



UMMAN KOZMETİK SEKTÖRÜ RAPORU

Muskat Ticaret Müşavirliği
2025

İÇİNDEKİLER

1. Umman Kozmetik Sektörüne Genel Bakış	1
2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti.....	2
2.1 Kozmetik Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği Ülkeler	2
2.2 Kozmetik Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği Ülkeler	2
2.3 Kozmetik Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (\$) (İlk 20 ürün)	3
2.4 Kozmetik Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (\$) (İlk 20 ürün)	4
3. Sektörde Ülkemizden İhracat	5
3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (\$) (İlk 20 ürün).....	5
4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş	6
4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler	6
4.2 Sektörde Pazarın Yapısı ve Firma Bilgileri	6
4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler	7
4.4 Umman'ın Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları	7
4.5 Sektörde Standartlar ve Etiketleme	7
4.6 Lojistik	8
4.7 Dağıtım Kanalları	8
4.8 Fuarlar	8
4.9 Sektörde Uygulanan Vergiler	8
4.10 E-Ticaret	9
5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar	9
6. Kozmetik Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler	9
7. Genel Değerlendirme	9

UMMAN KOZMETİK SEKTÖRÜ

1. Umman Kozmetik Sektörüne Genel Bakış

Diğer körfez ülkeleri gibi ekonomisi petrol gelirlerine bağlı olan Umman, üretim çeşitliliği ve altyapısı kısıtlı olan ve birçok sektörde ithalata bağlı bir ekonomik yapıya sahiptir. Bu sektörlerden birisi olan kozmetik sektöründe de tüketimin önemli bir kısmı diğer ülkelerden ithalat yoluyla karşılanmaktadır. 2025 yılı itibarıyla pazarın büyüklüğünün 450 milyon doların üzerinde olacağı öngörülmekte ve yıllık %2,5 civarında büyümenin olduğu tahmin edilmektedir.

Umman kozmetik sektörü, geleneksel güzellik uygulamaları ile modern doğal içeriklerin bir araya gelmesiyle büyüyen bir pazardır. Pazarın temel itici güçleri, alım gücü görece yüksek gelire sahip, bakıma ilgi duyan genç nüfusun varlığı ve çevrimiçi satışların artan yaygınlığıdır. Diğer taraftan, gerek nüfusun önemli bir miktarının yabancı çalışanlardan oluşması gerekse de fiyat odaklı bir tüketici alışkanlığının olması nedeniyle pazar hem lüks hem de lüks olmayan segmentleri içermektedir. Pazarda uluslararası ve bölgesel firmaların etkinliği görülmekle birlikte başta Ummanlı Amouage markasının bilinirliği yüksek olmakla birlikte müşteriye özel parfüm üretimi yapan firmaların faaliyet gösterdiği de görülmektedir. Yerel üreticiler, uluslararası markaların rekabetiyle karşı karşıya olsa da, özellikle parfüm ve cilt bakımı kategorilerinde özgün ürünler yaratmak için frankincense (buhur), Umman gülü suyu, sidr balı, deve sütü, kına gibi Umman'ın doğal kaynaklarından yararlanmaktadırlar.

Umman kültüründe parfüm kullanımı, günlük yaşamın, misafirperverliğin ve geleneğin temel bir unsuru olup özellikle buhur ve ud olarak bilinen hoş kokulu tütsülerin kullanıldığı kokular, bir statü sembolü, bir saygı göstergesi ve misafirleri arındırıp eve davet etmenin bir yolu olarak kültürde yer edinmiştir.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

2.1 Kozmetik Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği Ülkeler

Ülke	2022		2023		2024	
	\$	% Pay	\$	% Pay	\$	% Pay
BAE	262.126.662	75,9%	257.508.768	72,3%	235.763.606	62,2%
Suudi Arabistan	21.137.477	6,1%	28.423.819	8,0%	46.575.503	12,3%
Hindistan	11.258.320	3,3%	10.357.316	2,9%	14.024.933	3,7%
Çin	1.865.076	0,5%	5.564.835	1,6%	12.608.838	3,3%
ABD	1.716.819	0,5%	8.815.914	2,5%	10.731.518	2,8%
Kuveyt	1.239.878	0,4%	7.888.904	2,2%	8.667.927	2,3%
Belçika	5.063.890	1,5%	6.756.610	1,9%	7.834.424	2,1%
Katar	8.748.072	2,5%	6.261.252	1,8%	7.698.517	2,0%
Hollanda	5.423.608	1,6%	5.600.163	1,6%	7.381.403	1,9%
Türkiye	2.665.003	0,8%	3.367.569	0,9%	7.269.756	1,9%
Diğer	24.270.917	7,0%	15.577.661	4,4%	20.303.949	5,4%
Genel Toplam	345.515.721	100,0%	356.122.811	100,0%	378.860.373	100,0%

2.2 Kozmetik Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği Ülkeler

Ülke	2022		2023		2024	
	\$	% Pay	\$	% Pay	\$	% Pay
BAE	9.975.178	35,1%	20.974.860	62,5%	24.467.872	77,6%
ABD	1.095.141	3,9%	2.580.055	7,7%	2.407.618	7,6%
Katar	6.658.239	23,4%	4.510.535	13,4%	1.478.126	4,7%
Yemen	334.898	1,2%	1.420.744	4,2%	1.131.894	3,6%
Suudi Arabistan	3.845.621	13,5%	1.731.025	5,2%	872.846	2,8%
Kuveyt	1.859.182	6,5%	1.815.861	5,4%	611.541	1,9%
Çin	192.839	0,7%	55.736	0,2%	270.239	0,9%
Irak	145.174	0,5%	114.374	0,3%	172.162	0,5%
Malezya	148.366	0,5%		0,0%	31.104	0,1%
Mısır	1.300	0,0%	42.086	0,1%	26.226	0,1%
Türkiye	30.404	0,1%			26.135	0,1%
Diğer	4.139.460	14,6%	338.822	1,0%	17.113	0,1%
Genel Toplam	28.425.803	100,0%	33.584.099	100,0%	31.512.876	100,0%

2.3 Kozmetik Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (\$) (İlk 20 ürün)

GTP	Ürün	2022	2023	2024
33030010	Sıvı veya Katı Haldeki Parfümler	45.430.533	56.958.390	70.891.808
33049930	Cildi Nemlendirmek ve Yumuşatmak İçin Hazırlanan Ürünler	33.930.229	32.293.500	35.046.705
33051000	Şampuanlar	35.004.653	34.406.585	32.401.070
33049990	Güzellik veya Makyaj Ürünleri	20.022.699	28.604.904	30.530.526
33061010	Güneş Kremi Ürünleri Dahil İlaç Dışı Cilt Bakımı Ürünleri	26.793.931	27.618.497	28.132.242
33072000	Diş Macunları	19.682.273	26.115.398	26.340.436
33030090	Kişisel Deodorantlar ve Ter Önleyiciler	18.258.939	16.876.980	17.035.569
33029000	Parfümler, Tuvalet Suları	13.733.333	11.129.544	12.832.222
33021000	Sanayide Hammadde Olarak Kullanılan Kokulu Madde Karışımları	27.440.124	7.922.203	11.229.852
33059010	Gıda ve İçecek Endüstrilerinde Kullanılan Kokulu Madde Karışımları	8.608.597	11.624.187	11.056.474
33043090	Üretim İçin Kullanılan Kokulu Madde Bazlı Diğer Ürünler	1.391.411	4.069.507	9.117.573
33059090	Saç Yağları	7.788.193	8.359.754	9.058.023
33049940	Oje, Vernik, Vernik Sökücü Hariç, Manikür veya Pedikür Ürünleri	11.771.848	12.684.532	8.080.205
33042000	Saç İçin Kullanılan Preparatlar	3.925.233	4.832.612	7.981.202
33073000	Yüz Makyajı İçin Ürünler	8.200.798	8.164.575	5.826.093
33041000	Makyaj Temizleyiciler	3.867.211	5.175.300	5.441.992
33059030	Göz Makyajı Ürünleri	4.866.776	5.130.830	5.264.862
33059020	Parfümlü Banyo Tuzları ve Diğer Banyo ve Duş Ürünleri	5.773.711	6.984.458	4.918.911
33049190	Dudak Makyajı Ürünleri	4.829.718	3.971.867	3.818.277
33049920	Saç Boyama Ürünleri	3.164.359	3.254.020	3.653.738
Genel Toplam		345.515.721	356.122.811	378.860.373

2.4 Kozmetik Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (\$) (İlk 20 ürün)

GTP	Ürün	2022	2023	2024
33030010	Sıvı veya Katı Haldeki Parfümler	18.768.953	21.219.214	23.166.975
33074910	Oda Parfümü veya Koku Giderici Müstahzarlar	5.826.584	6.516.588	3.579.594
33012900	Uçucu Yağlar (Katı ve Mutlak Yağlar Dahil) (Turunçgil ve Nane Hariç)	1.048.900	2.424.146	2.264.662
33049110	Bebek Pudraları	323.398	1.416.951	1.029.374
33021000	Gıda ve İçecek Endüstrisinde Kullanılan Kokulu Madde Karışımları	850.317	248.110	460.845
33019014	Çiçek Suyu	122	87.100	320.822
33013090	Aloe Vera Hariç Reçineoidler		13.624	197.135
33019013	Gül Suyu	874	45.461	167.071
33049930	Cildi Nemlendirmek ve Yumuşatmak İçin Müstahzarlar	48.339	13.588	82.680
33019019	Tıbbi Kullanım İçin Kullanılanlar Hariç Sulu Distilatlar		520	63.575
33051000	Şampuanlar	6.063	56.919	53.960
33049990	Güzellik veya Makyaj Müstahzarları	7.085	4.573	28.564
33074130	Güneş Kremi Müstahzarları Dahil İlaçlar Dışında Cilt Bakımı İçin Müstahzarlar	25.857	391.336	18.195
33079020	Agarbatti Diğer Tütsü Yakılarak Kullanılan Kokulu Müstahzarlar	31	200	16.307
33019090	Parfümlü Kağıtlar, Kozmetiklerle Emprenye Edilmiş veya Kaplanmış Kağıtlar	15.720	24.489	14.955
33030090	Çıkarılmış Oleoresinler, Enfleurage veya Maserasyon Yoluyla Elde Edilen, Mum veya Benzeri Esansiyel Yağ Konsantreleri	175.523	6.295	12.584
33049190	Parfümler, Tuvalet Suları	167.128	42.819	7.366
33029000	Güzellik veya Makyaj Pudraları	40.927	10.962	6.731
33074120	Sanayide Hammadde Olarak Kullanılan Kokulu Madde Karışımları	5.138	8.551	6.193
33059010	Agarbatti, Pudra Yakılarak Kullanılan Diğer Kokulu Müstahzarlar	4.001	2.863	4.085
Genel Toplam		28.425.803	33.584.099	31.512.876

3. Sektörde Ülkemizden İhracat

3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (\$) (İlk 20 ürün)

GTP	Ürün	2022	2023	2024
33074990	Parfüm veya Koku Giderme Odaları İçin Müstahzarlar	31.743	106.779	1.221.693
33029000	Koku Veren Madde Karışımları	355.909	456.986	945.776
33030010	Sıvı veya Katı Formdaki Parfümler	436.478	484.149	829.725
33049990	Güzellik veya Makyaj Müstahzarları	241.571	586.453	756.252
33021000	Koku Veren Madde Karışımları	245.466	361.907	513.430
33042000	Göz Makyajı Müstahzarları	67.995	79.396	460.018
33041000	Dudak Makyajı Müstahzarları	73.471	95.303	299.754
33049940	Yüz Makyajı Müstahzarları Makyaj Temizleyicileri	55.084	33.613	296.301
33051000	Şampuanlar	212.703	78.065	233.412
33049190	Güzellik veya Makyaj Pudraları Sıkıştırılmamış	105.760	26.991	186.831
33030090	Parfümler, Tuvalet Suları	156.538	64.444	183.433
33043090	Oje, Vernik ve Vernik Sökücüler Hariç Manikür veya Pedikür Ürünleri	109.424	50.450	169.341
33073000	Parfümlü Banyo Tuzları ve Diğer Banyo ve Duş Ürünleri	25.246	47.021	163.878
33049910	Tuvalet Sirkeleri	10.538	13.008	146.887
33049930	Cildi Nemlendirmek ve Yumuşatmak İçin Ürünler	45.648	177.622	128.557
33074910	Buharlaştırıcı Kaplarda Yakılarak Kullanılanlar Hariç Odaları Parfümlemek veya Koku Gidermek İçin Ürünler	2.668	77.155	106.265
33043010	Oje, Vernik	59.618	55.536	89.952
33059090	Saç İçin Kullanılan Ürünler	114.148	87.688	82.165
33074110	Sıvı Yakılarak Kullanılan Diğer Kokulu Ürünler			69.407
33059020	Saç Kremleri, Pomatlar	32.141	9.498	47.432
Genel Toplam		2.665.003	3.367.569	7.269.756

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler

2025 yılı itibarıyla 5,3 milyon nüfusa sahip olan Umman, idari açıdan 11 eyalet bölgesinden oluşmaktadır. Nüfusa göre en kalabalık olan eyaletleri Muskat (1,5 milyon), Kuzey Batinah (927 bin), Güney Batinah (569 bin), Dahiliye (558 bin) ve Dhofar (529 bin) olarak sıralanmaktadır. Bu kapsamda eyaletlerin coğrafi dağılımlarına bakıldığında Muskat, Batinah ve Dahiliye bölgelerinin birbirine yakın olduğu görüldüğü ve toplam nüfusun % 70'nin bu bölgede yoğunlaştığı görülmektedir. Bu çerçevede gerek ülke nüfusunun gerekse de ekonomik ve ticari faaliyetlerin bu bölgede yoğunlaşması nedeniyle Muskat, Sohar ve Nizwa şehirleri kozmetik sektörü için hedef şehirlerdir. Ayrıca, Dhofar bölgesinin özellikle yaz aylarındaki turistik şehri Salalah diğer bir önemli nüfusa ve ticari faaliyetlere ev sahipliği yaptığından hedef şehirlerden birisidir.

4.2 Sektörde Pazarın Yapısı ve Firma Bilgileri

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

Umman'da ekonomik ve ticari alanda sivil toplum örgüt yapılanması çok gelişmiş olmayıp Umman Ticaret ve Sanayi Odası (OCCI) haricinde faaliyet gösteren ihracatçı/üretici birlikleri veya dernekleri mevcut değildir. OCCI diğer vilayetlerdeki şubeleri ile birlikte farklı alanlarda kurulmuş komiteler aracılığıyla faaliyet yürütmekte olup sektörel olarak Ticaret ve Perakende Komitesi ilgili komite olarak faaliyet göstermektedir. (<https://omanchamber.om/committees-councils/temporary-committees/>)

İletişim Bilgileri:

Mohammed Alabri – Director of the Department of Committees and Councils

Telefon :+968 9933 2633

Sharouq Hamed Al Farsi – Head of Committees Section

Telefon :+968 9812 8968

Email: committees@omanchamber.om

4.2.2 İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

- Umman Sanayi Bölgeleri (Madayn) firma listesi için:
https://emassar.madayn.om/newdir/directory.aspx?lang=enUS&ctl00_MainContent_RadGrid_tenantChangePage=178
- Umman Ticaret ve Sanayi Odası firma rehberleri için;

Sanayi Firmaları: <https://omanchamber.om/economic-information/occi-directory/industrialdirectory/>

Ticaret Firmaları: <https://omanchamber.om/economic-information/occi-directory/trade>

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Umman'a kozmetik ürünleri ithal etmek için, diğer sektör ürünlerinde olduğu gibi Bayan sistemini kullanarak gümrük işlemlerini tamamlamanız bu çerçevede ticari fatura, paketleme listesi ve menşe şahadetnamesi, konşimento belgelerinin sunulması ve Umman Ticaret ve Sanayi Odası'na (OCCI) kayıtlı olunması gerekmektedir. Diğer taraftan anılan ürünlerin ithalatında Kimyasal ve Kozmetik Ürünlerinin İthalat İzni¹ aranmaktadır. Bu kapsamda ürün formülasyonu ve içerik onayı Umman Sağlık Bakanlığı'ndan alınmaktadır.

4.4 Umman'ın Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları

Umman, Bahreyn, Kuveyt, Katar, Suudi Arabistan Krallığı ve Birleşik Arap Emirlikleri'nden oluşan Körfez İşbirliği Konseyi'nin (KİK) bir üyesidir. KİK üyeleri arasında 1983 yılında bir serbest ticaret alanı ve Ocak 2008'de hizmetler için ortak bir pazar kurulmuştur. KİK, birkaç ürün dışında ortak bir dış tarife uygulamaktadır. Acil durum önlemleri, veteriner karantinası ve bitki karantinası gibi bir dizi başka konuda ortak mevzuat kabul edilmiştir. Umman ayrıca, üyeler arasındaki ticaret engellerinin çoğunun 1 Ocak 2005'te ortadan kaldırıldığı Pan-Arap Serbest Ticaret Bölgesi (PAFTA) Antlaşması'nın da bir üyesidir. Umman'ın Amerika Birleşik Devletleri ile serbest ticaret anlaşması (STA) ve KİK aracılığıyla da Singapur ve Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA) ile STA'sı vardır. Ülkemiz ile halihazırda bir STA mevcut olmayıp KİK ile başlatılan müzakerelerin sonuçlanması durumunda imzalanacak STA kapsamına Umman'da dahil olacaktır.

4.5 Sektörde Standartlar ve Etiketleme

Umman'da satılan kozmetik ve kişisel bakım ürünleri, GSO 1943:2024 sayılı Körfez Standart Spesifikasyonları² uyarınca sağlık ve güvenlik gerekliliklerine uygun olmalıdır. Bu kapsamda, ürünler belirli gereklilikleri karşılamalıdır. Bunlardan bazıları şunlardır: Domuz eti ve türevlerinden tamamen arındırılmış olmalı, dini değerlere veya toplum alışkanlıklarına aykırı olmamalı ve kamu ahlakına zarar vermemelidir. Normal ve makul ölçüde öngörülebilir kullanım koşullarında sağlık açısından güvenli olmalı, stabil olmalı ve satış süreleri boyunca güvenliği, etkinliği ve kaliteyi etkileyen özellikleri değişmemelidir. Etiketleme gereklilikleri açısından, etiketlerdeki grafik, görsel ve ifadelerin İslami gelenek ve toplumsal değerlerle uyumlu olması ve etiketin temel bölümlerinin ((içindekiler, menşe ülke, son kullanma tarihi gibi) Arapçaya çevrilmesi gerekmektedir. Standartlar, Umman'da üretilen, ithal edilen, tedarik edilen, paketlenen veya kullanılan her türlü kozmetik ve kişisel bakım ürünü için geçerlidir. Bu standartları ihlal edenlere 1.000 Umman Riyali'ne kadar idari para cezası verileceğini ve ihlalin tekrarı halinde para cezasının iki katına çıkarılacağını hüküm altına alınmıştır.

2024 yılından itibaren, Methyl N-Methylantranilate (MNM) içeren kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin dolaşımı kısıtlanmış olup MNM seviyelerini sınırlandırarak güneş koruyucu ürünlerde

¹ (<https://www.customs.gov.om/en/business-services/permit/permit-to-import-chemical-and-cosmetic-products>)

² (<https://www.gso.org.sa/store/standards/GSO:871899/GSO%201943:2024?lang=en>)

tamamen yasaklanmış ve durulanmayan kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinde yalnızca %0,1'e kadar, durulanan ürünlerde ise maksimum %0,2 konsantrasyonda bulunması düzenlenmiştir.³

4.6 Lojistik

Umman dış ticaretinde kullanılan taşıma modları incelendiğinde ithalatında %66, ihracatında ise %94 olmak üzere deniz yolunun çoğunlukla kullanıldığı görülmektedir. Ülkemiz ile Umman arasında gerçekleşen ihracatımızın taşıma modlarına göre dağılımına bakıldığında ise %80'inin deniz yolu ile gerçekleştiği, hava yolunun %17 paya sahip olduğu ve kara yollarının ise %3 seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. Deniz yolu taşımacılığının yoğunluk kazanmasına rağmen gerek frekans sayılarının azlığı gerekse de birçok seferin doğrudan Umman limanlarına ulaşmayıp Mısır, Suudi Arabistan ve Dubai limanları üzerinden aktarma yapması teslimat sürelerini ve taşıma maliyetlerini artıran bir unsurdur. Diğer taraftan, yakın zamanda Süveyş kanalında yaşanan kaza sonrası gecikmeler, Yemen dolaylarında gemilere yapılan saldırılar düşünüldüğünde kara ve hava yolu taşımacılığının alternatif olma açısından önemi ortaya çıkmaktadır.

4.7 Dağıtım Kanalları

İthalat verilerinden de görüleceği üzere Umman'da kozmetik sektörü alımlarını büyük çoğunlukla Dubai'deki toptancılar üzerinden yapmakta olduğundan Umman'da bu sektöre yönelik depolama ve toptan ticaret yöntemi çok yaygın değildir. Umman'da kozmetik ürünleri, süpermarketler, hipermarketler, eczaneler, özel parfüm ve kozmetik mağazaları, büyük mağazalar, bakım ve güzellik salonları gibi çeşitli geleneksel kanalların yanı sıra çevrimiçi perakende ve doğrudan tüketiciye satış kanalları aracılığıyla dağıtılmaktadır.

4.8 Fuarlar

Sektörde başkent Muskat'da gerçekleştirilen 2 önemli fuar mevcuttur. Bunlardan ilki tüm kozmetik ürünlerine yönelik katılım olan Beauty Element Exhibition – BEE fuarıdır. Diğer bir önemli fuar ise parfüm özelinde yapılan The Oman Perfume Show fuarıdır. Anılan fuarlar tüketiciye satış yapılan fuarlardır ve geniş katılım olmaktadır.

FUAR ADI	DÖNEM	ÜRÜN	ŞEHİR	WEB SAYFASI
Beauty Element Exhibition	Nisan	Kozmetik	Muskat	https://bee-om.com/
The Oman Perfume Show	Mayıs	Parfüm	Muskat	https://omanperfumeshow.om/en/

4.9 Sektörde Uygulanan Vergiler

Umman dış ticaret politikaları, ülkenin ithalata bağımlı yapısının bir uzantısı olarak oldukça liberaldir. İthalat rejimi ve uygulamaları, üyesi olduğu Körfez İşbirliği Konseyi ülkelerine paralel olarak kozmetik ürünlerinde %5 gümrük vergisi tahsil etmektedir. Ayrıca, 2021 yılından itibaren % 5 KDV uygulanmaya başlanmıştır.

³ (<https://cpa.gov.om/en/Pages/NewsDetail.aspx?NewsID=12178>)

4.10 E-Ticaret

Ülkede kurulu geniş çaplı bir Pazar yeri uygulaması mevcut olmayıp daha çok firmaların bireysel çevrimiçi satış kanalları mevcuttur. Ülkeye yakınlığından dolayı Dubai’de kurulu pazaryerleri üzerinden e-ticaret işlemleri yoğunlukla yapılmaktadır. Bunun haricinde yerel ve bölgesel firmaların satış yaptığı internet sayfaları hizmet vermektedir.

Ülkede, 18 Kasım Umman Milli Günü, dini bayramlar başta olmak üzere özel günlere yönelik yapılan indirim kampanyaları ile yapılan alışverişler hız kazanmaktadır.

Sosyal medya gerek tanıtım gerekse de satış amaçlı kullanılmakta olup Instagram, Facebook, Tiktok bu anlamda yoğunlukla kullanılmaktadır.

Umman'da kişisel e-ticaret işlemleri için genel bir muafiyet bulunmamaktadır. Bunun yerine, ticari olmayan miktarlardaki kullanılmış ev eşyaları veya hediyeler ile Bayan Sistemi aracılığıyla onaylı endüstriyel projelerde işletmeler için belirli durumlarla muafiyet mevcuttur. E-ticareten yapılanlar da dahil olmak üzere tüm ithalatlar, mal ve hizmetlere uygulanan %5 KDV ve gümrük vergisi düzenlemelerine tabidir.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Ummanlıların son yıllarda artan Türkiye seyahatleri ve Türk dizilerinin ülkede popüler olması nedeniyle Türk kültürü ve ürünleri olan rağbetin ve Türk markalarının bilinirliğinin artması ihracatçı firmalarımız için önemli bir fırsat olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, KİK ile ülkemiz arasında başlatılan serbest ticaret anlaşması müzakerelerinin tamamlanması ile yürürlüğe konulacak anlaşma firmalarımızın pazarda rekabetçiliğini artıracaktır.

Umman gerek KİK üyeleri ile arasında yer alan gümrük birliği ve diğer ülkeler ile yürüttüğü STA’lar gerekse de Doğu Afrika ülkelerine tarihsel ve coğrafi olarak yakınlığı sebebiyle firmalarımızın diğer pazarlara da erişimi açısından fırsatlar sunabilmektedir.

6. Kozmetik Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Firmalarımızın pazarda yer alan perakende satıcıları ile temasların sıklaştırmaları ve güven ortamının sağlanabilmesi için müşteri ziyaretleri yapmaları gerekmektedir. Ayrıca, gerek bölgeye gerekse de Umman’a hızlı sevkiyat sağlanması açısından depo hizmeti sağlanarak stoklu çalışılması, deniz yolunda yaşanabilecek gecikmelere yönelik bir çözüm oluşturacaktır.

Diğer taraftan, geleneksel alışverişin önemini koruduğu Umman’da alışveriş merkezleri ve hipermarketlerde kozmetik ürünlerin satışı önem arz ettiğinden ve bu alanlarda firmalarımızın Türk ürünü algısını öne çıkararak mağaza açmaları veya yerel firmalar ile isim hakkının devri ile yapılacak işbirlikleri pazara erişim konusunda faydalı olacaktır.

7. Genel Değerlendirme

Diğer körfez ülkeleri gibi ekonomisi petrol gelirlerine bağlı olan Umman, üretim çeşitliliği ve altyapısı kısıtlı olan ve birçok sektörde ithalata bağlı bir ekonomik yapıya sahiptir. Bu sektörlerden birisi olan kozmetik sektöründe de tüketimin önemli bir kısmı diğer ülkelere ithalat yoluyla karşılanmaktadır.

Pazarda uluslararası ve bölgesel firmaların etkinliği görülmekle birlikte başta Amouage markasının bilinirliği yüksek olmakla birlikte müşteriye özel parfüm üretimi yapan firmaların faaliyet gösterdiği de görülmektedir. Yerel üreticiler uluslararası markaların rekabetiyle karşı karşıya olsa da, özellikle parfüm ve cilt bakımı segmentlerinde özgün ürünler yaratmak için Umman'ın doğal kaynaklarından yararlanmaktadırlar. Bölgeye özgü geleneksel malzemeler, yerel kozmetik ürünlerinin temelini oluşturur: frankincense (buhur), Umman gülü suyu, sidr balı, deve sütü, kına gibi.

En çok kozmetik ürünleri ithalatı sırasıyla BAE (% 62), Suudi Arabistan (% 12), Hindistan (% 4) ve Çin'den (%3) gerçekleşmekte olup diğer sektörlerde olduğu gibi BAE'de depoları olan birçok firmanın diğer ülke menşeli ürünleri bu ülkeden ithal ettiği dolayısıyla gerek Çin gerekse de ülkemizin ithalattaki paylarının daha yüksek olduğu düşünülmektedir.

Ülkemizden gerçekleştirilen ithalatta çoğunlukla parfüm, koku hammadde karışımları, makyaj malzemeleri, şampuan ürünlerinin ön plana çıktığı ihracat verilerinden görülmektedir.

Umman dış ticaret politikaları, ülkenin ithalata bağımlı yapısının bir uzantısı olarak oldukça liberaldir. İthalat rejimi ve uygulamaları, üyesi olduğu Körfez İşbirliği Konseyi ülkelerine paralel olarak mobilyalarda %5 gümrük vergisi tahsil etmektedir. Umman'ın Amerika Birleşik Devletleri ile STA ve KİK aracılığıyla da Singapur ve Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA) ile STA'ları vardır. Ülkemiz ile halihazırda bir STA mevcut olmayıp KİK ile başlatılan müzakerelerin sonuçlanması durumunda imzalanacak STA kapsamına Umman'da dahil olacaktır. Bu kapsamda özellikle Çin, Hindistan menşeli ürünlere karşı avantaj sağlanması ülkeye ihracatımızı olumlu etkileyecektir.

Ummanlıların son yıllarda artan Türkiye seyahatleri ve Türk dizilerinin ülkede popüler olması nedeniyle Türk kültürü ve ürünleri olan rağbetin ve Türk markalarının bilinirliğinin artması ihracatçı firmalarımız için önemli bir fırsat olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle firmalarımızın fuarlara katılımı, mağaza açmaları veya yerel firmalar ile işbirliği yapmaları, reklam çalışmalarında gerek diziler gerekse de Türk kültürü izlerini ön plana çıkarmaları bu olumlu eğilimi ihracata çevirebilecektir.