



BANGLADEŞ



KOZMETİK SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Raporu Hazırlayan: **Dakka Ticaret Müşavirliği**

1. Ülke Pazarında Kozmetik Sektörü

1.1 İlgili Sektörde Üretim

Bangladeş kozmetik ve tuvalet ürünleri pazarı hızla büyüyen bir sektördür. Yerli üretim özellikle sabun, şampuan, diş macunu, saç yağı, bebek bakım ürünleri ve hijyen ürünlerinde yoğundur. İthal ürünler ise daha çok orta-üst gelir grubuna yönelik olup parfüm, cilt bakım, makyaj ürünleri ve dermokozmetiklerde öne çıkar. Pazar büyüklüğüne dair yapılan araştırmalarda 2020 itibarıyla yaklaşık 1,25 milyar dolar seviyesinde olduğu 2027 yılında ise 2,1 milyar dolar aşacağı tahmin edilmektedir.¹ 2025 yılına ilişkin pazar büyüklüğü tahminleri ise 1,4 milyar dolar civarındadır.² Bangladeş Ticaret ve Tarife Komisyonu'nun geçmiş 2024 yılındaki bir çalışmasında ise kozmetik ve hijyen ürünleri pazarının büyüklüğü 34.000 crore Bangladeş Takası (yaklaşık 3 milyar dolar) olarak tahmin edilmiştir. Yerel üretimin toplam pazar içerisindeki payının yaklaşık %30 olduğu tahmin edilmektedir. Hammadde açısından (koku, esans, bazı aktif içerikler, ambalaj) çok büyük oranda ithalata bağımlılık söz konusudur.

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

Bangladeş'teki başlıca üretici firmalar;

- Unilever Bangladesh; Global markasının Bangladeş'teki iştiraki olan firma pazarda lider üretici konumundadır.
- Square Toiletries Ltd; Square Group bünyesindeki firma, cilt ve saç bakımı, ağız bakımı ve diğer kişisel bakım ürünleri üretmektedir.
- Remark HB Ltd; makyaj ve cilt bakım ürünleri üretmektedir.

Sektördeki başlıca üretici birlik ve dernekleri ise aşağıdaki şekildedir.

- Bangladesh Cosmetics & Toiletries Manufacturers Association (BCTMA)
- Association of Skin Care & Beauty Products Manufacturers & Exporters of Bangladesh (ASBMEB)

1.3 Kozmetik Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Perakende satışlarda, modern perakende ile geleneksel dağıtım kanallarının karışımı bir model hakimdir. Perakende satışlar büyük ölçüde mağazalar, süpermarketler, eczaneler ve online satış platformları aracılığıyla yapılmaktadır. Online satışların toplam içerisindeki payında artış görülmektedir.

¹ <https://www.tbsnews.net/thoughts/rise-made-bangladesh-cosmetics-962596>

² https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/cosmetics/bangladesh?srsId=AfmBOopqPp7C_4F_ycvCxqQDSH57bVkhHqb0JdOnPUZKRi7vv1PcrHOZ

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

2.1 Kozmetik Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İthalat Değeri (Bin \$)	Miktar* (ton)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Hindistan	48.043	1.267	%31
2	AB	43.369	12.156	%28
3	Tayland	18.387	1.476	%11,9
4	BAE	11.806	2.257	%7,5
5	Güney Kore	10.680	651	%6,9
6	Singapur	7.387	158	%4,8
7	Çin	5.680	1.222	%3,7
8	Türkiye	2.395	152	%1,5
9	Birleşik Krallık	1.817	9	%1,2
10	Endonezya	1.267	146	%0,8

Kaynak: Dünya Bankası

2.2 Kozmetik Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Fransa	589.093	34,6%
2	Nepal	317.286	18,6%
3	Filipinler	244.472	14,4%
4	Pakistan	149.225	8,8%
5	ABD	105.665	6,2%
6	Birleşik Arap Emirlikleri	90.975	5,3%
7	Suudi Arabistan	34.769	2,0%
8	Büyük Britanya	18.866	1,1%
9	Kanada	2.766	0,2%
10	Hindistan	1.149	0,1%

Kaynak: Bangladeş İhracatı Geliştirme Bürosu (EPB)

2.3 Kozmetik Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler
(2024 Mali Yılı)

Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	İthalat Değeri (\$)	Türkiye'den İthalatı (\$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
3302	Sanayide ve İçecek İmalinde Hammadde Veya Koku Verici Olarak Kullanılan Madde ve Karışımlar	83.743.474	77.082	0,09%
3304	Güzellik, Makyaj ve Cilt Bakım İçin müstahzarlar (Güneş Kremleri Dahil)	27.616.186	1.619.016	5,86%
3305	Saç Müstahzarları	10.919.700	57.502	0,53%
3307	Traş Müstahzarları, Vücut Deodorantları, Banyo Müstahzarları, Tüy Dökücüler vb	10.204.496	38.555	0,38%
3306	Ağız Veya Diş Sağlığını Korumaya Mahsus Müstahzarlar ve Diş İpleri	7.713.180	2.228	0,03%
3301	Uçucu Yağlar, Rezinoitler, Ekstraksiyonla Elde Edilen Yağ Reçineleri ve yan ürünler	1.949.798	4	0,01%
3303	Parfümler	1.700.962	13.460	0,79%

Kaynak: Bangladeş İstatistik Bürosu (BBS)

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

Ürün Adı	Tarife Pozisyonu	İhracat Değeri (\$)	Türkiye'ye İhracatı (\$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
Uçucu Yağlar	3301.29	650.112	0	0
Şampuan	3305.10	271.451	0	0
Koku veren maddelerin karışımları	3302.90	244.472	0	0
Saç Ürünleri	3305.90	240.511	0	0
Diş macunları	3306.10	103.883	0	0
Ağız veya diş hijyeni aparatları	3306.90	53.174	0	0
Yağlardaki uçucu yağ konsantreleri	3301.90	38.251	0	0
Diğer makyaj ve güzellik bakım ürünleri	3304.99	35.987	0	0
Parfümler	3303.00	21.852	0	0
Oda Kokusu	3307.49	14.899	0	0

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (\$)

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	3301	Uçucu Yağlar, Rezinoitler, Ekstraksiyonla Elde Edilen Yağ Reçineleri ve Terpenli Yan Ürünler		293		28.696	4
2	3302	Sanayide ve İçecek İmalinde Hammadde Veya Koku Verici Olarak Kullanılan Madde ve Karışımlar	50.312	8.391	44.674	62.389	77.082
3	3303	Parfümler	28.701	151.206	318.116	45.137	13.460
4	3304	Güzellik, Makyaj ve Cilt Bakım İçin müstahzarlar (Güneş Kremleri Dahil)	888.401	1.188.596	1.572.828	1.540.982	1.619.016
5	3305	Saç Müstahzarları	102.663	87.474	70.787	65.469	57.502
6	3306	Ağız Veya Diş Sağlığını Korumaya Mahsus Müstahzarlar ve Diş İpleri	194.640	4.443	2.284	12.124	2.228
7	3307	Tıraş Müstahzarları, Vücut Deodorantları, Banyo Müstahzarları, Tüy Dökücüler vb	221.080	96.345	122.963	87.511	38.555
	Toplam		1.485.797	1.536.748	2.131.652	1.842.308	1.807.847

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Ülkenin en büyük şehri başkent Dakka'dır. Ülkedeki üst gelir grubu da ağırlıklı olarak Dakka'da ikamet etmektedir. İkinci büyük şehir ülkenin dış ticaretinin çok büyük bölümünün gerçekleştirildiği liman kenti Chittagong, üçüncü büyük şehir ise Shyllet'tir. İthal edilecek ürünlerin potansiyel alıcıları yoğunlukla üç büyük kenttedir. İthalat genellikle Dakka merkezli distribütörlerce gerçekleştirilmektedir.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

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

- The Association of Skin Care and Beauty Products Manufacturers & Exporters of Bangladesh (ASBMEB) - <https://asbmeb.com/#contactus>
- The Bangladesh Cosmetics and Toiletries Importers Association (BCTIA)
Address: 69,70 Moulavi Bazar, Moulovi Bazar Tower (8th Floor),
Chawkbazar, Dhaka-1211 , Mobile No: 01773519674

- Bangladesh Beauty Parlour Owners Association
Address : 6/ 1, Rajani Bose Lane (3'd floor) Mitford Road, Dhaka- 1 100
Mobile : +88 01730038677, +88 07673377777

4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

- İthalatçı Kayıt Belgesi
- Bangladesh Standards and Testing Institution (BSTI)'dan alınacak Standard Uygunluk Sertifikası
- Directorate General of Drug Administration (DGDA)'da Ürün Kaydı ve ithalat lisansı
- Zararlı kimyasalların/maddelerin bulunmadığına dair beyanname
- Üreticinin sunacağı standardizasyon belgesi
- Laboratuvar Analiz Sertifikası

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

- Cosmetics: Personal Care & Hygiene Show (10-12 Eylül 2026)
- Bangladesh - Beauty Tech Expo (Fit&Wellness Expo ve Mom&Baby Fair fuarlarıyla eşzamanlı) (11-13 Aralık 2025)

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

Bangladeş'le ülkemiz arasında imzalanan ikili bir STA/TTA bulunmamaktadır. Bangladeş'in sahip olduğu tek ikili TTA ise 2020 yılında Butanla imzalanan anlaşmadır. En Az Gelişmiş Ülke (EAGÜ) statüsünün verdiği vergi ve çeşitli imkanlara sahip olan Bangladeş, EAGÜ statüsünün sona erecek olması nedeniyle son yıllarda çeşitli ülkelerle STA ve TTA imzalanmasına ilişkin çalışmalar yürütmeye başlamıştır. Bangladeş'in taraf olduğu çok taraflı ve bölgesel anlaşmalar ise Asya Pasifik Ticaret Anlaşması (APTA) ve Güney Asya Serbest Ticaret Alanı (SAFTA), İİT Üyesi Devletler Arasında Tercihli Ticaret Sistemi (TPS-OIC) ve D-8 TTA'dır.

4.6 Sektörde Standartlar, Etiketleme ve Ambalajlama

Bangladeş'te ürün stnadarlarına ilişkin düzenlemeleri yapmakla görevli kurum Bangladesh Standards and Testing Institution (BSTI)'dır. Uygulanan standartlara ilgili kurumun web sitesi üzerinden ulaşılabilir.³ Standart Uygunluk Sertifikası alınması gereken ürünler listesi de ilgili kurum tarafından duyurulmaktadır.⁴ Bangladeş'te ithal edilecek ürünlerin ambalajında markası ve menşe ülkesi İngilizce veya Bengalce içerik listesi, üretim tarihi, son kullanma tarihi bilgileri yer almalıdır. İthalatçı firma bilgisinde ise ithalatçı adı/adresi, vergi numarası, ürün içerikleri gibi bilgiler bulunmalıdır.

³ <https://bsti.portal.gov.bd/site/page/d5235f4d-9528-45cd-89b1-9930ff0d1c6b/->

⁴ <https://bsti.portal.gov.bd/site/page/741c4948-53e2-455e-bb38-f4281381f426/List-of-Mandatory-Products->

4.7 Lojistik

Bangladeşle olan ticarete işlemler, deniz yoluyla Chittangong Limanı, havayoluyla ise başkent Dakka'da yer alan Hazratshahjalal Uluslararası Havalimanı üzerinden gerçekleştirilmektedir. İlerleyen dönemde Syhlett ve Chittagong'da bulunan havalimanlarında da uluslararası kargo taşımacılığına başlanması planlanmaktadır. Derin deniz limanı bulunmayan Bangladeş'e deniz yoluyla gönderilen ürünler çoğunlukla Chittagong Limanı'na gelmekte, ürünlerin ülkemizden varış süresi genellikle 40-60 gün aralığında olmaktadır. Ülkede çok sayıda nehir bulunduğundan, iç sular üzerinde taşımacılık da yaygındır.

4.8 Dağıtım Kanalları,

Ülkede dağıtım ve satışının temel kanalları yerleşik acenteler, temsilciler ve lisanslı distribütörlerdir. Yaygın uygulamada, ithalat ruhsatına sahip ithalatçı firmalar ve toptancılar tarafından ithal edilen ürünler, küçük yerel işletmelere tedarik edilmektedir. Büyük perakendeciler de çoğunlukla ithalatçı distribütörler kanalıyla ürünleri tedarik etmektedir.

4.9 E-Ticaret

4.9.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Ülkenin en büyük e-ticaret platformu Alibaba Group'a ait olan Daraz Bangladesh'dir. Ürün çeşitliliği yüksek olan Othoba, elektronik ürünlerin ağırlıklı olarak satıldığı Pickaboo, market ve mutfak ürünlerinin ağırlıklı olarak satıldığı Chaldal ve Foodpanda, B2B platformu Priyoshop, kozmetik ürünlerin yer aldığı Shajgoj ve Ohsogo diğer öne çıkan pazaryerleridir. Daraz dışındaki diğer pazaryerlerinin operasyonları büyük oranda yerel düzeydedir.

4.9.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.

Bangladeş'in çok dinli yapısı dolayısıyla milli günlerin dışında farklı dinlerin bayram ve özel günleri de kutlanmaktadır. Ramazan ve Kurban Bayramlarının yanı sıra kandiller de resmi tatil olarak kutlanmaktadır. Hristiyanlık için Christmas, Hindu bayramları olan Durga Puja ile Janmashtami ve Budistler için önemli bir tarih olan Buddha Purnima da resmi tatildir. 2025 yılında Bangladeş'teki resmi tatiller aşağıdaki gibidir.⁵

Tatil Günü	Tarih	Gün Sayısı
Yılbaşı	1 Ocak 2025	1
*Berat Kandili	15 Şubat 2025	1

⁵ <https://www.bb.org.bd/en/index.php/mediaroom/holiday>

Uluslararası Anadil ve Şehitler Günü	21 Şubat 2025	1
Ulusal Bağımsızlık Günü	26 Mart 2025	1
*Kadir Gecesi	28 Mart 2025	1
*Ramazan Bayramı	29, 30, 31 Mart 2025, 01 & 02 April 2025	5
İşçi Bayramı	1 Mayıs 2025	1
*Buddha Purnima (Boishakhi Purnima)	1 Mayıs 2025	1
*Kurban Bayramı	05, 06, 07, 08, 09 & 10 Haziran 2025	6
*Aşure Günü	06 Temmuz 2025	1
Temmuz Devrimi Günü	05 Ağustos 2025	1
Janmashtami	16 Ağustos 2025	1
*Mevlid Kandili	05 Eylül 2025	1
Durga Puja (Nabami & Bijoya Dashami)	01 & 02 Ekim 2025	2
Zafer Günü	16 Aralık 2025	1
Christmas	25 Aralık 2025	1

*Yıllık değişmekte ve kesin tarihler ayın konumuna göre değişiklik göstermektedir.

Kaynak: Bangladesh Bank

4.9.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

En çok kullanılan sosyal medya platformu Facebook'tur. Ülkedeki Facebook kullanıcı sayısının 55-60 milyon civarında olduğu tahmin edilmektedir. Tanıtım ve pazarlama faaliyetleri için en çok kullanılan platform da Facebook'tur. Sık kullanılan diğer platformlar ise 35-40 milyon bandında kullanıcıya sahip olan Tiktok ve Youtube'dur. Instagram ve X kullanımı görece daha sınırlıdır.

4.9.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

E-ticaret gönderileri için, 2 kg veya 5000 BDT altı tanıtım veya küçük miktarlarda kozmetik ürün numunesi vergiden muaf olarak ülkeye girebilir ancak BSTI izni gerekebilir.

2000 BDT değerinin altındaki ürünlerde ithalat vergisi muafiyeti olabilir. Ancak kozmetik ürünlerde sıklıkla sağlık ve güvenlik denetimi gerekçesi ile bu muafiyet uygulanmayabilir.

4.9.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Bangladeş'te e-ticaret yoluyla yurtdışından ürün getirme süreci Ulusal Gelir Kurulu (NBR) ve Bangladesh Customs Act 1969 kapsamındadır. 2023'te çıkarılan E-Commerce Policy Guidelines ve Cross-Border E-Commerce Import Rules (taslak) e-ticaret yoluyla ithalatın sınırlarını tanımlamaya başladı.

Kozmetik ürünler “regulated consumer goods” sınıfına girer; bu da hem sağlık hem de güvenlik denetimi gerektirir. Sınır ötesi e-ticaret, tüketim amaçlı döviz akışını önlemeye yönelik sermaye kontrolleri nedeniyle zayıf seyretmektedir. Ayrıca, zayıf lojistik altyapısı ve düzensiz gümrük uygulamaları, sınır ötesi e-ticaretin büyümesini kısıtlamaktadır. Bangladeş'te e-ticaret alanında ilgili sektörel kuruluşun ismi “e-Commerce Association of Bangladesh (e-CAB)” dir.

4.9.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

Ülkede lojistik kapasite sınırlı olmakla birlikte gelişim göstermektedir. E-ticaret işlemleri için lojistik hizmeti sunan başlıca firmalar SA Paribahan, UPS, DHL, FedEx, Pathao Courier ve Sundarban Courier Service'dir. Sipariş karşılama hizmetlerinde ise REDX, Paperfly, eCourier ve E-desh öne çıkan firmalardır.

4.10 Tanıtım ve Pazarlama

Kozmetik pazarı, dijitalleşmenin artmasıyla birlikte özellikle çevrimiçi satış segmentinde güçlü bir büyüme göstermektedir. Tanıtım ve pazarlama faaliyetleri için de sosyal medya, influencer işbirlikleri ve dijital pazarlama öne çıkmaktadır. Bunun yanında ülke 200'den fazla günlük gazete de dahil olmak üzere 3.000'den fazla İngilizce ve Bengalce gazete ve dergiyle büyük bir medya sektörüne sahiptir. Birçok gazetenin hem İngilizce hem de Bengalce versiyonları mevcuttur. Bangladeş'te 30'dan fazla yerel özel uydu televizyon kanalı bulunmaktadır. Devlet tarafından işletilen Bangladeş Betar (radyo), genellikle Bengalce dilinde ticari reklamlar yayınlarken, devlet tarafından işletilen Bangladeş Televizyonu (BTV) İngilizce ve Bengalce reklamlar yayınlamaktadır. Uydu televizyonu kentsel alanlarda popülerdir ve programların çoğu Hong Kong ve Hindistan'dan yayınlanmaktadır. Global yayın yapan ABD ve Avrupa'lı TV kanalları da yerel veya bölgesel dağıtımıcılar aracılığıyla izlenebilmektedir ve çoğu yerel reklam yayınlamaktadır. Son yıllarda Dakka, Chittagong ve Sylhet'te ortaya çıkan yerel dijital kablo TV şirketleri, nispeten geniş bir yabancı program yelpazesi sunmaktadır.

4.11 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Doğal içerikli, organik, kimyasal içeriği minimize edilmiş ürünlere ilgi artmaktadır. Bu durum zerdeçal, aloe vera ve sandal ağacı gibi geleneksel elementleri içeren ürün lansmanlarında artış sağlamaktadır. Erkek bakım ürünlerine olan talep de artış göstermekte olup, yıllık büyümenin bu kategoride %8.5 olduğu tahmin edilmiştir.⁶ Dijital satışa olan ilgi, özellikle genç tüketicilerin etkisiyle artış göstermektedir. Sadece makyaja yönelik kozmetik

⁶ <https://www.alliedmarketresearch.com/press-release/bangladesh-skin-care-products-market.html>

ürünler değil, günlük bakım ürünleri (yüz yıkama, nemlendirici, tonik, saç bakım) kullanım oranı yükselmektedir.⁷ Cilt beyazlatmaya yönelik ürünler de yüksek talep görmektedir.

4.12 Sektörde Vergiler

2025 yılı Temmuz ayında gerçekleştirilen vergi artışları sonrasında, Fasıl 33'te yer alan ürünlere uygulanan gümrük vergisi %25'dir. Bununla birlikte, 3301 ve 3302 gümrük tarife pozisyonlarında uygulanan toplam vergi oranı %58.4, 3303 için %148.15, 3304 için %159.48, 3305 için %185.80, 3306 için %115.6'dır. İthal edilen kozmetik ürünlerde, gümrük idaresince fiyat açısından ürün değerinin çok düşük değerlendirildiği durumda asgari kıymet üzerinden vergi alınması kaydıyla ithalata izin verilmektedir.

GTİP	İthalata Uygulanan Toplam Vergi Oranı
3301 -3302	%58.4
3303	%148.15
3304	%159.48
3305	%185.80
3306	%115.6
3307	%133.15

Kaynak: Bangladeş Ulusal Gelir Kurulu

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Ülkede e-ticaretin kullanımı ve dijitalleşme artış göstermektedir. Ekonomideki kısmi dengelenme ve düşük döviz talebi nedeniyle resmi döviz kuru ve piyasa kuru arasındaki makas da daralarak %4'ün altına inmiştir. Döviz rezervlerinde görülen artışla birlikte ithalata uygulanan kısıtlamalar azaltılmaya başlanmıştır. Ülkede helal ürünlere yönelik tercih söz konusudur ve Türk ürünlerinin popülaritesi ve kalite algısı yüksektir. Bangladeş İstatistik Bürosu'na göre, Bangladeş'te 20-39 yaş arasındaki 27 milyondan fazla kadının yaklaşık %70'inin düzenli olarak kozmetik ürünler kullanmaktadır.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Bangladeş pazarı için, uygulanan yüksek ithalat vergileri, çeşitli kanallardan yasadışı ürün girişi ve hem yerli hem de yabancı sahte ürünlerin yaygın dolaşımı gibi çeşitli sorunlar bulunmaktadır. Global firmaların yerel üretime yönelmeleri, yerli üretim ürünlerin tüketimini desteklemektedir. Tüketicilerin yüksek fiyat hassasiyeti de yerli üretimi destekleyici bir rol oynamaktadır. 2026 yılı başında gerçekleşmesi beklenen genel seçim dolayısıyla seçim öncesi ve sonrasında siyasi volatilité riski yüksektir. Bürokratik sorunlar ve yapısal eksiklikler nedeniyle gümrük işlemlerindeki yavaşlık dış ticarete ilişkin maliyetleri, yükseltmektedir.

⁷ <https://citiusesearch.com/reports/Consumer-Goods/bangladesh-skin-care-products-market-report>

7. Kozmetik Sektöründe İhracatın Artırılması için Öneriler

Ülkenin iklimi oldukça sıcak ve nemli, hava kirliliği oldukça yüksek seviyelerdedir, ürün pazarlamasında hava/iklim koşullarının dikkate alınması önemlidir.

Bangladeş pazarında yerel distribütörler aracılığıyla satış yöntemi yaygındır ve doğru distribütör seçimi kritiktir.

Firmalarımızın ülkedeki fuarlara katılmalarının, gerek Bangladeş pazarına ilişkin mevcut durumun yerinde incelenmesi, gerekse müşterilerle temas noktasında tavsiye edilmektedir. Bangladeşli alıcıları Türkiye ve üçüncü ülkelerdeki fuar/standlara davet edilmesi faydalı olacaktır.

Kozmetik sektöründe faaliyet gösteren firmalarımızın, ihracata yönelik devlet yardımlarından da yararlanarak doğrudan pazarlama stratejisi de uygulayabilirler.

Pazara yeni girecek firmalarımızın tanınmış “blogger, influencer” ve reklam yüzleri ile iş birliğine giderek tanıtım faaliyetleri yapmasında fayda olacağı, değerlendirilmektedir.

Ülkemizin sahip olduğu tarihi ve kültürel güzellikler ile Bangladeşle olan dini ve tarihi yakınlıklarımızın vurgulanması pazarlama açısından firmalarımıza kolaylık sağlayacaktır.

8. Genel Değerlendirme

Ülkede son yıllarda siyasi çalkantılar mevcuttur, 2026 yılı şubat ayında gerçekleşmesi beklenen genel seçimler dolayısıyla siyasi gerilimin ve sokak olaylarının artması muhtemeldir, günlük yaşamı da olumsuz etkileyen bu tarz gelişmeler ekonomi ve kişisel harcamalar üzerinde dalgalanmalara sebebiyet vermektedir. Ülke ekonomisine ciddi yansımaları olması beklenen bir diğer gelişme ise 2026 yılı kasım ayında EAGÜ statüsünden mezuniyettir. Vergi, patent ve finansman gibi birçok avantajın ve muafiyetin sonlanacak olması ülkede ciddi bir endişe ortaya çıkarmıştır. Mezuniyet sonrasında mevzuat uyumlaştırmaları yapılması ve geçmiş dönemde oldukça yüksek oranda uygulanan bazı ithalat vergilerinin düşürülmesi beklenmektedir.

Öte yandan, Bangladeş 170 milyonu aşan nüfusuyla büyük bir pazarıdır ve 2030 yılında dünyanın en büyük dokuzuncu tüketim pazarı olacağı öngörülmektedir. Yükselen ithalat vergileri ve pazarın büyüklüğü dolayısıyla global üreticiler yerel üretim imkanlarını değerlendirmeye başlamıştır. Yerel üretimle daha uygun fiyatlı ürünler ulaşılabilir olmakla birlikte, orta ve üst gelir grubunun kalite ve güven açısından başta Avrupa ülkeleri olmak üzere ithal ürünlere talep vardır. Ülkemizle olan tarihi ve kültürel bağların yanı sıra ülkemize dönük büyük bir ilgi mevcuttur. Pazarın büyüklüğü göz önünde bulundurulduğunda pazarda yer almanın orta ve uzun vadede önemli olduğu değerlendirilmektedir.

9. Yararlı Adresler ve Sektörel Yayınlar

Dergiler;

- Canvas Magazine - <https://canvasmagazine.com.bd/>
- Ice Today - <https://icetoday.net/>
- Shajgoj - <https://shop.shajgoj.com/shajgoj-magazine>

Faydalı Linkler;

[https://customs.gov.bd/files/Tariff-2025-2026\(02-06-2025\).pdf](https://customs.gov.bd/files/Tariff-2025-2026(02-06-2025).pdf)
<https://nbr.gov.bd/taxtype/tariff-schedule/eng>