



KUVEYT DEVLETİ



TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : 13.11.2025

Raporu Hazırlayan: Kuveyt Ticaret Müşavirliği

1. Ülke Pazarında Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü

1.1 İlgili Sektörde Üretim

Kuveyt'te bütçenin %90'dan fazlasını oluşturan petrol gelirleri ve dünyanın en zengin beşinci varlık fonuna sahip olması Kuveyt Devleti'nin %85 oranında kamuda çalışan vatandaşına yüksek maaşlar ödemesini, ayrıca dolayısıyla ciddi sosyal destekler sağlayarak yüksek bir satın alam gücüne sahip olmasını sağlamıştır. Bu çerçevede, ülke global markaların pazarı haline gelmiş pek çok marka pazarda kendine yer bulmuş bu durum da ülkede sanayinin gelişimini engellemiştir.

Kuveyt Sanayi Kurumu tarafından açıklanan verilere göre 1288 adet sanayi şirketi bulunmakta olup bunlardan 13 tanesi tekstil alanında faaliyet göstermektedir.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Tekstil sektöründe pek çok değişken bulunmakta olup, ortalama bir fiyat vermek oldukça zordur. Asgari ücret ülkemizden düşük olmakla birlikte, tasarımcı gibi farklı işgücü maliyetleri, kumaşın kalitesi, kullanılan teknik, model gibi pek çok girdiye göre fiyatlar da değişmektedir. Öte yandan, Kuveyt'te devlet sanayiye geliştirmek amacıyla üretici firmalara pekçok destek sağlamakta olup, yapılan anketlere göre Kuveytli tüketiciler için Kuveyt üretimi ürünler tercih sebebi olabilmektedir. Kuveyt'te üretici fiyatları, Haziran 2025 itibariyle 150,10 puana yükselmiştir. Kuveyt'te üretici fiyatları, 1994'ten 2025'e kadar ortalama 111,95 puan olarak gerçekleşmiş olup, Haziran 2025'te 150,10 puan ile tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Üretici Fiyatları Genel Endeksi, 2025 ikinci çeyreğinde aynı yılın birinci çeyreğine göre %11,95 düşüş göstererek 92.800 seviyesine ulaşmıştır. Öte yandan, tekstil endüstrisi özelinde 2024 ve 2025 yılı arasında ciddi bir değişim gözlenmemiş olup, 2025 yılının ikinci çeyreği itibariyle Üretici Fiyat Endeksi 125 baz puan olarak gerçekleşmiştir.

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

Tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren üretici firmalara ilişkin bilgiler tablo halinde aşağıda sunulmakta olup, mezkur sektör özelinde bir üretici birliği veya derneği bulunmamaktadır. Öte yandan, Kuveyt'teki bazı sanayi firmalarını bünyesinde bulunduran ve yaklaşık 300 üyesi bulunan Kuveyt Sanayi Birliği bulunmaktadır.

Aşağıda yer alan firmalar kuruluş yılları itibariyle incelendiğinde yakın tarihte tekstil ve hazır giyim sektöründe herhangi bir üretici firmanın kurulmamış olduğu göze çarpmaktadır.

Ünvan	Tel	E-posta	İnternet Sitesi	Ödenmiş Sermayesi	Kuruluş Yılı
Kuwaitiya Cotton Products Company	24742288	kcpckt@kcpckt.com	http://www.kcpckt.com/	1,000,000 KWD	1984
National Textile Company	24714347 24736829 24761133	admin@ntcq8.com	http://www.ntcq8.com/	850,000 KWD	1978
Carpets Industry Co.	24719000	info@carpetskuwait.com	http://www.carpetskuwait.com/	1,140,000 KWD	1986
Al Bagli United for Sponge Industries	24761444	sponge@albaghli-united.com	http://www.albaghli-united.com/	2,000,000 KWD	1978
Gulftex Industries Co.	24720873- 24720871- 24720872	info@gulftexindustries.com	http://www.gulftexindustries.com/	1,500,000 KWD	1984
Al Arada Factory	22096220	info@aradahhome.com	http://www.aradahhome.com/	45,000 KWD	2002
Al Fulaij International Factory	23984362	abdulla.majda@gmail.com		500,000 KWD	1993
Mysore Gulf General Trading Company	22435807- 22435808	admin@indianheritage.com	http://www.indianheritage.com/	230,000 KWD	2003
Peerless Factory	23260650 23260929	info@skkco.com	http://www.skkco.com/	1,500,000 KWD	2012
Gulf Leather Industry	98570000 97903330 99694455	ahmedsayedali@amkuwait.com		2,000,000 KWD	1982

1.4 Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Dünyanın en zengin ülkelerinden biri olan Kuveyt'te perakende sektörü ekonomik anlamda önemli bir konumda yer almaktadır. Hızlı kentleşme, yabancı iş gücünün artışı, genç ve zengin nüfusun varlığı perakende sektöründeki büyümenin temel bileşenlerindendir.

Kuveyt'te mukim büyük toptancılar, dünyanın her bölgesinden tekstil ve hazır giyim ithalatı yaparak mağazalara, butiklere, pazaryerlerine ürün tedarik etmektedir. Perakende satışların çok büyük bölümü mağazalar aracılığıyla yapılmakta olup, en lüks markalardan, ikinci el ürünlere kadar geniş bir yelpazede ürün tüketicilere sunulmaktadır. Bazı büyük ithalatçıların kendi perakende satış yerleri de bulunmaktadır. Çoğu distribütör birden fazla ürün grubunda çalışmakta olup, bir firma birden fazla marka için franchise haklarını alarak mağaza açabilmektedir.

Ülkede genç nüfusun ve alım gücünün yüksek olması, tüketici tercihlerinde uluslararası markalara olan talebin artmasına yol açmıştır. Ülke genelinde nüfusun büyük bir kısmı 25 yaş altı kişilerden oluşmaktadır. Sosyal medya ve internet kullanım oranı oldukça yüksektir. Bu durum, e-ticaret ve çevrimiçi alışveriş yöntemlerinin yaygınlaşmasına imkan sağlamıştır.

Kuveyt'teki perakende ve toptan tekstil ve hazır giyim pazarı, hem lüks hem de lüks olmayan giyime güçlü bir talep gösteren yüksek gelirli bir nüfus tarafından yönlendirilmektedir ve kadın giyim en büyük segmenttir. Pazar, çevrimiçi alışverişe ve sürdürülebilir ürünlere yönelik artan bir eğilimle birlikte uluslararası ve yerel markaların bir karışımını sunmaktadır. Kilit oyuncular arasında büyük gruplar ve özel perakendeciler yer alırken, toptan satış, ithalat odaklı distribütörler ve üniforma tedarikçileri tarafından desteklenmektedir.

Kuveyt'te perakendecilik, premium lokasyonlar, çok markalı mağazalar, büyük mağazalar ve hızla büyüyen çevrimiçi sektör dahil olmak üzere çeşitli kanallar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Ülkede çok sayıda alışveriş merkezi bulunmakta olup Avenues, Al Kout Mall, Khiran Mall, Assima Mall, Marina Mall en önde gelen AVM'lerdendir. Ülkede yeni şehirlerin kurulmasıyla bu bölgelerde de yeni AVM projeleri bulunmakta olup, yakın zamanda Sabah Al Ahmad bölgesinde Aventura Mall açılacaktır.

Ayrıca, alıcıların birinci sınıf eski ürünlere yönelmesiyle, kullanılmış giysiler için büyüyen bir toptan pazar da bulunmaktadır. Bebek giyim ve üniforma gibi uzmanlaşmış toptan segmentler de pazarda yer almaktadır.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

2.1 Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İthalat Değeri (Milyon \$)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Çin	691,6	37,5
2	Hindistan	179,3	9,72
3	BAE	173,9	9,43
4	İtalya	149,9	8,13
5	Türkiye	115	6,24
6	Bangladeş	91,1	4,94
7	Japonya	37,5	2,03
8	Birleşik Krallık	34,2	1,85
9	Vietnam	34,2	1,85
10	Pakistan	33,9	1,84

Kaynak: Trademap (Ev tekstili sektörü de dahil edilmiştir.)

2.2 Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İhracat Değeri (Bin \$)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	BAE	43.676	42,64
2	Suudi Arabistan	12.777	12,46
3	Irak	9.895	9,66
4	İtalya	9.079	8,86
5	Katar	6.898	6,74
6	Ürdün	4.394	4,29
7	Bahreyn	4.001	3,91
8	İspanya	2.415	2,36
9	Hindistan	1.973	1,93
10	Birleşik Krallık	1.132	1,11
15	Türkiye	378	0,37

Kaynak: Trademap

2.3 Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

Ürün Adı	Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	İthalat Değeri (Bin \$)	Türkiye'den İthalatı (Bin \$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; pamuktan (örme veya kroşe)	610910	338036	4352,5	1,29
Kadın/kız çocuk için elbise; dokunabilir diğer maddelerden (örülmemiş veya kroşe olmayan)	620449	90072	224	0,25
Kadınlar ve kız çocukları için manto, kaban, kolsuz ceket, anorak (kayak ceketini dahil), rüzgarlık vb	610220	84609	34,43	0,041
Erkek/erkek çocuk için pantolon, askılı tulum, kısa pantolon ve şort; pamuktan (örme veya kroşe)	610342	47097	942	2
Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; dokumaya elverişli diğer maddelerden (örme veya kr	610990	44088	855,3	1,94
Diğer giyim eşyası; pamuktan (örme veya kroşe)	611420	43884	350,8	0,8
Kadın/kız çocuk için elbise; suni liflerden (örülmemiş veya kroşe olmayan)	620444	38676	412,7	1,07

Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	611020	36318	3.379	9,3
Kadın/kız çocuk için elbise; pamuktan (örülmemiş veya kroşe olmayan)	620442	34136	3.873	11,35
Kadın/kız çocuk için elbise; sentetik liflerden (örülmemiş veya kroşe olmayan)	620443	32171	11.262,7	35

2.4 Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İhracat Değeri (bin \$)	Türkiye'ye İhracatı (\$)	Türkiye'den İhracatının Payı (%)
610290	Kadınlar ve kız çocukları için manto, kaban, kolsuz ceket, anorak, rüzgarlık vb.(örme veya kroşe); d	18.563	172	0,0009
610910	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; pamuktan (örme veya kroşe)	5.468	19.926	0,36
630900	Kullanılmış giyim eşyası ve kullanılmış diğer eşya	4.940	1161	0,024
620190	Erkek veya erkek çocuk için palto, kaban, kolsuz ceket, pelerin, anorak, vb. eşya (örme veya kroşe o	3.836	82	0,002
620342	Erkek/erkek çocuk için pantolonlar, kısa pantolonlar, tulumlar ve şortlar; pamuktan (örülmemiş veya	3.043	2211	0,07
620140	Erkek veya erkek çocuk için palto, kaban, kolsuz ceket, pelerin, anorak, rüzgarlık, vb. eşya (örme v	2.272	803	0,035
611120	Bebekler için giyim eşyası ve aksesuarı; pamuktan (örme veya kroşe)	2153	2138	0,99
620240	Kadın ve kız çocuklar için manto, kaban, kolsuz ceket, vb. eşya (örme ve kroşe olmayan); sentetik ve	1728	1885	0,11
621050	Kadın/kız çocuk için diğer giyim eşyası; kauçuklu, plastikli, vb. mensucattan (örülmemiş veya kroşe	1685	10	0,0006
540761	Dokunmuş Mensucat; Tekstüre Edilmemiş Polyester Filament= %85	1.683	136.441	8,11

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (1.000 \$)

Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
570242	Dokunmuş halılar ve yer kaplamaları; sentetik ve suni dokumaya elverişli maddelerden, hav yapısında,	24.117	33.914	29.954	26.868	25.308
570339	Halılar ve diğer yer kaplamaları; sentetik veya suni dokumaya elverişli diğer maddelerden, tufted	-	-	12.737	13.458	14.611
620443	Kadın/kız çocuk için elbise; sentetik liflerden (örülmemiş veya kroşe olmayan)	6.192	10.325	10.959	8.139	11.263
610910	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; pamuktan (örme veya kroşe)	1.333	3.403	5.246	3.534	4.353
620442	Kadın/kız çocuk için elbise; pamuktan (örülmemiş veya kroşe olmayan)	1.733	3.299	4.921	4.948	3.873
611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	2.250	5.404	4.297	2.657	3.379
620433	Kadın/kız çocuk için ceketler ve blazerler; sentetik liflerden (örülmemiş veya kroşe olmayan)	846	1.316	2.237	1.661	2.842
620462	Kadın/kız çocuk için pantolon, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar, şortlar; pamukta	479	1.928	2.155	1.440	2.040
620463	Kadın/kız çocuk için pantolon, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar, şortlar; senteti	1.046	1.336	1.240	919	1.775
620342	Erkek/erkek çocuk için pantolonlar, kısa pantolonlar, tulumlar ve şortlar; pamuktan (örülmemiş veya	739	1.568	2.201	2.023	1.768
	TOPLAM	100.906	144.209	141.315	114.596	118.257

3.2 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Miktar kg)

Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
570242	Dokunmuş halılar ve yer kaplamaları; sentetik ve suni dokumaya elverişli maddelerden, hav yapısında,	7.689.011	10.062.325	8.387.852	7.821.102	7.838.853
570339	Halılar ve diğer yer kaplamaları; sentetik veya suni dokumaya elverişli diğer maddelerden, tufte edi	-	-	5.561.560	5.977.589	6.902.987
610910	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; pamuktan (örme veya kroşe)	651.445	1.470.187	1.913.624	1.138.099	1.168.214
611595	Diğer çoraplar; pamuktan (örme veya kroşe)	264.729	803.155	1.225.481	715.456	750.362
611596	Diğer çoraplar; sentetik liflerden (örme veya kroşe)	267.138	695.784	663.923	511.571	502.435
611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	431.164	688.632	611.240	407.219	354.637
610821	Kadın/kız çocuk için slipler ve külotlar; pamuktan (örme veya kroşe)	417.491	428.977	644.503	568.550	321.986
620342	Erkek/erkek çocuk için pantolonlar, kısa pantolonlar, tulumlar ve şortlar; pamuktan (örülmemiş veya	104.068	229.773	383.713	296.654	314.557
610822	Kadın/kız çocuk için slipler ve külotlar; sentetik ve suni liflerden (örme veya kroşe)	190.326	374.175	667.066	212.944	294.533
610462	Kadın/kız çocuk için pantolon, askılı tulum, kısa pantolon ve şort; pamuktan (örme veya kroşe)	185.151	380.265	296.181	267.339	265.644
	TOPLAM	22.779.911	31.923.414	29.154.539	24.800.861	24.577.157

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Kuveyt'te tekstil sektöründeki toptancı ve perakendeciler ülkenin geneline dağılmış olmakla birlikte, Kuwait City, Shuwaikh Sanayi Bölgesi, Mübarekiye ve Subhan'da yoğunlaştığı söylenebilir. Öte yandan, firmalarımızın nüfusun kültürel dağılımını esas alarak üretimlerine yönelik talebin yoğun olabileceği bölgeleri hedef almasında yarar görülmektedir. Kuveyt temel olarak governorate olarak adlandırılan 6 bölgeden oluşmakta olup, nüfus dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Bölgeler İtibariyle Nüfusun Dağılımı			
Bölge Adı	Kuveytli Nüfus	Kuveytli Olmayan Nüfus	Toplam
Farvaniye	236.433	932.879	1.169.312
Ahmadi	286.707	672.302	959.009
Havalli	230.759	709.033	939.792
Başkent	255.540	313.027	568.567
Jahra	185.819	355.091	540.910
Mübarek El Kebir	156.451	98.458	254.999

Kuveytliileri şehirli ve bedevi olarak iki gruba ayırmak mümkündür. Kuveytli şehirli nüfusun en yoğun yaşadığı yerler Abdullah Al Salem, Shamiya, Nuzha, Ravda, Dasma, Mansuriye, Shaab, Kaifan, Faiha, Qadsiya, Daiya, Surra ve Jbar Al Ahmed bölgeleri olup, bu bölgelerde %70 oranında şehirli; %30 oranında ise bedevilerin yaşadığı tahmin edilmektedir. Bedevi nüfus ise Jahra, Farwaniye ve Ahmadi bölgesinde yoğunlaşmış olup burada yaşayan Kuveytli nüfusun yaklaşık %90'ının bedevilerden oluştuğu tahmin edilmektedir. Kuveytli bedevi nüfus Ardiya, Andulus, Firdevs, Fahaheel gibi bölgelerde yoğunlaşmıştır. Kuveytli nüfus muhafazakar bir giyinme tarzını benimsemekte olup, toplam Kuveytli nüfusun % 65-70'inin daha muhafazakar olduğu söylenebilir. Ayrıca, bedevi nüfus artış hızının şehirli nüfus artışı hızına kıyasla çok yüksek olduğu tahmin edilmektedir. Kuveytli olmayan nüfus açısından ise en büyük grubu yaklaşık 1 milyon kişi ile Hindistanlılar oluşturmakta olup, onu yaklaşık 800.000 kişi ile Mısırlılar takip etmektedir. Milliyet grupları itibariyle nüfusun dağılımı hakkında daha ayrıntılı bilgi için <https://stat.paci.gov.kw/englishreports/#DataTabPlace:ColumnChartGendrAge> adresi ziyaret edilebilir.

Kuveyt'te büyük AVM'lerde daha çok geleneksel olmayan giyim ürünleri sunulurken; nispeten küçük AVM'lerde ve pazaryerlerinde geleneksel ürünlere rastlamak mümkündür. Ülkenin en büyük AVM'si olan Avenues'ta en lüks markadan en geleneksel kıyafet seçeneğine kadar her çeşit ürün sunulmaktadır. Avenues'ta ana güzergahta daha çok ultra lüks ve lüks markalar yer alırken daha az yoğunluğu olan paralel güzergahta, 2. katta ve Souq denilen bölümde ise uluslararası tanınırlığı nispeten daha az olan markaların mağazalarının yanında geleneksel kıyafetler ve özel gün kıyafetlerinin satışını yapan mağazalar bulunmaktadır. Avenues'ta yer alan hazır giyim mağazaları için <https://www.the-avenues.com/kuwait/en/shop/3> adresi ziyaret edilebilir. Ayrıca, ülkenin turistik mekânlarından biri olarak kabul edilen ve geleneksel bir pazar olarak yapılanan Mübarekiye Souq bölgesinde ise daha çok geleneksel kıyafetler, şal/başörtüsü ve Kuveytli erkeklerin giydiği uzun beyaz elbise olan diştase, aksesuarları ve kumaşları satılmaktadır. Ayrıca, Mübarekiye'de ev tekstili ürünlerini de bulmak mümkündür. Ayrıca, Al Rai, ve Qurain bölgesinde geleneksel ve günlük kıyafetlerin satışını yapan Tuyor Jannah, Primart gibi yan yana dizilmiş çok sayıda mağaza bulunmakta olup, içinde ev tekstili ürünleri de yer almakta ve Türk markaları bulmak mümkün olmaktadır. Old Souk Salmiya bölgesinde de çok sayıda perakendeci bulunmaktadır.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Kuveyt'te tekstil ve hazır giyim sektörü, büyük perakende zincirlerinden yerel tekstil üreticilerine, lüks marka mağazalarından butik dükkânlara, geleneksel giyim ürünlerinden en modern tarzlara

kadar çeşitli segmentler, gelir grupları ve kültürel tercihler için her türlü ürünün bulunduğu bir yapıya sahiptir.

Kuveyt tekstil sektörünün yapısı, etnik giyim, ipek, pamuk ve polyester gibi çeşitli kumaşların yanı sıra hazır giyim üreten imalat işletmelerinden oluşmaktadır. Sektör, kişi başına düşen yüksek refah seviyesiyle yönlendirilen yüksek kaliteli, katma değerli ürünlere odaklanmasıyla öne çıkmakta ve artan otomasyon ve dijitalleşme sayesinde büyüme göstermektedir.

Tekstil ve hazır giyim alanında faaliyet gösteren çok sayıda firma, özellikle etnik giyim ve deri ürünlerine ağırlık vermekle birlikte, genç neslin tercihlerine uygun üretim de yapmaktadır. Bununla birlikte, söz konusu üretimde kullanılan hammaddelerin kalitesinin yeterince iyi olmadığı değerlendirilmekte olup, tasarım ve renklerin de sürekli benzerlik gösterdiği düşünülmektedir. (Bu durumun Kuveytli genç nüfusun talebi çerçevesinde mi şekillendiği yoksa bir vizyon getirilemediğinden mi kaynaklandığı bilinmemektedir.) Yapılan anketler Kuveytli nüfusun yerli üretim mallara talebinin yüksek olduğunu göstermekle birlikte, serbest ve rekabetçi bir pazar olması nedeniyle ithalatın, gelir seviyesinin yüksek olması nedeniyle ise lüks marka talebinin yüksek olması sektörde yerli üretimin gelişmesini engellemektedir. Hükümet KOBİ'leri geliştirmek için adımlar atmakla birlikte, söz konusu adımlar yavaş kalmakta, verilen destekler ise yeterli olmamaktadır.

Sektörde önde gelen toptancı firmalar: Al-Julaiah Trading Company, Al Yasra Fashion, Safety International General Trading & Contracting Co. WLL, Al Amiri Textiles Co., Bait Awladona for Ready to Wear Clothing Co, Bhasin for Sewing Supplies, Sports, Fabrics, Ready-Made Garments and Tailoring Co, Blue and Navy Intl Group for Readymade, Footwears&Gifts, Fakhar Al Kuwait General Trading Co, Kakooli United Textiles and Tailoring Co, Al Najjar&Hadi Trading Co, Serb Fashion Co, Al Sabrya Liwa Trading Co, Al Baghli Company for Sponge Industries Co, Beidoun General Trading&Contracting Company WLL, Sultan Furnishing Co, Ahmad Abdulaziz Al Humaidi Gen. Trad. Est, Al Shouhra General Trading Co. WLL, M.H. Al Shaya Co. WLL, Boushahri Group Trading SPC, Khan Al Khaleeli Market Co

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

Kuveyt'te tekstil ve hazır giyim sektörüyle doğrudan ilişkili bir kuruluş veya dernek bulunmamaktadır. Öte yandan, Kuveyt Ticaret ve Sanayi Odası ile Kuveyt Sanayi Birliği'nin iletişim bilgileri aşağıda sunulmaktadır.

Kuveyt Ticaret ve Sanayi Odası:

E-posta: kcci@kcci.org.kw

Tel:1805 580

Kuveyt Sanayi Birliği

E-posta: info@kiu-kw.org

Tel: 22403561/4 - 22464761

4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Kuveyt Ticaret ve Sanayi Odasının (KCCI) internet sitesinde (www.kcci.org.kw) yer alan "Search by Companies" bölümünde sektörle ilgili olabilecek (textile, apparel, garment vs.) anahtar kelimelerle aratılması halinde KCCI'ye kayıtlı firmaların ünvan, kayıt yılı, kuruluş sermayesi, adres ve telefon, faaliyet alanı ile şirket ortaklarına ilişkin bilgilere ulaşılabilmektedir.

İlaveten, tekstil sektöründeki üretici firmalarının irtibat bilgilerine Kuveyt Sanayi Birliği'nin (KIU) web sitesinden (<https://kiu-kw.org/en/project/cotton-and-textile-products/>) ulaşılabilir.

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Tekstil sektörüne ilişkin bir teknik düzenleme bulunmamakta olup, dolayısıyla ithalat aşamasında ürün güvenliği ve denetimine ilişkin ilave bir uygunluk belgesi talep edilmemektedir. Öte yandan, kozmoteksstil ürünleri için GSO CEN/TR 15917:2021 standardı uygulanmakta olup, CEN/TR 15917:2009 standardıyla aynıdır. Kullanılmış giyim eşyası ithalatında sevk edilen malın temizlenip dezenfekte edildiğine dair Dezenfeksiyon Belgesi talep edilebilmektedir.

Diğer taraftan, Kuveyt Ticaret ve Sanayi Bakanlığı tarafından düzenli olarak firmaların piyasada gözetim ve denetim işlemleri gerçekleştirilmekte olup, söz konusu denetimlerde ürünlerin ilgili standartlara uygunluğuna ilişkin incelemeler de yapılmaktadır.

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

Sektörde halihazırda sevk öncesi inceleme zorunluluğu bulunmamakla birlikte, şartlar gerektirdikçe sevk öncesi inceleme zorunluluğu olan ürünler listesine yeni ürünler eklenmektedir. Bu çerçevede, söz konusu listenin yer aldığı <https://ksm.pai.gov.kw/sites/cm/en/Pages/RegulatedProducts.aspx> adresinin takip edilmesinde yarar görülmektedir.

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

Kuveyt'te düzenlenen fuarlar genelde yerel nitelikli olup B2C şeklinde gerçekleştirilmektedir. Bu çerçevede, Kuveytli alıcı/ithalatçı firmalar genellikle bölgede düzenlenen büyük çaplı fuarlara katılım sağlamaktadır.

Tekstil sektörüne yönelik Kuveyt Fuar Merkezinde (Kuwait International Fairground) pek çok fuar düzenlenmekte olup, Ramazan ayını da kapsayan uzun süreli (3 ay süren) fuarlar da yapılabilmektedir. Söz konusu fuarlara Türk markaları sergileyen firmalar da katılım sağlamaktadır. Kuveyt'te düzenlenen fuarlar <https://kif.net/en> adresinden takip edilebilir. Öte yandan, hazır giyim alanında yerel nitelikli olarak Grand Bazaar Expo adında bir fuar da düzenlenmekte olup, ayrıntılı bilgi için fuarın sosyal medya hesabı ziyaret edilebilir.

4.6 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri

Tekstil sektörüne ilişkin önümüzdeki döneme yönelik planlanan bir ticaret heyeti programı bulunmamaktadır. Öte yandan, ticaret heyeti programları için TİM'in interneti sitesi ve sosyal medya platformlarının takip edilmesinde fayda görülmektedir.

4.7 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Zaman zaman Sağlık Bakanlığı (sağlık görevlisi üniforması vs.), Kuveyt Milli Muhafızları, Kuveyt Savunma Bakanlığı (askeri üniforma, postal vs.) gibi kurumlar tekstil sektörüne ilişkin ihalelere çıkabilmektedir. Bu çerçevede, sektör özelinde Kuveyt'teki kamu kurumları tarafından yayımlanan ihalelerin kamu kurumlarının internet sitelerinden takip edilmesi gerekmekte olup, kamu kurumlarının internet sitelerine <https://e.gov.kw/sites/kgenglish/Pages/OtherTopics/KGD.aspx> adresinden ulaşılabilir.

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

Kuveyt, 3 Mayıs 1963'ten itibaren GATT, 1 Ocak 1995'ten bu yana Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) üyesidir. Ülke ayrıca, 1981 yılında kurulan Körfez İşbirliği Konseyi (KİK) üyesi olarak KİK Serbest Ticaret Anlaşması'na taraftır.

KİK 2002 yılında, Ortak Gümrük Kanunu ve Tek Gümrük Tarifesi'ni yürürlüğe koyarak bir gümrük birliği tesis etmiş ve ithal malların birçoğu için gümrük vergisini %5 olarak belirlemiştir. Kuveyt, KİK'in Tek Gümrük Tarifesi kararını 1 Nisan 2003 tarihinde resmen onaylamış, böylece birçok üründe %5 oranında gümrük vergisi belirlenmiştir.

Tek Gümrük Tarife'sinden muaf olan 400'den fazla ürün bulunmaktadır. Bunlar, ağırlıklı olarak belirli temel gıda maddeleri ile ilaçlar veya tıbbi ürünlerdir. Tütün ürünleri ise %100 oranında gümrük vergisine tabidir.

Ülke, KİK tarafından imzalanan ve yürürlüğe giren tercihli ticaret mekanizmalarının da tarafı durumundadır. Kuveyt bu kapsamda KİK-EFTA ve KİK-Singapur Serbest Ticaret Anlaşmalarına taraf olmakla birlikte söz konusu anlaşmalar halihazırda uygulanmamaktadır. KİK-Japonya, KİK-Avustralya ve Türkiye-KİK Serbest Ticaret Anlaşmalarının müzakere süreçleri devam etmektedir. Ayrıca, KİK Eylül 2023 tarihinde Pakistan ile bir STA süreci başlatmış olup, ayrıca Çin, AB, Hindistan, Yeni Zelanda, Güney Kore ve Güney Amerika'nın Güney Ortak Pazarı (Southern Common Market) ülkeleriyle de STA görüşmeleri yapmaktadır.

Müzakereleri devam eden Türkiye-KİK STA'sı ile ikili ticaret hacminin artması ve Türkiye'nin KİK pazarında tarımdan teknoloji yoğun sanayi ürünlerine kadar birçok sektörde rekabet avantajı elde etmesi beklenmektedir.

Kuveyt ayrıca, Pan-Arap Serbest Ticaret Anlaşmasına da taraf durumdadır.

4.9 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Türkiye-KİK Serbest Ticaret Anlaşması henüz müzakere aşamasında olduğundan Kuveyt pazarında tercihli tarifeden yararlanmak halihazırda mümkün değildir.

4.10 Sektörde Standartlar

Kuveyt, Körfez İşbirliği Konseyi Standartlar Teşkilatı (GSO) ve KİK Akreditasyon Konseyi'nin (GAC) bir üyesi olup, GSO ve GAC tarafından yapılan düzenlemeler takip edilmektedir. Standartlara ilişkin düzenlemeler Kuveyt Sanayi Kurumu (PAI) bünyesindeki Standartlar ve Metroloji Müdürlüğü tarafından yapılmaktadır. Bu düzenlemeler, ürün güvenliği, kalite kontrolü, etiketleme, ürünlerin hijyenik ve sağlıklı olmasının temini amacıyla yapılmaktadır.

Kuveyt hükümeti genel olarak GSO'nun çoğunluğu AB standartlarına dayanan bölgesel standart rejimini uygulamaktadır. Ülkede AB, ABD, ISO standartlarının karmasından oluşan yaklaşık 300 standart uygulanmaktadır.

4.11 Sektörde Etiketleme/Ambalajlama

Ürün bakım talimatı etiketinin (yıkama, ağartma, kurutma ve ütüleme) GSO 863 ve 864 standardı uyarınca (ISO 3758 standardına eşdeğerdir) bulunması zorunludur. Bakım talimatlarının öncelikle sembollerle belirtilmesi gerekmekte olup, gerektiğinde kelimelerle de desteklenebilir; ancak kelimelerin kullanımı asgari düzeyde tutulmalıdır.

GS 864 standardı, yıkama işlemini, klorlu ağartma işlemini, ütöleme işlemini, kuru temizleme işlemini ve kurutma makinesinde kurutma işlemini belirtmek için beş temel sembol ve üç ek sembolü açıklamaktadır. Standartta ayrıca, yasaklı işlemleri, hafif işlemleri ve çok hafif işlemleri belirtmek için semboller de bulunmaktadır.

Bakım talimatları sırasıyla şunları içermelidir:

- Yıkama,
- Klor bazlı ağartma,
- Kurutma,
- Ütöleme,
- Kuru temizleme ve
- Kurutma makinesinde kurutma.

Semboller, doğrudan eşyanın üzerine veya eşyaya iliştirilmiş bir etikete kalıcı olarak yerleştirilmelidir. Semboller ayrıca, eşyaya veya ambalajına kalıcı olmayan bir şekilde iliştirilmiş bir etikete de yerleştirilebilir; ancak aynı semboller eşyaya kalıcı olarak iliştirilmiş olmalıdır. Semboller, kolayca okunabilecek kadar büyük olmalıdır. Semboller, eşyanın kullanım ömrü boyunca okunaklı kalmaları koşuluyla dokuma, baskı veya diğer işlemlerle üretilebilir.

Etiketler, etikette belirtilen bakım işlemlerine dayanıklı uygun malzemelerden yapılmalıdır. Etiketlerdeki kelimeler yalnızca Arapça veya Arapça ve İngilizce olabilir.

Hazır giyim ürünlerinde menşe ülke ibaresi bulunmalıdır. Ayrıca standart, ürünlerin gerçek menşe ülkesinden farklı bir ülkede üretildiğini ima eden herhangi bir etiketin (örneğin "İngiliz tasarımı") eklenmesini yasaklamaktadır.

Hazır giyim ürünleri fiber kimlik etiketi taşınmalıdır. Standart gereği, elyaf içeriği yüzdesel olarak etikette yer almalıdır. Ayrıca, tekstil ürünleri, "ipeksi" veya "yün benzeri" gibi üründe bulunmayan malzemelerin varlığını ima edebilecek yanlış veya yanıltıcı bilgiler veya ifadeler içeremez. Fiber kimlik etiketine ilişkin gerekli bilgiler, ürün üzerinde veya ürüne, kılıfa veya dış ambalaja yapıştırılmış bir etikette yer almalıdır. Etiket ayrıca ağartma, kuru temizleme, sürtünme ve yıkama gibi faktörlere karşı renk haslığı için belirtilen gereklilikleri karşılamalıdır. Dış ambalajda etiketlenen giysiler, yukarıdaki bilgilerle aynı bilgileri içermelidir.

Tüm tekstil ürünlerinde beden etiketi bulunmalıdır. Gerekli bilgiler semboller, sayılar veya her ikisi kullanılarak ifade edilebilir. Beden etiketi ürüne veya ambalaja iliştirilmelidir.

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

Ülkede karayolu ağı yeterli durumdadır. 7 adet çevre yolu ile muhtelif bölünmüş otoyollar ülkenin sınırları da dahil her noktasına ulaşmaktadır. 40 numaralı otoyol Kuveyt'i Nuwaiseeb sınır kapısından, 70 numaralı otoyol ise Salmi sınır kapısından Suudi Arabistan'a, 80 numaralı otoyol ise Abdali sınır kapısından Irak'a bağlamaktadır. Ülkedeki yolların büyük çoğunluğu bölünmüş yoldur.

Kuveyt'te demiryolu ve toplu taşımaya yönelik metro sistemine ilişkin projeler gündemde olmasına rağmen henüz herhangi bir demiryolu hattı bulunmamaktadır. Körfez İşbirliği Konseyi (KİK) ülkelerini birbirine bağlaması planlanan demiryolu projesinin Kuveyt ayağı için 2024 yılında açılan danışmanlık ve tasarım hizmetleri ihalesini bir Türk firması kazanmış olup, tasarım aşamasının 2027 yılı itibariyle bitmesi hedeflenmektedir. Projenin toplam uzunluğunun 2.177 kilometre olması planlanmaktadır (Kuveyt'ten geçecek kısım 111 kilometredir). Kuveyt'ten başlayarak Suudi Arabistan'ın Dammam kentine, oradan Bahreyn'e, ardından Katar, BAE ve son olarak Umman'ın Sohar kenti üzerinden Muskat'a ulaşacaktır.

Kuveyt'te denizyolu taşımacılığını sağlayan üç adet liman bulunmaktadır. Limanların sevk ve idaresi Kuveyt Liman İdaresi tarafından yürütülmektedir.

Shuwaikh Limanı Kuveyt'in en önemli ticaret limanı olma özelliğini taşımaktadır. Toplam kurulu alanı kara kısmı 3,2 milyon metrekare, deniz kısmı 1,2 milyon metrekare olmak üzere 4,4 milyon metrekare büyüklüğündedir. Bölgesel bir liman olarak çalışan Doha Limanı Körfez ülkelerinden gelen sevkiyatlar için kullanılmaktadır. Shuaiba Limanı ise Kuwait City'nin 45 kilometre güneyinde bulunmakta olup daha ziyade Kuwait Oil Company'nin petrol sevkiyatları için kullanılan bir limandır. Limanda petrol harici diğer ticari sevkiyatlar da yapılmaktadır.

Türkiye'den Kuveyt'e ihracatta en yaygın kullanılan taşıma yöntemi denizyoludur. Maliyet açısından en avantajlı taşıma modu olan denizyolu, özellikle büyük hacimli yüklerin taşınmasında tercih edilmektedir. Sevkiyatın Kuveyt'e gelme süresi çıkış limanına ve taşıyıcı firmaya bağlı olarak değişmekle birlikte Kızıldeniz'deki olumsuz gelişmeler nedeniyle ortalama 45-50 gün arasında değişmektedir. Bununla birlikte, ihracat sürecinde hızın öncelikli olduğu durumlarda ise havayolu taşımacılığı tercih edilmektedir. Havayolu, maliyet açısından diğer yöntemlere kıyasla daha yüksek olmakla birlikte, kısa sürede teslimat sağlaması nedeniyle değerli ve acil ürünlerde kullanılmaktadır. Türkiye'den genellikle İstanbul Havalimanı veya Sabiha Gökçen Havalimanı üzerinden çıkış yapılmakta; Kuveyt'te ise Kuveyt Uluslararası Havalimanı varış noktası olarak kullanılmaktadır. Havayolu için gümrük işlemleri dahil toplam transit süresi 1 ila 2 gün arasında değişmektedir.

Kuveyt'e taşıma modları bazında ithalat ve ihracat rakamlarımız aşağıdadır:

2024 Yılında Kuveyt ile Ticarete Taşıma Modları (Bin \$)	İhracat	İthalat
Denizyolu	374.702	143.726
Demiryolu		1
Karayolu	29.629	107
Havayolu	147.699	1.108
Diğer	9.152	6.811
Toplam	561.181	151.753

Ticaret Bakanlığı

4.13 Dağıtım Kanalları

Kuveyt tekstil sektörünün dağıtım kanalları arasında, büyük mağazalar, çeşitli markaları ayrı standlar halinde sunan mağazalar ve özellikle ürün mağazaları gibi geleneksel fiziksel mağazalar, dikey entegre zincirler, e-ticaret ve tek markalı mağazalar aracılığıyla doğrudan tüketiciye satışlar yer almaktadır. İthal tekstil ve makineler için dağıtım genellikle uluslararası markalarla çalışan üçüncü taraf acenteler ve yerel distribütörler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Kuveyt'te büyük çaptaki

süpermarketlerde tekstil ürünleri de sunulmakta olup, söz konusu süpermarketlerden bazıları yeni bir uygulama olarak hazır giyim için ayrı mağazalar ve outlet mağazaları açma fikri üzerine odaklanmaktadır.

Ülkedeki ticaret büyük ölçüde toptancı merkezleri, alışveriş merkezleri, marketler ve cadde mağazalarında gerçekleşmektedir. Kuveyt'te genel olarak ürünler son kullanıcılara büyük ve gösterişli alışveriş merkezleri aracılığıyla ulaşmaktadır. İthalatçılar, toptancı ve perakendeciye ürün veren lojistik ve dağıtım firmaları ile entegre olarak çalışmaktadır. Bazı büyük ithalatçıların kendi perakende satış yerleri de vardır.

Çoğu distribütör birden fazla ürün grubunda çalışmaktadır. Kuveyt'e ihraç edilen bir malın pazardaki başarısı, ithalatçının, acente veya distribütörün pazarlama ağının yaygınlığı ve etkinliği ile doğru orantılıdır. Bu yüzden acente veya distribütör seçimi oldukça önemlidir.

Kuveyt Ticari Acentelik Kanunu'nda 2016 yılında yapılan değişiklikle münhasır acentelik (exclusive agency) zorunluluğu kaldırılmıştır. Ancak, çoğu acente ihracatçı firmalardan münhasır acentelik ya da distribütörlük talep etmeye devam etmektedir. Kuveyt'teki Acentelik Sistemi'ne ilişkin Müşavirliğimizce bir bilgi notu hazırlanmış olup, talep üzerine söz konusu not firmalarımızla paylaşılmaktadır.

Kuveyt'te, kişi başına düşen yüksek gelir, satın alma gücü, vergisiz kazançlar ve artan nüfus, franchise iş modelindeki iş fırsatlarını güçlendirmektedir. Franchise iş modeli için en fazla satışın gerçekleştiği nokta Avenues Mall olmakla birlikte, dönemsel olarak (örneğin yaz aktiviteleri sunması nedeniyle yazın Khiran Mall, okul döneminde farklı AVM'ler vb.) bu durum değişebilmektedir. Metrekare başı fiyat AVM'nin yeri ve talep yoğunluğu, mağazanın AVM içindeki yeri/katı vb gibi parametreler çerçevesinde değişmektedir.

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

Kuveyt'te cep telefonu ve internet kullanımı %90'ın üzerindedir. Nüfusun %56'sı 35 yaşın altındadır. Bu noktada, Kuveyt için e-ticaret son derece uygun bir satış yöntemi olarak görülmektedir. 2024 yılında ülkedeki e-ticaret satışlarının 1,6 milyar doları bulduğu tahmin edilmektedir. Yapılan araştırmaya göre, Kuveyt vatandaşlarının ve Kuveyt'te yerleşiklerin Kuveyt dışından "online" olarak ürün satın almak ve hizmet ödemelerini yapmak için banka kartlarıyla yaptıkları toplam harcama, 2024 Ocak ayından Eylül ayı sonuna kadar olan 274 günlük dönemde yaklaşık 1,09 milyar dinar olarak gerçekleşmiştir.

Nüfusun %53'ü bugüne kadar e-ticaret işlemi yapmıştır. Online alışveriş yapanların %65'i 30'lu yaşlarında olup %70'i erkek, %30'u ise kadındır. Ülkede en fazla online alışveriş giyim, elektronik, uçak biletleri ve konaklama alanlarındadır.

Korona sonrası e-ticaret önemli bir gelişme kaydetmekle birlikte, özellikle sıcak günlerde alışveriş merkezine gitme kültürü etkisini devam ettirmektedir.

Operasyonel anlamda sektörün gelişimine engel olan sorunlardan en öne çıkan husus aynı gün teslimatın halen yaygınlaşmamasıdır. Nispeten küçük bir bölgede şehirleşme olmasına rağmen lojistik operasyonların maliyetinin yüksek olması aynı gün teslimat sisteminin gelişmesine engel olmaktadır.

4.14.1 Ülkedeki Pazaryerleri

En çok kullanılan online alışveriş platformları aşağıdaki gibidir:

B2C (Yerel): Ubuy, Taw9eel, Boutiqaat, Sheel, Centrepont, GAP Kuwait, Max Kuwait, AlNassser, Azadea Kuwait (Markalar kendi online siteleri üzerinden de satış yapmaktadır.)

B2C (Bölgesel): Trendyol, Modanisa, Namshi, 6th Street, Ourshopee, Ounass, Jollychic, Mumzworld

4.14.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.

Kuveyt'teki özel günler ve bayramlar, hem hicri takvime dayalı dini bayramları hem de ulusal anlamda kutlanan önemli günleri içermektedir:

Kuveyt Milli Günü (National Day): 25 Şubat'ta kutlanır. 1961 yılında Kuveyt'in Birleşik Krallık'tan bağımsızlığını kazanmasını simgeler.

Kurtuluş Günü (Liberation Day): 26 Şubat'ta kutlanır. 1991 yılında Kuveyt'in Irak işgalinden kurtuluşunu simgeler.

Ramazan Bayramı (Eid al-Fitr): Ramazan ayının bitiminde, Şevval ayının ilk üç günü kutlanır.

Kurban Bayramı (Eid al-Adha): Hac ibadetinin sonuna denk gelen Zilhicce ayının 10. günü. Genellikle 4 gün resmi tatil olur.

Hicri/Miladi Yılbaşı: Hicri ve Miladi takvimlere göre yeni yılın ilk günü.

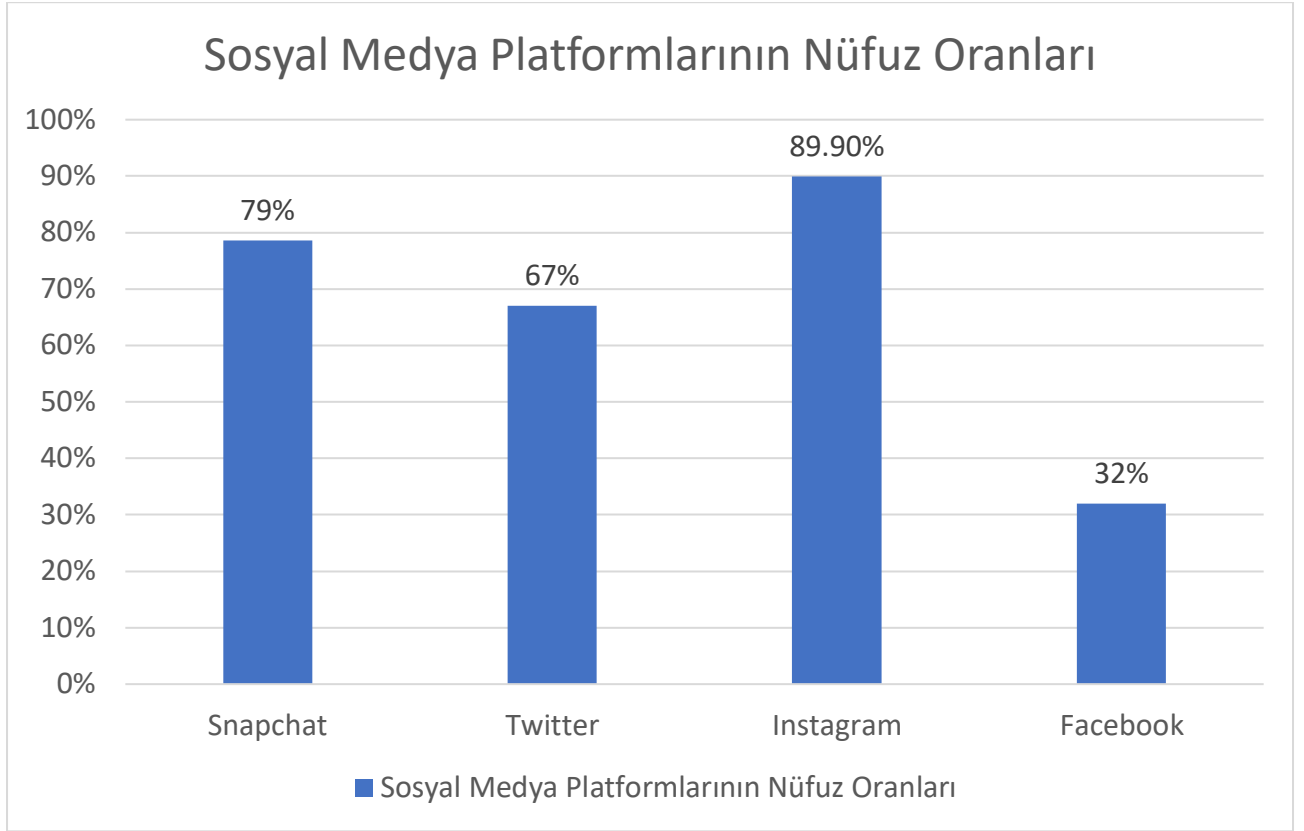
Mevlid/Miraç Kandili: Rebiülevvel ayının 12. günü. Hz. Muhammed'in doğumu / Recep ayının 27. gecesi.

Aşure Günü: Muharrem ayının 10. günü. Özellikle Şiiler için önemli bir gündür, matem törenleri düzenlenir.

4.14.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Kuveyt, güçlü dijital altyapısı ve yüksek internet penetrasyonu ile Körfez bölgesinde dijitalleşme konusunda öncü ülkelerden biridir. Bu durum, e-ticaret ve dijital hizmetlerin gelişmesine imkan sağlamaktadır. Ülkede sosyal medya kullanımı da dijitalleşmenin artması ve teknolojiye erişimin kolaylaşmasıyla birlikte önemli derecede yüksek seviyelere ulaşmıştır. Bir araştırmaya göre Kuveytliler günün beş saatini sosyal medya ve mesajlaşmada geçirmektedir. Ülkedeki en popüler sosyal medya platformları Instagram, Snapchat, TikTok ve Twitter olarak öne çıkmaktadır.

Özellikle Instagram, Kuveyt'teki e-ticaret faaliyetlerinde önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. İşletmeler, sosyal medya platformları üzerinden ürünlerini ve hizmetlerini tanıtarak geniş bir müşteri kitlesine ulaşmaktadır.



4.14.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Kuveyt'te e-ticaret kapsamında uygulanan gümrük vergileri ve muafiyetler, ürün türüne ve değerine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Kuveyt Gümrük İdaresi, değeri 100 Kuveyt Dinarı (yaklaşık 322 Dolar) veya daha az olan kişisel eşyaların gümrük vergisinden muaf tutulmasına karar vermiştir. Bu muafiyet yalnızca bireysel tüketicilere yöneliktir, ticari gönderiler için geçerli değildir.

4.14.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Kuveyt'te e-ticarete ilişkin işlemler 2014 yılında yayımlanan 20 sayılı Elektronik İşlemler Kanunu çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Öte yandan, Kuveyt'te korona sonrası dönemde dijital ticaretin büyümesi ve bu süreçte yaşanan teknolojik gelişmeler, e-ticaretin ayrı bir alan düzenlenmesi ihtiyacını gündeme getirmiştir. Bu bağlamda, 2024 yılında önemli bir gelişme yaşanmış ve Kuveyt Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından Dijital Ticaret Kanunu taslağı hazırlanmıştır. Bu taslak, e-ticaret faaliyetlerini düzenlemeyi ve tüketici haklarını korumayı amaçlamaktadır. Taslak, henüz onaylanmamış olup, ilgili tarafların görüşleri alınarak şekillendirilmektedir.

Taslakta; tüketici hakları (14 gün cayma süresi, şikayet sistemi), satıcı bilgileri ve ürün şeffaflığı, güvenli ve uyumlu elektronik ödeme sistemleri, dijital imza ve belge güvenliği, telif hakkı ve fikri mülkiyet koruması, veri güvenliği ve siber saldırı bildirimi, blockchain ve akıllı sözleşmelere dair düzenlemeler yer almaktadır.

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

Kuveyt'te e-ticaret lojistiği ve sipariş karşılama hizmetleri sunan şirketler, e-ticaret işletmelerine entegre lojistik çözümleri sunarak, siparişlerin hızlı ve güvenli bir şekilde müşterilere ulaşmasını sağlamaktadır. Bu sektörde önde gelen firmalar arasında Agility, Porter Express, Aramex, DHL ve UPS bulunmaktadır.

Agility, Kuveyt'te 15.000 m² alanda faaliyet gösteren modern bir e-fulfillment merkezi işletmektedir. Porter Express, Kuveyt'te küçük ve büyük ölçekli işletmelere yönelik kapıdan kapıya teslimat hizmetleri sunmaktadır. Aramex, Sulaibiya bölgesinde 16.000 m² alanda modern bir e-fulfillment merkezi işletmektedir. DHL ve UPS hızlı teslimat, güvenli taşıma ve kapsamlı takip sistemleri ile e-ticaret işletmelerine destek olmaktadır.

4.15 Tanıtım ve Pazarlama

Kuveytli tüketicilerin alışkanlıkları ve ülkenin ticaret kültürü göz önünde bulundurulduğunda, dijital pazarlama faaliyetleri, fuar katılımları, yerel distribütörlerle iş birliği önem kazanmaktadır.

Ülkede sosyal medya kullanımı oldukça yaygın olduğu için, özellikle Instagram ve Snapchat gibi platformlar, genç nüfusa ulaşmak için etkili kanallar sunmaktadır. Bu mecralarda Arapça içerikler üretmek, ürün tanıtımı için önem taşımaktadır. Fenomenler ve sosyal medya kampanyaları, tüketici tercihlerini şekillendirmede ve satışları artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Kuveyt'teki perakendeciler, daha genç kitlelere ulaşmak ve yeni ürün ve promosyonlar hakkında ilgi yaratmak için Instagram ve Snapchat gibi platformlardan yararlanmaktadır. Ayrıca, veri analitiğinin kullanımı, perakendecilerin tüketici davranışlarını daha iyi anlamalarına ve tekliflerini buna göre uyarlamalarına yardımcı olmaktadır. Tüketici verilerine dayanan kişiselleştirilmiş pazarlama, alışveriş yapanların ilgili öneriler ve teklifler almasını sağlamaya odaklanmaktadır.

Kuveyt'in nüfusu nispeten küçük olduğu için son kullanıcı müşteri tabanında yüksek bir yoğunlaşmaya yol açmaktadır. Bir diğer ifadeyle, sosyal medya üzerinden veya arkadaş ortamında bir ürün veya hizmet hakkındaki yorum veya görüşün geniş kitlelere ulaşması daha hızlı ve kolay olmaktadır. Bu yoğunlaşma, fiyatlandırma stratejilerini ve pazarlama çabalarını etkilemekte olup hem bir avantaj hem de dezavantaj olarak ortaya çıkabilmektedir.

4.16 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Kuveyt'te yaklaşık 5 milyon nüfus bulunmakta olup yaklaşık 1.5 milyonu Kuveytlidir. Kuveytli nüfusu yaklaşık 1 milyon nüfus ile Hindistan ve 700 bin civarı Mısırlı nüfus takip etmektedir. Kuveytli de kendi aralarında şehirli ve bedevi nüfus olarak ikiye ayrılmaktadır. Kuveyt'te daha muhafazakar olarak tanımlanabilecek bir nüfus bulunmakta olup, söz konusu nüfus kamusal alanda ferace tarzı uzun siyah ve bol kıyafetler tercih etmekte bunlardan bir kısmı da peçe kullanmaktadır. Kuveytli orta-ileri yaşlı nüfus kıyafet konusunda daha muhafazakar ve geleneksel kıyafetler tercih ederken, şehirli yeni neslin kıyafet seçiminde giderek geleneksellikten uzaklaştığı değerlendirilmektedir. Bu durumun özellikle son üç yılda hız kazandığı düşünülmekte olup, şehirli genç nesil (bedevi nesi hariç) genel trendle uyumlu günlük tarzı benimsemeye başlamıştır.

Kuveyt hazır giyim sektörü, geleneksel ve modern tarzın ahenkli bir şekilde aynı anda yer alabildiği ve tercih edilebildiği kozmopolit bir pazar olarak tanımlanabilir. Büyük AVM'lerde daha çok gelenekselden uzak dünya markaları ve lüks segment markalar yer alırken, küçük çaplı AVM, pazaryerleri ve butiklerde ise geleneksel tarz kıyafetler daha çok bulunabilmektedir. Erkek giyim açısından değerlendirildiğinde Kuveytli erkekler genel olarak uzun beyaz entari olan dıştaşe giymektedir, halihazırda %85'i kamu sektöründe çalışan Kuveytli erkekler için resmi kamu kurumlarında dıştaşe giymek zorunludur. Takım elbise ve spor kıyafetler genel olarak expat nüfus tarafından tercih edilmekle birlikte, Kuveytli yeni nesil erkek nüfusun özellikle de şehirli olarak adlandırılan kesimin giderek günlük hayatta dıştaşe giyiminden uzaklaşarak spor bir tarzı benimsediği gözlenmektedir. Bu çerçevede, siyasi ve ekonomik alandaki değişim hedefinin etkisiyle Kuveyt'te giyim tarzında kısa vadede değişiklikler olabileceği, turizm ve iş fırsatlarının artmasıyla nüfusun

artabileceği, öte yandan Kuveytli nüfus açısından nüfus artış hızı çok daha yüksek olan ve gelenekseli korumaya devam edeceği düşünülen bedevi nüfusun da dikkate alınması gerektiği düşünülmektedir.

Ülkede Ramazan ayında iftardan sonra Ghabga adı verilen etkinlikler düzenlenmekte olup, Ramazan ayında Kuveytli kadınlar tarafından geleneksel bir kıyafet olan abaya ürünleri giyilmektedir. Ülkede bazı büyük AVM’lerde stand şeklinde yapılanmış alanlarda başörtüsü olarak kullanılan şallar satılmaktadır. Kuveyt’te tercih edilen şallar daha çok siyah, beyaz ve tonları üzerine yoğunlaşmakta olup, pamuklu, polyester veya karışık kumaşlar kullanılmaktadır. Düz tek renkli şallar tercih edilmekte olup, desenli veya eşarp türü başörtüleri pek kullanılmamaktadır.

Kuveyt’te düğünlerde genel olarak kadın ve erkek ayrı salonlarda kutlama yapıldığından özel gün kıyafeti konusunda özel bir tarz bulunmamaktadır. Söz konusu ürünler, kadınlara özel düzenlenen organizasyon veya parti gibi özel gün ve faaliyetlerde de tercih edilmektedir. Öte yandan, karışık düzenlenen organizasyonlar için muhafazakar özel gün giyim ürünleri sunan mağazalar da mevcuttur.

Refahı ve modern yaşam tarzıyla bilinen Kuveyt, Körfez bölgesinde onu farklı kılan özgün tüketici davranışları sergilemektedir. Kuveyt’te alışveriş sadece bir ihtiyaç değil, aynı zamanda hem sosyal statüyü hem de yaşam tarzı tercihlerini yansıtan popüler bir boş zaman aktivitesidir. Kuveytliler, harcanabilir gelirleri ve keskin bir moda ve statü anlayışıyla lüks markalara ve yüksek kaliteli ürünlere güçlü bir ilgi göstermektedir. Aile odaklı alışveriş gezileri yaygın olup, Kuveytliler genellikle perakende deneyimlerini sosyal etkinliklere dönüştürmektedir.

Mevsimsel indirimler ve promosyonlar alışveriş alışkanlıklarını önemli ölçüde etkileyerek, lüks ürünlerde en iyi fırsatları arayan kalabalıkları cezbetmektedir. Kuveyt, modern alışveriş merkezleri, geleneksel çarşılar ve çeşitli tüketici ihtiyaçlarına hitap eden özel mağazaların bir karışımıyla canlı bir perakende ortamına sahiptir. E-ticaretin yükselişi, Kuveyt’teki perakende ortamını önemli ölçüde değiştirmiştir.

Çevrimiçi alışverişin kolaylığı ve teknoloji meraklısı nüfus, e-ticaret platformlarının büyümesini hızlandırmıştır. COVID-19 salgını, kısıtlamalar ve sağlık endişeleri nedeniyle insanların evde vakit geçirmesi çevrimiçi alışverişe geçişi hızlandırmıştır. Yerel işletmeler, çevrimiçi varlıklarını artırarak ve tüketici taleplerini karşılamak için teslimat hizmetleri sunarak bu değişime hızla adapte olmuştur.

Bu değişim, tüketici alışkanlıklarını da değiştirerek çevrimiçi alışveriş Kuveyt perakende sektöründe kalıcı bir unsur haline getirmiştir. Ancak bu geçiş, geleneksel fiziksel mağazalar için zorluklar yaratmaktadır. Alışveriş merkezleri ve fiziksel mağazalar popülerliğini korurken, giderek daha fazla çevrimiçi alışverişe yönelen müşterileri çekmek için yeni stratejiler bulmuştur. Dijital teknolojiyi entegre etmek, kişiselleştirilmiş alışveriş deneyimleri sunmak ve ilgi çekici mağaza içi etkinlikler oluşturmak, müşteri ilgisini korumak için kullanılan stratejilerden bazılarıdır.

Lüks alışveriş merkezleri ve geleneksel çarşılar alışveriş yapanları cezbetmeye devam ederken, e-ticaretin yükselişi tüketici davranışlarını ve iş stratejilerini yeniden şekillendirmektedir. İnovasyon ve müşteri etkileşimine odaklanan Kuveyt’teki perakende sektörünün geleceğinin, rahatlık, lüks ve kültürel mirasın zengin bir karışımını sunmaya odaklanacağı düşünülmektedir.

Kuveyt’te tüketiciler, ürün sunumunun yanında ilgi çekici alışveriş ortamları aramaktadır. Bu trend, genel alışveriş deneyimini geliştirmek için tasarlanmış pop-up mağazalar ve etkileşimli ekranlar gibi yenilikçi perakende formatlarının geliştirilmesine yol açmaktadır. Bu çerçevede, Kuveyt perakende sektöründe odak noktası, müşteri etkileşimine, benzersiz mağaza atmosferleri yaratmaya ve kişiselleştirilmiş hizmetler sunmaya kaymaktadır.

Ayrıca, Kuveyt'te yüksek kaliteli ithal ürünlere olan talep dikkat çekicidir. Kuveytli tüketiciler, daha yüksek harcanabilir gelirleri ve birinci sınıf ürünlere olan ilgileri nedeniyle uluslararası markalara ve lüks ürünlere güçlü bir ilgi göstermektedir. Bu eğilim, pazara özel ürünler sunmak için yarışan ithalatçılar ve perakendeciler arasındaki rekabeti artırmaktadır. Ayrıca, sürdürülebilirlik ve etik tedarik, tüketiciler için önemli hususlar olarak ortaya çıkmakta ve perakendecilere çevre dostu ürün ve uygulamaları sergileme fırsatları yaratmaktadır. Tedarik zincirinde şeffaflığa olan bu talep, satın alma kararlarını etkilemekte ve perakendecilerin çevreye duyarlı seçenekleri vurgulama ihtiyacını doğurmaktadır.

Ülkedeki tüketici tercihleri değerlendirilirken, yaklaşık 3,5 milyon kişilik göçmen nüfusu da hesaba katmak gerekmektedir. Hindistan, Pakistan, Bangladeş, Mısır ve Filipinler başta olmak üzere, ülkede farklı kültür ve giyim tarzına sahip çok sayıda insan yaşamaktadır. Hindistan, Pakistan, Bangladeş, Filipinler'den gelen oturma sahipleri (sayılarının 2 milyona yaklaştığı tahmin edilmektedir) genel olarak cüzi maaşlar almakta olup, birikimlerinin çoğunluğunu kendi ülkelerinde yaşayan ailelerine göndermektedir. Bu çerçevede, söz konusu kesime yönelik ülkede uygun fiyatlı ürün sunan çok sayıda mağaza ve pazaryeri de bulunmaktadır. Ayrıca, ülkedeki insani yardım derneklerinin de kullanılmış veya yeni giyim eşyası bağışına ilişkin faaliyetleri de bulunmaktadır. Öte yandan, Hintli, Mısırlı ve Türk nüfus içinden beyaz yakalı olanlar ve Avrupalı nüfusun aldığı maaşlar nispeten yüksek olup, kıyafet tercihleri de bu yönde şekillenmektedir.

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

Kuveyt tekstil ve hazır giyim sektöründe uygulanan vergi ve gümrük düzenlemeleri, ülkenin genel vergi politikaları ve KİK (Körfez İşbirliği Konseyi) anlaşmaları çerçevesinde şekillenmektedir. Ülkede halihazırda katma değer vergisi (KDV) ve özel tüketim vergisi (ÖTV) uygulanmamaktadır.

Gümrük vergileri, KİK ile uyumlu olarak birçok üründe %5 olarak uygulanmakta olup, Kuveyt Gümrükler Genel İdaresinin tarife arama motorundan (<https://www.customs.gov.kw/HSCode/HsCode>) gümrük vergisi tespiti yapılabilir.

4.18 Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Ülkeye ihracatta karşılaşılan genel bir tarife dışı engel bulunmamaktadır. Bununla birlikte, zaman zaman bürokrasinin yavaşlığından kaynaklanan, liman ve gümrük idarelerinde yaşanan sorunlarla karşılaşılabilir. Bu itibarla, ihracat için gerekli olan belgelerin eksik ya da hatalı olmaması, ithalatçı ile güvenilir bir iş ilişkisi tesis edilmesi ve tecrübeli bir gümrük müşaviri ile çalışılması önem arz etmektedir.

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

Kuveyt'in pazarı canlandırmak için özellikle son dönemde vize uygulamalarını esnetmesi ve online vize sistemine yeni ülkeleri dahil etmesi, bölgeden gelen turist sayısındaki artış, Visit Kuwait platformu ile turizmin canlandırılmasına ilişkin atılan adımlar, çeşitli uluslararası etkinliklere ev sahibi olma oranındaki artış, artan nüfusun ihtiyaçlarını karşılamak üzere yeni şehir projeleri (sosyal alanlar, AVM'lerin de dahil edileceği) ve buna ilişkin çıkarılan Mortgage yasası ile birlikte tekstil ve hazır giyim sektöründe bir canlanma yaşanmaya başladığı hissedilmektedir. Halihazırda devam etmekte olan tüm KİK ülkelerini birbirine bağlayacak olan demiryolu projesi ve Körfez bölgesindeki ülkelerin turizmin geliştirilmesine yönelik attığı adımlarla birlikte (ortak vize uygulamasıyla bir

körfez ülkesine giden turistin demiryolu bağlantısıyla da birlikte tüm körfez ülkelerini gezme imkanına kavuşması vs.) sektörün geleceğinin parlak olduğu düşünülmektedir.

Yukarıdaki bölümlerde ifade edildiği üzere e-ticaret korona sonrası giderek yaygınlaşmış olup yeni e-ticaret siteleri, dağıtım ve kargo şirketleri pazara giriş yapmaktadır. Kuveyt hem yüzölçümü hem de nüfus olarak büyük olmamakla birlikte, sosyal medyada geçirilen vaktin uzunluğu ve nüfus azlığı nedeniyle birbiriyle etkileşimi yüksek tüketicilerin birbirlerini tüketime yönlendirmeleri ve fenomen etkisi gibi sebeplerle e-ticaret ülkede yükselen bir yıldız olarak ortaya çıkmaktadır.

Türkiye ile KİK arasında imzalanacak olan STA, Türk ürünlerinin Kuveyt'e ihracatında gümrük engellerinin azalmasını sağlayacak ve daha rekabetçi fiyatlar vermemize olanak sağlayacaktır.

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

Kuveyt'te potansiyelin artması ile birlikte pazar giderek daha rekabetçi hale gelmekte ve uluslararası markaların sayısı artmaktadır.

Amerika'nın korumacı politikaya yönelmesiyle dünyada beklenen daralma, petrol fiyatlarındaki düşüş ve Kızıldeniz üzerindeki lojistik güzergahın kullanılamaması nedeniyle sevkiyatlarda 2-3 aya varan gecikmelerin yaşanması sektördeki ihracatımızı olumsuz yönde etkileyen genel sebeplerdendir. Kuveyt özelinde ise, geçen Mayıs ayında yeni Emir Şeyh Meshal'in parlamentoyu feshetmesiyle yeni Hükümetin hızla uygulamaya geçirdiği yapısal ve mali reformlar ülkedeki ticaret ve yatırım ortamını etkilemektedir. Geçen bir yıllık dönemde 60 binden fazla Kuveytli vatandaşlıktan çıkarılmıştır. Yılbaşında çok uluslu şirketlere getirilen yeni verginin fiyatlara hissedilir bir yansıması olmuştur. Bu çerçevede, yeni hükümet tarafından uygulamaya geçirilen siyasi ve mali reformlar, halkta bir tedirginliğe dolayısıyla tüketici talebinde daralmaya sebep olmuştur. Çinli elektronik ticaret platformlarının agresif fiyatları, yeni reformlarla birlikte fiyatlara daha duyarlı hale gelen tüketici tarafında giderek tercih edilirliliğinin artmasına neden olmuştur (Ülkede en öne çıkan e-ticaret siteleri halihazırda Çin merkezli Shein ve Temu olup, 2023 sonu itibariyle pazara giren Temu ciddi bir ivme yakalamıştır. Basında yer alan haberlere göre, Çin merkezli e-ticaret platformu SHEIN'dan günlük 20.000; TEMU'dan ise günlük 8.000 teslimat yapılmaktadır. Ülkenin ölçeği düşünüldüğünde bu ciddi bir rakamdır.) Çin'i öne geçiren bir diğer husus da Çin'den gelen sevkiyatların 25 gün içinde Kuveyt'e ulaşabilmesidir. Ayrıca, Çin menşeli ürünlerin giderek hem fiyat hem kalite olarak rekabetçiliğini artırması, Kuveytli alıcı firmalar tarafından bu sektördeki ihracatçı firmalarımıza karşı fiyat müzakerelerinde bir koz olarak kullanılmaktadır.

Körfez İşbirliği Konseyi (KİK) üyesi ülkeler arasında yürürlükte olan gümrüksüz ticaret uygulamaları, Kuveyt pazarında bölgesel firmaların daha avantajlı koşullarda faaliyet göstermelerine imkan tanımaktadır. Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Bahreyn gibi ülkelere gelen ürünler, sıfır gümrük vergisi ile pazara girmekte olup, bu durum Türk ürünleri açısından fiyat rekabetini zorlaştırmaktadır. Rekabetin yüksek olduğu bu ortamda Türk firmalarının farklılaşma stratejileri geliştirmesi gerekmektedir.

Kuveyt'te ithalat ve ihracat faaliyetleri yalnızca Kuveytli vatandaşlar veya firmalar tarafından yürütülebilmekte, yabancı firmaların doğrudan ticaret yapmalarına izin verilmemektedir. Bu durum, Türk firmalarının pazara giriş sürecinde yerel ortaklara bağımlı kalmasına neden olmakta ve

operasyonel riskleri artırmaktadır. Ayrıca, tedarik zincirinin her aşamasında kontrolün sınırlı olması, fiyatlama, kalite güvencesi ve teslimat sürelerinde sorunlar doğurabilmektedir.

Türkiye ile Kuveyt arasında yerel saat farkı bulunmamasıyla birlikte, haftalık tatil günlerinin farklı olması, özellikle ticaretin yönetimi ve operasyonel süreçlerde gecikmelere neden olmaktadır. Kuveyt'te haftalık iş günlerinin Pazar-Perşembe günleri arasında olmasından kaynaklanan uyumsuzluk, özellikle belge onayları, gümrük işlemleri ve banka transferlerinde zaman kaybına yol açmaktadır.

Kuveyt, petrol fiyatlarına bağlı olarak ekonomik dalgalanmalara açık bir yapı sergilemektedir. Petrol fiyatlarındaki düşüşler kamu harcamalarında kesintilere, ithalat kalemlerinde daralmalara ve talep düşüşüne neden olabilmektedir. Ayrıca, bölgesel siyasi istikrarsızlıklar (örneğin İran-ABD gerilimi, Filistin, Yemen ve Lübnan'daki gelişmeler) lojistik süreçleri ve ödeme güvenliğini riske atmaktadır. Bu durum Türk firmaları açısından da belirsizlik oluşturmaktadır.

7. Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Kuveyt'e tekstil ve hazır giyim ihracatı yapmak isteyen firmaların, ülkenin tüketim alışkanlıklarını ve ithalat odaklı ekonomik yapısını dikkate alarak strateji belirlemeleri gerekmektedir. Kuveyt, üretim kapasitesi son derece sınırlı bir ülke olması nedeniyle tekstil ürünleri de dahil olmak üzere birçok ürünü ithal etmektedir. Bu bağlamda Türk hazır giyim ürünleri, özellikle kalite ve fiyat avantajı nedeniyle pazarda rağbet görmektedir.

Firmaların, Kuveyt'te yaygın olarak faaliyet gösteren yerel distribütörlerle iş birliği yapmaları büyük önem taşımaktadır. Kuveyt mevzuatına ve ticari kültürüne hakim bir iş ortağı ile çalışmak, hem ithalat sürecini hızlandırmakta hem de pazara girişte önemli kolaylıklar sağlamaktadır.

Kuveyt'te e-ticaretin potansiyeli göz önünde bulundurularak ürünleri, sertifikaları ve müşteri referanslarını sergileyen profesyonel bir web sitesi aracılığıyla güçlü bir çevrimiçi varlık oluşturulması ve sosyal medya platformlarında da reklam verilmesi hem görünürlüğü arttıracak hem de çevrimiçi olarak tekstil ihracatçılarına arayan potansiyel alıcıları çekmeyi sağlayacaktır. LinkedIn de Kuveyt'te önemli ithalatçı firmaların ilgili kadrolarına ulaşmayı sağlayan faydalı araçlardan biri olarak öne çıkmaktadır.

Ayrıca, firmaların Kuveyt'te düzenlenen sektörel fuarlara ve Türkiye'den gerçekleştirilen ticaret heyetlerine katılım göstermesi, iş bağlantıları kurmak ve marka bilinirliğini artırmak açısından etkili olmaktadır. Bu tür etkinliklere katılım, hem rekabet analizi yapılmasına hem de potansiyel müşteri profillerinin doğrudan gözlemlenmesine imkan tanımaktadır.

Kuveyt'te ürünlerin pazarlanması ilişkin en etkili yöntem e-posta veya telefon ile iletişim yerine bizzat Kuveyt'e ziyaret gerçekleştirilerek ilgili ithalatçı firmalarla görüşme sağlanmasıdır. Alıcı firmalarla görüşme sonrasında ise takibinin yapılması ve ilave ziyaretler gerçekleştirilmesi pazara girme şansını artırmaktadır.

8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

Kuveyt, yerli nüfusun toplam nüfus içerisindeki oranının yaklaşık %30 civarında seyretmesi nedeniyle son derece kozmopolit bir yapıya sahip bulunmaktadır. Ülkede farklı etnik gruplardan bireylerle karşılaşmak oldukça olağandır. Bu durum, iş görüşmeleri sırasında muhatabın hangi kültürel gruba ait olduğunun dikkate alınmasını ve iletişim tarzının buna göre şekillendirilmesini gerekli kılmaktadır.

Kuveyt vatandaşları ile yapılacak iş görüşmelerine doğrudan konuya girerek başlanmaması tavsiye edilmektedir. Taraflar arasında güvenin ve samimiyetin tesis edilebilmesi amacıyla, görüşmenin başında kısa süreli kişisel sohbetler yapılması uygun görülmektedir. Bu tür bir başlangıç, ilişkinin daha sıcak ve yapıcı bir zeminde ilerlemesine katkı sağlamaktadır. Bu kapsamda, ülke kültüründe önemli bir yeri olan divaniye programlarına (genelde haftalık olarak yapılan aile toplantıları) katılmak önemlidir.

Arap kültüründe açık ve doğrudan eleştirilere karşı hassasiyet bulunmakta olup, eleştirilerin dolaylı ve nazik ifadelerle iletilmesi önerilmektedir.

İş toplantılarının planlanan saatten daha geç başlaması sıkça karşılaşılan bir durumdur. Dakiklik, genel olarak öncelik verilen bir konu olarak değerlendirilmemektedir. Bununla birlikte, ihracatçıların toplantılara zamanında katılmaları, karşı tarafa duyulan saygının bir göstergesi olarak olumlu karşılanmaktadır. Görüşmelerde mutabık kalınan hususların sözlü olarak bırakılmaması, mutlaka yazılı sözleşmelerle kayıt altına alınması gerekmektedir.

Ticari ilişkilerde karşılıklı güven tesis edilmeden işe başlanması yaygın bir uygulama değildir. Kuveytli iş insanları, iş ortaklarını çoğunlukla güven duydukları kişiler veya araçlar vasıtasıyla tanımayı tercih etmektedir. Kişisel temas ön planda tutulmakta; ilk defa tanışılan bir kişiyle yalnızca dijital kanallar üzerinden ticari ilişki kurulması pek uygun görülmemektedir.

Aile yaşamı toplumda büyük bir önem arz etmektedir. Ailevi sebeplerle iş görüşmelerinin ertelenmesi ya da iptal edilmesi sık rastlanan bir durumdur. Bu nedenle, ticari süreçlerin Batı ülkelerine kıyasla daha yavaş ilerlediği ve bu sürecin sabır gerektirdiği göz önünde bulundurulmalıdır.

Misafirperverlik, kültürel yapının temel taşlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Ortak yemeklerde geleneksel yemek yeme biçimlerine saygı gösterilmesi beklenmektedir. Yemeklerin elle yenmesi oldukça yaygın bir uygulama olup, sol elin kullanımı hoş karşılanmamaktadır. Sol el ile yemek uzatılması ya da herhangi bir nesnenin verilmesi uygun bulunmamaktadır.

Ramazan ayı ve dini bayram dönemlerinde iş görüşmesi planlanması önerilmemektedir. Randevu talep edilmeden önce bu özel günlerin tarihleri dikkatle kontrol edilmelidir. Cuma günleri, İslam dininde ibadet ve aile içi etkinliklere ayrılmış özel bir gün olduğundan, bu gün için iş görüşmesi talep edilmesi uygun karşılanmamaktadır.

Görüşmeler esnasında karşı tarafın eşi hakkında soru sorulması nazik bir davranış olarak değerlendirilmemektedir. Bunun yerine çocuklar hakkında genel sorular yöneltilmesi daha uygun kabul edilmektedir. Kadınlara yönelik fiziksel temas kültürel normlara aykırı bulunmakta; ancak kadın tokalaşmak için elini uzatırsa tokalaşmak saygı çerçevesinde değerlendirilmektedir. Erkekler arasında tokalaşma yaygın bir selamlaşma biçimi olmakla birlikte, elin kalbe götürülmesiyle yapılan selamlaşma da sıkça tercih edilmektedir.

9. Genel Değerlendirme

Kuveyt, pazara giriş açısından bazı zorluklar barındırmakta ve sınırlı nüfusu ile toplam ithalat hacmi göz önüne alındığında nispeten küçük bir pazar görünümünde bulunmaktadır. Ancak, bu pazara giriş yapabilen ihracatçıların diğer Körfez ülkelerine erişim sağlamaları daha kolay olmaktadır. Körfez İşbirliği Konseyi üyesi ülkeler arasında pazar yapıları ve tüketici davranışları benzerlik göstermektedir. Bu nedenle, Kuveyt pazarına başarıyla uyum sağlayan ihracatçılar için Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Katar, Bahreyn ve Umman gibi pazarlara açılım da mümkün olmaktadır.

Zorluklarına rağmen Kuveyt pazarı, tekstil ve hazır giyim ürünlerinin üretimini gerçekleştiren ihracatçı firmalarımız açısından dikkate alınması gereken bir potansiyel sunmaktadır. Yerel piyasalarda tüketimin yüksek düzeyde seyretmesi nedeniyle, rekabetçi bir fiyatla sunulan ürünlerin pazarda tutunma olasılığı artmaktadır. Bu durum, firmalar açısından pazarda uzun vadeli bir varlık oluşturma yönünde fırsatlar sunmaktadır.

Kuveyt pazarına giriş yapmak ve uzun vadeli başarı elde etmek isteyen ihracatçı firmalarımızın, yerel acente ve distribütörlerle iş birliği kurmaları büyük önem arz etmektedir. Bu süreçte firmaların, ülkede geçerli mevzuat ve teknik düzenlemelere eksiksiz biçimde uyum sağlamaları ve güven zedeleyici uygulamalardan kaçınmaları gerekmektedir. Kuveytli firmaların güvenini kaybeden ihracatçıların pazara yeniden giriş yapmaları oldukça güçleşmektedir.

Kuveyt, kişi başına düşen gelir bakımından dünya sıralamasında üst sıralarda yer almakta ve dünyanın en zengin ülkeleri arasında bulunmaktadır. Bu bağlamda, ülkede yaşayan varlıklı tüketici kesimi açısından ürün kalitesi, satış sonrası hizmetler ve standartlara uygunluk gibi unsurlar belirleyici olmaktadır.

Diğer yandan, ülkede sayıca fazla olan Asya, Ortadoğu ve Afrika kökenli göçmen işçi grupları için kalite ve marka algısından ziyade fiyat kriteri ön planda bulunmaktadır. Bu durum, hem büyük ölçekli firmalar hem de KOBİ'ler için pazarda çeşitli stratejiler geliştirilmesine imkan tanımaktadır.

Sonuç olarak, Kuveyt pazarı, gerekli özen gösterildiği takdirde yalnızca genel ihracat açısından değil, aynı zamanda tekstil ve hazır giyim sektörü ihracatının da artırılabilceği, uzun vadeli ticari ilişkilerin kurulabileceği önemli bir hedef pazar niteliği taşımaktadır.

10. Yararlı Adresler

Umuma mahsus pasaport hamilleri vizeye tabi olup, 90 gün süreli vizelerini sınır kapılarında ücretsiz olarak alabilmektedirler. Vizenin online olarak <https://kuwaitvisa.moi.gov.kw/> adresinden alınması da mümkün bulunmaktadır. Hizmet, hususi ve diplomatik pasaport hamilleri 180 günde 90 gün süreyle vizeden muaftır.

Kuveyt Ticaret ve Sanayi Odası web adresi üzerinden Arapça/İngilizce dillerinde sektörel bazda firma araması yapılabilmekte ve firmaların muhtelif bilgilerine ulaşılabilir: <https://www.ekcci.org.kw/newweb/#>

Kuwait International Fair Co. Kuveyt'in tek uluslararası fuar merkezinin işletmecisidir. Firmaya ait internet sitesinden Kuveyt'te düzenlenen fuarlarla ilgili bilgi alınabilmektedir. <https://kif.net/>

Kuveyt'te çalışılabilecek hukuk firmalarına ekli linkten erişilebilmektedir: <https://www.hg.org/attorneys/kuwait.html>

Kuveyt Sanayi Kurumu'nun hazırlamış olduğu Kuveyt'te yer alan üretici firmaların irtibat bilgilerini içeren Kuveyt Sanayi Rehberi aşağıdaki linkte yer alan sayfadan indirilebilir:

<https://www.pai.gov.kw/documents/d/guest/dalil2023>

Kuveyt'in e-devlet internet adresinde, Kuveyt'e ilişkin muhtelif faydalı bilgilerin yanında, ekonomik ve ticari konulara dair mevzuat bilgilerine de erişim sağlanması mümkündür.

<http://e.gov.kw/sites/kgoEnglish/Pages/HomePage.aspx>

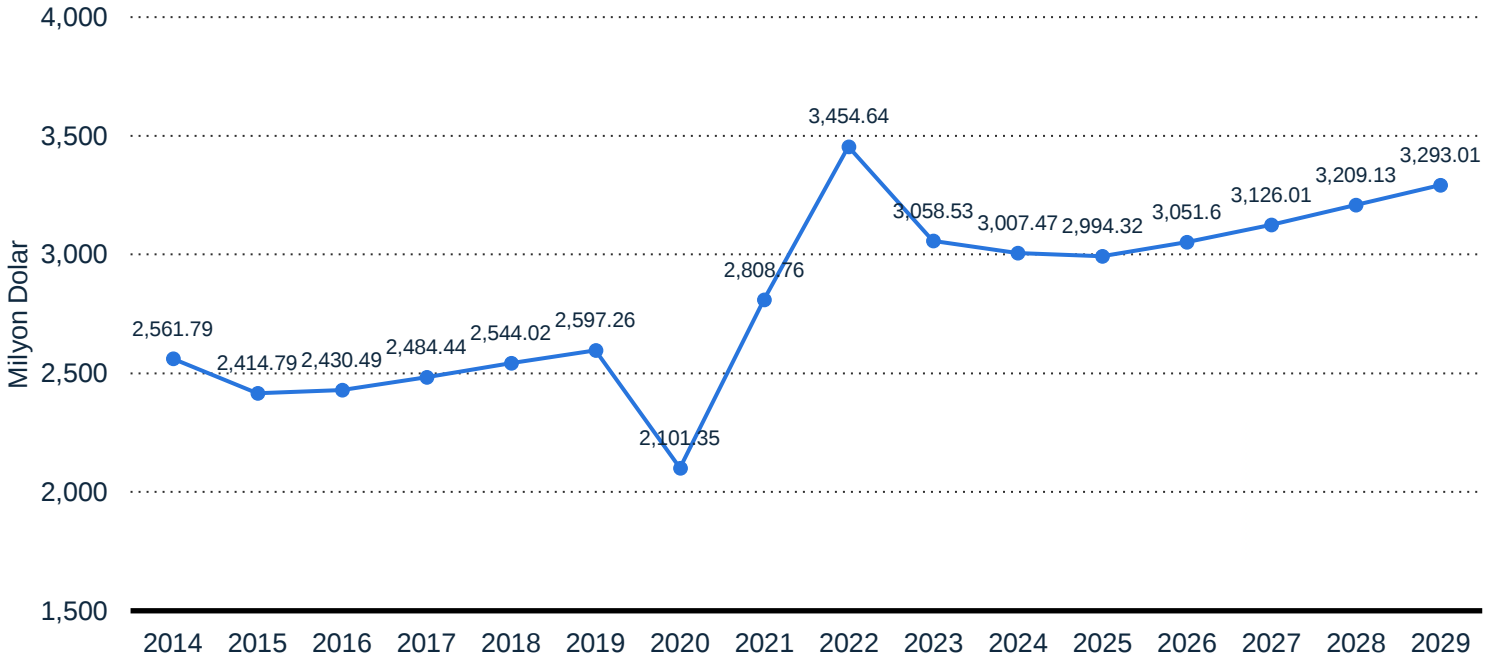
11. Kaynakça

<https://iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/viewFile/60542/62502>

<https://www.abacademies.org/articles/exploratory-research-semiotics-globalization-exploring-the-marketing-landscape-of-kuwait-15397.html>

FAYDALI İSTATİSTİKLER

2014-2029 Giysi ve Ayakkabı Toplam Harcama (Milyon \$)



Kaynak: Statista

Kuveyt'te giyim ve ayakkabıya yönelik toplam tüketici harcamalarının 2024 ile 2029 yılları arasında sürekli olarak 285,5 milyon \$ (%9,49) artacağı tahmin edilmektedir. Bu çerçevede, moda harcamalarının 2024 yılından itibaren her yıl artarak 2029 yılı itibariyle 3,3 milyar \$'a ulaşması beklenmektedir.

Yeni Doğan Sayısı

Toplam	Kuveytli Olmayan	Kuveytli	Yıl
59.271	25.690	33.581	2015
58.797	25.366	33.431	2016
59.172	25.492	33.680	2017
56.121	22.953	33.168	2018
53.565	21.302	32.263	2019
52.463	20.697	31.766	2020
51.585	16.975	34.610	2021
49.793	16.564	33.229	2022
50.004	17.385	32.619	2023
49.063	15.740	33.323	2024

Kaynak: Kuveyt İstatistik Kurumu

Authenticated Marriage Cases By Groom's & Bride`s Nationality 2020- 2024

الإجمالي Total			زوج غير كويتي Non-Kuwaiti Groom			زوج كويتي Kuwaiti Groom			السنة Year
جملة Total	زوجة غير كويتية Non-Kuwaiti Bride	زوجة كويتية Kuwaiti Bride	جملة Total	زوجة غير كويتية Non-Kuwaiti Bride	زوجة كويتية Kuwaiti Bride	جملة Total	زوجة غير كويتية Non-Kuwaiti Bride	زوجة كويتية Kuwaiti Bride	
13071	3103	9968	2297	1810	487	10774	1293	9481	2020
16393	4372	12021	3288	2589	699	13105	1783	11322	2021
13656	3943	9713	2969	2394	575	10687	1549	9138	2022
13303	3502	9801	2658	2137	521	10645	1365	9280	2023
14639	3583	11056	2675	2183	492	11964	1400	10564	2024

Kaynak: Kuveyt Sivil Bilgi Kurumu (PACI)

Kuveyt'te Yaşlara Göre Nüfusun Dağılımı

Age Group	Nationality		
	Kuwaiti	Non Kuwaiti	Total
0-4	162,115	104,731	266,846
5-9	163,553	135,942	299,495
10-14	165,944	138,235	304,179
15-19	161,082	110,675	271,757
20-24	140,783	182,989	323,772
25-29	130,829	376,209	507,038
30-34	118,318	503,249	621,567
35-39	104,617	541,447	646,064
40-44	88,222	489,169	577,391
45-49	73,021	392,068	465,089
50-54	62,958	260,455	323,413
55-59	53,797	169,571	223,368
60-64	43,364	78,052	121,416
>64	81,944	65,200	147,144

Kaynak: Kuveyt Sivil Bilgi Kurumu (PACI)

Kuveyt'te Erkek Nüfusun Yaş İtibariyle Dağılımı

Age Group	Nationality		
	Kuwaiti	Non Kuwaiti	Total
0-4	82,912	54,052	136,964
5-9	83,652	69,899	153,551
10-14	84,431	71,798	156,229
15-19	81,817	56,525	138,342
20-24	71,185	119,567	190,752
25-29	66,677	266,754	333,431
30-34	59,901	347,903	407,804
35-39	52,436	359,886	412,322
40-44	44,047	321,277	365,324
45-49	36,291	258,887	295,178
50-54	31,222	175,756	206,978
55-59	26,486	118,965	145,451
60-64	20,828	52,814	73,642
>64	34,771	39,617	74,388

Kaynak: PACI

Kadın Nüfusun Yaş İtibariyle Dağılımı

Age Group	Nationality		
	Kuwaiti	Non Kuwaiti	Total
0-4	79,203	50,679	129,882
5-9	79,901	66,043	145,944
10-14	81,513	66,437	147,950
15-19	79,265	54,150	133,415
20-24	69,598	63,422	133,020
25-29	64,152	109,455	173,607
30-34	58,417	155,346	213,763
35-39	52,181	181,561	233,742
40-44	44,175	167,892	212,067
45-49	36,730	133,181	169,911
50-54	31,736	84,699	116,435
55-59	27,311	50,606	77,917
60-64	22,536	25,238	47,774
>64	47,173	25,583	72,756

Kaynak: PACI

Milliyetlerin Yaş İtibariyle Dağılımı

Age Group	Nationality Group							
	Kuwaiti	Arabian	Asian	African	European	N.American	S.American	Australian
0-4	162,115	74,221	26,872	919	959	1,482	169	109
5-9	163,553	96,911	34,914	660	1,169	2,006	170	112
10-14	165,944	102,307	32,342	398	1,181	1,660	183	164
15-19	161,082	83,659	24,134	306	965	1,338	148	125
20-24	140,783	69,529	104,580	6,931	824	902	150	73
25-29	130,829	112,383	246,522	14,602	1,208	1,182	226	86
30-34	118,318	169,542	315,733	14,591	1,642	1,343	296	102
35-39	104,617	179,449	346,085	12,033	1,965	1,495	295	125
40-44	88,222	153,730	325,591	6,209	1,743	1,497	269	130
45-49	73,021	113,112	273,025	2,706	1,601	1,336	187	101
50-54	62,958	80,382	176,142	1,079	1,372	1,265	130	85
55-59	53,797	60,092	106,349	415	1,183	1,325	119	88
60-64	43,364	35,545	40,327	181	774	1,066	79	80

PACİ

PACİ

>64	81,944	42,163	20,910	159	770	1,057	78	63
-----	--------	--------	--------	-----	-----	-------	----	----

E-İHRACAT DESTEKLERİ

- Dijital Pazaryeri Tanıtım Desteği
- Sipariş Karşılama Hizmeti Desteği
- Yurtdışı Pazaryerlerine Entegrasyon Desteği
- Yurt Dışı Depo Kira Desteği
- Pazara Giriş Rapor Desteği
- E-İhracatı Tanıtım
- Çevrimiçi Mağaza Desteği ve Hedef Ülke E-Ticaret Paydaşlarından Alınan Hizmetler Desteği
- Pazar Yeri Komisyon Gideri Desteği

Bakanlığımız tarafından sağlanan e-ihracat desteklerine ilişkin Bakanlığımızın internet sayfası ziyaret edilebilir.

> E-İhracat Organizasyonları

Yeni Nesil İhracat Destekleri ve
Performansın Modeli Lansemanı
Tanıtım Filmi

> E-İhracat Destekleri Sunumları
ve Eğitim Videoları

> 5996 Sayılı E-İhracat Destekleri
Hakkında Karar

> Karara Bağlım Geliştirme

> Geliştirme Ekleri ve Destek Özet
Listeleri

> E-İhracat Kurumları

> Kılavuzlar

> KEP ve E-İhracat Uygulama
Kılavuzları

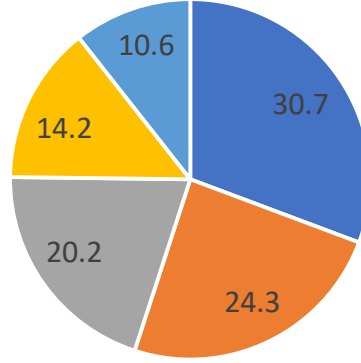
E-İhracat Destekleri Sunumları ve Eğitim Videoları

15 Kasım 2022

YARARLANICILARA YÖNELİK DESTEKLER								
Destek Adı	Min. Yatırım	Ölçülebilirlik	E-İhracat Kurumlarından E-İhracat Yöntemi ile Alınabilir	Finansman E-İhracat Yöntemi ile Alınabilir	Ölçülebilirlik	Finansman E-İhracat Yöntemi ile Alınabilir	Ölçülebilirlik	Ölçülebilirlik
Pazar Giriş Rehberi Desteki	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Yapısal
Dijital Pazarlama Desteki	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Yapısal
E-İhracat Tanıtım	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Yapısal
Uygun Karşılama Hizmeti Desteki	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Yapısal
Yurt Dışı Satış Kanalı Desteki	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Yapısal
Yurt Dışı Pazarlama Entegrasyonu Desteki	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Yapısal
Devletler Arası Destek ve Hizmet Ürün E-İhracat Kurumlarından Alınan Hizmetler Desteki	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Özellikle Devletler Arası Destek ve Hizmet Ürün E-İhracat Kurumlarından Alınan Hizmetler Desteki
Pazarlama Kanunları Desteki	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Yapısal
1	Destekler için başvuru yaparken dikkat edilmesi gerekenler							
2	Destekler için başvuru yaparken dikkat edilmesi gerekenler							
3	Destekler için başvuru yaparken dikkat edilmesi gerekenler							
4	Destekler için başvuru yaparken dikkat edilmesi gerekenler							
5	Destekler için başvuru yaparken dikkat edilmesi gerekenler							
6	Destekler için başvuru yaparken dikkat edilmesi gerekenler							



Kuveyt'te E-Ticaretin Dağılımı



- Gıda ve Kişisel Bakım
- Moda
- Elektronik ve Medya
- Mobilya ve Ev Aletleri
- Oyuncak, Kendin Yap, Hobi

- 4.25 milyon internet kullanıcı
- 3.59 milyon sosyal medya kullanıcısı- nüfusun %83.7'si
- 2022-2027 yılları arasında yıllık %14 büyüme tahmini
- 2024 itibariyle 2,3 milyar dolarlık Pazar hacmi
MENA Bölgesi 2022 itibariyle 28,5 milyar \$