



RUSYA FEDERASYONU



**HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ
PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU**

Haziran 2026

Raporu Hazırlayan: Moskova Ticaret Müşavirliği

İÇİNDEKİLER

1. Rusya Pazarında Hazır Giyim Sektörü.....	3
1.1 Rusya Hazır Giyim Sektöründe Üretim.....	3
1.2 Ortalama Üretici Fiyatları.....	4
1.3 Rusya Hazır Giyim Sektöründe Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler.....	5
1.4 Rusya Hazır Giyim Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi.....	8
2. Rusya Hazır Giyim Sektörü Dış Ticareti.....	8
2.1 Hazır Giyim Sektöründe Rusya'nın En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2025)*.....	8
2.2 Hazır Giyim Sektöründe Rusya'nın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2025)*.....	9
2.3 Hazır Giyim Sektöründe Rusya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler - 2024 (10 ürün).....	10
2.4 Hazır Giyim Sektöründe Rusya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler - 2024 (10 ürün).....	12
3. Rusya Hazır Giyim Pazarına Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar).....	13
3.1 Hazır Giyim Sektöründe Ülkemizin Rusya'ya İhracatı (1.000 \$).....	13
3.2 Hazır Giyim Sektöründe Ülkemizin Rusya'ya İhracatı (Miktar kg).....	14
4. Rusya Hazır Giyim Sektörüne İhracat Yoluyla Pazara Giriş.....	15
4.1 Rusya Hazır Giyim Sektörü İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler.....	15
4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı.....	16
4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Dernek/STKlar ve İletişim Bilgileri.....	16
4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar.....	16
4.3 Rusya Hazır Giyim Sektörü İthalatında Zorunlu Belgeler.....	17
4.4 Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu.....	18
4.5 Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri.....	19
4.6 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri.....	20
4.7 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler.....	21
4.8 Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi.....	21
4.9 Sektörde Etiketleme.....	22
4.10 Sektörde Ambalajlama.....	26
4.11 Lojistik (nakliye süresi, en fazla tercih edilen taşıma modları, güzergahlar v.b.).....	26
4.12 Dağıtım Kanalları.....	27
4.13 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat).....	27
4.13.1 Ülkedeki Pazaryerleri.....	27
4.13.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.....	29
4.13.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları.....	29
4.13.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri.....	30
4.13.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler.....	30
4.13.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri (Hızlı kargo ve sipariş karşılama hizmetleri (fulfillment) sunan firmalar v.b.).....	30
4.14 Tanıtım ve Pazarlama.....	31
4.15 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler.....	31
4.16 Sektörde Vergiler (gümrük vergisi, katma değer vergisi, özel tüketim vergisi, ilave gümrük vergisi, anti dumping vergisi v.b.).....	32
5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar (Örnek: artan talep, e-ticaretin yaygınlaşması, ülkemizle yapılan Serbest Ticaret Anlaşması v.b.).....	33
6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler (Örnek: yoğun rekabet ortamı, korumacı politikalar, tüketici tercihlerinde farklılıklar, ekonomik dalgalanmalar, siyasi istikrarsızlık v.b.).....	33
7. Rusya Hazır Giyim Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler.....	35
8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar.....	36
9. Genel Değerlendirme.....	37
10. Yararlı Adresler.....	38
11. Kaynakça.....	40

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

1. Rusya Pazarında Hazır Giyim Sektörü

Rusya Federasyonu (Rusya) hazır giyim sektörü, Rus hafif sanayisi (light industry) içinde önemli bir yer tutmaktadır. Sektör ağırlıklı olarak ithalata dayalı olup, yurt içi hazır giyim ürünleri satışlarının yaklaşık %80'inin ithal ürünlerden oluştuğu tahmin edilmektedir. Sovyetler Birliği'nin dağılması ile birlikte ülkeye yoğun bir şekilde ithal edilen ürünler, yerel sanayinin yeterince verimli olmayan üretimini daha da sekteye uğratmıştır.

Bu politika tercihi neticesinde, Rusya hazır giyim sektörü, Sovyet döneminin ardından uzun yıllar gerilemiş; 2010'lu yıllarda hazır giyim üretiminde ciddi bir daralma yaşanmıştır. Ancak jeopolitik gelişmeler neticesinde, 2022 yılı sonrasında Batılı markaların ülkeden ayrılmasıyla başlayan süreçte, yerli üretim yeniden canlanma eğilimine girmiştir.

Sektör, bu dönemde ithal ikameci dış ticaret politikaları, devlet destekleri ve çevrim içi pazar yerlerinin (Wildberries, Ozon, Yandex Market, Lamoda gibi) perakende satışlarda artan payı sayesinde son yıllarda büyüme göstermekte olsa da, alım gücüne bağlı olarak tüketici talebinin yavaşlaması, enflasyon, mağaza kapanmaları ve ithal ürün rekabeti nedeniyle halen zorluklar yaşamaktadır.

1.1 Rusya Hazır Giyim Sektöründe Üretim

Rusya Federal İstatistik Servisi (Rosstat) verilerine göre, hazır giyim üretimi 2024 yılında bir önceki yıla göre %12,1 oranında artış göstererek 266 milyon âdete ulaşmıştır.¹ Benzer şekilde, Rusya Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından yapılan açıklamalara göre, 2025 yılında Rusya'da hafif sanayi üretimi %10, hazır giyim üretimi ise %24 ile en yüksek büyüme oranına ulaşmıştır.²

Yine Sanayi ve Ticaret Bakanlığı açıklamalarına göre, hafif sanayi üretimi 2025 yılında 1.26 trilyon Rubleye ulaşmış, hazır giyim üretimi ise bu üretimin %42,8'ini teşkil ederek yaklaşık 539.7 milyar Rublelik bir üretim değerine ulaşmıştır.³

Söz konusu üretim artışının temel nedenleri arasında, ithal ikameci politikalar ve bu politikalara bağlı devlet destekleri, pazar dinamikleri ve tüketici talebi yer almaktadır.

Yabancı markaların Rusya'dan ayrılması ve ithal ikamesi fırsatları: 2022 yılının Şubat ayında vuku bulan jeopolitik gelişmeler akabinde, Batılı ve Uzakdoğulu (İsveçli H&M-170 mağaza, İspanyol Inditex-502 mağaza, Japon Uniqlo-50 mağaza gibi) birçok markanın Rusya'daki perakende alanındaki mağazacılık faaliyetine son vermesi neticesinde özellikle yerel üreticilere boşalan ürün gruplarında pazara giriş ve pazarda genişleme şansı vermiştir. Bu durum, özellikle orta segment ve günlük giyime yönelik yerli üretimi teşvik etmiştir.

Yerel üretim, devlet teşvikleri ile desteklenen ithal ikameci politikalar ile birçok sektörde önceliklendirilmiştir. Hükümetin, hazır giyim de dâhil olduğu hafif sanayi için sübvansiyonlu kredileri, fonları ve teşvikleri (örneğin Industry Development Fund projeleri gibi) hazır giyim üretimindeki büyümeyi desteklemiştir. Bu durum, sırasıyla, Moskova, Moskova Oblastı, Ivanova, St. Petersburg, Krasnodor gibi şehir ve bölgelerde üretim kapasitesini artırmıştır.

Çevrimiçi pazar yerleri ile birlikte küçük ölçekli üretimin büyümesi: Wildberries, Ozon, Yandex Market, Lamoda gibi platformların yükselişi, küçük üretici ve bireysel girişimcilerin hazır

¹ Production of main types of products in physical terms (annual data since 2017 - in accordance with OKPD2)
https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Proizvodstvo_god_2017-2024.xlsx

² <https://tass.com/economy/2060861>

³ <https://souzlegprom.ru/press-tsentr/novosti-otrasli/obem-vypuska-produktsii-legproma-v-2025-godu-prevysil-1-2-trln-rublej/>

giyim ürünlerini kolayca satabilmesine imkân sağlamaktadır. Bu, özellikle aksesuar, spor ve günlük giyimde üretiminde artışa neden olmuştur. Tüketiciler, Rusya hazır giyim pazarından ayrılan Batılı markaların yerine yerel alternatiflere yönelmiştir.

Tüm bu etkenler doğrultusunda, tasarımcılarla çalışma kültürü gelişmekte olan Rus hazır giyim üreticilerinin, üretim kapasiteleri ile birlikte koleksiyon oluşturma becerilerinin de artarak devam ettiği gözlemlenmektedir.

Diğer taraftan, ithal hammaddeye bağımlılık yerli üretimin başlıca sorunları arasında öne çıkmaktadır. Rusya'daki giyim üreticilerinin büyük çoğunluğu kumaş, iplik ve aksesuar gibi girdileri yurt dışından temin etmektedir. 2022 yılından itibaren Rusya'ya yönelik artan yaptırımlar nedeniyle hazır giyim üretimi için gerekli olan hammadde temininde lojistik imkânları güçleşmekte, ürün teslimat süreleri uzamakta ve üretim maliyetleri artmaktadır. Nitekim, yerli üretici firmaların temsilcileri, yurt dışından malzeme temininin her geçen yıl daha güç ve pahalı hale geldiğini belirtmektedirler.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Rusya Federal İstatistik Servisi (Rosstat) verilerine göre, Kasım 2025 itibariyle hazır giyim üretici fiyat endeksi son 12 aylık dönemde %1,5 oranında artış göstermiştir. (<https://riamoda.ru/news/rosstat-tseny-proizvoditelej-tekstilnyh-izdelij-i-odezhdy-v-nojabre-vyrosli-na-08-i-01-sootvetstvenno.html>)

Buna göre, üretici fiyat endeksi kürk harici giyim eşyası üretiminde %1,2; iş kıyafeti üretiminde %10,6; diğer dış kıyafet üretiminde %-9,6; iç giyim üretiminde %-3,8; giyim aksesuarları üretiminde %-8,1 ve örme giyim üretiminde %6,6 olarak gerçekleşmiştir.

Rosstat tarafından yayımlanan 2026 hazır giyim üreticilerinin Rusya geneli ve Merkezi Federal Bölgesindeki üretici fiyatlarına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.⁴

⁴ Rosstat Average prices of industrial goods (services) producers since 1998
https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Proizvoditeli_Cena_04-2026.xlsx

Rusya Federasyonu ve Merkez Federal Bölgesindeki Hazır Giyim Üreticilerinin 2026 Yılı Ortalama Fiyatları (Ruble)						
Ürün Adı	NACE Kodu	Ölçü birimleri	2026 Ocak	2026 Şubat	2026 Mart	2026 Nisan
Örgü veya tığ işi dış giyim	14.13.1	adet				
Rusya Federasyonu			1108,19	1000,94	1448,89	1128,93
Merkez Federal Bölgesi			2206,09	2358,40	1781,98	2035,37
Örgü veya tığ işi iç çamaşırı	14.14.1	adet				
Rusya Federasyonu			270,79	392,95	294,23	314,28
Merkez Federal Bölgesi			606,45	589,59	597,04	626,44
Pamuk ve karışık iplikten örülmüş veya tığ işi erkek çorapları	14.31.10.110	çift				
Rusya Federasyonu			64,48	58,04	57,96	91,85
Merkez Federal Bölgesi			64,49	70,70	70,23	111,58
Pamuk ve karışık iplikten örülmüş veya tığ işi kadın çorapları	14.31.10.120	çift				
Rusya Federasyonu			77,57	78,13	77,32	84,04
Merkez Federal Bölgesi			101,09	106,59	115,99	127,56
Pamuk ve karışık iplikten (pamuk ipliği ile diğer liflerin karışımı) örülmüş veya tığ işi çocuk çorapları	14.31.10.130	çift				
Rusya Federasyonu			72,80	80,00	92,60	86,74
Merkez Federal Bölgesi			56,09	115,31	78,13	69,92
Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler ve benzeri örgü veya tığ işi ürünler	14.39.1	adet				
Rusya Federasyonu			1871,14	1638,26	1735,60	1440,07
Merkez Federal Bölgesi			2296,33	2385,01	2355,42	2274,51

1.3 Rusya Hazır Giyim Sektöründe Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

Araştırmalara göre, 2025 yılında Rusya’da hazır giyim üreticisi sayısı 36.923 adet olup, bunların %71,94’ü bireysel girişimci (şahıs şirketi), %28,06’sı ise sermaye şirketi (çoğunlukla Anonim Şirket yada Limited Şirket) şeklinde yapılanmıştır.⁵

Rusya hazır giyim perakende sektöründe öne çıkan yerli markalar şunlardır:

Gloria Jeans: Rusya'nın en büyük yerli hızlı moda (fast fashion) üreticisi ve perakendecilerinden biridir. 1998 yılında kurulan şirket, 2022 yılındaki jeopolitik gelişmeler akabinde Batılı markaların ülkeden ayrılması neticesinde boşalttıkları mağazaların yerine yeni ve büyük metrekareli mağazalar açmak suretiyle 300’den fazla şehirde 680’den fazla mağaza ile faaliyet göstermektedir. Çoklu kanal (omni-channel) perakendeciliği ile sadece fiziki değil çevrim-içi mağazası ile faaliyet gösteren firma, ürünlerini, Rusya, Kazakistan ve Belarus’ta kendisine ait 3 ve ortak olduğu 19 fabrikada gerçekleştirmektedir. Özbekistan, Çin, Bangladeş, Vietnam’da tedarik ofisleri (sourcing office) bulunan firma, kumaş ve nihai mamul tedarikini, Türkiye, Pakistan, Çin, Hindistan, Bangladeş, Vietnam ve Hong Kong’tan tedarik etmektedir.⁶

⁵ You can't stop beautiful sewing: How the Russian clothing market has changed https://kontur.ru/press/news/54882-krasivo_shit_ne_zapretish

⁶ Gloria Jeans https://storage.gloria-jeans.ru/static/About_Gloria_Jeans.pdf

Melon Fashion Group: Rusya'nın en büyük hazır giyim üreticisi ve perakendecilerinden biri olan firma bünyesinde Sela, Zarina, Befree, Love Republic ve Idol markalarını barındırmaktadır. 171 şehirde, 930 mağaza ile faaliyet gösteren firma 2005 yılında St. Petersburg'da kurulmuştur. Çoklu kanallarda satış faaliyetlerini yürüten firmanın ürünleri çevrim içi pazar yerlerinde de satılmaktadır.⁷

Lime: 2008 yılında Samara'da kurulan ve özellikle uluslararası markaların (Inditex, H&M vb.) Rusya pazarından çekilmesinin ardından hızlı bir büyüme kaydeden Rusya'nın en hızlı büyüyen yerli hazır giyim perakendecilerinden biridir. Firma, kadın giyimi üzerine yoğunlaşan, son yıllarda erkek, çocuk ve ev koleksiyonları ile ürün gamını genişleten bir hızlı moda markasıdır. 2022 yılı sonrası dönemde, özellikle Zara markasının boşluğunu dolduran en önemli yerli alternatiflerden biri haline geldiği ve agresif bir şekilde mağaza ağını genişlettiği bilinmektedir.⁸

Sportmaster: 1992 yılında kurulan, Rusya ve BDT ülkelerinde 500'den fazla mağazasıyla spor giyim, ekipman ve aktif yaşam ürünlerinde lider perakendecilerden biridir. Merkezi Moskova'da bulunan firma, aralarında Demix, Joss, Nordway gibi kendi tescilli markalarının da bulunduğu 300'den fazla markayı kapsayan ürün grubuna sahiptir.⁹

O'Stin: 2003 yılında Moskova'da kurulan marka, özellikle rahat ve günlük giyim (casual) tarzına odaklanan, geniş bir kitleye hitap eden bir hızlı moda perakende zinciridir. Üretimini ağırlıklı olarak Çin'de gerçekleştirmektedir. Sportmaster firması bünyesinde konumlanan firma, 2025 yılı itibariyle, Rusya'da 600'den fazla mağaza ile faaliyetlerini yürütmektedir.¹⁰

Funday: Rusya'da özellikle son yıllarda hızlı bir büyüme kaydeden, Sportmaster Grubu'na ait, ailelere yönelik bütçe dostu (ekonomik) hazır giyim perakendecisidir. 2013 yılında kurulan marka, "uygun fiyata günlük, neşeli ve renkli moda" konseptiyle Rusya'da 200'den fazla mağaza ağına sahiptir.¹¹

Tvoe: Özellikle genç ve dinamik kitleye hitap eden, uygun fiyatlı, pamuklu ve rahat giyim ürünleriyle tanınan bir markadır. 2001 yılında Moskova'da kurulan markanın hedef kitlesi, gençler, öğrenciler ve genç yetişkinlerdir. Günlük, rahat, spor ve hızlı moda tarzı ürünler sunmaktadır. Uygun fiyatlı, bütçe dostu bir marka olarak bilinmektedir. "Erişilebilir moda" anlayışıyla yüksek kaliteli pamuklu malzemeleri uygun fiyatla sunmayı amaçlamaktadır. Çoğunluğu Rusya'da olmak üzere Rusya ve BDT ülkelerinde 300'den fazla mağazası bulunmaktadır.¹²

Zolla: 2004 yılında Moskova'da kurulan ve ülke genelinde 450'den fazla mağazasıyla Rusya'nın yerli hazır giyim perakendecilerinden biridir. Orta segmentte, hızlı moda iş modeliyle faaliyet gösteren marka; kadın, erkek ve gençler için günlük ve ofis giyim alternatifleri sunmaktadır. Satış noktaları Rusya'nın 80'den fazla bölgesine yayılmıştır. Büyük metropollerin yanı sıra, nüfusu bir milyonun altında olan bölgelerde de güçlü bir varlığa sahiptir. Fiziksel mağazalarına ek olarak, ürünlerini ülkenin önde gelen çevrimiçi pazar yerlerinden de satmaktadır.¹³

Önemli Birlikler ve Platformlar:

Rusya'da mesleki örgütlere, ticaret ve sanayi odalarına üyelik zorunluluğu olmamakla birlikte Rusya'da hazır giyim sektörü, devletle diyalog kuran ve sektörün gelişim stratejilerini belirleyen ve firmalar tarafından gönüllük esasıyla üye olunan güçlü çatı kuruluşlar tarafından temsil edilmektedir. Buna göre, Rusya hazır giyim sektöründeki en önemli birlik ve derneklere ait bilgilere aşağıda yer verilmiştir.

⁷ Melon Fashion Group <https://profashion.ru/guide/melon-fashion-group/> ve <https://www.melonfashion.com/about/>

⁸ Lime <https://www.forbes.ru/biznes/502976-nekislyj-temp-kak-set-lime-obognala-zara-po-oborotu-i-otkuda-ona-vzalas> ve <https://postium.ru/istoriya-brenda-lime/>

⁹ Sportmaster <https://www.sportmaster.ru/about/> ve <http://www.sportmaster.cn/>

¹⁰ O'Stin <https://ostin.com/pages/company> ve <https://profashion.ru/guide/o-stin/>

¹¹ Funday <https://fundayshop.com/about> ve <https://focusmoda.ru/brands/funday>

¹² Tvoe <https://profashion.ru/guide/tvoe/>

¹³ Zolla <https://profashion.ru/guide/zolla/> <https://en.ony.ru/work/zolla>

Rusya Tekstil ve Hafif Sanayi Girişimcileri Birliği (Soyuzlegprom): Rusya Tekstil ve Hafif Sanayi Girişimciler Birliği, sektörün en büyük ve etkili çatı kuruluşudur. 2003 yılında kurulan birlik, Rusya'nın 42 bölgesinde 400'den fazla işletmeyi ve eğitim kurumunu temsil etmektedir. Temel amacı, yerli üreticilerin çıkarlarını kamu kurumları nezdinde savunmak, devlet destekleri ve sübvansiyonlar konusunda danışmanlık yapmaktır. Ayrıca ülkenin önemli kumaş ve aksesuar fuarı olan Interfabric fuarının organizasyonunu gerçekleştirmektedir.¹⁴

Rusya Tekstiller Birliği (Russian Textile Association – ATR): 2009 yılında kurulan bu birlik, 500'den fazla tekstil ve giyim üreticisini bünyesinde barındırmaktadır. Üyelerine düşük faizli kredi ve devlet sübvansiyonlarından yararlanma konusunda destek sağlamaktadır.¹⁵

Rusya Moda Endüstrisi Katılımcıları Birliği (RAFI): Rus Moda Endüstrisi Katılımcıları Birliği, 2015 yılında kurulmuştur. Birliğin temel amacı, hazır giyim üretimi ve tasarımıyla iştigal eden firmaları bir çatı altında bir araya getirmek, bu firmalara etkili iş bağlantıları kurmada destek sağlamak ve söz konusu firmaların yeni pazarlara açılmalarına destek olmaktır. 200'den fazla üyeye sahip Birlik tarafından Rusya'da hazır giyim sektörünün uluslararası dış alım (out sourcing) etkinliğinin bir parçası olarak yılda iki kez (Mayıs ve Kasım aylarında olmak üzere) Moskova'da "Bee Together" (<https://expo.bee-online.ru/together-19>) isimli bir etkinlik gerçekleştirilmektedir. Benzer şekilde, söz konusu Birlik tarafından, İstanbul'da gerçekleştirilen İstanbul Fashion Connect (IFCO) ve Texhibition İstanbul fuarlarına yönelik olarak düzenlenen alım heyeti programlarına Rus alıcı temini suretiyle destek sağlandığı bilinmektedir.¹⁶

Rusya Omnikanal Perakende Şirketleri Derneği (ACORT): Rusya perakende sektörünün en güçlü ve en etkili çatı kuruluşu olarak kabul etmektedir. 2001 yılında kurulan dernek, ülkenin en büyük ulusal ve çok uluslu perakende zincirlerini temsil etmektedir. Perakende ticaret alanında faaliyet gösteren hazır giyim firmaları üyeleri arasındadır. 2025 yılı itibarıyla dernek, "Rusya Perakende Şirketleri Derneği" olan ismini "Rusya Omnikanal Perakende Şirketleri Derneği" olarak güncellemiştir. Bu değişim, fiziksel mağazacılığın yanı sıra e-ticaret ve dijital satış kanallarının sektördeki artan ağırlığını yansıtmaktadır. ACORT üyeleri, Rusya perakende pazarının yaklaşık %30-35'ini domine etmektedir. Dernek bünyesinde Sportmaster, Snezhnaya Koroleva ve Lamoda gibi hazır giyim perakendecileri yer almaktadır.¹⁷

Rusya Moda Konseyi: 2014 yılında kurulan Rusya Moda Konseyi (Russian Fashion Council), tasarım odaklı hazır giyim ve markalaşma süreçlerini yöneten bir kurumdur. Moscow Fashion Week ve BRICS+ Fashion Summit gibi uluslararası organizasyonları düzenleyerek yerli tasarımcıların küresel pazarda görünürlüğünü sağlamaktadır. Söz konusu organizasyonlara ülkemizden tasarımcılar (Arzu Kaprol, Emre Erdemoğlu) da davet edilmiştir. Konsey, bu tür organizasyonlarla, genç Rus tasarımcıların üretim kapasitelerini artırmaları için tanıtım desteği sunmaktadır.¹⁸

Rusya Giyim Üreticileri Birliği (RSPO): Sektörde doğrudan "Giyim Üreticileri Birliği" olarak bilinen ve 1998 yılında kurulan bir birliktir. Rusya genelindeki hazır giyim ve konfeksiyon fabrikalarını bir araya getirmeyi amaçlamaktadır. Yerel üretimin standartlarını belirleme ve hükümetin "ithal ikamesi" politikaları kapsamında yerli markaları destekleme görevleri Birliğin görevleri arasındadır. RSPO üyesi şirketlerin giyim üretimi, ülke geneli giyim üretiminin %47'sini oluşturmaktadır.¹⁹

¹⁴ Soyuzlegprom <https://www.souzlegprom.ru/en/>

¹⁵ ATR <https://at-rus.com/>

¹⁶ RAFI <https://rafi.moscow/>

¹⁷ ACORT <https://www.acort.ru/>

¹⁸ Russian Fashion Council <https://russianfashioncouncil.ru/en>

¹⁹ RSPO <https://rspo.ru/o-soyuz/>

1.4 Rusya Hazır Giyim Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Son yıllarda Rusya hazır giyim pazarı, hem perakende hem de toptan satış kanallarında dijitalleşme ve yerel üretimin artışıyla şekillenen bir büyüme dönemi içerisinde. Pazarın toplam büyüklüğünün 2025 yılı sonunda yaklaşık 3.94 trilyon rubleye ulaştığı ve büyüme eğilimini sürdürdüğü görülmektedir.²⁰

Rusya hazır giyim perakende sektörü, "Omnichannel" (çok kanallı) satış modelini tamamen benimsemiş durumdadır. 2025 yılında çevrimiçi kanallar aracılığıyla hazır giyim ve ayakkabı harcamaları, toplam e-ticaret satışlarının yaklaşık %28-30'unu oluşturmuştur. Çevrimiçi pazar yerlerindeki satışların %80-85'i Wildberries, Ozon ve Lamoda üzerinden gerçekleştirilmektedir.²¹

Yerel hazır giyim markaların yükselişi ile birlikte enflasyonist baskı altındaki tüketiciler "akıllı alışveriş" modeline geçmiş; indirim mağazalarını ve sadakat programlarını tercih ederek perakende sektörüne şekil vermektedirler. Tüketiciler, fiziksel mağazaları "deneme kabini" olarak kullanıp, satın almayı çevrimiçi platformlardan yapma eğilimindedirler.

Alışveriş merkezindeki mağazalar, çevrim içi pazar yerleri, bağımsız butikler ve outlet mağazaları ülkedeki başlıca perakende satış kanallarıdır.

Rusya'da toptan hazır giyim ticareti geleneksel olarak büyük ticaret merkezleri üzerinden yürütülmektedir. Buna göre ülkedeki başlıca toptan satış ticaret merkezleri, Moskova'daki Sadovod, Lyublino ve Yuzhnye Vorota gibi ticaret kompleksleridir. Özellikle, Rusya'nın bölgelerinden gelen küçük ve orta ölçekli perakendeciler için ana tedarik noktaları olan bu ticaret merkezlerinde ağırlıklı olarak ülkemizden ve Uzakdoğu'dan ithal edilen hazır giyim ürünleri toptan satışa sunulmaktadır.

2. Rusya Hazır Giyim Sektörü Dış Ticareti

2.1 Hazır Giyim Sektöründe Rusya'nın En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2025)*

Trademap'ten temin edilen 2025 yılı ihracatçı ülke verilerine (ayna veri)²² göre, ülkemiz 305,6 milyon dolar değer (%5,3 pay) ile Rusya hazır giyim pazarının Çin ve İtalya'nın ardından en büyük 3'üncü tedarikçisidir.

²⁰ Intertkan <https://en.intertkan.ru/media/novosti-vystavki/the-clothing-market-in-russia-in-2025-growth-with-new-challenges-and-changes-in-consumer-behavior/>

²¹ Datainsight https://datainsight.ru/sites/default/files/eCommerce_2025.pdf

²² 28.02.2023 tarih ve 55-F3 sayılı Kanun çerçevesinde Rusya'da dış ticaret istatistikleri devlet sırrı niteliğinde olup yayımı durdurulmuştur.

	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$)	Miktar* (ton/kg...)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Çin	3.688.891.000	-	64,3%
2	İtalya	672.910.000	-	11,7%
3	Türkiye	305.607.000	-	5,3%
4	Almanya	265.737.000	-	4,6%
5	Letonya	203.439.000	-	3,5%
6	Sırbistan	112.427.000	-	2,0%
7	Polonya	76.199.000	-	1,3%
8	Hırvatistan	72.500.000	-	1,3%
9	Kırgızistan	54.053.000	-	0,9%
10	Kazakistan	51.385.000	-	0,9%
	Listedeki Ülkeler	5.503.148.000	-	96,0%
	Diğer Ülkeler	231.429.000	-	4,0%
	Genel Toplam	5.734.577.000	-	100,0%

*Trademap, mirror data.

2.2 Hazır Giyim Sektöründe Rusya'nın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2025)*

Trademap'ten temin edilen 2025 yılı ithalatçı ülke verilerine (ayna veri)* göre, ülkemiz yaklaşık 4,5 milyon dolar değer (%1 pay) ile Rusya hazır giyim ürünlerinin ihracatında ikinci sırada yer almaktadır.

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$)	Miktar * (ton/kg...)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Kazakistan	413.620.000	-	95,0%
2	Türkiye	4.471.000	-	1,0%
3	Kırgızistan	2.828.000	-	0,6%
4	Azerbaycan	2.673.000	-	0,6%
5	Mısır	2.322.000	-	0,5%
6	İtalya	2.317.000	-	0,5%
7	Macaristan	1.003.000	-	0,2%

8	Almanya	820.000	-	0,2%
9	Hong Kong	575.000	-	0,1%
10	Suudi Arabistan	552.000	-	0,1%
	Listedeki Ülkeler	431.181.000	-	99,0%
	Diğer Ülkeler	4.204.000	-	1,0%
	Genel Toplam	435.385.000	-	100,0%

*Trademap, mirror data.

2.3 Hazır Giyim Sektöründe Rusya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler -2024 (10 ürün)*

Trademap'ten temin edilen en güncel 2024 yılı ihracatçı ülke verileri (ayna veri)* göre, Rusya'nın en fazla ithal ettiği hazır giyim ürünü pamuklu örme tişörtler ve iç giyim ürünleridir.

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (\$)	Türkiye'den İthalatı (\$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
610910	Tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası (örme veya kroşe)-Pamuktan	597.137.000	29.473.000	%4,9
620323	Erkekler ve erkek çocuklar için takımlar-Sentetik liflerden	497.286.000	14.231.000	%2,9
620240	Kadın ve kız çocuklar için mantolar, kabanlar, kolsuz ceketler, pelerinler, anoraklar (kayak ceketleri dahil), rüzgarlıklar ve benzeri eşya (62.04 pozisyonundakiler hariç)-Sentetik ve suni liflerden	398.997.000	6.689.000	%1,7

611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler ve benzeri eşya (örme veya kroşe)-Pamuktan	377.552.000	29.878.000	%7,9
611595	Kadınlar için uzun veya diz altı çorapları (tek katı 67 desiteksten az olanlar) Pamuktan	329.709.000	4.903.000	%1,5
620140	Erkekler veya erkek çocuklar için paltolar, kabanlar, kolsuz ceketler, pelerinler, anoraklar (kayak ceketleri dahil), rüzgarlıklar ve benzeri eşya (62.03 pozisyonundakiler hariç-Sentetik veya suni liflerden	319.624.000	10.662.000	%3,3
611030	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler ve benzeri eşya (örme veya kroşe)-Sentetik veya suni liflerden	299.801.000	17.326.000	%5,8
620462	Kadınlar ve kız çocuklar için pantolonlar, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (yüzme kıyafetleri hariç)-Pamuktan	273.065.000	38.387.000	%14,1
620342	Erkekler ve erkek çocuklar için pantolonlar, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (yüzme kıyafeti hariç)-Pamuktan	266.212.000	47.624.000	%17,9

610342	Erkekler ve erkek çocuklar için pantolonlar, askılı ve üst ön parçası olan tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (örme veya kroşe) (yüzme kıyafeti hariç)-Pamuktan	147.648.000	5.792.000	%3,9
--------	--	-------------	-----------	------

*Trademap, mirror data.

2.4 Hazır Giyim Sektöründe Rusya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler - 2024 (10 ürün)*

Trademap'ten temin edilen en güncel 2024 yılı ithalatçı ülke verilerine (ayna veri)* göre, Rusya'nın en fazla ihraç ettiği hazır giyim ürünü dokuma giyim ürünleridir.

Ürün Adı	Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	İhracat Değeri (\$)	Türkiye'ye İhracatı (\$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
611490	Diğer giyim eşyası-dokuma	219.940.000	3.000	0,3%
621290	Diğer iç giyim eşyaları	14.467.000	1.000	3,0%
610910	Tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası (örme veya kroşe)-Pamuktan	12.618.000	435.000	2,1%
620140	Erkekler veya erkek çocuklar için paltolar, kabanlar, kolsuz ceketler, pelerinler, anoraklar, rüzgarlıklar ve benzeri eşya-Sentetik	11.431.000	183.000	2,0%
610469	Kadınlar ve kız çocukları için pantolonlar, askılı ve üst ön parçası olan tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar-Dokuma	10.768.000	80.000	2,0%
611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler ve benzeri eşya (örme veya kroşe)-Pamuktan	9.481.000	664.000	1,9%
610342	Erkekler ve erkek çocuklar için pantolonlar, askılı ve üst ön	9.350.000	224.000	0,9%

	parçası olan tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (örme veya kroşe)-Pamuktan			
620240	Kadın ve kız çocuklar için mantolar, kabanlar, kolsuz ceketler, pelerinler, anoraklar, rüzgarlıklar ve benzeri eşya-Sentetik	7.682.000	266.000	0,0%
611120	Bebekler için giyim eşyası ve aksesuarı (örme veya kroşe)-Pamuktan	7.448.000	210.000	0,0%
621139	Erkekler ve erkek çocuklar için diğer giyim eşyası-Dokuma	6.499.000	0	0,0%

*Trademap, mirror data.

3. Rusya Hazır Giyim Pazarına Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

3.1 Hazır Giyim Sektöründe Ülkemizin Rusya'ya İhracatı (1.000 \$)*

Ticaret Bakanlığı İstatistik Bilgi Sistemi Raporlama Sisteminden temin edilen veriler doğrultusunda, ülkemizden Rusya'ya 2025 yılında değer olarak en fazla ihraç edilen ürün yaklaşık 42 milyon Dolar ile erkek dokuma pantolondur.

	GTIP	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	620342	Erkek/erkek çocuk için pantolonlar, kısa pantolonlar, tulumlar ve şortlar; pamuktan (dokuma)	33.234	42.148	66.904	47.624	42.046
2	611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	19.113	21.471	35.503	29.878	27.427
3	610910	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; pamuktan (örme veya kroşe)	26.977	26.614	44.273	29.473	26.931
4	620462	Kadın/kız çocuk için pantolon, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar, şortlar; pamukta	21.410	28.918	53.640	38.387	26.300
5	611030	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; sentetik veya suni liflerden (örme veya kroşe)	13.761	26.769	29.298	17.326	15.672
6	620520	Erkek/erkek çocuk için gömlek; pamuktan (örülmemiş veya kroşe olmayan)	12.923	14.333	21.412	16.351	14.795
7	610711	Erkek/ erkek çocuk için külotlar ve slipler; pamuktan (örme veya kroşe)	6.552	5.661	7.522	4.988	12.586

8	620140	Erkek veya erkek çocuk için palto, kaban, kolsuz ceket, pelerin, anorak, rüzgarlık, vb. eşya (örme v	0	9.488	18.876	10.662	9.446
9	620240	Kadın ve kız çocuklar için manto, kaban, kolsuz ceket, vb. eşya (örme ve kroşe olmayan); sentetik ve	0	6.938	10.731	6.689	6.816
10	610342	Erkek/erkek çocuk için pantolon, askılı tulum, kısa pantolon ve şort; pamuktan (örme veya kroşe)	4.918	5.797	8.051	5.792	5.756
		LİSTE TOPLAMI	138.887	188.137	296.210	207.171	187.775
		GENEL TOPLAM	273.934	337.439	623.594	370.031	305.607

* Ticaret Bakanlığı İstatistik Bilgi Sistemi Raporlama Sistemi

3.2 Hazır Giyim Sektöründe Ülkemizin Rusya'ya İhracatı (Miktar kg)*

Ticaret Bakanlığı İstatistik Bilgi Sistemi Raporlama Sisteminden temin edilen veriler doğrultusunda, Rusya'ya 2025 yılında miktar olarak en fazla ihraç edilen ürün yaklaşık 1.309 ton ile örme t-shirt ve iç giyim ürünleridir.

	GTIP	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	610910	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; pamuktan (örme veya kroşe)	1.394.577	1.260.412	1.698.066	1.360.412	1.309.178
2	611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	865.354	935.360	1.366.943	1.084.211	1.068.242
3	611030	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; sentetik veya suni liflerden (örme veya kroşe)	697.658	1.400.401	1.231.358	775.795	696.769
4	610342	Erkek/erkek çocuk için pantolon, askılı tulum, kısa pantolon ve şort; pamuktan (örme veya kroşe)	237.189	252.507	342.462	286.909	279.096
5	610510	Erkek/erkek çocuk için gömlek; pamuktan (örme veya kroşe)	228.319	276.654	347.842	251.676	233.026
6	610711	Erkek/ erkek çocuk için külotlar ve slipler; pamuktan (örme veya kroşe)	312.544	243.600	320.202	210.154	225.569

7	611595	Diğer çoraplar; pamuktan (örme veya kroşe)	609.201	361.292	278.284	215.425	205.854
8	610821	Kadın/kız çocuk için slipler ve külotlar; pamuktan (örme veya kroşe)	457057	416.407	406.534	201.577	188.508
9	610990	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; dokumaya elverişli diğer maddelerden (örme veya kroşe)	287187	253.103	1.364.933	222.015	176.501
10	610462	Kadın/kız çocuk için pantolon, askılı tulum, kısa pantolon ve şort; pamuktan (örme veya kroşe)	160.346	137.226	174.333	162.582	154.458
		LİSTE TOPLAMI	5.249.432	5.536.962	7.530.957	4.770.756	4.537.201
		GENEL TOPLAM	7.516.217	7.491.774	10.245.410	6.328.266	6.053.234

* Ticaret Bakanlığı İstatistik Bilgi Sistemi Raporlama Sistemi

4. Rusya Hazır Giyim Sektörüne İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Rusya Hazır Giyim Sektörü İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Rusya'nın yaklaşık 147 milyon nüfusu bulan geniş coğrafyası, pazarlama ve dağıtım stratejilerinde bölgeselleşmeyi zorunlu kılmaktadır. Nüfus yoğunluğu ve tüketici gelir seviyesi dikkate alındığında aşağıda şehirlerin/bölgelerin hazır giyim ihracatçısı firmalarımız için öncelikli hedef bölgeler olarak değerlendirilebilmesi mümkün bulunmaktadır.

Bölge/Şehir	Nüfus (milyon)	Önem/Notlar
Moskova ve çevresi (Merkez Bölgesi)	~20 milyon	Ülkenin finans ve perakende alanında en büyük şehridir; içinde bulunduğu bölge ile birlikte harcanabilir gelirin en yüksek olduğu bölgedir, gelişmiş perakende altyapısına sahiptir; alışveriş merkezleri-ticaret merkezlerinde Batılı firmaların boşalttığı ürün gruplarında bayilik ve/veya doğrudan mağazalaşma potansiyeli yüksektir. Sadovod pazarı başta olmak üzere fiziki pazarlar hem perakende hem çevre bölgelere toptan dağıtım üssü konumundadır.
St. Petersburg (Kuzeybatı Bölgesi)	~5,5 milyon	İkinci büyük pazardır; moda bilinci yüksek tüketici kitlesi mevcuttur. Liman kenti olması nedeniyle lojistik avantaja sahiptir, Avrupa tarzı hazır giyim ürünlerine daha yakın tüketici tercihi vardır, yüksek iç turizm potansiyeline sahiptir.
Yekaterinburg	~1,5 milyon	Orta gelirli segmentdir; iklim koşulları nedeniyle kışlık kıyafet, deri ve dış giyim kategorilerinde talep çok yüksektir. Moskova'daki

(Ural Bölgesi)		yoğun rekabetten kaçınmak isteyen firmalar için yüksek satın alma gücüne sahip Ural bölgesinin merkezidir.
Novosibirsk (Sibirya Bölgesi)	~1,6 milyon	Büyüyen perakende pazarıdır; iklim koşulları nedeniyle kışlık kıyafet, deri ve dış giyim kategorilerinde talep çok yüksektir. Moskova'daki yoğun rekabetten kaçınmak isteyen firmalar için yüksek satın alma gücüne sahip Sibirya bölgesinin merkezidir.
Kazan (Tataristan Cumhuriyeti)	~1,3 milyon	Tataristan Cumhuriyeti'nin başkentidir; Müslüman nüfus yoğundur – muhafazakar giyim talebi mevcuttur.
Krasnodar (Güney Bölgesi)	~1,0 milyon	Güney Rusya'nın önemli ticaret merkezidir.
Rostov-on-Don (Güney Bölgesi)	~1,1 milyon	Güney bölgeleri için dağıtım merkezidir; Türkiye'ye coğrafi olarak yakındır.
Pyatigorsk (Kuzey Kafkasya Bölgesi)	~0,2 milyon	Bölgenin en büyük toptan ve perakende hazır giyim merkezlerinden biridir; "Lira" ve "Lyudmila" gibi büyük pazarlara sahiptir; Kuzey Kafkasya Cumhuriyetlerindeki (Dağıstan, Çeçenistan, Kabardino-Balkarya vb.) perakendecilerin ana toptan mal tedarik noktasıdır; Türk mallarına olan yüksek talebin geleneksel merkezidir ve gelişmiş dağıtım kanallarına sahiptir.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Rusya'da yerli üretici ve markalar hakkında detaylı bilgilere 1.3 numaralı başlıkta yer verilmiştir. Söz konusu Rus markaların yanı sıra Rus hazır giyim toptan pazarına kendi markası ile ürün ihraç eden birçok hazır giyim üreticisi markamız bulunmaktadır. Söz konusu üreticilerin ve markaların sayılarına ilişkin net bir veri bulunmamakla birlikte, söz konusu firmalarımızın özellikle İstanbul Laleli, Merter, Bayrampaşa, Osmanbey ve Zeytinburnu gibi bölgelerde yerleşik imalatçı-ihracatçı firmalarımızdan oluştuğu, ağırlıklı olarak özel kargo ve yolcu beraberli eşya yöntemleri ile Rus hazır giyim pazarında faaliyet gösterdiği bilinmektedir.

Diğer taraftan, Rus hazır giyim perakende pazarında kendi markalarına yönelik fiziki ve çevrim içi mağazalarında-pazar yerlerinde perakendeci olarak faaliyet gösteren ülkemizden başlıca markalardan bazıları; Colin's, Mavi Jeans, LC Waikiki, Sneaker Box, Damat-Tween, Koton, Loft, Defacto, US Polo, Climber, Pissero, Zingal Riche, Super Step, Emiliano Zapata, AC&Co, Marathon'dur.

4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Dernek/STKlar ve İletişim Bilgileri

Rusya'da oda veya birliklere üye olma zorunluluğu bulunmamakta olup, firmaların bir araya geldikleri etkin kurumlar yaygın değildir. Bununla birlikte, ilgili oda, birlik ve dernekler hakkında bilgilere 1.3 numaralı başlıkta yer verilmiştir.

4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Rusya'da faaliyet gösteren ithalatçı firmalara ilişkin bilgi temin edilebilecek açık kaynaklardan bazıları aşağıda yer almaktadır. Söz konusu kaynaklar bazı bilgileri ücretsiz olarak sunarken detaylı bilgiler için üyelik talep etmektedir.

<https://basis.myseldon.com/en/landing>

<https://www.tradeatlas.com/ru>

4.3 Rusya Hazır Giyim Sektörü İthalatında Zorunlu Belgeler

Rusya'nın hazır giyim ithalatında aşağıdaki belgeler ibrazı zorunludur:

Standart Ticari ve Gümrük Belgeleri

Ticari fatura: Rusça veya İngilizce dilinde hazırlanmalıdır. Malın, Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) kodu, birim fiyatı ve toplam tutarı içermelidir.

Çeki listesi: Net ve brüt ağırlıklar ile koli detaylarına yer verilmelidir.

Taşıma Belgeleri: CMR, Konşimento veya TIR Karnesi gibi nakliye türlerine göre düzenlenen evraklardır.

Menşe Şahadetnamesi: Malın Türk menşeli olduğunu ispatlayan belgedir.

Gümrük Beyannamesi

Sigorta Belgesi vb. diğer belgeler: Malın teslim şekline göre gerekli olabilecek belgelerdir.

EAC Uygunluk Belgeleri (Sertifikası yada Beyanı): Malın, Avrasya Ekonomik Birliği (AEB) teknik düzenlemelerine uygunluğu kanıtlar. Hazır giyim ürünleri için “TR CU 017/2011 – Hafif Sanayi Ürünlerinin Güvenliği Hakkında Yönetmelik” esas alınmaktadır. Söz konusu Yönetmeliğe göre; “Uygunluk Sertifika” ve “Uygunluk Beyanı” bulunmaktadır.

Uygunluk Sertifika, 1. katman giysiler için gereklidir. (ciltle doğrudan temas eden ürünler: iç giyim, korseler, mayo ve plaj kıyafetleri, çoraplar, taytlar vb.

Uygunluk Beyanı ise 2. ve 3. katman giysiler için gereklidir. (ciltle sınırlı temas eden ürünler: ceketler, kazaklar, süveterler, yelekler, takımlar, bluzlar, etekler, elbiseler, şortlar, takımlar, pantolonlar, tulumlar, eşofman altları ve spor kıyafetleri, paltolar, montlar, yağmurluklar, ceketler, pantolonlar, takımlar, tulumlar, sabahlıklar, eşarp ürünleri, atkılar, şallar, başörtüler, şapkalar, kepler, bereler vb., eldiven ürünleri, kürkler ve kürk ürünleri)

Hazır giyim ürünlerinin Avrasya Ekonomik Gümrük Birliği topraklarında ithalatı ve satışı, ancak “TR CU 017/2011 – Hafif Sanayi Ürünlerinin Güvenliği Hakkında Yönetmelik”in gerekliliklerine göre sertifikalandırıldıktan sonra mümkündür. Kayıt prosedürünü geçen ürünler, uygunluk sertifikası veya uygunluk beyanı alır, ayrıca EAC uygunluk işaretiyle işaretlenmeleri gerekir, bundan sonra Avrasya Ekonomik Gümrük Birliği topraklarında satılabilir hale gelir.²³

Rusya'da EAC “Uygunluk Sertifika” veya “Uygunluk Beyanı” başvurusu, üretici veya ithalatçı firma tarafından gerçekleştirilebilmektedir. Başvuru sürecinde sevki öncesi numune testi veya fabrika denetimi zorunluluğu bulunmaktadır. Buna göre, EAC beyanı ve sertifikasının düzenlenmesi için her ürün bileşimi için 3 numune sunulması zorunludur. Bunun nedeni, gümrük beyannamesinde 3 numunenin Rus laboratuvarında test edilmek üzere sınır ötesine geçtiğinin belirtilmesi gerektiğidir.

Uygunluk Beyanı veya Uygunluk Sertifika başvurusu yapılırken gümrük beyannamesi, beyan veya sertifika başvurusu ile birlikte sunulmalıdır. Uygunluk Sertifika için Rus bir laboratuvardan veya yetkilendirilmiş kuruluştan bir uzman üretim tesisine gelerek üretim tesisinin incelemesini gerçekleştirmektedir.

Uygunluk beyannamesi işlemleri, numunelerin laboratuvara teslim edilmesinden sonra yaklaşık 2 hafta sürmektedir.

Uygunluk sertifikası işlemleri ise, saha denetimi yapıldıktan ve numuneler laboratuvara teslim edildikten sonra 2-3 hafta sürmektedir.

²³ https://mayak-cert.ru/en/mainpage_en/017-2_en/

Numunelerin teslimi, malzeme testleri, saha denetimi vb. için gereken yukarıdaki süreler göz önünde bulundurularak, sevkiyat öncesinde sertifikasyon sürecinin başlatılmasında fayda görülmektedir.²⁴

Gümrük Birliği Uygunluk Sertifikası ve Uygunluk Beyanı arasındaki temel farklar aşağıda yer almaktadır:

Uygunluk Beyanı	Uygunluk Sertifikası
2. ve 3. katman giysiler (ciltle sınırlı temas eden ürünler) için gereklidir.	1. katman giysiler (ciltle doğrudan temas eden ürünler) için gereklidir
Başvuran tarafından ibraz edilen belgelere dayanarak sertifikalama kurumu tarafından düzenlenmektedir.	Test sonuçlarına dayanarak sertifikalama kurumu tarafından düzenlenmektedir.
1 yıldan - 5 yıla kadar geçerlidir	5 yıla kadar geçerlidir
Boş bir A4 kağıt üzerinde düzenlenmektedir	Özel desenli korumalı belge üzerinde düzenlenmektedir
Uygunluk beyanında gösterilen bilgiler için sorumluluğu başvuran üstlenmektedir	Uygunluk sertifikasındaki bilgiler için sorumluluğu ise sertifikayı düzenleyen sertifika şirketi üstlenmektedir.

Zorunlu Dijital Takip ve Etiketleme Sistemi (Chestny ZNAK): Rusya’da kayıt dışılığın azaltılması ve tüketici refahı da gözetilerek eşit rekabet koşullarının tesisinin sağlanması amacıyla dijital ekonomiye geçişin bir parçası olarak; tüm ithal ürünlerin, “QR” kodlarıyla etiketlenerek ülkeye girişinden nihai tüketiciye ulaşıncaya kadarki sürecinin izlenebilmesi amacıyla “Birleşik Ürün Etiketleme ve Takip Sistemi” ihdas edilmiştir. Rusya'nın ürün takip sistemi olan Chestny ZNAK, hazır giyim ürünlerinin büyük çoğunluğu için zorunludur.

Etiketleme ve İşaretleme Gereklilikleri: Her ürünün etiketinde (Rusça dilinde), ürünün adı ve tipi, beden bilgisi ve hammadde bileşimi (yüzde olarak), üretici ve ithalatçı firmanın adı, adresi ve menşe ülkesi, bakım talimatları ve üretim tarihi, EAC işareti yer almalıdır.²⁵

Ayrıca, yukarıda ifade edildiği üzere, 2023'ten itibaren Rusya'nın Chestniy ZNAK (Честный ЗНАК) sistemi kapsamında hazır giyim ürünlerinin dijital olarak işaretlenmesi ve izlenmesi zorunlu hâle getirilmiştir. 1 Mart 2025'ten itibaren yeni ürün grupları (şapka, eldiven, kravat, iç çamaşır, mayo, çocuk giyim vb.) bu sisteme dahil edilmiştir. Söz konusu ürünlerin transit ticareti ve geçici ithalatı ise kapsam dışında tutulmaktadır. Raporun 4.9 Etiketleme bölümünde söz konusu sistem hk. detaylı bilgiye yer verilmiştir.

Rusya’da ürün sertifikasyonu konusuna ilişkin güncel bilgilerin Müşavirlik Raporlarının bulunduğu <https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/rusya-federasyonu/raporlarticaret.gov.tr/data/> adresinde yer alan Bilgi Notu’ndan takip edilmesinde fayda bulunmaktadır.

4.4 Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu

Rusya'ya hazır giyim ihracatında, Türkiye'den sevkiyat öncesinde yapılması gereken resmi ve zorunlu bir "fiziki gözetim incelemesi" kuralı bulunmamaktadır. Ancak, ürünlerin gümrükten geçebilmesi için belgelendirme ve dijital kayıt aşamalarında yerine getirilmesi gereken kritik zorunluluklar "fiili bir denetim" niteliği taşımaktadır.

²⁴ <https://wwg.eu.com/news-blog/fashion-industry-eac-certification-in-2019/>

²⁵ https://mayak-cert.ru/en/mainpage_en/017-2_en/

Buna göre, Rusya, ithal edilen hazır giyim ürünlerinin Avrasya Ekonomik Birliği (AEB) standartlarına uygunluğunu aramaktadır. Bu uygunluk, yukarıda detaylı izah edilen EAC Uygunluk Belgeleri (Uygunluk Sertifikası veya Uygunluk Belgesi) ile sağlanmaktadır. Ayrıca, zorunlu dijital takip ve etiketleme denetimi (Chestny ZNAK), hazır giyim ürünlerinin büyük çoğunluğu için zorunludur.

4.5 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.

Öte yandan, Moskova’da düzenlenen aşağıdaki hazır giyim sektörüne ilişkin fuarların ve heyetin detaylıca incelenmesinde fayda görülmektedir.

CPM-Collection Premier Moscow <https://cpm-moscow.com>

Şubat ve Eylül aylarında olmak üzere yılda iki kez 2003 yılından beri düzenlenen bir fuar olup Moskova’da düzenlenen en önemli moda fuarlarından birisidir. 30 farklı ülkeden 700’ün üzerinden katılımcının iştirak ettiği bu etkinlikte, ülkemiz, Rusya’nın ardından en çok sayıda firma ile katılan ülkedir. Firmalarımızın söz konusu fuara milli ve bireysel katılımı, Ticaret Bakanlığımız tarafından belirli kalemlerde ve değişen tutarlarda “5973 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı ile yürürlüğe konulan İhracat Destekleri Hakkında Karar” kapsamında desteklenmektedir. Milli Katılım Organizatörü: İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) (İletişim: <https://www.ihkib.org.tr/faaliyetlerimiz/fuarlar-yurtdisi-ve-yurtici/yurtdisi-fuarlar/collection-premiere-moscow>)

Le Show <https://en.leshow.ru>

Yılda 1 kez (genelde Haziran ayında) olmak üzere 25 yıldır düzenlenen deri-kürk dış giyim fuarıdır. Firmalarımızın söz konusu fuara milli ve bireysel katılımı, Ticaret Bakanlığımız tarafından belirli kalemlerde ve değişen tutarlarda “5973 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı ile yürürlüğe konulan İhracat Destekleri Hakkında Karar” kapsamında desteklenmektedir. Milli Katılım Organizatörü: Türkel Fuarcılık (İletişim: <https://turkel.com.tr/tr/>)

Child and Junior Fashion Show <https://www.cjf-expo.ru/en/>

Şubat ve Ağustos aylarında olmak üzere yılda iki kez düzenlenen bir fuar olup çocuk ve genç modasında önemli bir fuardır. Firmalarımızın söz konusu fuara milli ve bireysel katılımı, Ticaret Bakanlığımız tarafından belirli kalemlerde ve değişen tutarlarda “5973 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı ile yürürlüğe konulan İhracat Destekleri Hakkında Karar” kapsamında desteklenmektedir. Milli Katılım Organizatörü: İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) (İletişim: <https://www.ihkib.org.tr/faaliyetlerimiz/fuarlar-yurtdisi-ve-yurtici/yurtdisi-fuarlar/child-junior-fashion-moscow>)

Wedding Fashion Moscow <https://wedding-fashion.ru/eng>

Her yıl Mart ayında gelinlik, damatlık, abiye giyim alanında düzenlenen bir önemli bir fuardır. Firmalarımızın söz konusu fuara milli ve bireysel katılımı, Ticaret Bakanlığımız tarafından belirli kalemlerde ve değişen tutarlarda “5973 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı ile yürürlüğe konulan İhracat Destekleri Hakkında Karar” kapsamında desteklenmektedir. Milli Katılım Organizatörü: Türkel Fuarcılık (İletişim: <https://turkel.com.tr/tr/>)

Lingerie Show – Forum <https://lingerie-show-forum.ru/en/lingerie-show-forum/>

Söz konusu etkinlik, uluslararası iç giyim, mayo, ev giyim ve çorap etkinliğidir. Fuar, 25 farklı ülkeden yaklaşık 350 firmanın katıldığı iç giyim sektörünün Rusya'daki en büyük fuarıdır. Yılda iki kez Moskova'da gerçekleştirilmektedir. Firmalarımızın söz konusu fuara katılımı, "5973 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile yürürlüğe konulan İhracat Destekleri Hakkında Karar" kapsamında desteklenmektedir.

Inter Fabric <https://tr.intertkan.ru/>

Söz konusu fuar, uluslararası bir tekstil ve hazır giyim fuarıdır. Rusya Tekstil ve Hafif Sanayi Haftası'nın bir parçası olarak yılda iki kez Moskova'da gerçekleştirilmektedir. Firmalarımızın söz konusu fuara bireysel katılımı, Ticaret Bakanlığımız tarafından belirli kalemlerde ve değişen tutarlarda "5973 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile yürürlüğe konulan İhracat Destekleri Hakkında Karar" kapsamında desteklenmektedir. (İletişim: <https://tr.intertkan.ru/kontakty/>)

Russian Fashion Textile (RFT) Expo <https://rftexpo.ru/tr>

Söz konusu fuar, ilk kez 2025 yılında düzenlenmiş bir hazır giyim fuarıdır. Sadovad Pazarında gerçekleştirilen söz konusu fuara, firmalarımızın milli ve bireysel katılımı, Ticaret Bakanlığımız tarafından belirli kalemlerde ve değişen tutarlarda "5973 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile yürürlüğe konulan İhracat Destekleri Hakkında Karar" kapsamında desteklenmektedir. Milli Katılım Organizatörü: Lider Expo (İletişim: <https://www.liderfair.com/iletisim/>)

Bee Together <https://expo.bee-online.ru/together-19>

Söz konusu etkinlik, uluslararası bir hazır giyim etkinliğidir. Rusya Hazır Giyim Sektörünün dış alım (out sourcing) etkinliğinin bir parçası olarak yılda iki kez Moskova'da gerçekleştirilmektedir.

4.6 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri

2024, 2025 ve 2026 yılı içerisinde Bakanlığımız desteğinde Rusya'ya yönelik düzenlenen heyet bilgileri ise şu şekildedir:

2024 YILINDA DÜZENLENEN SEKTÖREL TİCARET HEYETLERİ

Ad	İşbirliği Kuruluşu	Başlangıç Tarihi	Bitiş Tarihi	Katılımcı Firma Sayısı
İç Giyim Sektörel Ticaret Heyeti	İstanbul Ticaret Odası (İTO)	17.02.2024	21.02.2024	18
Konfeksiyon ve Konfeksiyon Yan Sanayi Sektörel Ticaret Heyeti	İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB)	05.06.2024	09.06.2024	22
Konfeksiyon ve Konfeksiyon Yan Sanayi Sektörel Ticaret Heyeti	Güneydoğu Anadolu İhracatçıları Birliği (GAİB)	5.06.2024	8.06.2024	11
Konfeksiyon ve Konfeksiyon Yan Sanayi Sektörel Ticaret Heyeti	İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB)	11.11.2024	15.11.2024	26

2025 YILINDA DÜZENLENEN SEKTÖREL TİCARET HEYETLERİ

Ad	İşbirliği Kuruluşu	Başlangıç Tarihi	Bitiş Tarihi	Katılımcı Firma Sayısı
----	--------------------	------------------	--------------	------------------------

Konfeksiyon ve Konfeksiyon Yan Sanayii Sektörel Ticaret Heyeti	İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB)	26.05.2025	30.05.2025	24
Pyatigorsk Çocuk Giyim Sektörel Ticaret Heyeti	İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB)	18.06.2025	22.06.2025	19

2026 YILINDA DÜZENLENEN SEKTÖREL TİCARET HEYETLERİ

Ad	İşbirliği Kuruluşu	Başlangıç Tarihi	Bitiş Tarihi	Katılımcı Firma Sayısı
Hazır Giyim Sektörel Ticaret Heyeti	İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB)	13.04.2026	16.04.2026	20
Rusya Dağıstan Mahaçkale Çocuk Giyim/İç Giyim Ticaret Heyeti	İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB)	21.04.2026	25.04.2026	40
Pytigersk Çocuk-Bebek ve İç Giyim STH	İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB)	20.05.2026	24.05.2026	35

4.7 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Yurt dışından ürün tedariki sağlanabilmesini teminen Rusya genelinde düzenlenen kamu ihalelerini; <https://zakupki.gov.ru/epz/main/public/home.html> uzantılı internet sitesinden takip etmek mümkün bulunmaktadır. 44 Sayılı Federal Kanununun 1. Maddesinin 4. Bendi uyarınca Rusya Maliye Bakanlığı tarafından açıklanan listede yer alan offshore ülkeler (Belize, Cebelitarık, Panama) hariç olmak üzere yabancı şirketler, yerel tedarikçi ve ana üstlenici eşit koşullarda ihaleye katılabilmektedir.

Rusya'daki kamu ihalelerine ilişkin genel bilgilere ise, Müşavirlik Raporlarının bulunduğu <https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/rusyafederasyonu/raporlar/musavirlik-raporlari> adresinde yer alan bilgi notlarından ulaşılabilmektedir.

4.8 Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi

Rusya, 2011 yılında BDT ülkeleri Serbest Ticaret Alanı Anlaşması'nı imzalamıştır (Ermenistan, Belarus, Kazakistan, Kırgızistan, Moldova Cumhuriyeti ve Tacikistan). Özbekistan 2013 yılında Anlaşma üzerine ayrı bir protokol imzalamıştır. Ukrayna 2016 yılında anlaşmadan çıkmıştır.²⁶

Ayrıca, Rusya'nın Avrasya Ekonomik Birliği (Belarus, Ermenistan, Kazakistan, Kırgızistan, Rusya) çerçevesinde imzaladığı Serbest Ticaret Anlaşması bulunmaktadır. Avrasya Birliği'nin Serbest Ticaret Anlaşması BDT Ticaret Alanı Anlaşması'na göre farklıdır. Avrasya Birliği'nin Serbest Ticaret Anlaşması çerçevesinde ürün sertifikasyonunda aynı şartlar, tek tip gümrük mevzuatı ve üçüncü ülkelere aynı gümrük vergiler ve diğer ticaret düzenlemeler uygulanmaktadır.

Bununla birlikte Rusya'nın Vietnam, Sırbistan ve İran ile de Serbest Ticaret Anlaşmaları bulunmaktadır. Diğer taraftan ise İsrail, Singapur, Mısır, Hindistan, Türkiye ve Kore ile müzakereler yürütülmüş ancak somut bir anlaşma henüz sağlanmamıştır.²⁷

²⁶ <https://www.rbc.ru/politics/16/12/2015/567178fe9a7947944e73b0a4>

²⁷ https://economy.gov.ru/material/departments/d11/soglasheniya_o_svobodnoy_torgovle/

4.9 Sektörde Etiketleme

Her ürünün etiketinde (Rusça dilinde) ürün adı ve tipi, beden bilgisi ve hammadde bileşimi (yüzde olarak), üretici ve ithalatçı firmanın adı, adresi ve menşe ülkesi, bakım talimatları ve üretim tarihi ve ürünün Avrasya Ekonomik Birliği (AEB) standartlarına uygun olduğunu gösteren EAC işareti yer almalıdır.

Ayrıca, Raporun 4.3 bölümünde ifade edildiği üzere, Rusya'da kayıt dışılığın azaltılması ve dijital ekonomiye geçişin bir parçası olarak; ithal ürünlerin, "QR" kodlarıyla etiketlenerek ülkeye girişinden nihai tüketiciye ulaşıncaya kadar sürecinin izlenebilmesi amacıyla "Birleşik Ürün Etiketleme ve Takip Sistemi" ihdas edilmiştir.

2023'ten itibaren Rusya'nın Chestniy ZNAK (Честный Знак) sistemi kapsamında hazır giyim ürünlerinin dijital olarak işaretlenmesi ve izlenmesi zorunlu hâle getirilmiştir. 1 Mart 2025'ten itibaren yeni ürün grupları (şapka, eldiven, kravat, iç çamaşır, mayo, çocuk giyim vb.) bu sisteme dahil edilmiştir. Söz konusu ürünlerin transit ticareti ve geçici ithalatı ise kapsam dışında tutulmaktadır. Raporun 4.9 Etiketleme bölümünde söz konusu sistem hk. detaylı bilgiye yer verilmiştir.

Söz konusu sistemin koordinatör kurumu, "Sanayi ve Ticaret Bakanlığı"; sistemin oluşturulması, uygulanması ve işletilmesinden sorumlu kurum (kodların üretimi ve dağıtımı), "Geliştirme ve Teknoloji Perspektifleri Merkezi Başkanlığı" (CRPT); sistemin işleyişinin kontrolünden sorumlu kurum, "Dijital Gelişim, Haberleşme ve Kitleli İletişim Bakanlığı"; düzenleyici kurum ise "Maliye Bakanlığı" olarak belirlenmiştir.

Söz konusu etikette, 14 Haneli ürün kodu, 13 haneli ürün için özelleştirilmiş seri numarası, tüketim ve üretim tarihleri ile dört haneli teyit kodu bulunmaktadır. Hazırlanan etiket tüketiciler tarafından akıllı telefonlarda uygulamalar aracılığıyla okutturularak ürünün bilgilerine (üreticinin adı, üretim yeri, üretim veya satış tarihi ile saati, son kullanma tarihi, ürün numarası, parti numarası gibi) erişilebilmektedir. Bu yolla ürünün arz zincirine ilişkin şeffaflık sağlanarak sahteciliğin önlenmesi amaçlanmıştır.

Sisteme işletmeler tarafından kaydolunması için Dijital Gelişim, Haberleşme ve Kitleli İletişim Bakanlığı tarafından akredite edilen merkezlerden temin edilen e-imzalar ile ilgili yazılımın indirilmesi ve <https://markirovka.crpt.ru/register> bağlantı adresinden kayıt işleminin gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Zorunlu etiketleme uygulamasına tabi ürünlerin etiketlenmeden satışa sunulması durumunda ürün cinsi ve ihlali gerçekleştirenin gerçek ya da tüzel kişi olmasına bağlı olarak para cezası, müsadere, hapis cezası gibi müeyyideler uygulanmaktadır.

Ürünlerin zorunlu tanımlamasını içeren etiketleme işleminin, eşyanın gümrüklenmesi öncesinde tercihen üretim tesislerinde veya Rusya'da, gümrükleme işleminden önce depolarda tamamlanması gerekmektedir. Etiketlemede sorumluluk ithalatçıya ait olup, etiket veya barkod bilgilerinin üreticilere ithalatçılar tarafından ulaştırılması gerekmektedir.

Özetle, hazır giyim sevkiyatının Rusya gümrüğüne varmadan önce, her bir ürünün Chestniy ZNAK sistemi üzerinden dijital olarak tanımlanmış olması gerekmektedir. Gümrük memurları, sevki edilen malların üzerindeki QR kodları ile sistemdeki verilerin eşleşip eşleşmediğini kontrol etmektedir. Kodlama hataları veya eksikliği, malın pazara girişine neden olabilmektedir.

Zorunlu Etiketleme Uygulamasına Tabi Ürün Grupları

Kürk manto (GTIP 4303109010; 4303109020; 4303109030; 4303109040; 4303109050; 4303109060; 4303109080)

- 12 Ağustos 2016 tarihinde kürk manto ürününde pilot uygulamaya başlanılmış olup üretici ve ithalatçıların bu tarihe kadar sisteme dahil olması zorunlu tutulmuş, bu tarihten sonra etiketsiz ürünlerin dolaşımı yasaklanmıştır.
- 1 Haziran 2019 tarihinden itibaren anılan ürün grubu etiketleme sistemine dahil olmuştur.
- 1 Eylül 2022 tarihine kadar üreticiler, ithalatçılar, toptan ve perakende satıcıların etiketleme ile ilgili bilgileri sunmak için kullandıkları sistemde 6 Nisan 2022 tarih ve 600 sayılı Hükümet Kararnamesi ile getirilen değişikliğe uyum sağlamaları gerekmektedir.

Tekstil ve hazır giyim (hafif sanayi) ürünleri:

- 1 Ocak 2021 tarihinde hafif sanayi ürünlerinin etiketlenmesi zorunlu hale gelmiştir.
 - 1 Şubat 2021 tarihinde 1 Ocak 2021 tarihinden önce satılmayan ve stokta bulunan ürünlerin etiketlenmesi zorunlu hale gelmiştir.
 - 1 Ocak 2022 tarihinden itibaren üreticilerin, ithalatçıların, toptan ve perakende satıcıların etiketli ürünlerin nakliye ve kabulü süreçlerine ilişkin elektronik doküman yönetimini kullanması zorunlu hale gelmiştir.
 - 1 Nisan 2024 tarihinden itibaren zorunlu etiketlemeye tabi ürünlerin listesi genişletilmiştir.
 - 15 Eylül 2024 tarihinden itibaren, etiketlenmemiş ürün bakiyelerinin depoda bulundurulması mümkün olmakla birlikte satışı yasaklanmıştır.
 - 1 Kasım 2024 tarihinden itibaren kasalarda çevrimiçi doğrulama süreci başlamıştır.
 - 1 Mart 2025 tarihinden itibaren, aşağıda detaylı listesi bulunan bazı hafif sanayi ürünlerinin etiketlenmesi zorunlu hale gelmiştir.
 - 1 Mart 2025 tarihinden itibaren çevrimdışı doğrulama zorunlu hale gelmiştir.
 - 1 Temmuz 2025 tarihinden itibaren etiketlenmemiş ithal ürünlerin serbest dolaşıma sokulması yasaklanmıştır.
 - 1 Ocak 2026 tarihinden itibaren, etiketlenmemiş halde kalan malların satışı yasaklanmıştır.
- Aşağıdaki hafif sanayi ürünleri için 1 Ocak 2021 tarihinden itibaren zorunlu etiketleme uygulaması başlamıştır.

GTIP	OKPD Kod 2
420310000	14.11.10
6106	14.14.13
6201	14.13.21
6202	14.13.31
6302	13.92.12
	13.92.13
	13.92.14

Aşağıdaki hafif sanayi ürünleri için ise 1 Nisan 2024 tarihinden itibaren zorunlu etiketleme uygulaması başlamıştır.

GTIP	OKPD Kod 2
6105	14.14.11
4304000000	13.91.19
6210	14.19.32
611300	
6101	14.13.11
6102	14.13.13
6205	14.14.21
6206	14.14.23

6211	14.12.30.110 14.12.30.120 14.12.30.130 14.12.30.140 14.19.22.110 14.19.22.120 14.19.22.190
6103	14.13.12
6104	14.13.14
6203	14.13.22 14.13.23 14.13.24 14.12.11 14.12.12
6204	14.12.21 14.12.22 14.13.32 14.13.33 14.13.34 14.13.35
6110	14.39.10
6112110000 6112120000 6112190000 6112200000	14.19.12.110 14.19.12.120
6214	14.19.23.120
6215	14.19.23.130

Aşağıdaki hafif sanayi ürünleri için 1 Mart 2025 tarihinden itibaren zorunlu etiketleme uygulaması başlamıştır.

GTIP	OKPD Kod 2
6107	14.14.12
6207	14.14.22
6108	14.14.14
6208	14.14.24
6109	14.14.30
6111	14.19.11
6209	14.19.21
611231	14.19.12.130
611239	14.19.22.130
611241	
611249	
6211110000	
6211120000	
6115	14.31.10
4203210000	14.19.13
420329	14.19.23.140
6116	14.19.31.110
6216000000	14.19.31.120
	32.30.15 (eldivenlerle ilgili olanlar)
6114	14.19.12.190
6117100000	14.19.19.111
6117801009	14.19.19.119
6117808009	14.19.23.190
6217100000	
6213	14.19.19.112
6117808001	
6212	14.14.25
6406909000	15.20.40.130
6504000000	14.19.42
650500	14.19.43
650699	(14.19.43.160
	14.19.43.170
	14.19.43.180 hariç)

Rusya'da ürün güvenliği ve standartlara ilişkin detaylı ve güncel bilgilere Müşavirlik Raporlarının bulunduğu <https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/rusyafederasyonu/raporlarticaret.gov.tr/data/> adresinden ulaşılabilmektedir.

4.10 Sektörde Ambalajlama

Hazır giyim ürünlerinde ambalaj bilgilerinin Rusça yazılması zorunludur. Çevre mevzuatı kapsamında ambalaj atıklarının geri dönüştürülmesine ilişkin düzenlemeler son dönemde artmaktadır.

EAEU TR CU 005/2011 (Ambalajın Güvenliği) kapsamında ambalaj malzemeleri için uygunluk sertifikası gerekebilir. Özel satışlarda (bireysel paket) ürün etiketinin ambalaj üzerinde ya da ambalajla birlikte verilmesi yeterli olabilmekte; ancak her dış ambalaj biriminde de gerekli bilgiler yer almalıdır.

Rus alıcılar genellikle ürünlerin perakende satışa hazır şekilde etiketlenerek ve paketlenerek gönderilmesini talep etmektedir.

4.11 Lojistik (nakliye süresi, en fazla tercih edilen taşıma modları, güzergahlar v.b.)

Ülkemizden Rusya'ya gerçekleştirilen ihracat taşımalarında kara, deniz ve havayolu kullanılıyor olmakla birlikte en yaygın taşıma modu karayoludur. İki ülke arasında alışılmış karayolu güzergâhı olan Ukrayna üzeri taşımaların, 2022 yılında ortaya çıkan jeopolitik gelişmeler nedeniyle yapılamaz hale gelmesi nedeniyle alternatif olarak Rusya-Gürcistan ve Rusya-Azerbaycan hattı kullanılmaya başlanmıştır. Kara yolu taşımacılığında en yoğun kullanılan sınır kapısı Verhniy Lars Sınır Kapısı'dır. Yüksek rakımda ve coğrafi olarak zorlu bir konumda bulunan bu kapı, Rusya-Gürcistan arasında, Vladikavkaz-Tiflis güzergâhında yer almaktadır. Altyapı yetersizlikleri, kar yağışı, çığ ve sel gibi doğal afetler nedeniyle yılda ortalama 35-40 gün kapalı kalmaktadır. Ancak alternatif güzergâhların sınırlı olması veya jeopolitik nedenlerle kullanılamaması sebebiyle en fazla yük taşımacılığı bu kapı üzerinden yapılmaktadır. Verhniy Lars'tan sonra en yoğun kullanılan diğer kara sınır kapıları Yarag-Kazmalyar ve TagirkentKazmalyar sınır kapılarıdır. Bunların yanı sıra, Novo-Filya ve Garah sınır kapıları da kısıtlı kapasiteyle hizmet vermektedir. Karayolu konteyner taşıma fiyatları 5.000 ABD Dolarından başlamakta olup, 1 kg başına taşıma ücretinin hazır giyim ürünleri için 10-11 Dolar arasında olduğu lojistik firmalarından öğrenilmiştir. TIR'ların Moskova gümrük bölgesine ulaşması 10-15 gün sürmektedir.

Deniz yolu taşımacılığında Rusya'nın Karadeniz'deki en önemli limanları Novorossisk, Port Kavkaz, Temruk ve Tuapse'dir. Ancak 2023 yılı Mayıs ayı itibarıyla Azak Denizi'nin yabancı bandıralı gemilere kapalı olması nedeniyle deniz taşımacılığında Novorossisk ve Tuapse limanları yoğun olarak kullanılmaktadır. Dönemsel olarak değişiklik göstermekle birlikte, liman işlemleri ve diğer masraflar hariç küçük konteyner taşıma ücreti 250 Dolardan, büyük konteyner taşıma ücretleri ise 350 Dolardan başlamaktadır. Taşıma süresi genellikle 2-3 gündür. Ro-Ro gemileri ile yapılan taşımalarda İstanbul'dan Novorossisk'e taşıma süresi 2 gün, Samsun'dan Novorossisk'e ise 1 gün olup navlun ücreti yaklaşık 2.500 Dolardır. Rusya'da toplam 62 liman bulunmaktadır. Kuzey bölgesindeki önemli limanlar arasında genel kargo için Arkhangelsk, konteyner ve petrol taşımacılığı için Murmansk, çok yönlü kullanım için St. Petersburg ve Ust-Luga limanları öne çıkmaktadır. Karadeniz'de Novorossisk ve Tuapse limanları petrol ve genel kargo taşımacılığında, Uzak Doğu'da ise Vladivostok ve Nakhodka limanları faaliyet göstermektedir.

Havayolu taşımacılığı genellikle acil ve değerli kargolar için tercih edilmekte olup, diğer taşıma yöntemlerine kıyasla daha hızlı olmakla birlikte maliyetleri yüksektir. 1 kg başına taşıma ücretinin hazır giyim ürünleri için 14-15 Dolar; deri konfeksiyon ürünleri için ise 25-30 Dolar arasında olduğu lojistik firmalarından öğrenilmiştir. Türkiye-Rusya arasındaki yük taşımacılığında kara, deniz ve hava yolu seçenekleri mevcut olup, maliyet, süre ve kapasite açısından değerlendirildiğinde kara yolu özellikle Verhniy Lars üzerinden yapılan taşımalarda coğrafi

zorluklara rağmen yaygın olarak kullanılmaktadır. Deniz yolu daha ekonomik olmakla birlikte liman kapasiteleri ve güncel kısıtlamalardan etkilenmektedir. Havayolu ise hız avantajı sunsa da yüksek maliyetleri nedeniyle sınırlı kullanıma sahiptir.²⁸

4.12 Dağıtım Kanalları

Rusya, içerisinde 11 zaman dilimini kapsayan dünyanın en büyük ülkesidir. Bu nedenle, yabancı firmalar Rusya pazarına bölgesel olarak yaklaşmakta, önce Moskova’da faaliyete başlamakta ve diğer bölgelere yeni distribütörler (toptancı veya perakendeci) aracılığıyla erişim sağlamaktadır.

Rusya hazır giyim pazarında başlıca pazara giriş yöntemlerine aşağıda yer verilmiştir.

1. İhracatçı >Toptancı> Müşteri

Rusya’da hazır giyim pazarlamak için en uygun kanallardan birisi de direkt olarak toptancılar vasıtası ile perakendeciye erişimdir. Bu sistemin avantajı, müşteriye doğrudan erişim ve uzun vadede marka algı ve bilinirliğini oluşturmaktır. Dezavantajı ise toptancı ile pazar bilgisinden mahrum kalmak ve pazar faaliyetlerinde toptancıya bağımlı kalmak olarak gösterilebilir.

2. İhracatçı >Toptancı > Perakendeci > Müşteri

Rusya’da hazır giyim ürün gruplarında faaliyet göstermek için en doğru satış kanal yapısı toptancı-perakendeci ağları ile çalışmaktır. Bu sistemin avantajı, müşteriye sürekli ve yaygın erişim ve uzun vadede marka algı ve bilinirliğini oluşturmaktır. Dezavantajları ise yüksek operasyonel giderler ve düşük kar marjlarıdır.

3. İhracatçı > Perakendeci > Müşteri

Rusya’da faaliyet gösteren bir doğrudan dağıtım merkezi ile anahtar müşteriler olan marka yöneten şirketler ile perakendecilere erişmek mümkündür. Sistemin dezavantajı, yüksek operasyonel giderlerdir. Bununla birlikte perakendeci e-pazaryerleri ile de çalışılabilir. Yüksek stok giderleri ve iade yönetimi sistemin riskli bölümünü oluştururken, müşterilere hızlı erişim ve pazara nüfuz etmek imkânı da en büyük avantajıdır.

4. İhracatçı > Temsilcilik Ofisi > Perakendeci > Müşteri

Bir diğer yöntem ise, ihracatçının Rusya’da bir temsilcilik ofisi ile stok bulundurma ve dağıtım yükümlülüklerine girmeksizin büyük perakendecilere ile diğer kanal oyuncularına satış / pazarlama yapmasıdır. Göreceli olarak avantajlı bir seçenek gibi gözükmemektedir. Avantajları müşteriye yakınlık, hızlı iletişim ve pazardaki rekabet hakkında ilk elden bilgi edinme imkânıdır. Dezavantajları ise yüksek personel gideridir.

4.13 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

4.13.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Rusya’da çevrimiçi alışverişin büyük kısmı yurtiçi alışveriş sitelerinden gerçekleştirilmekte olup, 2025 yılı itibariyle çevrimiçi perakende pazarının toplam hacmi bir önceki yıla oranla %28,3 oranında artarak 11,5 milyar Rubleye ulaşmıştır. Söz konusu tutarın, %96’sı (11,1 milyar Ruble) yurtiçi çevrim içi perakende sektörü tarafından elde edilmiş olup, kalan %4’lük kısmı ise sınır ötesi (cross-border) e-ticaret perakende firmaları tarafından sağlanmıştır.²⁹

²⁸ <https://spb.plus.rbc.ru/news/6491bab77a8aa9f72fc645f3>

²⁹ <https://akit.ru/>

2025 yılında, Rusya'daki en büyük e-ticaret piyasası sırasıyla Moskova ve Moskova Çevresi (%24.4), St. Petersburg %6,2 ve Krasnodar Bölgesidir (%4,8). En fazla parasal büyüklüğe sahip ürün grubu ise sırasıyla, %19,4 gıda ürünleri, %15,4 mobilya ve %13,6 ile hazır giyim ürünleridir.³⁰

En büyük alışveriş siteleri arasında Wildberries (<https://www.wildberries.ru/>), Ozon (<https://www.ozon.ru/>), Yandex Market (<https://market.yandex.ru/>), MegaMarket (<https://megamarket.ru/>), SberMarket (<https://kuper.ru/>), LaModa (<https://lamoda.ru/>) ve Avito (<https://www.avito.ru/>) yer almaktadır.

Wildberries: 2024 yılında Wildberries pazaryerinde 2,1 milyar adet siparişte bulunmuş ve 3,7 trilyon Ruble (yaklaşık 40 milyar Dolar) tutarında ürün satışı gerçekleştirilmiştir. Yaklaşık 54 milyon kullanıcısı bulunmaktadır³⁵

Satıcı tarafından bir ürünün Wildberries'de sergilenebilmesi için zorunlu sertifikasının, uygunluk belgesinin ya da bunlara ihtiyaç bulunmadığına ilişkin belgenin ibrazı zorunludur. Firmanın kendisine ait markanın ürünlerinin satışı için Rospatent'ten ticari marka kaydı alınması gerekmektedir. Bir başka markanın aracılığı yapılıyor ise kalite belgesi ile bu markanın kullanımına izin verildiğine dair belge ibraz edilmesi gerekmektedir. İthal ürünler için gümrük beyannamesi talep edilebilmektedir.

Ozon: 2024 yılında Ozon pazaryerinde 1,5 milyar adet siparişte bulunmuş ve 2,8 trilyon Ruble (30,3 milyar Dolar) tutarında ürün satışı gerçekleştirilmiştir³⁶. Yaklaşık 57 milyon kullanıcısı bulunmaktadır. Pazaryerinin 2022 yılı cirosu 1,7 trilyon Ruble'dir. Ozon'un açıkladığı verilere göre müşterileri yılda ortalama 26 sipariş vermektedir.

Ozon'a ülke dışından satıcı olarak kayıt olunabilmektedir. Rus firmaların kayıt olabilmesi için firmaların OOO statüsüne haiz olması veya bireysel girişimci statüsünde olması gerekmektedir. Ozon'da tüm satıcı kayıt işlemleri, satıcılara özel bir internet sayfası (<https://seller.ozon.ru/>) üzerinden yapılmaktadır. Söz konusu web sayfasında bir satıcı kimliği oluşturulması, gerekli belgelerin yüklenmesi ve ödemenin kabul edileceği para cinsi, hesap numaraları bilgilerinin girilmesi gerekmektedir.

Rusya'ya Türkiye'den e-ihracat gerçekleştirecek firmalar için Ozon İş Ortakları olarak tanımlanan lojistik firmaları aracılığıyla teslimat imkânı bulunmaktadır. İlaveten, Ozon üzerinden satış yapmak isteyen Türk girişimciler için detaylı bilgilere <https://seller.ozon.ru/tr/university/howtostart/> adresinden ulaşılabilir.

Yandex Market: 2023 yılında Yandex pazaryerinde 1,5 milyar adet siparişte bulunmuş ve 956,3 milyar Ruble (yaklaşık 10,3 milyar Dolar) tutarında ürün satışı gerçekleştirilmiştir. Yaklaşık 18,2 milyon kullanıcısı bulunmaktadır. Pazaryerinin 2024 yılı cirosu 322,3 milyar Ruble'dir (yaklaşık 3,5 milyar Dolar)

Rusya'da mukim serbest meslek, bireysel girişimci ya da şirket statüsüne haiz kişiler Yandex Market'te satıcı olarak kayıt olabilmektedir. Bir tüzel kişiliğin ya da gerçek kişinin Yandex Market pazaryerine sahip olması için bir Yandex uzantılı e-posta adresine sahip olması, bu elektronik posta üzerinden bir Yandex kimliği oluşturması gerekmektedir. Ardından <https://partner.market.yandex.ru/> sitesinden kayıt işlemleri gerçekleştirilmektedir. Yandex'e Rusya dışından da satıcı olarak kayıt olunabilmektedir.

³⁰ <https://akit.ru/>

Rusya'daki e-Pazar yerleri, komisyonlar, teslimat ve ödemeler hususlarında detaylı bilgi Müşavirlik raporlarının bulunduğu <https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/rusyafederasyonu/raporlarticaret.gov.tr/data/> adresinden ulaşılabilmektedir.

4.13.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.

Rusya'da 2026 yılındaki resmi tatil ve bayram tarihleri aşağıda sunulmaktadır. Söz konusu tarihlerde devlet kurumları ve bankalar kapalı olup, öncesindeki gün de eksik zamanlı çalışmaktadır. Firmalarımızın kamu idareleri ile bankacılık işlemlerinde aşağıdaki tarihleri dikkate alarak iş planı yapmaları uygun olacaktır.

31 Aralık 2026 – 10 Ocak 2027 (Yeni Yıl Tatili ve Noel)

21-23 Şubat 2027 (Vatan Savunucuları Günü)

6-8 Mart 2027 (Dünya Kadınlar Günü)

1-3 Mayıs 2027 (İşçi Bayramı)

8-10 Mayıs 2027 (Zafer Günü)

12-14 Haziran 2027 (Rusya Günü)

4-7 Kasım 2027 (Ulusal Birlik Günü)

31 Aralık 2027 (Yeni Yıl Tatili)

4.13.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Dünyanın en yaygın sosyal medya platformları arasında bulunan Facebook, X ve Instagram Rusya'da yasaklanmış olup, Tiktok ve Youtube'a da erişim sağlanamamaktadır. Rusya'da yaygın olan sosyal medya platformları büyük çoğunlukla yerlidir. WhatsApp uygulaması Rusya'da çalışıyor olmakla birlikte, yerli ikamesi Telegram daha yaygın olarak kullanılmaktadır. Rusya'da kullanıcı sayısına göre en büyük sosyal medya platformları VKontakte, Odnoklassniki, Dzen ve Telegramdır.

VKontakte: Rusya'daki en yaygın sosyal medya platformu olup, aylık aktif kullanıcı sayısı 100 milyonun üzerindedir. Facebook uygulamasının Rusya'daki ikamesi olarak kabul edilebilir. Söz konusu sosyal medya platformu kullanıcılarının büyük çoğunluğu 35-44 yaş grubundadır. Reklam verme hakkında detaylı bilgiye <https://ads.vk.com/en> adresinden ulaşılabilmektedir.

Odnoklassniki: Aylık ortalama kullanıcı sayısı 43 milyondur. Kullanıcılarının büyük çoğunluğu 30-44 yaş arasındadır. Reklam verme hakkında detaylı bilgilere <https://ok.ru/page/odnoklassniki-advertising-cabinet> adresinden ulaşılabilmektedir.

Dzen: Günlük kullanıcı sayısı ortalama 30 milyondur. Blog ve haber takip hizmeti sunmakta olup, ayrıca arama motoru olarak kullanılmaktadır. Reklam hizmetlerine ilişkin bilgilere <https://dzen.ru/about/brands> adresinden ulaşılabilmektedir.

Telegram: 2013 yılında St. Petersburg'da kurulan Telegram, dünya genelinde en çok kullanılan mesajlaşma uygulamaları arasında yer almaktadır. Aylık kullanıcı sayısının bir milyarı üzerinde olduğu tahmin edilmektedir.

4.13.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Avrasya Gümrük Birliği'nin 20 Aralık 2017 tarihli ve 107 sayılı Kararnamesi ile yurtdışı e-ticarette uygulanacak vergiler yeniden düzenlenmiştir. Bu çerçevede, yurtdışındaki çevrimiçi platformlardan yapılan alışverişlerde, sipariş verilen ürünün değerinin 200 avroyu veya ağırlığının 31 kilogramı aşması durumunda sipariş bedelinin %15'i oranında gümrük vergisi uygulanmaktadır.

Öte yandan, Avrasya Gümrük Birliği kuralları çerçevesinde, yurtdışı çevrimiçi platformlardan satın alınan ürünler, gümrük işlemleri öncesinde süresiz olarak antrepolarda ve özel ekonomik bölgelerde depolanabilmektedir. Gümrük işlemleri gerçekleştirilmemiş ve özel ekonomik bölgelerde bekleyen söz konusu ürünler lisans ve kota uygulamalarından muafır.³¹

4.13.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Elektronik ticaretin düzenlenmesine ilişkin ülkemizdeki kanuna benzer bir düzenleme Rusya'da bulunmamakla birlikte, uzaktan alışverişte güven ve şeffaflığın tesisi tüketici haklarının korunması³² ve veri koruma ve gizlilik kanunları³³ ile dolaylı olarak düzenlenmiştir.

4.13.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri (Hızlı kargo ve sipariş karşılama hizmetleri (fulfillment) sunan firmalar v.b.)

Rusya'da çevrimiçi alışverişin büyük kısmının yurtiçi alışveriş sitelerinden gerçekleştirilmekte olduğu ve en büyük e-ticaret pazar yerleri olan Wildberries, Ozon ve Yandex Market hakkında detaylı bilgilere 4.14.1 numaralı başlıkta yer verilmiştir. Söz konusu Pazar yerlerinin lojistik hizmetleri büyük oranda benzerlik göstermektedir.

Wildberries, FBW ve FBS olmak üzere iki teslim modeliyle çalışmaktadır. Fulfillment by ildberries teslim modelinde, satıcı ürününü tamamen Wildberries'in depolarında saklamak üzere teslim eder ve sipariş alma, ürünü saklama, sipariş için hazırlama, iade kabul etme ve yeniden paketleme hizmetlerini satın alır. Fulfillment by Seller (FBS) modelinde ise, Wildberries teslim noktalarına ürünü paketlenmiş ve teslimata hazır şekilde iletmek yükümlülüğü satıcıya aittir. Wildberries tarafından ödemeler satıcının önceden kayıt altına aldığı, Rusya, Belarus, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan veya Ermenistan'da bulunan banka hesabına aktarılır. Haftalık olarak yapılabilen bu ödeme işlemleri için satıcının hesabından Wildberries'e talep gönderilmesi gerekmektedir. (Rusya yerleşik olmayanların banka hesabı açabilmelerine ilişkin bilgilere Müşavirlik raporlarının bulunduğu <https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/rusyafederasyonu/raporlarticaret.gov.tr/data/> adresinden ulaşılabilir.)

Benzer şekilde Ozon ile de FBO ve FBS olmak üzere iki teslim modeliyle çalışmak mümkündür. Fulfillment By Ozon (FBO) modelinde, satıcı ürününü Ozon'un depolarında saklamak üzere standartlara uygun olarak paketlenerek teslim eder. Ürünün saklanması, ödemenin alınması ürünün tüketiciye tesliminde paketlenmesi ve ulaştırılması Ozon pazaryerinin sorumluluğundadır. Diğer teslimat yöntemi olan Fullfilment By Seller (FBS) modelinde ise ürün paketlenmesi ve saklanması doğrudan satıcının sorumluluğunda iken Ozon tarafından sunulan "Ozon Rockets" kurye sistemi ile ürün müşterilere ulaştırılmaktadır. Bu model dışında firma tarafından doğrudan Ozon Teslimat noktalarına ya da doğrudan sipariş sahibine teslimat hizmetini gerçekleştirdiği realFBS modeli bulunmaktadır. Burada Ozon sadece pazaryeri işlevi görmekte doğrudan sürece dahil

³¹ https://www.alta.ru/ts_news/113167/

³² https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

³³ https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/

olmamaktadır. Rusya'ya Türkiye'den e-ihracat gerçekleştirecek olan firmalar için Ozon İş Ortakları olarak tanımlanan lojistik firmaları aracılığıyla teslimat imkanı bulunmaktadır. Türkiye'de mukim satıcıların bu sistemden yararlanabilmelerini için teslimat yöntemlerinde bu hususun belirtilmesi gerekmektedir. Ürünün paketlenmesi ve etiketlenmesi tamamen bu modelde satıcıya ait olup ayrıca kendi deposundan/işyerinden Ozon İş Ortağına teslim etme yükümü de bulunmaktadır. Türkiye'de olan satıcılar için mal satışının özellikleri ve ödenen KDV'nin iadesi ile ilgili bilgiler Ozon tarafından hazırlanan <https://docs.ozon.ru/global/tr/fulfillment/rfbs/logistic-settings/selling-from-turkey/?country=TR> internet adresinden görülebilmektedir.

Yandex Market'te ise Fullfilment By Yandex (FBY), Fulfillment By Seller (FBS), Ekspres ve Delivery By Seller (DBS) olmak üzere dört ayrı teslimat modeli bulunmaktadır. FBY teslimat modeli pazaryerinde satışa sunulan ürünün tüketiciye ulaşmasına ilişkin tüm işlemlerin Yandex Market pazaryeri tarafından üstlenildiği bir sistemdir. Burada satıcı, ürünü pazaryerini deposuna zamanında teslim etmekle yükümlüdür. FBS sisteminde, satılan ürün satıcı tarafından paketlenerek Yandex Market pazaryerine ait depo ya da teslim noktasına ulaştırılır. Ekspres modelinde 1-2 saat içinde teslimat gerçekleştirilebilen hızlı siparişler söz konusu olup, Yandex Market pazaryeri kuryesi tarafından ürün satıcının deposundan teslim alınmakta ve müşteriye iletmektedir. DBS modeli ise doğrudan satıcının ürünü kendisinin paketleyerek müşteriye doğrudan teslimatını yaptığı bir modeldir.

4.14 Tanıtım ve Pazarlama

Tanıtım faaliyetlerinin yerel şartlar göz önünde tutularak Rusça gerçekleştirilmesi, hazırlanacak reklam stratejilerinde özellikle yerel sosyal medya ve arama motorlarının kullanılması önem arz etmektedir. Rusya'da VKontakte, Odnoklassniki ve Telegram sosyal medya uygulamaları yaygın olarak kullanılmakta olup; "influencer" üzerinden tanıtım yapmak tercih edilen bir yöntemdir. Diğer taraftan, Youtube, Instagram ve Facebook Rusya genelinde yasaklanmış durumundadır. Bununla birlikte, pazaryerleri tarafından sunulan ve listeleme sıralamasını da doğrudan etkileyen tanıtım ve reklam paketlerinin faydalı olabileceği değerlendirilmektedir.

Rusya'da reklam ve iş tanıtımı açısından 2024 yılında en çok kullanılan çevrimiçi platform Telegram, ikinci sırada Yandex, üçüncü sırada ise VKontakte olmuştur.³⁴

4.15 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Sektörde, jeopolitik gelişmelerin beraberinde getirdiği belirsizlik ve ekonomik durgunluk, Rus tüketicilerin davranışlarını değiştirmiştir. Ülkedeki enflasyon (2025 yıl sonu itibarıyla %5,6) ve KDV oranı artışı (1 Ocak 2026 itibarıyla %22) birçok Rus hazır giyim tüketicisinin davranışını etkilemiştir. Tüketiciler artık temel ihtiyaçlara (yiyecek, kira ve diğer ev giderleri) daha fazla para harcamakta ve giyim ürünlerine ise daha az bütçe ayırdığı sektör temsilcileri tarafından dile getirilmektedir.

Tüketiciler artık daha çok fiyat odaklı, özel markalara (private label) ilgi duymakta olup, pahalı ürünleri satın almaya daha az eğilim göstermektedir. Bu nedenle, hazır giyim perakendecileri, tüketicilere uygun bir fiyat önerisi ve güncel moda trendlerini yakalayan anlayış ile hizmet sağlamak durumundadır.

³⁴ <https://mediascope.net/>

4.16 Sektörde Vergiler (gümrük vergisi, katma değer vergisi, özel tüketim vergisi, ilave gümrük vergisi, anti dumping vergisi v.b.)

Rusya tarafından ithal mallara Gümrük Vergisi, Katma Değer Vergisi ve bazı ürünlere de Özel Tüketim Vergisi olmak üzere üç çeşit vergi tahakkuk ettirilmektedir. Hazır giyim ürünleri satışında KDV oranı çocuk ürünlerinde %10, yetişkin ürünlerin % 22 olarak uygulanmaktadır.

Söz konusu sektörde ülkemizden Rusya'ya en çok ihraç edilen ürünler ve bu ürünlere Rusya tarafından uygulanan vergi oranlarına ilişkin tablo aşağıda sunulmaktadır.³⁵

GTİP	Ürün Tanımı	Gümrük Vergisi Miktar ve/veya Oranları
620342	Erkek/erkek çocuk için pantolonlar, kısa pantolonlar, tulumlar ve şortlar; pamuktan (dokuma)	kg başına 2,2 Euro
611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	kg başına 1,75 Euro
610910	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; pamuktan (örme veya kroşe)	kg başına 1,75 Euro
620462	Kadın/kız çocuk için pantolon, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar, şortlar; pamukta	10%, en az 1,88 euro/kg olmamak üzere
611030	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; sentetik veya suni liflerden (örme veya kroşe)	kg başına 1,75 Euro
620520	Erkek/erkek çocuk için gömlek; pamuktan (örülmemiş veya kroşe olmayan)	kg başına 1,75 Euro
610711	Erkek/ erkek çocuk için külotlar ve slipler; pamuktan (örme veya kroşe)	kg başına 1,75 Euro
620140	Erkek veya erkek çocuk için palto, kaban, kolsuz ceket, pelerin, anorak, rüzgarlık, vb. eşya (örme v	10%, en az 2,25 euro/kg olmamak üzere
620240	Kadın ve kız çocuklar için manto, kaban, kolsuz ceket, vb. eşya (örme ve kroşe olmayan); sentetik ve	kg başına 2,6 Euro
610342	Erkek/erkek çocuk için pantolon, askılı tulum, kısa pantolon ve şort; pamuktan (örme veya kroşe)	kg başına 2,2 Euro

Ayrıca, gümrük vergileri bilgileri Avrasya Ekonomik Komisyonu sayfasında <https://eec.eaeunion.org/comission/departmen/catr/ett/> GTİP bazında yer almaktadır. Öte yandan, ülkemiz ile Rusya arasında Basitleştirilmiş Gümrük Hattı kurulmuş olup, söz konusu yeşil koridor

³⁵ <https://www.alt.ru/tnved/>

sayesinde ürünlerin ihracatında, belgelerin elektronik olarak önceden gönderilmesi sonucu gümrük işlemleri daha hızlı gerçekleştirilebilmektedir. Söz konusu hattın kullanımı için ülkemizde Türkiye İhracatçılar Meclisine başvurulması gerekmektedir.

Öte yandan, Rusya'daki gümrük vergisi oranlarına <https://www.alta.ru/tnved/> bağlantı adresinden ulaşılabilir. Ayrıca, <https://www.alta.ru/tamdoc/22sr0037/#prill> ve <https://www.alta.ru/tamdoc/22kr0066/> bağlantı adreslerinden ise geçici gümrük vergisi muafiyetleriyle ilgili mevzuat metinlerine ve ürün listelerine erişilebilmektedir. (web sayfası Rusça dilindedir, otomatik çevirisini kullanarak ulaşılabilir) Bazı ürünlerde, AB ve ABD gibi dost olmayan ülkelere %35'e kadar ek vergiler uygulanabilmektedir.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar (Örnek: artan talep, e-ticaretin yaygınlaşması, ülkemizle yapılan Serbest Ticaret Anlaşması v.b.)

Yaşanan son jeopolitik gelişmeler çerçevesinde; Rusya'daki bazı bankaların uluslararası bankacılık sisteminden çıkartılması, para ve mal transferlerinin kısıtlanması, AB ve ABD tarafından Rus rublesinin değersizleştirilmesi çabaları neticesinde, ülkemizden Rusya'ya yapılan ihracatta aksamalar yaşandığı ancak yaşanan "şok etkisi" sonrasındaki dönemde ise Rusya'ya yönelik hazır giyim ihracatımızın artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Söz konusu artış, Batı tarafından ticari ve finansal açıdan izole edilmesi amaçlanan Rusya'nın tedarik zincirindeki sürdürülebilirliği ülkemizin ile olan ikili ticaretine ivme kazandırması ile elde edilmiştir.

Diğer taraftan, hazır giyim sektörü ihracatçısı firmalarımız tarafından AB ülkelerindeki büyük alım grupları (H&M, Inditex vs.) süregelen iş ilişkisi çerçevesinde alışlagelmiş yakın bir pazar olarak değerlendirilse de; söz konusu ülkelerde mukim markaların piyasalardaki resesyon korkusu ile stoklarını azaltması, ayrıca bu markaların tüm dünyayı etkisi altına alan enerji krizine rağmen sürdürülebilirlik kapsamında ülkemizdeki tedarikçilerinden istediği çevresel şartları esnetmediği ve bu minvalde sürdürülebilirlik kriterlerine uymayan bir çok hazır giyim üreticisini tedarik açısından çıkardığı bilinmektedir.

Bu durum çerçevesinde, Rusya'nın, önümüzdeki dönemde, gerek markalı olarak perakende alanında faaliyet gösteren gerekse de fason üretici olan hazır giyim ihracatçısı firmalarımız açısından ihracat hacimlerini artırabileceği bir pazar olarak değerlendirilmesi mümkün bulunmaktadır.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler (Örnek: yoğun rekabet ortamı, korumacı politikalar, tüketici tercihlerinde farklılıklar, ekonomik dalgalanmalar, siyasi istikrarsızlık v.b.)

Şubat 2022'den vuku bulan jeopolitik gelişmeler neticesinde Rus hazır giyim pazarından ayrılan Batılı markaların yerini doldurmak amacıyla fiziki mağazacılık faaliyeti ile giriş yapan ülkemiz markalarından bazılarının pazardan ayrıldıkları bilinmektedir.

Rus moda endüstrisi uzmanları tarafından yapılan değerlendirmelerde, Rus hazır giyim pazarından ayrılan markalarımızın pazarda tutunamamasının temel nedenleri arasında aşağıdaki faktörler tespit edilmiştir.³⁶

Pazarlama ve Marka İletişimi: Tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği ve pazarlama stratejilerindeki zayıflık, marka bilinirliğinin artırılması önündeki temel engeldir. Sosyal medya platformlarının interaktif yöntemler (influencer iş birlikleri, kullanıcı odaklı içerikler vb.) yerine

³⁶ <https://www.kommersant.ru/doc/8586461>

statik bir katalog mantığıyla yönetilmesi, hedef kitle ile kurulan marka sadakatini ve etkileşimini asgari düzeye indirmektedir.

Fiyatlandırma Politikası ve Pazar Uyumu: Tüketicilerin, marka değeri tam pekişmemiş ürünlere yönelik yüksek fiyat direnci ile Türkiye ve Rusya piyasaları arasındaki fiyat farkları dikkat çekmektedir. Mevcut fiyatlandırma politikalarının yerel pazar dinamikleri ve rakip analizleri ışığında revize edilmesi elzem görülmektedir.

Stratejik Konumlandırma ve Kültürel Adaptasyon: Türkiye pazarındaki marka konumlandırmasının, Rus tüketicilerin spesifik beklentileri ve kültürel tercihleri derinlemesine analiz edilmeksizin doğrudan Rusya pazarına entegre edilmesi, stratejik bir uyumsuzluk teşkil etmektedir. Pazara giriş ve büyüme stratejilerinde "yerelleşme" (localization) eksikliği gözlemlenmektedir.

Dijital Altyapı ve Teknolojik Yatırımlar: Kurumsal web platformları, mobil uygulama ekosistemleri ve çevrimiçi pazaryerlerindeki operasyonel etkinliğin düşüklüğü, dijitalleşme sürecindeki teknolojik yatırımların yetersizliğine işaret etmektedir. Bu durum, sektördeki rekabet gücünü dijital kanallar nezdinde zayıflatmaktadır.

Maliyet Baskısı ve Küresel Rekabet: Artan üretim maliyetlerine ek olarak Rus rublesindeki kur dalgalanmaları, operasyonel kârlılığı ciddi şekilde baskılamaktadır. Bu ekonomik konjonktür, yerli ürünlerimizin Uzak Doğu Asya menşeli rakipler karşısında maliyet odaklı rekabet avantajını yitirmesine neden olan kritik bir dışsal tehdit olarak değerlendirilmektedir.

Diğer taraftan, Rusya hazır giyim perakende sektörü bir bütün olarak ele alındığında, sektörü 2026 yılında bekleyen en önemli sorunun sektörel olarak ve mağaza kapanışları olacağı sektör temsilcileri tarafından değerlendirilmektedir. Değerlendirmelere göre, yılsonuna kadar sektör cirosunda %10-15 oranında bir gerileme yaşanması beklenmektedir. Bu durum, Rusya pazarının tarihindeki en ciddi tüketici krizlerinden biri olarak nitelendirilmektedir.

Sektörel daralmaya bağlı olarak, pazarın önde gelen yerli ve yabancı aktörleri operasyonel yapılarını sadeleştirme yoluna gitmektedir. Buna göre, O'stin markası, 2025 yılında satışlarda yaşanan %17,4'lük düşüş ve net kârdaki sert gerileme neticesinde 62 mağazasını kapatmış, genişleme planlarını askıya almıştır.³⁷ Gloria Jeans markası, hedeflenen gelir düzeyine ulaşamaması ve artan maliyetler sebebiyle, toplam mağaza ağının yaklaşık dörtte birine tekabül eden 150 mağazasını kapatma kararı almıştır. Şirket ayrıca üretim kanallarından da çekilmeye başlamıştır.³⁸

Sektördeki bu negatif eğilimin ana sebepleri şu başlıklar altında toplamak mümkündür;^{39 40}

Tüketici Davranışı: Satın alma gücündeki zayıflama ile birlikte tüketicilerin harcamalarında "seçici" hale gelmesi ve temel ihtiyaçlara odaklanması.

Maliyet Artışları: Lojistik, vergi ve finansmana erişim maliyetlerinin yükselmesi; kiralama ve personel giderlerindeki artış.

Dijital Dönüşüm: Son altı yılda hazır giyim sektöründe çevrim içi satış payının %12'den %50'ye çıkması, fiziksel mağazacılık modelini verimlilik açısından zorlamaktadır.

³⁷ <https://www.turkrus.com/4357352-satislari-dusen-perakende-devi-62-magaza-kapatti-xh.aspx>

³⁸ <https://www.turkrus.com/4350687-gloria-jeans-rusyada-150-magazasini-kapatiyor-xh.aspx>

³⁹ <https://www.turkrus.com/4353657-perakende-daraliyor-hangi-markalar-piyasadan-cekilebilir-xh.aspx>

⁴⁰ <https://www.gazetemru.com/ekonomi/rusyada-magaza-kapanislarinda-tarihi-seviye-bekleniyor/>

Jeopolitik Riskler ve Rekabet Ortamı: Yaptırımların seyri ve savunma harcamalarının bütçe üzerindeki baskısı, halkın alım gücünü tehdit eden unsurlar olarak varlığını sürdürmektedir. Enerji fiyatlarındaki olası değişimlere bağlı olarak Batılı firmaların pazara geri dönme ihtimali, mevcut yerli ve ülkemiz firmaları için rekabet baskısını artırabilecek bir risk faktörü olarak değerlendirilmektedir.

Bu itibarla, Rusya hazır giyim perakende piyasası, değişen piyasa koşullarına uyum sağlayamayan iş modellerinin elendiği bir yeniden yapılanma döneminden geçmektedir. 2026 yılı, sektörde verimlilik odaklı küçülmelerin ve fiziksel mağazacılıktan dijital kanallara geçişin hız kazandığı bir yıl olması beklenmektedir.

7. Rusya Hazır Giyim Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Bilindiği üzere, Rusya’da net ithalatçı konumunda bulunan muhtelif sektörlerde yerli kullanıcıların satın alma kararlarını etkilemede bütüncül bir pazarlama stratejisinin benimsenmesi gerekmektedir. Zira ilgili sektörlerde münhasıran nihai bir ürünün satış işlemiyle tamamlanan ve ürün garantisi gibi hizmetlerin sunulmadığı bir pazara giriş, pazarda tutunma ve markalaşma faaliyetleri marifetiyle Rus pazarında uzun vadeli müspet sonuçların elde edilmesinin oldukça düşük bir ihtimal olduğu düşünülmektedir.

Bu doğrultuda, Rusya’da yerleşerek dağıtım kanallarına ve satış noktalarına hâkim bir şekilde pazarlama stratejisi yürüten firmalarımızın anılan ülkede ticari anlamda daha başarılı oldukları müşahede edilmektedir. Nitekim başta hazır giyim ve tekstil sektörü olmak üzere, muhtelif sektörlerde Rusya’da firma kuran Türk markalarımız önemli seviyelerde pazar payları elde etmişlerdir.

2022 yılının Şubat ayında vuku bulan jeopolitik gelişmeler akabinde, Batılı ve Uzakdoğulu (İsveçli H&M-170 mağaza, İspanyol Inditex-502 mağaza, Japon Uniqlo-50 mağaza gibi) birçok markanın Rusya’daki perakende alanındaki mağazacılık faaliyetine son vermesi neticesinde özellikle hazır giyim pazarında oluşan arz yönlü açık, Rus ve Türk markaları tarafından fırsat penceresi olarak değerlendirilmektedir.

Bu süreçte, perakende mağazacılık faaliyetinde bulunan özellikle hazır giyim sektöründeki firmalarımızın, tescilli markaları ile Moskova’da mukim muhtelif AVM’lerde doğrudan sahiplik, ortaklık, bayilik ya da isim hakkı devri (franchise) yöntemleri ile ilk kez mağaza açma ya da mevcut mağaza sayısını artırma yoluna gittiği müşahede edilmektedir.

Mağaza açarak Rusya pazarına ilk kez giren markalarımıza örnek olarak Loft, Emiliano Zapata, Mai Collection markalarının verilmesi mümkün bulunmakta iken, Rusya’da faaliyet gösteren ve mevcut mağaza sayısını artıran markalarımıza örnek olarak ise Climber, Colin’s, LC Waikiki, Sneaker Box, Super Step markalarının verilmesi mümkün bulunmaktadır.

Diğer taraftan, içinde bulunulan jeopolitik durumun Rusya ekonomisi üzerinde oluşturduğu olumsuz koşullar neticesinde satın alma gücündeki düşüşe karşın, anılan dönemde ciro olarak büyüdüğü bilgisi edinilen Rusya hazır giyim pazarında yukarıda ifade edilen mevcut durumda, Rus tüketiciler nezdinde, ödenen fiyatın karşılığını sağlayan güvenilir markalar olarak genel kabul gören Türk malı imajının avantajı ile birlikte ülkemiz perakende mağazacılık sektöründeki firmalarımızın markaları ile Rus hazır giyim pazarından daha fazla pay alarak Rusya’ya yönelik katma değerli ürün ihracatlarını artırmalarının mümkün bulunduğu Müşavirliğimiz tarafından değerlendirilmektedir.

8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

Rusya pazarında geleneksel olarak güçlü olduğumuz hazır giyim sektöründe son dönemde kaydedilen daralmada yaptırımların etkisinden ziyade, aynı dönemde dünyaya ihracatta da azalış olarak da ortaya çıkan rekabetçilik konusunun Rusya pazarında da hissedilmesi olarak yorumlamak mümkündür.

Özellikle hazır giyim ürün grubunda, mevcut jeopolitik gelişmeler neticesinde değer kaybeden Rus para birimi Ruble'nin ve artış eğiliminde olan enflasyonun alım gücü üzerindeki olumsuz etkisi neticesinde Rus tüketicilerin ülkemiz menşeli hazır giyim ürünlerine kıyasla çok daha düşük fiyatlı Uzakdoğu ülkeleri menşeli ürünleri tercih ettiği gözlemlenmektedir.

Zira, 2022 yılının Şubat ayında vuku bulan jeopolitik gelişmeler akabinde, Batılı ve Uzakdoğulu birçok markanın Rusya'daki perakende alanındaki mağazacılık faaliyetine son vermesi neticesinde özellikle hazır giyim pazarında oluşan arz yönlü açık, yerel ve Uzakdoğulu pek çok marka tarafından avantaj olarak kullanılmıştır.

Öte yandan, önceki yıllarda Türkiye'de hazır giyim üretimi yaptıran ve Rus hazır giyim perakende pazarında faaliyet gösteren firmalarla yapılan görüşmeler neticesinde Türkiye'de artan üretim maliyetleri nedeniyle aldıkları fiyat tekliflerinin, Çin, Vietnam, Hindistan, Bangladeş ve Mısır gibi ülkelerinden aldıkları tekliflerin üzerinde olması nedeniyle siparişlerini söz konusu tedarikçi ülkelere kaydırdıkları yönünde şifahi bilgiler edinilmiştir.

Üçüncü ülkeler tarafından yayımlanan yaptırımlar kapsamında olmayan ürünlerin ihracatında dahi; artan lojistik masrafları, bankacılık işlemlerinin ağırlıkla yerel paralar üzerinden yürütülmesi sebebiyle ortaya çıkan kur değişim maliyetleri ve artan bankacılık komisyon oranları, görece düşük kar marjları ve fiyat avantajı ile pazara giriş imkânı sağlayan firmaların Rusya pazarına ürün satamamasına neden olmaktadır.

Öte yandan, Rusya'da uluslararası veya ulusal bir marka altında ülkeye ithalatı gerçekleştirilecek ürünlerin Rusya içerisinde satış-pazarlama ve/veya dağıtım hakkını haiz yetkili bir firma bulunması durumunda gümrük işlemleri aşamasında Rusya Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından söz konusu yetkili firmanın icazetinin alınmasını müteakip ürün ithalatına izin verilmekteydi.

2022 yılının Şubat ayı itibarıyla vuku bulan son jeopolitik gelişmeler doğrultusunda muhtelif firmaların Rusya içerisinde faaliyetlerine son vermesi ve yurt dışından anılan ülkeye mal tedarikini durdurması üzerine muhtelif ürünlerde ithalat gerçekleştirmelerinde %60'ı aşan düşüşler yaşanmıştır. Bu itibarla, üçüncü ülkelerde uluslararası veya ulusal bir marka altında serbest dolaşımda bulunan muhtelif ürünlerin satış-pazarlama ve/veya dağıtım konusunda Rusya'da yetkili firmanın onayı alınmadan ithalat işlemlerinin gerçekleştirilmesine yönelik bir dizi düzenlemeye gidilmiştir. Resmi imalatçısı tarafından üretimi gerçekleştirilen ve üçüncü ülkelerde resmi kanallarla serbest dolaşıma sokulmuş bulunan ancak Rusya'ya yönelik tedarikine yine üçüncü ülkedeki imalatçısı veya satış hakkı sahibi tarafından izin verilmeyen ürünlerin gerçekleştirilen ithalat işlemleri "Paralel İthalat" uygulaması olarak tanımlanmıştır.

Bu kapsamda; Rusya'ya ürün tedarikini durduran veya ülke içi imalat faaliyetlerine son veren dost olmayan (ağırlıklı olarak Batılı) ülke firmalarının ilgili markaları veya ürünler "Paralel İthalat" uygulaması doğrultusunda bir liste halinde yayımlanmıştır. Ayrıca, "Paralel İthalat" uygulaması kapsamında yurt dışından ürün getiren firmaların herhangi bir hukuksal sorumluluk altına girmemesini teminen 213 sayılı Federal Kanun marifetiyle de gerekli düzenleme yapılmıştır.

Tekstil/hazır giyim ürünlerinin de dahil olduğu toplam 56 fasıldan muhtelif ürünler “Paralel İthalat” uygulaması kapsamında yer almaktadır. Bu kapsamda, ülkeden ayrılan Batılı markaların bir kısmı söz konusu paralel ithalat uygulaması kapsamında ülkeye toptan yada sipariş üzerine belirli miktar ve modelde ithal edilerek, özellikle çevrimiçi pazar yerlerinde yada anlık mesajlaşma programlarının kanalları üzerinden satışa konu edilebildiği görülmektedir. Ancak, söz konusu satışların toplam perakende satışları içinde görece ihmal edilebilir bir payı olduğu değerlendirilmektedir.

9. Genel Değerlendirme

Rusya’da yerleşik firmaların öz sermayeleri ticari hayatın olağan akışından farklı olarak genellikle oldukça düşük seviyelerde belirlenebilmektedir. Bu nedenle, ihracatta güvenilir ödeme şekillerinin tercih edilmesinde fayda bulunmaktadır. Ayrıca, Rus gümrüklerinde zaman zaman farklı, beklenmedik ve karmaşık uygulamalarla karşılaşılabilir. Bu nedenle, Rusya’ya yapılan ihracatta FOB teslimi yapılmasının daha uygun olacağı değerlendirilmektedir.

Rusya’da, şirket kurma aşamasında Ticaret ve Sanayi Odalarına üye olma zorunluluğu bulunmamaktadır. Aynı şekilde bölge ya da şehirlere göre ihracatçı birlikleri de mevcut değildir. Dolayısıyla, Rusya’da gerek üretici gerekse ithalatçı veri tabanlarına sağlıklı bir şekilde ulaşılması oldukça zordur. Ayrıca, Rusya’da firmalar sık aralıklarla el değiştirebilmekte, kurumsal yapıdaki firmalar ise yine kurumsal e-posta adreslerine iletilen çok sayıda mesajı güvenlik duvarı uygulamalarıyla engelleyebilmektedir. Sonuç itibarıyla; Rusya’da ilk aşamada e-posta marifetiyle uygulamaya geçirilen bir pazara giriş stratejisinin müspet bir şekilde sonuçlanmasının nispeten daha düşük bir olasılık olduğu değerlendirilmektedir. Bu itibarla, ithalatçı firmalar nezdinde yürütülecek çalışmalarda anılan hususların dikkate alınmasında fayda görülmektedir.

Rus ticaret hayatında, Rusya’da yerleşerek ülkede mağaza, ofis veya üretim tesisi açan firmaların daha fazla başarılı oldukları müşahade edilmektedir. Zira; Rus perakende zincirleri ya da ithalatçıları, ihracatçının ofisinin Rusya’da olması durumunda, özellikle ulaşılabilirlik ve olası sorunların çözümü noktasında bu şirketleri daha fazla tercih edebilmektedir. Rusya’da şirket açma imkanı olmayan firmalarımızın ise, Rus pazarını bilen ve Rusça’ya hakim yetkili temsilci/danışman ya da distribütör kullanımını esas alan bir pazara giriş stratejisi benimsemesi ve istihdam politikalarını buna göre düzenleyerek Rus coğrafyasını ve Rusça bilen personel istihdam etmesi önem arz etmektedir. Ayrıca, firmalarımızın; başta internet sayfaları olmak üzere, Rus pazarına özel Rusça çalışmalar yapmaları, tanıtım materyalleri ile ürün broşürlerini Rusça hazırlamaları elzem görülmektedir.

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.

Rus vergi ve ticaret hukukunda ülkemize göre önemli farklılıklar bulunmaktadır. Vergide zaman aşımı, fiili denetimler, şirket yönetim kurullarında karar alma süreçleri ve benzeri konularda mevcut olan farklı mevzuat hükümleri ve uygulamalar nedeniyle firmalarımızın pazara giriş stratejilerini alacakları profesyonel danışmanlık hizmeti doğrultusunda belirlemeleri ve pazarda tutunma ile markalaşma aşamalarında da yine profesyonel hizmet alımına devam etmeleri gerektiği değerlendirilmektedir.

2022 yılı Şubat ayından itibaren vuku bulan son jeopolitik gelişmeler neticesinde ise pek çok ülke tarafından Rusya'ya geniş kapsamlı ekonomik yaptırımlar getirilmiştir. Söz konusu yaptırımlar varlıklı Rus iş adamlarının servetlerinin dondurulması, önemli Rus iş adamları, politikacılar, bürokratlar, kanaat önderlerinin seyahat özgürlüklerinin sınırlandırılması gibi bireysel yaptırımlardan, Rusya Merkez Bankasının döviz rezervlerinin dondurulması, önemli firmaların Rusya'da ki faaliyetlerini ve üretimlerini durdurmaları hatta Rus piyasasından tamamen çekilmeleri gibi finansal ve iktisadi yaptırımlara kadar uzanan geniş bir yelpazede tezahür etmiştir. Özellikle; çok uluslu şirketlerin Rusya piyasasından çekilmesinin yarattığı iktisadi etkilerin ve Rusya'nın ithalat talebinde olabilecek değişikliklerin ikili ticaretimize yönelik olası yansımalarının yakından izlenmeye devam edilmesi gerektiği değerlendirilmektedir.

Rusya tarafından, firmalarımızdan gerçekleştirilecek münhasıran ülkemiz menşeli ürünlerin ithalatına yönelik herhangi bir yasaklama uygulaması hâlihazırda bulunmamaktadır. Ancak, Rusya'ya yönelik ihracat sürecinde işlem tarihindeki cari uygulamaların ürün bazında takip edilmesinde büyük fayda görülmektedir.

Bununla birlikte, üçüncü ülkelerin Rusya'ya yönelik mevcut yaptırım uygulamaları hakkında ilgili ülkelerdeki temsilciliklerimizden bilgi edinilmesinin ve güncel durumun sürekli bir şekilde takip edilmesinin daha sağlıklı bir değerlendirme yapılabilmesi açısından önem arz ettiği değerlendirilmektedir.

Son olarak, yine ABD ve AB başta olmak üzere üçüncü ülkelere açıklanan yaptırım kararlarının uluslararası bankacılık işlemleri üzerindeki etkileri sebebiyle, Rusya ile ülkemiz arasında yürütülecek ticarete dış ticaret ödemeleri konusunda, ödemelere aracılık edecek bankalarla iletişim içinde olunması ve yerel paralarla ödeme imkânlarının göz önünde bulundurulması önem arz etmektedir.

10. Yararlı Adresler

Retail <https://retail.ru> Rusya perakende pazarındaki gelişmeleri takip etmek, sektörler hakkında bilgi almak için önemli bir kaynaktır.

Multistat <https://multistat.ru> Rusya'daki bölgeler, sektörler, şirketler ve bunların ekonomik büyüklükleri ile faaliyetleri hakkında bilgiler sunan ücretli bir bilgi sistemidir. Özellikle bölgeler ve sektörler bazında satışlar, şirket veri tabanları konusunda faydalı bir kaynaktır.

Russian Fashion Council <https://russianfashioncouncil.ru/en> Rus Moda Konseyi web sitesi, trendleri ve pazardaki gelişmeleri takip etmek için faydalı bilgiler ihtiva etmektedir.

Shop and Mall <https://shopandmall.ru> Rusya'daki AVM'lerde faaliyet gösteren perakendeciler hakkındaki gelişmeleri ve perakende sektörünü takip etmek için yararlanılabilir.

Malls <https://malls.ru> Rusya'daki AVM'lerde faaliyet gösteren perakendeciler hakkındaki gelişmeleri ve perakende sektörünü takip etmek için yararlanılabilir.

Profashion <https://profashion.ru> Rusya'daki moda, hazır giyim perakendesi ve alışveriş alışkanlıkları ile ilgili bilgi alınabilecek faydalı bir web sitesidir.

Product Center <https://productcenter.ru> Rusya'da üretim yapan şirketler ve bu şirketlerin iletişim bilgileri, yetkilileri gibi içeriğe ulaşılabilecek bir sitedir. Özellikle yerel rakipleri tanımak açısından faydalı bilgiler içermektedir.

Russian Fashion <https://russianfashion.net/ru> Rusya'daki moda, trendler ve ürünler hakkında bilgi almak için oldukça faydalı bir web sitesi olup, aynı zamanda tanıtım açısından işlevseldir.

Expert <https://raexpert.ru> Rusya'daki şirketlerin kredi derecelendirmesini yapan özel bir şirkettir. Rus müşterilerin kredibilitesi hakkında bilgi sahibi olmak amacıyla yararlı bilgiler içermektedir.

Russian Union of Entrepreneurs of Textile and Light Industry <https://souzlegprom.ru/ru/> Rus tekstil ve hafif endüstrisi ile ilgili endüstriyel ve teknik politika ve ayrıca girişimciler ve kamu yetkilileri arasında diyalogun teşvik edilmesi amacıyla kurulmuş bir kamu kuruluşudur.

Rusya'da Uygulanmakta Olan Gümrük ve Katma Değer Vergisi Oranlarına İlişkin Bilgiler <https://www.alta.ru/tnved/>

İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynak <https://basis.myseldon.com/en/landing>

Müşavirlik Raporları <https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/rusya-federasyonu/raporlar>

Rusya'da Resmi İhale Duyuruları <https://zakupki.gov.ru/epz/main/public/home.html>

Fuarlar:

CPM-Collection Premier Moscow <https://cpm-moscow.com>

Le Show <https://en.leshow.ru>

Child and Junior Fashion Show <https://www.cjf-expo.ru/en/>

Wedding Fashion Moscow <https://wedding-fashion.ru/eng>

Lingerie Show – Forum <https://lingerie-show-forum.ru/en/lingerie-show-forum/>

Inter Fabric <https://tr.intertkan.ru/>

Russian Fashion Textile (RFT) Expo <https://rftexpo.ru/tr>

Bee Together <https://expo.bee-online.ru/together-19>

İstatistik: Trademap <https://www.trademap.org>

Mevzuat: <https://www.consultant.ru>

Etiketleme:

ROSTANDART Federal Teknik Düzenleme ve Metroloji Kurumu
<https://www.rst.gov.ru/portal/gost>

<https://markirovka.ru>

E-ticaret Pazar Yerleri:

Wildberries <https://www.wildberries.ru/>

Ozon <https://www.ozon.ru/>

Lamoda <https://www.lamoda.ru>

Yandex Market <https://market.yandex.ru/>

MegaMarket (<https://megamarket.ru/>)

SberMarket (<https://kuper.ru>)

Avito (<https://www.avito.ru/>)

11. Kaynakça

Rusya Federasyonu Hükümeti <http://government.ru/>

Rusya Federal Gümrük Servisi <https://customs.gov.ru/>

Rusya Federasyonu Sanayi ve Ticaret Bakanlığı <https://minpromtorg.gov.ru/>

Rosstat (Rusya İstatistik Kurumu) <https://rosstat.gov.ru/>

Rusya Merkez Bankası <https://cbr.ru/>

Avrasya Ekonomik Birliği <https://eaeunion.org/>

AKİT Rusya (Rusya E-Ticaret Şirketleri Derneği) <https://akit.ru/>

Avrasya Gümrük Birliği sertifikasyon kuruluşları ve denetim laboratuvarları
<https://eec.eaeunion.org/comission/department/deptexreg/otsenka-sootvetstviya/edinyy-reestr-organov.php>

Avrasya Gümrük Birliği gümrük vergileri <https://eec.eaeunion.org/comission/department/catr/ett/>

Avrasya Ekonomik Birliği <https://eec.eaeunion.org/en/>

Yerel gazeteler ve medya:

<https://www.vedomosti.ru>

<https://www.gazeta.ru>

<https://www.rbc.ru>

<https://www.dp.ru>

<https://www.kommersant.ru>

<https://rg.ru>

<https://lenta.ru>

<https://gazetemru.com>

<https://turkrus.com>