu etiketleme uygulamasına geçilecektir.