



T.C.
TİCARET BAKANLIĞI

RUSYA GIDA ÜRÜNLERİ YERİNDE PAZAR ARAŞTIRMASI

Songül BEKTAŞOĞLU
Dilek KÜRÜN

Dış Temsilcilikler ve Uluslararası Etkinlikler Genel Müdürlüğü
Dış Pazar Analizleri Dairesi
bektasoglus@ticaret.gov.tr
dogruerd@ticaret.gov.tr



SUNUM İÇERİĞİ

- 1. Pazar Faaliyetlerimiz**
- 2. Rusya Pazarı Mevcut Durumu**
- 3. Rusya Gıda Ürünleri Pazarı Mevcut Durumu**
- 4. Pazar Analizi**
- 5. Pazar Önerileri**



Görevlerimiz

Firmalarımızın ihraç pazarlarımız hakkında doğru ve güncel bilgiye hızlı ve tek bir başvuru noktasından ulaşabilmelerini sağlamak,

Dış pazarlardaki ekonomik gelişmeleri ve fırsatları takip ederek ihracatçılarımıza potansiyel sektörlerde pazara giriş bilgileri sunmak,

Firmalarımızın yeni pazarlara girmesine ya da mevcut pazarlarda pazar paylarını artırmalarına yardımcı olmak.



Faaliyetlerimiz

Ülke Raporları

Potansiyel İhraç Ürünleri Matrisleri

Yerinde Pazar Araştırmaları

Firmalara Ticari Bilgi Hizmeti

Ülke Bülteni

Ülke Sunumları



Ülke Raporları

Firmalarımızın/ihracatçılarımızın ihraç pazarlarımız hakkında kapsamlı, doğru ve güncel bilgiye güvenilir bir başvuru noktasından ulaşabilmeleri için hazırlanmaktadır.

Ülke sorumlusu Uzmanlar tarafından hazırlanan Ülke Raporları temel olarak “Masa Başı Araştırması” niteliği taşımaktadır.

150’si “Ülke Raporu”, 49’u “Kısa Ülke Profili” olmak üzere toplam 199 ülkeye ilişkin rapor Bakanlığımız web sitesinde bulunmaktadır.



Ülke Raporlarının İçeriği;

- Temel Sosyal ve Ekonomik Göstergeler
- Siyasi ve İdari Yapı
- Genel Bilgiler
- Genel Ekonomik Durum
- Sektörler
- Dış Ticaret
- Dış Ticaret Politikası ve Vergiler
- Türkiye ile Ticari İliŐkiler
- Yabancı Yatırımlar
- Pazarla İlgili Bilgiler (Fırsat ve Öneriler, Tüketici DavranıŐları)
- İŞ Adamlarının Pazarda Dikkat Etmesi Gereken Hususlar (İŞ Kültürü, Sürdürülebilir İŞ İliŐkisi)



Potansiyel İhraç Ürünleri Matrisleri

İlgili ÷lkeye ÷lkemizin ihraç edebileceği ya da ihraç etmekle birlikte pazarda yeterli paya ulaşamayan potansiyel sektörleri tespit etmek suretiyle firmalarımızın yeni pazarlara girmesine ya da mevcut pazarlarda pazar paylarını artırmalarına yardımcı olmak, ihracatçılarımızı katma değeri yüksek ürün çeşitlerine yönlendirmek amacıyla yapılan çalışmalardır.

Ülke raporlarında kullanılan matris yaklaşımı firmaların pazarlamada yaygın olarak kullandıkları Boston Matris Modeli ya da General Electric Modeli gibi portfolyo modellerinden esinlenilerek oluşturulmuştur. ITC'nin çalışmasında bu modeller firmalar yerine ÷lkelere uygulanmıştır.

Hâlihazırda 150 ÷lkenin tarım ve sanayi sektörlerine yönelik olarak Türkiye'nin ihraç potansiyelini gösteren toplam 300 adet "İhraç Potansiyeli Değerlendirme Matrisi" Bakanlığımızın web sitesinde yer almaktadır.



İçerik

Potansiyel tarım ve sanayi ihraç ürünlerimize ilişkin olarak ÷lke sorumlusu uzman tarafından dör÷lü GTİP bazında hazırlanan Matrisler,

Potansiyel üründe;

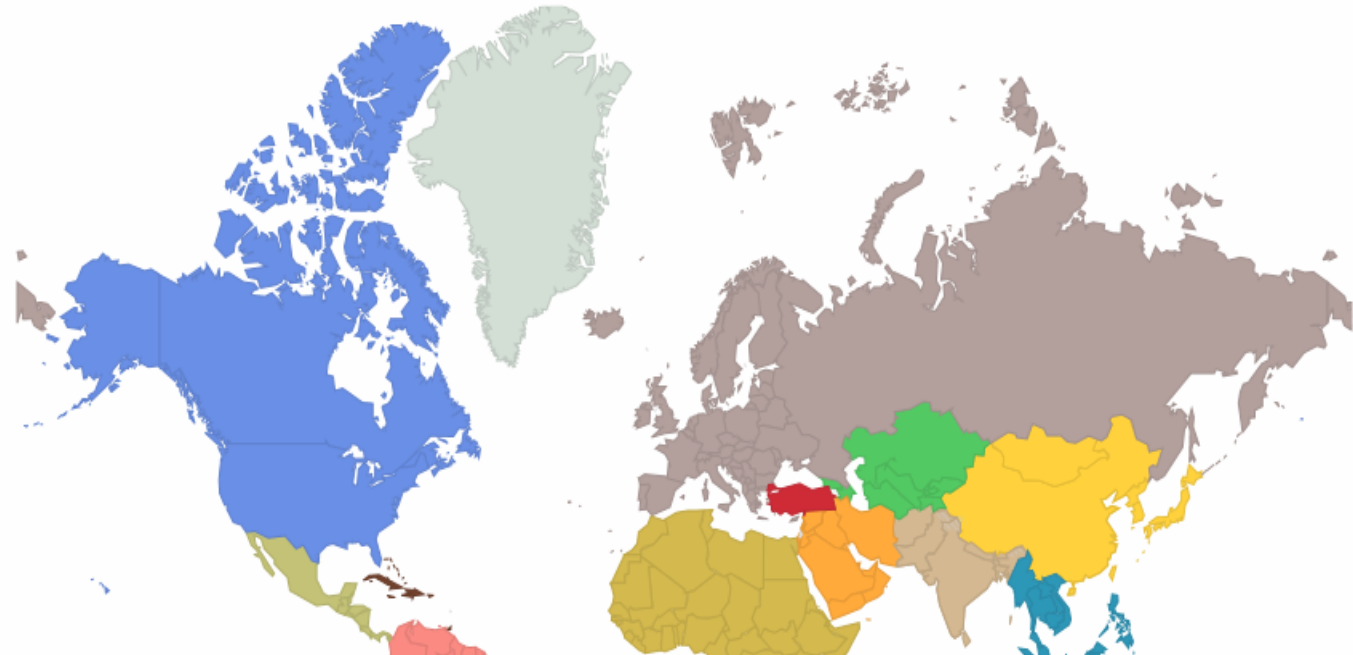
- İlgili ÷lkenin ithalatı ve deęiŐimi,
- Dünya ithalatında hedef ÷lkenin payı,
- Türkiye'nin toplam ihracatı,
- Türkiye'nin hedef ÷lkeye ihracatı ve deęiŐimi,
- Hedef ÷lkenin ithalatında ilk 5 ÷lke ve pazar payları,
- Hedef ÷lkenin Türkiye'ye ve rakip ÷lkelere uyguladığı vergi oranları hakkında bilgi içermektedir.



- › Afrika
- › Avrupa
- › Avustralya
- › Doğu Asya
- › Güney Amerika
- › Güney Asya
- › Güney Doğu Asya
- › Karayipler
- › Kuzey Amerika
- › Orta Amerika
- › Orta Asya
- › Orta Doğu ve Körfez
- › Yerinde Pazar Araştırması Raporları
- › Ülke Masaları Bülteni

Yurtdışı Teşkilatı

Bölge Seçiniz.



Rusya

[ÜLKE PROFİLİ](#)[TİCARET TEMSİLCİLİK...](#)[PAZAR BİLGİLERİ](#)[SEKTÖRLER](#)[İKİLİ ANLAŞMALAR](#)[FAYDALI LİNKLER](#)

MÜŐAVİRE / ATAŐEYE DANIŞIN

Ülke hakkında daha güncel ve detaylı bilgi alabilmek ve pazarda karşılaőtığınız sorunlara çözüm bulabilmek için ülkede bulunan temsilciliklerimize danışabilirsiniz.

GSYİH (Milyon \$)

1,562
milyar
\$
(2017,
EIU,
Tahmini)

› Ülke Profili

› Ticaret Temsilciliklerimiz

› Pazar Bilgileri

› Sektörler

› İkili Anlaşmalar

› Faydalı Linkler

[Ana Sayfa](#) / [Yurtdışı Teşkilatı](#) / [Avrupa](#) / [Rusya](#) / [Ülke Profili](#)

Ülke Profili

Ekonomik Görünüm

Ülkenin temel ekonomik, sosyal göstergeleri, genel ekonomik durumu, ekonomi politikaları, doğrudan yabancı yatırımları, dış ticareti, Türkiye ile ekonomik ve ticari ilişkilerine ait bilgilere ulaşabilirsiniz.





NEDEN RUSYA?

- Büyüyen ekonomi ile paralel artan alım gücü,
- İki ülke ilişkilerinde pozitif ortam,
- Ülkedeki Türk yatırımları,
- Tüketimde ithalata bağımlılık,
- Türk ve Rus ekonomilerinin rekabetçi olmaktan çok tamamlayıcı bir yapıya sahip olması ve bu nedenle işbirliği olanakları bakımından büyük potansiyel bulunması,



RUSYA BÖLGELER

Russian Federation Federal Districts



Main Map



GENEL EKONOMİ

- Rusya'nın nominal GSYİH'sı 2017 yılı için nominal GSYİH 1,576 milyar Dolardır. 2018'de ise 1,625 milyar Dolardır. 2019 beklentisi ise 1.619 Dolardır.
- 2016'da % 0,2 oranında küçülen Rusya ekonomisi 2017 yılında % 1,5 düzeyinde büyümüştür. 2018'de büyüme % 1,7 düzeyindedir. 2019'da ise % 1,6'lık bir büyüme beklenmektedir.
- 2017'de Rusya'da ortalama işsizlik oranı % 5,2 olarak bildirilmiştir. 2018'de ise işsizlik oranı % 4,8'dir.
- 2017'de yıllık ortalama enflasyon % 3.7 olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılında % 3 oranındadır.
- Rusya'da kişi başına gelir ortalama 10.608 ABD Dolarıdır.
- 2018 yılı sonu itibariyle Ruble/Dolar paritesi: 69.47, Ruble/Euro paritesi: 79.46 olarak tahmin edilmektedir.
- 2018 yılı ortalama Ruble/TL paritesi 0,07688 TL.'dir.



- 2018 ihracatı 449.347.157 milyon Dolar olarak gerçekleşmiştir.
(2017'ye göre % 25 artış)
- 2018 yılı ithalatı 238.151.375 milyon Dolar olarak gerçekleşmiştir.
(2017'ye göre % 4 artış)
- 2018 ihracatında önde gelen ülkeler, Çin, Hollanda, Almanya, Belarus ve Türkiye.
- 2018 ithalatında önde gelen ülkeler, Çin, Almanya, ABD, Belarus ve İtalya.
Türkiye, ülkenin ithalatında 12. sıradadır.



DIŞ TİCARET

Rusya'nın ihracatında ilk sıralarda,

- Ham petrol yağları ve bitümlü minerallerden elde edilen ham yağlar,
- Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar,
- Taşkömürü; taşkömüründen elde edilen briketler; topak ve benzeri katı yakıtlar,
- Demir/alaşimsız çelikten yarı mamuller,
- Buğday ve mahlut,
- İşlenmemiş alüminyum yer almaktadır.

İthalatında ise,

- Tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış),
- Telli telefon-telgraf için elektrikli cihazlar,
- Kara taşıtları için aksam, parçaları,
- Isı değişikliği yöntemi ile maddeleri işlemek için cihazlar,
- Otomobil, steysin vagonlar, yarış arabaları,
- Otomatik bilgi işlem makineleri, üniteleri ilk sıralarda bulunmaktadır.



RUSYA GIDA PAZARI MEVCUT

- İmalat sanayinin % 17,
-6,3 milyar Ruble üretim
-Son beş yılda % 10 artış, 2017 itibariyle % 2
-Üretimin % 43,3'ü Merkez Federal Bölgesinde, Volga Federal Bölgesi (% 16) ve Kuzeybatı Federal Bölgesidir (% 13).
- Ülke, dünyanın en büyük buğday üreticisidir.
Beyaz et (% 80),
Yumurta (% 80),
Sebze (% 45),
Meyve (% 36) üretiminde de kendine yeterli hale gelmiştir.
- Gıda ve içecek sektöründe faaliyet gösteren ilk beş firmadan dördü yabancı sermayelidir.
- Sektöre gelen net yatırım yaklaşık 1,2 milyar dolar olmuştur.
- ✓ 2014'te uygulamaya konulan **AB, ABD, Kanada, Avustralya ve Norveç'ten** (2015 yılında **İzlanda, Karadağ, Arnavutluk ve Lihtenştayn** da dahil edilmiştir)
- ✓ İthalatı yasaklanan ürünler **yaş meyve ve sebze, su ürünleri, süt ve süt ürünleri, domuz ve dana eti, kanatlı eti**



RUSYA GIDA PAZARI MEVCUT DURUMU

Hükümetin **tavan fiyat uygulaması** bulunmaktadır. Temel gıda maddeleri fiyatlarının bir ay içerisinde **% 30'dan** fazla artırılması halinde hükümet müdahale etmekte ve tavan fiyat uygulamaktadır.

Gıda ürünleri toplam perakende satışları cirosu 14,7 trilyon ruble olmuş, satışların;
% 35'i Merkez Federal Bölgesi (Moskova),
% 20'si Kuzey Batı Federal Bölgesi (St. Petersburg),
% 17'si Volga Bölgesi (Tataristan),
% 10'u da Güney ve Sibirya Bölgelerinde gerçekleşmektedir.

Toplam gıda ürünleri satış cirosunun
% 31'ini et ve et ürünleri,
% 17'sini süt ürünleri,
% 13'ünü ise şekerli mamuller,
% 9'unu unlu mamuller,
% 7'sini meyveler,
% 6,7'sini yağlar,
% 6'sını sebzeler
% 5'ini çay-kahve oluşturmaktadır.

Tüketiciler taze yiyeceklere büyük önem vermekte, tüketicinin % 26'sı meyve ve sebze, % 21'i balık ve deniz ürünleri, % 20'si et, % 18'i süt ürünleri ve yumurtalara daha fazla harcama yapmak istemektedir.



PERAKENDE YAŞ MEYVE SEBZE



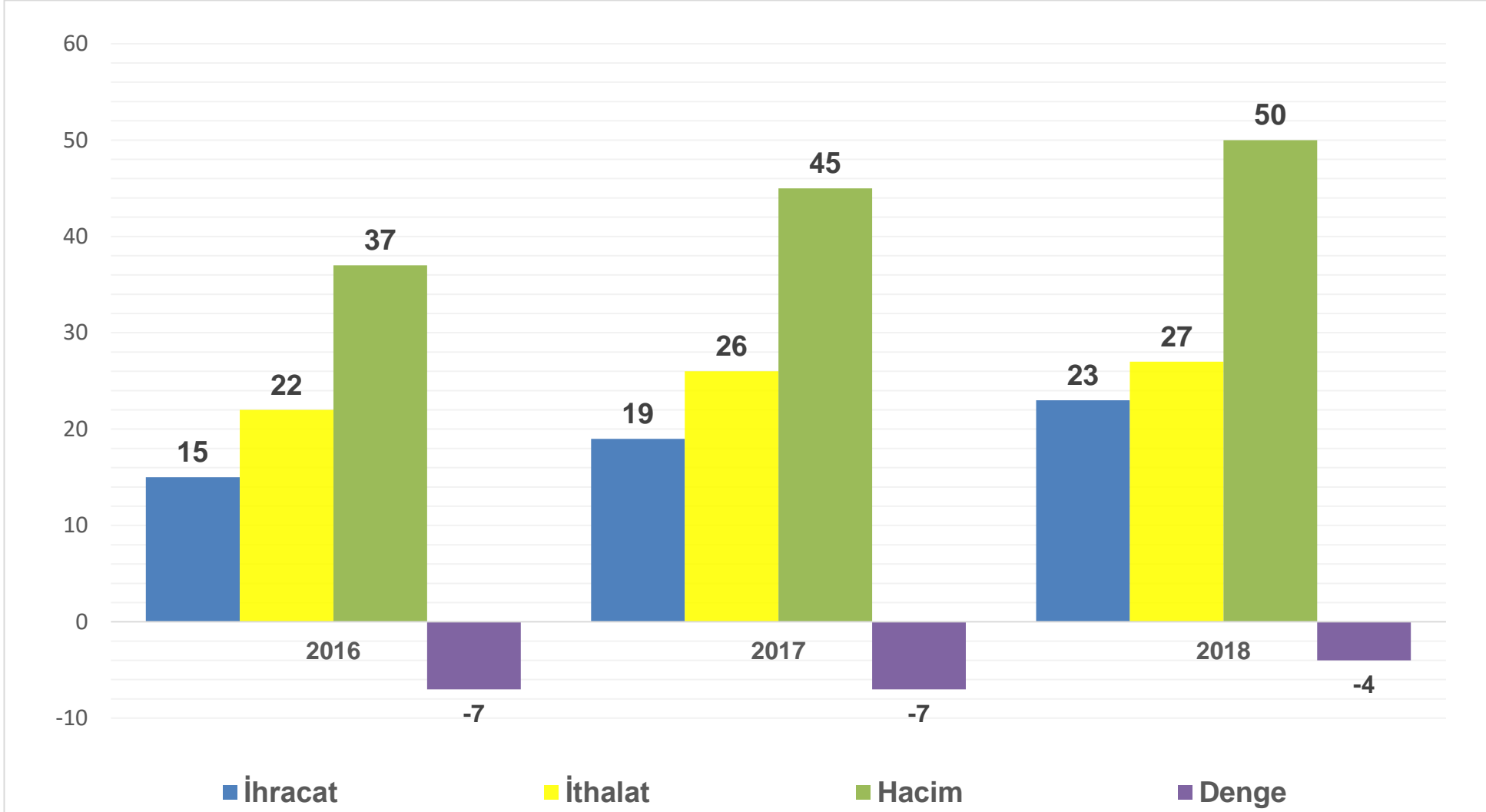


PERAKENDE YAŞ MEYVE SEBZE



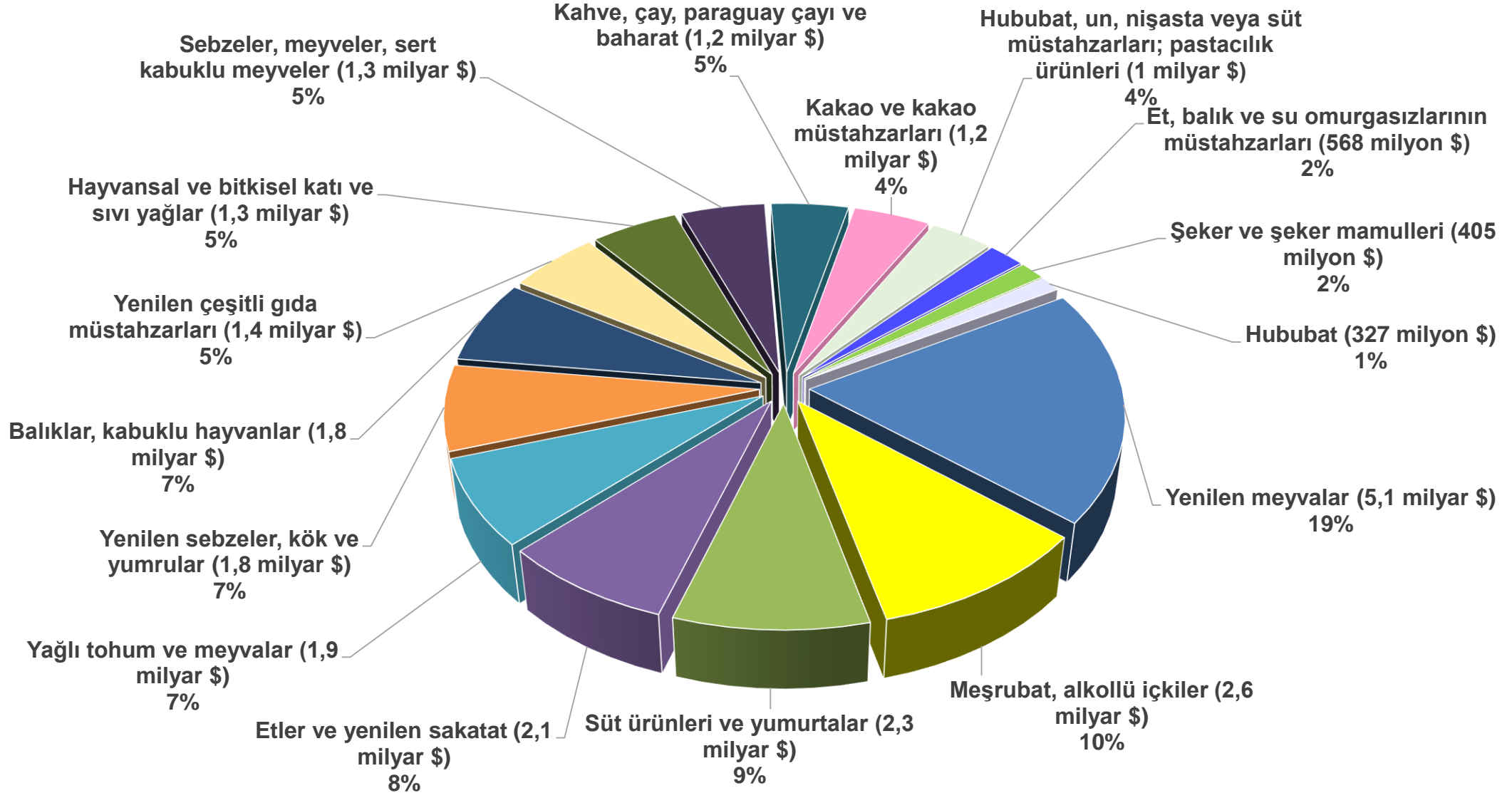


RUSYA GIDA ÜRÜNLERİ PAZARI, Milyar \$



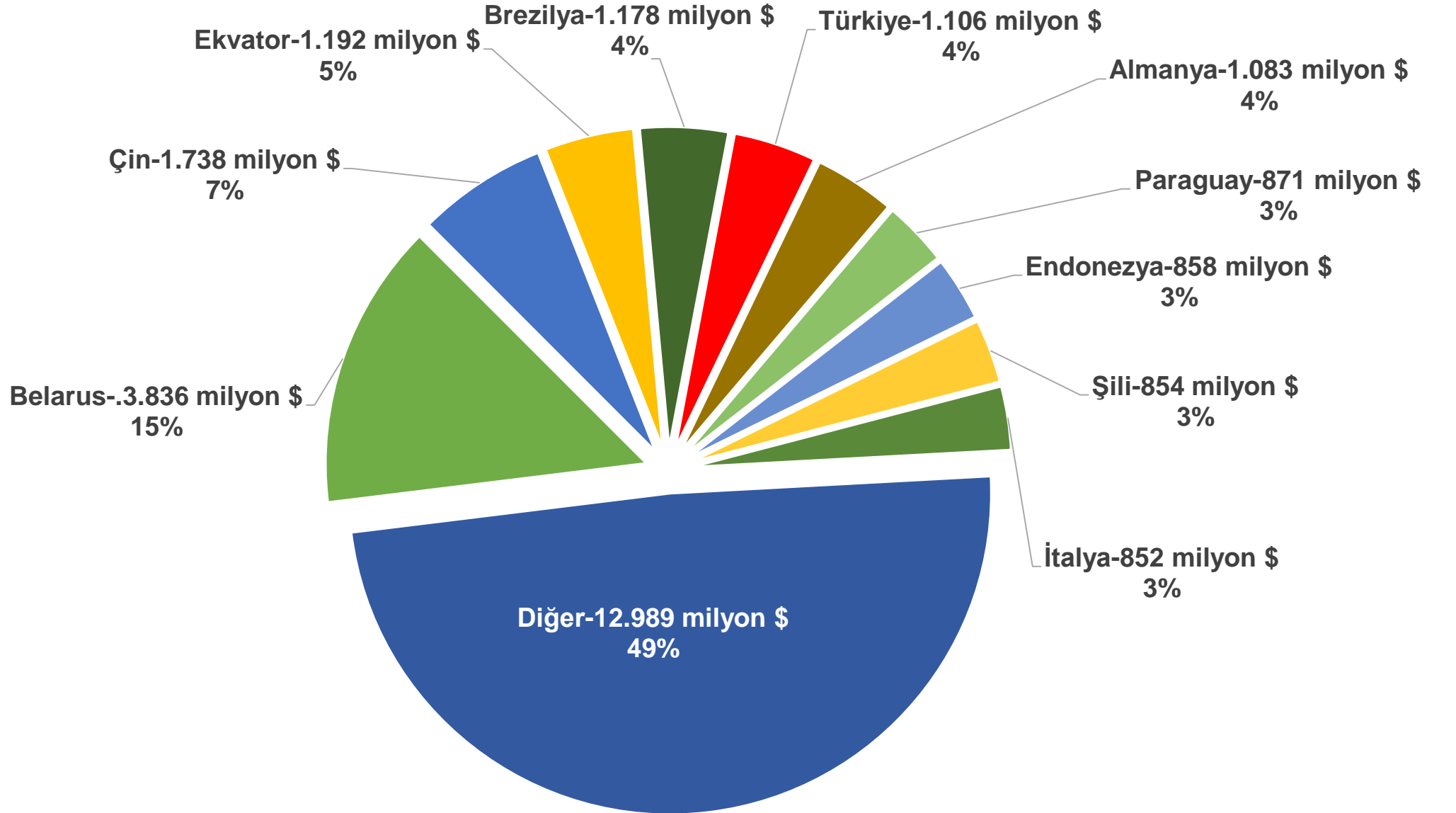


RUSYA GIDA ÜRÜNLERİ İTHALATI





RUSYA GIDA ÜRÜNLERİ TEDARİKÇİ ÜLKELER





GIDA ÜRÜNLERİ İTHALATI VE TEDARİKÇİLER

| FASIL | Gıda Ürünleri | 2018 Milyon \$ | 2017-2018 Değişim, % | Tedarikçi Ülkeler, % |
|-------|---|----------------|----------------------|--|
| 08 | Yenilen meyvalar ve yenilen sert kabuklu ve kuru mey. | 5.076 | 9 | Ekvator(22), Türkiye(16), Çin(8), Azerbaycan(5), Mısır(5) |
| 04 | Süt ürünleri; yumurtalar, bal vb. | 2.334 | -11 | Belarus(73), Arjantin(4), Uruguay(3), Hollanda(3), Yeni Zelanda(2), Türkiye(0,1) |
| 12 | Yağlı tohum ve meyvalar, tohum ve meyvalar | 1.891 | 4 | Brezilya(34), Paraguay(20), ABD(6), Almanya(5), Fransa(5), Arjantin(5), Türkiye(3) |
| 07 | Yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular | 1.843 | 3 | Çin(22), Azerbaycan(12), Belarus(10), İsrail(10), Mısır(9), İran(8), Fas(7), Türkiye(5) |
| 03 | Balıklar, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar vb. | 1.801 | 11 | Şili (26), Faroe Adaları(19), Çin (15), Belarus(7), Hindistan (5), Vietnam (5), Türkiye(4) |
| 21 | Yenilen çeşitli gıda müstahzarları, soslar vb. | 1.392 | 3 | Almanya(21), Brezilya(7), ABD(5), Avusturya(5), Hindistan(5),Türkiye(1) |
| 15 | Hayvansal ve bitkisel katı ve sıvı yağlar | 1.340 | 11 | Endonezya(54), Malezya(8), Belarus(8), İsveç(6), Hollanda(6) |
| 20 | Sebzeler, meyva suları ve konserve | 1.286 | 9 | Çin(19), İspanya(10, Polonya(8), Hollanda(7), Tayland(6), Türkiye(2) |
| 09 | Kahve, çay, paraguay çayı ve baharat | 1.188 | -7 | Vietnam(19), Sri Lanka(13), Hindistan(12), İtalya(8), Brezilya(8), Türkiye(0,2) |
| 18 | Kakao ve kakao müstahzarları | 1.179 | 13 | Almanya(17), Fildişi(15), Gana(8), Endonezya(6), Malezya(6), Türkiye(1) |
| 19 | Hububat, un, nişasta pastacılık ürünleri | 953 | 17 | Polonya(13,7),Belarus(13,1),Almanya(10,7),İsviçre(9,1),İtalya(9),Türkiye(0,6) |
| 17 | Şeker ve şekerli mamulleri | 405 | 1 | Belarus(31), Çin(10), Almanya(9), Kazakistan(6), Polonya(5), Fransa(5), Türkiye(4) |
| 10 | Hububat | 327 | -8 | Macaristan(20), Kazakistan(16),Fransa(10,6),Romanya(10),Hindistan(10),Türkiye(0,3) |
| 11 | Malt; nişasta; buğday glütenu | 123 | -4 | Belarus(19), Almanya(16), Finlandiya(11), Kazakistan(7), Hollanda(7),Türkiye(1) |



TEDARİKÇİ ÜLKELERDEN İTHAL EDİLEN BAŞLICA GIDA ÜRÜNLERİ

| | |
|------------------|---|
| Belarus | Peynir, tereyağı, sığır eti, süt tozu, sakaroz ve diğer şekerler, sosisler, konsantre yayık altı süt ürünleri |
| Çin | Domates, sarımsak, elma, mandarin, konserve domatesler, meyve suları, taze biber, badem, greyfurt ve dondurulmuş karidesler |
| Ekvator | Muz, kahve hülasa ve konsantreleri, dondurulmuş karidesler, reçel ve marmelatlar, kakao tane ve kırıkları, dondurulmuş berlam, uskumru, palamut ve diğer balıklar, ananas |
| Brezilya | Domuz eti, soya fasulyesi, dondurulmuş sığır eti, kümes hayvanları etleri, kahve, kahve ve çay konsantreleri, yer fıstığı, anason, rezene, kimyon gibi baharatlar ve hayvan sakatatları |
| Türkiye | Turunçgiller (mandalina, portakal, limon, greyfurt), taze üzüm, taze şeftali, ayçiçeği tohumu, soğan, taze kaysı, kiraz, süt tozu, deniz levreği ve izmaritgiller |
| Almanya | Gıda müstahzarları, kahve hülasa, esans ve konsantreleri, bira (malttan), çikolata ve kakao içeren gıda müstahzarları, şeker pancarı tohumu, çeşni ve lezzet verici karışımlar, ekmekçi mamulleri, kakao müstahzarları, kahve ve tavuk yumurtaları (kuluçkalık) |
| Paraguay | Etler ve yenilen sakatat, yağlı tohumlar ve meyvalar, hayvansal ve bitkisel katı ve sıvı yağlar, süt ürünleri; yumurtalar; tabii bal |
| Endonezya | Palm yağı, kahve, kakao yağı, palm çekirdeği/babassu yağları, bitkisel yağlar ve fraksiyonları, hindistan cevizi yağları, siyah çay, kurutulmuş hindistan cevizi, kakao tozu |
| Şili | Atlantik ve pasifik somonları, üzüm şarapları, dondurulmuş alabalıklar, taze üzümler, somon filetoları (dondurulmuş), kara kabuk midyesi (konserve), elma ve kivi |
| İtalya | Şaraplar, kahve, çikolata ve kakao içeren gıda müstahzarları, vermut, ekmekçi mamulleri, makarna, saf zeytinyağı, gıda müstahzarları ve konserve domatesler |

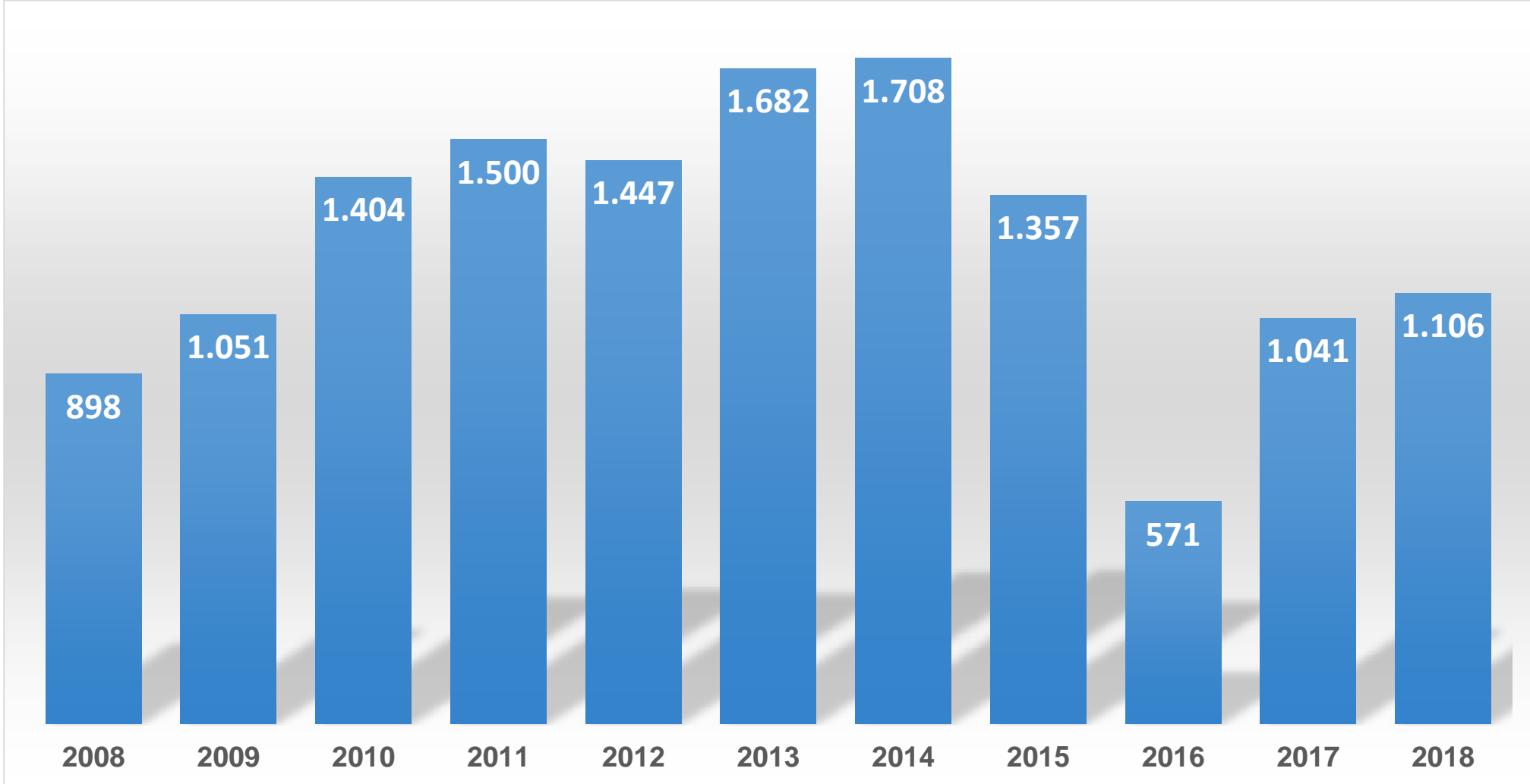


EĞİLİMLER

- Pazarda tüm gıda sektörünü etkisi altına alan “**sağlıklı yaşam**” eğiliminin tüm ürünleri etkileyerek pazara sunulan yeniliklerin ve ürün konumlandırma stratejilerinin bu eğilim doğrultusunda gelişeceği tahmin edilmekte,
- **Yaş meyve ve sebze** tüketimi artmaya devam edecek,
- **Kuru meyvalar ve sert kabuklu meyvelerde** daha doğal olanların tüketiminde artış beklenmekte,
- **Tütün, alkol, dondurulmuş gıdalar, hazır yiyecekler ve şekerleme** tüketiminde düşüş başlamış,
- **Taze bütün balıkların** tüketimi artmaya başlamış,
- Pazara **özellikli çaylar ve yeni paketleme çözümler** sunularak pazarın durağanlıktan çok kalite bakımından dinamik bir gelişim sergilemesi beklenmekte,
- Tüketiciler **kahve** konusunda dünyaca bilinen markalara bağımlılık göstermekte,
- **Zeytinyağını** tüm market zincirlerinde satışa sunulması ve kitlesel hale getirmek, 0,5 lt- 2 lt lik ambalajlarda satış eğilimi,
- Tüketiciler geleneksel tat ve şekillerdeki **şekerli mamullerin** yanı sıra yeni ve değişik tatlara, sağlıklı ürünlere yönelmekte,
- Tüketiciler **çikolata ve çikolatalı** ürünlerde yüksek kaliteli, premium ürünlere yönelmekte ancak fiyat konusundaki duyarlılıklarını da korumaya devam etmekte,
- **Bisküvi** pazarında firmalar mevcut konumlarını korumak üzere pazara yeni ve farklı ürünler sunma yoluna gitmeleri beklenmekte,
- **Makarnada** orta ve yüksek kaliteli ürünlere yönelişin devam etmesi ve taze ve çeşnili makarna yelpazesinde bu yönde çeşitlendirme beklenmekte,
- Pazara yenilik olarak sunulan ürün grubu ise “**smoothie**”ler,
- Ayrıca her yaş grubundan tüketiciler için **meyve suyuna** olan talep devam etmesi beklenmekte,



TÜRKİYE'NİN RUSYA'YA GIDA ÜRÜNLERİ İHRACATI. Milyon \$





ÜRÜNLERE GÖRE İHRACATIMIZ

| Ürünler | 2018 Değer: Bin \$) | Değişim, 2017-2018, % | Ürünlerin Rusya'ya İhraç G.Ü. içindeki Payı, % | Ürünlerin Rusya G.Ü. İthalatı içindeki Payı, % |
|---|---------------------|-----------------------|--|--|
| Toplam Gıda Ürünleri İhracatı | 1.106.273 | 6,27 | 100 | 4,2 |
| 08 Meyvalar | 791.916 | 4,17 | 72 | 3 |
| 07 Sebzeler | 97.796 | 15,6 | 9 | 0,4 |
| 03 Balıklar vb. su ürünleri | 72.992 | 5,31 | 7 | 0,3 |
| 12 Yağlı tohumlar | 63.631 | 4,05 | 6 | 0,2 |
| 20 Sebze, meyve konserveleri | 20.128 | 3,36 | 2 | 0,1 |
| 17 Şeker ve şeker mamulleri | 17.049 | 1,56 | 1,5 | 0,1 |
| 18 Kakao ve kakao müstahzarları | 15.784 | 4,2 | 1,4 | 0,1 |
| 21 Yenilen çeşitli gıda müstahzarları | 12.485 | 1,34 | 1,1 | 0,1 |
| 19 Esasını hububat, un, nişasta, süt teşkil eden müs. | 5.894 | 0,9 | 0,5 | 0,02 |
| 04 Süt ürünleri; yumurtalar; tabii bal | 2.991 | 0,62 | 0,3 | 0,01 |
| 09 Kahve, çay ve baharat | 2.900 | 0,13 | 0,3 | 0,01 |
| 11 Değirmencilik ürünleri, malt, nişasta vb. | 837 | 0,24 | 0,1 | 0 |
| 10 Hububat | 828 | 0,68 | 0,1 | 0 |
| 02 Et ve et ürünleri | 542 | 0,25 | 0,1 | 0 |
| 15 Hayvansal ve bitkisel yağlar | 415 | 0,03 | 0,04 | 0 |
| 22 Meşrubat, alkollü içkiler | 85 | 0,03 | 0,01 | 0 |



BAŞLICA İHRAÇ EDİLEN ÜRÜNLER

- Mandarinler(taze/kurutulmuş) **(131 milyon \$)**
- Limon(taze/kurutulmuş) **(96 milyon \$)**
- Üzüm (taze) **(87 milyon \$)**
- Şeftali (nektarın dahil) (taze) **(82 milyon \$)**
- Portakal (taze/kurutulmuş) **(61 milyon \$)**
- Vilking ve benzeri turunçgil melezleri **(60 milyon \$)**
- Ayçiçeği tohumu **(60 milyon \$)**
- Diğer meyveler (taze) **(43 milyon \$)**
- Domates (taze/soğutulmuş) **(39 milyon \$)**
- Elma (taze) **(37 milyon \$)**
- Kiraz (taze) **(37 milyon \$)**
- Greyfurt (taze/kurutulmuş) **(31 milyon \$)**
- Kayısı (zerdali dahil) (taze) **(21 milyon \$)**
- Çilek (taze) **(21 milyon \$)**
- Fındık (kabuksuz) **(20 milyon \$)**
- Balkabağı, kabak ve su kabağı **(20 milyon \$)**
- Deniz levreği; taze veya soğutulmuş **(17 milyon \$)**
- İzmaritgiller; taze veya soğutulmuş **(16 milyon \$)**
- Alabalıklar (taze/soğutulmuş) **(16 milyon \$)**
- Alabalıklar; dondurulmuş **(15 milyon \$)**



PAZARDA ÜRÜNLERİMİZ





PAZARDA ÜRÜNLERİMİZ





POTANSİYEL GIDA ÜRÜNLERİ MATRİSİ

| Sektör | GTİP | Potansiyel Ürün | Ülkenin Toplam İthalatı 2017 (milyon dolar) | Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2017 (milyon dolar) | Türkiye'nin Toplam İhracatı 2017 (milyon dolar) | Dünya İthalatında Ülkenin Payı 2017 (%) | Türkiye'nin Ülkeye İhracatındaki Değişim 2016- 2017 (%) | Ülkenin Toplam İthalatındaki Değişim 2016- 2017 (%) | Ülkenin İthalatında İlk 5 Ülke ve Pazar Payları 2017 (%) | Ülkenin İthalatta Uyguladığı Gümrük Vergisi Oranları (% ortalama) |
|--------------------------------|--------|---|---|---|---|---|---|---|--|--|
| Gıda Müstahzarları | 210690 | Gıda müstahzarları | 578,0 | 4,97 | 347,6 | 2 | 146,9 | 25,3 | Almanya (%28,5) ABD (%13,9) Macaristan (%5,7) Avusturya (%5,5) Fransa (%5) Türkiye (%1,2) | Almanya (%9,5) ABD (%9,5) Macaristan (%9,5) Avusturya (%9,5) Fransa (%9,5) Türkiye (%9,5) |
| Sebzeler | 070200 | Domates (taze/soğutulmuş) | 558,7 | 2,16 | 290,2 | 6 | 0 | 13,9 | Azerbaycan (%27,8) Çin (%24,3) Fas (%23,7) Beyaz Rusya (%10) İran (%2,2) Türkiye (%0,4) | Azerbaycan (%0) Çin (%9,4) Fas (%9,4) Beyaz Rusya (%0) İran (%9,4) Türkiye (%9,4) |
| Şekerli ve Çikolatalı Mamuller | 180690 | Diğer çikolata, kakao içeren gıda müstahzarları | 267,2 | 1,45 | 303,9 | 2 | 396,9 | 38,4 | Polonya (%23,7) Almanya (%23) İtalya (%14,7) Belçika (%6,7) Kazakistan (%5,7) Türkiye (%0,8) | Polonya (%5,9) Almanya (%5,9) İtalya (%5,9) Belçika (%5,9) Kazakistan (%0) Türkiye (%5,9) |
| Unlu Mamuller | 190590 | Bisküvi | 209,5 | 0,74 | 329,1 | 1 | 95,8 | 29,8 | Polonya (%27) Almanya (%22) İtalya (%14,3) Beyaz Rusya (%8,5) Belçika (%6,3) Türkiye (%0,4) | Polonya (%10,9) Almanya (%10,9) İtalya (%10,9) Beyaz Rusya (%0) Belçika (%10,9) Türkiye (%10,9) |



POTANSİYEL ÜRÜNLER

- Gıda müstahzarları
- Domates (taze/soğutulmuş)
- Çikolata, kakao içeren gıda müstahzarları
- Bisküvi
- Horoz ve tavukların parçalanmış et ve sakatları (dondurulmuş)
- Kakao içermeyen diğer şeker mamulleri
- Hazır diğer hayvan yemleri (perakende)
- Ayçiçeği tohumu
- Portakal (taze/kurutulmuş)
- Domates; diğer şekilde (sirke, asetik asitten başka şekilde konserve edilmiş)
- Limon ve tatlı limon (taze/kurutulmuş)
- Capsicum/pimenta cinsi meyveler (taze/soğutulmuş)
- Zeytin (sirke, asetik asitten başka şekilde konserve edilmiş) (dondurulmamış)
- Reçel, jöle, marmelat, meyve püresi ve pastları
- Elma suyu (diğerleri)
- Üzüm (taze)
- Kiraz (taze)
- Sular (tatlandırıcı, lezzetlendirilmiş) alkolsüz diğer içecekler
- (meyve suyu hariç)
- Saf zeytinyağı
- Tatlı bisküviler
- Elma (taze)
- Badem (kabuksuz)
- Peynirler
- Greyluft ve pomelo (taze/kurutulmuş)
- Kakao/çikolata içeren (doldurulmuş) diğer müstahzarlar
- Tavuk yumurtaları (Gallus domesticus türü); kuluçkalık
- Sebze ve meyve vs. (sirke, asetik asit/konserve edilmiş)
- Meyvaların suları
- Sebzeler; sebze karışımları (kurutulmuş)
- Süt, krema (toz, granül vs. katı yağ oranı %1, 5'ten az)
- Makarna; yumurtasız (pişirilmemiş)
- Kakao müstahzarları (kalıp/dilim/çubuk)-dondurulmamış
- Patates (sirke/asetik asitten başka şekilde hazır. konserve) (dondurulmuş)
- Taze peynir (olgunlaşmamış/sertleşmemiş) ve lor
- Fındık (kabuksuz)



İLLER BAZINDA İHRACAT

| İHRACAT | | 2016 | | 2017 | | 2018 | |
|---------|-------------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------------|------------|
| | | İHRACAT | | İHRACAT | | İHRACAT | |
| İl Kodu | İl Adı | Dolar Değeri | Firma Adet | Dolar Değeri | Firma Adet | Dolar Değeri | Firma Adet |
| 1 | ADANA (6) | 34.872.454 | 55 | 61.141.947 | 107 | 65.636.890 | 115 |
| 31 | HATAY (8) | 72.740.280 | 77 | 141.690.545 | 116 | 147.176.579 | 117 |
| 33 | MERSİN (2) | 97.133.350 | 96 | 154.241.352 | 146 | 168.743.923 | 159 |
| 80 | OSMANİYE | 5.208.098 | 2 | 166.252 | 2 | 876.288 | 5 |

| İTHALAT | | 2016 | | 2017 | | 2018 | |
|---------|-----------------|--------------|------------|---------------|------------|----------------------|------------|
| | | İTHALAT | | İTHALAT | | İTHALAT | |
| İl Kodu | İl Adı | Dolar Değeri | Firma Adet | Dolar Değeri | Firma Adet | Dolar Değeri | Firma Adet |
| 1 | ADANA | 60.790.006 | 57 | 53.424.343 | 41 | 81.623.628 | 49 |
| 31 | HATAY | 673.050.685 | 40 | 1.164.257.517 | 31 | 1.174.333.692 | 33 |
| 33 | MERSİN | 143.594.402 | 55 | 126.358.973 | 46 | 106.871.040 | 67 |
| 80 | OSMANİYE | 74.438.899 | 5 | 45.106.527 | 4 | 34.525.888 | 5 |

| MERSİN (Milyon \$) | ADANA (Milyon \$) | HATAY (Milyon \$) | OSMANİYE (Milyon \$) |
|--------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| 1.114 | 495 | 637 | 7 |



MEVZUAT

Gıda Sanayi Ürünleri İthalat Prosedürü (Başlıca Düzenleyici/Denetleyici Kurum ve Kuruluşlar)

Tarım Bakanlığı

Tarım sektörü ve gıda sanayini ilgilendiren konularda hükümet politikalarını uygulamak, ilgili mevzuatı düzenlemek ve uygulamak Tarım Bakanlığı'nın sorumluluğundadır. Tarım Bakanlığı aynı zamanda çiftlik ürünleri üretimi, ham maddeler, gıda üretim ve işlemenin yanı sıra gıda piyasasının ve tütün ürünlerinin dağıtım ve üretimini düzenler. İnternet adresi: <http://www.mcx.ru>

Federal Veterinerlik ve Bitki Sağlık Denetim Kurumu (Rosselhoznadzor)

Rosselhoznadzor, Rusya Tarım Bakanlığına bağlı Rusya Tarım Ürünleri Denetim Kurumu'dur. İnternet adresi: <http://www.fsvps.ru>

Tüketici Güvenliği Gözetim Kurumu (Rospotrebnadzor)

Rospotrebnadzor, tüketici haklarını ve vatandaşların korunmasını izler ve denetler. Tüketici haklarının korunması alanında kamu politikalarını ve mevzuatını düzenler. Sağlık yönergeleri ve epidemiyolojik yönergeler ile hijyenik kuralların onaylanması ve bunların gözetimi de Tüketici Güvenliği Gözetim Kurumu sorumluluğundadır.

Federal Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (Rosalkogolregulirovanie)

Kurumun görevi 2016 yılına kadar etil alkolün, alkol ürünleri ve alkol içeren ürünlerin üretim ve dağıtım alanında hükümet politikalarının ve yasal mevzuatın geliştirilmesi ve uygulanması olmuştur.



Rusya'da Ürün Güvenliği ve Kalite Açısından Belgelendirme

Rusya'da ürün sertifikalandırması, ürünün kalitesinin onaylanmasının resmi şekillerinden biridir. Ürün sertifikalandırma prosedürü, yaygın olarak izin verilen belgeler olan uygunluk sertifikası ve uygunluk beyanı gibi belgeleri kapsamaktadır. Rusya'da en fazla talep edilen/kullanılan sertifikalar/belgeler aşağıda yer almaktadır:

- GOST R (ГОСТ Р) Uygunluk Sertifikası
- Gümrük Birliği Uygunluk Sertifikası (EAC)
- GOST R (ГОСТ Р) Uygunluk Beyanı
- Gümrük Birliği Uygunluk Beyanı
- Devlet Kaydı Belgesi
- Yangın Emniyeti Belgesi

Uygunluk onayı, ürünlerin yasal ve tüketici karakteristikleri gereksinimlerine uygun olduğunu onaylamak için tasarlanmıştır. Rusya'da uygunluk onayı Rus ulusal düzenlemelerine ve Avrasya Ekonomik Birliği (AEB) mevzuatına dayanmaktadır. Uygunluk beyanı ve uygunluk sertifikası, eşit hukuki güce sahip olup tüm Rusya'da geçerlidir. Uygunluk onayı, Gümrük Birliği üyesi olan Rusya'da gönüllü ve zorunlu olabilmektedir.



DIŞ TİCARET POLİTİKASI

- DTÖ'ye üyelik (2012)
- **Rusya Federasyonu, Kazakistan ve Belarus** arasındaki **gümrük birliği** çerçevesinde 1 Ocak 2010 tarihi itibariyle bu üç ülke ortak gümrük tarifesi uygulamaktadır.
- 1 Ocak 2015 tarihi itibariyle Avrasya Ekonomik Birliği resmen kurulmuş olup, gümrük birliğine dahil olan **Rusya, Kazakistan ve Belarus'un** yanı sıra **Ermenistan** 2 Ocak 2015 tarihinde Avrasya Ekonomik Birliği üyesi olmuştur. **Kırgızistan** da 1 Mayıs 2015'te Avrasya Ekonomik Birliği'ne katılmıştır.
- **Sırbistan, Vietnam ve Gürcistan** ile **STA** bulunmaktadır.
- **Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT)** ile **STA** (12 Ülke)



İthalatta Uygulanan Vergiler

İthal mallar genel olarak üç çeşit vergiye tabidir:

- Gümrük vergileri
- KDV
- Bazı ürünlere uygulanmakta olan özel tüketim vergileri

İthalatta gümrük vergisi dışında uygulanan vergiler Katma Değer Vergisi ve Özel Tüketim Vergisidir. Uygulanan Katma Değer Vergisi oranı **%18'dir**.

Ancak, sınırlı temel gıda malları ile çocuklara yönelik gıda ve giysilerde uygulanan oran ise **%10'dur**. Özel tüketim vergisi ise lüks tüketim mallarına uygulanmaktadır.

Rusya'nın ithalatta uyguladığı vergilere ilişkin detay bilgilere (<http://www.alta.ru/taksa-online/en/>) adresinden ulaşılabilmektedir.



RUSYA GIDA ÜRÜNLERİNE UYGULANAN GÜMRÜK VERGİLERİ

| Fasıl | Ürün Grupları | Uygulanan Ort. İthalat Vergileri |
|-------|--|----------------------------------|
| 01 | Canlı hayvanlar | 3.2 |
| 02 | Etler ve yenilen sakatat | 27.3 |
| 03 | Balıklar, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar ve suda yaşayan diğer omurgasız hayvanlar | 3.7 |
| 04 | Süt ürünleri; yumurtalar; tabii bal; diğer yenilebilir hayvansal menşeli ürünler | 9.2 |
| 05 | Diğer hayvansal menşeli ürünler (kıl, kemik, boynuz, fildişi, mercan, bağırsak, vb.) | 4.4 |
| 07 | Yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular | 7.2 |
| 08 | Yenilen meyvalar ve yenilen sert kabuklu meyvalar; turunçgillerin ve kavunların ve karpuzların kabukları | 2.5 |
| 09 | Kahve, çay, paraguay çayı ve baharat | 1.7 |
| 10 | Hububat | 2.7 |
| 11 | Değirmencilik ürünleri; malt; nişasta; inülin; buğday glütenu | 5.8 |
| 12 | Yağlı tohum ve meyvalar; muhtelif tane, tohum ve meyvalar; sanayiide ve tıpta kullanılan bitkiler | 1.1 |
| 15 | Hayvansal ve bitkisel katı ve sıvı yağlar; yemeklik katı yağlar; hayvansal ve bitkisel mumlar | 6.2 |
| 16 | Et, balık, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar veya diğer su omurgasızlarının müstahzarları | 10 |
| 17 | Şeker ve şeker mamulleri | 17.5 |
| 18 | Kakao ve kakao müstahzarları | 3.2 |
| 19 | Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları; pastacılık ürünleri | 10.2 |
| 20 | Sebzeler, meyvalar, sert kabuklu meyvalar ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar | 6.2 |
| 21 | Yenilen çeşitli gıda müstahzarları (kahve hülusalari, çay hülusalari, mayalar, soslar, diyet mamaları, | 9.3 |
| 22 | Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke | 24.5 |



PAZAR ANALİZİ- AVANTAJLAR

- Ekonomik büyümeye paralel olarak artan alım gücü,
- Başta meyve (turunçgiller) olmak üzere bazı ürünlerde Türk mallarının pazarda hakim durumda olması,
- Türk malına yönelik herhangi bir olumsuz yargı bulunmaması,
- Pazarda çok sayıda Türk firmasının faaliyet gösteriyor olması,
- Her yıl çok sayıda Rus turistini ülkemizi ziyaret etmesi,
- Ülke televizyonlarında gösterilen Türk Dizileri,
- Hızlı tüketilen gıda mallarına yönelik ve otellerde kullanılmak üzere dökme gıda mallarına yönelik talebin artması,
- Tüketicilerin tasarruftan çok tüketim eğiliminde olması,
- Tüketici kitlesinin yeni kültür ve ürün çeşitlerine açık olması,
- Organize olmuş perakende market sisteminin yaygınlaşmaya başlaması,
- Kentsel yaşam tarzındaki değişimin yarı mamul ve hazır pişmiş ürünlere olan talebi artırması,
- Perakendecilerin müşterileri çekmek için yeni ürün tanıtımlarına açık olması,
- Pek çok perakende ürünün ithalat yoluyla karşılanması,
- Pazarda birçok ithalatçı firmanın var olması,
- TL-Ruble Anlaşması (Yerel paralarla ticaret),
- İstanbul- Moskova ve St. Petersburg arasında düzenli uçak seferlerinin olması,



PAZAR ANALİZİ-ZORLUKLAR

- Yakın ülkelerin pazardaki etkinliği,
- Üretimin artırılması ve iç üretimin korunması için bazı ürünlerde yüksek gümrük vergileri uygulanması,
- Gümrük prosedürlerinin karmaşık olması ve uzun sürmesi ve buna bağlı olarak ürün teslimatında gecikmeler olması,
- Ürün analizlerine ilişkin süreçlerin zorlu ve uzun süreli olması,
- Lojistik konusunda yaşanan sıkıntılar, (doğrudan varış noktası olmaması, varış noktaları arasındaki mesafe uzunluğu gibi),
- Meyve ve sebze, bazı kuru meyveler ve sert kabuklu meyveler, balıklar haricindeki Türk mallarının pazarda yeterli payının bulunmaması,
- Son yıllarda yapılan yeni düzenlemelerle ürün kalitesi denetiminin giderek daha da artması,
- Pazardaki standartlar ve düzenlemelerin karmaşık ve zaman zaman belirsiz olması,
- Belgelendirme ve vergilendirme sisteminin değişken olması,
- Geri dönecek ürünler için anlaşma gereksinimi,
- Kiraların ve reklam tanıtım giderlerinin çok yüksek olması,
- Ülkede İngilizce dilinin yaygın olarak kullanılmaması,
- Yerli üreticilerin hızlı gelişiminin benzer ürünlerin ithalatı için zorlu bir rekabet ortamı oluşturması,
- Türk gıda maddelerinin birkaç ürün dışında bilinmemesi,
- Pazarda giderek artan yoğun rekabet,
- Güvenilir bir distribütör bulma zorluğu,
- Rekabetçi fiyatlar,
- Pazardaki ürün talebinde süreklilik olmaması,
- Ertelenen ödemeler,
- Pazara yönelik sistematik çalışmaların yürütülmemesi nedeni ile pazara girişin zorlaşması,
- Tüketicilerin zevk ve alışkanlıklarının çok çabuk değişmesi nedeni ile pazarlamada reklam ve tanıtım zorunluluğudur.



FIRSATLAR

- Rusya ekonomisinin durgunluktan çıkmaya başlaması ile gıda harcamaları yükselmeye devam edecek ve halen 26 milyar dolar büyüklüğü olan ithalat pazarının bulunması,
- Son yıllarda Rusya'nın 3. ülkelere uygulamakta olduğu gıda ürünleri ithalat yasaklarının ülkemiz için bazı fırsatlar yaratacağı düşünülüyor olsa bile, bu durumun yaşanan konjonktürel gelişmeler nedeniyle, yeterince değerlendirilememesi,
- Perakende gıda sektörünün halen doygunluk noktasına ulaşmaması,
- Kolay depolama ve uzun raf ömrü olan gıda ürünleri, modern tüketici ve perakende zincirlerinin daha çok ilgisini çekmeye başlaması,
- Ambalaj tasarımlarındaki çeşitlilik, en hızlı ve en ucuz farklılaşma yöntemi olarak ortaya çıkması,
- Pazara uygun fiyatlı ürünlerle girmek en kolay izlenebilecek yöntem olarak ortaya çıkması,
- Tüketicilerin satın alma kararlarında da etkin olan fiyat, kalite dengesinin çok iyi oluşturulduğu ambalajlı Türk gıda ürünlerinde pazarda daha etkin oluna bilineceği,
- Gıda işleme ekipmanı, sera işleme ekipmanı, ambalaj, tohum gibi sektörler



ÖNERİLER

- Rusya genelinde çok büyük bölgesel farklılıklar bulunmakta, her bölge için detaylı pazar araştırması yaparak, **Rus tüketicisinin ihtiyaçları belirlenmelidir.**
- Moskova ve St. Petersburg, Rusya'nın en büyük ve gelir düzeyi yüksek şehirleridir. Bu şehirlerde satın alma gücü ve buna bağlı olarak rekabet de yüksektir. İyi planlanmış **bir pazara giriş stratejisi** oluşturulmalıdır.
- Rusya'nın iş ortamı, yüksek düzeyde bürokrasi ve gümrüklerde ortaya çıkan sorunlar nedeniyle karmaşıktır. Bu nedenle, pazar şartlarına aşina olan **profesyonel ve güvenilir yerel iş ortaklarıyla** çalışılmalıdır.
- Pazarda birden fazla bölgeyi hedefleyen firmalar birden fazla dağıtım ağı kullanmaktadırlar. **Distribütör veya herhangi bir dağıtım ağı seçerken, distribütörlerin geçmiş başarısı, mevcut dağıtım ağı ve depolama tesislerinin** kapsamı önceden belirlenmelidir.
- Pazarda tüketicinin marka bilinirliği arttığından, ürün konumlandırma ve tutundurma çalışmaları için **pazarlama ve tanıtım** çok önemlidir. **Yerel medya ajansları kullanılmalı, sektörel yayınlara reklam verilmeli ve gıda fuarlarına katılım** sağlanmalıdır.
- Tüketici gıda alışverişlerinde daha fiyat odaklı ve tutumlu olma eğilimindedir. Tüketim zincirinin ürün karması değişmeye başlamış ve daha **ucuz ürünler daha popüler** duruma gelmiştir. Bu nedenle **özel etiketli ürünler perakendeciler** arasında yaygın olmaya başlamıştır. Pazara **kendi markaları ile girmeyen üreticiler için özel etiketleme ile giriş** alternatif olarak düşünülmelidir.
- Rus tüketiciler arasında satın alma kararlarında etkin olabilmek için **fiyat, kalite, ambalaj** dengesi çok iyi oluşturulmalıdır.
- Pazarda uzun vadeli kararlılık gösterilmeli, **ürün ve firma imajı** birbirini çok iyi tamamlamalıdır.



FUARLARA KATILIM

- Pazarda düzenlenen fuarlara <http://expoforum-center.ru/en/> web sayfasından ulaşılabilmektedir.
- Rusya'da düzenlenen gıda fuarlarının en büyük ölçekli olanları Moskova'da düzenlenmektedir. Moskova'da düzenlenen uluslararası gıda ürünleri fuarlarının başlıcaları, Prodexpo ve World Food Moscow'dur.
- St. Petersburg'da gıda ürünleri konusunda düzenlenen önemli uluslararası fuarlar, Peterfood, Interfood ve Agrosrus'tur.



TİCARİ BAĞLANTILARIN KURULMASI

Rusya'da faaliyet gösteren bir firmanın gerçekten var olup olmadığı, kayıtlı adresi, ortakları, şirketi temsil etmeye yetkili kişilerin bilgileri, vergi numarası, firmanın türü, şirketin tescil tarihi (kuruluş tarihi), kuruluş sermayesi gibi bilgilere Rusya Federasyonu Federal Vergi İdaresi Başkanlığının internet sitesinde (<https://egrul.nalog.ru/>) yer alan veri tabanında arama yapılarak ulaşılabilmektedir.

Söz konusu veritabanında;

1. Tüzel Kişiler (sermaye şirketleri)
2. Bireysel Girişimciler (Adi şirketler) ve Çiftlikler

olmak üzere iki kategori üzerinden arama yapılabilmektedir.

Pazardaki distribütör ve ithalatçılara hem Bakanlığımızın ülkedeki Müşavirlik ve Ataşeliklerinden hem de ilgili ürünün GTİP numarasını bildirerek ihrticari@ticaret.gov.tr adresinden temin edebilirsiniz.



ÖDEME ŞEKLİ

- Rusya pazarına ihracat yapan şirketlerimizin, mal bedelini garanti altına alacak ödeme şekillerini (akreditifli ödeme) tercih etmeleri uygun olacaktır.
- Ticari sözleşmelerde anlaşmazlıklara ilişkin çözüm yollarının belirtilmesine özen gösterilmelidir.
- Pazarda kurulan yabancı şirketler ve temsilcilikler/şubeler bankalarda, yerel ve yabancı para cinsinden hesap açtırabilmektedir.
- Ülkede faaliyette bulunan Türk bankaları da firmalarımız tarafından tercih edilebilmektedir.
- Hâlihazırda, Rusya ile fiili olarak milli para birimleri üzerinden işlem gerçekleştirilmektedir. Ancak milli paralarla ticaret rakamları henüz istenilen seviyeye ulaşamamıştır.



TAŐIMACILIK

➤ Türkiye'den Rusya'ya ihraç edilen ürünlerin;

% 47,7'si karayolu,
% 45,25'i denizyolu,
% 5,5'i havayolu

➤ Rusya'dan ithal edilen ürünlerin taŐınmasında ise % 69,22 oranında denizyolu, % 28,9 oranında ise diğer (boru hattı) yollar kullanılmaktadır.

➤ Halihazırda 9.000 geçiŐ belgesi ve 1.500 ilave belge kotası bulunmaktadır.



FAYDALI LİNKLER

- Rusya Ekonomik Kalkınma Bakanlığı (<http://economy.gov.ru/en/home/>)
- Türkiye Cumhuriyeti Moskova Büyükelçiliği (<http://moskova.be.mfa.gov.tr/Mission>)
- Rusya Tarım Bakanlığı (<http://www.mcx.ru>)
- Rusya Federal Veterinerlik ve Bitki Sağlık Denetim Kurumu (Rosselkhoznadzor) (<http://www.fsvps.ru>)
- İthalatta Uygulanan Vergiler (<http://www.alta.ru/taksa-online/en/>)
- Rusya Federal Gümrük Servisi (<http://eng.customs.ru/>)
- Rusya Federal Teknik Düzenlemeler ve Metroloji Ajansı (<https://www.gost.ru>)
- Rusya Merkez Bankası (<https://www.cbr.ru/eng/>)
- Rusya Federal İstatistik Servisi (http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/en/main/)



FAYDALI LİNKLER

- Ticaret Bakanlığı web sitesi: <https://www.ticaret.gov.tr/>
- Ticaret Bakanlığı destekleri için: kolaydestek.gov.tr
- Ticaret Bakanlığı destekleri kapsamındaki yurtdışı fuarlar için: <https://ticaret.gov.tr/ihracat/fuarlar>
- Ticaret Bakanlığı yurtdışı teşkilatı: <https://www.ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati>
- Ticaret Bakanlığı ihracat iletişim noktası: 0850 808 04 04 telefon hattı ve ihrticari@ticaret.gov.tr
- Ticaret Bakanlığı uzmana danışın uygulaması: <http://uzmanadanisin.ticaret.gov.tr>
- Dış Ticaret İstatistikleri için <http://www.trademap.org>



TİCARET MÜŞAVİRİNE DANIŞIN

Moskova Ticaret Müşavirliği

Tel: +7 (499) 246 29 89, +7 (499) 246 39 89, +7 (499) 246 14 89

Faks: +7 (499) 246 49 89

E-posta: moskova@ekonomi.gov.tr

Kazan Ticaret Ataşeliği

Tel: +7 (843) 238 24 27, +7 (843) 299 53 17

Faks: +7 (843) 264 46 40

E-posta: kazan@ekonomi.gov.tr

Novorossisk Ticaret Ataşeliği

Tel: +7 (861) 764 44 23

Faks: +7 (861) 764 26 07

E-posta: novorossisk@ekonomi.gov.tr

St. Petersburg Ticaret Ataşeliği

Tel: +7 812 271 25 90, +7 812 271 30 14

Faks: +7 812 577 42 90

E-Posta : petersburg@ekonomi.gov.tr



İlginize teşekkür ederiz.

**Songül BEKTAŞOĞLU
Dilek DOĞRUER**

**Dış Temsilcilikler ve Uluslararası Etkinlikler Genel Müdürlüğü
Dış Pazar Analizleri Dairesi
bektasoglus@ticaret.gov.tr
dogruerd@ticaret.gov.tr**

