



AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ

Ülke Raporu

Çorap. Şubat 2021

Bu pazar araştırma raporu



tarafından çorap ihracatçısı
firmaların hedef pazarlar hakkında
derinlemesine bilgi sahibi olmalarını
sağlamak amacıyla

ZOBU
CONSULTING

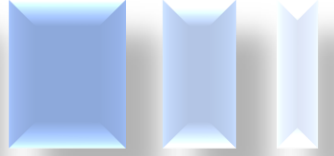
firmasına hazırlatılmıştır.



YASAL UYARILAR

Bu rapor, yapılan bir araştırma sonucunda elde edilen verilerin raporun yazarları tarafından analiz edilmesine dayanarak hazırlanmıştır. Bu rapor Zobu Consulting Ltd. uzmanları tarafından hazırlanmıştır ve her hakkı saklı olup hazırlayan kişilere aittir. Hiçbir bölüm ve paragrafı kısmen veya tamamen ya da özet halinde herhangi bir şekilde çoğaltılamaz, dağıtılamaz. Normal iktibaslarda, kaynak gösterilmesi zorunludur. Bu raporun kullanım hakkı İHKİB'e aittir. Raporun yer alan ve üçüncü taraflara ait bilgilerin bir kısmı "ticari sır" niteliğinde gizli bilgiden oluşmaktadır. Söz konusu bu bilgilerin, her ne koşulda olursa olsun, bu raporun hizmet gördüğü çerçevenin dışına çıkarılması Türkiye Cumhuriyeti Kanunlarına göre cezalandırılacak suç niteliği taşıyabilir. Periskop ve Zobu işaret ve şekilleri Zobu Consulting Ltd. Şti'nin doğrudan veya iştirak etmiş olduğu tescilli ve müseccel markalarıdır.

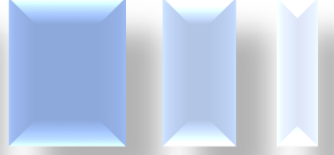
İçindekiler



I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	32
4.	Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum	34
III.	Yasal Düzenlemeler	45
IV.	Pazar Dinamikleri ve Rekabet	54
V.	Sektörel Trendler	78
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	85
VII.	Ekler	104



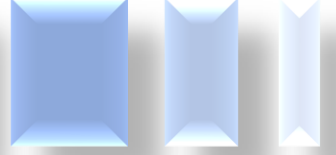
İçindekiler



I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	32
4.	Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum	34
III.	Yasal Düzenlemeler	45
IV.	Pazar Dinamikleri ve Rekabet	54
V.	Sektörel Trendler	78
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	85
VII.	Ekler	104



Amaç ve Kapsam



Amaç

- ❖ Çorap ürünlerinin alt ürün grupları bazındaki büyüklüğü, gelecekteki büyüme beklentisi ve eğilimlerini ortaya koymak,
- ❖ Sektörle ilgili pazarın gelişimini etkilemesi muhtemel asli unsurlar (tehditler, fırsatlar, sektör özelindeki riskler vb) hakkında ayrıntılı bilgiler sunmak,
- ❖ Pazardaki rekabet ve rekabet karşısında firmaların alması gereken önlemleri analiz etmek,
- ❖ Pazar büyüklüğünü ve geleceğe yönelik büyüme beklentilerini alt ürün grupları bazında miktar ve tutar olarak öngörmek,
- ❖ Pazardaki fiyat seviyeleri ve ortalama kar marjlarına ilişkin bilgilerin yanı sıra müşteriye erişim kanal ve yollarını incelemek,
- ❖ Pazardaki yerel rekabetin ve önemli rakipleri analiz etmek ve
- ❖ Pazardaki önemli alıcıları belirlemek ve alıcılara erişim için fırsatların değerlendirmelerini yapmak.



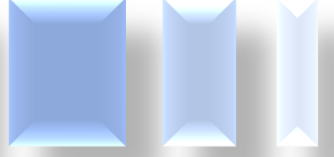
Kapsam



- ❖ Amerika Birleşik Devletleri çorap ürün gamında bulunan ürünler
- ❖ Markalar, üreticileri, ithalatçılar, toptancılar ve büyük perakendecileri.



Pazar Tanımı



Bu raporda konu edilen Pazar çorap pazarıdır. Pazarı oluşturan ürün grupları İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği tarafından tanımlanan ana ürün gruplarıdır. Bu gruplar aşağıdaki gibidir.



Rapor kapsamında incelenmiş olan ürünlere ait G.T.İ.P. Kodları aşağıda listelenmiştir.

611510

611521

611599

611522

611596

611595

611529

611594

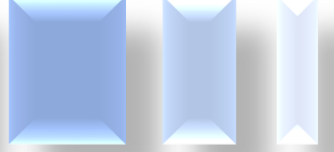
611530



Veri Kaynakları



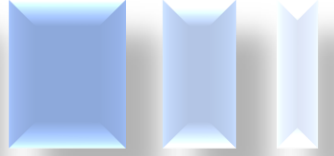
Araştırma Yöntemi



Makro Ekonomik Durum	<ul style="list-style-type: none">• Ülkenin genel ekonomik durumu• Risk profili• GSYİH ve büyüme• Nüfus ve demografik bilgiler• Bölgesel iktisadi farklılıklar	Pazar Dinamikleri ve Rekabet	<ul style="list-style-type: none">• Pazarın tahmini büyüklüğü, kategori veya ürün ailesi bazında• Pazar payları, fiyat seviyeleri• Talebin doğası, sezonsallık yaratan unsurlar• Pazarda beklenen büyüme• Rakipler, rakiplerin ürün portföyleri ve güçlü/ zayıf yönleri• Rakiplerin marka/ ürün portföyü konumlandırmaları• Satın almadaki karar kriterleri, müşteri tercihleri• Rakiplerin satış ve pazarlama faaliyetleri• Marka algısı, rakiplerin marka konumlandırmaları
Sektörel Trendler	<ul style="list-style-type: none">• Seçilmiş ürün grupları bazında sektör büyüklüğü• Sektör trendleri• Büyüme ve karlılığı tetikleyici unsurlar:<ul style="list-style-type: none">• Marka büyüme kararları, tüketici satınalma eğilimleri sektördeki gelişmeler ve beklentiler• Perakende, vb ilişkili sektörlerdeki durum ve gelişmelerin sektör üzerindeki etkileri	Satış/ Dağıtım Kanalları	<ul style="list-style-type: none">• Satış kanalı yapısı• Pazarın satış kanalları bazında kısımları• Kanala özel ticari hususlar• En büyük kanal ortakları ve özellikleri• Depolama gereksinimi ve altyapısı• Diğer operasyonel gereksinimler
Yasal Düzenlemeler	<ul style="list-style-type: none">• Ülkedeki vergi ve iş hukuku düzenlemeleri• Yasal ortam (iş yapma kolaylığı)• Yolsuzluk endeksi• İş kanunları• Ülkedeki ithalat duvarları, üretim teşvikleri• Yabancı ürünlere karşı hükümet politikaları		



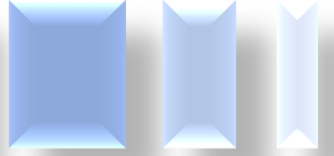
İçindekiler



I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	32
4.	Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum	34
III.	Yasal Düzenlemeler	45
IV.	Pazar Dinamikleri ve Rekabet	54
V.	Sektörel Trendler	78
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	85
VII.	Ekler	104



Makro Ekonomik Durum



ABD ,
Dünyanın en
büyük
ekonomisidir

1

22

Amerika
ekonomisi 2020
yılı tahminlerine
göre 21,9 Trilyon \$
büyüklüğündedir.

Türkiye'nin 11
katından
büyük küçük
yüzölçümü
olan ülkenin
nüfusu
yaklaşık 335
Milyon kişidir*.

335

2020

63

Kişi başına
G.S.M.H.
~ 63.000 ABD
Dolarıdır.

Tüketici fiyat
enflasyonu
%1,4'tür
(Aralık
2020).

1,4

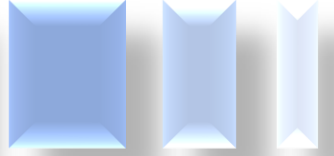
6,7

İşsizlik
oranı
%6,7'dir
(Aralık
2020).

KAYNAK: IMF, WB, US Census

* Temmuz 2021 için tahmin edilen nüfus 334.998.398 (The World Factbook)

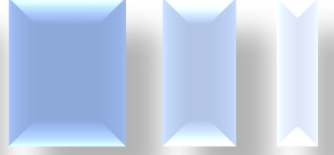
İçindekiler



I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	32
4.	Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum	34
III.	Yasal Düzenlemeler	45
IV.	Pazar Dinamikleri ve Rekabet	54
V.	Sektörel Trendler	78
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	85
VII.	Ekler	104



Ülkenin Genel Ekonomik Durumu



Gelir Seviyesi	Yüksek Gelir	Kalkınma Seviyesi	Kalkınmış Ülke
Ekonominin en önemli tüketim kalemi	İthal edilen petrol , ABD'deki tüketimin % 55'inin oluşturmaktadır.		
Ticaret	En önemli dış ticaret ortakları: Kanada, Meksika ve Çin'dir. En önemli ihraç ürünleri: Sanayi makineleri, ham petrol ve yakıtlar ile elektrikli makinelerdir		
En Önemli Sanayi Dalları	Petrol, çelik, motorlu araçlar, havacılık, iletişim, kimyasallar, elektronik ürünler, gıda işleme ve tüketici ürünleridir		

IMF ABD'nin kamu borçlanma durumunun 2020-2021 yıllarında daha da kötüleşeceğini ve GSMH'nin % 133'ü seviyesine ulaşacağını tahmin etmektedir. Bir önceki başka Trump'un gerçekleştirmiş olduğu mali reformların sonucu olduğu düşünülen bu durumun Covid-19 salgını ile birlikte ülke için içinden kolaylıkla çıkılmaz hale geldiği de ifade edilmektedir. Ancak tüm bu olumsuz gelişme ve belirsizlikler, işsizlikteki keskin artış ve hanehalkı gelirlerinde azalma, özel tüketim harcamalarını çok olumsuz biçimde etkilemektedir. Bir tüketim toplumu olan ABD toplumunda tüketimin yavaşlaması, ticari yaşamı da olumsuz etkilemektedir.

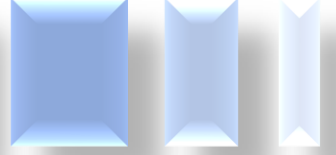
TEMEL GÖSTERGELER	2018	2019	2020	2021	2022
GSMH (Trilyon dolar)	20	21	20	21	22
Kişi başına GSMH (dolar)	63	65	63	66	69
Genel Hükümet Dengesi (GSMH'nin %)	-5,7	-6,8	-15	-7,6	-6,1
Genel Hükümet Brüt Borcu (GSMH'nin %)	106,9	108,7	131,2	133,6	134,5
Enflasyon Oranı (%)	2,4	1,8	1,5	2,8	2,1
İşsizlik Oranı (%)	3,9	3,7	8,9	7,3	5,7
Cari Açık (Milyar dolar)	-449,69	-480,23	-441,7	-462,95	-485,56
Cari Açık (GSMH'nin %)	-2,2	-2,2	-2,1	-2,1	-2,1

KAYNAK: IMF

"Tüm hakları mahfuzdur" © 2022

ZOBU
CONSULTING

Ülkenin Genel Ekonomik Durumu



ABD dünyanın en büyük ekonomisidir. 2018 yılında bir önceki yıla göre % 3 büyüme gösteren ülke ekonomisi 2019 yılında yine bir önceki yıla göre %2,2 büyümüştür. 2020 yılında Covid-19 salgının etkisi ile bir önceki yıla göre % 4,3 küçüleceği hesaplanan ülke ekonomisinin 2021 yılında % 3,1 büyüyeceği öngörülmektedir.



2019 yılında Çin menşeli önemli bir grup ürüne uygulanan gümrük vergisi oranlarını % 3'ten %19'a yükselten ABD, Çin ile Ocak-2020'de imzalanan ticaret anlaşmasına ve yeni seçilen başkan Biden'ın yumuşak yaklaşımına rağmen gerilimi azaltmakla beraber tamamen ortadan kaldıracak gibi gözükmemektedir.

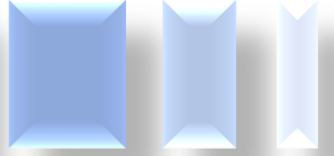


ABD, gelir grupları arasında artan eşitsizlik ve eskiyen ulaşım ve sanayi altyapısının da etkisi ile potansiyeli olan yüksek büyüme rakamlarına erişememektedir. Ülkenin dış ticaret ve dış politik tutumu ve yönü çalkantı ve belirsizliklerle doludur. Bu da ticarete yön veren ülke pozisyonunu sarsmaktadır.



KAYNAK: IMF, Santander Bank

Gündelik Yaşam ve Fiyatlar



Aşağıda İstanbul ve ABD'nin New York şehrindeki bazı ürünlerin fiyat karşılaştırmaları yer almaktadır.

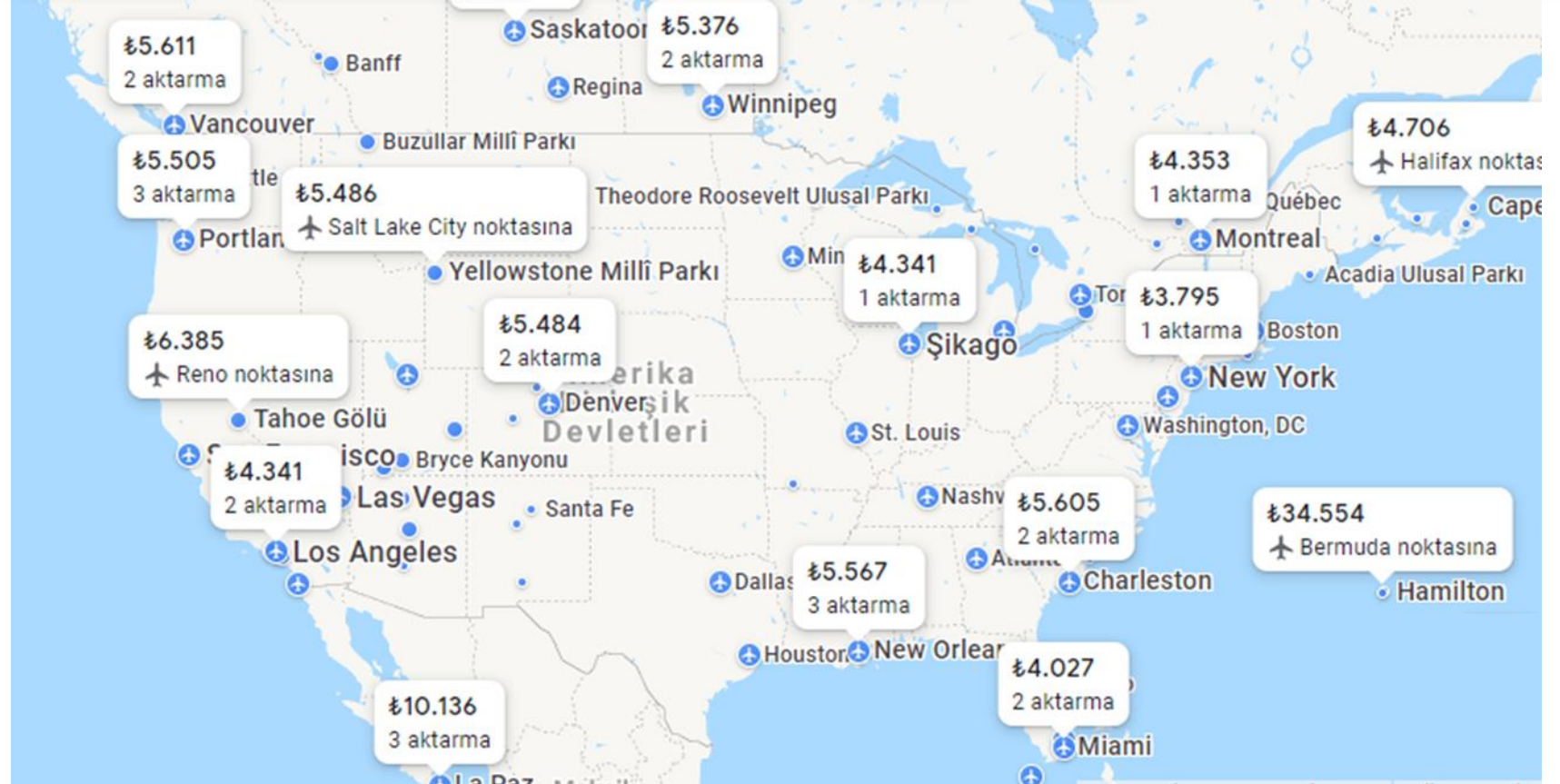
(Ocak 2021; 1 USD = 7,4104 TRY)

	İSTANBUL	NEW YORK
2 kişi- 3 kap yemek, orta sınıf restoranda	150,00 TL	741,04 TL (100,00 USD)
Su (0,33 Litre)	2,03 TL	12,81 TL (1,73 USD)
Coca-Cola/Pepsi (0,33 Litre)	4,94 TL	15,93 TL (2,15 USD)
Benzin (1 Litre)	6,87 TL	5,15 TL (0,69 USD)
Süt (1 Litre)	5,74 TL	8,97 TL (1,21 USD)
Domates (1 Kg)	5,53 TL	43,84 TL (5,92 USD)
Taksi (1 Km)	3,50 TL	13,81 TL (1,86 USD)
Peynir (1 Kg)	45,79 TL	110,37 TL (14,89 USD)
Kira - 3 yatak odalı apartman dairesi, şehir merkezinde	4.343,03 TL	49.871,87 TL (6.729,98 USD)
Aylık ortalama ücret	3.411,12 TL	45.127,08 TL (6.089,70 USD)

Gündelik Yaşam ve Fiyatlar

Covid-19 salgını nedeniyle iş seyahatlerini öngörmek, planlamak ve gerçekleştirmek oldukça güçleşmiş olsa da; bu rapor kapsamında 13-17 Şubat 2021 tarihleri arasında İstanbul'dan ABD'ye düzenlenecek olası bir seyahatin planlaması için gerekli araştırma da yapılmıştır. İki ülke arasında karşılıklı uçuşlar azalmış olsa da devam etmektedir. Öte yandan ülkeye girişte sıkı denetimler uygulanmaktadır.

ABD ülkeye girişte Covid-19 negatif test sonucu istemeye başlamıştır. Ülkeye yolcu taşıyan araçlardan, yolcularının bu teste sahip olduklarını doğrulamadan taşıma araçlarına binişlerini engellemelerini beklemektedir (Ocak 2021)

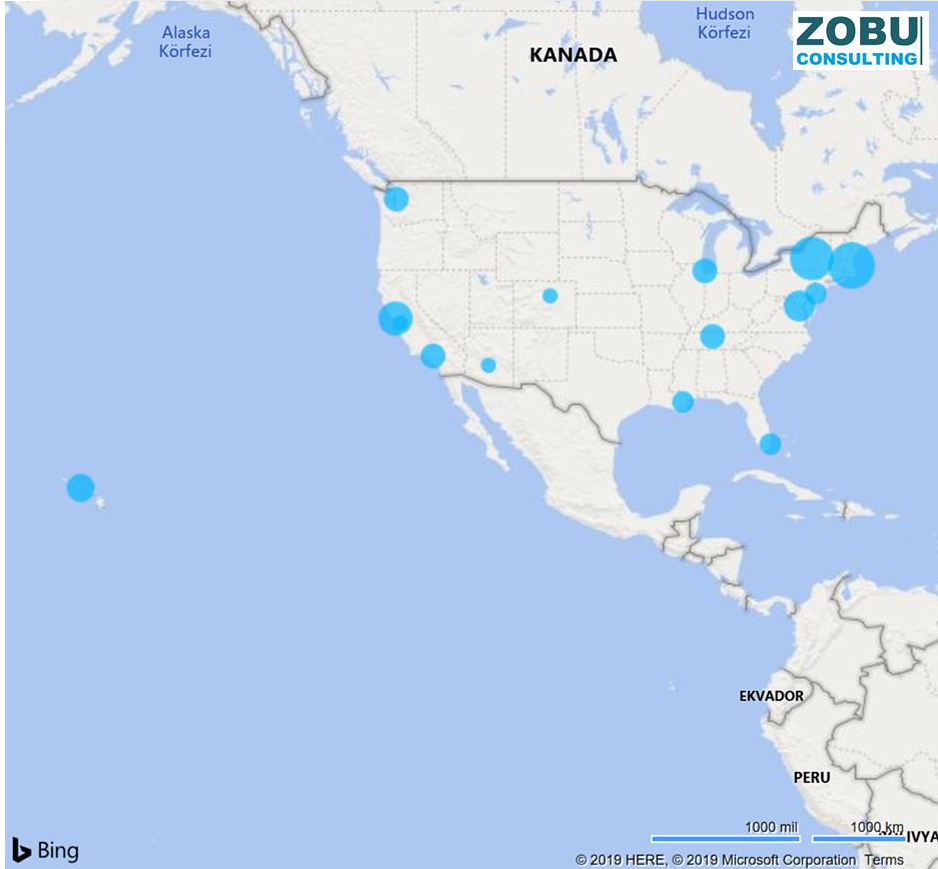
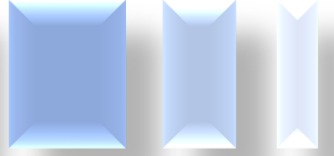


KAYNAK: GOOGLE TRAVEL

"Tüm hakları mahfuzdur" © 2021

ZOBU
CONSULTING

Gündelik Yaşam ve Fiyatlar



Ortalama OK gecelik konaklama ücretleri, ABD Doları, 2020

Boston	103	Seattle	104
New York	174	New Orleans	98
San Fransisco	143	Miami	109
Washington DC	158	Philadelphia	111
Honolulu	99	San Jose	83
Chicago	130	Scottsdale	79
Nashville	86	Denver	128
Las Vegas	85		

ABD Ortalaması
büyük şehir ortalaması

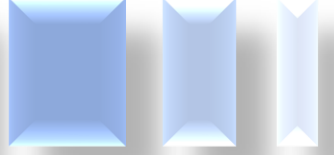
92

KAYNAK: FARKLI VERİ KAYNAKLARINDAN
DERLENEREK ZOBU CONSULTING UZMANLARI
TARAFINDAN HESAPLANMIŞTIR.

"Tüm hakları mahfuzdur. © 2020 ZOBU CONSULTING"

ZOBU
CONSULTING

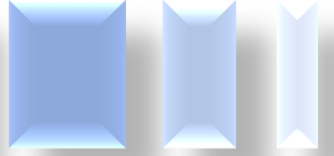
İçindekiler



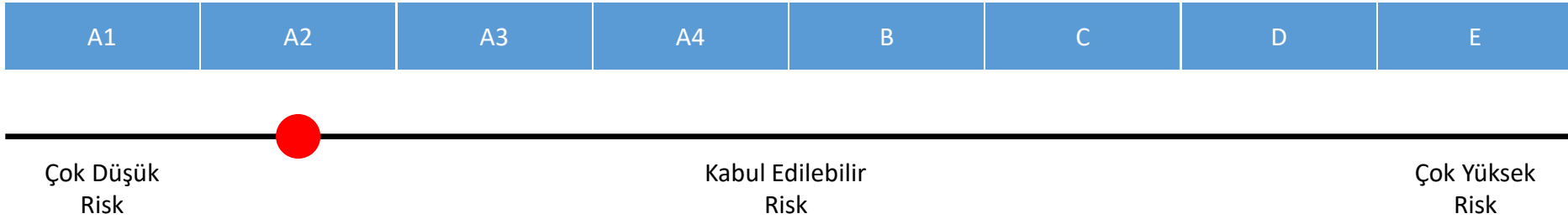
I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	32
4.	Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum	34
III.	Yasal Düzenlemeler	45
IV.	Pazar Dinamikleri ve Rekabet	54
V.	Sektörel Trendler	78
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	85
VII.	Ekler	104



Risk Profili



Ülke Riski

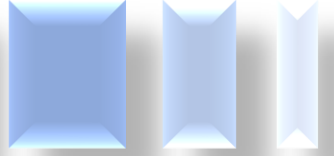


Kredi derecelendirme kuruluşu Coface'ın değerlendirmesine göre ABD'nin ülke risk puanı A2'dir. A2 risk seviyesi, siyasi ve ekonomik durumun iyi olduğuna, ülkenin temelde istikrarlı ve verimli bir iş ortamına ve işleri geliştirmeye imkan veren bir konumda olduğuna işaret etmektedir. Bu risk seviyesinde kurumsal temerrüt olasılığı ortalama olarak düşüktür.

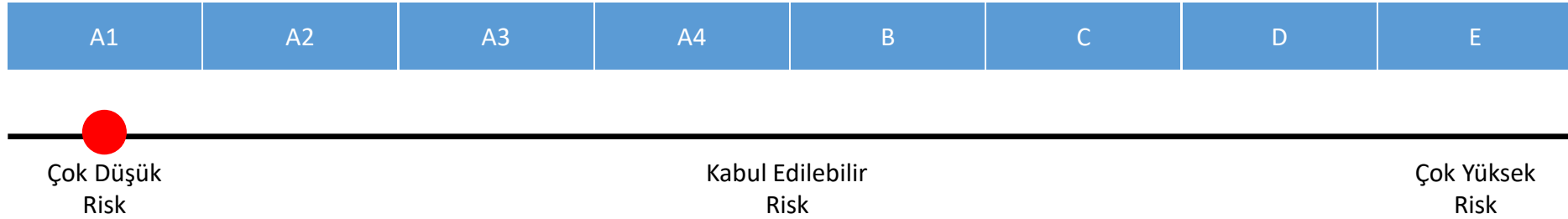
KAYNAK: COFACE



Risk Profili



İş Ortamı



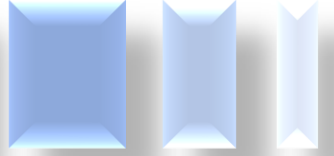
Kredi derecelendirme kuruluşu Coface'ın değerlendirmesine göre ABD'nin iş ortamı risk puanı A1'dir. A1 risk seviyesi, iş ortamının çok iyi olduğuna işaret etmektedir. Şirketlere ilişkin kurumsal ve finansal bilgiler kamuya açık ve güvenilirdir. Ülkede borç tahsilatı oldukça kolaylıkla yapılabilmektedir. İşletmelerin kurumsal kalite ve yönetim seviyeleri gayet iyidir. Şirketler arası işlemler bu risk derecesinde sorunsuzca çalışmakta ve sözleşmelere asgari özen ve uyum gösterilmektedir.

KAYNAK: COFACE

"Tüm hakları mahfuzdur" © 2011

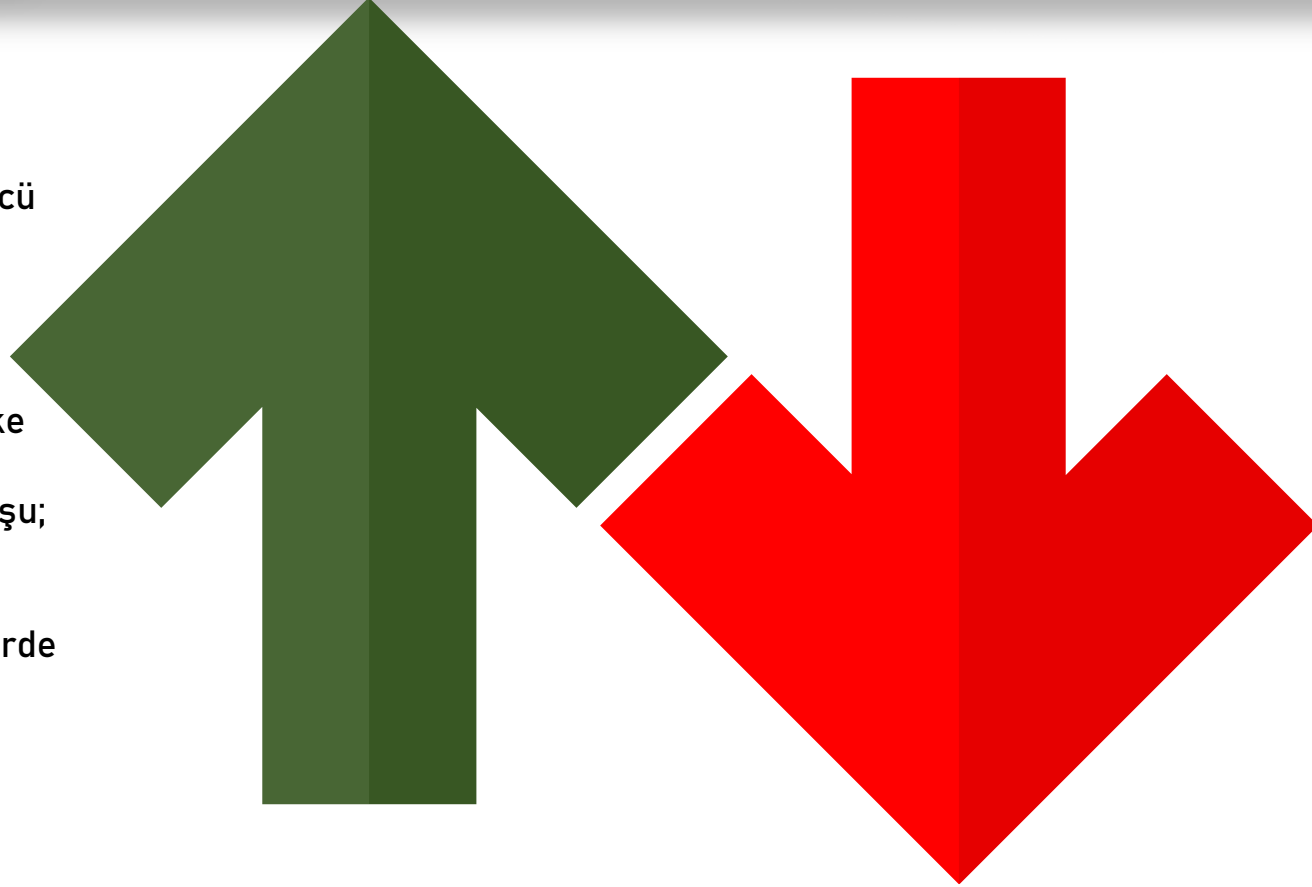
ZOBU
CONSULTING

Risk Profili



Güçlü Yanları

- Esnek çalışmaya uygun işgücü piyasası
- Güçlü istihdam
- Para biriminin küresel ekonomideki baskın rolü
- Kamu borcunun % 70'inin ülke vatandaşlarına olması
- Cazip bir iç pazara sahip oluşu; araştırma ve yenilikçilikte liderlik
- Şirketlere uygulanan vergilerde cazibe
- Enerjide gittikçe azalan dışa bağımlılık



Zayıf Yanları

- Yüksek hanehalkı borçluluğu (harcanabilir gelirin % 129'u)
- Kutuplaşmış iş siyaset
- Azalan doğum oranı ve yaşlanan nüfus
- Eski ve yetersiz Altyapı
- Artan eşitsizlik ve ayrımcılık
- Coğrafi gelir eşitsizlikleri ve nüfus dağılımında bozulma
- Sendikalaşma oranlarında düşüş

KAYNAK: COFACE

"Tüm hakları mahfuzdur" © 2011

ZOBU
CONSULTING

Risk Profili



- Şirketlere uygulanan kurumlar vergisinin % 35'ten % 21'e indirilmesiyle birlikte 2018 ve 2019 yılının başında canlanan ekonomik yaşam, gerek Çin ile yaşanan gerilim gerekse ticari hayatı da etkileyen belirsizlikler ile birlikte 2019 yılının sonlarında daralmaya başlamış ve Covid-19 salgını ile de nihai darbeyi almıştır. ABD'deki şirketler, artan gümrük vergileri ile yükselen maliyetlerine rağmen yaşanan büyük fiyat rekabeti ile kar marjlarını kaybetmeye başlamıştır. Bu düşük kar marjı sorununun uzunca bir süre devam etmesi beklenmektedir. Ülkenin en önemli ticaret ortaklarına karşı uygulamaya koyduğu korumacı politikalar, ülkedeki üretim sektörünü de olumsuz yönde etkilemeye başlamıştır. İthalat henüz büyük bir ivme kaybetmemiş olsa da hanehalkı gelirlerindeki azalmadan kaynaklı tüketim düşüşleri yaşanmaya başlamıştır.

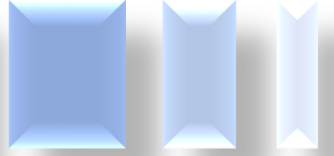


- Sürekli ve önlenemeyen cari açık ve dış ticaret açığı, güçlü dolar tarafından korunmaya çalışılsa da uzun yıllar boyunca sürdürülemez bir noktaya yaklaşmaktadır. Covid-19 tedbirlerinden kaynaklı harcamaların engellenmesine yönelik girişimlerin de durdurulması ile birlikte söz konusu açık gelecek için tehdit olarak değerlendirilmektedir. Yeni seçilen hükümet harcamaların finansmanını vergiler ile gerçekleştirme planı doğrultusunda parasal sıkılaştırma işaretleri vermiş olsa da ülkenin mevcut rejimi ve ekonomik yapısının bu tarz bir parasal sıkıştırmaya ne ölçüde izin vereceği de soru işareti ile karşılanmaktadır.



- Çok uzun yıllara dayanan ayrımcılık, gelir dağılımındaki bozulma ve sosyo-ekonomik eşitsizlik ülkeyi bir kutuplaşma iklimi içerisinde bırakmıştır. Farklı kültürlerin birlikte yaşaması ideali ile kurulan ve kurucu ilkelerin güçlü kurumlar ile desteklenmesi ile ayakta kalan ülke 1861-1865 yılları arasında yaşanan iç savaştan bu yana karşılaştığı en büyük buhranı az hasarla atlarmaya çalışmaktadır. Yeni hükümetin bu durumun farkında oluşu ve kenarından geçmek için daha yumuşak politikalar izlemek istemesi bir savunma mekanizması olarak görülmektedir. Öte yandan, ülke içindeki bu krizi atlarmak için dış politikada daha şahin bir yaklaşım izlenebileceği ve toplumun içeriden çok dışarıya bakmasına çalışılacağı da düşünülmektedir.

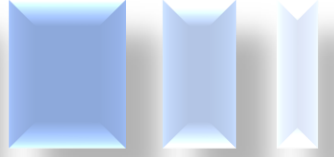
İçindekiler



I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	32
4.	Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum	34
III.	Yasal Düzenlemeler	45
IV.	Pazar Dinamikleri ve Rekabet	54
V.	Sektörel Trendler	78
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	85
VII.	Ekler	104

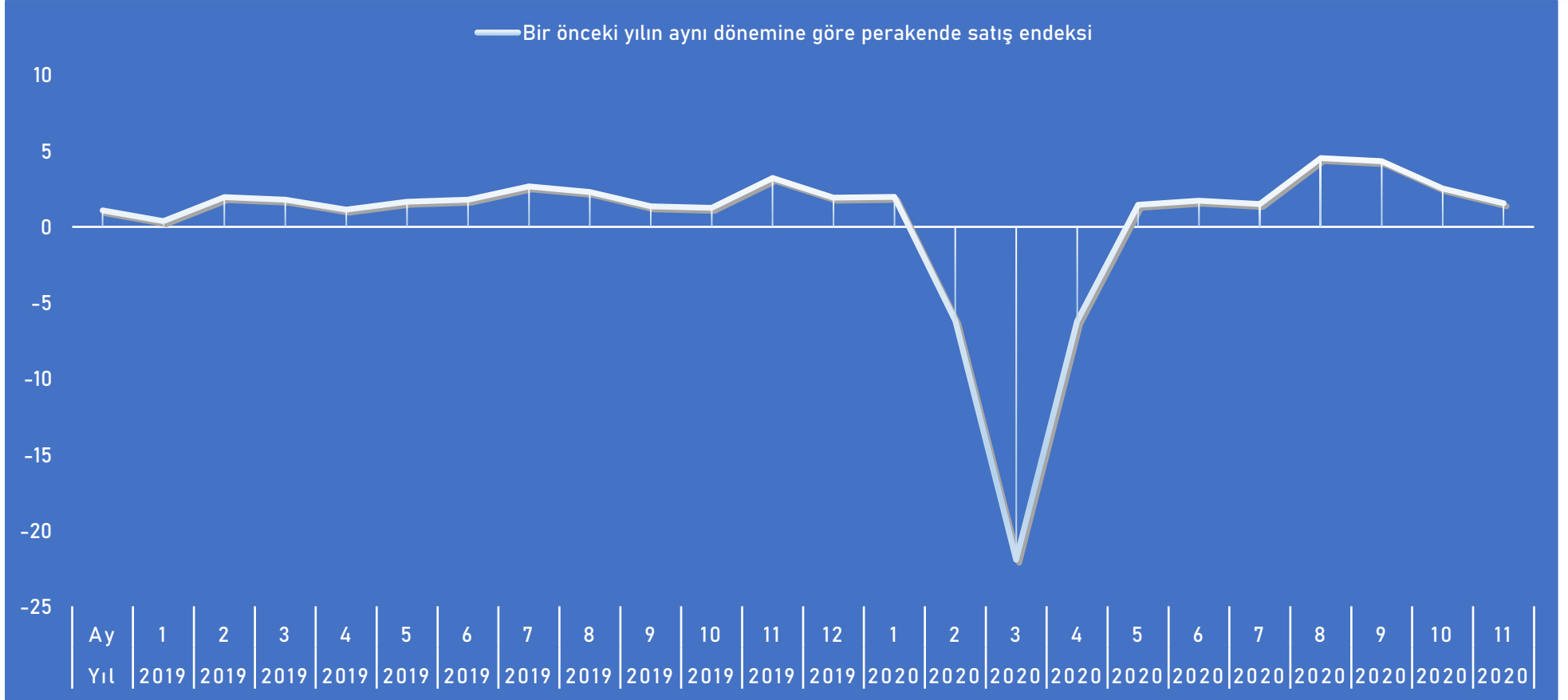


COVID19'in Olası Etkileri



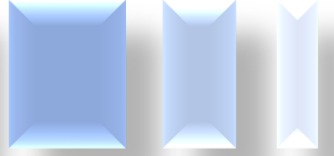
Tüketici talebindeki değişimin en iyi göstergelerinden birisi olan perakende satış endeksindeki değişim incelendiğinde; özellikle 2020 yılının Şubat ve Nisan aylarında keskin düşüşler yaşandığı ancak bundan sonra talebin tekrar toparlandığı ve Covid-19 öncesi dönemdeki seyri izlemeye başladığı söylenebilir.

Bununla beraber altının çizilmesi gereken en önemli husus «Helikopter Para» adlı devlet yardımlarının bu toparlanma üzerindeki etkisidir. Hanehalkı gelirleri eski seviyelerine çıkmadan kesin bir toparlanmadan bahsetmek için erken gibi gözükmektedir.

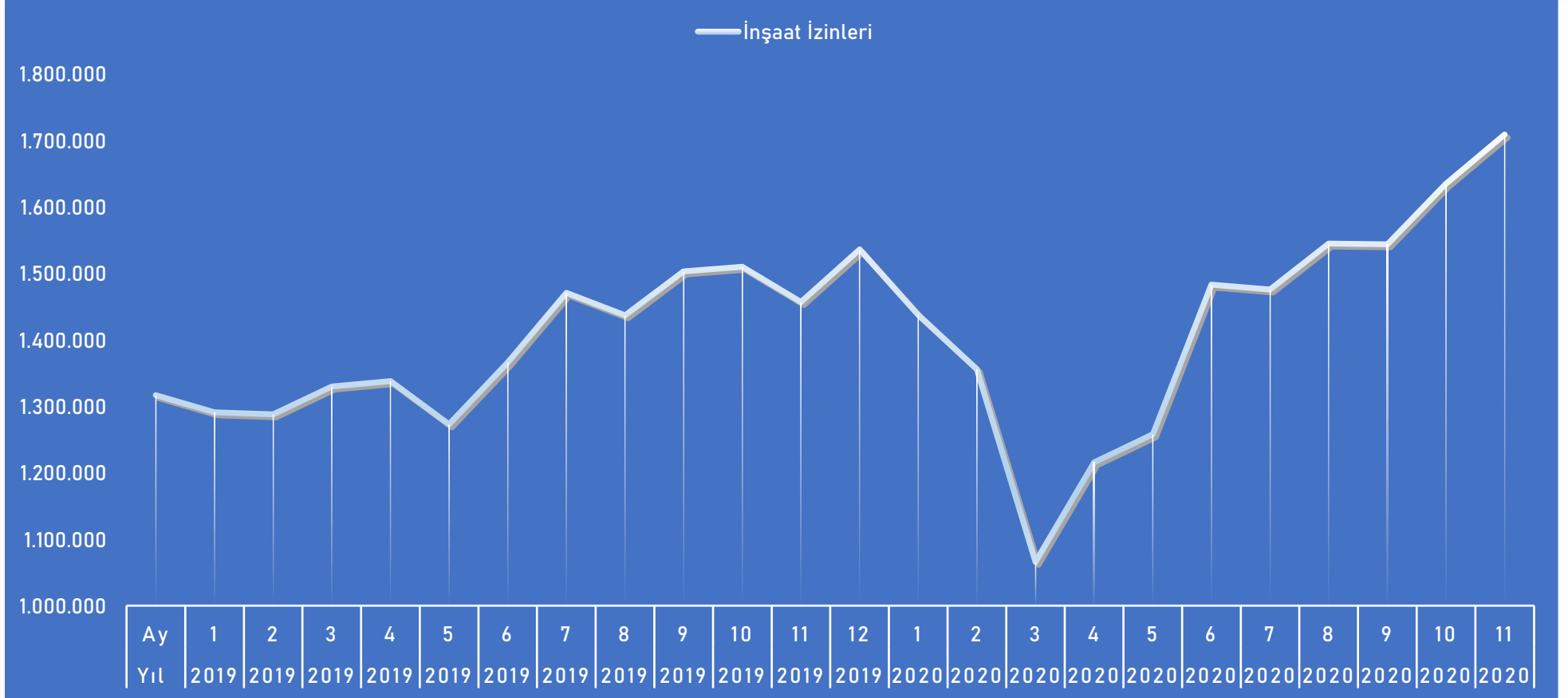


KAYNAK: THEGLOBALECONOMY.COM

COVID19'in Olası Etkileri

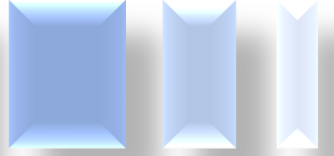


İnşaat izinlerindeki değişim ekonomik yaşamdaki canlılığı ölçmek için kullanılan önemli göstergelerdendir. Ülkedeki inşaat izinleri tüm ekonomik faaliyetlerde olduğu gibi 2020 yılının Şubat - Haziran ayları arasında daralmakla beraber, ertelenen talebin de etkisi ile hızlı bir gelişme göstermiş ve Covid-19 öncesi döneme göre daha iyi bir noktaya gelmiş gibi gözükmektedir. Öte yandan bu canlanmanın ne kadarlık kısmının ertelenen talepten kaynaklandığını belirlemek için birkaç dönem daha beklemek gerekecektir. Covid-19'un özellikle ofis ve AVM gibi ticari yapılara olan talep üzerine etkilerinden bahsetmek ise şimdilik erken olup bu raporun konusu da değildir.



KAYNAK: THEGLOBALECONOMY.COM

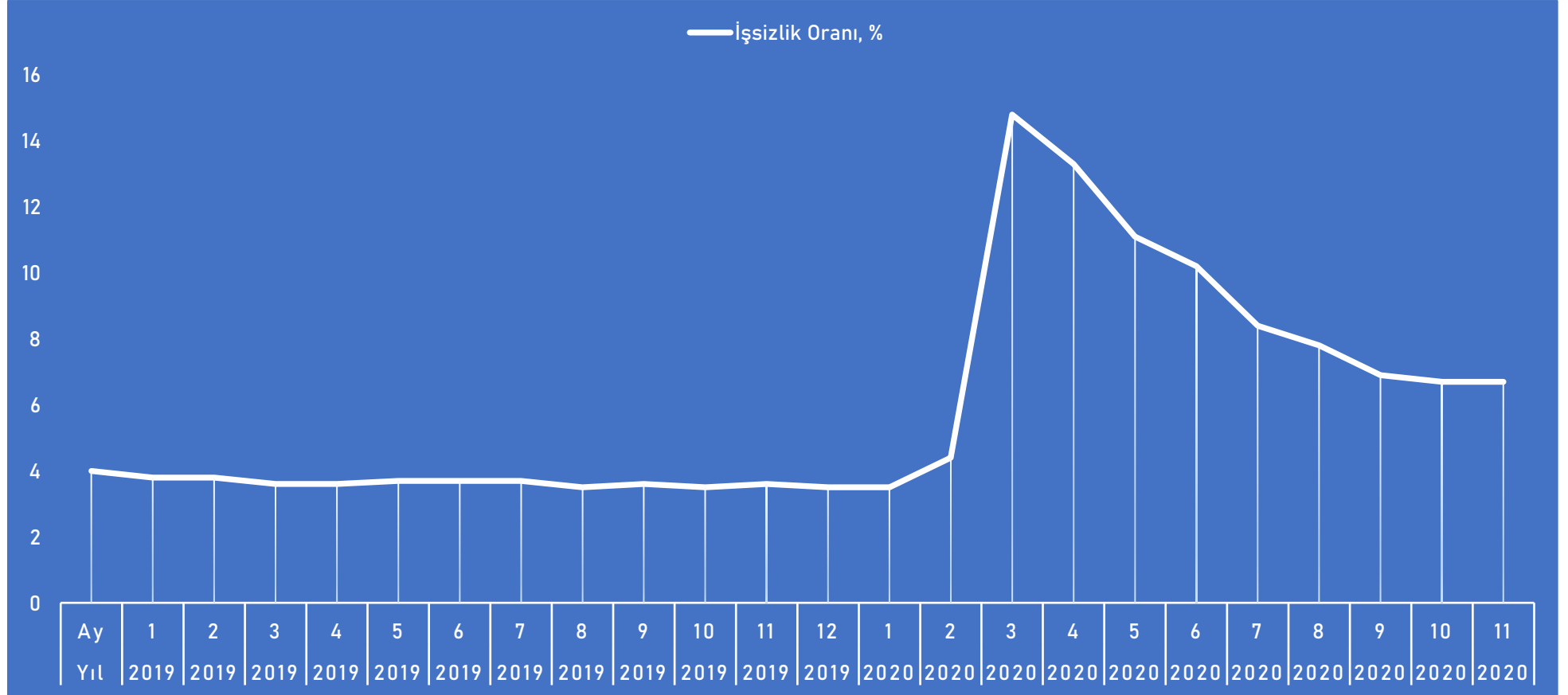
COVID19'in Olası Etkileri



Covid-19 salgını öncesi %4 seviyelerinde seyreden işsizlik oranı, salgın ile birlikte zirveye çıkmış ve %14'lere ulaşmıştır.

Salgının ilk anında yaşanan paniğin ardından kısmi olarak işsizlik oranlarında düşüş gözlenmiş olsa da mevcut işsizlik oranları kriz öncesi seviyesinin neredeyse iki katı düzeyindedir.

Özellikle tüketici davranışları ve alışkanlıklar üzerinde kalıcı etkiler bırakması beklenen Covid-19 salgınının bazı meslek grupları için kalıcı işsizlik yaratacağı öngörülmektedir.



KAYNAK: THEGLOBALECONOMY.COM

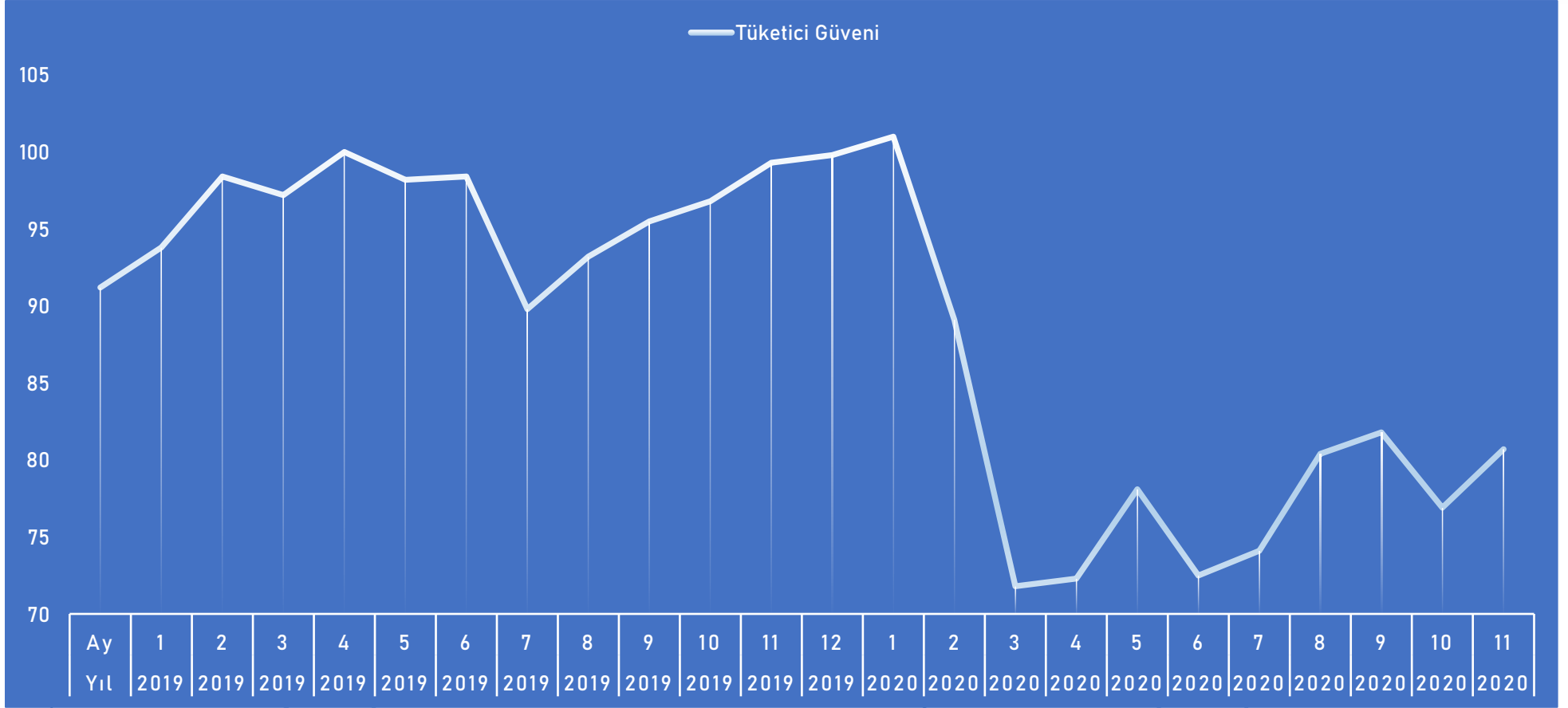
"Tüm hakları mahfuzdur" © 2020

ZOBUN
CONSULTING

COVID19'in Olası Etkileri

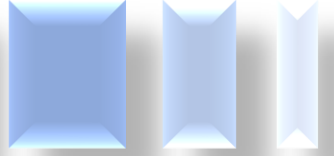
ABD'deki tüketici güveni 2020 yılının başından bu yana oldukça dalgalı bir seyir izlemektedir. Bu dalgalanmanın en önemli nedeni Covid-19 salgınından kaynaklı belirsizlikler olsa da ülkedeki siyasi kutuplaşma, azalan gelirler ve gittikçe artan eşitsizlikler de tüketici güveni üzerinde olumsuz etkiler yapmaktadır.

2020 Şubat ayında Covid-19 salgını ile birlikte keskin bir düşüş gösteren tüketici güveni, kısmi olarak toparlanma gösterse de salgın öncesi dönemdeki seviyelerine henüz ulaşamamıştır. Aşı ile sağlanacak olan toplumsal bağışıklığın gecikmesi de bu toparlanmayı yavaşlatmaktadır.



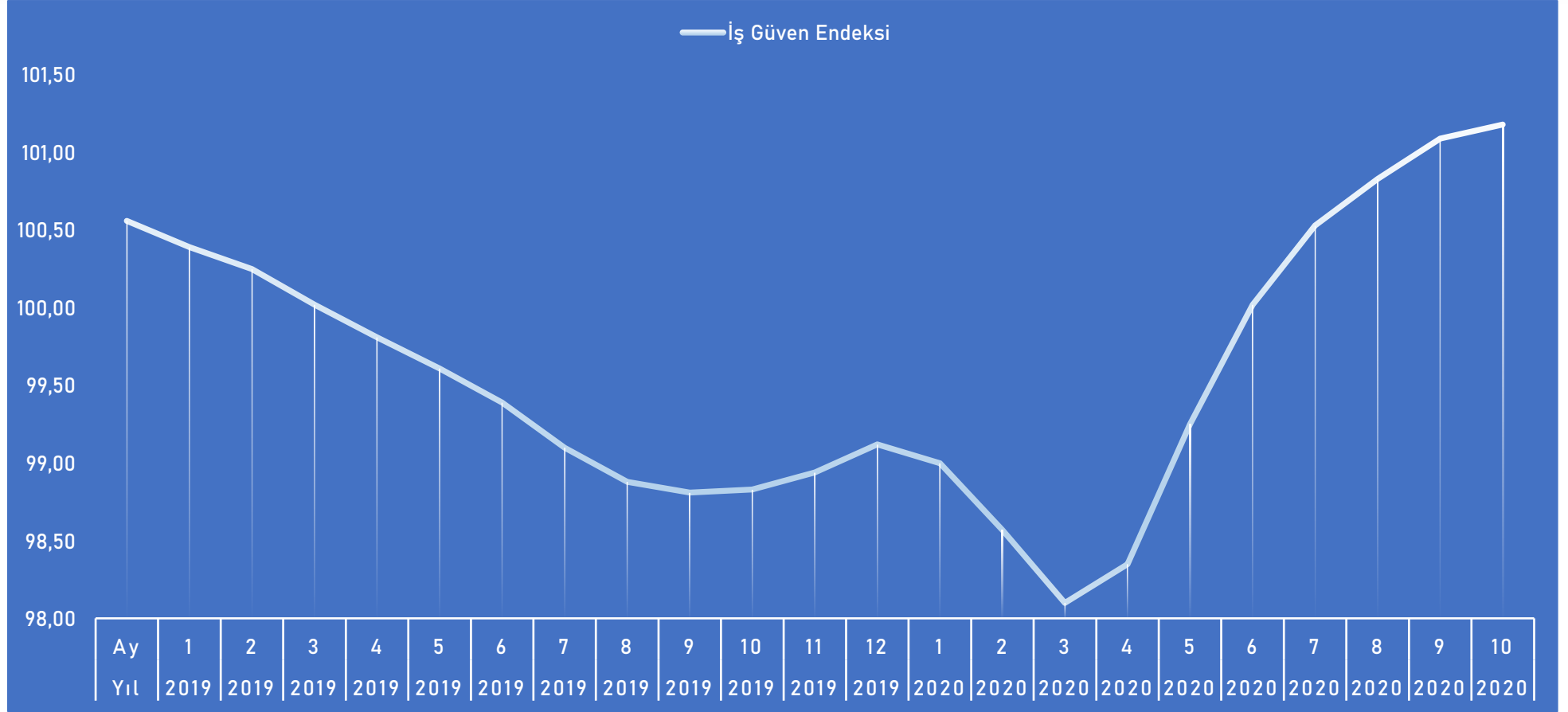
KAYNAK: THEGLOBALECONOMY.COM

COVID19'in Olası Etkileri



İşletme yöneticilerinin ülke ekonomisi ile ilgili olumlu ve olumsuz beklenti ve görüşlerini ortaya koyması açısından önemli olan iş güven endeksi, tüketici güveni ile kıyaslandığında daha olumlu bir tablo çizmektedir.

2020 yılının hemen başında diğer tüm göstergeler gibi bozulan iş güven endeksi çok daha hızla toparlanmış ve kriz öncesi seviyelerini aşmıştır. Bu da, iş dünyasının geleceğe olumlu baktığı ve gelecekte hızlı bir düzelmeye beklediği anlamına gelmektedir.

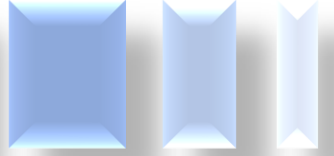


KAYNAK: THEGLOBALECONOMY.COM

"Tüm hakları mahfuzdur" © 2020

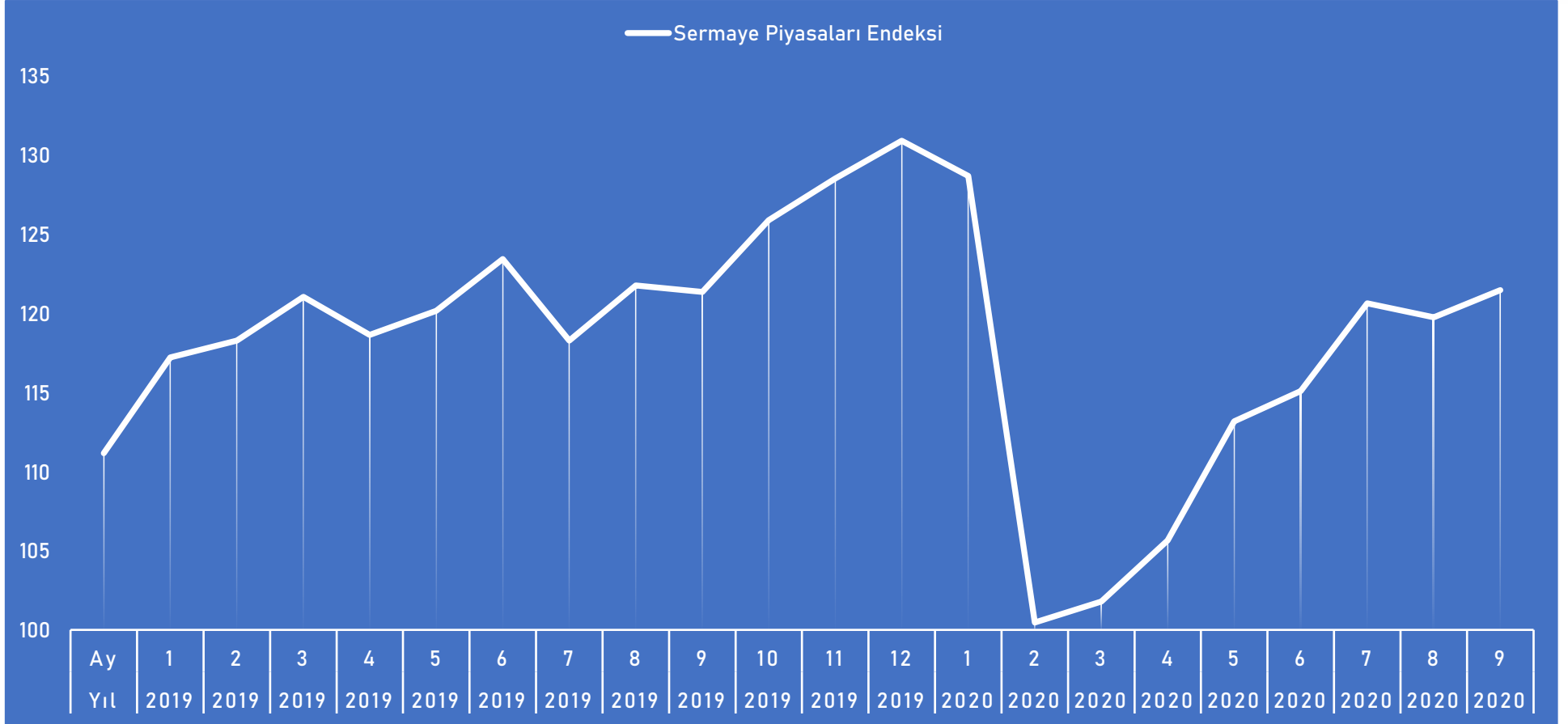
ZOBU
CONSULTING

COVID19'in Olası Etkileri



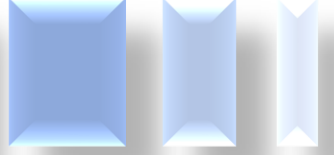
Dünya'daki en gelişmiş sermaye piyasalarına sahip olan ülkenin sermaye piyasaları da yaşanan Covid-19 salgınından etkilenmekle beraber, hızla toparlanma eğilimine girmiştir. Sermaye piyasalarının salgın sonrası aşırı değerlenme eğilimi içinde olduğu ve bu aşırı değerlenmenin neredeyse 1630'lu yıllarda yaşanan ve «Lale Çılgınlığı» ile eş değer olabileceği yönünde temkinli görüşler de bulunmaktadır.

Sermaye piyasalarındaki mevcut toparlanmanın sağlıklı olup olmadığını değerlendirmek için henüz yeterli veri üretilmemiş olsa da bu gelişmelerin küçük yatırımcılar için şimdilik can suyu olduğu da aşıkardır.



KAYNAK: THEGLOBALECONOMY.COM

COVID19'in Olası Etkileri

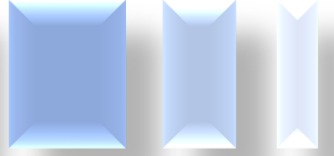


Ülke Covid-19 salgını ile birlikte gittikçe artan protestoların sarmalına girmiştir. Her ne kadar seçimlerin ardından daha ılımlı politikalar izleyeceği düşünülen bir hükümet tesis edilmiş olsa da , işini kaybetmiş kitleler hırslarını Covid-19'dan, eşitsizlikten ve ayrımcılıktan çıkarmak amacıyla seslerini duyurmak için gösteriler düzenlemişlerdir. Ekonomide düzelmeyen geniş halk kitlelerinin günlük yaşamına etkileri sınırlı kalırsa, gösterilerin hız kesmekle beraber devam edeceği de öngörülmektedir.



KAYNAK: SKYNEWS, THE STAR

COVID19'in Olası Etkileri

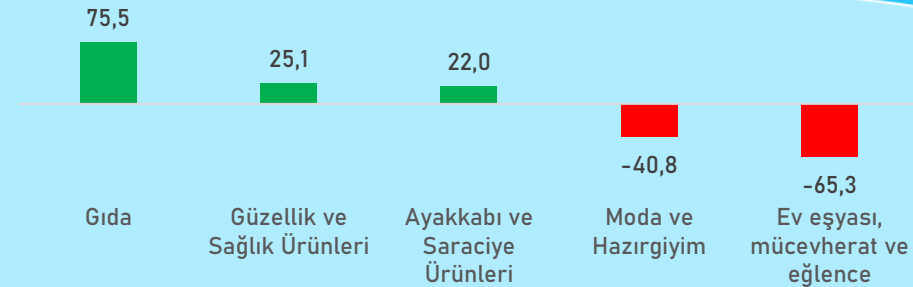


Covid-19 salgını paradigma değiştirici bir özellik taşımaktadır. Bu özelliği ile hem küresel anlamda hem de tek tek ülkeler ve bireyler üzerinde etkileri bulunmaktadır. Henüz değişim sürecinin içinde olursa da, salgının ABD'deki bireylerin tutum ve davranışları üzerinde bırakacağı kalıcı etkiler ile ilgili öncü haber alınmaktadır.

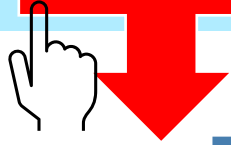
- Disney Company tüm eğlence parklarını kapatmıştır. Şirket eğlence içeriği üretimini, toplu mecralarda gerçekleştirilebilecek içeriklerden daha az kişinin katılımı ile gerçekleştirilebilecek etkinliklere ve ev kullanımına göre yeniden şekillendirmektedir (Reuters, Mart-2020)
- ABD'deki AVM'lerin bölgeler itibarıyla % 25 ile % 50'lik kısmı geçici veya tam kapanma riski ile karşı karşıyadır (USA TODAY, Temmuz-2020) 2022 yılında řu anda açık AVM'lerin % 25'inin kalıcı olarak kapanacağı öngörülmektedir.
- Hazırgiyim 'de tüketici alışkanlıkları hızla değişmektedir. Yüksek kar marjı ürünlerin satışları düşerken, pijama gibi görece düşük fiyat ve kar marjına sahip ürünlerin satışları yetersiz de olsa toparlanma göstermektedir (McKinsey)
- Neiman Marcus Group, J.C. Penney, J. Crew, Brooks Brothers, Ascena Retail Group gibi bir çok şirket iflas koruması başvurusunda bulunmak zorunda kalmıştır (WWD, Aralık-2020)

Covid-19'un sektör spesifik etkileri ile ilgili daha fazla bilgi almak için raporun bölgesel ve sektörel ekonomik durum bölümün inceleyiniz

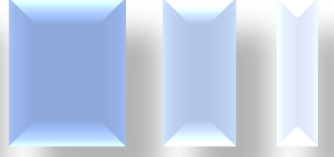
1-Mart-2020 ile 30-Nisan-2020 tarihleri arasında yapılan bir araştırma, ABD'deki tüketicilerin bir önceki yılın aynı dönemine göre harcama kalemlerinde gözlenen çarpıcı değişimi ve Covid-19 salgınının davranış değiştirici etkisini ortaya koymaktadır.



KAYNAK: AMPERITY, 2020



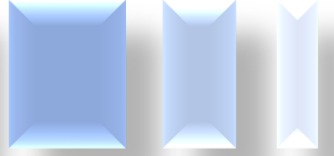
İçindekiler



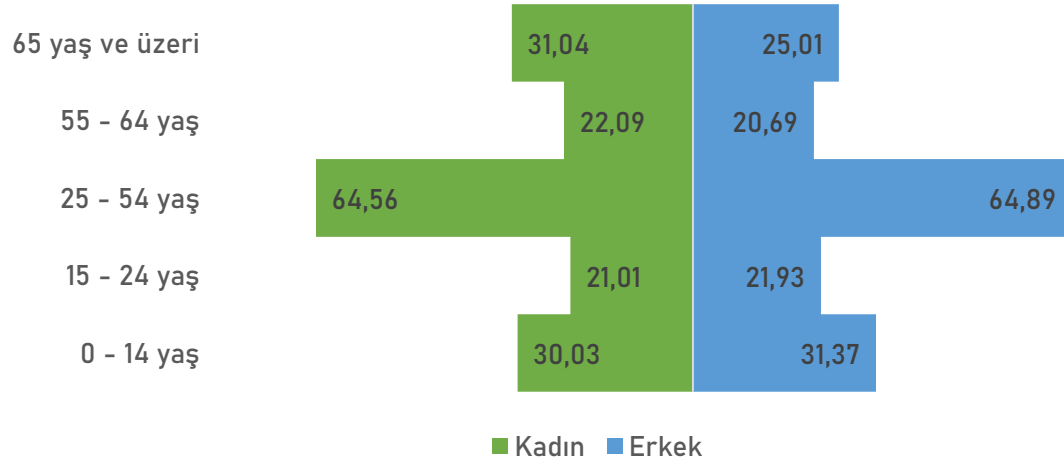
I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	32
4.	Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum	34
III.	Yasal Düzenlemeler	45
IV.	Pazar Dinamikleri ve Rekabet	54
V.	Sektörel Trendler	78
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	85
VII.	Ekler	104



Nüfus ve Demografi

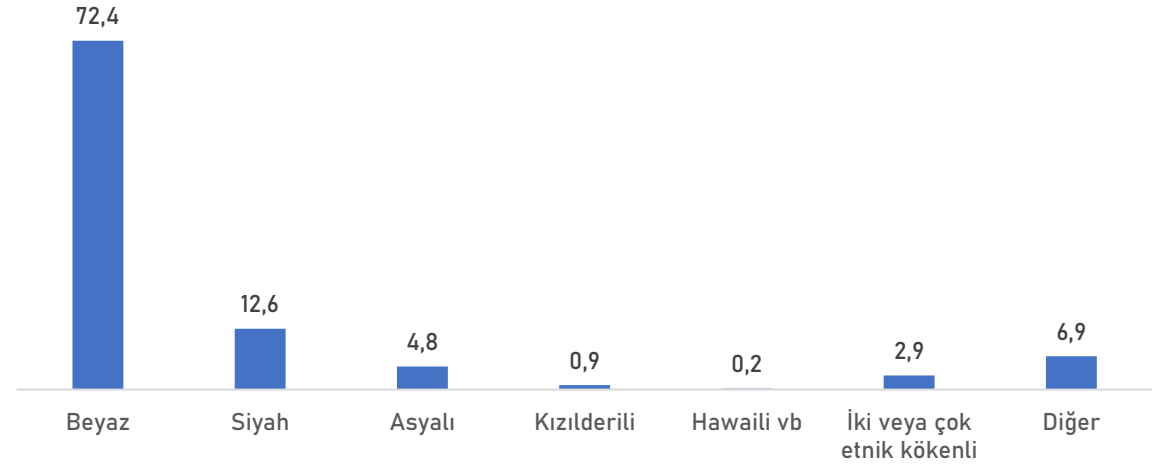


Yaş Grupları itibarıyla ABD Nüfusu, milyon kişi



KAYNAK: THE WORLD FACTBOOK

Etnik Kökenleri İtibarıyla ABD Nüfusu, %

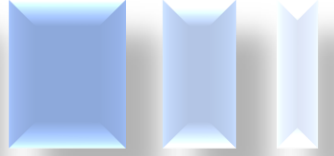


KAYNAK: THE WORLD FACTBOOK

İspanyol kökenli nüfus istatistiklerde gösterilmemektedir. Toplam nüfusun % 16,3'ü İspanik'tir (The World Factbook, CIA).



İçindekiler



I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	32
4.	Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum	34
III.	Yasal Düzenlemeler	45
IV.	Pazar Dinamikleri ve Rekabet	54
V.	Sektörel Trendler	78
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	85
VII.	Ekler	104



Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum

Milyar
\$



TOPTAN
TİCARET

1

ABD toptan ticaret hacmi 2020 yılı sonu itibarıyla yaklaşık 5.701 Milyar ABD Doları büyüklüğündedir. Ülkede toptan ticaretle uğraşan toplam 701 bin şirket yaklaşık 5,8 milyon kişiyi istihdam etmektedir.

5.701



PERAKENDE
TİCARET

2

ABD'deki perakende ticaretin büyüklüğü yaklaşık 5.622 Milyar ABD Doları civarındadır. Ülkede perakende ticaretle uğraşan toplam 1.824.281 şirket yaklaşık 15,3 milyon kişiyi istihdam etmektedir.

5.622



SEKTÖREL
TOPTAN TİCARET

3

Konfeksiyon Sektöründeki toplam toptan ticaret hacmi yaklaşık 123,4 Milyar ABD Dolar büyüklüğündedir. Ülkede toptan konfeksiyon ticaretle uğraşan toplam 19.033 şirket yaklaşık 175 bin kişiyi istihdam etmektedir.

123



SEKTÖREL PERAKENDE
TİCARET

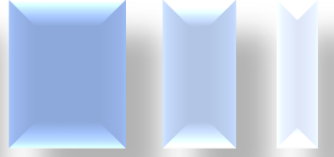
4

Konfeksiyon Sektöründeki perakende ticaret hacmi yaklaşık 201 Milyar ABD Doları olup, perakende konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren 116.940 şirket yaklaşık 974 bin kişiyi istihdam etmektedir.

201

KAYNAK: BLS, NAICS, US Census, Zobu Consulting hesaplamaları

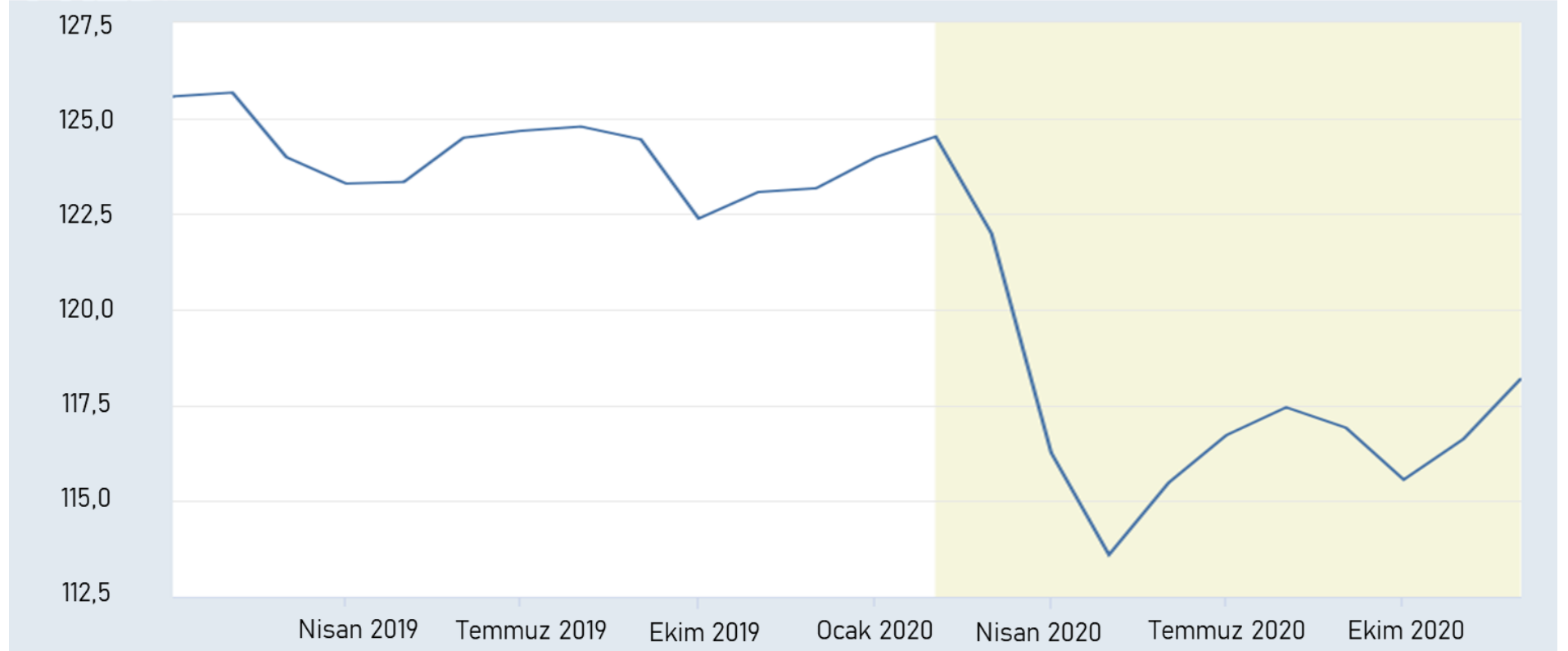
Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



Hazır giyim sektöründe tüketici fiyat endeksi Şubat 2020'den itibaren keskin bir biçimde düşüş göstermiştir. Aradan geçen hemen hemen 11 aylık döneme rağmen fiyatlar eski seviyesine ulaşamamıştır. Ülkedeki güncel enflasyonun % 2 civarında olduğu da dikkate alınırsa fiyat seviyelerindeki kaybın büyüklüğü daha da ortaya çıkmaktadır.

Fiyatlardaki bu dalgalanmalar sektörde faaliyet gösteren işletmeleri oldukça olumsuz etkilemiştir. Çoğu işletme faaliyetlerini küçültme ve ara verme yoluna giderken, iflas koruması altına giren veya faaliyetlerine tamamen son veren sektör işletmelerinin sayısı da artmaktadır.

Hazırgiyim ürünleri için tüketici fiyat endeksi, ABD

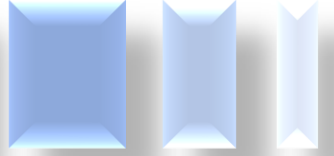


KAYNAK: FRED

"Tüm hakları mahfuzdur" © 2020

ZOBU
CONSULTING

Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



Hazırgiyim sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin bir kısmı küçülmeye giderken bir kısmı kısmen bir kısmı ise tamamen kapanmıştır. Bir grup işletme ise iflas koruma şemsiyesi altına girmek zorunda kalmıştır. Kalan işletmeler ise büyük ciro kayıpları yaşamaktadır.

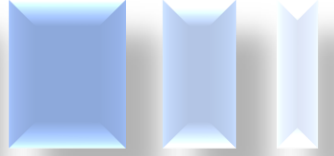
- Neiman Marcus Group, J.C. Penney, J. Crew, J. Hilburn, John Varvatos, G-Star Raw Retail Inc, Brooks Brothers, Centric Brands, Ann Taylor, Loft, Lane Bryant, Justice and Lou & Grey iflas koruması istemişlerdir.
- Under Armour 2020'de bir önceki yıla göre kesinleşmemiş hesaplarla 773 milyon ABD doları, Capri Holding Ltd ise 551 milyon ABD doları ciro kaybı yaşamıştır.
- Abercrombie & Fitch Co. 2020 yılında kesinleşmemiş hesaplara göre 244,2 milyon ABD doları zarar etmiştir.
- American Eagle Outfitters 2020 yılını 200 milyon ABD dolarının üzerinde bir zarar ile kapatacağını borsaya duyurmuştur.
- Amerika Birleşik Devletleri'nin önemli hazırgiyim perakendecilerinden olan Century 21 iflas etmiştir.
- Levi Strauss & Co. İlk etapta 700 personelini işten çıkarmıştır. 2020 yılında cirosu bir önceki yıla göre % 23 oranında azalmış olan şirket, 2019 yılında 395 milyon ABD doları kar etmişken, 2020 yılını 127 milyon ABD doları zarar ile kapatmıştır.
- 2019 yılını 246 milyon ABD doları kar ile kapatmış olan Macy's 2020 yılını 1 milyar ABD dolarına yakın bir zarar ile kapatmaya hazırlanmaktadır. Şirket 4.000'e yakın personelini tasarruf tedbirleri çerçevesinde işten çıkarmıştır.
- Nike Inc, 2020 yılını 790 milyon ABD doları zarar ile kapatmaya hazırlanmaktadır.
- PVH Corp, toplam çalışanlarının % 12'sini işten çıkarmıştır. Şirket 2020 yılını 1,1 milyar ABD doları zarar ile kapatmaya hazırlanmaktadır.
- Ralph Lauren'in satışları % 65 oranında azalmıştır.



Resim Associated Press'ten alınmıştır.

KAYNAK: Şirket faaliyet raporları

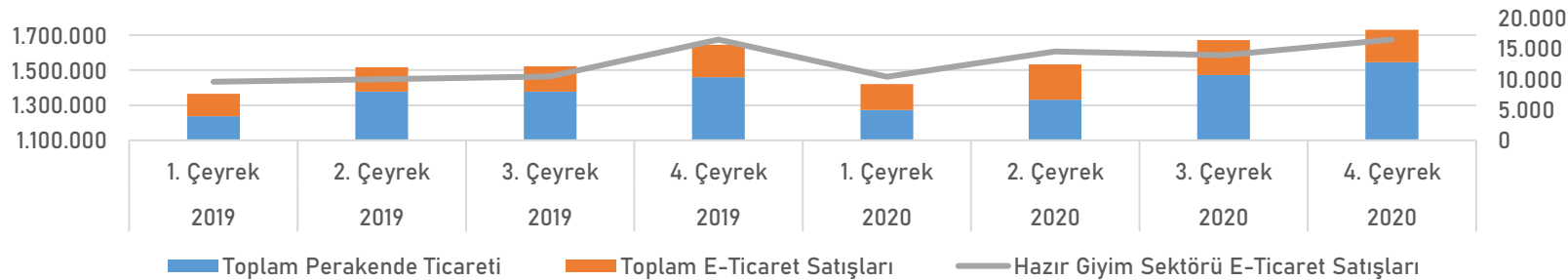
Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



ABD'deki organize perakende sektörü tarihlerindeki en büyük krizle baş etmeye çalışırken, e-ticarette zaman içinde beklenen gelişim Covid-19'un tetiklemesi ile hızlanmış ve toplam perakende satışlarının %13'ü e-ticaret yoluyla gerçekleştirilmiştir. Bu oran, diğer bir deyişle hazır giyim sektöründe gerçekleştirilen toplam perakende satışların içinde e-ticaretin payı, genel oranın iki katının üzerine çıkmış ve % 27 olarak gerçekleşmiştir.

Ülkede zaten yaygınlaşmaya başlamış olan «Tıkla ve topla» şeklindeki dağıtımaya uygun altyapı ve eve teslim sistemi hızla geleneksel perakende sektörünün yerine yayılmaya başlamıştır. Açık kalan mağazalar bir Showroom'a dönüşmeye başlamıştır. Bir çok zincir mağaza ve büyük mağaza müşterilerine sundukları karma satınalma deneyimlerini geliştirmeye çalışmaktadır. Müşteriler online seçip mağazadan alabilmekte, mağazadan seçip online alabilmekte, online sipariş verip mağazadan ürünleri toplayabilmektedir. Yakın gelecekte mağazaların rolünün daha çok satınalma öncesi ürün deneyimi sunma şeklinde değişeceği neredeyse kesinleşmeye başlamıştır.

E-ticaretin Önlenebilir Yükselişi, ABD

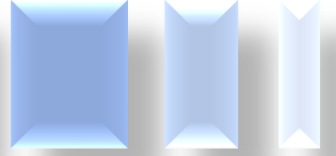


Amazon'un temassız mağazası perakendenin geleceğini temsil ediyor olabilir

KAYNAK: US Census, Zobu Consulting uzman hesaplamaları



Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



ONLINE PERAKENDE

Aralık-2020 itibarıyla ABD'deki online alışverişin % 7,5'i Hazırgiyim sektöründe gerçekleştirilmektedir. Hazır giyim sektöründeki en büyük sipariş kategorisi ise konfeksiyon ürünleridir. Konfeksiyon ürünlerini sırasıyla ayakkabı ve saracıye ürünleri takip etmektedir.

İnternet perakendeciliği konusunda en büyük oyuncular sırasıyla %49,1 pazar payıyla Amazon, %6,6 pazar payıyla eBay ve % 3,9'ar pazar payıyla Apple ve Walmart'dır.

Ülkede çoklu kanal deneyimi sunan perakendeci sayısı gün geçtikçe artmaktadır.



Çoklu-Kanal

- ABDe'deki perakendeciler online kanallardaki etkinliklerini sürekli artırmaktadır. ABD perakende pazarında farklı kanallardan müşteriye ulaşmayı hedefleyen bir strateji başarı için gereklidir.
- Ülkede sadece mağazalar online satış yapmak için yeni yatırım yapmamaktadır. Aynı zamanda online satış yapanlar da müşteri ile iletişimlerini çeşitlendirmek için mağazalar oluşturmaktadır.



Tıkla ve Topla

- Mağazalar tıkla-topla sistemini fiziksel ve online satışlarını müşterilerine rahat bir satın alma deneyimi sunmak için kullanmaktadır.
- Online siparişlerin merkezi kasalara (locker delivery) dağıtımı yaygınlaşmaktadır.



Mobil Perakendecilik

- Mobil araçlardan özellikle cep telefonundan sipariş ABD çapında yaygınlaşmıştır.
- Perakendecilerin BT ve özellikle mobil satın almaya yönelik yatırımları müşteri memnuniyetinin temel kaynaklarından biri haline gelmektedir.

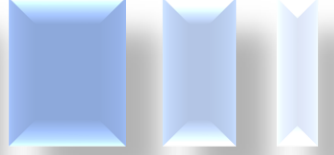


Sosyal Medya Perakendeciliği

- Sosyal medya üzerinden alışveriş yaygınlaşmaktadır. Gün gün geçtikçe büyüyeceği öngörülmektedir.



Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



Amerikan Havacılık ve Uzay dairesi, Mart-2021'den itibaren ülke genelinde şehirlerin üzerinde gece ve gündüz dronelar ile teslimat gerçekleştirilmesini kolaylaştıran bir düzenleme yayınlamıştır. Ekim-2019 yılında UPS'in ilk kez drone ile taşımacılık yapma yetkisini almasından bu yana yaşanan bu ikinci önemli adım, gelişen teknolojinin perakende sektöründeki bir diğer kırılmayı gerçekleştirebileceğinin de göstergesi olmuştur.

Orta-uzun vadede piyasadaki ürünler arasında ürün kalitesi dışında farkların kalmayacağı ve uzun vadede fiyat aralıklarının dar bir banda hapsolabileceği öngörülmektedir.

Perakende sektörü ve marka yönetimi yapan şirketler olası bu riskin farkına çoktan varmış gibi gözükmektedir. Omni-Ticaret uygulamaları, sosyal medya elçileri ve sadece ürün sergilenen mağazalar yoluyla müşteri aidiyetini korumaya çalışmaktadırlar. Ne var ki, bu görece ekonomik tutundurma araçları, pazara yeni giren küçük oyuncular için de kolaylıkla erişilebilir ve taklit edilebilir özelliklerdedir. Bütün bu gelişmeler, Türk ihracatçısının farklı stratejiler ile kendisine ABD pazarında hedeflediğinden çok daha büyük paylar alabilme fırsatları da sunmaktadır.

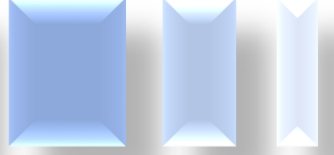
Doğru pazarlama ekipleri ve araçları ile yaşanan değişimin bir parçası olmak ve pazara nüfuz edebilmek için çalışmaya başlamanın tam da zamanı olduğu bir gerçektir. Ülke yaygın dağıtım yapabilmek için gelişmiş 3PL ve 4PL imkanları sunmaktadır.



KAYNAK: UPS, FAA, Zobu Consulting uzman değerlendirmeleri



Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



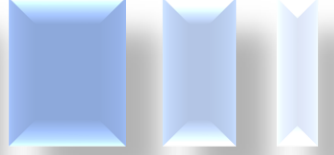
Çorap ve iç giyim perakendecileri, düşen satışlarını eldiven ve maske gibi ürün karmalarına hızla ekleyebildikleri ve karakteristik özellikleri ürün gamlarına uygun kişisel koruyu ekipmanların (KKE) yardımı ile satışlardaki düşmeyi dengelemeye çalışmaktadır. Özellikle HANES ve Kayser Roth gibi pazara liderlik yapan markalar KKE ile satışlardaki düşüşün önüne geçmeyi başarmışlardır. HANES , geleceğe çok umutla bakmasa da 2020 yılında bir önceki yıla göre neredeyse hiç ciro kaybı yaşamadan kapatan ender konfeksiyon markalarından birisi olmayı başarmıştır.



Sosyal mesafe kuralları ve sokağa çıkma kısıtlamalarının konfeksiyon sektörü için yarattığı en büyük sorun ise MÜŞTERİ DENEYİMİ dir. Tüketiciler alışverişi bir deneyim olarak yaşayamamaktadır. Bu da orta-uzun vadede piyasadaki ürünler arasında ürün kalitesi dışında farkların kalmayacağına ve uzun vadede fiyat aralıklarının dar bir banda hapsolabileceğine işaret etmektedir. Her ne kadar, konfeksiyonda marka aidiyeti en gevşek ürün olan Çorap bu sorunu uzun yıllardır yaşıyor olsa da, marka yöneten ve geniş dağıtım ağına sahip şirketlerin gelecekte küçülmek zorunda kalacakları öngörülmektedir. Çorap sektörünün Covid-19 öncesi müşteri deneyimi sorununu çözmek için geliştirdiği abonelik sistemleri, sektörün salgının etkilerine karşı diğer ürün gruplarından daha dayanıklı olmasına da yardım etmiştir.

KAYNAK: Zobu Consulting uzman değerlendirmeleri, faaliyet raporları

Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



Depolama

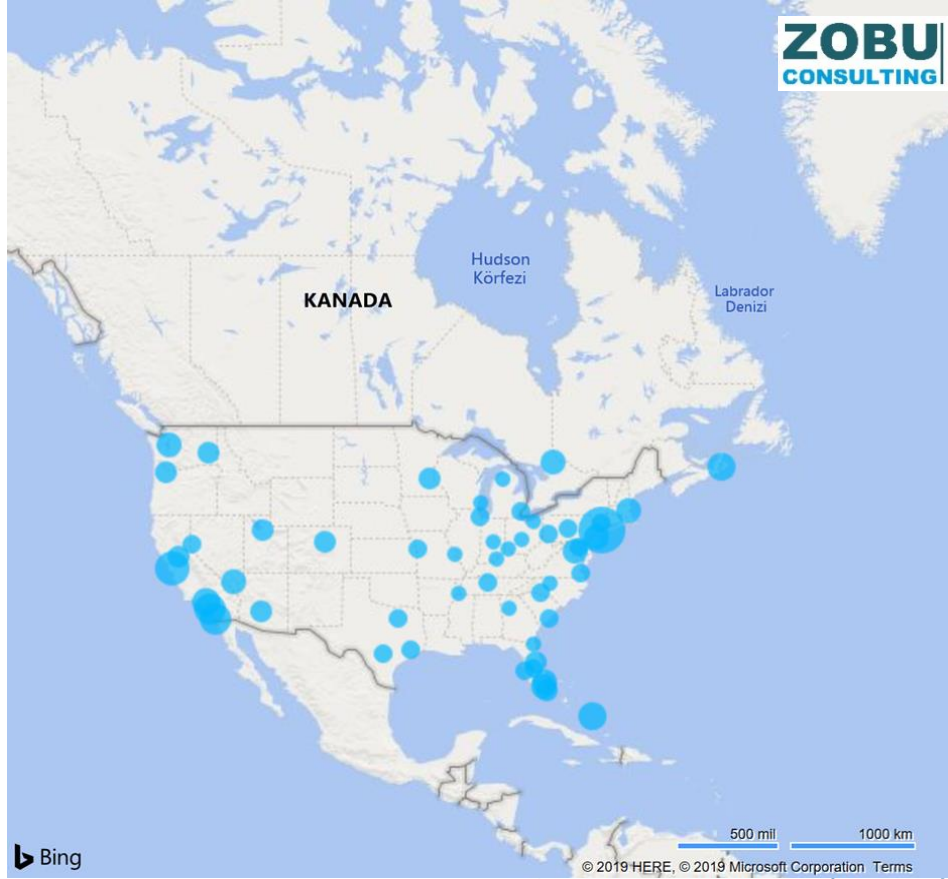
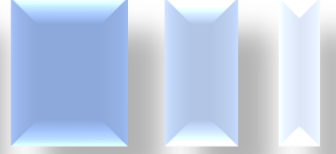
ABD depolama çözümlerinin en gelişmiş ve yaygın olduğu ülkelerdendir. Ülke geniş coğrafyasına karşın iyi organize olmuş bir multi modal taşımacılık sistemi ve gelişkin depolama altyapısı ile donatılmıştır.

Yüksek teknoloji kullanımı ve yenilikçi lojistik çözümleri ürünlerin hızlı ve hatasız bir biçimde tüketiciye ulaştırılmasına imkan veren görece ekonomik ve verimli bir lojistik sisteminin ülke çapında gelişmesine yardımcı olmaktadır.

Takip eden sayfada 2018 yılı itibariyle ABD'deki bazı şehirlerdeki aylık ft² depo kirası ücretleri gösterilmektedir



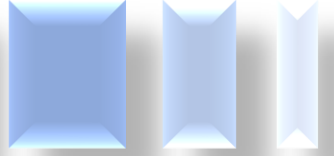
Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



ORTALAMA DEPO KİRALAMA ÜCRETLERİ
ft2/Ay

ŞEHİR	ABD Doları	ŞEHİR	ABD Doları
Atlanta	4,2	Miami	7,25
Baltimore	5,61	Mid-Peninsula	18,79
Boston	7,91	Milwaukee	4,29
Broward County	8,25	Minneapolis	6,72
Central Valley	5,35	Nashville	5,07
Charleston	5,49	New Jersey	8,54
Charlotte	4,65	New York City	19,29
Chicago	4,9	North Bay	8,34
Cincinnati	4,13	Orange County	11,48
Cleveland	4,26	Orlando	6,11
Columbus	3,87	Palm Beach	8,5
Dallas	4,36	Phoenix	6,43
Denver	7,63	Pittsburgh	5,45
Detroit	5,78	Polk County	5,05
East Bay	10,34	Portland	7,45
Pennsylvania	5,04	Reno	4,59
Greensboro	3,63	Richmond	4,46
Hampton Roads	4,87	Sacramento	6,91
Houston	5,88	Salt Lake City	6,31
Indianapolis	3,84	San Antonio	5,07
Inland Empire	6,89	San Diego	12
Jacksonville	4,33	Seattle	9,1
Kansas City	4,78	Silicon Valley	13,16
Las Vegas	7,96	St. Louis	4,32
Long Island	10,89	Tampa Bay	5,65
Los Angeles	10,39	Washington DC	8,43
Louisville	4,01	West Michigan	3,47
Memphis	2,69		

Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum



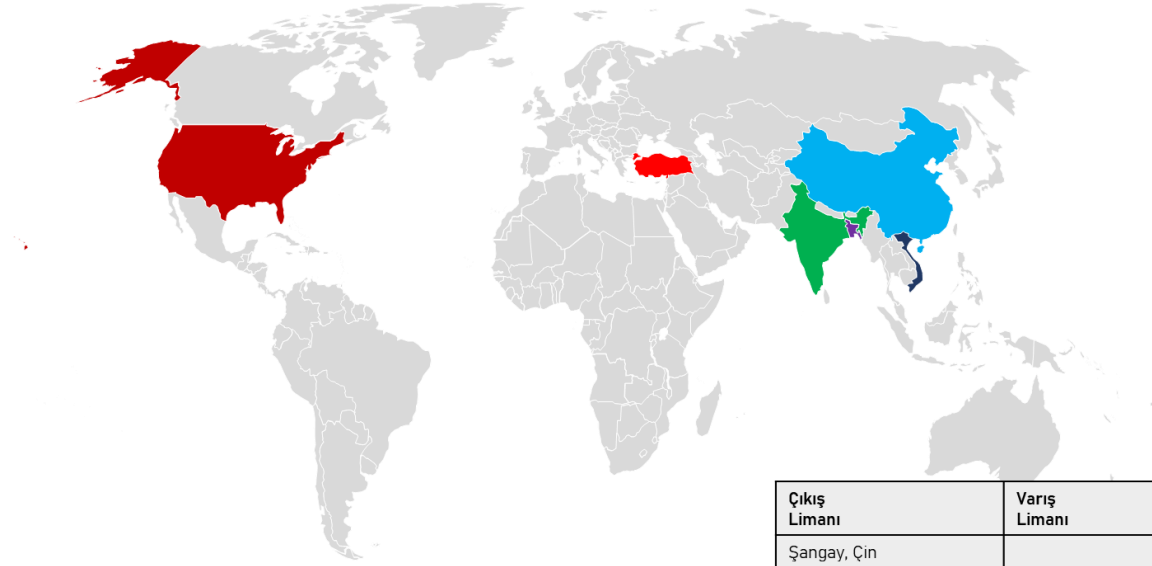
Nakliye



20 Ft Konteyner Taşıma Maliyeti

Ülke pazarında faaliyet göstermek isteyen ihracatçılar için dağıtım ve depolama kadar önemli olan bir diğer maliyet unsuru da nakliye olmaktadır.

Covid-19 döneminde Türk ihracatçısı, rekabet halinde olduğu ülkelerdeki ihracatçılara oranla daha avantajlı bir konumda bulunmaktadır.

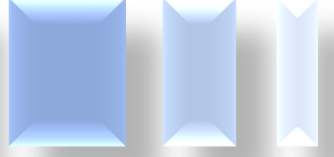


Tüm fiyatlar 10 Ocak 2021 tarihi itibarıyla 1 Mart 2021'de gerçekleşecek ihracat yüklemeleri için alınmıştır.

Çıkış Limanı	Varış Limanı	Süre (Gün)	Teslim Şekli	Nakliye Tutarı (USD)
Şangay, Çin	Newark Limanı, ABD Birleşik Devletleri	23	İç nakliyeler ve sigorta hariçtir.	5.156-5.246
Ho Chi Min, Vietnam		28		4.611-4.871
Bangalore, Hindistan		37		2060-2.150
Chittagong, Bangladeş		31		3.491-3.589
İzmir, Türkiye		20		1.818-1.923

KAYNAK: MAERSK fiyatlarıdır.

İçindekiler



I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	32
4.	Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum	34
III.	Yasal Düzenlemeler	44
IV.	Pazar Dinamikleri ve Rekabet	51
V.	Sektörel Trendler	77
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	91
VII.	Ekler	109

Yasal Düzenlemeler

İŞ YAPMA KOLAYLIĞI

ABD, Türkiye'nin 33ncü sırada olduğu Dünya Bankası'nın 2020 iş yapma kolaylığı sıralamasında 6ncı sırada yer almaktadır.

Ülkedeki karmaşık bürokratik ve yasal yapının en önemli özelliklerinden birisi de iş dostu olmasıdır.

Özellikle krediye erişim ve borçlu-alacaklı arasındaki sorunları çözümü konularında dünyanın en hızlı uygulama örneklerini bu ülkede görmek mümkündür.

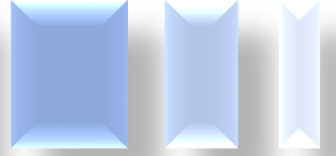


Konu Puanı



KAYNAK: WB

Yasal Düzenlemeler



İTHALATIN BASİTLİĞİ (WB)

Gösterge	ABD	Türkiye	OECD Ortalaması
İthalat için geçen ortalama süre (Saat)	2	7	8,5
İthalatın maliyeti (Dokümantasyon, ABD Doları)	175	46	98,1

Dünya Bankası'nın iş yapma kolaylığı endeksine göre 190 ülke arasında 2020 yılı itibariyle 6'ncı sırada olan ABD, iş yapmanın en kolay olduğu ilk on ülkeden birisidir. Şeffaf ticaret sistemi tüm paydaşların oldukça açık kurallar ile ticaret yapmasına izin vermektedir.

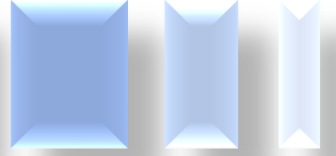
KAYNAK: WB



"Tüm hakları mahfuzdur" © 2020

ZOBU
CONSULTING

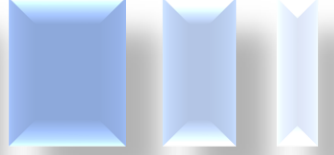
Yasal Düzenlemeler – tarife dışı engeller



İthalata ilişkin tarife dışı engeller ve
ithalatı kısıtlayıcı uygulamalar:



Yasal Düzenlemeler – tarife dışı engeller



(19.10.1984)

ABD'ye ithal edilen ve herhangi bir biçimde yün içeren veya yünden ürünler 1939 tarihli yün ürünleri etiketleme kanununa uygun biçimde etiketlenmek zorundadır. Bu zorunluluk sadece ithal ürünler için geçerlidir (TRAINS).

(<https://www.law.cornell.edu/cfr/text/19/11.12>)

Etkilenen GTIP Kodları: 611510, 611529, 611594, 611596, 611599

(09.03.2015)

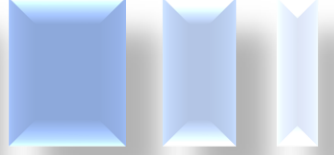
Metil bromür veya fosfin iyileştirilmesi gereksinimi. Pamuklu ürünlerde Metil bromür veya fosfin işleme gereksinimi zorunluluğu sadece ithal ürünler için geçerli olduğundan dolayı tarife dışı engel kapsamında değerlendirilmektedir (TRAINS)

(<https://www.law.cornell.edu/cfr/text/7/305.4>)

Etkilenen GTIP Kodları: 611510, 611529, 611530, 611595,



Yasal Düzenlemeler – tarife dışı engeller



(19.10.1984)

ABD'ye ithal edilen ve herhangi bir biçimde yün içeren veya yünden ürünler 1939 tarihli yün ürünleri etiketleme kanununa uygun biçimde etiketlenmek zorundadır. Bu zorunluluk sadece ithal ürünler için geçerlidir (TRAINS).

(<https://www.law.cornell.edu/cfr/text/19/11.12>)

Etkilenen GTIP Kodları: 611510, 611529, 611594, 611596, 611599

(09.03.2015)

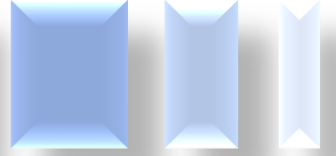
Metil bromür veya fosfin iyileştirilmesi gereksinimi. Pamuklu ürünlerde Metil bromür veya fosfin işleme gereksinimi zorunluluğu sadece ithal ürünler için geçerli olduğundan dolayı tarife dışı engel kapsamında değerlendirilmektedir (TRAINS)

(<https://www.law.cornell.edu/cfr/text/7/305.4>)

Etkilenen GTIP Kodları: 611510, 611529, 611530, 611595,



Yasal Düzenlemeler – tarife dışı engeller



(03.04.2019)

ABD, Türkiye'yi Hindistan ile birlikte Genelleştirilmiş Tercih Sistemi programından çıkardı. Hindistan'ın programdan çıkarılması ile ilgili getirilen açıklama «Yoğun uğraşlara karşın Hindistan'ın ABD'ye karşı uygulamakta ısrarcı olduğu ticari engellerden ötürü» programdan çıkarıldığı şeklindeyken, Türkiye'nin programdan çıkarılması ile ilgili getirilen açıklamada, 1975 yılından bu yana programda olan Türkiye'nin artan brüt ulusal gelir, azalan yoksulluk ve çeşitlenen ihracat sayesinde yüksek bir ekonomik kalkınma seviyesine gelmiş olması gösterildi. Program sayesinde ülkeye bazı Türk ürünleri düşük gümrük oranları ile veya hiç gümrük uygulamadan girebilmekteydi.

(<https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/press-releases/2019/march/united-states-will-terminate-gsp>)

Etkilenen GTIP Kodları: 611510, 611529, 611594, 611596, 611599

(09.03.2015)

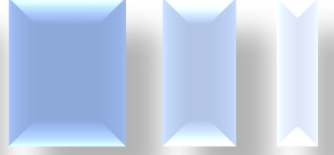
ABD'de üretilen pamuk ve bu pamuktan elde edilen iplik ve kumaş kullanılarak üretilen (yün esaslı ürünler de dahil olmak üzere) hazır giyim ürünü üreticilerine geri ödeme yoluyla yerli pamuk ve türevlerinden ürünlerin (yün esaslı ürünlerde dahil olmak üzere) üretilmesini teşvik eden düzenleme ile pamuk esaslı (yün esaslı ürünler de dahil olmak üzere) hazır giyim ürünlerinin ithalatına tarife dışı engel teşkil etmekte olup, hali hazırda yürürlüktedir.

(<https://www.govinfo.gov/content/pkg/FR-2015-03-09/html/2015-04385.htm>)

Etkilenen GTIP Kodları: 620630, 620520, 620630, 620590, 610510, 610520, 620640



Yasal Düzenlemeler – tarife dışı engeller



(20.06.2008)

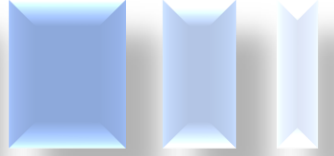
Isıl iŐlem gereksinimi. Pamuklu ürünlerde ıŐıl iŐlem gereksinimi zorunluluğu sadece ithal ürünler iÇin geÇerli olduğundan dolayı tarife dışı engel kapsamında değerlendirilmektedir (TRAINS)

(<https://www.law.cornell.edu/cfr/text/7/305.4>)

Etkilenen GTIP Kodları: 61



Yasal Düzenlemeler – gümrük vergileri



Gümrük Vergileri

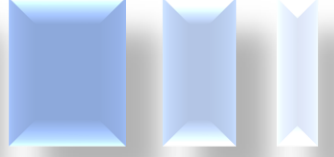
İlgili  r n grubuna uygulanan gümrük vergileri

EK_1_Corap_Gumruk_Tarifeleri_2021

isimli belgede GTIP bazlı olarak sunulmuştur.

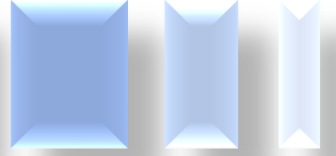


İçindekiler



I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	32
4.	Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum	34
III.	Yasal Düzenlemeler	44
IV.	Pazar Dinamikleri ve Rekabet	51
V.	Sektörel Trendler	77
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	91
VII.	Ekler	109

Talebin Doğası



Önceliklerin Değişimi

Yaşlılarda Yeni Alışkanlıklar

Çok-Kanallı Satış

Evde Kullanım

Marka Konumlandırma

1

Covid-19 tüketici önceliklerini de değiştirmiştir. Vaktinin büyük kısmını evde geçiren, geleceği belirsiz gören tüketicilerin satın alma davranışları değişmiştir. Hazır giyim ve kozmetik gibi bazı kalemlerde tüketim azalmıştır. Normalleşme ile birlikte bu eğilimin eski haline dönme ihtimali bulunmakla beraber, yeni normalin daha az moda ürünü kullanmak olabileceği de öngörülmektedir.

2

Artık daha yaşlı olan ve uzun zamandan bu yana e-ticarete soğuk bakan yeni bir müşteri grubu e-ticaret sahnesine çıkmıştır. Sosyal mesafe kuralları ve yaşlılara yönelik ilave sınırlamalardan dolayı ABD'deki 65 yaş üstü tüketicilerde e-ticaret kullanımını artmaya başlamıştır. Bu kitleye yönelik online pazarlama girişimlerinin zamanı gelmiştir.

3

Geleneksel perakendeciler ve markalar, çok-kanallı satışta ısrarcı olmak istemekte, mağazadan teslimat gibi uygulamalar ile müşteriler ile aralarındaki bağı korumaya çalışmaktadırlar. Normalleşme sonrası bu mağazacılık kavramının eskisi gibi devam edip etmeyeceği muammasını korumaktadır.

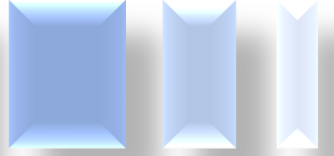
4

Tüketiciler evlerinde daha çok vakit geçirmeye başlamışlardır. Evden çalışan veya evde daha çok vakit geçiren müşterileri daha az formal kıyafete ve topuklu ayakkabıya daha çok rahat eşofmanlara, terliklere ve rahat kıyafetlere ihtiyaç duyduğu gözlenmektedir. Evde vakit geçiren tüketicilere yönelik ürünlerin satışlarında artışlar gözlenmektedir.

5

Markalar ile tüketici arasındaki bağ alış verişi ve kullanıcı deneyimlerinin azalmasından ötürü gevşemektedir. Marka aidiyetini korumak için yeni araçlar, sosyal medya ve değişik uygulamalar deneyen markaların geleceğe doğru nasıl evirilecekleri belirsizliğini korumaktadır. Bütün bir moda endüstrisi ve marka algısı salgın sonrası eski günlerine dönüp dönemeyeceği tartışması içindedir.

Rakipler ve Rekabet



13.979

ABD çorap imalat sektöründe üretim yapan işletmelerde toplam 13.979 personel istihdam edilmektedir. (Aralık 2020)



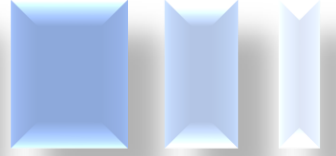
655

ABD çorap imalat sektöründe kayıtlı 655 işletme bulunmaktadır (Aralık 2020)



Burlington, NC'de faaliyet gösteren bir çorap imalatçısının görüntüleridir.

Rakipler ve Rekabet - olası yerel rakipler



ABD önemli bir çorap ithalatçısı konumunda olsa da, ülke aynı zamanda önemli üreticilere de ev sahipliği yapmaktadır. Bazı önemli üreticilerin ciro, çalışan sayısı ve iletişim bilgileri ülkedeki yerel rekabet hakkında bilgi vermek için yeterlidir.

Renfro
Brands

<http://www.acme-mccrary.com>

Renfro Corporation
Çalışan Sayısı: 4.200
Ciro:966.563.682 \$



<http://www.mayoknitting.com/>

Mayo Knitting Mills Inc
Çalışan Sayısı: 571
Ciro:56.779.348 \$

wells
HOSIERY
and Apparel

<https://www.wellshosiery.com/>

Wells Hosiery Mills Inc
Çalışan Sayısı:300
Ciro: 55.298.950



<http://www.acme-mccrary.com>

Acme-McCrary Corporation
Çalışan Sayısı: 350
Ciro:150.100.416 \$

Bossong
SINCE 1927

<https://bossong1927.com/>

Bossong Hosiery Mills
Çalışan Sayısı: 250
Ciro:43.517.939 \$

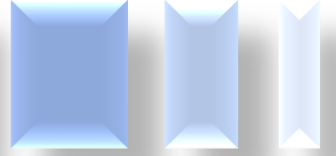


<https://www.nesterhosiery.com/>

Nester Hosiery LLC
Çalışan Sayısı: 190
Ciro: 48.994.506 \$



Rakipler ve Rekabet



Bu bölümde GTIP kodları bazında

- Ülkeye en çok ithalat yapan 10 alıcı,
- Ülkeye en çok ürün sevkiyatı gerçekleştiren 10 rakip ve
- Son bir yıllık dönemde ülkede ilgili ürünlerde alımını en çok artıran 10 alıcı listelenmektedir.

Notlar:

- Bazı ürün kategorilerindeki gruplamalarda 10 işletmeye ulaşılmadığı için daha az sayıda firma gösterilmiştir.
- Lojistik firmaları, taşımacılık şirketleri, bankalar ve nakliyeciler üzerinden gerçekleştirilen ticari ilişkiler hariç tutulmuştur.

ile gizlenmiş firmalar Türk ihracatçı firmalardır.

İLK 10 İTHALATÇI

GTIP	ŞİRKET
611510	COVIDIEN
	RIKCO INTERNATIONAL
	DOLLAR TREE DISTRIBUTION
	EXPERT HOSIERY
	SOCKWISE
	HANNA ANDERSSON
	MCDAVID SPORT MEDICAL
	SGI APPAREL GROUP
	COMPZ APPAREL
	COMFYTOPIA

İTHALATI EN HIZLI ARTAN 10 FİRMA

GTIP	ŞİRKET
611510	TERRAMED

İLK 10 İHRACATÇI

GTIP	ŞİRKET
611510	SARDAR IQBAL TEXTILE
	IHSAN COTTON PRODUCTS PVT
	AYESHA SPINNING MILLS
	ORTOPEDICOS FUTURO COLOMBIA
	AIMS HOSIERY
	TV PRODUCTS HK
	CRESOX PVT
	LIBERTY TEX
	CRESCENT SOCKS PVT
	HRT TEXTILES

İLK 10 İTHALATÇI

GTIP	ŞİRKET
611521	UNIQLO USA
	H&M
	GAP CANADA
	OLD NAVY CANADA
	LEG APPAREL
	J C PENNEY PURCHASING
	KAYSER ROTH
	BLUE HEAVEN HOSIERY
	INFINITY CLASSICS
	PRIMARK USA

İTHALATI EN HIZLI ARTAN 10 FİRMA

GTIP	ŞİRKET
611521	PRIMARK USA
	BLUE HEAVEN HOSIERY
	LEG APPAREL

İLK 10 İHRACATÇI

GTIP	ŞİRKET
611521	HAINING UNITED SOCKS
	OKATOMO
	FAP SPA
	GIZETA CALZE SRL
	CALZIFICIO TONINELLI
	FU CHU KNITTING
	GOLDEN LADY
	CALZIFICIO ANCORA DI BERTI MARIO

İLK 10 İTHALATÇI

GTIP	ŞİRKET
611522	MUSIC LEGS
	PRIMARK USA
	LRS APPAREL
	BALLET MAKERS
	SKY HOSIERY
	H&M
	SPENCER GIFTS
	FOREVER 21
	GAP CANADA
	GILDAN APPAREL

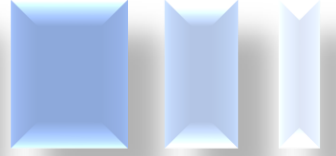
İTHALATI EN HIZLI ARTAN 10 FİRMA

GTIP	ŞİRKET
611522	PRIMARK USA

İLK 10 İHRACATÇI

GTIP	ŞİRKET
611522	SIX COMPANIONS FABRIC
	MEGAMORE
	ITALY TEXTILE THREADS
	FAGNONI PRONTO MODA
	GREAT BRIGHT
	GIZETA CALZE
	HAINING UNITED SOCKS
	FU CHU KNITTING
	GOLDEN LADY
	TM TEXTILES & GARMENTS

Rakipler ve Rekabet



Bu bölümde GTIP kodları bazında

- Ülkeye en çok ithalat yapan 10 alıcı,
- Ülkeye en çok ürün sevkiyatı gerçekleştiren 10 rakip ve
- Son bir yıllık dönemde ülkede ilgili ürünlerde alımını en çok artıran 10 alıcı listelenmektedir.

Notlar:

- Bazı ürün kategorilerindeki gruplamalarda 10 işletmeye ulaşılmadığı için daha az sayıda firma gösterilmiştir.
- Lojistik firmaları, taşımacılık şirketleri, bankalar ve nakliyeciler üzerinden gerçekleştirilen ticari ilişkiler hariç tutulmuştur.

ile gizlenmiş firmalar Türk ihracatçı firmalardır.

İLK 10 İTHALATÇI

GTIP	ŞİRKET
611529	H & M
	HANNA ANDERSSON
	GAP CANADA
	ADIDAS CANADA DISTRIBUTION CENT
	J C PENNEY PURCHASING
	PRIMARA CLOTHING
	LEG APPAREL
	PRIMARK USA
	OLD NAVY
	GBG SOCKS

İTHALATI EN HIZLI ARTAN 10 FİRMA

GTIP	ŞİRKET
611529	NTS W USA

İLK 10 İHRACATÇI

GTIP	ŞİRKET
611529	KAHATEX
	QINGDONG SUNG HWA TEXTILE
	MARTIN PEDERSEN STOEMPEFABRIK
	VIOLA CALZIFICIO SPA
	CALZIFICIO MONICA
	CALZIFICIO MONICA
	CALZIFICIO PRIMATO
	SHINY KNITWEAR
	YOUNGTEX VINA

İLK 10 İTHALATÇI

GTIP	ŞİRKET
611530	RIKCO INTERNATIONAL
	SPENCER GIFTS
	H&M
	COQUETTE INTERNATIONAL
	GBG SOCKS
	LEG APPAREL
	HANESBRANDS
	FOOTGEAR INTERNATIONAL
	DOLLARAMA
	THE ORVIS

İTHALATI EN HIZLI ARTAN 10 FİRMA

GTIP	ŞİRKET
611530	DOLLARAMA
	LOVEHONEY
	99 CENTS ONLY STORES
	EXPORIENT KNITTERS PVT
	HANESBRANDS

İLK 10 İHRACATÇI

GTIP	ŞİRKET
611530	TAMMY S HOME FASHION
	CALZIFICIO ILARY SRL
	EXPORIENT KNITTERS PVT
	TAUSEEF ETERPRISES PVT
	SIX COMPANIONS FABRIC
	GAIN WAY TEXTILE
	MANIFATTURA CALZE CARRARO
	FAP SPA
	GALAXY APPAREL
	TOAN THANH KNITTING

İLK 10 İTHALATÇI

GTIP	ŞİRKET
611594	ICEBREAKER NATURE CLOTHING
	BELL SPORTS HANGAR
	RED WING SHOE
	COSTCO
	GBG SOCKS
	BROOKS BROTHER GROUP
	BIRKENSTOCK USA
	DECKERS
	H&M
	TETON OUTFITTERS

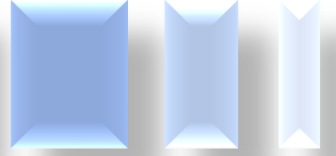
İTHALATI EN HIZLI ARTAN 10 FİRMA

GTIP	ŞİRKET
611594	LYNDEN CANADA
	TETON OUTFITTERS
	TRETON OUTFITTERS

İLK 10 İHRACATÇI

GTIP	ŞİRKET
611594	SARA SPORTLINE
	INTERSOCKS DOO
	THE KIWI SOCK
	ROYAL BERMUDA
	CANSOCKS
	CYRSTAL SA
	FARIA COSTA PEUGAS
	CANEPA SPA

Rakipler ve Rekabet



Bu bölümde GTIP kodları bazında

- Ülkeye en çok ithalat yapan 10 alıcı,
- Ülkeye en çok ürün sevkiyatı gerçekleştiren 10 rakip ve
- Son bir yıllık dönemde ülkede ilgili ürünlerde alımını en çok artıran 10 alıcı listelenmektedir.

Notlar:

- Bazı ürün kategorilerindeki gruplamalarda 10 işletmeye ulaşılmadığı için daha az sayıda firma gösterilmiştir.
- Lojistik firmaları, taşımacılık şirketleri, bankalar ve nakliyeciler üzerinden gerçekleştirilen ticari ilişkiler hariç tutulmuştur.

ile gizlenmiş firmalar Türk ihracatçı firmalardır.

İLK 10 İTHALATÇI

GTIP	ŞİRKET
611595	GILDAN
	J C PENNEY PURCHASING
	GAP CANADA
	UNIQLO USA
	ADIDAS
	MUJI USA
	REFRO
	OLD NAVY CANADA
	HAPPY SOCKS
	BETTERFEET

İTHALATI EN HIZLI ARTAN 10 FİRMA

GTIP	ŞİRKET
611595	ADIDAS
	UNIQLO USA
	RENFRO
	GILDAN
	FOOT TRAFFIC USA
	STICKY BE APPAREL
	LUXOTTICA AMERICA
	SOCKSMITH DESIGN
	PRIMARK USA
	THIRTY TREE THREADS

İLK 10 İHRACATÇI

GTIP	ŞİRKET
611595	INTERLOOP
	AYESHA SPINNING MILLS
	ZHEJIANG MENGNA KNIT
	SHANGHAI SHENGDA TEXTILE
	OKOMOTO TEXTILE
	TOYO TEXTILE
	THAI SUKENO KNIT
	QUINGDAO SUNG HWA TEXTILE
	SILVERTEX HOSIERY INTERNATIONAL

İLK 10 İTHALATÇI

GTIP	ŞİRKET
611596	GBG SOCKS
	EVERYTHING LEGWEAR
	ORLY SHOE
	J C PENNEY PURCHASING
	LULULEMON USA
	UNIQLO USA
	WIESNER PRODUCTS
	ADIDAS
	NIKE
	CREST BRANDS

İTHALATI EN HIZLI ARTAN 10 FİRMA

GTIP	ŞİRKET
611596	ADIDAS
	DECKERS
	DOLLAR TREE
	FLAGSHIP BRANDS
	PUMA
	MYSTIC APPAREL
	CREST MILLS
	99 CENT ONLY STORES
	INFINITY GLOBAL
	TOTAL VEIN SYSTEMS

İLK 10 İHRACATÇI

GTIP	ŞİRKET
611596	SAYSOCKS ENTERPRISE
	DELTA GALIL
	VINH PUC TEXTILE
	ZHEJIANG HEPOLILO SOCKS
	INTERSOCKS
	ZHEJIANG SOXNET SOCKS
	ASIA SOCKS

İLK 10 İTHALATÇI

GTIP	ŞİRKET
611599	PRIMARK USA
	RENFRO
	ROYCE TOO
	GOLDTOE MORETZ
	DELTA GALIL
	UNITED LEGWEAR
	WIESNER PRODUCTS
	USA LEGWEAR
	MAJESTY BRANDS
	LEG APPAREL

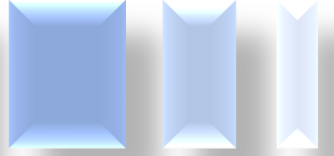
İTHALATI EN HIZLI ARTAN 10 FİRMA

GTIP	ŞİRKET
611599	GMA ACCESSORIES
	PVH
	FRM SOCKS
	YOU & ME LEGWEAR
	AUGUSTA SPORTSWEAR
	SOXLAND INTERNATIONAL
	GEBER CHILDRENWEAR
	BUGATCHI UOMO APPAREL
	MARCUS ADLER GLOVE
	AVALON APPAREL

İLK 10 İHRACATÇI

GTIP	ŞİRKET
611599	ASIA SOCKS
	INTERLOOP
	ZHEJIANG SOXNET SOCKS
	OKOMOTO
	AYESHA SPINNING MILLS
	KAMAL HOSIERY MILLS
	SILVERTEX HOSIERY INTERNATIONAL
	ZHEJIANG SHUANGKAI KNITTING
	DYNAMIC SPORTSWEAR PVT
	MENAKE TEXTILES

Rakipler ve Rekabet



Fiyat Eğilimleri

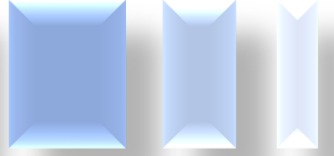
İlgili ürün grubundaki perakende fiyat eğilimlerini izlemek için

EK_3_2021_ABD_Perakende_Corap_Fiyatlari

isimli belge incelenebilir.



Pazar Büyüklüğü



Veri Kapsamı



Rapor çalışmaları kapsamında iki farklı resmi kurumun halka açık verilerine erişildi, veri tabanları eşitlendi, veri uyumsuzlukları giderildi, ürün grupları bazında veriler doğrulandı, doğrulanmış veriler İHKİB tarafından iletilen ayrıntılı GTIP Kodları ile eşleştirildi ve kapsam genişletildi. 2016-2020 (ilk on ay) dönemine ait GTIP ve ay bazında ithalat verileri incelendi. Toplam 28 adet 10 basamaklı GTIP'e sahip ürün analiz ve değerlendirme çalışmalarına dahil edildi. Bu sayede ay, ülke, yıl ve GTIP numarası itibarıyla ithal edilen ürünlerin adet ve fiyat bilgileri karşılaştırılabilir hale getirildi.

2016-2019 döneminde ABD'nin ilgili ürün grubunda en çok ithalat yapmış olduğu ilk on ülke ve Türkiye'den yapılmış olan ithalatın büyüklüğü ve büyüme eğilimi tabloda gösterilmiştir.

İlgili dönemde ABD'nin toplam ithalatı yıllık % 3 oranında artmıştır.

Türkiye bu ürün grubunda ABD'nin 11nci büyük ticaret ortağıdır.

Türkiye'den ABD'ye yapılan ihracat ilgili dönemde %12 oranında artmıştır.

ÇORAP (ABD DOLARI)	2016	2017	2018	2019	PAY	YBBO*
Toplam İthalat	2.128.177.514	2.176.217.802	2.267.331.725	2.315.952.337	100,00%	0,03
Çin	1.255.464.958	1.276.981.569	1.403.522.020	1.433.548.321	61,90%	0,05
El Salvador	205.726.728	253.326.094	239.665.230	217.722.338	9,40%	0,02
Pakistan	119.923.364	120.286.711	128.571.996	133.936.091	5,78%	0,04
Honduras	188.192.695	183.641.767	138.039.028	133.527.153	5,77%	0,11
G. Kore	97.100.480	85.436.196	76.423.833	73.613.177	3,18%	0,09
Meksika	44.470.336	41.989.043	44.568.082	52.347.968	2,26%	0,06
Vietnam	16.010.941	17.964.981	26.171.862	44.059.583	1,90%	0,40
Hindistan	18.265.412	19.800.772	25.770.958	32.920.094	1,42%	0,22
Tayvan	45.571.650	45.646.311	40.201.111	31.879.449	1,38%	0,11
İtalya	22.234.618	22.357.852	26.590.024	25.823.292	1,12%	0,05
Türkiye	15.668.017	13.530.228	19.635.693	22.159.348	0,96%	0,12
Diğer Ülkeler	99.548.315	95.256.278	98.171.888	114.415.523	4,94%	0,05

KAYNAK: US CBP, US Dept of Commerce

* Tüm verileri mahfazamızda tutulmaktadır.

ZOBU
CONSULTING

* YBBO= Yıllık Bileşik Büyüme Oranı

İthalat

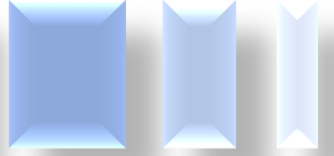
EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI



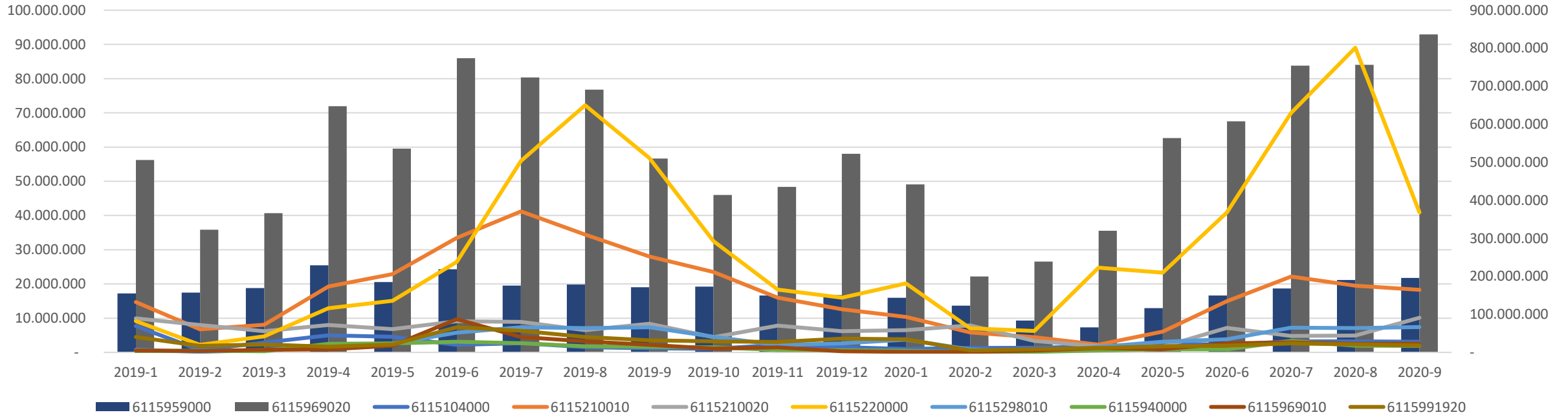
ÇORAP (ABD Doları)	2016	2017	2018	2019	PAY	YBBO*
Toplam İthalat	4.256.355.028	4.352.435.604	4.534.663.450	4.631.904.674	100,000%	2,9%
6115969020	2.194.111.644	2.425.067.182	2.735.385.168	2.854.011.260	61,616%	9,2%
6115959000	1.395.105.202	1.283.444.478	1.162.116.006	1.129.655.022	24,389%	-6,8%
6115210010	154.297.478	138.994.698	138.276.516	164.881.908	3,560%	2,2%
6115210020	111.733.044	113.907.022	100.515.832	96.420.400	2,082%	-4,8%
6115220000	120.986.088	98.139.216	84.366.502	96.125.400	2,075%	-7,4%
6115104000	23.828.252	36.118.990	40.363.246	45.113.562	0,974%	23,7%
6115940000	48.365.562	52.371.552	48.933.692	42.634.814	0,920%	-4,1%
6115298010	39.267.190	33.326.890	32.349.988	39.387.668	0,850%	0,1%
6115991920	46.478.932	40.188.422	35.949.786	32.658.718	0,705%	-11,1%
6115969010	21.071.838	19.832.668	44.210.730	29.453.246	0,636%	11,8%
Diğer Ürünler	101.109.798	111.044.486	112.195.984	101.562.676	2,193%	0,2%

İlgili ürün kategorisinde ülkeye en çok ithalatı yapılan 10 ürününün toplam kategori ithalatı içindeki payı %97,8 seviyesindedir. Bu ürünler arasında son beş yıl içinde ithalatı en hızlı artan ürünler sırasıyla 6115104000, 6115969010 ve 6115969020 olmuştur.

İthalat



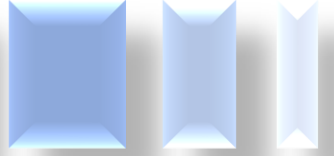
EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI – Adet-çift



Aylar itibarıyla en çok ithal edilen ürün gruplarından yapılan ithalat adetleri gösterilmektedir. Çubuk grafik ile gösterilen ürünlerde ithalat aylık ortalama 100 milyon adet-çiftin üzerinde, çizgi grafikle gösterilen ürünlerde ise aylık ortalama 100 milyon adet-çiftin altındadır.



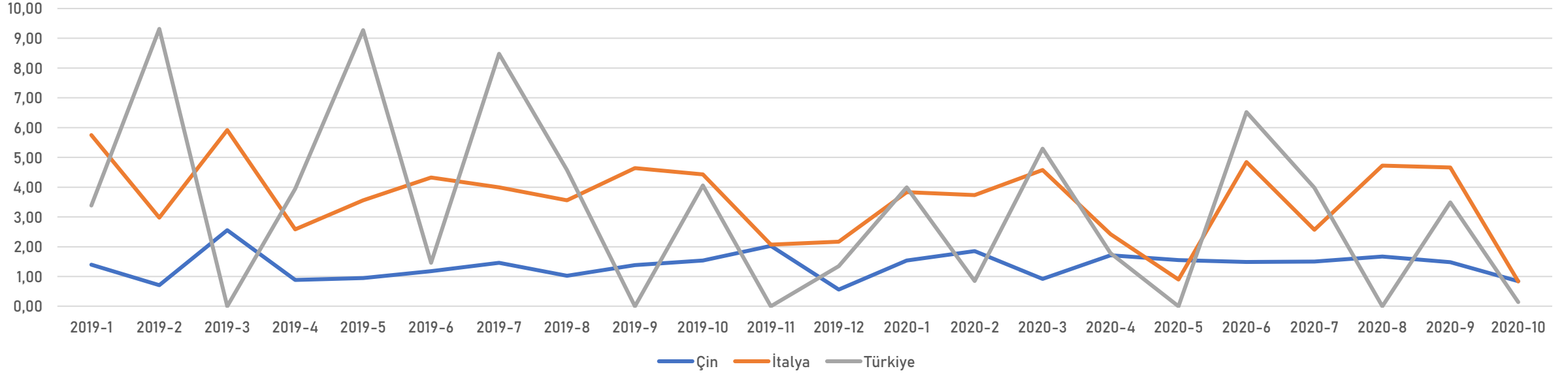
İthalat



EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI – ortalama birim fiyat - \$

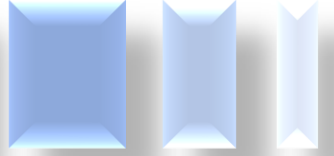


6115104000
Ortalama İthalat Birim Fiyatları, \$

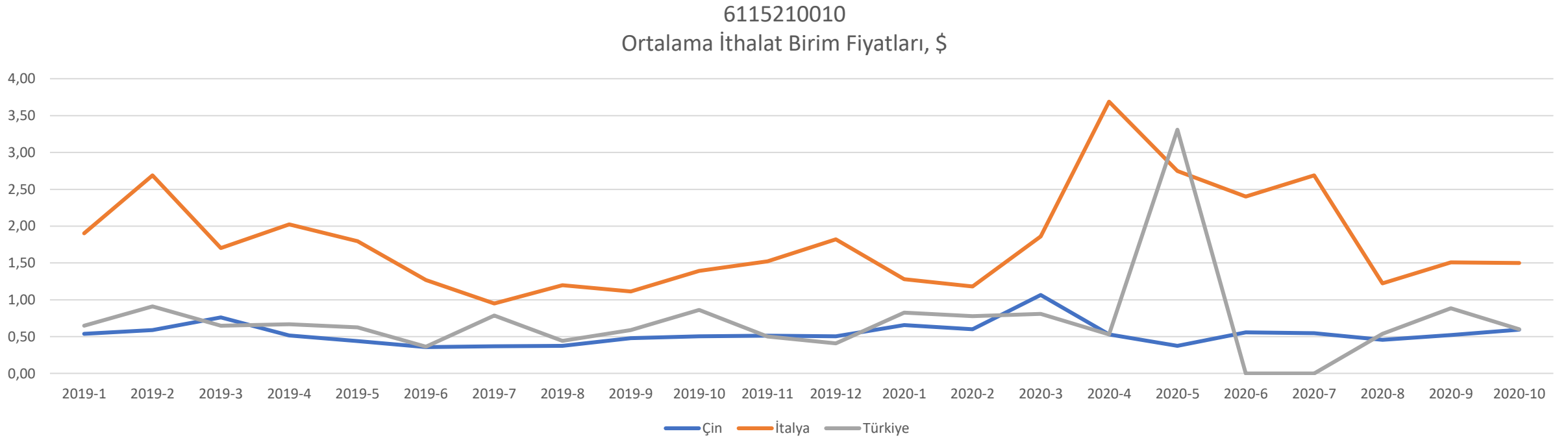


İlgili ürünün aylar itibarıyla Türkiye, İtalya ve Çin'den yapılan ithalatlardaki ortalama birim ithal fiyatı değişimleri ve seviyeleri gösterilmektedir. Hesaplamalar en çok ithalati yapılan 10 ürün gerçekleştirilmiştir.

İthalat



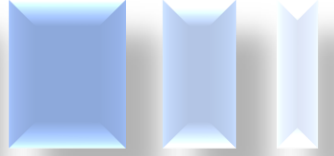
EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI – ortalama birim fiyat - \$



İlgili ürünün aylar itibarıyla Türkiye, İtalya ve Çin'den yapılan ithalatlardaki ortalama birim ithal fiyatı değişimleri ve seviyeleri gösterilmektedir. Hesaplamalar en çok ithalati yapılan 10 ürün gerçekleştirilmiştir.



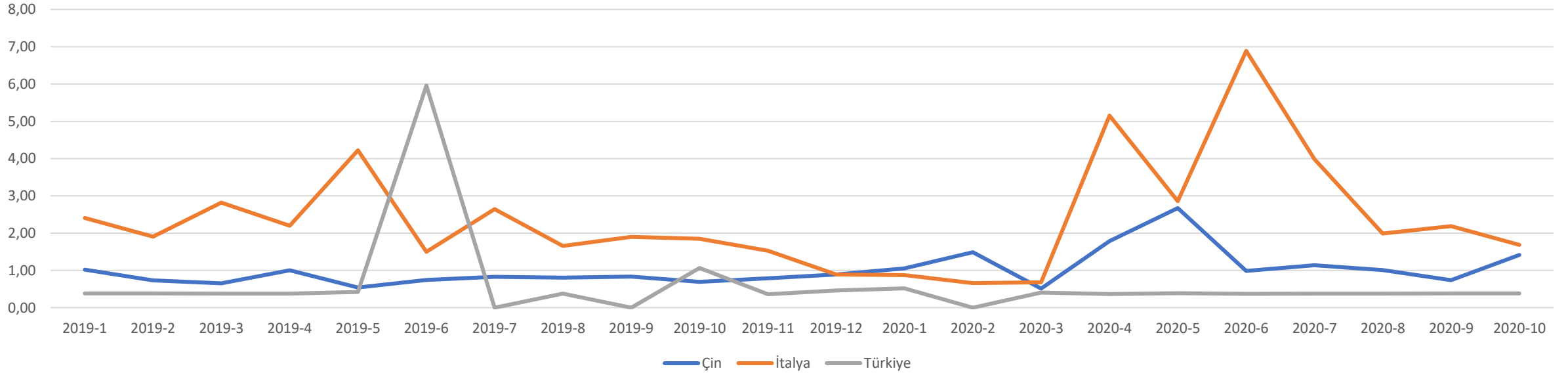
İthalat



EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI – ortalama birim fiyat - \$



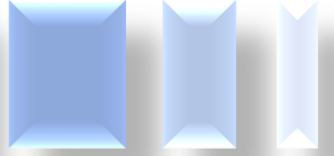
6115210020
Ortalama İthalat Birim Fiyatları, \$



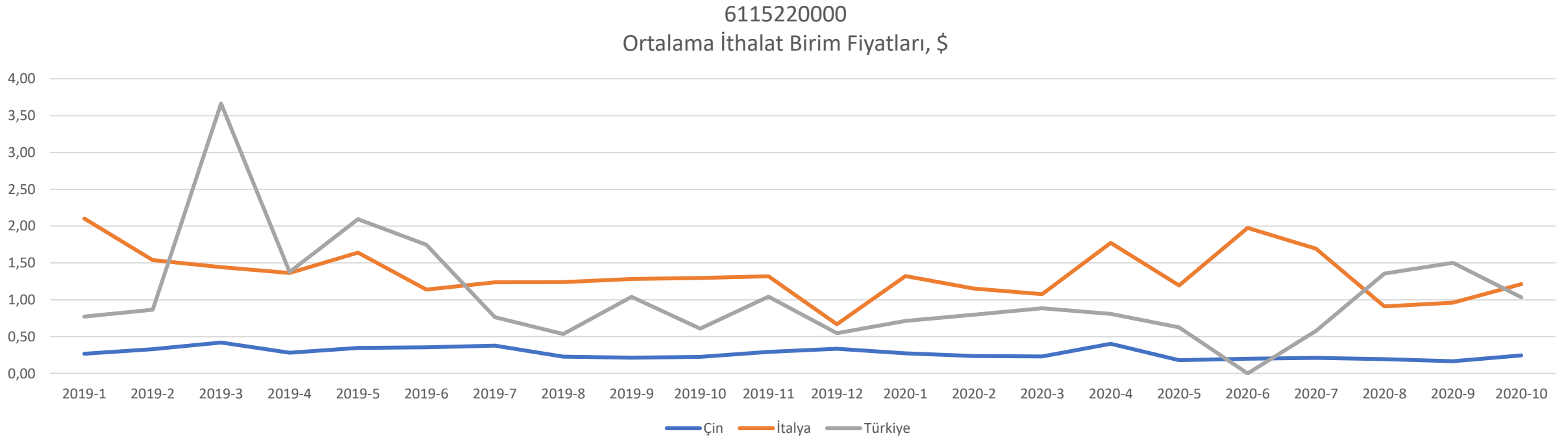
İlgili ürünün aylar itibarıyla Türkiye, İtalya ve Çin'den yapılan ithalatlardaki ortalama birim ithal fiyatı değişimleri ve seviyeleri gösterilmektedir. Hesaplamalar en çok ithalatı yapılan 10 ürün gerçekleştirilmiştir.



İthalat



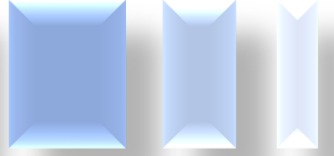
EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI – ortalama birim fiyat - \$



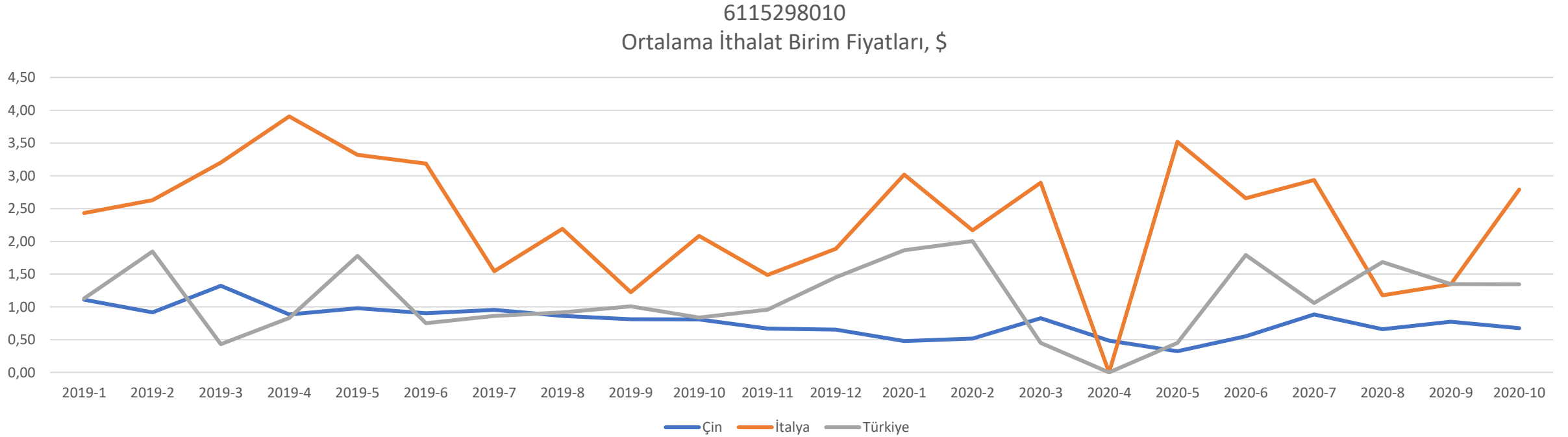
İlgili ürünün aylar itibarıyla Türkiye, İtalya ve Çin'den yapılan ithalatlardaki ortalama birim ithal fiyatı değişimleri ve seviyeleri gösterilmektedir. Hesaplamalar en çok ithalatı yapılan 10 ürün gerçekleştirilmiştir.



İthalat



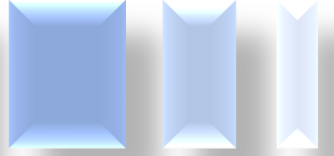
EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI – ortalama birim fiyat - \$



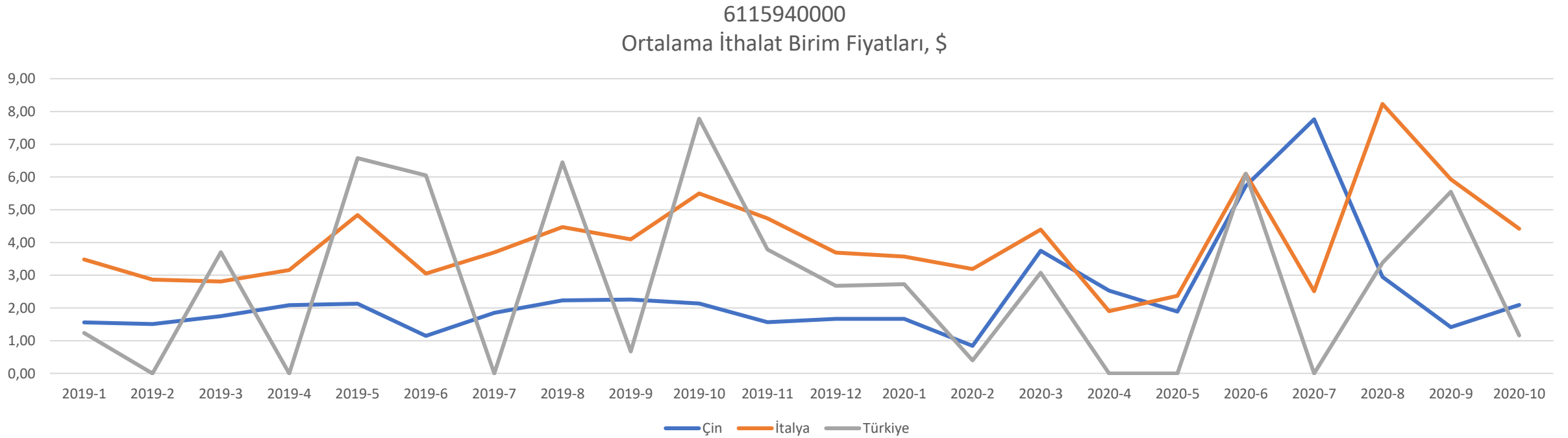
İlgili ürünün aylar itibarıyla Türkiye, İtalya ve Çin'den yapılan ithalatlardaki ortalama birim ithal fiyatı değişimleri ve seviyeleri gösterilmektedir. Hesaplamalar en çok ithalati yapılan 10 ürün gerçekleştirilmiştir.



İthalat



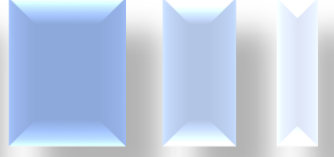
EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI – ortalama birim fiyat - \$



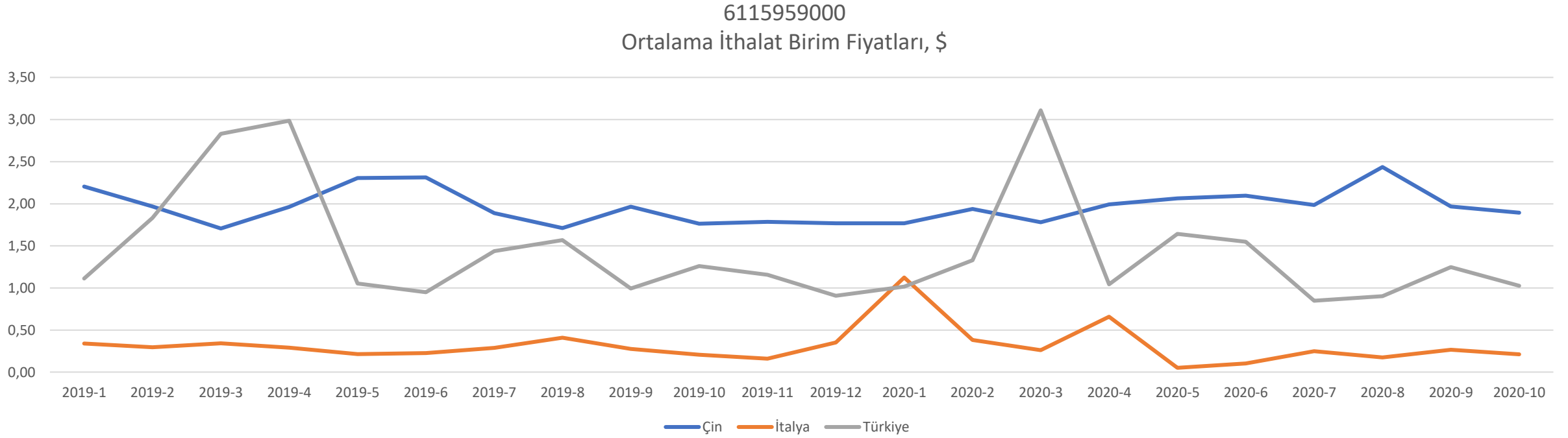
İlgili ürünün aylar itibarıyla Türkiye, İtalya ve Çin'den yapılan ithalatlardaki ortalama birim ithal fiyatı değişimleri ve seviyeleri gösterilmektedir. Hesaplamalar en çok ithalati yapılan 10 ürün gerçekleştirilmiştir.



İthalat

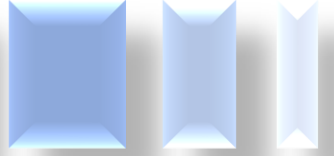


EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI – ortalama birim fiyat - \$



İlgili ürünün aylar itibarıyla Türkiye, İtalya ve Çin'den yapılan ithalatlardaki ortalama birim ithal fiyatı değişimleri ve seviyeleri gösterilmektedir. Hesaplamalar en çok ithalati yapılan 10 ürün gerçekleştirilmiştir.

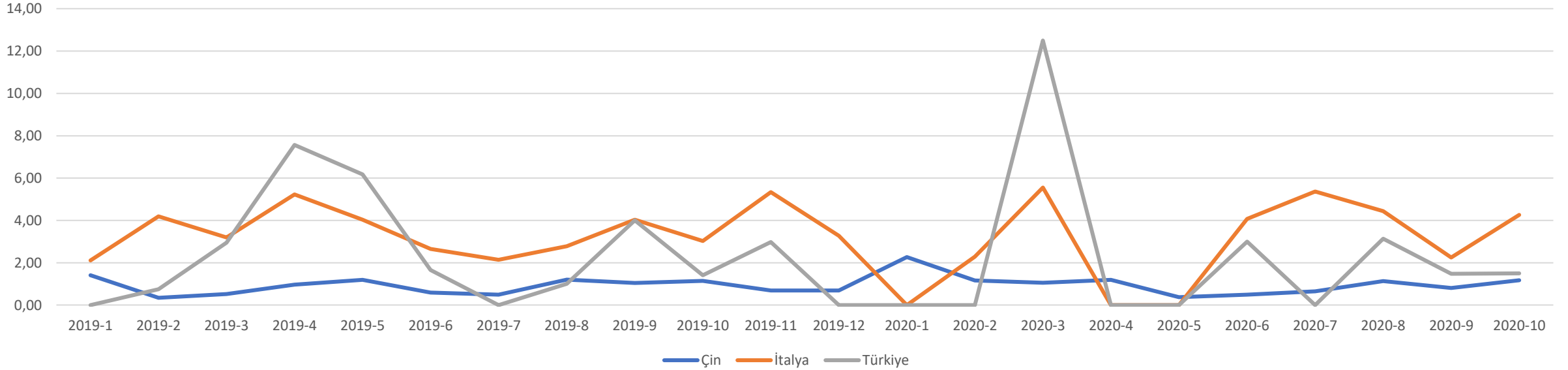
İthalat



EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI – ortalama birim fiyat - \$



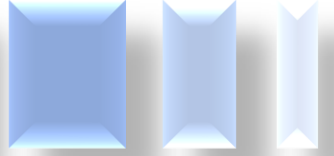
6115969010
Ortalama İthalat Birim Fiyatları, \$



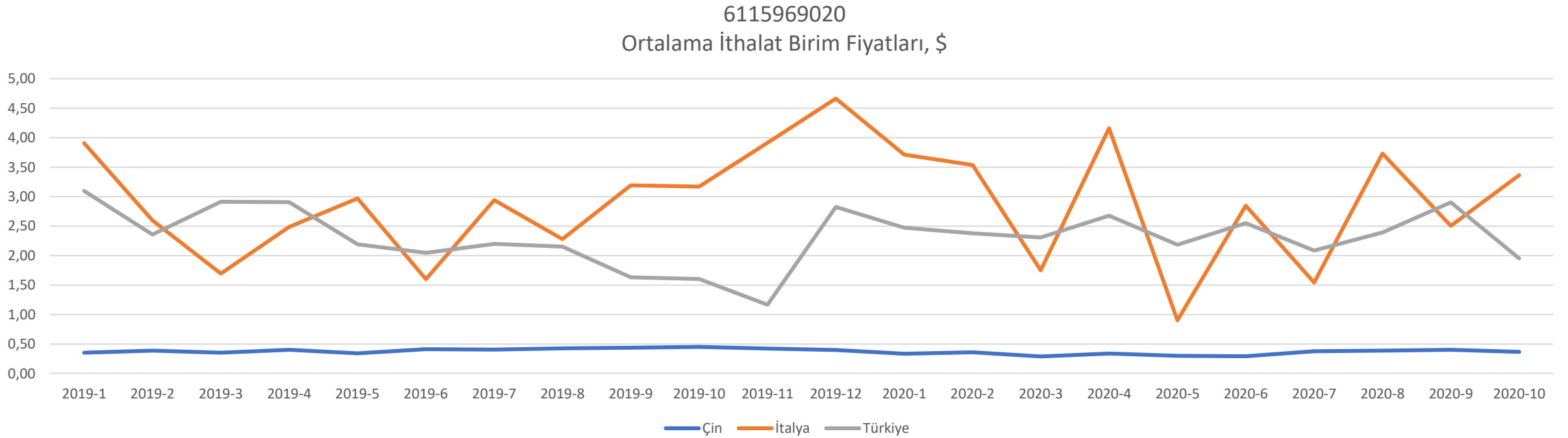
İlgili ürünün aylar itibarıyla Türkiye, İtalya ve Çin'den yapılan ithalatlardaki ortalama birim ithal fiyatı değişimleri ve seviyeleri gösterilmektedir. Hesaplamalar en çok ithalati yapılan 10 ürün gerçekleştirilmiştir.



İthalat



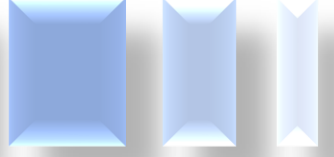
EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI – ortalama birim fiyat - \$



İlgili ürünün aylar itibarıyla Türkiye, İtalya ve Çin'den yapılan ithalatlardaki ortalama birim ithal fiyatı değişimleri ve seviyeleri gösterilmektedir. Hesaplamalar en çok ithalati yapılan 10 ürün gerçekleştirilmiştir.



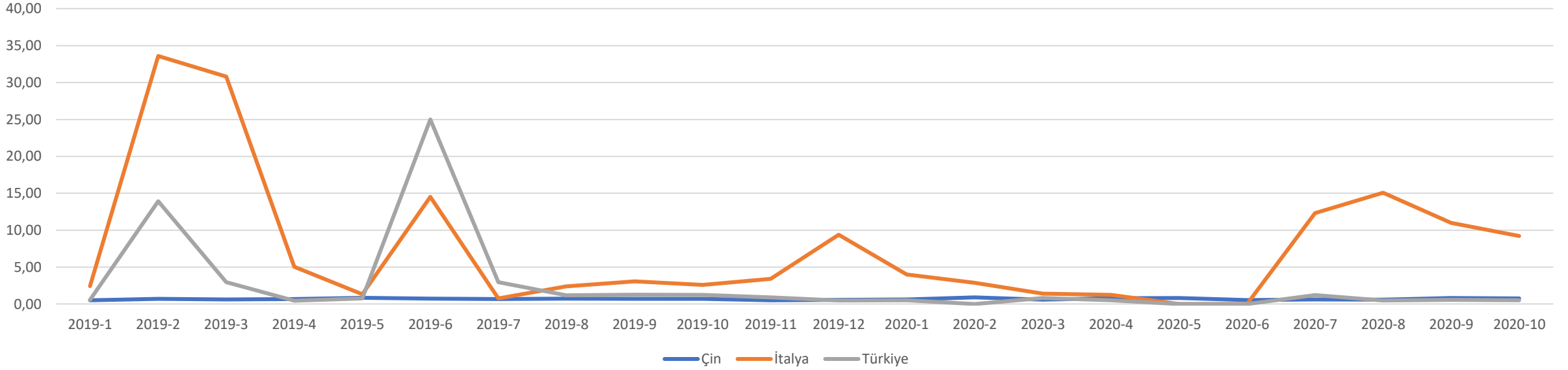
İthalat



EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI – ortalama birim fiyat - \$



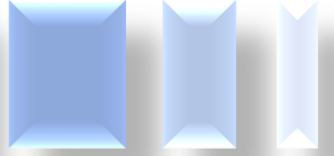
6115991920
Ortalama İthalat Birim Fiyatları, \$



İlgili ürünün aylar itibarıyla Türkiye, İtalya ve Çin'den yapılan ithalatlardaki ortalama birim ithal fiyatı değişimleri ve seviyeleri gösterilmektedir. Hesaplamalar en çok ithalati yapılan 10 ürün gerçekleştirilmiştir.



İthalat



İTHALATI EN FAZLA ARTAN ÜRÜN GRUPLARI



ÇORAP (ABD Doları)	2016	2017	2018	2019	PAY	YBBO*
6115104000	23.828.252	36.118.990	40.363.246	45.113.562	0,97%	23,7%
6115969010	21.071.838	19.832.668	44.210.730	29.453.246	0,64%	11,8%
6115969020	2.194.111.644	2.425.067.182	2.735.385.168	2.854.011.260	61,62%	9,2%
6115210010	154.297.478	138.994.698	138.276.516	164.881.908	3,56%	2,2%
6115298010	39.267.190	33.326.890	32.349.988	39.387.668	0,85%	0,1%

İlgili ürün kategorisinde toplam ithalat içindeki payı %5'ten büyük olup ülkeye ithalatı en hızlı biçimde artan ilk 5 ürünün toplam ithalatı 2016 yılında 2,4 milyar dolardan, 2019 yılında 3,1 milyar dolara yükselmiştir.

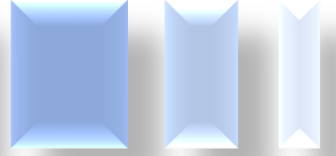


"Tüm hakları mahfuzdur" © 2020

ZOBU
CONSULTING

* YBBO= Yıllık Bileşik Büyüme Oranı

Pazar Büyüklüğü – iç pazar



Milyar ABD Doları

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	YBBO*
Erkek Çorapları	2,49	3,15	3,38	3,56	3,70	3,82	8,94%
Kadın Çorapları	5,13	6,12	6,57	6,92	7,20	7,41	7,62%
Çocuk Çorapları	1,57	1,87	2,01	2,11	2,20	2,27	7,62%
Taytlar ve Diğerleri	0,83	1,02	1,07	1,11	1,16	1,19	7,52%
TOPLAM	10,02	12,16	13,02	13,71	14,26	14,69	7,95%

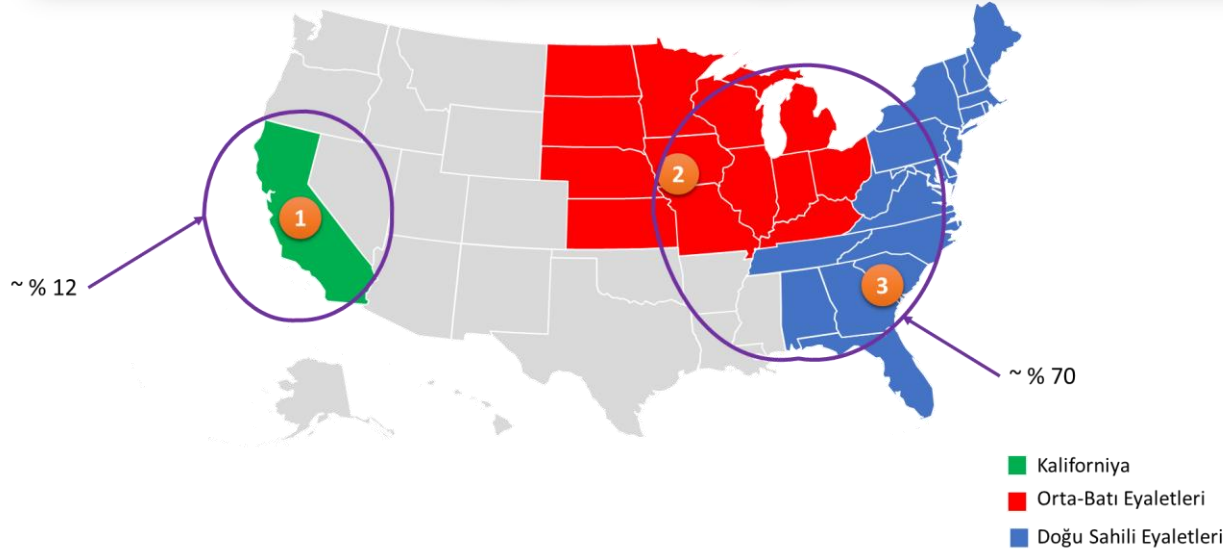
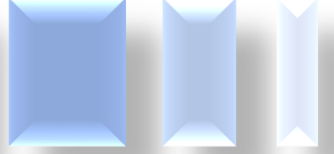
Bu rapor kapsamında Amerika Birleşik Devletleri çorap pazarının ana ürün grupları bazında büyüklüğü ve gelecekteki büyüme beklentisine ilişkin bir yaklaşım geliştirilmiştir. Geliştirilen Pazar yaklaşımı iki temel hesaplamaya dayanmaktadır. Bunlardan birincisi

İTHALAT + ÜRETİM – İHRACAT = Üretici/İthalatçı Fiyatları ile PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ

İkincisi ise

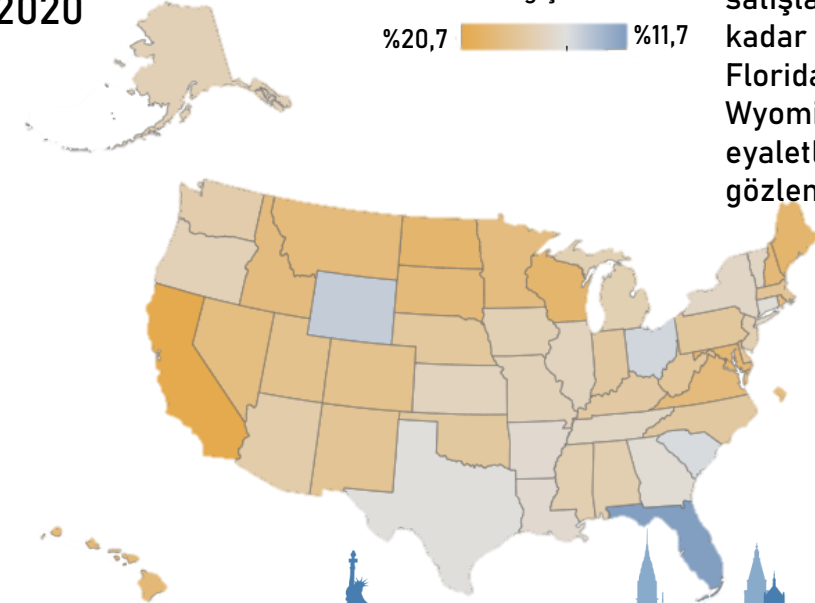
Toptan ve Perakende kar marjları giydirilmiş ve yıl sonu stokları hesaplanmış İÇ PAZAR büyüklüğüdür.

Pazar Büyüklüğü – coğrafi pazar



ABD'deki tüketicilerin yaklaşık % 70'i doğu sahili eyaletlerinde % 12'si ise Kaliforniya eyaletinde yoğunlaşmıştır. ABD'de yapılacak bir dağıtım organizasyonunun kısmen Kaliforniya olmak üzere, Doğu sahili eyaletlerine hizmet verecek biçimde orta-batı veya doğu sahili eyaletlerinde kurgulanmasında fayda bulunmaktadır. İdeale yakın bir dağıtım merkezi için «coğrafi olarak» uygun olabilecek eyaletler New Jersey, West Virginia ve Maryland gibi gözükse de vergisel ve lojistik avantajlar açısından ayrıca bir değerlendirmeye ihtiyaç bulunmaktadır.

Eyaletler Bazında Perakende Konfeksiyon Satışlarındaki Değişim, %, Ekim 2020

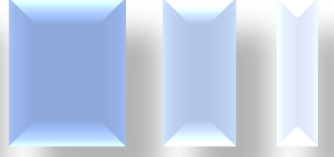


Eyaletler bazında aylık perakende konfeksiyon satışlarında bir önceki yılın aynı dönemine göre değişimlerine ilişkin en yeni veri olan Ekim 2020 verisi incelendiğinde çoğu eyalette Covid-19'un etkisi ile satışların % 20 seviyelerine kadar düştüğü, sadece Florida, G. Karolayna, Wyoming gibi bazı eyaletlerde satışların arttığı gözlenmiştir.

Bununla birlikte, Florida hariç olmak üzere tüketimin yoğun olduğu eyaletlerde satışlar azalma eğilimini sürdürmektedir.



İçindekiler



I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	32
4.	Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum	34
III.	Yasal Düzenlemeler	44
IV.	Pazar Dinamikleri ve Rekabet	51
V.	Sektörel Trendler	77
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	91
VII.	Ekler	109

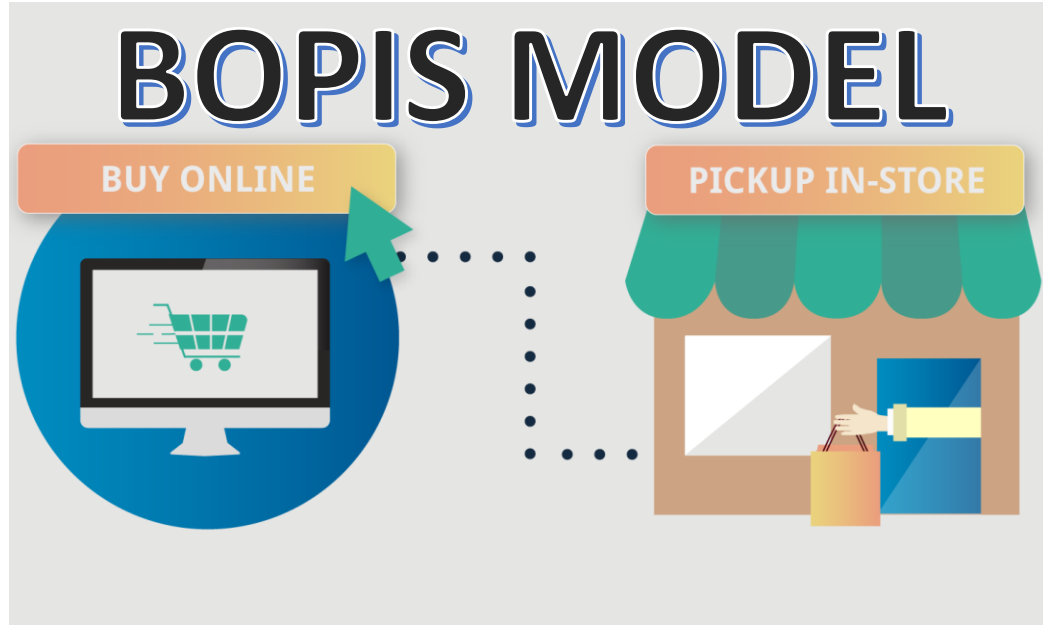
Sektörel Trendler

- ABD'ye doğru yapılan ihracatımız sürekli bir biçimde büyümekle beraber bu ülke ithalatı içinden aldığımız pay oldukça düşüktür. 2020 yılının ilk 10 ayı itibarıyla Türkiye'den yapılan ihracatın ABD ithalatındaki payı % 2,56 seviyesindedir.
- ABD'nin çorap üretimi yıllar içinde maliyet artışlarının da etkisiyle Orta Amerika ülkelerine ve uzak doğuya kaymıştır. Çin, Pakistan ve El Salvador ABD'nin en büyük tedarikçileridir. Bununla birlikte, tedarik zinciri liderliğinde olan büyük firmaların yaklaşık %33'ü ya kaynaklarını veya üretimlerini başta Çin olmak üzere Uzakdoğu'dan çıkardılar ya da önümüzdeki 2-3 yıl içinde çıkarmayı planlamaktalar. Bu gelişmeleri bir fırsat olarak değerlendirme olasılığı bulunmaktadır.
- Yaklaşık 10 Milyar ABD Doları büyüklüğündeki çorap iç pazarının önümüzdeki beş yıllık dönemde iç giyim ve bazı spor giyimleri hariç olmak üzere hazır giyim sektöründe beklenen satış kayıplarından pozitif ayrışıp düzenli büyüyeceği öngörülmektedir.
- 2014 yılında kişi başına çorap tüketimi 11 çift olan ABD'de bu rakam 2019 yılına gelindiğinde kişi başına 9,4 adete düşmüştür. Tüketicilerin kullandıkları çorap adedindeki azalmanın önüne geçmek için geliştirilen ancak giderek artan bir şekilde tüketicilerde kayıtlı olduktan sonra ayda belli bir miktar ürünü düzenli olarak almaya izin veren abonelik kutuları satış ve dağıtım için parlak bir alternatif yöntem ve kanal olarak popülerliğini yükseltmektedir.



Sektörel Trendler

ABD ve Avrupa'daki alışveriş alışkanlıkları, Covid-19 salgını nedeniyle önemli ölçüde değişti ve 'online satın alma' ve 'mağazadan teslim alma (pick up in store)' hizmetlerinin hızlı benimsenmesini ve büyümesini sağladı. Yeni araştırmalar, ileriye dönük olarak bu online ve fiziksel satış kanalları kombinasyonunun oldukça rekabetçi bir perakende pazarı oluşturacağını ortaya koymaktadır. ABD pazarına girmek isteyen Türk üretici ve tedarikçilerinin bu pazarlama usullerini göz önüne alarak hareket etmeleri yerinde olacaktır.



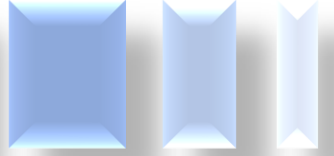
Gittikçe artan biçimde yaygınlaşan kayıt yoluyla çorap satışı tedarikçiler için oldukça karmaşık bir lojistik süreç gibi gözükse de satış sürekliliğini sağlama açısından önemli fırsatlar sunmaktadır.



Kayıt yoluyla çorap satışı ABD'de giderek artan bir trend haline gelmiştir.

(boldsock.com)

Sektörel Trendler



Çorap konfeksiyonda marka sadakatinin en düşük olduğu ürün grubu olmaya devam edecektir. Covid-19 ile birlikte zaten azalma süreci yaşayan marka aidiyeti çorap için çok daha etkili biçimde yaşanmaktadır. Sektörde tüketicinin ilgisini çekebilen unsurlar, markadan ziyade

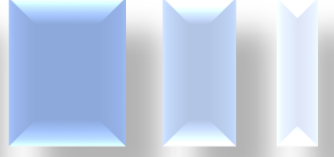
- Renkler ve tasarımlar
- Desenler ve
- Alternatif iplik (antibakteriyel, organik) kullanımı olarak öne çıkmaktadır.

Çorap için olası bir diğer gelecek riski de salgınla birlikte evde geçirdiği zamanı artan tüketicinin satınalma frekansının düşmesidir. Bunun önüne geçilebilmesi için haftalık ve aylık siparişlerde sürpriz desen ve paket gönderimi, CRM uygulamaları ile müşteri sadakatinin korunmasına ve satınalma frekansı seviyesinin düşürülmemesine çalışılmaktadır.

Gelecek dönemde performans çorapları ile rahat ev kullanımına yönelik çorapların satışlarında azalma beklenilmemektedir.



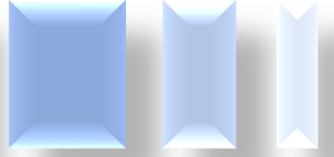
Sektörel Trendler



Dantel işlemeli ve mücevherle süslü şık çorapların yanı sıra kadife gibi iddialı malzemelerden yapılmış çoraplar tasarlanmaktadır.



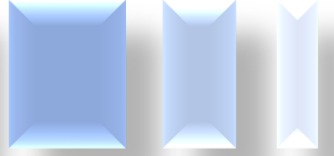
Sektörel Trendler



Batik boyalı rahat çoraplar, yün ve pamuklu günlük kullanım çorapları ve evde-
dışarıda spor yapmaya imkan veren spor çorapları revaçta olacaktır.

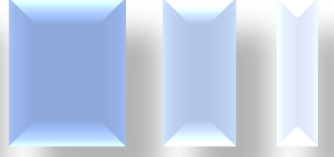


Sektörel Trendler



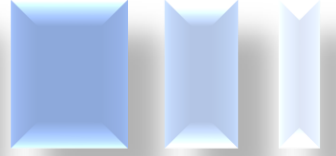
Erkek çoraplarında ise günlük kullanıma yönelik rahat çoraplar ve patikler ile spor çoraplar en çok tercih edilen kategoriler olacaktır.

İçindekiler



I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	32
4.	Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum	34
III.	Yasal Düzenlemeler	44
IV.	Pazar Dinamikleri ve Rekabet	51
V.	Sektörel Trendler	77
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	91
VII.	Ekler	109

Satış ve Dağıtım Kanalları



Kişi başına düşen perakende harcamasının en çok olduğu ABD'deki ilk beş şehir sırasıyla Seattle, San Francisco, Miami, Boston ve New York'tur.

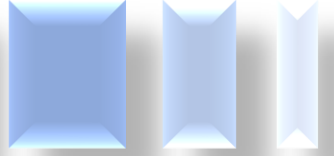


KAYNAK: CBRE, Sektör temsilcileri, Census, BLS, Retail Economics

ŞEHİR	KİŞİ BAŞINA PERAKENDE HARCAMASI (\$/YIL)
Seattle	22.405
San Francisco	22.290
Miami	21.706
Boston	19.756
New York	19.616
Philadelphia	18.995
Honolulu	18.990
Dallas	18.757
Los Angeles	18.753
Chicago	18.344
Denver	18.247
Houston	18.174
Washington DC	17.162



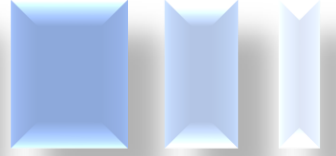
Satış ve Dağıtım Kanalları



ŞEHİR	PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN EN YOĞUN OLDUĞU BÖLGELER
CHICAGO	Fulton Market, Halsted and Armitage Avenues, Magnificent Mile
BOSTON	Downtown Crossing, Newbury Street, Boylston Street, Seaport District
DALLAS	Highland Park Village, NorthPark Center, Plano Legacy West, Preston Center
DENVER	16th St. Pedestrian Mall (including Denver Pavilions, and Union Station), Belmar, Cherry Creek, Flatiron Crossing, Park Meadows, Southlands, The Orchards, The Streets at Southglenn, Twenty Ninth Street
HONOLULU	Ala Moana Shopping Center, Luxury Row at 2100 Kalakaua, Royal Hawaiian Center, Ward Centers
HOUSTON	Memorial/City Centre, Rice Village, The Galleria/Westheimer, The Woodlands
LOS ANGELES	Abbot Kinney, Beverly Drive, Melrose Avenue, Robertson Boulevard, Rodeo Drive, Sunset Boulevard, Third Street Promenade



Satış ve Dağıtım Kanalları



ŞEHİR	PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN EN YOĞUN OLDUĞU BÖLGELER
MIAMI	Aventura Mall, Super-Regional Mall, Bal Harbour Shops, Brickell City Centre, CocoWalk, Dadeland Mall, Design District, Lincoln Road, Miracle Mile, Shops at Merrick Park, Wynwood Arts District
NEW YORK	Fifth Avenue (49th-59th Streets), Madison Avenue (57th-72nd Streets), SoHo, Times Square
PHILADELPHIA	Christiana Mall, East Passyunk, Fishtown, King of Prussia Mall, Midtown Village, Old City, Rittenhouse Square Walnut St, Suburban Square, University City
SAN FRANCISCO	Financial District, Fisherman's Wharf, Haight Street, Hayes Valley, Noe Valley, Pacific Heights / Fillmore Street
SEATTLE	Pike Place Market, Street front retail Downtown Bellevue, Street front retail Downtown Seattle
WASHINGTON DC	14th&U Streets/MidCity, Bethesda Row, Chevy Chase/Friendship Heights, Chinatown/Penn Quarter, Clarendon, Georgetown, Reston Town Center



Satış ve Dağıtım Kanalları

NORDSTROM

<https://shop.nordstrom.com/>

**LORD +
TAYLOR**

<https://www.lordandtaylor.com/>

bloomingdales

<https://www.bloomingdales.com/>

KOHL'S

<https://www.kohls.com/>

★ macys*

<https://www.macys.com/>

Dillard's
The Style of Your Life.

<https://www.dillards.com/>

JCPenney

<https://www.jcpenney.com/>

♥ CVS Health

<https://cvshhealth.com/>

BEALLS
— Live Life Local —

<https://www.beallsflorida.com/>

**BEST
BUY**

<https://www.bestbuy.com/>

sears

<https://www.sears.com/>

belk

<https://www.belk.com/>

LOWE'S

<https://www.lowes.com/>

Albertsons
Companies

<https://www.albertsonscpanies.com/>

**BARNEYS
NEW YORK**

<https://www.barneys.com/>

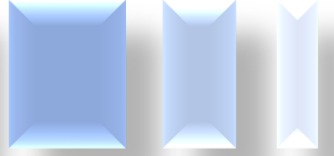
Saks Fifth Avenue

<https://m.saks.com/mindex.jsp>

Kıyafet ve ayakkabı da satan perakendeciler ve mağaza zincirleri

Kıyafet ve ayakkabı harici ürünlerde odaklanmış perakendeciler ve mağaza zincirleri

Satış ve Dağıtım Kanalları



 **BON•TON**

<https://www.bonton.com/>


SAVING is a beautiful thing™

<https://www.steinmart.com/>


Never Boring. Always Surprising.

<https://www.marshalls.com/>



<https://www.kroger.com/>


DEPARTMENT STORE

<https://www.jeremys.com/>


Walgreens Boots Alliance

<https://www.walgreensbootsalliance.com/>


DOLLAR GENERAL

<https://www.dollargeneral.com/>


**Office
DEPOT**

<https://www.officedepot.com/>



<http://gusmayer.com/>



<https://www.walmart.com/>


amazon
Try Prime

<https://www.amazon.com/>



<https://www.target.com/>


BED BATH &
BEYOND

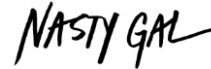
<https://www.bedbathandbeyond.com/>


FOREVER 21

<https://www.forever21.com/us/shop>


TOBI

<https://www.tobi.com/>

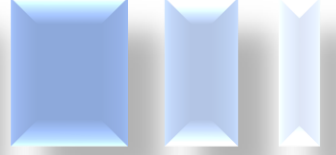

NASTY GAL

<https://www.nastygal.com/eu/>

Kıyafet ve ayakkabı da satan perakendeciler ve mağaza zincirleri

Kıyafet ve ayakkabı hariç ürünlerde odaklanmış perakendeciler ve mağaza zincirleri

Satış ve Dağıtım Kanalları



THREDUP

Secondhand Clothes. Firsthand Fun.®

<https://www.thredup.com>

Century 21
Stores

<https://www.c21stores.com>

TJ-maxx

<https://tjmaxx.tjx.com>

EXPRESS

<https://www.express.com>

GILT

<https://www.gilt.com>

TheRealReal

<https://www.therealreal.com/>

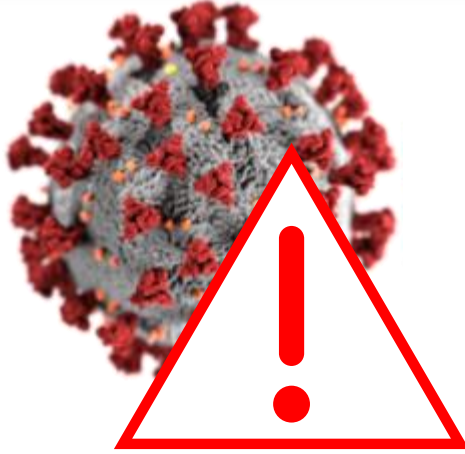
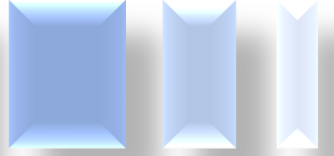
AMERICAN EAGLE

<https://www.ae.com/>

Kıyafet ve ayakkabı da satan perakendeciler ve mağaza zincirleri

Kıyafet ve ayakkabı harici ürünlerde odaklanmış perakendeciler ve mağaza zincirleri

Satış ve Dağıtım Kanalları



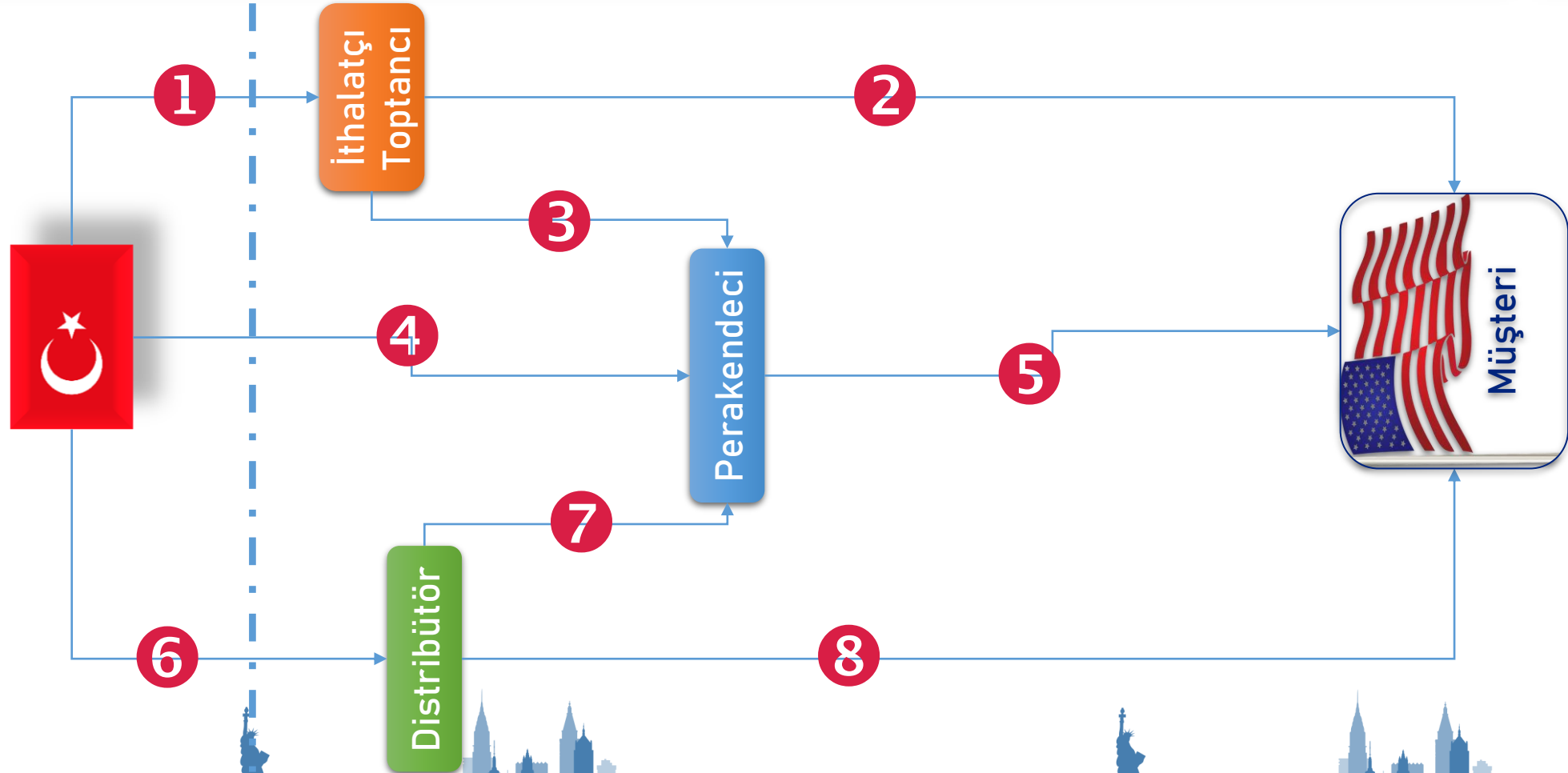
Covid-19 salgını tüm perakende sektörünü ve dağıtım kanallarını çok şiddetli ve kısmen onarılamaz biçimde yaralamıştır. Çoğu perakendeci faaliyetlerini durdurmuş, çoğu ise büyük ciro kayıpları ile devam etmektedir. Bir çok marka ise çıkış yolu aramaktadır. Bu anlamı ile pazarda talebin daha hızlı hareket eden, çevik ve göre daha küçük perakendeci ve markalara doğru evirileceği öngörülmektedir.

Pazarda oluşan kısmi boşluklar ise farklı giriş yöntemleri arayan ihracatçılar için bulunmaz fırsatlar olarak değerlendirilmelidir.

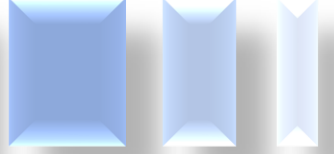
Bu dönemde dağıtım ve online satış kabiliyeti ile doğru ürün karmasına sahip ihracatçıların çok büyük olan pazardan pay alması işten değildir.



Pazara Erişim ve Kar Marjları



Pazara Erişim ve Kar Marjları



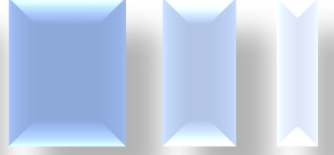
ABD pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

Pazara erişim yolu 1: İhracatçı >Doğrudan Dağıtım> Müşteri ①②

ABD'de lojistik hizmeti sağlayan tedarik zinciri şirketleri ve e-pazaryerleri vasıtası ile doğrudan ürünleri pazarlamak mümkündür. Bu sistemin avantajı, kar marjının yüksek olması, müşteriye doğrudan erişim ve uzun vadede marka algı ve bilinirliğini oluşturmaktır. Dezavantajları ile mamul stok risklerini taşımak, yüksek operasyonel giderler, geniş bir pazarlama kadrosu istihdamı gereksinimidir.



Pazara Erişim ve Kar Marjları



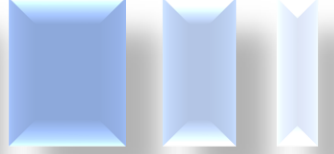
ABD pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

Pazara erişim yolu 2: İhracatçı > Perakendeci > Müşteri ①③⑤

ABD'de bir fiil faaliyet gösteren bir doğrudan dağıtım merkezi ile anahtar müşteriler olan marka yöneten şirketler ve perakendecilere erişmek mümkündür. Sistemin en büyük avantajı marka yöneten şirketler nezdinde temsilci bulundurma, stok taşımadan kaynaklı hızlı teslimat avantajıdır. Dezavantajı ile yüksek stoklar ile çalışma, stok risklerini üzerinde tutma ve yüksek operasyonel giderlerdir.



Pazara Erişim ve Kar Marjları



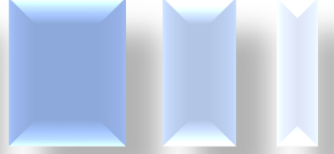
ABD pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

Pazara erişim yolu 3: İhracatçı > Perakendeci > Müşteri ④ ⑤

İhracatçının ABD'de yerleşik büyük perakendeci ve markalara ihracat yoluyla satış yaptığı genellikle en çok uygulanan yöntemdir. Avantajları, düşük operasyonel maliyetler, stok riskinin alıcıya ait olması gibi unsurlarken dezavantajları Pazar penetrasyonunun sağlanamaması, dağıtım kanalı hakimiyetinin yitirilmesi ve görece düşük kar marjlarıdır.



Pazara Erişim ve Kar Marjları



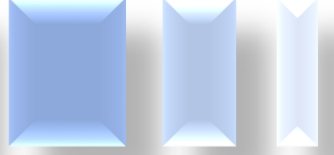
ABD pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

Pazara erişim yolu 4: İhracatçı > Temsilcilik Ofisi > Perakendeci > Müşteri ⑥⑦⑤

İhracatçının ABD'de küçük bir temsilcilik ofisi ile stok bulundurma da dağıtım yükümlülüklerine girmeksizin büyük perakendecilere ve diğer kanal oyuncularına satış / pazarlama yapmasıdır. Göreceli olarak en avantajlı seçenek gibi gözükmemektedir. Avantajları müşteriye yakınlık, hızlı iletişim ve pazardaki rekabet hakkında ilk elden bilgi edinme imkanıdır. Dezavantajları ise ihracat nazaran bir nebze yüksek personel gideridir.



Pazara Erişim ve Kar Marjları



Ülkede perakendecilerin uygulamış oldukları perakende kar marjları hesaplamasında 2,3 ila 2,7 arası çarpanlar kullanılmaktadır. Bu çarpan bazı ürünlerde 2,9'a kadar çıkmaktadır.

Bununla beraber, COVID19 ile birlikte satışlarını hızlandırmak isteyen bazı perakendecilerin özellikle hızlı dönen konfeksiyon ürünlerinde kar marjlarını 1,80 seviyesine çektikleri de gözlenmiştir.

Bu raporunun ekinde yer alan fiyat trendleri ülkedeki perakende fiyatlarının seyri hakkında ihracatçılara doyurucu bilgiler sunacaktır.



Pazardaki Etkinlikler

apparel sourcing
USA

Düzenlenme Tari: 20-22 Temmuz 2021
Konum : New York
Ziyaretçi Sayısı : 5.300
Katılımcı Sayısı : 240
Web Sitesi : <https://apparel-sourcing-usa.us.messefrankfurt.com/new->

ABD'nin önemli hazır giyim tedarik fuarlarından birisidir. 9 ülkeden katılımcının ürün sergilediği etkinlik profesyonel tedarik fuarı niteliğindedir.

MRKET

Düzenlenme Tari: 19-21 Şubat 2021
Konum : New York
Ziyaretçi Sayısı : 5.268
Katılımcı Sayısı : 73.849
Web Sitesi : <https://www.projectfashionevents.com/en/home.html>

New York'da erkek modasına yönelik olarak yılda iki kez düzenlenen önemli bir etkinliktir. İstatistikler organizatörün düzenlediği tüm fuarlar için verilmiş istatistiklerdir.

WWD MAGIC

Düzenlenme Tari: 9-11 Ağustos 2021
Konum : Las Vegas
Ziyaretçi Sayısı : 5.268
Katılımcı Sayısı : 73.849
Web Sitesi : <https://www.magicfashionevents.com/en/home.html#gref>

Las Vegas'ta düzenlenen ve kadın modasına yönelik yılda iki kez tekrarlanan önemli bir moda etkinliğidir. İstatistikler organizatörün düzenlediği tüm fuarlar için verilmiş istatistiklerdir.

New York Fashion Week
Menswear

Düzenlenme Tari: 12-13 Şubat 2021
Konum : New York
Ziyaretçi Sayısı :
Katılımcı Sayısı :
Web Sitesi : <http://www.cfda.com/>

New York moda haftası kapsamında Amerikan Tasarımcılar Derneği tarafından düzenlenen prestijli bir etkinliktir.

MAGIC MENS

Düzenlenme Tari: 9-11 Ağustos 2021
Konum : Las Vegas
Ziyaretçi Sayısı : 5.268
Katılımcı Sayısı : 73.849
Web Sitesi : <https://www.magicfashionevents.com/en/home.html#gref>

Las Vegas'ta düzenlenen ve erkek modasına yönelik yılda iki kez tekrarlanan önemli bir moda etkinliğidir. İstatistikler organizatörün düzenlediği tüm fuarlar için verilmiş istatistiklerdir.

WWIN
WOMENSWEAR IN NEVADA

Düzenlenme Tari: 9-11 Şubat 2021
Konum : Orlanda
Ziyaretçi Sayısı : 7.000
Katılımcı Sayısı : 500
Web Sitesi : <http://www.wwinshow.com/440/wwin-home.htm>

Las Vegas'ta düzenlenen ve kadın modasına yönelik yılda iki kez tekrarlanan önemli bir moda etkinliğidir. İstatistikler organizatörün düzenlediği tüm fuarlar için verilmiş istatistiklerdir.

Bilgi Kaynakları



AnnualReports.com

<http://www.annualreports.com/>

Onbinlerce işletmeye ait ciro, satılan malın maliyeti, işletme stratejisi ve büyüme planları gibi bilgileri içeren faaliyet raporlarına erişilebilecek bir site.



<https://aaei.org/trade-tools/>

Amerikan ihracatçı ve ithalatçılar derneği ihracat ve ithalat ile ilgili sorunlarını çözmek isteyen firmaların üye olduğu saygın ve önemli bir dernektir.



<http://www.hoovers.com/>

ABD yerleşik şirketlerin ticari, sınai ve mali bilgilerine erişmeye imkan veren bir arama motorudur. Şirketlerin ciro bilgilerinden mali yapılarına ayrıntılı arama yapmaya izin vermektedir.



<https://cfda.com/>

ABD'de bulunan hemen bütün moda tasarımcılarının üye olduğu bir dernektir. Aynı zamanda ABD'de üretim yapan hazır giyim üreticilerinin listesini içeren bir portale de



<https://apparelmag.com/>

ABD Hazır giyim sektöründeki gelişmeler, müşteri trendleri ve diğer haberlere ulaşılabilecek faydalı bir haber sitesidir.



<https://www.aisaship.com/>

İthalat yüklemeciler derneği, özellikle ABD'de yerleşik ithalatçılara üyeleri vasıtası ile indirimli tarife ve lojistik destek sunabilmektedir.

Bilgi Kaynakları



<https://www.usfashionindustry.com>

Amerikan moda sanayi derneği moda sektörü ile ilgili kuurm ve kuruluşları bir araya getiren bir iş destek kuruluşudur.



<https://nrf.com/>

ABD'deki perakende sektörünü temsil eden sivil toplum kuruluşudur.Sektördeki düzenlemeler, gelişmeler ve eğilimler ile ilgili bilgiler sunmaktadır.



<https://www.trade.gov/trade-data-analysis>

Eyaletler ve daha küçük birimler bazında ABD'nin yapmış olduğu ithalat ve ihracatın ürün grupları bazında detayının incelenebileceği bir istatistik



<https://asiasociety.org/mapping-nation>

ABD'nin ekonomik ve sosyal yapısı ile ilgili faydalı bilgilerin haritalandırılabilceği ve bölgeler bazında ayrıntı ile incelenebileceği yararlı



<https://www.usa.gov/import-export>

ABD'ye ithalat ve ihracat yapmak için gerekli prosedürlerin anlatıldığı resmi bir websitesidir.

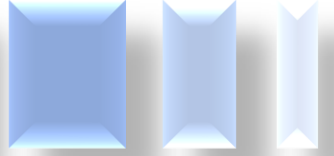


<https://www.directoryofassociations.com/>

ABD'de bulunan derneklerin ayrıntılı iletişim bilgilerinin yer aldığı bir websitesidir. Özellikle iş ilişkilerini geliştirmek için faydalı bir kaynaktır.



Bilgi Kaynakları



Dialog Solutions

<https://dialog.com/>
Google ve benzeri arama araçlarının ulaştığı bilginin 50 katından fazla bilgiye erişime izin veren bir ticari istihbarat aracıdır. Derin internet araştırmasına

dun & bradstreet

<https://www.dnb.com/>
ABD yerleşik şirketlerin ticari, sınai ve mali bilgilerine erişmeye imkan veren bir arama motorudur. Şirketlerin ciro bilgilerinden mali yapılarına ayrıntılı arama yapmaya izin vermektedir.

sbt dc
Your business. Better.

<http://www.sbt dc.org/resources/online-marketing-resources/#stat>
İşletmelere faydalı online bilgi kaynaklarının listesinin yayınlandığı faydalı bir online bilgi kaynağı kataloğudur.

aytm

<https://aytm.com/>
ABD'de tüketici ve alıcı beklentilerini öğrenmeye yönelik Pazar araştırmaları yürütmeye yarayan bir online Pazar araştırması aracıdır.



<http://www.uamr.com/about.html>
ABD'de bulunan ticari aracılık hizmeti veren komisyoncuların üye olduğu profesyonel bir dernektir. Acenta bulmak isteyen ihracatçılar için faydalıdır.

experian™

<https://www.experian.com/>
Kredi sigortalaması da dahil olmak üzere, işletmelerin kredi risk durumlarına ilişkin bilgi ve rapor sağlayan bir kurumdur.



Bilgi Kaynakları



<https://creditanalytics.capitaliq.com/>
Standart&Poors'un CAPITAL IQ isimli uygulaması şirketler hakkında kapsamlı, ticari ve mali bilgi sağlamakta, kredi değerlendirme raporları üretmektedir.



<https://www.aaacredit.net/price-list>
Nispeten daha küçük, bununla beraber daha ekonomik çözümler sunan bir kredi derecelendirme bilgisi ve firma ticari bilgisi sağlayıcısıdır.



<https://www.equifax.com/business/>
Kredi derecelendirme ve firma bilgisi sağlayan bir derecelendirme ve firma istihbarat şirketidir.



<https://www.transunion.com/business>
Kredi derecelendirme kuruluşudur. İşletmeler için kredi derecelendirme raporları yayınlamaktadır.

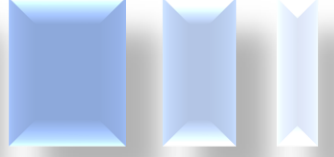


<https://risk.lexisnexis.com/>
Ticari istihbarat ve kredi risk değerlendirmesi hizmetleri sunan bir kuruluştur. Merkezi NYC'dir.



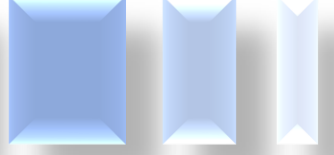
<https://rafa.moodyanalytics.com/riskcalc>
Şirket, özel şirketlerin risk değerlendirme ihtiyaçlarına cevap verecek kalitede risk değerlendirme analizleri olan platformlar sunmaktadır.

İçindekiler



I.	Metodoloji	5
II.	Makro Ekonomik Durum	10
1.	Ülkenin Genel Ekonomik Durumu	12
2.	Risk Profili	18
a.	COVID19'un Olası Etkileri	23
3.	Nüfus ve Demografi	32
4.	Bölgesel, Sektörel Ekonomik Durum	34
III.	Yasal Düzenlemeler	44
IV.	Pazar Dinamikleri ve Rekabet	51
V.	Sektörel Trendler	77
VI.	Satış ve Dağıtım Kanalları	91
VII.	Ekler	109

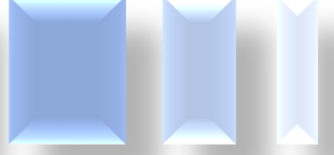
Kısaltmalar



ABD	Amerika Birleşik Devletleri
BLS	Bureau of Labour Statistics – İşgücü İstatistikleri Bürosu
COFACE	Compagnie Française d'Assurance pour le Commerce Extérieur – Fransız Dış Ticaret Sigorta Şirketi
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü
FAA	Amerikan Federal Havacılık ve Uzay Dairesi
FRED	Federal Reserve Economic Data – Merkez Bankası Ekonomi İstatistikleri
GTIP	Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu
IMF	International Monetary Fund – Uluslararası Para Fonu
SEC	Security and Exchange Commission – Menkul Değerler Komisyonu
UPS	United Parcel Services – ABD'li bir posta şirketidir.
WB	World Bank – Dünya Bankası
YBBO	Yıllık Bileşik Büyüme Oranı



Kaynakça



<https://fred.stlouisfed.org/>

<https://www.cbp.gov/>

<https://www.bls.gov/>

<https://knoema.com/>

<https://www.census.gov/>

<https://www.imf.org/en/Home>

<https://www.theglobaleconomy.com/>

<https://data.worldbank.org/>

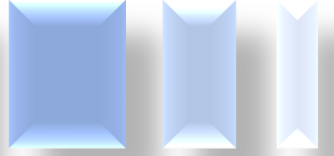
<https://www.naics.com/search/>

<https://www.usitc.gov/>

Sektör temsilcileri ile gerçekleştirilen görüşmeler, halka açık şirketlerin yıllık faaliyet raporları ve yatırımcı sunumları, sektörel yayınlar ve istatistikler derlenmiş ve yorumlanmıştır.



Ekler



EK_1_Corap_Gumruk_Tarifeleri_2021



EK_2_2021_ABD_Corap_Potansiyel_Alici_Listesi



EK_3_2021_ABD_Perakende_Corap_Fiyatlari



EK_4_2021_ABD_Corap_Ilk_On



TEŞEKKÜRLER

İSTANBUL

Namık Kemal Mahallesi
112 Sokak
No:38/4
Esenyurt

İZMİR

Yenigün Mahallesi
Fevzipaşa Bulvarı
No:146/803
Konak

www.zobu-consulting.com
info@zobu-consulting.com