



SUUDİ ARABİSTAN



HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih: Ekim 2025

Raporu Hazırlayan: Cidde Ticaret Ataşeliği

1. Ülke Pazarında Hazır Giyim Sektörü.....	3
1.1 İlgili Sektörde Üretim	3
1.2 Ortalama Üretici Fiyatları	4
1.3 İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler	5
1.4 Sektörde Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi.....	6
2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti.....	8
2.1 Sektörde Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke	8
2.2 Sektörde Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke	8
2.3 Sektörde Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün) ..	9
2.4 Sektörde Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün)	10
3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar).....	12
3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (\$)	12
3.2 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (ton)*	14
4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş	15
4.1 Sektör 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	18
4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler.....	19
4.4 Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu var mıdır? Varsa yetkilendirilmiş gözetim şirketleri hangileridir?	21
4.5 Sektördeki Önemli Fuarlar (milli katılım olup olmadığı) ve Tarihleri	23
4.6 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri	24
4.7 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler	24
4.8 Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi.....	26
4.9 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler	27
4.10 Sektörde Standartlar	27
4.11 Sektörde Etiketleme	29
4.12 Sektörde Ambalajlama	30
4.13 Lojistik	30
4.14 Dağıtım Kanalları.....	31
4.15 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat).....	32
4.15.1 Ülkedeki Pazaryerleri.....	32
4.15.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.	32
4.15.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları	33
4.15.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri	34
4.15.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler	35

4.15.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri (Hızlı kargo ve sipariş karşılama hizmetleri (fulfillment) sunan firmalar v.b.)	36
4.16 Tanıtım ve Pazarlama.....	36
4.17 Sektörde Vergiler	38
4.18 Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller	38
5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar	39
6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler	40
7. Sektörde İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler	41
8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar	41
9. Genel Değerlendirme	42
10. Yararlı Adresler.....	42
11. Kaynakça.....	42

1. Ülke Pazarında Hazır Giyim Sektörü

1.1 İlgili Sektörde Üretim

Suudi Arabistan’da hazır giyim sektör büyüklüğü 2024 tahminlerine göre **~18,3 milyar ABD Dolarına** ulaşmıştır. 2025–2032 Yıllık Bileşik Büyüme Oranı beklentisi **%5 civarlarındadır**. Kişi başı moda/perakende harcaması **~800 ABD Doları** seviyesinde olup Vision 2030 perakende dönüşümü, genç nüfus ve turizm artışı talebi desteklemektedir.

Suudi Arabistan’ın hazır giyim sektörü, ülkenin ekonomik çeşitlendirme politikaları (Vision 2030) doğrultusunda hızla gelişen fakat hâlâ büyük oranda ithalata dayalı bir yapı göstermektedir. Aşağıda bu sektörün genel durumu, üretim merkezleri ve tüketici tercihleri özetlenmiştir:

İthalat ağırlıklı pazar: Ülkede giyim ürünlerinin %85’ten fazlası ithalat yoluyla temin edilmektedir. En çok ithalat yapılan ülkeler Çin, Bangladeş, Türkiye, Hindistan ve Vietnam’dır.

Yerli üretim sınırlılığı: Yerli üretim genellikle üniforma, iş kıyafeti, abaya ve geleneksel giysiler gibi niş alanlarla sınırlıdır.

Kadın istihdamındaki artış: Vision 2030 ile kadınların iş gücüne katılımı yükseldikçe, kadın hazır giyim segmentinde talep de artmaktadır.

Ülkede hazır giyim sektörünün üretiminin yoğunlaştığı bölgeler, giyim türüne göre de farklılaşmıştır. Cidde ve Riyad yerli konfeksiyon ve atölye tipi üretimin en yoğun olduğu şehirler olmakla birlikte Dammam ve genel olarak Doğu Bölgesi endüstriyel tekstil, iş elbiseleri ve özel siparişli giyim ürünlerinin yoğunlaştığı bölgelerdir. Yanbu ve KAEC (King Abdullah Economic City)’te de bazı uluslararası firmaların üretim ve dağıtım merkezleri kurulmuştur.

Bununla birlikte, düşük maliyetli üretim Asya’ya kıyasla rekabetçi değildir; bu nedenle Suudi üreticiler genellikle **yüksek kaliteli, sınırlı sayıda, yerel zevklere hitap eden** ürünlere yönelmiştir. Tüketici tercihleri bağlamında marka ve kalite odaklı tüketim Suudi tüketicilerin önem verdiği unsurlardır. Genellikle uluslararası markaları tercih etmekle ülkede Zara, H&M, Mango, Nike, Adidas, Bershka gibi uluslararası markaların tüketimi yaygındır.

Ülkede kültürel muhafazakârlık etkisi egemendir, bu kapsamda geleneksel giyim (abaya, thobe vb.) ile modern tasarımlar harmanlanmaktadır. Özellikle “modest fashion” (mütevazı moda) trendi güçlüdür.

Diğer yandan **pazar e-ticaret ile de hızla büyümektedir**. Pandemi sonrası online alışverişteki hızlanma hazır giyim sektörünü de etkilemiş, çevrimiçi mağazalar olan Namshi, Noon, Ounass ve Shein gibi platformlar öne çıkmıştır.

Lüks segmente de talep yüksek olup Riyad ve Cidde gibi şehirlerde dünyaca ünlü lüks markalar fiziksel mağazalarıyla mevcut olup aynı zamanda butik tasarımcılar da güçlü bir varlık göstermektedir.

35 yaş altı nüfusun %60'tan fazla bir orana geldiği ülkede **fast fashion ve spor giyim** kategorileri de hızla büyümektedir.

Sektörün eğilimleri ve fırsatları anlamında kadın modası ve “modest fashion” alanında yerel tasarımcıların hızla çoğaldığı, fiyat-kalite dengesi ve moda uyumu açısından Suudi tüketicilerin gözünde Türkiye’nin ve Türk ürünlerinin avantajlı konumda olduğu değerlendirilmekte, e-ticaret ve sosyal medyanın da, özellikle Instagram ve Snapchat gibi yaygın uygulamaların sektördeki ana pazarlama kanalı hâline geldiği görülmektedir.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Suudi Arabistan’da yerli üretimin az olması nedeniyle, “yerli üretici fiyatı” kavramı ithal girdilere ve işçilik maliyetine bağlı olarak şekillenmektedir. Genel olarak ortalama üretici fiyatları, Orta Doğu’daki diğer ülkelere kıyasla %15–30 daha yüksek seviyededir. Bunun temel nedeni, yüksek iş gücü maliyeti, enerji dışı girdilerin ithalatına bağımlılık ve küçük ölçekli üretim yapısıdır.

Tablo 1. Ortalama üretici fiyatları

Ürün Grubu	Ortalama Üretici Fiyatı (USD/adet veya eşdeğer)	Not
Erkek Gömlek	12–18 USD	Yüksek kalite ve ithal kumaş ağırlıklı
Kadın Elbise	25–45 USD	Yerel üretim sınırlı, butik atölyelerde üretim
Abaya (Kadın Dış Giyim)	40–80 USD	Yerli üretimin en güçlü alanı
Erkek Thobe	25–50 USD	Kısmen yerli üretim, ithal kumaş kullanımı yaygın
Tişört	8–12 USD	Genellikle ithal edilmekte veya fason üretilmektedir
İş Kıyafetleri / Üniformalar	20–30 USD	Kamu ve özel sektör siparişleri için üretim

Kaynaklar: Suudi İstatistik Otoritesi (GASTAT) 2024 verileri, yerel ticaret odaları, ve özel sektör üreticileriyle yapılan saha gözlemleri.

Fiyatları etkileyen faktörlere bakılacak olursa, başta işgücü maliyetinin geldiği görülebilmektedir. Suudi Arabistan’da tekstil işçiliği büyük ölçüde yabancı işçiler tarafından yapılmaktadır. Ortalama aylık ücret 1.800-2.500 SAR (**500–700 ABD Doları**) olup bu da düşük

ölçekli üreticilerin rekabet gücünü zayıflatmaktadır. Kumaş ve aksesuar ithalatına bağımlılık nedeniyle ağırlıklı Çin, Hindistan ve Türkiye’den ithal edilen kumaşlar, maliyetlerin yaklaşık %50–60’ını oluşturmaktadır.

Bir diğer etmen üretim ölçeğidir. Yerli üreticiler genelde küçük atölyeler düzeyinde olduğundan ölçek ekonomisi avantajı bulunmamaktadır. Enerji ve lojistik maliyetleri açısından ise enerji maliyeti düşük olsa da (özellikle sanayi elektriği), iç lojistik ve kira maliyetleri görece yüksek durumdadır.

Sektörün son trendleri olarak yerli tasarımcıların “premium abaya” ve “modest fashion” segmentlerinde yüksek marjlı butik üretimlere yönelmesi ve Vision 2030 kapsamında yürütülen “Made in Saudi” programı, üretici fiyatlarını uzun vadede düşürmeyi ve rekabetçiliği artırmayı hedeflemektedir. Bunun yanı sıra bazı büyük markalar (örneğin Leem, Femi9) yerel üretimi artırarak 20–25% maliyet düşüşü sağlamaya başlamıştır.

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

Suudi Arabistan’da hazır giyim alanında yerli üretici firmalar ve sektörel örgütlenme yapısı sınırlı olsa da, bazı önemli aktörler ve kurumlar mevcuttur. Üretim genellikle küçük ve orta ölçekli atölyeler, yerel markalar ve devlete bağlı sanayi kümelenmeleri etrafında toplanmıştır.

Büyük yerli üreticiler ve markalardan bazıları aşağıda gösterilmektedir.

Leem (Fawaz Al Hokair Group): Kadın hazır giyim markası; modern ve “modest fashion” çizgisinde yerli üretim yapmaktadır. Üretimin bir kısmı Riyad’da, bir kısmı ise fason olarak Ürdün ve Türkiye’de yapılmaktadır.

Femi9 (Azadea Group): Suudi merkezli, kadın modasında önde gelen markalardan biri konumunda olup yerli tasarım ekibine sahiptir. Üretim kısmen Cidde ve Dammam’daki atölyelerde yapılmaktadır.

Nukhbaa, Kashkha, The Abaya Factory: Abaya ve geleneksel kadın dış giyiminde öne çıkan üreticilerdendir. Üretimleri genellikle yerel (Cidde ve Mekke çevresi) atölyelerde gerçekleştirilmektedir.

Saudi Uniforms Co. / Al Jazeera Garment Factory: İş elbiseleri, üniforma ve endüstriyel tekstil üretiminde aktif firmalardır. Savunma, petrol ve inşaat sektörlerine yönelik toplu üretim yapmaktadır.

Lomar Thobe: Erkek giyimde yenilikçi “thobe” tasarımlarıyla bilinir. Üretim tesisleri Riyad’da olup “modern Suudi tarzı” ile yerli üretimin en başarılı örneklerinden biridir.

Birlik ve dernekler olarak aşağıda önde gelen bazı kuruluşlar belirtilmiştir:

Suudi Tekstil ve Hazır Giyim Üreticileri Komitesi (Saudi Textile and Garment Manufacturing Committee)

Suudi Ticaret Odaları Federasyonu (Federation of Saudi Chambers) bünyesinde yer alan komite tekstil ve konfeksiyon üreticilerini temsil etmekte, ithalat düzenlemeleri ve yerli üretim teşvikleri konusunda danışmanlık yapmaktadır.

Suudi Moda Komisyonu (Saudi Fashion Commission)

Kültür Bakanlığı'na bağlı olan komisyon Vision 2030 çerçevesinde 2020 yılında kurulmuş ve yerli moda tasarımcılarını desteklemek, üretim kalitesini artırmak ve Suui markalarını uluslararası pazarlara taşımak amaçlanmıştır.

Ayrıca “Saudi 100 Brands” adlı programla yerli üreticilerin global moda haftalarına katılımını sağlamaktadır.

Suudi Sanayi Bölgeleri Kurumu (Saudi Authority for Industrial Cities - MODON)

Sanayi bölgelerinde tekstil ve hazır giyim yatırımları için altyapı sağlamaktadır. Yanbu, Riyad ve Cidde'deki sanayi bölgelerinde bazı küçük ölçekli hazır giyim üretim tesisleri bulunmaktadır.

Sektördeki yerli üreticiler, hâlen pazarın yalnızca %10–15'lik kısmını karşılayabilmektedir. Ayrıca Suudi devlet politikası, yerli üreticileri “modest fashion” ve “premium abaya” segmentlerinde markalaşmaya da yönlendirmektedir.

Bununla birlikte Türk üreticiler, teknik kapasite ve koleksiyon çeşitliliği açısından bu yerli firmalara fason üretim ve işbirliği fırsatları sunmaktadır.

1.4 Sektörde Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Suudi Arabistan hazır giyim sektöründe perakende ve toptan satış yapısı, ülkenin yüksek tüketim kapasitesi, ithalat ağırlıklı ürün tedariki ve hızla dijitalleşen perakende piyasası çerçevesinde şekillenmektedir. Aşağıda sektöre ilişkin başlıca hususlar yer almaktadır.

Öncelikle perakende satışlar için aşağıdaki hususlar öne çıkmaktadır:

Pazarın genel yapısı itibariyle hazır giyim perakende satışları, büyük ölçüde ithal ürünlerden oluşmaktadır. Yerli üretimin payı %15'in altındadır.

Modern perakende zincirleri olarak Alhokair Group, Landmark Arabia (Centrepont, Max), Azadea Group, Apparel Group gibi büyük dağıtıcı firmalar pazara hâkimdir. Bu firmalar hem uluslararası markaların franchise'larını yürütmekte hem de kendi markalarını işletmektedir.

Uluslararası markaların ağırlığının bulunduğu pazarda, Zara, H&M, Mango, Bershka, Adidas, Nike, Calvin Klein, Levi's ve benzeri markalar büyük şehirlerdeki alışveriş merkezlerinde yaygın olarak faaliyet göstermektedir.

Lüks segment denilebilecek Riyad ve Cidde'de Harvey Nichols, Rubaiyat, Level Shoes gibi mağazalar ile Chanel, Dior, Gucci gibi markalar fiziksel mağaza düzeyinde temsil edilmektedir.

E-ticaretin ülke sathında yaygın olmasıyla hazır giyim perakendesinde internet satışlarının payı hızla yükselmiştir. Namshi, Noon, Ounass, Shein, Amazon.sa ve Max Fashion çevrim içi satışlarda önde gelen platformlardır.

Tüketici eğilimlerinin şekillendirdiği pazarda genç nüfusun yüksek oranı nedeniyle "fast fashion", spor giyim ve mütevazı moda (modest fashion) segmentleri öne çıkmaktadır. Kadınların iş gücüne ve sosyal yaşama katılımı arttıkça kadın giyim talebi genişlemektedir.

Ülke genelinde satışlar ağırlıklı olarak alışveriş merkezlerinde yoğunlaşmıştır. Bağımsız butiklerin oranı düşüktür. Alışveriş merkezleri genellikle hafta sonu yoğunluğu yüksek olan sosyal alanlar olarak işlev görmektedir.

Toptan satışlar için ise aşağıdaki değerlendirmeler önem kazanmaktadır:

Özellikle dağıtım yapısı bakımından ülkedeki toptan ticaretin önemli bölümünün ithalatçılar üzerinden yürütüldüğü bilinmelidir. İthalatçılar da genellikle Çin, Türkiye, Hindistan ve Bangladeş'ten ürün temin eden firmalardan oluşmaktadır.

Toptan satış için bölgesel merkezler öne çıkmakta olup başlıcaları aşağıdaki gibidir:

Cidde: Batı bölgesinin (Hicaz) en önemli toptan ticaret merkezidir. Abaya, dış giyim, çocuk giyimi ve ithal konfeksiyon ürünlerinin yoğunlaştığı noktadır.

Riyad: Ülke geneline dağıtım yapan ithalatçı ve toptancı firmaların merkezi konumunda olup büyük depolar ve dağıtım kanallarının şehridir.

Dammam: Doğu bölgesi ve Körfez ülkelerine yapılan ikincil satışlar için lojistik avantaj noktası durumundadır.

Toptancı profiline bakılacak olursa pazarın önemli bölümü aile şirketlerinden oluşmakta, bu firmalar genellikle Asya'dan ithal ettikleri ürünleri perakendecilere veya yerel butiklere toptan olarak satmaktadır.

Toptancı piyasasında Türk ürünlerinin konumu ise özellikle hazır giyim ürünlerimiz, Çin menşeli mallara kıyasla daha yüksek kalite ve moda uyumu nedeniyle orta-üst segment toptancılar tarafından tercih edilmektedir.

Özet olarak hazır giyim sektöründe perakende kanallarının son dönemde hızla modernleştiği, toptan ticaretin hâlen geleneksel yöntemlerle yürütülmesine rağmen büyük toptancıların da dijital sipariş sistemlerine geçmeye başladığı bilinmektedir. E-ticaretin ve sosyal medya destekli satış modellerinin yaygınlaşması, Türk ihracatçıları açısından doğrudan tüketiciye erişim fırsatı oluşturmaktadır.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

Ülkenin hazır giyim sektörünün büyük oranda ithalata bağımlı olduğu yukarıda belirtilmişti. Bununla birlikte ülkenin ihracatı da mevcut olup aşağıda ülke temelli bir sıralama yer almaktadır. İthalat gündelik giyimde ön plandayken ihracatta ise koruyucu giysi ve benzeri iş kıyafeti temelinde kalemler öne çıkmaktadır.

2.1 Sektörde Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$)▼	Miktar* (ton/kg...)	Oran (%)▼ (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Çin	1992,3 Mn	-	49%
2	Hindistan	550,5 Mn	-	13%
3	Bangladeş	332,1 Mn	-	8%
4	Türkiye	175,0 Mn	-	4%
5	İtalya	133,4 Mn	-	3%
6	Hong Kong	130,7 Mn	-	3%
7	Vietnam	98,8 Mn	-	2%
8	Pakistan	94,4 Mn	-	2%
9	Kamboçya	69,7 Mn	-	2%
10	BAE	66,8 Mn	-	2%

Kaynak: trademap.org

2.2 Sektörde Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$)▼	Miktar (ton/kg...)	* Oran (%)▼ (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	BAE	49,2 Mn	-	27%
2	Çin	39,0 Mn	-	21%
3	Bahreyn	21,2 Mn	-	12%
4	Kuveyt	14,4 Mn	-	8%

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$)▼	Miktar (ton/kg...) *	Oran (%)▼ (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
5	Yemen	13,0 Mn	-	7%
6	İtalya	9,2 Mn	-	5%
7	Katar	6,9 Mn	-	4%
8	İspanya	4,0 Mn	-	2%
9	Umman	3,2 Mn	-	2%
10	Türkiye	3,0 Mn	-	2%

Kaynak: trademap.org

2.3 Sektörde Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (\$)▼	Türkiye'd en İthalatı (\$)	Türkiye'd en İthalatının Payı (%)
1	'620442	Kadın veya kız çocuklarının pamuklu elbiseleri (örgü veya tığ işi olanlar ve kombinezonlar hariç)	502,5 Mn	5,2 Mn	%1,0
2	'610910	Pamuklu tişörtler, atletler ve diğer yelekler, örme veya tığ işi	360,2 Mn	15,6 Mn	%4,3
3	'620443	Kadın veya kız çocukları için sentetik elyaftan elbiseler (örgü veya tığ işi olanlar ve kombinezonlar hariç)	195,9 Mn	11,9 Mn	%6,1
4	'620342	Erkek veya erkek çocuk pantolonları, salopet ve üst önlüklü tulumlar, pantolonlar ve şortlar, pamuktan (örme veya tığ işi olanlar, külotlar ve mayolar hariç)	118,7 Mn	2,0 Mn	%1,7
5	'621133	Erkek veya erkek çocukları için eşofman takımları ve diğer giysiler, suni elyaftan olanlar (örgü veya tığ işi olanlar hariç)	110,5 Mn	0,9 Mn	%0,8
6	'611120	Bebek giysileri ve pamuklu örme veya tığ işi giyim aksesuarları (şapkalar hariç)	107,2 Mn	1,2 Mn	%1,1
7	'610990	Örme veya tığ işi tekstil malzemelerinden tişörtler, atletler ve diğer yelekler (pamuklu hariç)	103,1 Mn	11,3 Mn	%10,9

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (\$) ▼	Türkiye'd en İthalatı (\$)	Türkiye'd en İthalatının Payı (%)
8	'620329	Erkek veya erkek çocuk takımları (pamuk veya sentetik elyaftan, örme veya tığ işi, kayak takımları ve mayolar hariç)	84,1 Mn	2,4 Mn	%2,8
9	'620449	Kadın veya kız çocukları için tekstil malzemelerinden elbiseler (yün, ince hayvan kılı, pamuk veya sentetik elyaftan olanlar, örme veya tığ işi olanlar ve kombinezonlar hariç)	83,6 Mn	10,8 Mn	%12,9
10	'611020	Pamuktan örme veya tığ işi kazaklar, hırkalar, yelekler ve benzeri eşyalar (pamuklu yelekler hariç)	79,7 Mn	5,6 Mn	%7,1

Kaynak: trademap.org

2.4 Sektörde Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

	Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İhracat Değeri (\$) ▼	Türkiye'ye İhracatı (\$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
1	'621790	Her türlü tekstil malzemesinden yapılmış giyim eşyalarının veya giyim aksesuarlarının parçaları (örgü veya tığ işi hariç)	23,5 Mn	0,0 Mn	%0,0
2	'611490	Tekstil malzemelerinden, örme veya tığ işi (pamuk ve sentetik elyaftan olanlar hariç) profesyonel, sportif veya diğer amaçlar için özel giysiler	17,5 Mn	0,0 Mn	%0,0

	Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İhracat Değeri (\$) ▼	Türkiye'ye İhracatı (\$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
3	'621010	Keçe veya dokusuz kumaşlardan yapılmış giysiler, emdirilmiş, kaplanmış, kaplanmış veya lamine edilmiş olsun veya olmasın (bebek giysileri ve giyim aksesuarları hariç)	14,4 Mn	0,0 Mn	%0,0
4	'610821	Kadınlar veya kız çocukları için pamuklu, örme veya tığ işi külotlar ve külotlar	12,6 Mn	0,0 Mn	%0,0
5	'621143	<u>Kadın</u> veya kız çocukları için eşofman takımları ve diğer giysiler, suni elyaftan olanlar (örgü veya tığ işi olanlar hariç)	8,6 Mn	0,0 Mn	%0,0
6	'621132	Erkek veya erkek çocukları için eşofman takımları ve diğer giysiler, pamuktan olanlar (örgü veya tığ işi olanlar hariç)	5,7 Mn	0,0 Mn	%0,0
7	'621710	Her türlü tekstil malzemesinden yapılmış hazır giyim aksesuarları (örgü veya tığ işi hariç)	5,3 Mn	0,3 Mn	%5,1
8	'611430	İnsan yapımı elyaftan örme veya tığ işi, profesyonel, sportif veya diğer amaçlar için özel giysiler	4,9 Mn	0,0 Mn	%0,0
9	'611120	Bebek giysileri ve pamuklu örme veya tığ işi giyim aksesuarları (şapkalar hariç)	4,6 Mn	0,0 Mn	%0,0
10	'610910	Pamuklu tişörtler, atletler ve diğer yelekler, örme veya tığ işi	4,2 Mn	0,0 Mn	%0,0

Kaynak: trademap.org

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (\$)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024 ▼
1	620443	Kadın veya kız çocukları için sentetik elyaftan elbiseler (örgü veya tığ işi olanlar ve kombinezonlar hariç)	9,6 Mn	1,3 Mn	4,5 Mn	16,2 Mn	28,8 Mn
2	610910	Pamuklu tişörtler, atletler ve diğer yelekler, örme veya tığ işi	20,3 Mn	1,0 Mn	7,3 Mn	13,5 Mn	23,1 Mn
3	620422	Kadın veya kız çocuklarına yönelik pamuklu takımlar (örgü veya tığ işi olanlar, kayak tulumları ve mayolar hariç)	1,4 Mn	0,0 Mn	0,3 Mn	2,3 Mn	12,8 Mn
4	620630	Kadın veya kız çocukları için pamuklu bluzlar, gömlekler ve gömlek-bluzlar (örme veya tığ işi olanlar hariç)	4,3 Mn	0,0 Mn	1,1 Mn	4,2 Mn	12,6 Mn
5	620462	Kadın veya kız çocukları için pamuktan pantolonlar, salopet ve üst tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (örme hariç)	4,5 Mn	0,1 Mn	0,9 Mn	5,6 Mn	11,0 Mn
6	611020	Pamuktan örme veya tığ işi kazaklar, hırkalar, yelekler ve benzeri eşyalar ...	3,4 Mn	0,1 Mn	2,6 Mn	9,0 Mn	10,8 Mn

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024 ▼
7	620442	Kadın veya kız çocuklarının pamuklu elbiseleri (örgü veya tığ işi olanlar ve kombinezonlar hariç)	7,0 Mn	0,4 Mn	1,2 Mn	6,4 Mn	9,3 Mn
8	611420	Pamuklu, örme veya . . . ' dan, mesleki, sportif veya diğer amaçlar için özel giysiler	0,3 Mn	0,1 Mn	0,1 Mn	1,0 Mn	8,8 Mn
9	620463	Kadın veya kız çocukları için sentetik elyaftan pantolonlar, salopet ve pantolonlar, kısa pantolonlar ve şortlar . . .	10,3 Mn	0,1 Mn	0,6 Mn	3,4 Mn	8,3 Mn
10	620640	Kadın veya kız çocukları için suni elyaftan bluzlar, gömlekler ve gömlek-bluzlar (örme veya tığ işi olanlar hariç)	5,2 Mn	0,2 Mn	1,3 Mn	5,1 Mn	8,0 Mn
TOPLAM	İlk 10 Ürün		66,2 Mn	3,3 Mn	19,9 Mn	66,7 Mn	133,4 Mn
	Hazır Giyim		172,9 Mn	14,4 Mn	62,7 Mn	179,6 Mn	316,1 Mn
	TÜM		2507,8 Mn	265,4 Mn	1071,8 Mn	2621,4 Mn	3985,3 Mn

Kaynak: trademap.org

3.2 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (ton)*

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	610910	Pamuklu tişörtler, atletler ve diğer yelekler, örme veya tığ işi	1851	96	505	1056	1822
2	620443	Kadın veya kız çocukları için sentetik elyaftan elbiseler (örgü veya tığ işi olanlar ve kombinezonlar hariç)	432	64	177	773	1104
3	620422	Kadın veya kız çocuklarına yönelik pamuklu takımlar (örgü veya tığ işi olanlar, kayak tulumları ve mayolar hariç)	113	1	26	154	787
4	620630	Kadın veya kız çocukları için pamuklu bluzlar, gömlekler ve gömlek-bluzlar (örme veya tığ işi olanlar hariç)	262	3	80	243	761
5	620462	Kadın veya kız çocukları için pamuktan pantolonlar, salopet ve üst tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (örme hariç)	267	5	57	347	669
6	610832	Kadınlar veya kız çocukları için sentetik elyaftan örme veya tığ işi gecelikler ve pijamalar (hariç ...	62	2	16	155	578

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
7	611020	Pamuktan örme veya tığ işi kazaklar, hırkalar, yelekler ve benzeri eşyalar . . .	275	11	195	702	534
8	620463	Kadın veya kız çocukları için sentetik elyaftan pantolonlar, salopet ve pantolonlar, kısa pantolonlar ve şortlar . . .	911	6	19	218	447
9	611120	Bebek giysileri ve pamuklu örme veya tığ işi giyim aksesuarları (şapkalar hariç)	697	53	297	457	423
10	620442	Kadın veya kız çocuklarının pamuklu elbiseleri (örgü veya tığ işi olanlar ve kombinezonlar hariç)	392	32	107	382	408
TOPLAM	İlk 10 ürün		5.262	273	1.479	4.487	7.533
	Hazır Giyim		13.870	1.159	5.196	12.955	17.692
	Tüm		1.652.416	251.593	811.040	1.405.241	1.635.988

*Miktar bilgisinin bulunması mümkünse

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Suudi Arabistan’da hazır giyim sektöründe ticaretin ve tüketimin en yoğun olduğu bölgeler büyük ölçüde ülkenin batı, orta ve doğu kuşaklarında yer almaktadır. Riyad, hem başkent hem de en yüksek gelir düzeyine sahip şehir olarak hazır giyim sektörünün merkezidir. Büyük alışveriş merkezleri, uluslararası markaların mağazaları ve yerli perakende zincirlerinin genel merkezleri burada bulunur. Kadın giyimi, iş kıyafeti ve premium segmentte faaliyet göstermek isteyen firmalar için Riyad birincil hedef pazardır.

Cidde, batı bölgesinin (Hicaz) ticaret ve lojistik kapısıdır. Şehir, Kızıldeniz limanları aracılığıyla ithalatın büyük kısmını karşılar. Abaya, dış giyim, kadın modası ve çocuk giyimi alanlarında tüketim talebi yüksektir. Ayrıca Cidde, moda fuarları ve perakende etkinliklerinin düzenlendiği başlıca şehirdir. Dammam ve Doğu Bölgesi ise endüstriyel üretim ve iş kıyafetleri açısından öne çıkar; burada Aramco, SABIC ve enerji şirketlerinin varlığı, teknik tekstil ve üniforma ihtiyacını sürekli kılar. Bu üç şehir, Türk ihracatçıları açısından Suudi pazarına girişte öncelikli hedef bölgeler olarak değerlendirilmelidir.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

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

Suudi Arabistan'da hazır giyim sektörü, tekstil ve moda endüstrisi genelinde faaliyet gösteren çeşitli oda, birlik, komite ve kamu destekli kurumlar tarafından temsil edilmektedir. Bu yapılar üretimi teşvik etmek, ithalat düzenlemelerini yönlendirmek ve yerli moda markalarını uluslararası düzeye taşımak amacıyla kurulmuştur.

Aşağıda sektörle ilgili kurum ve kuruluşlar, görev alanları ve erişim bilgileri yer almaktadır:

1. *Saudi Fashion Commission (Moda Komisyonu)*

Bağlı olduğu kurum: Kültür Bakanlığı (Ministry of Culture)

Kuruluş yılı: 2020

Görev alanı:

Suudi moda endüstrisini geliştirmek

Yerli markaların uluslararası pazarlara açılımını desteklemek

Moda eğitimi, tasarım ve üretim standartlarını güçlendirmek

Öne çıkan program: Saudi 100 Brands Initiative – yerli tasarımcıları New York, Paris ve Milano moda haftalarına taşımaktadır.

İletişim:

Web: <https://fashion.moc.gov.sa>

E-posta: info@fashion.moc.gov.sa

Adres: Ministry of Culture, Diplomatic Quarter, Riyadh, Saudi Arabia

2. *Federation of Saudi Chambers (Suudi Arabistan Odalar Federasyonu)*

Görev alanı: Ülkedeki tüm ticaret odalarını ve sektörel komiteleri koordine eder.

Sektörel yapı:

Textile and Garment Committee (Tekstil ve Hazır Giyim Komitesi) bu federasyonun altında faaliyet göstermektedir.

Komite, tekstil ve konfeksiyon üreticileri ile ithalatçıların ortak temsil organıdır.

İletişim:

Web: <https://fsc.org.sa>

E-posta: info@fsc.org.sa

Adres: King Fahd Road, Riyadh, Saudi Arabia

3. Riyadh Chamber of Commerce – Textiles & Garments Committee

Görev alanı:

Riyad'daki yerli üreticiler, ithalatçılar ve perakendeciler arasında koordinasyonu sağlar.

İthalat kotaları, gümrük süreçleri ve üretim izinleri hakkında üyelerine danışmanlık verir.

İletişim:

Web: <https://www.riyadhchamber.sa>

E-posta: info@riyadhchamber.sa

Telefon: +966 11 404 4400

4. Jeddah Chamber of Commerce and Industry (JCCI)

Görev alanı:

Cidde ve Mekke bölgesinde abaya ve kadın giyim üreticilerini destekler.

Toptan ticaret, fuar katılımları ve ithalat düzenlemeleri konusunda bilgi sağlar.

İletişim:

Web: <https://www.jcci.org.sa>

E-posta: info@jcci.org.sa

Telefon: +966 12 690 5555

5. Saudi Industrial Development Fund (SIDF)

Görev alanı: Tekstil ve hazır giyim sektöründe yatırım yapmak isteyen yerli firmalara finansman sağlar.

İletişim:

Web: <https://www.sidf.gov.sa>

E-posta: info@sidf.gov.sa

Adres: Riyadh, Saudi Arabia

6. Modon (Suudi Sanayi ve Teknoloji Bölgeleri Otoritesi)

Görev alanı: Sanayi bölgelerinde tekstil ve konfeksiyon üreticilerine tesis tahsisi ve altyapı desteği sunar.

İletişim:

Web: <https://modon.gov.sa>

E-posta: info@modon.gov.sa

Telefon: +966 920 000 425

Yukarıda da görüldüğü üzere hazır giyim sektöründe bağımsız özel dernekler azdır; faaliyetlerin çoğu devlet destekli komisyonlar ve ticaret odası komiteleri tarafından yürütülmektedir. Bununla birlikte Moda Komisyonu (Saudi Fashion Commission), son yıllarda sektöre yön veren en aktif kurum konumundadır. Türk firmaları için de iş birliği fırsatları bu kurum ve odalar aracılığıyla yürütülmektedir.

4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Suudi Arabistan'da hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren ithalatçılara ilişkin bilgi edinilebilecek bazı açık kaynaklar mevcuttur. Bu kaynaklar doğrudan kamu kurumları, ticaret odaları veya özel sektör veri tabanları tarafından yayımlanmakta; firma isimleri, faaliyet alanları, iletişim bilgileri ve ithalat kalemleri hakkında erişim sağlamaktadır.

Aşağıda önde gelen güvenilir kaynaklar sıralanmıştır:

1. *Saudi Importers Directory (Saudi Exports – SEDA tarafından yayımlanır)*

Kuruluş: Saudi Export Development Authority (SEDA)

İçerik:

Sektörel bazda Suudi ithalatçı firmaların kayıtları

Firma unvanı, iletişim bilgisi, ithalat yaptığı ürün grupları ve tedarik ülkeleri

Erişim: <https://www.saudiexports.gov.sa>

Kullanım: “Importer Database” bölümünden “Textiles and Garments” kategorisi seçilerek ithalatçı listesi alınabilir.

Ücretsiz kayıt sonrası arama yapılabilir.

2. *Federation of Saudi Chambers – Member Directory*

Kuruluş: Federation of Saudi Chambers (FSC)

İçerik:

Tüm ticaret odalarına kayıtlı firmalar

Sektör filtresi kullanılarak “Textile & Garment Trading” firmaları listelenebilir

Erişim: <https://www.fsc.org.sa>

Not: Veriler ticaret sicil numarası ve iletişim bilgilerini içermektedir.

3. *Riyadh Chamber – Business Directory*

İçerik:

Riyad merkezli toptan ve perakende hazır giyim ithalatçıları

İletişim adresi, telefon, web sitesi ve ticaret sicil no bilgileri

Erişim: <https://www.riyadhchamber.sa>

Kullanım: “Members Directory” arama bölümünde “Garments”, “Textiles”, “Uniforms” gibi anahtar kelimeler kullanılabilir.

4. Jeddah Chamber of Commerce (JCCI) – Business Database

İçerik:

Cidde ve Mekke bölgesinde faaliyet gösteren ithalatçılar

Özellikle kadın giyimi, abaya ve dış giyim ithalatçıları hakkında ayrıntılı bilgiler

Erişim: <https://www.jcci.org.sa>

Kullanım: “Business Directory” üzerinden “Textile and Garment Traders” seçeneğiyle filtrelenebilir.

5. Kompass Saudi Arabia (Uluslararası Ticaret Rehberi)

İçerik:

Suudi Arabistan’daki ithalatçı, dağıtıcı ve perakendecilere dair küresel veri tabanı

Firma profili, e-posta, ürün kategorileri ve yıllık işlem hacmi bilgileri

Erişim: <https://saudi-arabia.kompass.com>

Not: Ücretsiz arama sınırlı, tam erişim için üyelik gerekir.

6. Zawya (Refinitiv) – Trade and Company Profiles

İçerik:

Hazır giyim ve tekstil ithalatçılarının mali verileri ve yöneticileri hakkında detaylı bilgi

Özellikle büyük perakende ithalatçıları içerir (örneğin Alhokair, Landmark Arabia)

Erişim: <https://www.zawya.com>

Kullanım: “Company Directory” kısmında “Garments Importers” veya “Fashion Retailers” araması yapılabilir.

Yukarıdakilerden sektörün ithalatçıları hakkında en kapsamlı bilgiler Saudi Exports ve Federation of Saudi Chambers kaynaklarından elde edilmektedir. Bu veri tabanları özellikle Türk ihracatçıları açısından potansiyel alıcı tespiti, iş bağlantısı kurulması ve pazara giriş stratejilerinin belirlenmesinde temel referans niteliğindedir.

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Suudi Arabistan’da hazır giyim ve tekstil ürünlerinin ithalatında uygulanmakta olan belge ve düzenlemeler, Suudi Standartlar, Metroloji ve Kalite Kurumu (SASO) ile Zekat, Vergi ve Gümrük Otoritesi (ZATCA) tarafından belirlenmektedir.

Hazır giyim sektöründe de ithalat yapılabilmesi için diğer sektörlerin neredeyse hepsinde olduğu gibi, hem ürün güvenliği ve standardizasyon belgeleri, hem de gümrük işlemleri için zorunlu ticari belgeler gereklidir.

Aşağıda resmi uygulamalara dayalı ayrıntılar bulunabilir:

1. SASO Uygunluk Belgeleri (SABER Sistemi Üzerinden)

Hazır giyim ürünleri zorunlu uygunluk değerlendirmesine tabi ürün grupları arasındadır. İthalat yapılabilmesi için aşağıdaki belgelerin SABER platformu üzerinden alınması gerekir:

- SASO Certificate of Conformity (CoC)
- Ürünün Suudi standartlarına uygunluğunu gösterir.
- Yetkili bir Conformity Assessment Body (CAB) tarafından verilir.
- Ürün grubu: Giyim, tekstil, ayakkabı, bebek giysileri, iç çamaşırı vb.
- Gümrükte beyan edilmeden önce elektronik olarak doğrulanır.
- Product Certificate (SABER üzerinden)
- Her ürün kategorisi için geçerlidir.
- Üretici veya ihracatçı tarafından SASO'ya kayıt edilmesi gerekir.
- Resmî platform: <https://saber.sa>

2. Gümrük Belgeleri (ZATCA Gerekliklikleri)

Her ithalat işlemi için aşağıdaki belgeler zorunludur:

Belge Adı	Açıklama	Düzenleyen
Ticari Fatura (Commercial Invoice)	Fatura değeri, menşe ülke, teslim şekli (Incoterms) ve HS Kodu belirtilmelidir.	İhracatçı firma
Çeki Listesi (Packing List)	Ürünlerin ambalaj, koli ve ağırlık bilgileri	İhracatçı firma
Menşe Şahadetnamesi (Certificate of Origin)	Malların menşe ülkesini gösterir.	Ticaret Odası
Konşimento (Bill of Lading / Airway Bill)	Nakliye moduna göre taşıma senedi	Nakliyecisi
İthalat Ruhsatı (Import License)	Suudi firmaya ait ticaret sicili ve ithalat lisansı	Suudi ithalatçı
Gümrük Beyannamesi (Customs Declaration)	ZATCA sistemine elektronik olarak yapılır.	İthalatçı veya gümrük müşaviri
SASO CoC ve SABER Product Certificate	Zorunlu uygunluk belgesi	SASO akredite kuruluşu

3. Etiketleme ve Güvenlik Belgeleri (SASO Standardlarına Göre)

Hazır giyim ürünleri, ithalat aşamasında etiketleme ve içerik bildirimi açısından denetime tabidir:

- Etiket üzerinde menşe ülke, kumaş içeriği (% pamuk, polyester vb.), beden ölçüsü, yıkama talimatı ve imalatçı bilgisi Arapça olarak yer almak zorundadır.

- Çocuk giysilerinde alev geciktirici özelliği bulunmayan ürünlerde uyarı etiketi zorunludur.
- Etiket eksikliği durumunda ürünler gümrükte reddedilmekte veya yeniden etiketleme yapılınca kadar depoda bekletilmektedir.

4. Sağlık ve Güvenlik Belgeleri (Bazı Ürün Grupları İçin)

- Bebek ve çocuk giysileri: Azo boyar madde içermediğine dair test raporu veya REACH standardı uygunluk beyanı talep edilir.
- Deri veya suni deri içeren ürünler: Kimyasal içeriğe ilişkin Material Safety Data Sheet (MSDS) sunulabilir.
- İç giyim ürünleri: Hijyen standartlarına uygunluk beyanı istenebilir.

5. Ek Düzenlemeler ve İstisnalar

Suudi Arabistan, Gümrük Birliği (KİK) üyesidir; KİK Standartları SASO ile uyumludur.

Türkiye menşeli ürünler için özel bir serbest ticaret anlaşması bulunmamaktadır, dolayısıyla genel gümrük rejimi geçerlidir. Bununla birlikte süreci devam eden KİK ile bir STA çalışması mevcuttur. STA'nın yürürlüğü halinde düzenlemelerin gözden geçirilmesi gerekecektir.

SABER sistemine kayıtlı olmayan ürünler gümrükten çekilemez.

Özetle hazır giyim sektöründe ithalat süreci, SASO'nun elektronik uygunluk sistemi olan SABER üzerinden yürütülmektedir. İhracatçı firmaların Suudi ithalatçılarla işlem yapmadan önce ürünlerini SABER sistemine kaydettirmesi ve CoC belgesini temin etmesi zorunludur. Bu işlemin çoğunlukla distribütörler tarafından yapıldığından distribütörlerle çalışan ihracatçılarımızın konu hakkında takipçi olmaları yeterli olacaktır.

4.4 Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu var mıdır? Varsa yetkilendirilmiş gözetim şirketleri hangileridir?

Sektörde Suudi Arabistan'da hazır giyim ve tekstil ürünleri ithalatında sevk öncesi inceleme (Pre-Shipment Inspection – PSI) uygulaması belirli ürün grupları için zorunludur ve Suudi Standartlar, Metroloji ve Kalite Kurumu (SASO) tarafından yetkilendirilmiş gözetim şirketleri aracılığıyla yürütülür. Resmi esaslar ve uygulama ayrıntıları aşağıda yer almaktadır:

1. Sevk Öncesi İnceleme Zorunluluğu

Hazır giyim, tekstil ve ayakkabı ürünleri SASO'nun zorunlu uygunluk değerlendirmesi kapsamındaki ürün grupları arasındadır. Bu nedenle sevk öncesinde SASO Certificate of Conformity (CoC) düzenlenmesi gerekir. CoC belgesi yalnızca yetkilendirilmiş gözetim (conformity assessment) kuruluşları tarafından, sevkiyat öncesinde yapılacak inceleme

sonucunda verilir. Sevk öncesi denetim; ürün numunelerinin fiziksel kontrolü, etiketleme ve dokuma içeriği testleri ile paketleme uygunluğu kontrollerini içerir. Kapsamı; giyim, iç giyim, çocuk ve bebek giysileri, üniforma, abaya ve kumaş ürünleri, ayakkabı, aksesuar ve tekstil bazlı ev eşyaları (perde, nevresim vb.)

2. Uygulama Yöntemi

- İhracatçı, SASO'nun SABER platformuna ürününü kaydeder.
- SABER üzerinden seçilen yetkili gözetim şirketine sevk öncesi inceleme başvurusu yapılır.
- Gözetim kuruluşu, ürünün menşe ülkesinde fiziki kontrolünü yapar veya laboratuvar test raporlarını talep eder.
- Uygun bulunması halinde Product Certificate ve ardından Shipment Certificate of Conformity (CoC) düzenlenir.

Bu belge gümrük sisteminde elektronik olarak doğrulanmadıkça mal Suudi Arabistan'a giriş yapamaz.

3. Yetkilendirilmiş Gözetim / Conformity Assessment Kuruluşları

SASO, farklı bölgelerde görevli olmak üzere birçok uluslararası kuruluşu yetkilendirmiştir.

Hazır giyim ve tekstil ürünlerinde en çok kullanılan denetim kuruluşları şunlar olup Türkiye'den ihracat yapan firmalar genellikle SGS, Intertek ve Bureau Veritas üzerinden işlem yapmaktadır:

Kuruluş Adı	Merkez Ülke	Web Adresi
SGS (Société Générale de Surveillance)	İsviçre	https://www.sgs.com
Intertek International Ltd.	Birleşik Krallık	https://www.intertek.com
TÜV Rheinland	Almanya	https://www.tuv.com
Bureau Veritas	Fransa	https://group.bureauveritas.com
Cotecna Inspection SA	İsviçre	https://www.cotecna.com
QIMA (Asia Inspection)	Hong Kong	https://www.qima.com
GeoChem International	Hindistan	https://www.geochemgroup.com
UL (Underwriters Laboratories)	ABD	https://www.ul.com

Bu firmalar SASO tarafından “Approved Conformity Assessment Bodies (CABs)” listesinde yer almakta olup, ihracatçı firmalar menşe ülkesine göre uygun olan gözetim şirketini seçebilmektedir. Resmî güncel liste için işbu rapor tarihinde geçerli olan şu adrese gidilebilir:

4. Önemli Hususlar

Sevk öncesi inceleme, yalnızca kalite kontrol değil uygunluk doğrulaması anlamına gelir; SASO CoC olmadan gümrük işlemi yapılamaz.

Denetim belgeleri, Suudi Arabistan’a ithalatçı firma adına düzenlenmelidir.

SASO CoC belgesinin geçerliliği sevkiyat bazındadır; her parti için yeni belge düzenlenir.

4.5 Sektördeki Önemli Fuarlar (milli katılım olup olmadığı) ve Tarihleri

Sektörün ülke sathında popüler olan birtakım fuarları aşağıda listelenmiştir ve işbu rapor tarihinden sonraki ilk düzenleme tarihlerine yer verilmiştir. Bunlar hazır giyim / moda / tekstil sektörüyle doğrudan ilişkili etkinlikler olup Bakanlığımız yeni dönem desteklenen fuarlar listeleri ile yine Bakanlığımız web sitesindeki fuar araştırılabilecek platformlar gözden geçirilebilir.

Fuar	Tarih	Şehir	Notlar
Saudi FashionTEX Expo	24-27 Eylül 2026	Cidde	Moda & tekstil üzerine geniş katılımlı uluslararası etkinlik. saudifashiontexexpo.com
Saudi Apparel Expo	17-19 Kasım 2025.	Riyad	Hazır giyim, deri ürünleri, aksesuar alanında odaklı fuar. saudiapparelexpo.com
Saudi Lifestyle Week	6-10 Kasım 2025	Riyad	Moda markaları ile çok kanallı perakende pazarını birleştiren etkinlik. Milli katılım desteği verilmektedir. saudilifestyleweek.com
Intertext Saudi - International Fashion & Textile Trade Fair	24-26 Kasım 2025	Riyad	moda ve tekstil sektörüne yönelik birinci sınıf bir B2B etkinliği http://www.intertext-saudi.com/
INTEX Saudi Arabia International Textile Exhibition	22-24 Aralık 2025	Riyad	Çinli giyim markalarının uluslararası alanda büyümesini, iş fırsatlarını teşvik etmeyi ve Çin tekstil pazarlarının büyümesini desteklemeyi amaçlayan birinci sınıf bir B2B etkinliğidir
SAUDI STITCH&TEX EXPO	17-19 Kasım 2025	Riyad	Tekstil, Baskı, İplik Makineleri ve Teknolojileri

Not: Yukarıda belirtilen fuar tarihleri değişebilmekte olup planlama yapmadan önce her fuar için resmi web sitesi ve fuar platformları üzerinden son bilgilere bakılması önerilir.

4.6 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri

Hali hazırda duyurulmuş bir etkinlik olmamakla birlikte ülkemiz İhracatçı Birlikleri başta olmak üzere sektör çatı kuruluşları ve STK'ları tarafından Suudi Arabistan'ta da hazır giyime yönelik etkinlikler planlanmakta olup Ticaret Bakanlığı tarafından desteklenmekte olan bu tür etkinlikler için ilgili STK duyurularının takip edilmesi gerekmektedir.

4.7 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Suudi Arabistan'da hazır giyim ve tekstil ürünleri alanında ihale yayımlayan kamu kurumları, özellikle kamu kurumlarının üniforma, iş kıyafeti ve tekstil temini ihtiyaçlarını karşılamak üzere ihale düzenleyen kuruluşlardır. Sektörün doğrudan tüketiciye yönelik kısmı özel sektörde yoğunlaşsa da, devlet kurumları ve kamu işletmeleri düzenli olarak hazır giyim temini için ihaleler açmaktadır.

Aşağıda bu konuda resmi çerçeve, başlıca kurumlar ve açık kaynaklar detaylı biçimde verilmiştir:

1. İhale Düzenleyen Başlıca Kamu Kurumları

Kurum	İhale Konusu	Açıklama
Ministry of Defense (Savunma Bakanlığı)	Askeri üniforma, kamuflaj, iş elbisesi, bot, tekstil aksesuarları	Savunma kuvvetlerinin tedarik ihtiyaçları çerçevesinde düzenli alımlar yapılır.
Ministry of Interior (İçişleri Bakanlığı)	Polis, sınır güvenliği ve acil servis personeli için üniforma ve kıyafet	Hazır giyim sektörünün büyük kamu alım segmentidir.
Saudi Arabian National Guard (SANG)	Askerî ve sivil personel için tekstil ürünleri	Özellikle yerli üretim tercih edilmektedir.
Ministry of Health (MOH)	Sağlık personeli üniforması, doktor ve hemşire formaları	Yıllık yenileme ve stok tedarikleri ihaleye çıkarılır.
Saudi Arabian Airlines (Saudia)	Kabin ve yer personeli üniformaları	İhale veya özel tedarik anlaşmalarıyla yürütülür.
Saudi Aramco, SABIC, Ma'aden, SEC	Endüstriyel iş kıyafetleri, koruyucu tekstil ürünleri	Kamuya bağlı büyük şirketler periyodik olarak kıyafet temini ihalesi açar.

2. İhale Bilgisi Alınabilecek Resmî Kaynaklar

a. Etimad Platformu (Government Tenders & Procurement Portal)

Resmî devlet ihale platformudur.

Tüm kamu kurumları, tedarik ihalelerini Etimad üzerinden yayımlar.

Sektörel filtreleme (örneğin “Garments, Uniforms, Textile”) yapılabilir.

Web: <https://etimad.sa>

Kapsam: Tüm kamu kurumları, bakanlıklar, askeri kuruluşlar, belediyeler.

Dil: Arapça (ancak Google Translate ile İngilizce çeviri mümkündür).

Kayıt: Yalnızca Suudi Arabistan’da kayıtlı firmalar doğrudan teklif verebilir; yabancı firmalar yerel temsilci aracılığıyla katılım sağlayabilir.

b. Saudi Aramco – Supplier Portal

Kapsam: Endüstriyel ve iş güvenliği kıyafetleri, koruyucu tekstil ürünleri.

Tüm tedarikçi ihaleleri burada listelenir. “Workwear / Uniform” kategorisinde düzenli alımlar görülmektedir.

c. SABIC Procurement Portal

SABIC’in tekstil temini ihaleleri “Industrial Supply” başlığı altında yayımlanır.

d. Saudi Government e-Marketplace (Monafasat)

Web: <https://www.monafasat.sa/en>

Bazı yerel yönetimlerin ihale ilanları Etimad dışında bu platformda da yer alır.

e. Suudi Ticaret Odaları ve Sektörel Komiteler

Federation of Saudi Chambers ile Riyadh Chamber gibi kurumlar, özel sektör ihalelerini ve devlet kurumlarının tekstil alım duyurularını üyelerine iletir.

Kaynak: <https://fsc.org.sa>, <https://riyadhchamber.sa>

Türkiye’den Firmalar İçin Erişim Yöntemi ise;

- Türk firmaları, doğrudan Etimad sistemine kayıt olamaz; ancak Suudi bir distribütör veya temsilci üzerinden kayıt yapılabilir.
- Alternatif olarak Suudi Arabistan’taki Ticaret Bakanlığı temsilcilikleri aracılığıyla kamu ihale fırsatları hakkında bilgi talep edilebilir.
- Ayrıca, T.C. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü “Kamu Alımları ve İhale Fırsatları” bültenleri ile Riyad ve Cidde Ticaret Bakanlığı temsilcilikleri ihale duyuru platformunda bu tür duyuruları yayımlayabilmektedir.

İhaleler hakkında kısa bir özet yapmak gerekirse;

- Hazır giyim sektöründe kamu ihaleleri özellikle üniforma ve iş kıyafeti segmentinde önemlidir.
- Etimad platformu, Suudi kamu ihale sisteminin tek merkezi olup, tüm alımlar burada ilan edilmektedir.
- Yabancı firmaların katılımı yerel partner aracılığıyla mümkündür ve Türkiye menşeli firmalar genellikle bu ihalelere yerel temsilcilik veya ortak girişim modeliyle katılım sağlayabilmektedirler.

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

Suudi Arabistan, üyesi olduğu Körfez İşbirliği Konseyi (KİK) ile diğer dünya ülkeleri ve birlikleriyle serbest ticaret anlaşmaları (STA) yapmaktadır. Bu nedenle ikili STA'lar yerine KİK katılımlı anlaşmalar yoluyla ticaret ortaklıkları kurulmaktadır. STA'lardan yararlanabilmenin şartlarından başta geleni menşe belgesi (certificate of origin) ve bazen menşe kurallarına uyum zorunluluğudur.

Suudi Arabistan'ın Serbest Ticaret Anlaşmaları ve Tercihli Ticaret Düzenlemeleri

Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi (KİK) Serbest Ticaret Bölgesi

Üye Ülkeler: Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Katar, Kuveyt, Bahreyn, Umman

Yürürlük: 1983'ten bu yana aktif

Kapsam: Sanayi ve tarım ürünleri için gümrüksüz ticaret

Avantajlar: Ortak dış gümrük tarifesi (Common External Tariff), Gümrük vergilerinin sıfırlanması

(yerli menşeli ürünlerde), Ortak teknik mevzuat ve sertifikasyon uyumu

GAFTA – Büyük Arap Serbest Ticaret Anlaşması (Greater Arab Free Trade Area)

Üye Ülkeler: 17 Arap ülkesi (ör. Mısır, Ürdün, Fas, Lübnan, Sudan, Tunus, Irak vb.)

Yürürlük: 1998'den bu yana

Singapur ile KİK'in Serbest Ticaret Anlaşması (KİK–Singapur STA)

Yürürlük: 2015

Kapsam: Sanayi ürünlerinde gümrük muafiyeti, Hizmet ticareti ve yatırım kolaylıkları

İslam Konferansı Örgütü Ticaret Tercih Sistemi (TPS-OIC)

Üye Ülkeler: İİT (İslam İşbirliği Teşkilatı) ülkeleri

Amaç: Üye ülkeler arasında gümrük indirimleri ve ticaret kolaylıkları sağlamak

Suudi Arabistan için durum: Anlaşmayı 2011'de onaylamış olup uygulama aşaması ülkeden ülkeye değişiklik gösterebilmektedir.

KİK'in görüşme aşamasında olduğu / planladığı anlaşmalar da bulunmakta olup Çin, Hindistan, İngiltere ve Türkiye ile müzakereler devam etmektedir.

Özet olarak ülke ile ülkemiz arasındaki ticaret, dış ticaret jargonundaki Most Favoured Nation (MFN) yani En Çok Kayrılan Ülke esasına dayalı olarak yürütülmektedir. Dolayısıyla hazır giyim ürünlerinde Türkiye menşeli mallar, standart gümrük vergisi oranlarına (genellikle %5 ila %12) tâbîdir. Ancak, Türk ürünleri “Made in Türkiye” markası ve kalite algısı sayesinde pazarda tercih edilmekte ve gümrük tarifesi dezavantajına rağmen özellikle hızlı teslim ve güçlü e-ticaret kanalları sayesinde pazarda fiilî rekabet avantajı sağlamaktadır.

4.9 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

-

4.10 Sektörde Standartlar

Suudi Arabistan'da hazır giyim ve tekstil ürünleri sektörü, Suudi Standartlar, Metroloji ve Kalite Kurumu (SASO) tarafından belirlenen ürün güvenliği ve uygunluk standartlarına tabidir. Bu standartlar, hem ithalat aşamasında (SABER/SASO uygunluk belgesi) hem de piyasa denetimi sırasında uygulanmaktadır. Aşağıda “Sektörde Standartlar” başlığı altında, hazır giyim sektörünü doğrudan ilgilendiren standartlar ve uygulama esasları yer almaktadır:

Hazır giyim ürünleri, SASO tarafından yayımlanan zorunlu ürün standartları listesi (Technical Regulation for Textile Products – SASO TR 164:2020) kapsamındadır. Bu düzenleme, tekstil, hazır giyim, ev tekstili, halı, iplik, kumaş ve deri ürünleri dâhil olmak üzere tekstil bazlı tüm malları kapsar. Uygulama, SASO ve Gümrük Otoritesi (ZATCA) tarafından birlikte yürütülmektedir. Tüm ürünlerin, ithalat öncesinde SABER sistemine kaydı ve SASO uygunluk sertifikası (CoC) alınması zorunludur. Temel Teknik Standartlar ve Düzenlemeler aşağıdaki gibidir:

Standart Kodu	Kapsam	Uygulama Alanı
SASO TR 164:2020 – Technical Regulation for Textile Products	Tekstil ve hazır giyim ürünlerinin içerik, etiketleme, güvenlik ve test yöntemleri	Zorunlu (SABER kaydı gerekir)
SASO ISO 3758:2012 – Textile Care Labeling	Yıkama, ütöleme, kurutma ve kuru temizleme sembollerinin kullanım biçimi	Etiket üzerinde zorunludur
SASO GSO 1863/2013 – Fiber Composition Labeling	Kumaş içeriği ve elyaf oranlarının belirtilmesi	Etikette Arapça beyan zorunludur

Standart Kodu	Kapsam	Uygulama Alanı
SASO GSO ISO 3071/2014 – pH of Aqueous Extracts of Textiles	Kumaşın cilt ile temas eden pH düzeyinin ölçümü	Çocuk ve iç giyim için zorunlu
SASO ISO 105 Series (Color Fastness)	Renk haslığı, yıkama, terleme ve sürtünme testleri	Uygunluk değerlendirmesinde aranır
SASO GSO 2528:2016 – Flammability of Clothing Textiles	Özellikle çocuk ve uyku giysilerinde yanıcılık sınırları	Test raporu istenir
SASO ISO 14184-1/2 – Formaldehyde Content in Textiles	Kanserojen kimyasalların kontrolü	İç giyim, çocuk giyim ve ev tekstili için zorunlu

Etiketler Arapça olmalıdır (İngilizce ek olarak bulunabilir) ve aşağıdaki bilgilerin yer alması zorunludur:

- Ürünün ticari adı
- Menşe ülke
- Elyaf bileşimi (% pamuk, % polyester vb.)
- Beden ölçüsü
- Bakım sembolleri (ISO 3758 formatında)
- Üretici veya ithalatçı adı
- Etiketin kalıcı, yıkanmaya dayanıklı ve kolayca okunabilir olması gerekir.
- Çocuk giysilerinde ilave güvenlik sembolleri (alev geciktirici özelliği yoksa uyarı) zorunludur.

Sağlık, Güvenlik ve Kimyasal İçerik Standartları

- Azo boyar maddeler, formaldehit, nikel, kurşun gibi kimyasallar için Avrupa Birliği REACH standardına paralel limitler uygulanır.
- Çocuk giyiminde küçük parça, düğme, fermuar gibi yutulabilir parçalar için fiziksel güvenlik testi talep edilir.

Ürünlerin bu testlerden geçmiş olduğunu gösteren laboratuvar raporları (SGS, Intertek, Bureau Veritas vb.) ithalat sırasında SASO CoC başvurusunda sunulur.

Test ve Belgelendirme Süreci

- Ürün menşe ülkesinde yetkili laboratuvarda test edilir (SASO veya ISO akreditasyonlu).
- Test raporları SABER sistemine yüklenir.

- Ürün standarda uygunsa, yetkili gözetim kuruluşu Product Certificate düzenler.
- Sevkiyat öncesi SASO Shipment CoC belgesi alınır.

Uluslararası Standartlarla Uyumluluk

SASO, Avrupa (EN), ISO ve KİK (GSO) standartlarını büyük ölçüde uyumlaştırmıştır. Bu nedenle Türkiye’de CE veya ISO testlerinden geçmiş ürünler, ek belgeyle SASO sistemine daha kolay uyarlanabilir. Türkiye’deki laboratuvarlardan alınan ISO veya OEKO-TEX test raporları SASO uygunluk süreçlerinde genellikle kabul edilmekte olup Türk firmaları için: avantaj getirmektedir.

Hazır giyim sektöründe SASO standartları, ürün güvenliği, içerik şeffaflığı ve tüketici koruması açısından belirleyici rol oynamaktadır. Bu nedenle, standartlara uygunluk sağlanmadığı takdirde, ürünlerin gümrükte bekletilmesi veya piyasadan toplatılması söz konusu olur. İhracatçılarımızın her ürün grubunu SABER sistemine önceden kaydetmesi ve SASO TR 164:2020 standardına tam uyum göstermesi bu açıdan çok önemlidir.

4.11 Sektörde Etiketleme

Suudi Arabistan’da hazır giyim ürünlerinin etiketlenmesinde dikkat edilmesi gereken başlıca hususlar aşağıdaki gibidir. Bu bilgiler, özellikle Saudi Standards, Metrology and Quality Organization (SASO) tarafından çıkarılan “Tekstil Ürünleri Teknik Regülasyonu” çerçevesinde geçerlidir.

Etiket üzerinde yer alması gereken bilgiler şunlardır:

- Lif bileşimi / fiber içerikleri: Hangi liflerden ne kadar oranda oluştuğu (yüzde ile) belirtilmelidir.
- Ürünün boyutu, ölçüsü, ağırlığı ya da ebatı (giyim için çoğunlukla beden ya da ölçü etiketi).
- Üretici ya da tedarikçi firma adı ve/veya diğer ticari kayıt bilgileri.
- Menşe ülke (Country of Origin / COO) — “Made in ...” ya da benzeri ifade ile.
- Bakım ve kullanım talimatları (örneğin yıkama sembolleri, kuru temizleme, ağartma, ütöleme gibi) — etiket veya beraberindeki broşürde olabilir.

Etiket Dil ve Yöntem Kuralları

- Etiket üzerindeki bilgiler Arapça olarak yer almalıdır; İngilizce de eklenebilir ancak Arapça olmadan etiket uygun sayılmayabilir.
- Etiket ürün üzerine dikilmiş ya da sağlam şekilde sabitlenmiş olmalı; kolayca çıkarılabilir, sökülebilir olmamalıdır.

- Yazı tipi, karakter boyutu, stil tutarlı ve okunabilir olmalı; etiketteki bilgiler silinemez, kalıcı olmalıdır.
- Paketleme ve etiketleme sırasında, kullanım talimatları ya da etiket metinlerinde İslamî değerler, kamu ahlakı ya da Suudi içtihatları ile çelişen semboller, ifadeler, ayetler ya da kutsal metinler yer alamaz.

Hazır giyim ürünleri (tekstil ürünleri) için SASO'nun "Tekstil Ürünleri Teknik Regülasyonu No. MA-164-18-05-02" gibi düzenlemeleri geçerli olup daha fazla veya güncel bilgi için söz konusu regülasyona göz atılması önerilmektedir.

4.12 Sektörde Ambalajlama

Ambalajlama konusu da aslında ihracat öncesi uygunluk değerlendirmesi süreçlerinin bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Aynı şekilde etiketleme ile birlikte SASO'nun tekstil ürünlerine dair ambalajlamaya ilişkin teknik düzenlemeleri de geçerlidir. Ambalajlama aşamasına dair temel gereklilikler şöyledir:

- Ambalaj üzerindeki bilgi ve işaretler kalıcı, açık ve doğru biçimde yer alır. Bu bilgiler ürünün etiket bilgilerinin tamamlayıcısı olur.
- Menşe ülke bilgisi ambalaj üzerinde net ve silinemez biçimde bulunur.
- Ürünle ilgili uyarılar, kullanım bilgileri ve teknik özellikler Arapça dilinde yer alır. Gerekğinde İngilizce ek bilgi bulunabilir ancak Arapça bilgi asgari şarttır.
- Ambalaj malzemesi ürünle temas halinde sağlık açısından risk oluşturmamalıdır.

4.13 Lojistik

Sektörün çoğunlukla tercih ettiği lojistik deniz yoludur. Türkiye'den Suudi Arabistan'a büyük hacimli gönderiler için yaygın olarak kullanılmaktadır. Hava taşımacılığı çoğunlukla acil gönderiler, sezon öncesi yahut yeni koleksiyon girişleri için tercih edilmektedir. Maliyeti deniz taşımacılığına göre yüksektir. Kara (kara-/tır taşımacılığı) özellikle Türkiye ile Körfez arasında henüz yeniden başlangıç aşamasındadır. Konuyla ilgili lojistik firmalarından güncel bilgi talep edilmelidir.

Deniz yolunda başlıca çıkış limanları İstanbul, İzmir, Mersin, İskenderun gibi limanlar olup varış için Suudi Arabistan'da ana giriş en çok Batı kıyısında Jeddah İslâm Limanı ve doğu kıyısında Dammam Limanı'dır.

Deniz yolu için Türkiye-Suudi Arabistan hattında konteyner ile yapılan taşımada "yaklaşık 4 ilâ 5 gün sürmektedir. Kara yolu için gümrük geçiş bekleme sürelerinden dolayı sürede uzama ihtimali dikkate alınmalı ve lojistik firmalarından güncel süre bilgisi istenmelidir.

Ürünlerin ülkeye ulaşımının ardından nihai hedef teslimat noktasına bağlı olarak, örneğin Suudi Arabistan'ın farklı şehirlerine dağıtımda yerel nakliye karayolu ile yapılmaktadır.

4.14 Dağıtım Kanalları

Suudi Arabistan hazır giyim sektöründe dağıtım kanalları markanın, ürün tipinin, hedef pazarının ve iş modelinin özelliklerine göre değişkenlik göstermektedir. Aşağıda temel kanal türleri ve her birinin karakteristikleri belirtilmiştir:

Toptan satışlar, aracılar ya da perakendeciler için büyük miktarda ürün alımı üzerine kurulu olup üretici ya da ithalatçı, mağaza zincirlerine, butiklere ya da toptancı depolarına ürün vermektedir. Böylece yüksek hacimli sipariş ile birim maliyetler düşmektedir. Ancak marka kontrolü ve fiyat marjlarının daha düşük olması dezavantaj oluşturmaktadır.

Perakende satış ise örneğin markanın kendi mağaza zinciri kurması ya da franchise sistemiyle çalışması gibi örneklendirilebilir. Ayrıca çok-markalı mağazalar farklı markaları bir araya getiren mağazalar veya department store (büyük mağaza) konseptleri de mevcut bulunmaktadır.

Perakende satışın bir diğer yükselen kanalı ise e-ticarettir. Online mağaza, markanın kendi web sitesi ya da marketplace üzerinden satışlar mümkündür. Her ne kadar mağaza açma gibi ek maliyetleri olsa da marka kontrolünü sağlamak, müşteri deneyimini toplamak gibi artıları da önemli olabilmektedir.

E-ticaret / D2C (Direct to Consumer) kanalı da tamamıyla ayrı bir dağıtım kanalı olarak değerlendirilebilmektedir. Özellikle sadece bu kanalı benimseyen satışlar gün geçtikçe artmaktadır. Lojistik, iade yönetimi, stok kontrolü gibi operasyonel yüklerin de oluşabileceği bu kanalın avantajlı yanları nedeniyle tercih sebebi olmaktadır.

Bayi / franchise dağıtımını ile marka ya da üretici, belirli coğrafi bölgelere bağımsız bayiler verir. Bu bayiler mağazayı açar, stoklarını kendi yönetir ve doğrudan satış yapar. Franchise sistemiyle marka standardı korunarak geniş ağlar kurulabilir.

Kurumsal satış ve özel kanal hazır giyim sektörü içinde kurumlara, otellere, iş-elbiseleri ya da üniforma gibi özel taleplere yönelik satış kanalları da bulunabilir. Örneğin şirketler, okullar, kamu kurumları gibi müşterilere toplu siparişle özel üretim yapılabilinmektedir.

Özetle yurt dışında dağıtım kanalları ihracat yapan markalar için uluslararası perakende mağaza açma, yurtdışı franchise, yurtdışı e-ticaret platformları veya distribütörlerle çalışma gibi modeller uygulanabilir. Türkiye'nin hazır giyim ihracatçıları da bu modelleri etkili şekilde kullanmaktadır.

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

4.15.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Pazaryerleri ve e-ticaret platformları bakımından hızla yaygınlaşan bir pazar yeri durumundadır. Amazon'un Suudi Arabistan versiyonu "amazon.sa" ülkenin en çok ziyaret edilen e-ticaret sitelerinden biridir. Noon (noon.com/saudi-en/) çok sayıda kategoride ürün satışı yapılan önemli bir Pazar yeridir; hazır giyim de bunlar arasındadır. Ali Express global pazaryeri olarak Suudi Arabistan kullanıcıları için erişilebilir durumda olup sınır ötesi satış açısından önemli bir potansiyeli vardır.

Bunun yanı sıra yerel platformlar ve güçlü pazar aktörleri de mevcuttur. Örneğin Namshi ve shein adlı pazar yerleri hazır giyim & moda özelinde pazarda öne çıkmaktadır

Pazarın büyüklüğü ve fırsatlar bakımından incelenecek olursa Suudi Arabistan e-ticaret pazarı 2024 yılında yaklaşık 24,67 milyar USD değerinde olarak raporlanmıştır. "Hazır giyim ve moda" segmenti pazarda hızlı büyüyen kategoriler arasındadır. Sınır ötesi satışlar için uygun altyapı, dijital ödeme sistemleri ve lojistik çözümler geliştirilmiştir

Hazır giyim sektörü için önem taşıyan hususlara bakılacak olursa marka ve ürün dijital görünürlüğü büyük önem taşımakta; pazaryerlerinde moda ve hazır giyim kategorilerinde görsellik ve lokal uyum avantaj sağlamaktadır.

Yerel tüketici tercihleri, beden, tarz, kültürel uygunluk gibi unsurlara dikkat edilmesi de fayda sağlayacak unsurlardandır. Sınır ötesi üretici/ithalatçı olarak Suudi Arabistan pazaryerlerinde yer alırken etiketleme, ambalaj, lojistik ve yerel düzenlemelere de uygunluğa önem verilmelidir.

Ödeme ve teslimat koşulları (örneğin nakit teslim veya kredi kartı ödeme, hızlı teslimat seçenekleri) tüketici güvenini artırmaktadır.

4.15.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.

Ülkede öne çıkan bayram ve e-ticaret günleri aşağıda belirtilmiştir. Bugünlere özel indirim kampanyaları artış göstermekte, bu yüzden ihracatçılarımız açısından da bugünlerin takip edilerek etkin katılımları önem kazanmaktadır.

- Saudi National Day (23 Eylül)
- White Friday (Orta Doğu'da "Black Friday" benzeri kampanya dönemi)
- Ramazan ve Bayram dönemleri

4.15.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Suudi Arabistan’da sosyal medya kullanımı, hem **hazır giyim sektörünün tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde**, hem de **tüketici eğilimlerinin şekillenmesinde** belirleyici rol oynamaktadır. Ülke, Orta Doğu’nun en yüksek sosyal medya penetrasyon oranına sahip pazarlarından biridir. Sektör açısından önem taşıyan platformlar, kullanım oranları ve sektörel etkileri aşağıda yer almaktadır:

Genel sosyal medya görünümü (2025 itibarıyla) bakılacak olursa;

Nüfusun yaklaşık **%98’i aktif internet kullanıcısıdır**. Sosyal medya kullanıcı oranı **%94 civarındadır** (yaklaşık 33 milyon aktif kullanıcı). Kullanıcı kitlesi gençtir; 35 yaş altı nüfus toplamın %60’ından fazladır. Moda ve perakende markaları için dijital pazarlama en etkili iletişim kanalıdır.

Tablo: En Çok Kullanılan Platformlar ve Hazır Giyim Sektöründeki Önemi

Platform	Kullanım Oranı	Sektörel Önemi
Instagram	Yaklaşık %78	Moda, abaya, tasarım ve butik markalar için ana vitrin. Influencer marketing yaygındır. Görsel içerik ve ürün lansmanları bu platformda yapılır.
Snapchat	Yaklaşık %70	Suudi Arabistan’da en çok günlük aktif kullanıcıya sahip platformdur. Kadın kullanıcı oranı yüksektir. Yeni koleksiyon tanıtımı ve kampanyalarda etkin.
TikTok	Yaklaşık %65	Genç tüketicilere yönelik “fast fashion” markaları için en etkili platformdur. Moda akımlarının olduğu alan haline gelmiştir.
X (Twitter)	Yaklaşık %55	Marka bilinirliği, trend duyuruları ve müşteri ilişkileri için kullanılmaktadır. Kamuoyu etkisi güçlüdür.
YouTube	Yaklaşık %90 (genel erişim)	Moda defileleri, reklam filmleri ve ürün tanıtım videoları için tercih edilir. Markalar genellikle reklam kampanyalarını YouTube üzerinden yürütür.
Facebook	Yaklaşık %35	Kullanımı azalmıştır; daha çok göçmen nüfus (Filipinli, Hintli, Mısırlı vb.) tarafından kullanılmaktadır.
Pinterest	Yaklaşık %20	Kadın giyim, abaya ve dekoratif tasarımlarda ilham kaynağı olarak kullanılır.
LinkedIn	Yaklaşık %15	Sektör profesyonelleri, moda yöneticileri ve ithalatçı firmaların kurumsal iletişimi için sınırlı düzeyde kullanılır.

Moda markaları, özellikle Instagram, Snapchat ve TikTok üçlüsünü aktif biçimde kullanmaktadır. Suudi tüketiciler sosyal medya üzerinden ürün keşfi yapmakta ve e-ticaret

sitelerine bu kanallar aracılığıyla yönlendirilmektedir. “Influencer” iş birlikleri, özellikle abaya ve kadın giyiminde satışları artıran en etkili tanıtım yöntemidir.

Erkek giyimi markaları da genellikle **Twitter** ve **YouTube** üzerinden marka bilinirliği kampanyaları yürütmektedir.

E-ticaret platformları (Noon, Namshi, Ounass, Shein) kendi sosyal medya hesaplarını ve uygulamalarını aktif olarak yönetmekte; anlık kampanyalar, flash sale duyuruları bu kanallardan yapmaktadır.

Genel değerlendirme olarak hazır giyim sektöründe sosyal medya, klasik reklamcılığın yerini büyük ölçüde almıştır. Markalar, satışlarını artırmak ve müşteri bağlılığını sürdürmek için Instagram-Snapchat-TikTok üçlüsü üzerinde durulması gereken bir boyuttadır. Suudi tüketiciler, ürünleri doğrudan sosyal medya üzerinden satın almaya yönelmektedir; bu nedenle sosyal medya pazarlaması, sektörde faaliyet gösteren Türk ihracatçıları için de temel tanıtım kanalı niteliğindedir.

4.15.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

E-ticaret ithalat işlemleri Zekat, Vergi ve Gümrük Otoritesi (ZATCA) tarafından düzenlenmekte olduğu yukarıda belirtilmişti. İlgili uygulamalar da KİK Gümrük Birliği esaslarına dayanmaktadır. Bu çerçevede bireysel tüketicilerin yurt dışı e-ticaret sitelerinden verdikleri siparişler, posta veya hızlı kargo (courier) kanalıyla ülkeye giriş yapar. Bu tür gönderilerde basitleştirilmiş gümrük prosedürü uygulanır; ancak belirli parasal limitlerin üzerinde gümrük vergisi, KDV ise her halükarda tahsil edilir.

Tablo: Muafiyet Sınırları ve Vergi Uygulaması

Uygulama Türü	Malın Değeri (CIF)	Uygulanan Vergi
Küçük Değerli E-Ticaret Gönderileri	1000 SAR’a kadar (yaklaşık 270 ABD doları)	Gümrük vergisinden muaf, ancak %15 KDV uygulanır.
1000 SAR üzeri gönderiler	Değerin tamamı üzerinden	Gümrük vergisi + %15 KDV uygulanır.
Hediyelik kişisel eşyalar	Makul miktarda (bireysel kullanım)	Gümrük vergisinden muaf olabilir, ancak KDV muafiyeti yoktur.

Not: Belirtilen muafiyet de yalnızca bireysel tüketici adına getirilen, ticari amaç taşımayan gönderiler için geçerlidir.

Hazır giyim sektörünün e-ticaret işlemlerinde gümrük vergisi oranları da aşağıdaki tabloda özetlenmiştir. Söz konusu oranlar bakımından normal ticari ithalatta uygulanan oranlarla aynı KİK Ortak Gümrük Tarifesi oranları geçerlidir:

Ürün Grubu	Gümrük Vergisi Oranı	Açıklama
Kadın ve erkek giyim (GTİP 61, 62)	%5 – %12	Ürün türüne göre değişir.
İç giyim, çorap, aksesuar	%5	Düşük tarife grubu.
Ayakkabı ve deri ürünleri	%10 – %15	Gümrük vergisine ek olarak KDV uygulanır.

Uygulama Süreci (E-İhracat ve E-İthalat)

a. Bireysel Tüketici Alımları (İthalat Yönü)

- Ürün yurtdışından online sipariş edilir (örneğin Shein, Temu, AliExpress, Amazon).
- Gönderi, DHL/Aramex/SMSA gibi hızlı kargo firmalarınca ülkeye giriş yapar.
- Değer 1000 SAR altındaysa gümrük vergisinden muaf tutulur.
- ZATCA, gönderi sahibine %15 KDV tahakkuk ettirir.
- Ödeme kargo teslimi sırasında tahsil edilir.

b. Türkiye’den Suudi Arabistan’a E-İhracat (Satış Yönü)

Türk firmaları, Suudi tüketicilere yönelik e-ticaret satışlarını B2C modeliyle gerçekleştirebilmektedir. Türkiye çıkışında KDV iadesi de uygulanabilmekte ancak Suudi Arabistan girişinde %15 KDV alıcıya yansıtılacağından pazar yeri site ve uygulamaları tahsilatı KDV dâhil konseptiyle yapmaktadır. Türk firmaları, Suudi e-ticaret platformları (Noon, Namshi, Ounass) üzerinden satış yapıyorsa, yerel distribütör veya temsilci üzerinden kayıtlı satıcı statüsüne geçmek zorundadır.

Özel muafiyetler ve sınırlamalar bakımından ticari miktarda (örneğin 10 adetten fazla) sipariş verilmesi durumunda ticari ithalat statüsü uygulanır; e-ticaretteki muafiyetler ortadan kalkar. Ayrıca *kargo birleştirme hizmetleri (consolidation)* kullanıldığında toplam değer limiti üzerinden değerlendirme yapılmaktadır.

Özetle hazır giyim sektöründe e-ticaret ithalatı, küçük tutarlı siparişler için düşük vergili ve hızlı bir kanal oluşturmaktadır. Türk firmaları açısından, Suudi tüketicilere yönelik satışta 1000 SAR altı siparişlerde rekabet avantajı söz konusudur; bu limit, dropshipping ve mikro ihracat modelleri için fırsat durumundadır.

4.15.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Sektörde e-ticareti düzenleyen mevzuata aşağıda yer verilmiş olup düzenlenen kısımların başlıkları itibariyle kısaca belirtilmiştir:

- Ülkedeki e-ticaret kanunu bu alandaki en üst düzey regülasyondur (kraliyet kararnamesi no. m/126, 2019). Kapsamı ise:
- Satıcı ve tüketici hakları
- Dijital sözleşmeler
- Teslimat süresi, iade koşulları
- Elektronik kayıtların geçerliliği
- Dijital fatura ve vergi yükümlülüğü

Başlıklarından oluşmakta olup mevzuatın uygulayıcı birinci kurum Ticaret Bakanlığı'dır (MoC). E-ticaret faaliyetlerini lisanslamak, denetlemek ve tüketici şikâyetlerini çözmekle başta gelen görevlerdendir.

Yukarıdaki e-ticaret kanununa göre tüketicilerin 7 gün içinde koşulsuz iade hakkı vardır ancak giyim ürünleri hijyen gerekçesiyle istisna tutulabilmektedir. Ürün ayıplı veya tanıtıldığı gibi değilse tam iade veya değişim yapılması zorunludur. Tüketici şikâyetleri Ticaret Bakanlığı – Tüketiciciyi Koruma Platformu üzerinden yapılabilmektedir.

Ödeme sistemleri ve dijital faturalar hakkında çevrimiçi satışlarda yalnızca lisanslı ödeme ağ geçitleri kullanılabilmekte olup bunlar *mada*, *STC Pay*, *Apple Pay*, *Visa / Mastercard*, *Tabby*, *Tamara (taksitli ödeme)* olarak sayılabilir. Tüm işlemler elektronik fatura sistemine kaydedilmek zorundadır. 2024 itibarıyla ZATCA e-fatura (Fatura Dijitalizasyon Programı) kapsamına tüm e-ticaret işlemleri dâhil edilmiştir.

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

Teslimat için *Saudi Post (SPL)*, *Aramex*, *SMSA*, *Zajil*, *DHL* gibi şirketler e-ticaret teslimatlarında lisanslı operatörlerdir. Teslimat süresi genellikle en fazla 15 gün olarak düzenlenmiş olup gecikme durumunda cayma hakkı doğabilmektedir.

4.16 Tanıtım ve Pazarlama

Suudi Arabistan hazır giyim sektöründe tanıtım ve pazarlama faaliyetleri, son yıllarda geleneksel yöntemlerden dijital odaklı stratejilere geçmiştir. Ülke genelinde markalar artık mağaza içi kampanyalardan çok çevrim içi görünürlüğe yatırım yapmaktadır. Moda ve giyim sektöründe tüketiciler, ürünleri çoğunlukla sosyal medya platformları üzerinden keşfetmekte; bu nedenle dijital pazarlama, reklam ve influencer iş birlikleri markaların en etkili tanıtım kanalı haline gelmiştir. Özellikle Instagram, Snapchat ve TikTok platformları, koleksiyon tanıtımları, sezon lansmanları ve hedefli reklamlar için yaygın biçimde kullanılmaktadır.

Reklam ve kampanya stratejilerinde yerel kültürel duyarlılıklar büyük önem taşır. Görsellerde muhafazakâr giyim tarzına ve aile odaklı temalara yer verilmesi, Suudi tüketici tarafından olumlu algılanır. Tanıtım dili genellikle Arapça hazırlanır; Türk markalarının bu pazarda etkili olabilmesi için yerel dilde içerik üretmesi ve sosyal medya hesaplarını Suudi hedef kitleye göre yönetmesi gerekir. Tüketiciler, ürünün menşei, kumaş kalitesi ve dayanıklılığı hakkında şeffaf bilgi bekler. Bu nedenle dijital kampanyalarda ürün detaylarını, fiyat-performans avantajlarını ve “Made in Turkey” algısını öne çıkarmak pazarlama açısından etkilidir. Ayrıca bu mecralarda tanıtımlar için “Influencer” faaliyetleri dâhil işlemler Saudi General Commission for Audiovisual Media (GCAM) lisansına tabidir. Sosyal medya üzerinden satış yapan markalar da e-ticaret lisansı almış olmalıdır.

Fiziksel tanıtım kanalları da önemini tamamen yitirmemiştir. Riyad, Cidde ve Dammam’daki büyük alışveriş merkezlerinde mağaza içi promosyonlar, sezon indirimleri ve açılış etkinlikleri marka bilinirliğini artırmak için kullanılmaktadır. Moda fuarları, konsept tanıtım etkinlikleri ve “Saudi Fashion Week” gibi organizasyonlar, hem yerel hem de uluslararası markalar için hedef kitleye doğrudan ulaşma fırsatı sağlar. Ayrıca Suudi Fashion Commission tarafından desteklenen etkinliklerde Türk firmalarının görünürlük kazanması mümkündür.

Genel olarak Suudi pazarında başarılı bir tanıtım ve pazarlama stratejisi, dijital platformlardaki etkinliği güçlü bir yerel marka iletişimiyle birleştirmeyi gerektirir. Sosyal medya reklamcılığı, influencer ortaklıkları, mobil uygulama kampanyaları ve hızlı müşteri yanıtı sağlayan çevrim içi mağazalar, Türk ihracatçılarının rekabet gücünü artıracak temel araçlardır. Bu yaklaşım, hem modern tüketici kitlesine ulaşmayı hem de markanın güvenilir ve sürekli bir imaj kazanmasını mümkün kılar. Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Suudi Arabistan’da hazır giyim sektöründeki tüketici tercihleri, hem toplumsal dönüşümün hem de genç nüfusun etkisiyle hızlı biçimde değişmektedir. Ülke nüfusunun büyük kısmı 35 yaş altındadır ve bu kesim, moda bilincine sahip, dijital platformları aktif kullanan bir tüketici grubunu oluşturur. Tüketiciler markaya ve kaliteye önem verir, ancak aynı zamanda dini ve kültürel değerlerle uyumlu giyimi tercih eder. Bu nedenle piyasada “modest fashion” yani mütevazı moda anlayışı güçlü bir konumdadır. Abaya ve uzun elbise gibi geleneksel ürünler artık daha modern kesim ve renklerde üretilmekte, yerel markalar ile uluslararası zincirler bu alanda rekabet etmektedir.

Kadınların iş hayatına ve kamusal yaşama daha aktif katılması, kadın giyiminde talebi artıran en önemli unsurlardan biridir. Özellikle profesyonel giyim, günlük şıklık ve tasarım abaya segmentlerinde çeşitlilik hızla artmıştır. Erkek tüketicilerde ise sade ama markalı ürünlere yönelim vardır; thobe ve günlük spor giyim kombinleri en çok tercih edilen kategorilerdir. Genç

tüketiciler arasında spor giyim, denim, tişört ve “streetwear” tarzı ürünler öne çıkar. Çocuk giyimi de yüksek gelirli aileler arasında önemli bir pazar oluşturmaktadır.

E-ticaretin yaygınlaşmasıyla tüketici alışkanlıkları dijital kanallara kaymıştır. Tüketiciler artık ürünleri mağazadan ziyade sosyal medya ve mobil uygulamalar üzerinden keşfetmektedir. Özellikle Instagram, Snapchat ve TikTok, moda trendlerinin şekillendiği başlıca mecralardır. “Influencer” tanıtımları ve kısa video içerikleri satın alma kararlarını doğrudan etkiler hale gelmiştir. Online alışverişlerde hızlı teslimat, ücretsiz iade ve güvenilir ödeme sistemleri en önemli tercih kriterleridir.

Genel olarak Suudi tüketiciler, markalı, kaliteli ve modaya uygun ürünleri tercih ederken, fiyat duyarlılığı da giderek artmaktadır. Çin menşeli düşük fiyatlı ürünler alt segmentte payını korurken, Türk ürünleri kalite-fiyat dengesiyle orta-üst sınıfta güçlü bir konum elde etmiştir. Moda trendleri artık küresel akımlardan doğrudan etkilenmekte; pastel tonlar, rahat kesimler, fonksiyonel ve hafif kumaşlar öne çıkan unsurlar arasındadır. Bu dinamik yapı, Türk ihracatçıları için hem yenilikçi hem de kültürel olarak uyumlu ürünlerle pazarda kalıcı yer edinme fırsatı sunmaktadır.

4.17 Sektörde Vergiler

Yukarıda çeşitli başlıklarda belirtildiği üzere, hazır giyim sektörü, Suudi Arabistan ile Türkiye arasında En Çok Kayrılan Ülke prensibiyle %5-%12 oranında değişen standart gümrük vergilerine tabi durumdadır. KDV olarak %15 e-ticaret dâhil tüm ürünlerde zorunlu olup bir istisnası bulunmamaktadır. KDV, hem ithalat aşamasında (CIF değer + gümrük vergisi dahil tutar üzerinden) hem de yerel satış aşamasında uygulanmaktadır.

Anti-Damping bakımından, Suudi Arabistan, Körfez İşbirliği Konseyi’nin Ortak Anti-Damping ve Telafi Edici Vergi Yönetmeliği’ne tabidir. Damping soruşturmaları ve cezai vergiler GCC Anti-Dumping Committee tarafından yürütülmektedir. **Hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri için şu anda aktif bir anti-damping uygulaması bulunmamaktadır.** Ancak geçmişte bazı Çin menşeli tekstil ürünleri (örneğin polyester iplik ve kumaş) için geçici anti-damping soruşturmaları açılmıştır.

Gümrük hizmet bedeli (service fee) genellikle mal bedelinin %0,4–0,5’i civarındadır. Depo ve elleçleme ücretleri gümrük idaresi veya lojistik firmalarca ayrı olarak tahsil edilir. Vergiler, ithalat işlemi sırasında ZATCA sistemine elektronik olarak beyan edilir.

4.18 Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Sektörün etkilendiği tarife dışı engel bakımından birinci sırada SASO ve SABER uygunluk belgelendirmeleri gelmektedir. Gözetim ve sevk öncesi denetim şartları da teslimatın teslimi

noktasında zaman ve maliyet açısından göz önünde bulundurulmalıdır. Türkiye KİK veya PAFTA anlaşma istisnalarından ve idari kolaylıklardan yararlanamayacağından rekabetçilik ve pazara giriş açısından daha zayıf konumdadır. Ayrıca perakende sektöründe yabancı markaların doğrudan mağaza açması için **yatırım lisansı (SAGIA / MISA)** alınması gerektirmekte, dolaylı bir engel olarak akılda bulundurulmalıdır.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Sektörde ihracatçılarımızı bekleyen fırsatlar bakımından en başta genç nüfusun tetiklediği artan taleptir. Nüfusun %60'ından fazlası 35 yaş altında olması, moda bilinci ile yeni markaların girişi için açık bir pazar oluşturmaktadır. Özellikle fast fashion, spor giyim ve modest fashion (mütevazı moda) kategorilerinde talep hızlı biçimde artmaktadır. Kadınların da iş gücüne ve sosyal yaşama gün geçtikçe artan oranda katılımları, kadın hazır giyimi segmentinde büyümeyi hızlandırmaktadır

İkinci sırada tüm dünyada olduğu gibi pazara girişi kolaylaştıran bir etmen olan e-ticaretin ülkede de hızla yaygınlaşıyor olmasıdır. Pandemi sonrasında Suudi Arabistan, Orta Doğu'nun en hızlı büyüyen e-ticaret pazarlarından biri haline gelmiştir. Noon, Namshi, Ounass, Amazon.sa, Shein gibi platformlar üzerinden giyim satışları yıllık %20'nin üzerinde artış göstermektedir. Türk ihracatçılar, düşük lojistik maliyetleri ve hızlı teslim avantajı sayesinde dropshipping, fulfillment ve mikro ihracat modelleriyle doğrudan tüketiciye erişim sağlayabilir.

Ülkemizle ilgili bir fırsat da Türk ürünlerimiz için ülke sathında yaygın olan kalite ve iyi tasarım algısıdır. Türk hazır giyim ürünleri, Suudi pazarında “Avrupa kalitesinde, Asya fiyatında” olarak algılanmaktadır. Özellikle kadın dış giyimi, abaya, elbise, gömlek, triko ve çocuk giyimi alanlarında Türk menşeli ürünler tercih sebebidir. Türkiye'nin modaya hızlı uyum sağlayan üretim yapısı, Suudi perakendeciler için güvenilir tedarikçi avantajı da sunmaktadır.

Yüksek satın alma gücü ve premium segmentin büyümesi de, kişi başı gelir ortalaması 30.000 ABD Doları olan ülkedeki orta ve üst gelir grubunda markalı ürün talebini artırmaktadır. Özellikle Riyad, Cidde ve Dammam'da lüks ve yarı-lüks segmentte yeni markalara açık bir tüketici profili vardır. Türk markalarının premium koleksiyonları, butik mağazalar ve alışveriş merkezlerinde yerel distribütörlerle iş birliği yaparak nispeten daha kolaylıkla satış yapabilecektir.

Lojistik ve coğrafi yakınlık avantajı da deniz taşımacılığı 6–8 gün, hava kargo süresi ise 1–2 gün düzeyleriyle siparişlerin hızla alıcısına ulaştırılması anlamında stratejik bir fırsattır.

Yakın gelecekte Türkiye ile KİK arasında onaylanması beklenen bir Serbest Ticaret Anlaşması (STA)'nın yürürlüğe girmesi gümrük vergisiz bir pazar fırsatı oluşturacaktır.

Daha önce pazara giriş yapmış olan büyük Türk markaları ülkede hem doğrudan mağazacılıkta hem de e-ticarette Türk ihracatçılar için pazar açıcı rol oynamaktadır.

Moda ve kültürel yakınlık da Suudi Arabistan'daki muhafazakâr giyim alışkanlıklarıyla uyumludur. Bu da özellikle kadın giyimi ve abaya segmentlerinde marka güveni oluşturmaktadır.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Pazarda ihracatçılarımızın karşılaşacağı en önde gelen tehdit yoğun rekabet ve fiyat baskısı olacağı düşünülmektedir. Pazarın büyük bölümü Çin, Bangladeş, Hindistan ve Vietnam menşeli düşük maliyetli ürünlerle doludur. Bu da, fiyat avantajı nedeniyle bu ülkeleri temel tedarik kaynağı olarak gören Suudi ithalatçıların kalite açısından üstün olsa da Türk ürünlerini fiyat farkı nedeniyle özellikle alt ve orta segmentte tercih etmemelerine yol açmaktadır.

Diğer taraftan tarife dışı engellerde bahsedilen korumacı ve bürokratik uygulamalar maliyetleri de etkileyerek ürünlerimizi geriye düşürebilmektedir.

Bir diğer tehdit, markaya ve tasarıma önem verip aynı zamanda kültürel muhafazakârlık sınırları içinde alışveriş yapan Suudi tüketicilerin bazı ürün gruplarını tümüyle reddedebilmeleridir. Bu nedenle pazara sunulacak koleksiyon modelleri seçici olmak durumundadır.

Petrol fiyatlarına olan büyük bağıllık nedeniyle kamu harcamalarının yanında tüketici harcama gücü de değişkenlik göstermekte, pazarda stabil bir talebin sağlanması mümkün olamayabilmektedir.

Ayrıca kuruluşundan beri vergisiz bir alışveriş ortamına alışmış olan tüketicilerin, son 7 yıldır uygulanan %15 oranındaki KDV yükü, pazardaki fiyat hassasiyetlerini artırmıştır.

Bölgesel gerilimler ve dış politika farklılıkları, ticaret akışlarını dönemsel olarak yavaşlatabilmektedir.

Shein, Temu, AliExpress gibi küresel platformların yerel pazarı domine eden agresif fiyat politikaları, aynı zamanda Arapça dijital içerik üretimi ve yerel reklam dili açısından yetersiz kalınması, e-ticarette görünürlüğü sınırlayabilmektedir.

Suudi Arabistan hazır giyim pazarı genç nüfusun itici gücüyle büyümeye devam etse de, yoğun fiyat rekabeti, teknik engeller, yerelleşme gereklilikleri ve idari süreçler Türk ihracatçıları için yukarıda belirtilenler başta olmak üzere riskler doğurmaktadır. Pazarda sürdürülebilir başarı için firmaların yerel temsilcilik kurmaları, Arapça dijital pazarlama yatırımlarını artırmaları ve teknik mevzuata tam uyum sağlamaları kritik önem taşımaktadır.

7. Sektörde İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Firmalarımızın aşağıdaki başlıklarda dikkatli ve özenli olmaları ihracat yoluyla pazara girmeleri bakımından son derece önemlidir.

- ✓ Ürünlerin sertifikasyon ve etiketleme gerekliliklerini önceden tamamlamak, gümrük gecikmelerini önlemek, yani SASO ve SABER süreçlerine tam uyum sağlamaları,
- ✓ Suudi pazarına girişte lisans, kayıt ve dağıtım ağları açısından en etkili yöntem olarak Yerel temsilci veya distribütör ile iş birliği yapmaları,
- ✓ Instagram, Snapchat ve TikTok üzerinden Arapça içerikli tanıtımlar yaparak e-ticaret ve sosyal medya odaklı pazarlama ile marka görünürlüğünü artırmaları,
- ✓ Mütevazı moda (modest fashion) ve aile odaklı tasarımlar ile kendi ürün gamlarını yerel zevklere uyarlamaları,
- ✓ Hızlı teslimat ve küçük partili üretim avantajından yararlanarak Türkiye'nin coğrafi yakınlığı ile düşük stok maliyetini rekabete çevirme,
- ✓ Vision 2030 kapsamında moda ve tekstil sektöründe yerli üretim ortaklıklarına yönelik teşvikler ile ortak üretim ve yatırım fırsatlarını değerlendirme,
- ✓ Başta Riyad ve Cidde'de düzenlenen moda ve tekstil fuarlarına katılarak ithalatçılarla doğrudan temas kurmaları.

8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

Suudi Arabistan hazır giyim sektörü, genel olarak ithalata dayalı bir pazar olmakla birlikte, önümüzdeki dönemde yerli üretimin desteklendiği bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu nedenle Türk firmalarının yalnızca ihracat değil, aynı zamanda yatırım ve ortak üretim modelleri üzerinde de durması önem taşımaktadır. Vision 2030 çerçevesinde yürütülen yerelleşme politikaları, yabancı markalara tasarım, know-how ve fason üretim alanlarında iş birliği imkânı sunmaktadır. Ayrıca ülkenin genç ve dijitalleşmiş tüketici profili, markalaşma ve e-ticaret tabanlı satış stratejileri açısından Türk firmalarına avantaj oluşturmaktadır.

Bununla birlikte, sektörde sertifikasyon, etiketleme ve yasal izin süreçlerinin ayrıntılı biçimde planlanması gerekmektedir. SASO ve SABER sistemlerine önceden kayıt yaptırmak, ürün belgelerini eksiksiz hazırlamak ve Arapça içerik düzenlemelerine uyum sağlamak ihracat sürecinin aksamaması açısından kritik önemdedir. Uzun vadeli başarı için Türk üreticilerin pazarı yalnızca satış noktası olarak değil, kültürel uyum ve yerel beklentilerle bütünleşen sürdürülebilir bir ticari alan olarak değerlendirmeleri yerinde olacaktır.

9. Genel Değerlendirme

Suudi Arabistan hazır giyim sektörü, artan gelir düzeyi, genç nüfus yapısı ve kültürel dönüşümün etkisiyle hızlı biçimde gelişmektedir. Ülke genelinde modern perakende ağları genişlemiş, tüketicilerin uluslararası markalara erişimi kolaylaşmış ve e-ticaretin payı hızla yükselmiştir. Kadınların iş gücüne katılımının artması, mütevazı moda akımının güçlenmesi ve lüks tüketime yönelik ilgideki artış, pazarın genişlemesini destekleyen temel unsurlardır.

Bununla birlikte sektör, hâlen büyük ölçüde ithalata dayalı bir yapıya sahiptir. Yerli üretim girişimleri artsa da, hazır giyim tedariki ağırlıklı olarak Asya ve Avrupa kaynaklıdır. Türkiye bu açıdan, kalite ve fiyat dengesini koruyan, kültürel olarak yakın ve lojistik olarak avantajlı bir tedarikçi konumundadır. Türk firmalarının ürün çeşitliliği, hızlı üretim kapasitesi ve moda uyumu, Suudi pazarında rekabet üstünlüğü sağlamaktadır.

Orta vadede sektörün yönünü belirleyecek faktörler; e-ticaretin daha da yaygınlaşması, SASO standartlarının tam uyumu ve yerli üretim ortaklıklarının gelişim hızıdır. Türk ihracatçıları için en doğru strateji, Suudi Arabistan'ı yalnızca bir alıcı pazar değil, kalıcı marka ve yatırım alanı olarak ele almaktır. Bu yaklaşım, hem mevcut ihracat hacmini artıracak hem de Türk hazır giyim sektörünün bölgedeki uzun vadeli konumunu güçlendirecektir.

10. Yararlı Adresler

- Saudi Standards, Metrology and Quality Organization (SASO) – <https://saso.gov.sa>
- SABER Conformity Assessment Platform – <https://saber.sa>
- Zakat, Tax and Customs Authority (ZATCA) – <https://zatca.gov.sa>
- Ministry of Commerce (MOC) – <https://mc.gov.sa>
- Federation of Saudi Chambers (FSC) – <https://fsc.org.sa>
- Saudi Fashion Commission – <https://fashion.moc.gov.sa>
- Saudi Export Development Authority (Saudi Exports) – <https://www.saudiexports.gov.sa>
- Etimad Government Tenders Platform – <https://etimad.sa>
- Riyadh Chamber of Commerce – <https://riyadhchamber.sa>
- GCC Common Customs Tariff – <https://gcc-sg.org>

11. Kaynakça

- General Authority for Statistics (GASTAT) – Household Expenditure & Textile Trade Data, 2024
- SASO TR 164:2020 – Technical Regulation for Textile Products

- Saudi Fashion Commission Reports (2023–2024) – Saudi 100 Brands Initiative & Fashion Industry Outlook
- Zakat, Tax and Customs Authority (ZATCA) – E-Commerce Import & VAT Guidelines
- Federation of Saudi Chambers – Textile and Garment Committee Publications
- Saudi Exports Database – Importers Directory and Trade Statistics
- T.C. Ticaret Bakanlığı (İhracat Genel Müdürlüğü) – Ülke Masaları: Suudi Arabistan Ülke Profili
- World Bank – Saudi Arabia Economic Update 2024
- GCC Secretariat General – Common External Tariff and Trade Agreements
- Intertek / SGS / Bureau Veritas – SASO Conformity Assessment Guidance Notes for Textile Products