



RUSYA



MÜCEVHER SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Krasnodar Ticaret Ataşeliği
Haziran 2026

1. Rusya Pazarında Mücevher Sektörü

Rusya, 150 milyon kişiye yaklaşan nüfusu, 2,5 trilyon doları aşan GSYİH'si ve kişi başı yıllık yaklaşık 18.000 dolarlık geliri¹ ile pek çok sektörde olduğu gibi mücevher sektöründe de Türk ihracatçılar için büyük bir pazar imkânı sunmaktadır. Hâlihazırda, Türk mücevher sektörü Rusya pazarından önemli bir pay almakla birlikte, bu payın artırılması mümkündür.

1.1 İlgili Sektörde Üretim

2025 yılında Rusya mücevher pazarı %7,3 büyüyerek **493,3 milyar ruble (2025 ortalama dolar/ruble kuruna göre yaklaşık 5,9 milyar dolar)** hacme ulaşmıştır.

2025-2031 yılları arasında Rusya mücevher pazarının yıllık ortalama %6,3 büyümesi beklenmektedir.² Bölgesel ve küresel genel görünümün daha pozitif bir hale gelmesi ve ekonomiye yansımaları ile birlikte, Rusya mücevher sektöründeki yıllık ortalama büyüme beklentisinin çok daha yüksek rakamlara ulaşması ihtimal dahilindedir.

Rusya mücevher pazarındaki talebin yaklaşık %80'i yerli üretimle karşılanmaktadır. Bir diğer ifadeyle mevcut görünümünde Rusya mücevher pazarı **1 milyar dolar değerden fazla mücevher ithal eden bir pazar** görünümündedir.³

Rusya'da 2025 yılında yapılan mücevher alışverişlerinin ortalama değeri %11 artarak 10.075 ruble (yaklaşık 120 dolar) olarak kaydedilmiştir.⁴ Mücevher sektörünün Rusya'da 2024 yılında %25,6 büyüdüğü dikkate alındığında sektördeki büyümenin 2025 yılında yavaşladığı görülmektedir. Sektördeki bu yavaşlamanın, 2025 yılında Rus ekonomisindeki genel yavaşlamanın bir sonucu olarak değerlendirilebilmesi mümkündür. Bununla birlikte Rusya, geleneksel olarak mücevher talebinin yüksek olduğu bir pazar olarak önemli fırsatlar sağlamaktadır.⁵

Ham madde fiyatlarındaki artış mücevher sektöründeki maliyetleri doğrudan artırmaktadır. Rusya'nın en büyük mücevher üreticilerinden Sokolov⁶ kaynaklı bilgilere göre, 2025 yılında Rusya pazarına, 43,2 ton ağırlığında 24,4 milyon adet altın mücevher arz edilmiştir. 2024 yılında ise Rusya pazarına arz edilen altın mücevherin ağırlığı ve sayısı 2025'e göre sırasıyla %21,8 ve %22,1 daha fazladır. Bir diğer ifadeyle, 2025 yılında altın fiyatlarında yaşanan yükseliş nedeniyle Rusya pazarına ağırlık ve adet bağlamında daha az altın mücevher arz edilmesine rağmen fiyat etkisiyle Rusya mücevher pazarı değer bazında büyümüş görünmektedir. Altın mücevherat sektöründe perakende satışlar 2025 yılında 2024'e kıyasla %8,7 azalarak 18,8 milyon adet seviyesinde gerçekleşmiştir.

¹ <https://data.worldbank.org/country/russian-federation>

² <https://www.kommersant.ru/doc/8463912>

³ Bilindiği üzere, Rusya dış ticaret verilerini kapsamlı bir şekilde yayınlamayı durdurmuştur. Trademap gibi kaynaklar üzerinden "ayna veri" (mirror data) ile yapılan analizler Rusya'nın 2025 yılı mücevher ithalatını yaklaşık 71,5 milyon dolar gibi oldukça düşük bir değer göstermekle birlikte; sektörün toplam büyüklüğü ve yerel markaların payı girdileri hesaba katıldığında Rusya'nın mücevher ithalatındaki asıl değer 1-1,2 milyar dolar olduğu çıkarımı yapılabilmektedir.

⁴ <https://www.forbes.ru/biznes/556179-rossiane-potratili-pocti-500-mlrd-rublej-na-uelirnye-izdelia-v-2025-godu>

⁵ İmitasyon takı sektörü ise değerli mücevher sektöründen farklı bir görünüme sahiptir. Rusya'daki imitasyon takı üretiminin değerinin yaklaşık 16-17 milyon dolar olduğu hesaplanmaktadır. Muhtelif kaynaklar, Rusya'daki genel imitasyon takı pazarı büyüklüğünün halihazırda 300 milyon dolar büyüklüğü geçtiğini ve 700 milyon dolar seviyesine doğru büyüyeceğini öngörmektedir. Özellikle imitasyon mücevher alanında Rusya, Çin ve Hindistan gibi ucuz üretim yapabilen ülkelerden önemli oranda ithalat gerçekleştirmektedir. Bu çalışmada, "gerçek" mücevher sektörüne odaklanılmaktadır.

⁶ <https://sokolov.ru/>

Çevrimiçi satışlar sektörde giderek önemli hale gelmektedir. 2025 yılında Rusya’da yapılan mücevher satışlarının yaklaşık %30’u çevrimiçi kanallar aracılığıyla gerçekleşmiştir. Çevrimiçi satışların %45’ine dijital pazar yerleri aracılık etmiştir. Tüm satışlar dikkate alındığında dijital pazar yerlerinin payı %13’e denk gelmektedir.⁷ Çevrimiçi imkânların gelişmesi ve sosyal medya desteği, küçük ölçekli kişiselleştirilmiş ürünler yapan üreticilerin de tüketiciye ulaşmasını kolaylaştırmaktadır.

Rusya’nın, Moskova Şehri’ni, Moskova Oblastı’nı ve Rusya’nın “Mücevher Başkenti” Kostroma’yı da kapsamakta olan “Merkez Federal Bölgesi”, Rusya’daki toplam mücevher üretiminin yaklaşık %64’ünü gerçekleştiren ana üretim bölgesidir.⁸ Başkent Moskova’nın yaklaşık 300-350 kilometre kuzey doğusunda yer alan ve Volga ve Kostroma Nehirleri’nin birleştiği havzada kurulu olan Kostroma Oblastı’nın Kostroma Şehri Rusya’daki mücevher üretiminin yaklaşık %50-%60’ının gerçekleştirildiği şehirdir. Kostroma’da Rusya’daki altın ve gümüş işleme sanayiinin yaklaşık yarısı kuruludur. Kostroma’daki mücevher sektörünün tarihinin yüzlerce yıl önceye dayandığı değerlendirilmektedir. Bu tarihsel mirasa atıfla, Kostroma’da her yıl Haziran ayının son Pazar günü Kostroma Mücevher Günü olarak kutlanmaktadır. Adı geçen bölgede üretimin yoğunlaşmasının nedenleri arasında, geçmişten gelen büyük işleme tesislerinin varlığının yanı sıra gelişmiş lojistik altyapısı ve önemli pazarlara yakınlık da yer almaktadır. Pazarda hem büyük ölçekli fabrikalar hem de daha küçük ölçekli tasarım atölyeleri birlikte bulunmaktadır. Kostroma Bölgesi’nde mücevher konusunda önemli bir “kümelenme” seviyesine ulaşılmıştır.

Rusya’daki mücevher sektörü son yıllarda önemli değişiklikler yaşamıştır. Değişen piyasa koşulları karşısında üreticiler, üretimi kısmak ve ürün yelpazelerini mevcut talebe uygun hale getirerek adaptasyon sağlamak zorunda kalmıştır. Mücevher üretim hacmindeki düşüşün başlıca nedenleri arasında; nüfusun gelirindeki düşüş nedeniyle yüksek maliyetli mücevherlere olan talebin azalması, mücevher üretimi için malzeme ve bileşenlerin fiyatlarındaki artış, KDV’nin %20’den %22’ye çıkarılması, trend ürünleri sunan yabancı markalardan kaynaklı olarak artan rekabet, tüketici tercihlerindeki değişiklikler, premium segmente ve el işçiliğine olan ilginin değişmesi, pandeminin etkilerinin tamamıyla geride bırakılamamış olması ve toplu alım hacimlerini etkileyen ekonomik zorluklar gibi faktörler yer almaktadır.

Satın alma gücündeki düşüş, mücevher talebini doğrudan olumsuz şekilde etkilemiştir. Ekonomik zorluklar karşısında tüketiciler, öncelikle mücevher gibi zorunlu olmayan kalemlerden tasarruf etmeye başlamıştır. Kısıtlı bütçeler, daha düşük maliyetli “gerçek” mücevherleri (örneğin altın kaplama gümüş takılar gibi) veya direkt imitasyon takıları öne çıkarmıştır.

Malzeme ve bileşen maliyetlerindeki artış, üretim maliyetlerini yükseltmiştir. Üreticiler, metal ve diğer bileşenlerin fiyatlarındaki ciddi artışla karşı karşıya kalmıştır. Bahsedilen durum, nihai mücevher ürünlerini kitlesel tüketiciler için daha az uygun fiyatlı hale getirmiştir. Artan maliyetleri daha yüksek fiyatlarla dengeleme girişimleri, talebin daha da düşmesine yol açmıştır.

Rus takıları genellikle yüksek kaliteli, dayanıklı ve güvenli malzemelerden üretilmektedir. Mücevher üretim sektörü, Rusya’da gelecek vaat eden bir sektör olarak görülmektedir. Ayrıca Rus üreticiler, Rusya mücevher pazarında değişen koşullara esnek bir şekilde uyum sağlayabilme kabiliyetine sahiptir ve Rusya mücevher pazarı toparlanma emareleri göstermektedir.

⁷ <https://www.interfax.ru/business/1074910>

⁸ <https://44.rosstat.gov.ru/folder/21726/document/263168>

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Küresel mücevher sektöründe olduğu gibi Rusya mücevher sektöründe de üretici fiyatlarını belirleyen en önemli faktör altın, gümüş vb. gibi mücevher üretiminde kullanılan değerli metallerin küresel fiyatlarındaki değişimlerdir. İşçilik maliyetleri ise özel işçilik gerektiren ürünlerde ayrı bir girdi maliyeti olarak ortaya çıkmaktadır.

2025 yılında altın ve gümüş fiyatlarında yaşanan artış doğrudan mücevher fiyatlarına da yansımıştır. 2025 yılı, küresel jeopolitik riskler, merkez bankalarının yoğun alımları ve enflasyonist baskılar nedeniyle altın ve gümüşte tarihi zirvelerin görüldüğü bir yıl olmuştur. Küresel emtia piyasalarında 2025 yılında yaşanan tarihi yükseliş sonucunda, altın fiyatları dolar bazında 2024 yılına kıyasla %65 oranında artış gösterirken; özellikle endüstriyel talebin de tetiklediği gümüş fiyatları %148 gibi olağanüstü bir büyüme kaydetmiştir. Bu durum, Rusya'daki mücevher üreticilerinin ham madde maliyetleri üzerinde doğrudan bir şok etkisi meydana getirmiştir.

Özetle, tüm dünyada olduğu gibi Rusya'da da 2024 ve 2025 yıllarındaki mücevher fiyatları, değerli metal fiyatlarındaki artıştan etkilenmiş, bu da üretim maliyetlerini ve ortalama perakende fiyatlarını yükseltmiştir. 2025 yılında sektördeki büyüme hızında bir yavaşlama olmasına rağmen fiyatlar yüksek kalmaya devam etmiş, ortalama bir mücevher alışverişinin maliyeti de yükselmiştir.

1.3 İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

2025 verilerine göre, Rusya mücevher pazarında Sunlight, Sokolov ve 585 Zolotoy markaları öne çıkmakta ve pazarın yaklaşık %75'ini teşkil etmektedir.

Önde gelen Rus mücevher üreticileri aşağıdaki gibidir:

- “Sunlight” (Ciro bakımından Rusya'nın ilk sıradaki mücevher perakendecisidir.)
- “Sokolov” (AO Yuvelit) (Ciro bakımından Rusya mücevher pazarında Sunlight'ın hemen arkasındadır. Hızlı büyümektedir. Avrupa'nın en büyük üretim tesislerinden birine sahiptir. Geniş fiziksel mağaza ağı ve Rus dijital pazar yerlerindeki güçlü pazarlama stratejileri sektördeki konumunu pekiştirmektedir.)
- “585 Zolotoy” (Talent) (Rusya'da mağaza sayısı bakımından en yaygın mücevher markasıdır. Ciroya göre ise 3. sıradadır.)
- “MIUZ Diamonds” (Eski adı Moskova Mücevher Fabrikası'dır. Pırlantalı lüks segmentte liderdir. Ciroya göre ise 4. sıradadır. Ortalama sepet tutarı ise, pırlanta odağı nedeniyle, çok yüksektir.)
- “Adamas” (Rusya mücevher sektöründe ciro bakımından 5. sıradadır. Müşteri sadakati yüksek bir markadır.)⁹

Diğer önemli markalar aşağıdaki şekildedir:

- Alrosa (АЛРОСА): Yakutistan (Saha Cumhuriyeti) merkezli Rusya devlet şirketi olup, küresel ve yerel pazar için ham elmas madenciliği ile kaba elmas tedarikinde lider konumdadır.
- Krastsvetmet: Mücevher üretiminin (özellikle altın zincir grubu) yanı sıra, Rusya mücevher sanayisine altın ve gümüş tedarik eden ülkenin en büyük ana kıymetli metal rafinerisidir.
- Aquamarine (Ювелирный завод Аквамаринов/ООО УЗ Акварин): Kostroma Bölgesi'ndeki endüstriyel kümelenmenin en önemli temsilcilerinden biri olup, özellikle gümüş mücevherat segmentinde Rusya'nın en geniş ürün yelpazesine sahip fabrikalarındandır.

⁹ <https://www.kommersant.ru/doc/8268939>

- Veronika Mücevher Fabrikası (Ювелирный завод Вероника/ООО UZ Veronika): Kostroma Bölgesi'nde yer alan, yüksek üretim hacmi ve fason imalat kapasitesiyle ne çıkan köklü bir diğer üreticidir.
- Zolotiye Kupola (Золотые купола/ООО UZ Zolotiye Kupola): Vladimir Bölgesi merkezli olup, kitlesel pazara hitap eden geleneksel altın ve gümüş ürün gruplarında ağırlığı yüksek bir üreticidir.
- Art-Karat (ООО BUZ Art-Karat): Belgorod Bölgesi'nde modern üretim tesisleriyle faaliyet gösteren, bölgenin en önemli mücevher fabrikalarından biridir.
- Feniks (ООО Феникс): Moskova merkezli olup, iç pazardaki zincir mağazalara ve pazar yerlerine tedarik sağlayan önemli imalatçılar arasında yer alır.

Rusya mücevher pazarında özellikle genç tüketiciler kitlesinin özgün tasarım talebini karşılayan ve e-ticaret kanallarıyla gcl bir büyüme yakalayan önde gelen yerel tasarımcı markaları şunlardır:

- Rhoe Bermat, Qari Qris, Moonka, Omut ve Anima Jewelry

Mücevher alanındaki önemli dernek vb. yapılar ise aşağıda verilmektedir:

- Rusya Kuyumcular Loncası Birliği <https://agjr.ru/>
- Kuyumcular Derneği <https://jewas.ru/>

1.4 Mücevher Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Rusya mücevher pazarında faaliyet gösteren şirketler, fiziksel ve evrimii olarak daha erişilebilir olmaya, görünürlüğü artırmaya ve güncel trendlerin takibine odaklanmaktadır. Örneğin lider markalardan Sokolov, altın kaplama gümüş lüks segmentini geliştirerek tüketicilere uygun fiyatlı lüks alternatifler sunmaya başlamıştır. Tasarımlar, bütçesi giderek daralan genç kitleleri yakalamak amacıyla ağır/klasik modellerden, daha hafif, minimalist ve günlük kullanıma uygun trend tasarımlara yönelmiştir. Tüketiciler tercihlerindeki gelişimin doğru takip edilmesi önem taşımaktadır.

Pazarda altın ürünlere olan talep, maliyetler nedeniyle, azalmaktadır. Rus pazarında tüketiciler son dönemde daha ucuz altın ürünlerini (daha düşük altın ağırlığına sahip) ve gümüş takıları tercih etmeye başlamıştır. Örneğin gümüş takı üretimi 2024 yılında 62,3 milyon adetken 2025 yılında 70 milyon üstüne çıkmıştır.

Wildberries ve Ozon gibi pazar yerlerinde mücevher satışları hacim ve değer bazında eř zamanlı olarak artış göstermektedir. Çevrimiçi yöntemlerle mücevher alan tüketiciler sayısındaki artış %60'ı geçmiştir. Çevrimiçi platformlar, devletin evrimii mücevher ticaretini düzenleyen girişimlerinin pazar yerlerinden mücevher alışverişine olan kamu güvenini artırdığını teyit etmektedir.

Rusya mücevher sektöründe önümüzdeki döneme ilişkin beklentiler temkinli bir şekilde yapılmaktadır. Altın mücevher segmentindeki yavaşlamanın sürmesi, evrimii satışların ve daha az altın bileşimli ve gümüş takı talebinin artması beklenmekte olup daha kolay ulaşılabilir takılara artan talep ve evrimii satışlar sektör adına dinamik gler olarak görülmektedir.

Rusya mücevher pazarının geleceğini belirleyecek en önemli faktör, küresel, bölgesel ve yerel ekonomik gidişatın yönüdür.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

Rusya, dış ticaret istatistiklerinin detaylarını yayınlamayı durdurduğu için mücevher alanındaki Rusya dış ticaretine ilişkin kesin istatistiklere ulaşmak zordur. Bununla birlikte, Trademap gibi veri tabanları üzerinden ulaşılabilir veriler bulunmaktadır. Trademap “mirror data” (ayna veri) yöntemiyle Rusya dış ticaret istatistiklerini muhatap ülkelerin dış ticaret verileri üzerinden yaklaşık olarak belirlemeye çalışmaktadır. Bu yöntemle ile yaklaşık sonuçlara ulaşılması mümkündür. Bu çerçevede, aşağıdaki mücevher sektörü GTİP kodlarına göre değerlendirmeler yapılabilmektedir.¹⁰

| | GTİP Kodu | Ürün Tanımı |
|------------------|-----------|--|
| Değerli Mücevher | 7113.11 | Gümüş mücevherci eşyası (takılar) ve bunların aksamını (yüzük, küpe, kolye, bilezik vb.) |
| | 7113.19 | Altın, platin, paladyum ve rodyumdan yapılmış mücevherci eşyası (takılar) ve bunların aksamını (yüzük, küpe, kolye, bilezik vb.) |
| | 7113.20 | Pirinç, bakır, çelik veya titanyum gibi ekonomik (adi) metallerin üzerine mikron bazında gerçek altın, gümüş veya platin kaplanarak üretilen lüks segment takıları ve aksamı |

Mücevher ürünlerini Rusya'ya tedarik eden başlıca ülkeler arasında Tayland, Çin ve Türkiye yer almaktadır. Rusya'nın mücevher ithalatının yaklaşık 1/3'ü Tayland'dan gerçekleştirilmektedir. Hong Kong ile birlikte Çin'in Rusya'nın mücevher ithalatındaki payı yaklaşık %26'dır. Rusya, mücevher ithalatının %17'lik bir bölümünü Türkiye'den yapmaktadır.

Rusya'ya mücevher ithalatı, başlıcaları Moskova ve Orta Federal Bölge'de (Merkez Federal Bölge) bulunan özel gümrük noktaları aracılığıyla işlenmektedir. Kostroma Bölgesi üretim ve dağıtım merkezi olarak öne çıkarken, ana tüketici pazarları ve gümrükleme noktaları Moskova, St. Petersburg ve nüfusu bir milyonu aşan büyük şehirlerde yoğunlaşmıştır.

2021'de %35 olan ithalat payının 2024'te %18'e düşmesine rağmen, yabancı segmentin önemi büyük olmaya devam etmektedir. Rekabetçi fiyatlar ve ürün kalitesi başarı için kilit faktörler olmaya devam etmektedir. Rus üreticiler, batılı markaların pazardan çekilmesini Avrupa modellerini uyarlayarak telafi etmeye çalışmaktadır; ancak Avrupa ürünlerinin yerinin tam olarak doldurulması zorlayıcı bir süreçtir. Bununla birlikte, mevcut gelişmeler yerli Rus mücevher sektörünün gelişebileceği alanları da temin etmiştir.

Rusya'nın mücevher ihracatının %83'lük bölümü, Rusya ile birlikte Avrasya Ekonomik Birliği (AEB) içinde bulunan Kazakistan'a yapılmaktadır.

2.1 Mücevher Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

Rusya, mücevher ithalatının 12,4 milyon dolara denk gelen %17'sini Türkiye'den yapmaktadır.

| GTİP KODU: 7113 | Ülke Adı | İthalat Değeri (Bin \$) | Oran (%) |
|--------------------|----------------|----------------------------|--------------|
| 1 | Tayland | 24.014 | 33,62 |
| 2 | Hong Kong, Çin | 13.415 | 18,78 |
| 3 | Türkiye | 12.371 | 17,32 |

¹⁰ trademap.org

| | | | |
|----|--------------|--------|------|
| 4 | Çin | 5.012 | 7,02 |
| 5 | Kazakistan | 4.514 | 6,32 |
| 6 | Polonya | 4.460 | 6,24 |
| 7 | Hindistan | 3.644 | 5,10 |
| 8 | İsrail | 1.511 | 2,12 |
| 9 | İtalya | 922 | 1,29 |
| 10 | Güney Afrika | 341 | 0,48 |
| | Toplam | 71.436 | |

Kaynak: Trademap, mirror data.

| GTİP KODU: 7113.11 | Ülke Adı | İthalat Değeri (Bin \$) | Oran (%) |
|--------------------|----------------|-------------------------|----------|
| 1 | Hong Kong, Çin | 10.033 | 41,80 |
| 2 | Çin | 5.002 | 20,84 |
| 3 | Tayland | 3.603 | 15,01 |
| 4 | Kazakistan | 1.406 | 5,86 |
| 5 | Hindistan | 1.309 | 5,45 |
| 6 | Türkiye | 1.206 | 5,02 |
| 7 | İtalya | 595 | 2,48 |
| 8 | Singapur | 244 | 1,02 |
| 9 | Kırgızistan | 163 | 0,68 |
| 10 | İsrail | 102 | 0,42 |
| | Toplam | 24.001 | |

Kaynak: Trademap, mirror data.

| GTİP KODU: 7113.19 | Ülke Adı | İthalat Değeri (Bin \$) | Oran (%) |
|--------------------|----------------|-------------------------|----------|
| 1 | Tayland | 20.393 | 47,87 |
| 2 | Türkiye | 11.164 | 26,20 |
| 3 | Hong Kong, Çin | 3.383 | 7,94 |
| 4 | Kazakistan | 3.108 | 7,30 |
| 5 | Hindistan | 2.334 | 5,48 |
| 6 | İsrail | 1.408 | 3,30 |
| 7 | Güney Afrika | 341 | 0,80 |
| 8 | İtalya | 316 | 0,74 |
| 9 | Malezya | 59 | 0,14 |
| 10 | Sırbistan | 59 | 0,14 |
| | Toplam | 42.604 | |

Kaynak: Trademap, mirror data.

| GTİP KODU: 7113.20 | Ülke Adı | İthalat Değeri (Bin \$) | Oran (%) |
|--------------------|----------|-------------------------|----------|
| 1 | Polonya | 4.456 | 92,24 |
| 2 | ABD | 332 | 6,87 |
| 3 | Tayland | 18 | 0,37 |
| 4 | Çin | 11 | 0,23 |

| | | | |
|----|----------|-------|------|
| 5 | İtalya | 11 | 0,23 |
| 6 | İsrail | 1 | 0,02 |
| 7 | Malezya | 1 | 0,02 |
| 8 | Türkiye | 1 | 0,02 |
| 9 | Brezilya | 0 | 0,00 |
| 10 | Estonya | 0 | 0,00 |
| | Toplam | 4.831 | 100 |

Kaynak: Trademap, mirror data.

2.2 Mücevher Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

| GTİP KODU: 7113 | Ülke Adı | İhracat Değeri (Bin \$) | Oran (%) |
|--------------------|-------------|----------------------------|----------|
| 1 | Kazakistan | 108.730 | 83,26 |
| 2 | Moldova | 15.422 | 11,81 |
| 3 | Kırgızistan | 2.061 | 1,58 |
| 4 | Japonya | 985 | 0,75 |
| 5 | Gürcistan | 840 | 0,64 |
| 6 | İsviçre | 609 | 0,47 |
| 7 | Türkiye | 510 | 0,39 |
| 8 | Azerbaycan | 395 | 0,30 |
| 9 | Çin | 291 | 0,22 |
| 10 | Almanya | 252 | 0,19 |
| | Toplam | 130.589 | 100 |

Kaynak: Trademap, mirror data.

| GTİP KODU: 7113.11 | Ülke Adı | İhracat Değeri (Bin \$) | Oran (%) |
|-----------------------|-------------|----------------------------|----------|
| 1 | Kazakistan | 7.406 | 76,12 |
| 2 | Moldova | 1.204 | 12,37 |
| 3 | Kırgızistan | 258 | 2,65 |
| 4 | Gürcistan | 206 | 2,12 |
| 5 | Almanya | 159 | 1,63 |
| 6 | Çin | 88 | 0,90 |
| 7 | Letonya | 78 | 0,80 |
| 8 | İngiltere | 71 | 0,73 |
| 9 | Estonya | 61 | 0,63 |
| 10 | Azerbaycan | 55 | 0,57 |
| 11 | Türkiye | 55 | 0,57 |
| | Toplam | 9.730 | 100 |

Kaynak: Trademap, mirror data.

| GTİP KODU: 7113.19 | Ülke Adı | İhracat Değeri (Bin \$) | Oran (%) |
|-----------------------|------------|----------------------------|----------|
| 1 | Kazakistan | 101.141 | 83,82 |
| 2 | Moldova | 14.218 | 11,78 |

| | | | |
|----|-------------|---------|------|
| 3 | Kırgızistan | 1.802 | 1,49 |
| 4 | Japonya | 983 | 0,81 |
| 5 | Gürcistan | 635 | 0,53 |
| 6 | İsviçre | 609 | 0,50 |
| 7 | Türkiye | 455 | 0,38 |
| 8 | Azerbaycan | 340 | 0,28 |
| 9 | Çin | 203 | 0,17 |
| 10 | Almanya | 93 | 0,08 |
| | Toplam | 120.669 | 100 |

Kaynak: Trademap, mirror data.

| GTİP KODU: 7113.20 | Ülke Adı | İhracat Değeri (Bin \$) | Oran (%) |
|-----------------------|------------|----------------------------|----------|
| 1 | Kazakistan | 183 | 95,8 |
| 2 | Güney Kore | 6 | 3,14 |
| 3 | Norveç | 1 | 0,52 |
| 4 | İsveç | 1 | 0,52 |
| 16 | Türkiye | 0 | 0 |
| | Toplam | 191 | 100 |

Kaynak: Trademap, mirror data.

2.3 Mücevher Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler

| Gümrük Tarife Kodu | Ürün Tanımı | İthalat Değeri (Bin \$) | Türkiye'den İthalatı (Bin \$) | Türkiye'den İthalatının Payı (%) |
|--------------------|--|----------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|
| 7113.11 | Gümüş mücevherci eşyası (takılar) ve bunların aksamını (yüzük, küpe, kolye, bilezik vb.) | 24.001 | 1.206 | 5 |
| 7113.19 | Altın, platin, paladyum ve rodyumdan yapılmış mücevherci eşyası (takılar) ve bunların aksamını (yüzük, küpe, kolye, bilezik vb.) | 42.604 | 11.164 | 26 |
| 7113.20 | Pirinç, bakır, çelik veya titanyum gibi ekonomik (adi) metallerin üzerine mikron bazında gerçek altın, gümüş veya platin kaplanarak üretilen lüks segment takıları ve aksamı | 4.831 | 1 | 0,02 |

2.4 Mücevher Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler

| Ürün Adı | Tarife Pozisyonu | İhracat Değeri (Bin \$) | Türkiye'ye İhracatı (Bin \$) | Türkiye'ye İhracatının Payı (%) |
|----------|------------------|----------------------------|---------------------------------|------------------------------------|
|----------|------------------|----------------------------|---------------------------------|------------------------------------|

| | | | | |
|---------|--|---------|-----|------|
| 7113.11 | Gümüş mücevherci eşyası (takılar) ve bunların aksamını (yüzük, küpe, kolye, bilezik vb.) | 9.730 | 55 | 0,57 |
| 7113.19 | Altın, platin, paladyum ve rodyumdan yapılmış mücevherci eşyası (takılar) ve bunların aksamını (yüzük, küpe, kolye, bilezik vb.) | 120.669 | 455 | 0,38 |
| 7113.20 | Pirinç, bakır, çelik veya titanyum gibi ekonomik (adi) metallerin üzerine mikron bazında gerçek altın, gümüş veya platin kaplanarak üretilen lüks segment takıları ve aksamı | 191 | 0 | 0 |

3. Sektörde Ülkemizin İhracatı

Türkiye 2025 yılında Rusya'ya **12,4 milyon dolar** değerinde mücevher ihraç etmiştir. Aynı yıl Türkiye'nin dünyaya mücevher ihracatı ise **9,7 milyar dolardır. Bu rakamlara göre Türk mücevher ihracatında Rusya'nın payı %0,13 gibi oldukça düşük bir seviyededir.**

| | | Türkiye'nin dünyaya İhracatı (2025) (Bin \$) | Türkiye'nin Rusya'ya İhracatı (2025) (Bin \$) |
|---------|--|--|---|
| 7113.11 | Gümüş mücevherci eşyası (takılar) ve bunların aksamını (yüzük, küpe, kolye, bilezik vb.) | 161.268 | 1.206 |
| 7113.19 | Altın, platin, paladyum ve rodyumdan yapılmış mücevherci eşyası (takılar) ve bunların aksamını (yüzük, küpe, kolye, bilezik vb.) | 9.531.223 | 11.164 |
| 7113.20 | Pirinç, bakır, çelik veya titanyum gibi ekonomik (adi) metallerin üzerine mikron bazında gerçek altın, gümüş veya platin kaplanarak üretilen lüks segment takıları ve aksamı | 149 | 1 |

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Kültürel gelenekler, yaşam standartları ve moda trendlerinden etkilenen mücevher talebinin en yüksek olduğu bölge vb.'yi dikkate almak Rusya pazarında mücevher alanında iş yapabilmek açısından önemlidir. Çok sayıda kuyumcu ve mücevher satan alışveriş merkezinin bulunduğu bölgeler ihracat için daha caziptir. Bununla birlikte, nüfusun yüksek gelir seviyesi de mücevherlere olan talebin artmasına, tahmin edilebileceği üzere, katkıda bulunmaktadır. Lojistik kolaylığı ve ulaşım merkezlerinin mevcudiyeti de ihracat için hedef bölge seçiminde önemli rol oynamaktadır.

Bu çerçevede, Rusya'ya mücevher ihracatı için hedef bölgeler ve şehirler seçilirken, talep, gelir seviyeleri, mücevher mağazalarının varlığı ve lojistik olanakları kapsamlı bir şekilde analiz edilmelidir. Moskova ve St. Petersburg pek çok diğer sektörde de olduğu gibi kilit bölgeler olmaya

devam ederken ve başlıca ihracat hedef noktaları arasında yer alırken yüksek potansiyele sahip diğer büyük şehirler ve bölgeler de dikkate alınmaya değerdir. Diğer yandan, Tataristan gibi bölgeler de Türk şirketlerinin geleneksel olarak Rusya pazarına giriş noktası olarak tercih ettikleri merkezlerdendir.

Rusya'nın başkenti Moskova, mücevherat için en büyük pazar konumundadır. Yüksek gelir ve çok sayıda mücevher mağazası ve alışveriş merkezi, Moskova'yı mücevher pazarı anlamında öncelikli bir bölge haline getirmektedir.

St. Petersburg, Rusya'nın ikinci büyük şehri olmasıyla birlikte aynı zamanda mücevher talebi açısından da yüksek bir potansiyele sahiptir. Gelir seviyesi yüksek olan şehir, çok sayıda mücevher mağazasına ve alışveriş merkezine ev sahipliği yapmaktadır.

Yüksek yaşam standardına ve Soçi, Gelencik ve Anapa gibi çok sayıda tatil beldesine sahip olan Krasnodar Bölgesi, turistleri ve yerel halkı cezbederek mücevhere olan talebin yüksek olduğu bölgeler arasında bulunmaktadır. Bölgenin başkenti Krasnodar'da da ekonomik canlılık yüksektir.

Tataristan'ın başkenti Kazan, yüksek yaşam standartlarına ve çok sayıda kuyumcuya sahip olan önemli bir kültürel ve ekonomik merkezidir.

Sverdlovsk Bölgesi'nin başkenti olan Yekaterinburg, yüksek gelir seviyesinde ve gelişmiş altyapıya sahip önemli bir sanayi ve kültür merkezidir.

Novosibirsk Bölgesi'nin başkenti Novosibirsk, yüksek yaşam standardına ve çok sayıda kuyumcu dükkanına sahip olan Sibiry'a'nın en büyük şehridir.

Rostov Bölgesi'nin başkenti Rostov-na-Donu, yüksek yaşam standardı ve çok sayıda kuyumcu dükkanıyla Rusya'nın güneyinde önemli bir ekonomik merkezdir.

4.1.1 İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Rusya'nın önde gelen ticaret bilgi platformlarından olan **"Seldon"**¹¹ üzerinden bilgi alınması mümkündür.

Diğer yandan, bilindiği üzere Ticaret Bakanlığımızın Rusya'da Moskova, St. Petersburg, Kazan ve Krasnodar'da Müşavirlik ve Ataşelikleri bulunmaktadır. Ticaret Bakanlığı Müşavire Danışın sistemi üzerinden veya Müşavirlik/Ataşelik e-posta kanalları üzerinden Rusya'daki mücevher ithalatçılarına ilişkin güncel bilgi talep edilmesi halinde başvuru sahipleri ile gerekli bilgi paylaşımı yapılmaktadır.

4.2 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Rusya'ya mücevher ithalatında ithalatçı şirketin Vergi Mükellefi Kimlik Numarası, Devlet Kayıt Numarası, Tüzük, Şirketin Ana Sözleşmesi gibi kuruluş belgeleri dış ticaret sözleşmesi, fatura, paketleme listesi, nakliye belgeleri (CMR/konşimento), ödeme belgeleri ve beyan edilen değer in teyidi gerekmektedir.

Mücevher (değerli metaller/taşlar) gümrük beyanına ve gümrük işlemlerine tabidir. Gümüş ve diğer değerli metallerden üretilmiş ürünler (GTİP kodları 7113110000, 7113190000, 7114110000, 7114190000) %10 ile %15 arasında gümrük vergisine ve %22 KDV'ye tabidir.

¹¹ <https://basis.myseldon.com/ru/landing>

Gümrük vergileri, ithal edilen ürünlerin satın alma ve Avrasya Gümrük Birliği sınırına teslimat maliyetlerini de içeren toplam gümrük değeri üzerinden hesaplanmaktadır. Firmalar, gümrük beyannamesi ibraz etmeden önce gümrük kuruluşunun hesabına ön ödeme yapmak zorundadır.

Rusya’da mücevher ürünlerine ilişkin gümrük işlemleri, uzmanlaşmış gümrük noktaları (özel tüketim gümrüğü) tarafından gerçekleştirilen, gümrük vergilerinin (değerli metaller için %10-15), KDV’nin (%22) ödenmesi ve sertifikaların sağlanmasını gerektiren, sıkı bir şekilde düzenlenmiş prosedürlerden oluşmaktadır.

Metal kaplamalı veya baz metal ve taşlardan yapılmış mücevherler, Rusya Federal Gümrük Servisi’nin 12 Mayıs 2011 tarihli 971 sayılı Kararnamesi’nin 1. Maddesi’nde belirtilen özel gümrük noktalarında veya Moskova ve Moskova Bölgesi’nde, St. Petersburg ve Leningrad Bölgesi’nde, Smolensk ve Smolensk Bölgesi’nde, Yekaterinburg ve Sverdlovsk Bölgesi’nde bulunanlar hariç olmak üzere herhangi bir gümrük noktasında gümrükten geçirilebilmektedir.

Mücevher metal veya değerli taş içermeyen ürünler ile ilgili gümrükleme işlemleri herhangi bir gümrük noktasında gerçekleştirilmektedir. Mücevher (altın, gümüş, platin, değerli taşlar) ürünleri ile ilgili gümrük işlemleri yalnızca Merkezi Gümrük İdaresi’nin uzmanlaşmış gümrük noktalarında gerçekleştirilmektedir. Yetkilendirilmiş başlıca gümrük noktaları ise Moskova (Smolnaya Cad. 12), Kuzeybatı Bölgesi (St. Petersburg), Kaliningrad Gümrük Noktası, Yekaterinburg (Malahit) ve Uzak Doğu Gümrük Noktası’dır.

Bir mücevher sevkiyatının farklı türde ürünlerden oluştuğu durumunda (bir kısmı yetkilendirilmiş gümrük noktalarında gümrükleme işlemlerine tabi iken diğer kısmı değilse) söz konusu sevkiyat bölünür ve farklı yerlerde gümrükten geçirilir.

Bijuteri, az miktarda bile olsa değerli metal kaplama içermek durumunda olduğunda mücevher olarak sınıflandırılabilir.

Mücevherlerin sertifikalandırılması zorunlu olmamakla birlikte isteğe bağlı olarak sertifika veya gemoloji raporu sıklıkla düzenlenmektedir. Altın, gümüş ve/veya değerli taş içeren eşyaların (7113 GTİP’li) ithalatında şirketin ve ithal edilen ürünün bilgileri Değerli Metallerin, Değerli Taşların ve Bunlardan Yapılan Ürünlerin Tüm Aşamalarındaki Devletin Kontrolü Alanında Devlet Entegre Bilgi Sistemi’nde (ГИИС ДМДК/ГИИС DMDK <https://dmdk.ru/>) kayıtlı olmalıdır.

Rusya pazarı ile mücevher ticaretinde mutlaka, sektördeki dış ticarete ilişkin yeterli deneyimi olan ve en güncel mevzuata ilişkin bilgilere sahip Gümrük Müşavirleri ile çalışılmasında büyük fayda olduğu değerlendirilmektedir.

4.3 Sektörde Sevk Öncesi İnceleme ve Yetkilendirilmiş Gözetim Şirketleri

Değerli metaller/taşlar (galvanizli) içeren ürünler özel kontrollere ve Rusya Federal Ayar Dairesi (Federal Assay Chamber) kayıt işlemine tabidir.

Avrasya Ekonomik Birliği (AEB) gümrük alanına izin esaslı ithalat prosedürüne tabi ürünlerin Rusya’ya ithalatı için devlet denetimi gerekmektedir. Değerli metaller içeren ithal ürünlerin devlet denetimi, Rusya Federal Ayar Dairesi tarafından beyan esasına göre gerçekleştirilmektedir. Devlet denetimi başvurusu, ithal edilen ürünlerle ilgili tüm gerekli bilgiler ve destekleyici belgelerin taranmış kopyaları, ithalatçı tarafından Değerli Metaller Devlet Bilgi Sistemi’ndeki (ГИИС ДМДК/ГИИС DMDK <https://dmdk.ru/>) kişisel hesabında elektronik olarak gönderilmektedir.

Değerli metal ithalatının devlet kontrolüne alınması için başvurunun düzenlenmesi için öncelikle Değerli Metaller Devlet Bilgi Sistemi'nde (GIIS DMDK) kayıt altına alınacak ithal kalemlere (sevkiyatlara) ve ithalat-ihracat sözleşmesine ilişkin bilgileri kaydetmesi gerekmektedir. Başvurunun Rusya Federal Ayar Dairesi gönderilmesinden önce, başvuru sahibinin elektronik imzasıyla imzalanması şarttır.

İthal edilen mücevherlerin Rusya'da piyasaya sürülmeden önce devlet damgasıyla işaretlenmesi gerekmektedir. Bu nedenle, ithal edilen mücevherler başlangıçta Rusya Federasyonu Devlet Bilgi Sistemi'nde (GIIS DMDK) ham parçalar halinde kaydedilir ve önce test ve damgalama işlemlerine gönderilmelidir. Daha sonra bu ham parçalardan nihai mücevher parçaları kaydedilmelidir.

4.4 Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri

Rusya'da ticareti geliştirici en geçerli faaliyet fuar katılımıdır. Rus firmaların ülkelerinde gerçekleşen fuarlara büyük bir ilgi duyması ve burada iş bağlantıları yapması, ülkemiz firmaları açısından büyük fırsatlar yaratmaktadır. Dolayısıyla, Rus pazarını hedefleyen firmalarımızın fuarlara aktif olarak katılmalarının, gerek Rus pazarına ilişkin güncel durumun yerinde incelenmesi, gerekse müşteri bulunması noktasında önem arz ettiği düşünülmektedir.

Rusya'da düzenlenen fuarlar ile Ticaret Bakanlığımızca sağlanan fuar desteklerine ilişkin bilgilere <https://www.ticaret.gov.tr/ihracat/fuarlar> adresinden ulaşılabilmektedir. Ayrıca, Rusya'da düzenlenen tüm fuarlara ilişkin bilgilere <https://www.exponet.ru/>, <https://expomap.ru/> sitelerinden ulaşılabilmektedir.

| Fuar Adı | Tarihleri | Şehir | İnternet Sitesi |
|--------------------------|-------------------|-------------|---|
| JUNWEX Noviy Russki Stil | 3-7 Haziran 2026 | Moskova | https://junwex-style.ru/ |
| JUNWEX Moskova | 23-27 Eylül 2026 | Moskova | https://www.junwex-msk.ru/ |
| Yuvelirni Salon Sibiri | 19-22 Mart 2026 | Krasnoyarsk | https://www.krasfair.ru/events/jewelry/ |
| İnter Yuvelir | 22-26 Temmuz 2026 | Soçi | https://gold.soud.ru/ |

4.5 Rusya'nın Tercihli/Serbest Ticaret Anlaşmaları

Ülkemiz ve Rusya arasında müzakereleri devam eden veya halihazırda imzalanmış bir Tercihli/Serbest Ticaret Anlaşması bulunmamaktadır.

Rusya, 2011 yılında Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) ülkeleri Serbest Ticaret Alanı Anlaşması'nı imzalamıştır. Özbekistan 2013 yılında anlaşma üzerine ayrı bir protokol imzalamıştır. Ukrayna 2016 yılında anlaşmadan çıkmıştır. Ayrıca, Rusya'nın Avrasya Ekonomik Birliği (Belarus, Ermenistan, Kazakistan, Kırgızistan, Rusya) çerçevesinde imzaladığı Serbest Ticaret Anlaşması bulunmaktadır. Avrasya Ekonomik Birliği'nin Serbest Ticaret Anlaşması BDT Ticaret Alanı Anlaşması'na göre daha ileri düzeydedir. Avrasya Ekonomik Birliği'nin Serbest Ticaret Anlaşması çerçevesinde ürün sertifikasyonunda aynı şartlar, tek tip gümrük mevzuatı ve üçüncü ülkelere aynı gümrük vergileri ve diğer ticaret düzenlemeler uygulanmaktadır. Avrasya Ekonomik Birliği'nin Vietnam, Sırbistan ve Mayıs 2025'te yürürlüğe giren tam kapsamlı İran anlaşması ile Serbest Ticaret Anlaşmaları bulunmaktadır. Ayrıca BAE ve Endonezya ile yeni nesil ekonomik ortaklık anlaşmaları tamamlanmıştır. Çin ile olan anlaşma ise gümrük vergilerini sıfırlamayan, ticari iş birliğini kolaylaştıran tercihli olmayan bir ortaklıktır.

Rusya, mücevher (GTİP Kodu 7113) ithalatında %10-15 oranında standart gümrük vergisi ve %22 KDV talep etmekte olup Türkiye'den yapılan mücevher ithalatına özel tercihli gümrük tarifesi uygulamamaktadır. İlaveten Rus gümrüklerinin mücevher ithalatında fatura bedeli yerine kendi belirledikleri referans fiyatlar üzerinden vergilendirme yapabildiği de göz önünde bulundurulmalıdır.

4.6 Sektörde Standartlar

Rusya mücevher pazarında ürün kalitesi, saflık dereceleri ve etiketleme gereklilikleri tarihsel olarak GOST R 51121-97 (Tüketici Bilgilendirme ve Etiketleme) ve GOST R 51122-97 (Milyem Dereceleri ve Teknik Gereklilikler) standartları ile düzenlenmektedir.

Rus standartlarına göre altın mücevheratta ağırlıklı olarak 585 (14 Ayar) ve 750 (18 Ayar) milyem dereceleri kullanılmaktadır. Ancak güncel ticari uygulamada bu standartlar, Rusya Federal Ayar Dairesi (Federal Assay Chamber) fiziksel denetimi ve GIIS DMDK adı verilen dijital takip sistemi ile entegre edilmiştir. Türkiye'den ihraç edilen her bir mücevherin gümrük sonrasında Rusya Federal Ayar Dairesi tarafından resmen damgalanması, sistem üzerinden benzersiz bir UIN (Dijital Kimlik Kodu) alması ve son tüketiciye ulaştırılacak etikette bu barkod/QR kodun fiziki olarak yer alması yasal bir zorunluluktur.

4.7 Sektörde Etiketleme

Rusya'da mücevher etiketleme kuralları, GOST standartları ve teknik düzenlemeler de dahil olmak üzere çeşitli düzenleyici belgelerle belirlenmektedir.

- Tüketicilerin Ürün Hakkında Eksiksiz ve Güvenilir Doğru Bilgi Edinme Haklarını Sağlayan ve Ürünün Bileşimi, Üreticisi, Saklama Koşulları ve Kullanımı Hakkında Bilgi Verilmesini Zorunlu Kılan Tüketici Haklarının Korunması Hakkında Federal Kanun
 - Takılar için Kalite ve Güvenlik Gereksinimlerini Belirleyen Takı/Mücevher Genel Özellikler GOST R 51121-97 Standardı
 - İşaretleme Düzenleyen Takı İşaretleme Genel Gereksinimler GOST R 51122-97 Standardı
 - Takılar/Mücevher de Dahil Olmak Üzere Çocuk Ürünleri İçin Güvenlik Gerekliliklerini Belirleyen Çocuklar ve Ergenler İçin Üretilen Ürünlerin Güvenliği Hakkında Gümrük Birliği Teknik Yönetmeliği (TR CU 007/2011)
- dikkate alınması gereken temel belgelerdir.

Etiketleme gereksinimleri arasında,

- Üreticinin veya ithalatçının adı ve adresi, iletişim bilgileri gibi üretici bilgileri
 - Mücevher için numunenin, malzemenin (altın, gümüş vb.) belirtilen ürün bileşimi
 - Mücevher için gram cinsinden ağırlık belirtilmesi
 - Mücevher yapılışında kullanılmış metalin saflığını doğrulayan bir kuyumculuk damgasının bulunması
 - Mücevher ürününün tanımlayan benzersiz bir numara
 - Ürünün görünümünü ve kalitesini korumak için bakım önerilerini içeren bakım ve saklama talimatları
- gibi belgeler yer almaktadır.

GOST R 51121-97 etiketleme gereklilikleri de dahil olmak üzere, mücevherlerin kalitesi ve güvenliği için gereklilikleri belirleyen ile GOST R 51122-97 saflık derecesi ve Rusya Federal Ayar Dairesi

damgası da dahil olmak üzere mücevherlerin etiketlenmesini düzenleyen standartların dikkate alınması gereklidir.

4.8 Sektörde Ambalajlama

Rusya’da mücevher ambalajlamasıyla ilgili gereklilikler ve standartlar, çeşitli düzenleyici belgeler ve tavsiyelerle belirlenmektedir. Dikkate alınması gereken başlıca hususlar aşağıdaki gibidir:

- Yasama ve düzenleyici mevzuat olarak tüketicilerin yüksek kaliteli ve güvenli ürünler alma haklarını güvence kontrol eden ve ürün bileşimi, üreticisi ve saklama koşulları da dahil olmak üzere eksiksiz ve doğru ürün bilgisi sağlanmasını gerektiren Tüketici Haklarının Korunması Hakkında Federal Kanun
- GOST ve TU (Teknik Şartnameler) olarak mücevherler için kalite ve güvenlik gerekliliklerini belirleyen “Mücevher Genel Şartnameler” GOST R 51121-97 ile ürün işaretleme düzenleyen “Mücevher İşaretleme Genel Gereklilikler” GOST R 51122-97 standartları
- Tüketici sağlığı üzerinde zararlı etkileri önlemek için ambalajda kullanılan malzemeler için güvenlik gerekliliklerini belirleyen Sağlık Kuralları ve Normları (SanPiN/СанПиН - Sıhhi Kurallar ve Düzenlemeler) dikkate alınmalıdır.

Ambalaj malzemeleri sağlık açısından güvenli ve hijyen standartlarına uygun olmalıdır. Karton, kağıt ve biyolojik olarak parçalanabilir filmler gibi çevre dostu malzemelere öncelik verilmektedir.

Rusya’da mücevher ürünlerinin etiketlenmesi, ambalaj gereksinimlerine ve standartlarına uyum, güvenlik ve tüketici memnuniyetinin sağlanması açısından önemli bir husustur. Gerekliliklere ve standartlara uyum, markanın itibarını korumaya ve yasal düzenlemelere uymaya yardımcı olmaktadır.

4.9 Lojistik

Lojistik, özellikle mücevher gibi değerli ve hassas ürünlerin ticaretinde kilit rol oynamaktadır.

Hava taşımacılığı yönü, 1-3 gün içinde ürün teslimatı sağlayan en hızlı seçenektir. Özellikle acil teslimatlar ve yüksek değerli ürünler için uygundur. Mücevher, yükte hafif pahada ağır olarak nitelendirilebilecek bir ürün grubu olduğu için havayolu taşımacılığının tercih edilmesini kolaylaştırmaktadır. Diğer yandan mücevherin bozulma gibi bir durumu bulunmadığı için daha yavaş ancak daha ekonomik lojistik yöntemler de mücevher ticaretinde tercih edilebilmektedir.

Karayolu taşımacılığı ise 3 ile 7 gün sürebilen kısa mesafeli gönderiler için idealdir. Bölgesel teslimatlar ve Avrupa içi güzergahlar için uygundur.

Demiryolu taşımacılığı yöntemi, uzun mesafeli ve toplu gönderiler için kullanılmaktadır. Teslimat süreleri güzergaha bağlı olarak 7 ila 14 gün arasında değişmektedir.

Büyük gönderiler ve konteyner gönderileri için uygun aynı zamanda en uzun yöntem ve 2 hafta ile 4 hafta arasında süren deniz taşımacılığıdır.

Güzergâh kalkış ülkesine ve seçilen ulaşım yöntemine bağlıdır. Ana güzergahlar bazıları aşağıdaki gibidir:

- İtalya ve Almanya’dan: Avrupa genelinde havayolu veya karayolu taşımacılığı en yaygın kullanılan yöntemlerdir. Demiryolu taşımacılığını da içeren kombine seçenekler mümkündür.

- Çin'den: Kazakistan ve Moğolistan üzerinden demiryolu güzergahları popülerdir, ayrıca Vladivostok veya St. Petersburg üzerinden deniz taşımacılığı da tercih edilmektedir. Acil teslimatlar için hava kargo da mevcuttur.
- Hindistan ve Tayland'dan: Deniz ve hava yolları ağırlıklı olarak kullanılmaktadır. Deniz kargo taşımacılığı Karadeniz'deki limanlar veya Uzak Doğu üzerinden yapılmaktadır.
- ABD ve Kanada'dan: Moskova veya St. Petersburg üzerinden hava kargo taşımacılığı birincil güzergahtır. Avrupa merkezleri üzerinden deniz yolu taşımacılığı da mümkündür.

Mücevher ticaretinde etkili lojistik, sürecin her aşamasının özelliklerini dikkate alan entegre bir yaklaşım gerektirmektedir. Ulaşım modlarının ve rotaların en uygun kombinasyonunun seçilmesi, maliyetleri en aza indirecek ve teslimatın maksimum güvenilirliğini sağlayacaktır.

4.10 Dağıtım Kanalları

Rusya'da ithal mücevherlerin ana dağıtım kanalları arasında 585 Zolotoy, Sunlight, Sokolov, MIUZ ile Adamas başta olmak üzere federal perakende zincirleri, pazar yerleri, uzmanlaşmış çevrimiçi mağazalar, elit mücevher zincirleri ve değerli metallerle çalışan distribütörler yer almaktadır.

Pazar liderleri olan ve perakende satış noktalarının yaklaşık %70'ini oluşturan Sunlight, 585 Zolotoy ile Sokolov zincirleri en fazla satış noktasına sahip olup hem fiziksel mağazaları hem de çevrimiçi platformları aktif olarak geliştirmektedir. PoisonDrop (<https://poisondrop.ru/>), Rosone.ru (<https://rosone.ru/>), AllTime (<https://www.alltime.ru/>) gibi toptancıların yanı sıra Alrosa (<https://www.alrosa.ru/>) ve Jewellery Element47 (<https://www.e47.ru/>) gibi markalar, geniş bayilik ağları ve bayilik modelleriyle sektörde öne çıkmaktadır.

4.11 E-Ticaret

2025 yılında Rusya'da e-ticaret, yıllık bazda %28 artışla 11,5 trilyon rubleye ulaşarak güçlü bir büyüme göstermiştir. E-Ticaret Şirketleri Birliği (AKIT/AKIT <https://akit.ru/>) tarafından yayımlanan verilere göre, özellikle mücevher ve saat kategorisi, pazar ortalamasının önemli ölçüde üzerinde bir büyüme sergilemiştir.

E-ticaret hacimlerindeki genel artışın yanı sıra, mücevher ve saat segmenti etkileyici bir büyüme göstermesi ile birlikte 2025 yılında söz konusu kategorideki satış büyümesi yıllık bazda %40'ı aşmıştır.

4.11.1 Ülkedeki Dijital Pazar Yerleri

<https://jewelmarket.ru/>
<https://market.yandex.ru/>
<https://www.ozon.ru/>
<https://www.wildberries.ru/>
<https://zvonmarket.ru/>
<https://megamarket.ru/catalog/yuvelirnye-izdeliya/>

4.11.2 Özel Günler

| | |
|----------|-------------------------------|
| 1 Ocak | Yeni Yıl |
| 7 Ocak | Noel |
| 23 Şubat | Anavatan'ın Savunucuları Günü |
| 8 Mart | Uluslararası Kadınlar Günü |

| | |
|------------|--------------------------|
| 1 Mayıs | İşçi ve İlkbahar Bayramı |
| 9 Mayıs | Zafer Bayramı |
| 12 Haziran | Bağımsızlık Günü |
| 4 Kasım | Halkın Birliği Günü |

4.11.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

<https://vk.com/> VKontakte
<https://web.telegram.org/> Telegram
<https://m.ok.ru/> Odnoklassniki
<https://www.tiktok.com/ru-RU/> TikTok
<https://dzen.ru/> Yandex Dzen

4.11.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Rusya'ya mücevher ithalatı (e-ticaret yoluyla yapılanlar da dahil olmak üzere) gümrük vergilerine (%10-15 altın/gümüş), %22 KDV'ye ve gümrük ücretlerine tabidir.

4.11.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Rusya'da mücevher e-ticareti 2026 yılında önemli bir değişim geçirmektedir. Başlıca değişiklikler, çevrimiçi satışlar üzerindeki kontrollerin güçlendirilmesi ve işlemlerin şeffaflığının artırılması üzerine odaklanmaktadır.

Rusya Federasyonu Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanmış ve 1 Eylül 2026'da yürürlüğe girecek olan 30 Mayıs 2026 tarihli ve 657 sayılı Kararname¹², mücevher, madeni para ve sertifikalı taşların çevrimiçi satışına yenilikler getirmeyi amaçlayan önemli hükümler içermektedir.

Yeni kuralların en önemli yönlerinden biri, her bir mücevher parçasının Devlet Bilgi Sistemi (GIIS DMDK) aracılığıyla zorunlu olarak tanımlanması gerekliliğidir. Söz konusu gereklilik, alıcıların satın aldıkları ürünlerin orijinalliğini ve kalitesini doğrulamalarına olanak tanıyacaktır. GIIS DMDK sistemi, ürünlerin menşeinin şeffaflığını sağlayarak çevrimiçi mağazalara olan güveni artıracaktır.

Bununla birlikte, alıcılar, orijinal ambalajı ve etiketleri sağlam olduğu sürece çevrimiçi olarak satın aldıkları mücevherleri iade edebilme hakkı da dahil olmak üzere ek haklar elde etmektedir. Dahası, alıcıların görüntülü iletişim yoluyla ürün kalitesinin incelenmesini başlatabilmesi doğrulama sürecini basitleştirilmesi ve satın alma kolaylığını artırılması sağlayacaktır.

Devletin mücevher sektörünü düzenleme çabalarına rağmen, yasa dışı çevrimiçi mücevher satışlarının önemli bir bölümü varlığını sürdürmektedir. Söz konusu bölümün hacminin 26,6 milyar ruble olduğu tahmin edilmektedir. Mücevher ticaretinde yasa dışı adımlar arasında sahte ürünlerin satışı, sahte kimlik numaralarının kullanılması ve ürünlerin bijuteri veya kişisel eşyalar olarak gösterilmesi yer almaktadır.

Elektronik Platformlar Kamu Gözetimi Konseyi, mücevher satış ilanlarının Devlet Mücevher Ürünleri Sicilinin Geliştirilmesi için Devlet Bilgi Sistemi ile zorunlu entegrasyonunu önermiştir. Söz konusu yöntem, işlemlerin şeffaflığını artırmayı ve kötü niyetli satıcıların faaliyet göstermesini zorlaştırmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, satıcı kimliğinin tespitinin güçlendirilmesini ve ilan izlemenin otomatikleştirilmesini de önermektedir.

¹² <https://regulation.gov.ru/projects/164794/>

Diğer koşullarla birlikte gümüş takı üreticileri ve satıcıları, Otomatik Basitleştirilmiş Vergilendirme Sistemi'ni (AUSN/AYCH <https://ausn.nalog.gov.ru/>) kullanma hakkını yeniden kazanmıştır.

Rusya'da mücevher sektöründe e-ticaretin düzenlenmesi, çevrimiçi işlemlerin şeffaflığını ve güvenliğini artırmayı amaçlamaktadır. Yeni kurallar ile, tüketicinin korunması, e-ticarete olan güvenin artırılması ve dürüst piyasa oyuncuları için elverişli bir ortam oluşturulması planlanmaktadır.

4.11.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

E-ticaret hızla büyümeye devam etmekle birlikte tüketicilere mücevher dahil olmak üzere geniş bir ürün yelpazesi sunmaktadır. Söz konusu ürün kategorileri, özgün doğaları ve değerleri nedeniyle lojistik hizmetlerine özel bir yaklaşım gerektirmektedir.

Sigorta (değerli tüm kargoların, kayıp veya hasar riskini en aza indirmek için sigortalanması), güvenlik (taşımının, yetkisiz erişime karşı koruma sağlayan özel ambalajlarda yapılması), güzergah planlaması (optimal güzergah planlaması ile risklerin azaltılması ve teslimatın hızlandırılması) ile raporlama (ayrıntılı dokümantasyon ve şeffaf bir raporlama sistemi ile teslimat sürecinin kontrolünün sağlanması) değerli ürünler için temel lojistik gereksinimleridir.

Lojistik hizmetleri sunan şirketler aşağıdaki gibidir:

- TBSS OOO (Özel iletişim Gümrük Brokeri)
TBSS OOO, değerli malların nakliyesi, depolanması ve gümrük işlemleri konusunda uzmanlaşmış lider bir Rus lojistik şirkettir.
İletişim bilgileri: <https://www.tbss.ru/>
- Pony Express
Pony Express, mücevherat dahil olmak üzere değerli kargoların teslimatında uzmanlaşmıştır. Hizmetleri arasında özel sipariş işleme tesisi, kargonun beyan edilen değeri, sigorta ve gerekirse güvenlik hizmeti yer almaktadır
İletişim bilgileri: <https://www.ponyexpress.ru/>
- Dalli Service
Dalli Service, özel mücevher teslimat çözümleri sunmaktadır. Aynı gün ve ertesi gün ekspres teslimat, profesyonel paketleme ve hasar koruması, sigorta ve destek sunulan hizmetler arasında yer almaktadır
İletişim bilgileri: <https://dalli-service.com/>
- CDEK
CDEK, Rusya genelinde hızlı teslimatı sağlayan geniş bir teslim alma noktası ve kargo dolabı ağı sunmaktadır. Şirketin özelliğinin arasında geniş fiyat yelpazesi (standart ve optimum), kapıda ödeme desteği ile paket takibi için kullanışlı mobil uygulamalar yer almaktadır.
İletişim: <https://www.cdek.ru/ru/>

4.12 Tanıtım ve Pazarlama

Modern Rus mücevher pazarı, ekonomik dalgalanmalar, yasal değişiklikler, dijital teknolojilerin gelişimi ve değişen tüketici tercihleri nedeniyle önemli dönüşümler geçirmektedir. İthal mücevherlerin tanıtımında ve pazarlamasında başarı, ancak söz konusu faktörleri dikkate alan kapsamlı bir yaklaşımla mümkündür.

Çevrimiçi satışlarda büyüme hızlanmıştır. Pazar yerlerinin yanı sıra, önde gelen Rus üreticiler, müşterilerine sanal danışmanlık ve teslimat seçenekleri sunan kendi çevrimiçi mağazalarını açmaktadır. Mücevher ticaretinde dijital kanalların güç kazanmasının nedenleri arasında kolaylık,

geniş ürün yelpazesi, rekabetçi fiyatlar ve interaktif platformların geliştirilmesi yer almaktadır. Bununla birlikte Rusya'daki mücevher ticaretinin halen büyük bölümü geleneksel yöntemlerle yüz yüze gerçekleştirilmektedir.

Tanıtım faaliyetleri bağlamında, Rusya pazarında tecrübeli bir reklam ajansı ile çalışmak ve dijital reklamlardan istifade etmek önemlidir. Ajans, hedef kitlenin belirlenmesi ve bu kitleye en hızlı ve ekonomik şekilde ulaşılması konusunda yönlendirici olacaktır. Rus dijital dünyasında Yandex öne çıkan bir platform olduğundan Yandex'in reklam hizmetlerinin kullanılması ve Rus vatandaşlarınca tercih edilen Odnoklassniki, VKontakte gibi sosyal medya platformlarında reklam verilmesinin faydalı olabileceği değerlendirilmektedir. Diğer yandan, tüm dünyada "influencer"lık neredeyse bir meslek haline gelmiştir. Rusya'daki ünlü "influencer"lar ile mücevher tanıtımı konusunda iş birliği yapılması mümkündür. Tanıtım faaliyetlerinde sadece dijital kanallara odaklanılmaması ve geleneksel reklamların da tanıtım stratejisi içine entegre edilmesi elzemdir.

Bir diğer öneri olarak, Türk mücevher sektörünün Türk dizi-film sektörü ile iş birliğini artırması da başlı başına bir tanıtım faaliyeti imkânı sağlama olasılığına sahiptir. Türk dizileri ve filmleri dünya genelinde beğeniyle takip edilmekte ve milyonlarca haneye ulaşmaktadır. Bilindiği üzere, 2011-2014 yılları arasında yayınlanan ve Osmanlı Padişahı Kanuni Sultan Süleyman'ın hayatını anlatan dizide kullanılan mücevherler, dünya genelindeki tüketicilerin dikkatini çekmiş ve dizide canlandırılan tarihi karakterlerin adıyla özdeşleşmiştir.¹³

4.13 Sektörde Tüketici/Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Tüketiciler artık mücevheri sadece bir statü sembolü olarak görmemekte, kendini ifade etme aracı ve kişisel dış vurumun bir taşıyıcısı olarak değerlendirmektedir. Tüketicilerin gözünde mücevherin değeri sadece malzemesi ve tasarımıyla değil, anlamıyla da belirlenir hale gelmiştir. Mücevherden, bir aidiyet duygusu uyandırması ve maneviyat da dahil olmak üzere kişinin kişisel yolculuğunun bir sembolü olarak işlev görmesi beklenmektedir.

Bu çerçevede, Rusya mücevher pazarı hızla seri üretimden kişiselleştirmeye doğru kaymaktadır. Müşteriler, bir ürünün yaratım sürecine dahil olmak, malzeme, sembol, gravür ve hatta mücevhere işlenmek üzere dini dua metinlerini seçmek istemektedir. Alıcılar için sadece değerli ve estetik bir eşya satın almak değil, aynı zamanda ona kendilerinden bir parça katabilmek de önemli haline gelmiştir. Siparişlerin çoğu özel yapım olup müşteriyle iş birliğinin sonucu olarak genellikle daha önce hiç görülmemiş tamamen yeni ürünlerin ortaya çıkması sağlanmaktadır.

Günümüzde piyasa ayrıca, özellikle sanatçının/tasarımcının eserini, bireyselliğini ve özgünlüğünü sergileyen mücevherlere de değer vermektedir. Bu nedenle kişisel markalaşma belirleyici bir faktör haline gelmektedir.

Günümüz pazarında, ürünlerin menşeinin şeffaflığı özellikle değerli hale gelmiştir. Alıcılar, ürünlerinin yüksek kaliteli malzemelerden yapıldığından ve fiyatları ile kalitelerinin uyumlu olduğundan emin olmak istemektedir. Üretim sürecinin tamamını kendi bünyesinde gerçekleştiren şirketler, kalite kontrolü, garantiler ve en karmaşık özel proje ve talepler dahil tüm süreçleri yönetebilme kabiliyetinden faydalanmaktadır.

Özellikle altın fiyatlarındaki artış göz önüne alındığında, anlam ve değer kaybetmeden daha hafif parçalar, alternatif metaller, gümüş ve yarı değerli taşlar gibi farklı fiyat aralıklarında ürünler sunabilmek önemli hale gelmiştir. Bir diğer ifadeyle, lüks ama daha uygun maliyetli ürünlere olan

¹³ <https://www.yenisafak.com/hayat/hurrem-sultan-yuzugu-muhtesem-satiyor-309127>

talep artmıştır. Bu tür ürünler de anlam ve sembolizmden ödün vermeden daha geniş bir kitleye ulaşım sağlayabilmektedir.

Çevrimiçi satışların ve pazar yerlerinin önemli ölçüde büyümesi hesaba katılarak markaların dijital varlıklarını, çevrimiçi danışmanlıklarını ve çok kanallı hizmetlerini güçlendirmeleri gerekmektedir. Ancak, dijital kanalların güçlendirilmesi öncelikle kitlesel pazarda işe yaramaktadır. Lüks ve premium segmentlerde satın alımlar halen önemli ölçüde geleneksel kanallarla yani fiziksel olarak gerçekleşmektedir.

Kontrol ve sertifikalama yoluyla güven oluşturmak şarttır zira alıcılar, UIN/УИИ (Benzersiz Kimlik Numarası) aracılığıyla doğrulama, ürün sertifikasyonu ve malzeme raporları gibi orijinallik doğrulama mekanizmalarına giderek daha fazla dikkat etmektedir. Bahse konu doğrulama, özellikle mücevherlerin menşei konusunda güvenin çok önemli olduğu premium ve tasarımcı segmentlerinde önemlidir.

Rusya mücevher pazarında, üretimde yerelleşmenin arttığı; bununla birlikte dış ticaret yoluyla çeşitlendirme fırsatlarının da çoğaldığı görülmektedir. Sektör tahminlerine göre, 2026 yılının sonuna kadar pazarın %12-16 oranında büyümesinin devam etmesi ve özel tasarım ve tasarımcı mücevherlerin payının %15-20 oranında artması beklenmektedir. Mücevherde gösteriştenden ziyade anlamsallığa ve kişiselleştirmeye geçiş, müşteri devamlılığı sağlamak ve kar marjlarını artırmak isteyen şirketler için öncelikli odak noktası haline gelmektedir. Lüksün yeniden düşünülmesi ve tanımlanması halihazırda önemli bir trend haline gelmiştir. Mücevherde kişisel anlam öne çıkmakta ve mücevher üzerinde fazlaca düşünülmüş seçimin sembolü haline gelmektedir.

Dünya genelinde olduğu gibi Rusya'da da ekonomik zorlukların öne çıkması, harcamalardaki dikkati artırmış ve mücevherlerde uzun ömürlü ve çok yönlü mücevherler öne çıkmaya başlamıştır. Şeffaf satın alma koşulları ve satış sonrası hizmetlerin kalitesi müşteri memnuniyetini artırmaktadır. Taksit imkânlarının varlığı ve esnek ödeme seçenekleri mücevher alımını kolaylaştırmaktadır.

4.14 Sektörde Vergiler

Gümrükleme sırasında ödemeler gümrük vergisi ile %22 oranında KDV tutarını içermektedir. Gümüş ve diğer değerli metallere üretilmiş ürünler (HS kodları 7113110000, 7113190000, 7114110000, 7114190000) %10 ile %15 arasında gümrük vergisine ve %22 KDV'ye tabidir.

Rusya Federasyonu'nda mücevher ürünlerine ilişkin gümrük işlemleri, uzmanlaşmış gümrük noktaları (özel tüketim gümrüğü) tarafından gerçekleştirilen, gümrük vergilerinin (değerli metaller için %10-15), KDV'nin (%22) ödenmesi ve sertifikaların sağlanmasını gerektiren, sıkı bir şekilde düzenlenmiş bir prosedürdür.

4.15 Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Rusya'ya mücevher ihracatı bağlamında hem sektörel hem de genel tarife dışı engeller bulunmaktadır.

Sektörel engeller arasında aşağıdaki hususlar yer almaktadır:

- Kalite Doğrulama: 2026 yılının başından itibaren, doğal taşların sentetik taşlarla değiştirilmesini ve inceliğin küçümsenmesini önlemek amacıyla ithal edilen tüm mücevherlerin zorunlu kalite doğrulaması uygulaması hayata geçirilmiştir. Söz konusu uygulama, değerli taşlı ürünler de dahil olmak üzere tüm mücevher türleri için geçerlidir.

• Test Laboratuvarları: Rusya'ya ithal edilen mücevherlerin kalite, saflık ve orijinallik kontrollerini gerçekleştirmek üzere devlet tarafından yetkilendirilmiş 3 ana uzman kurum/laboratuvar yapısı bulunmaktadır. Bu kurumlar şu şekildedir:

- Rusya Federal Ayar Dairesi Bölgelerarası Ofisi: Maliye Bakanlığı'na bağlı olan bu kurum bünyesindeki araştırma ve gemoloji (değerli taş) inceleme laboratuvarlarıdır.

- Rusya Devlet Değerli Metaller ve Kıymetli Taşlar Fonu (GOKHRAN): Rusya Federasyonu Maliye Bakanlığı bünyesinde faaliyet gösteren, ancak devletin stratejik kıymetli maden ve taş rezervlerini (Devlet Fonu) yöneten ve doğrudan Devlet Başkanı kararnameleriyle denetlenen en üst düzey ihtisas otoritesidir.

- Adalet Bakanlığı Adli ve Uzman İnceleme Kurumları: Hukuki ve teknik uyumsuzluklarda, gümrük davalarında ve kaçakçılık şüphelerinde devreye giren adli tahlil laboratuvarlarıdır.

Rusya gümrük mevzuatı uyarınca, ülkeye giriş yapan her bir mücevher sevkiyatının (partisinin) gümrükleme aşamasında hangi laboratuvarında test edileceği sistem tarafından rastgele (randomize) olarak belirlenmektedir. Bu rotasyonel ve rastgele seçim modelinin temel amacı, gümrükleme sürecinde şeffaflığı sağlamak ve olası yolsuzluk risklerinin önüne geçmektir.

- İşaretleme: Mücevherler kendi özel entegre dijital takip sistemi olan GIIS DMDK'ya tabidir. Mücevher ithalatçıları, Rusya Federal Ayar Dairesi'nin denetiminde her bir takı ünitesine atanan benzersiz UIN (Dijital Kimlik Kodu) ve QR kodlarını içeren özel etiketleme prosedürlerini tamamlamak zorundadır.

Genel engeller arasında gümrük işlemlerinin zorlayıcı olması Moskova'da merkezileştirilmesi, elektronik raporlama formlarının yanı sıra büyük miktarda kağıt belge sunma zorunluluğu, aracı kurumlar arasında rekabeti zorlaştıran değerli ürünlerin nakliyesi, depolanması ve gümrük işlemleri konusunda uzmanlaşmış lider Rus lojistik şirketi olan TBSS OOO (Özel İletişim Gümrük Brokeri) şirketi tarafından bazı süreçlerin tekelleştirilmesi gibi gümrük prosedürleriyle ilgili bir dizi idari kısıtlama bulunmaktadır.

Dolayısıyla, mücevherin kendisi üzerinde yüksek gümrük vergileri olmamasına rağmen, ürünün nihai maliyetini ve yabancı şirketlerin Rusya pazarına girişini etkileyen önemli sayıda düzenleme bulunmaktadır.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar ve Zorluklar

Türkiye, dünyanın en çok mücevher ihraç eden ilk 10 ülkesi arasında yer almaktadır. Türk mücevher sektörünün tasarım gücü ve esnek üretim imkanları sektörünü küresel arenada rekabet gücünü artırmaktadır.

Dünyanın en büyük mücevher ithalatçısı pazarlarından olmasa da, Rusya'ya mücevher ihracatı, bir dizi yasal ve piyasa değişikliğine rağmen, hâlâ ekonomik açıdan geçerli bir iş fırsatı olmaya devam etmekte ve potansiyel arz etmektedir.

Rusya mücevher pazarında ihracatçılarımızı bekleyen fırsatlar ve zorluklar aşağıda özetlenmektedir.

• Çevrimiçi Perakendenin Büyümesi: Rusya'da çevrimiçi mücevher satışlarının payı artmaya devam etmektedir. Diğer yandan, fiziksel kuyumcuların sayısı ise azalış trendi içindedir. Örneğin 2025 yılında Rusya'da kuyumcu dükkânı sayısı %6 kadar azalmış olup Rusya'daki mevcut kuyumcu dükkânı sayısı yaklaşık 15.500'dür. Bahsedilen durum, rekabetçi fiyatlar ve uygun teslimat seçenekleri sunarak e-ticaretten faydalanabilecek ihracatçılar için yeni fırsatlar anlamına gelmektedir.

• Mevzuat Değişiklikleri: Mücevher etiketleme ve izlenebilirliğine ilişkin yeni düzenlemelerin getirilmesi gibi önlemler, piyasa şeffaflığını artırmayı ve tüketici haklarını korumayı amaçlamaktadır. İhracatçıların artan idari maliyetlere ve yeni standartlara uyma gerekliliğine hazırlıklı olmaları

gerekmektedir. Mevzuat değişikliklerini yakından takip etmek ve derhal uyum sağlamak önemlidir) gibi riskler öne çıkmaktadır. Rusya Federal Akreditasyon Servisi standart altı ürünlerin Rus pazarına girmesini önlemek için Avrasya Ekonomik Birliği ülkelerindeki şüpheli kuruluşlar tarafından verilen sertifikaları toplu olarak iptal etmeye başlamıştır ve izlenebilirlik sistemini (GIIS DMDK) uygulamaya koymuştur. Bu sistem ile her bir ürünün üreticiden alıcıya kadar olan hareketi takip edilmektedir. Rusya'ya ihracat yapmak isteyen firmalar, menşee doğrulaması ve zorunlu sertifikasyon prosedürlerini dikkate almalıdır.

- Yerel Markaların Hâkimiyeti ve Gelişimi: Rus üreticiler, yüksek kaliteli ve uygun fiyatlı ürünler sunarak önemli bir pazar payı elde etmeye başlamıştır. Ayrıca, Rusya genel olarak yerel üretimi teşvik etmektedir. Bu durum, yabancı tedarikçiler için ek rekabet anlamına gelirken, aynı zamanda Rus firmalarla iş birliği ve ortak proje potansiyeli anlamına da gelmektedir. Rusya KOBİ'ler için destek programlarını genişleterek, mücevher sektörüne yönelik uzmanlaşmış eğitim merkezleri kurarak ve Rus ürünlerini tanıtmak için uluslararası fuar ve forumlara Rus şirketlerinin katılmasını sağlayarak korumacılık politikasını daha da güçlendirmeyi planlamaktadır.

- Ekonomik Faktörler: Enflasyon ve döviz kuru dalgalanmaları, ithalatın fiyatlandırmasını ve karlılığını etkilemektedir. Sevkiyatları planlarken ve ürün çeşitlerini geliştirirken bahsedilen faktörleri dikkate almak önemlidir.

- Değişen Tüketici Tercihleri: Modern tüketiciler giderek daha fazla çevre dostu ve uygun fiyatlı ürünleri tercih etmektedir. Laboratuvar ortamında üretilen elmaslar (LGD), doğal muadillerinin yalnızca %10-30'u kadar olan fiyatları nedeniyle popülerlik kazanmıştır. Bu trend, LGD'lere olan talebin önemli ölçüde artmasına yol açmış ve mücevher talebindeki artışı sürdürmede kilit bir faktör haline gelmiştir. Gümüş takılara veya altın kaplama gümüş takılara olan talep artarken, yüksek fiyatların etkisiyle altın takılara olan talep azalmaktadır. Son teknoloji ve yaratıcı tasarım yaklaşımlarını kullanan yeni oyuncuların ortaya çıkması rekabeti yoğunlaştırmaktadır. Benzersiz alışveriş deneyimleri ve kişiselleştirilmiş ürünler sunabilen şirketler pazarda avantaj kazanmaktadır. Düzenli olarak pazar analizi yaparak ortaya çıkan tehditlere ve fırsatlara hızlı bir şekilde yanıt vermek çok önemlidir. Süreçlerin otomatikleştirmesi, büyük veri analitiğinin kullanılması ve çevrimiçi satışların geliştirilmesi, maliyetleri düşürmeye ve operasyonel verimliliği artırmaya yardımcı olacaktır. Modern tüketicilerin tercihlerini karşılayan benzersiz ve talep gören ürünler yaratmak, yeni kitleleri çekecek ve pazar payını artıracaktır.

- 3. Ülkeler Kaynaklı Rekabet: Küresel mücevher pazarında aktif olan ülkeler Rusya pazarı için de önemli rekabet halinde olup yerli Rus üreticilerden arata kalan pazarda aktif olmayı hedeflemektedir.

- Yaptırımlar: AB ve ABD Rusya'ya mücevher ihracatına yönelik kapsamlı kısıtlamaları uygulamaya koymuştur. Bu durum, Türk mücevher sektörünün Rusya pazarında gelişimini destekleyebilecek bir faktördür.

6. Mücevher Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Türk mücevher sektörünün önemli bir pazar olan Rusya'da halihazırda yeterince aktif olmadığı görülmektedir.

Mücevher ihracatçılarımızın Rusya pazarındaki paylarını artırabilmeleri için;

- Hedef kitlenin ve tercihlerinin iyi analiz edilmesi
- Çevrimiçi kanalları ve geleneksel kanalları birlikte kullanmaları
- Mevzuata hâkim olmaları ve değişiklikleri takip etmeleri
- Profesyonel hizmet sağlayıcılardan destek almaları
- Fuarlara katılmaları
- Tanıtım faaliyetlerine önem vermeleri ve tanıtım amacıyla "influencer"lar ve Türk dizi ve film sektörü ile işbirlikleri geliştirmeleri

- Yerel şirketler ile ortaklıklar kurmaları ve yerel distribütörler ile çalışmaları faydalı olabilir.

7. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

2014 yılında başlayan 2022 yılı Şubat ayından beri daha ciddi düzeyde devam eden malum jeopolitik gelişmeler neticesinde hâlihazırda birçok ülke tarafından Rusya'ya geniş kapsamlı ekonomik yaptırımlar uygulanmaktadır.

Türkiye, Rusya'ya yönelik yaptırımlara taraf değildir. Bununla birlikte Türk şirketleri yaptırımların dolaylı yansımalarından etkilenebilmektedir.

Bu çerçevede, Rusya ile ticaret yapan firmalarımızın sözleşmelerinde bankacılık ve uluslararası para transferi hususlarını netleştirmeleri ve genel risk değerlendirmesi yaparak hareket etmeleri önem taşımaktadır.

8. Genel Değerlendirme

Rusya mücevher pazarının yaklaşık 6 milyar dolarlık bir hacmi bulunmaktadır. Özellikle son dönemde yerli Rus üreticiler Rusya pazarında öne çıkmaya ve pazarın neredeyse %80'ini domine etmeye başlamakla birlikte Rusya mücevher pazarının, dış ticaret rakamlarına yansıyan düşük değerlerin aksine, yabancı firmalara yaklaşık 1-1,2 milyar dolarlık bir potansiyel sunduğu tahmin edilmektedir.

Rusya, ticaret verilerini açık bir şekilde yayınlamayı askıya almıştır. Trademap gibi kaynakların diğer ülkelerin verilerinden faydalanarak oluşturdukları veri setlerine göre Rusya 2025 yılında yaklaşık 71,5 milyon dolar değerinde mücevher ithal etmiştir. Bu ithalatın %17'si Türkiye'den yapılmıştır.

Rusya'nın, Türk mücevher sektörünün 10 milyar dolara doğru yaklaşan küresel ihracatından aldığı pay oldukça düşüktür.

Rusya, 2014 ve 2022 sonrasında kademeli olarak geliştirdiği ekonomi politikaları ile yerli üretimi desteklemeyi amaçlamaktadır. Yerli mücevher üreticilerine ve zincir mağazalara önemli destekler sağlanmaktadır.

Rusya mücevher pazarı yapısal bir dönüşüm içindedir. Küresel ve bölgesel ekonomik zorlukların ve altın fiyatlarındaki rekor artışların etkisiyle daha düşük maliyetli gümüş ve altın kaplama gibi mücevherlere olan tüketici ilgisi artmıştır.

Geleneksel kanallar mevcudiyetini korumakla birlikte çevrimiçi kanallar yükseliş halindedir. Rusya'da mücevher ticaretinde çevrimiçi kanalların payı %30'a yaklaşmıştır. Ozon, Wildberries gibi pazar yerleri üzerinden çevrimiçi ticaret imkânı olduğu gibi üreticilerin kendi internet sayfaları üzerinden de ürünlere erişilebilmektedir.

Rusya mücevher pazarında, erkek mücevher ürünlerine olan talep de artış eğilimi içindedir. Mücevher konusunda esas hedef kitle geleneksel olarak kadın tüketiciler olmakla birlikte erkek tüketicilere yönelik mücevherler de önemli bir alt pazar teşkil etmektedir.

Rusya, mücevher alanında tüketicileri korumak ve kayıt dışılığı önlemek amacıyla ilgili mevzuatı güçlendirmektedir. Özellikle devletin zorunlu kıldığı dijital takip (GIIS DMDK) ve barkod sistemleri

gibi yerel mevzuat uygulamalarının ve bu uygulamalarda olan/olabilecek değişikliklerinin takibi, Rusya mücevher pazarında sürdürülebilir başarı için kritik öneme sahiptir.

Rusya’da mücevherlere uygulanan gümrük vergileri %10-15 aralığında değişmekte olup görece düşük seviyededir. Ayrıca, %22’lik KDV bulunmaktadır.

Doğru stratejiler temelinde, alternatif imkanlardan (“influencer” tanıtımı, Türk dizi ve filmleri aracılığıyla tanıtım vb.) da faydalanan ve firma bazlı reklamlara ilaveten sektörel seviyede tanıtımı da içeren tanıtım faaliyetleri ile Türk mücevher sektörünün Rusya pazarına olan ihracatını artırmasının mümkün olduğu ve pazarda Türk firmaları için birtakım küresel gelişmelerce de desteklenen büyük bir potansiyel bulunduğu değerlendirilmektedir.

9. Yararlı Adresler

| | |
|--|---|
| Moskova Ticaret Müşavirliği | moskova@ticaret.gov.tr |
| St. Petersburg Ticaret Ataşeliği | petersburg@ticaret.gov.tr |
| Kazan Ticaret Ataşeliği | kazan@ticaret.gov.tr |
| Krasnodar Ticaret Ataşeliği | krasnodar@ticaret.gov.tr |
| Rus Kurumlarının Türkiye’deki Temsilcileri | https://turkey.mid.ru/tr/rusya_ve_turkiye/turkiye_deki_rus_kuruluslarinin_adresleri/ |

10. Yararlanılan Kaynaklar

Forbes.ru
Interfax.ru
Juvelinet.ru
Kommersant.ru
Probpalata.gov.ru
RBC Business Environment
Retail.ru
ROSSTAT
Sokolov.ru
Sostav.ru
T-Business Secrets
TADVISE
The Blueprint
Trademap
Uvelir.info
Vedomosti.ru
World Bank

Aydınlatma Metni: Bu çalışma, sadece genel bilgi sağlamak amacıyla, erişilebilen açık kaynaklardan istifade edilerek hazırlanmıştır. Ticari faaliyetler gerçekleştirilirken en güncel ulusal ve uluslararası mevzuatlara göre hareket edilmesi ve pazara özgü hukuki ve ticari danışmanlık hizmeti alınması önerilmektedir.
