



AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ

Ülke Raporu

Gömlük. Haziran 2019

Bu pazar araştırma raporu



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



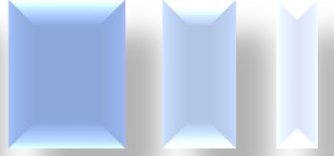
2011-1 Sayılı Pazar Araştırması ve
Pazara Giriş Desteği Hakkında
Tebliği kapsamında hazırlanmıştır.



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 IHKİB'e aittir. Raporda 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.

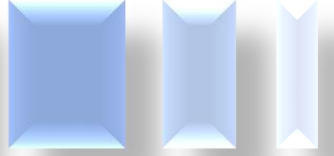
İçindekiler



	Sayfa		Sayfa
▪ Metodoloji	5	▪ Pazar Büyüklüğü ve Yönü	31
▪ Genel Bakış	6	▪ Trendler	34
▪ Gündelik Yaşam	9	▪ Satış ve Dağıtım Kanalları	45
▪ İş Yapma Kolaylığı	13	▪ Pazara Erişim ve Kar Marjları	55
▪ Dış Ticaret	17	▪ Pazardaki Etkinlikler	61
▪ Üretim	26	▪ Bilgi Kaynakları	62
▪ Olası Yerel Rakipler	27	▪ Kısaltmalar	64
▪ Ekonomi	28		
▪ Toptan ve Perakende Ticaret	30		



Metodoloji



2018 yılı sonu itibarıyla A.B.D.'nin yapmış olduğu toplam gömlek ithalatının % 1 gibi çok düşük bir oranını karşılayan Türk ihracatçıların bu ülkeye yönelik ihracatını artırmak için pazar bilgilerini derinleştirmek amacıyla hazırlanmış olan bu Pazar Araştırması Raporu

- Birincil bilgi kaynakları

A.B.D.'de sektöre yön veren az sayıda oyuncu ile yapılmış olan mülakatlar...

- İkincil bilgi kaynakları ve

Sektöre yön veren şirketlerin faaliyet raporları, mali tabloları, sektörel dergi ve yayınlar...

- Büyük veri

Perakende ticaret, dış ticaret, genel ekonomi alanlarında derlenen fiyat, pazar büyüklüğü, ticaret, ihracat, ithalata yönelik günlük, haftalık, aylık, yıllık periyotlarda zaman serisine sahip çok sayıda (istatistik kurumları, zincir mağaza kasa raporları, konşimento kayıtları, diğer büyük veri kaynakları) verilerin

derlenmesi, analizi ve yorumlanması yoluyla hazırlanmıştır.



Genel Bakış



ABD , Dünyanın en büyük ekonomisidir.

1

Amerika ekonomisi 2019 yılı tahminlerine göre 5,3 Trilyon ABD Doları büyüklüğündedir.

5,3

Türkiye'nin 11 katından büyük küçük yüzölçümü olan ülkenin nüfusu 327 Milyon kişidir .

327

Kişi başına G.S.M.H. 59.929 ABD Dolarıdır.

60

2019

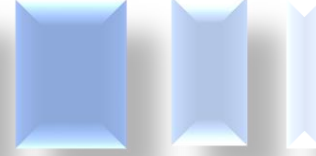
Tüketici fiyat enflasyonu %2,1 seviyesindedir.

2,1

İşsizlik oranı %3,9 seviyesindedir.

3,9

Genel Bakış



Amerika Birleşik Devletleri

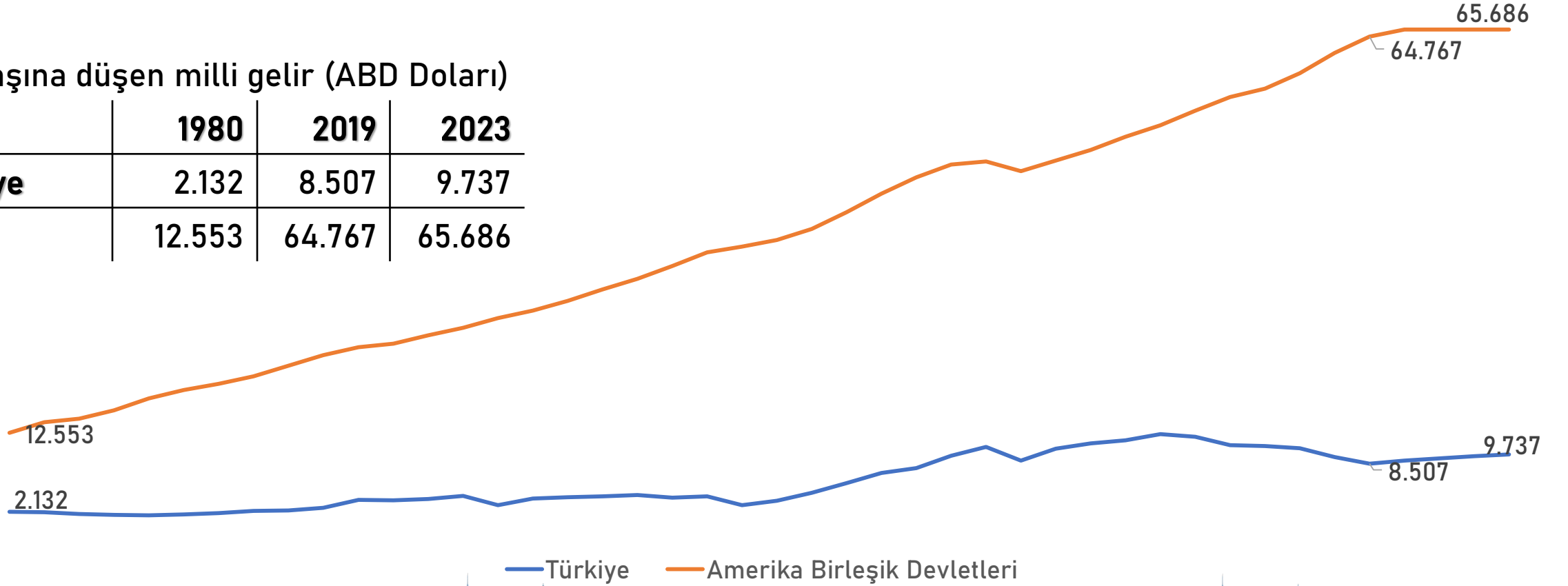
- Bağımsızlığını ilan ettikten sonraki dönemde sürekli büyüyen ve küresel bir ekonomik-askeri güç olan ülke tarihinde 1860'ların başında yaşanan iç savaş ve 1930'lardaki ekonomik buhran etki bırakan travmalar olarak hayata sinmiştir.
- Ülke nüfusunun % 80'i İngilizce konuşurken hemen hemen % 18'lik bir bölümünün ana dili İspanyolcadır.
- Federal bir cumhuriyet ABD, başkanlık sistemi ile yönetilmekte olup, dünyada bu sistemin en başarılı olduğu ülkedir. Bu başarının altında devlet yapısının hiyerarşik biçimde değil, gevşek şebeke biçiminde örgütlenmesi ve federatif yapı bulunmaktadır.
- Çin'in son 40 yıldır göstermiş olduğu olağan üstü ekonomik, askeri ve teknolojik büyümeye karşın ABD son yüzyıldır bu alanlarda liderliğini korumayı başarmıştır.
- Dünyanın en gelişmiş serbest piyasa ekonomilerinin başında gelen ülke, hür teşebbüs, fikri mülki haklara saygı ve finansal araçların zenginliği açısından girişimciler ve yenilikçilik için geçmişten bugüne cazibe merkezi olmayı başarmış, bu sayede ekonomik, teknolojik ve askeri gücünü korumayı sürdürmüştür.
- Ülkenin nüfus açısından en büyük şehirleri sırasıyla New York (8,6 milyon), Los Angeles (6 milyon), Chicago (2,7 milyon), Houston (2,4 milyon), Phoenix (1,7 milyon) ve Philadelphia'dır (1,6 Milyon). (2018)

Genel Bakış



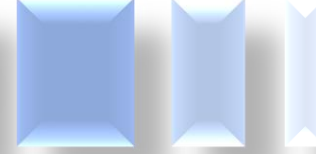
Kişibaşına düşen milli gelir (ABD Doları)

	1980	2019	2023
Türkiye	2.132	8.507	9.737
ABD	12.553	64.767	65.686



Kaynak: <http://www.imf.org/en/data>

Gündelik Yaşam ve Fiyatlar



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

(1 Haziran 2019)

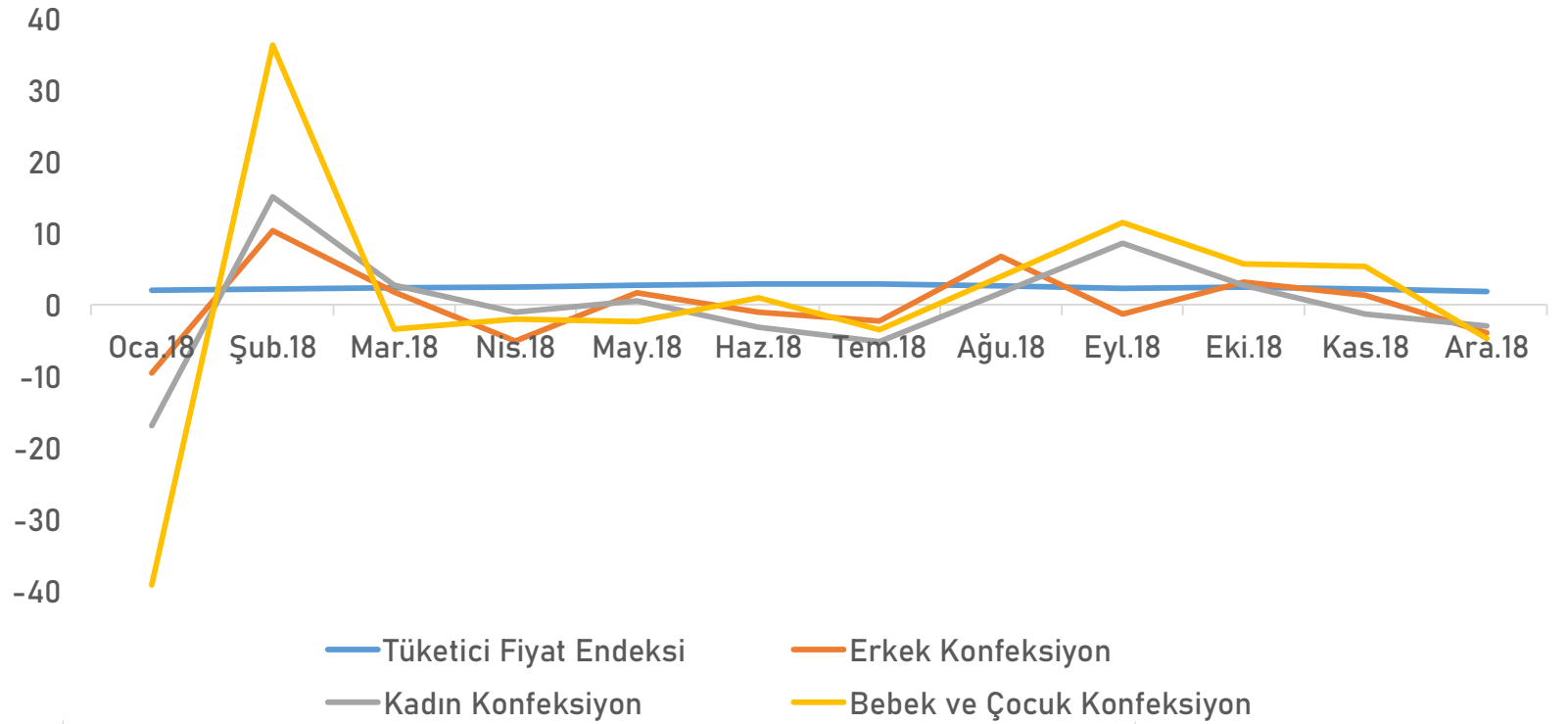
	İSTANBUL	NEW YORK
2 kişi- 3 kap yemek, orta sınıf restoranda	100,00 TL	467,02 TL
Su (0,33 Litre)	1,57 TL	13,27 TL
Coca-Cola/Pepsi (0,33 Litre)	4,18 TL	11,87 TL
Benzin (1 Litre)	6,50 TL	4,67 TL
Süt (1 Litre)	4,34 TL	6,65 TL
Domates (1 Kg)	6,68 TL	35,27 TL
Taksi (1 Km)	2,50 TL	11,79 TL
Peynir (1 Kg)	30,67 TL	92,32 TL
Kira - 3 yatak odalı apartman dairesi, şehir merkezinde	3.592,43 TL	38.367,21 TL
Aylık ortalama ücret	2.696,53 TL	28.104,81 TL

Gündelik Yaşam ve Fiyatlar



- Tüketici fiyat endeksi Ocak-Aralık 2018 döneminde yıllık ortalama % 2,1 artmıştır.
- Aynı dönemde sırasıyla bebe ve çocuk konfeksiyon fiyatları aylık ortalama % 0,74 erkek konfeksiyon fiyatları aylık ortalama % 0,2 ve kadın konfeksiyon fiyatları aylık ortalama % 0,11 oranında artmıştır.

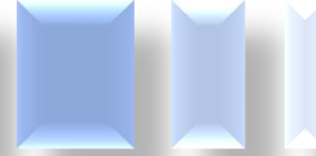
Fiyat Değişimleri
Ocak 2018 - Aralık 2018



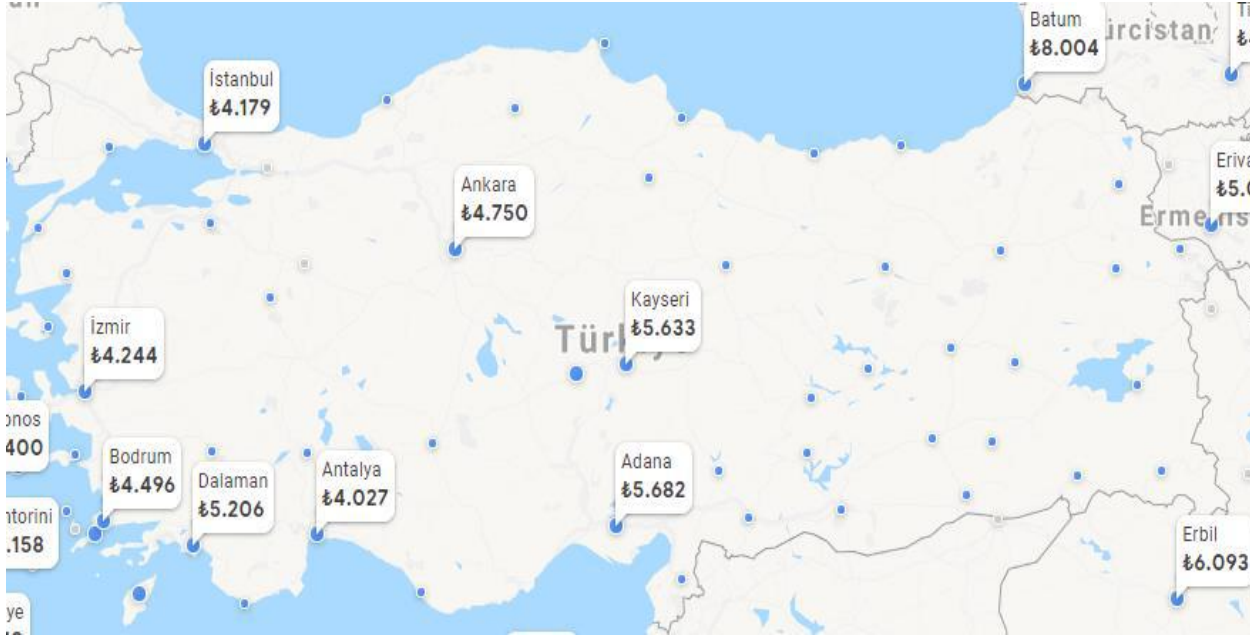
Kaynak: BLS



Gündelik Yaşam ve Seyahat



Türkiye'deki 1 havalimanı ile ABD'deki 9 havalimanı arasında direkt tarifeli ve 216 havalimanına aktarmalı karşılıklı uçuşlar bulunmaktadır. Bununla birlikte, ABD ile Türkiye arasında gerçekleştirilen uçuşların yarısından çoğu New York'ta bulunan JFK ile İstanbul'da bulunan Atatürk Havalimanları arasında olmuştur (OAG, 2017).



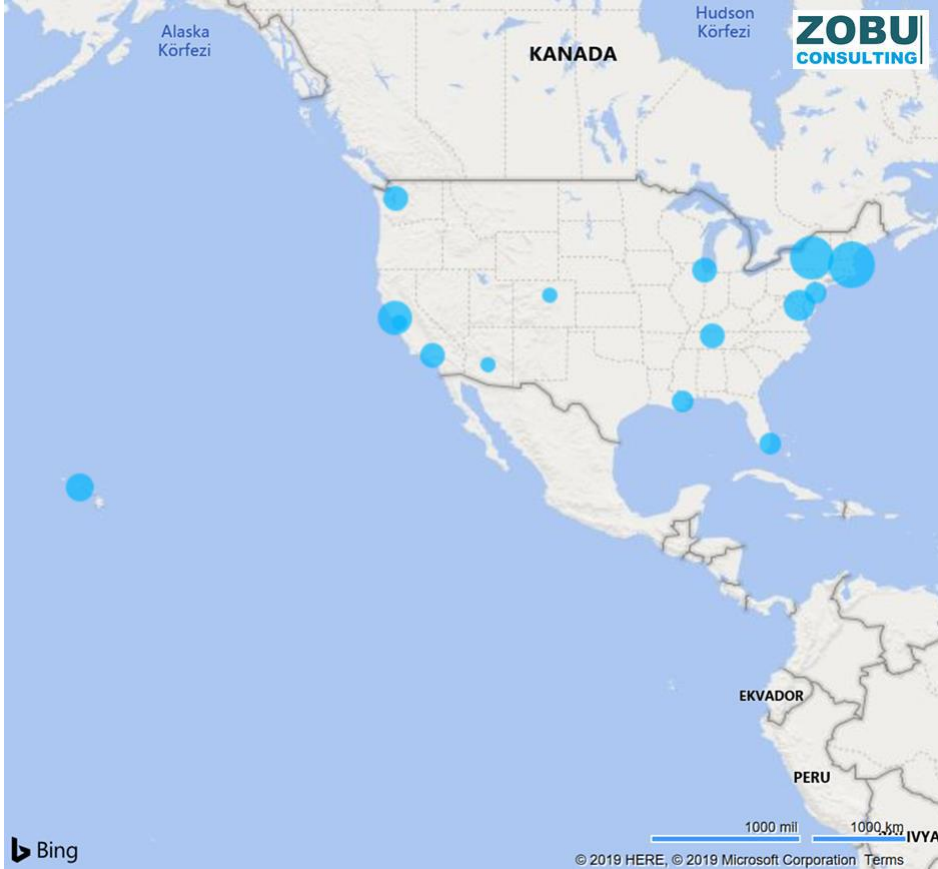
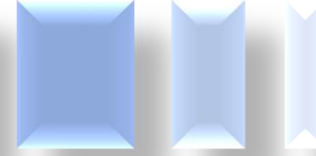
Türkiye ile ABD arasında direkt uçuş gerçekleştiren havayolu şirketleri;



*ABD yönüne ekonomi sınıf, gidiş dönüş bilet fiyatları
(01.06.2019)*



Gündelik Yaşam ve Seyahat



Ortalama OK gecelik konaklama ücretleri, ABD Doları, 2018

Boston	273	Seattle	201
New York	263	New Orleans	197
San Fransisco	236	Miami	194
Washington DC	223	Philadelphia	194
Honolulu	221	San Jose	179
Chicago	205	Scottsdale	173
Nashville	203	Denver	171
Los Angeles	202		

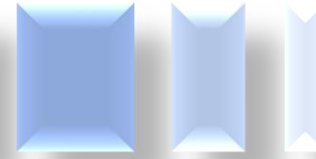
ABD Ortalaması
büyük şehir ortalaması

240

Kaynak: Medium



İş Yapma Kolaylığı



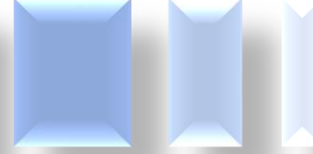
İTHALATIN BASİTLİĞİ (WB)

Gösterge	ABD	Türkiye	OECD Ortalaması
İthalat için geçen ortalama süre (Saat)	2	11	8,5
İthalatın maliyeti (Dokümantasyon, ABD Doları)	175	46	100,2

Dünya Bankası'nın iş yapma kolaylığı endeksine göre 190 ülke arasında 2019 yılı itibariyle 8'nci 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. (Not: Türkiye aynı endekse göre 190 ülke arasında 43'ncü sırada yer almaktadır).



İş Yapma Kolaylığı



• 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.

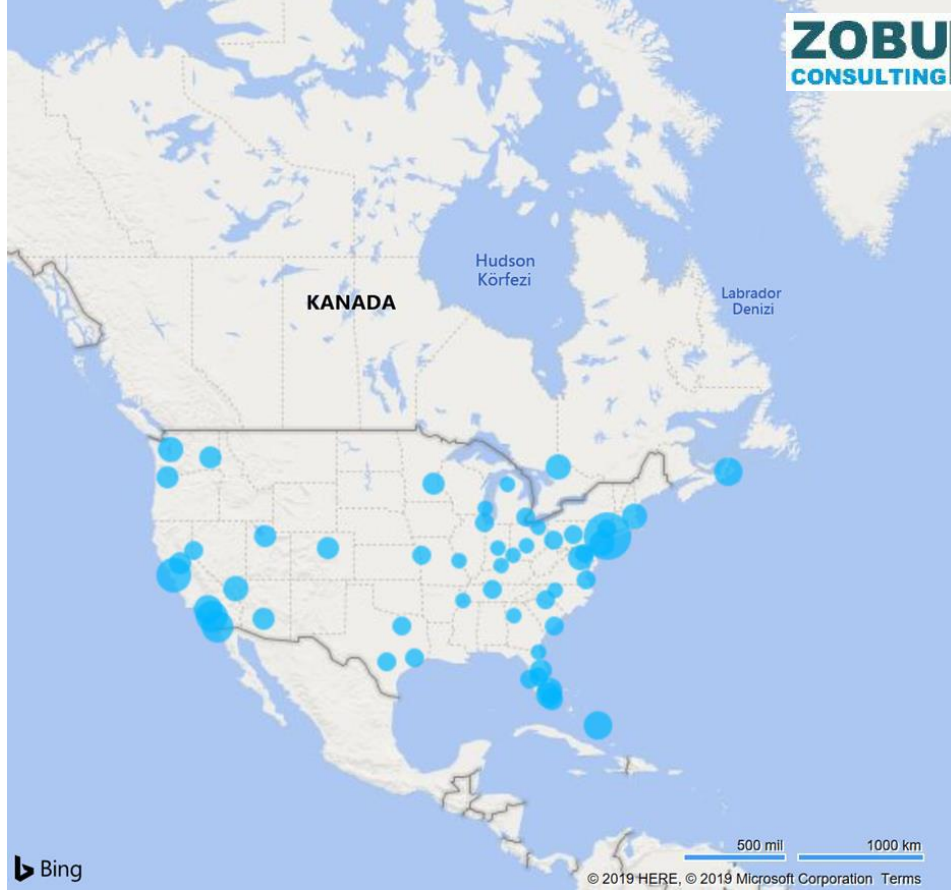
Yüksek teknoloji kullanımı ve yenilikçi lojistik çözümleri ürünlerin hızlı ve hatasız bir biçimde tüketiciye ulaştırılmasına imkan veren görece ekonomik ve verimli bir lojistik sisteminin ülke çapında gelişmesine yardımcı olmaktadır.

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



İş Yapma Kolaylığı

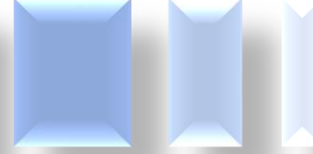
Ülke Raporu: A.B.D.



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		

İş Yapma Kolaylığı



• Nakliye



İstanbul-New York arası
Yaklaşık 2-3 gün

50 kg ağırlığında, 50 cm x 50 cm x 50 cm
ölçülerinde bir yük için 422 \$ - 467 \$



--

--



İstanbul-New York arası yaklaşık 25-32
gün,

20'lik konteyner 1.411 \$ - 1.560 \$, parsiyel yük
olması durumunda 5 Ton 5 m³ bir yük için
745 \$ - 750 \$

01.06.2019 tarihi itibarıyla



G.T.I.P

4 ve 6 Basamaklı Gümrük Tarife İstatistik Kodları



TRADEMAP

Zaman serisi ve ülke bazlı ithalat ve ihracat verileri

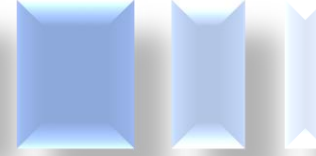


UZMAN HESAPLAMALARI

G.T.I.P. Özelinde zaman serisi ve ülke bazlı veri analizi



Gömlek için Fırsatlar



Bu bölümde gömlek imalatı sektöründe faaliyet gösteren firmalar açısından ABD pazarlarının sunmuş olduğu fırsatlar ortaya konulmaktadır. Söz konusu fırsatlar aşağıda sıralanmış olan G.T.İ.P. Kodları bazında ve bu G.T.İ.P kodlarından yola çıkılarak analiz edilmiştir.



61.05

61.06

62.05

62.06

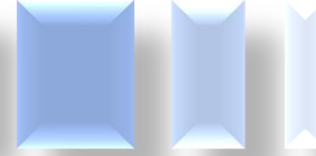


Ayrıntılı açıklamalar için Türk Gümrük Tarife Cetvelini incelemek yeterli olacaktır.



Gömlek için Fırsatlar

Ülke Raporu: A.B.D.



Ürün Grupları Bazında Gömlek İthalatı ABD, % 2018

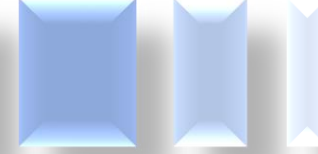


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA İTHALAT, x 1.000 ABD Doları	2016	2017	2018	CAGR
Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler (örme veya kroşe)	2.062.285	2.030.598	2.033.709	-3,75%
Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler, gömlek-bluzlar (örme veya kroşe)	808.678	862.768	765.608	-7,65%
Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler:	3.668.389	3.392.982	3.507.299	-4,66%
Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler ve gömlek-bluzlar:	2.846.774	2.693.622	2.673.080	0,82%
TOPLAM	9.386.126	8.979.970	8.979.696	-3,19%

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TÜRKİYE'DEN YAPILAN İTHALAT, x 1.000 ABD Doları	2016	2017	2018	CAGR
Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler (örme veya kroşe)	5.841	5.186	5.051	4,44%
Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler, gömlek-bluzlar (örme veya kroşe)	9.802	11.871	12.725	6,15%
Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler:	19.432	26.915	28.611	40,44%
Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler ve gömlek-bluzlar:	44.916	44.227	40.308	-4,81%
TOPLAM	79.991	88.199	86.695	7,58%

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TÜRKİYE'DEN YAPILAN İTHALAT,	2016	2017	2018	CAGR
Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler (örme veya kroşe)	0,3%	0,3%	0,2%	8,51%
Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler, gömlek-bluzlar (örme veya kroşe)	1,2%	1,4%	1,7%	14,95%
Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler:	0,5%	0,8%	0,8%	47,30%
Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler ve gömlek-bluzlar:	1,6%	1,6%	1,5%	-5,58%
TOPLAM	0,9%	1,0%	1,0%	11,12%

Dış Ticaret (x 1.000 \$)



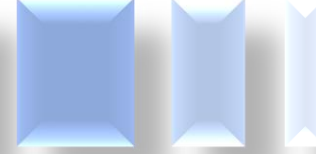
ABD'nin gömlek ithalatı son beş yıllık dönemde yıllık ortalama % 1,6 bileşik büyüme oranı ile azalmıştır. İthalatı en büyük ürün grupları sırasıyla erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler ve kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler ve gömlek-bluzlardır. Hemen tüm ürün gruplarının genel olarak ithalatlarında durgunluk ve düşüşler gözlenmektedir. Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat ise ülkenin yaptığı toplam ithalatın büyüme oranına ters bir biçimde yıllık ortalama % 11,1 gibi büyük bir oranda artmıştır. Bununla birlikte Türkiye 2018 yılında toplam 86,7 Milyon ABD Doları ihracatla ABD'nin ithalatının sadece % 1 gibi çok düşük bir oranını karşılamayı başarabilmiştir.

	ABD						KÜRESEL						
	İhracat, x 1.000 ABD \$, 2018	İhracatta Değişim, 2014- 2018, %	İthalat, x 1.000 ABD \$, 2018	İthalatta Değişim, 2014- 2018, %	Dış Ticaret Hacmi, x 1.000 ABD \$, 2018	Dış Ticaret Dengesi, x 1.000 ABD \$, 2018	Küresel İhracat içindeki Payı (%)	Küresel İthalat içindeki Payı (%)	İhracat, x 1.000 ABD \$, 2018	İhracatta Değişim, 2014- 2018, %	İthalat, x 1.000 ABD \$, 2018	İthalatta Değişim, 2014- 2018, %	Dış Ticaret Hacmi, x 1.000 ABD \$, 2018
Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler (örme veya kroşe)	98.779	2,27%	2.033.709	-1,89%	2.132.488	-2.033.709	1,15%	24,78%	8.598.705	-0,93%	8.206.901	-0,38%	16.805.606
Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler, gömlek-bluzlar (örme veya kroşe)	76.826	-4,44%	765.608	-3,90%	842.434	-765.608	1,71%	15,90%	4.505.017	-5,86%	4.814.014	-6,08%	9.319.031
Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler:	125.897	-1,15%	3.507.299	-2,36%	3.633.196	-3.507.299	0,84%	25,08%	14.935.181	-2,08%	13.982.513	-3,21%	28.917.694
Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler ve gömlek-bluzlar:	184.509	-3,00%	2.673.080	0,41%	2.857.589	-2.673.080	1,34%	17,17%	13.764.630	-0,23%	15.564.354	0,15%	29.328.984
Toplam	486.011	-1,80%	8.979.696	-1,61%	9.465.707	-8.979.696	1,16%	21,10%	41.803.533	-1,71%	42.567.782	-1,88%	84.371.315

KAYNAK: Census, Trademap, Periskop Hesaplamaları



Dış Ticaret (x 1.000 \$)



6105

6106

6205

6206

GTIP Açıklama	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR
Gömlek İhracatı	522.668	608.335	480.741	491.909	486.011	-1,80%
'6105 Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler	90.304	114.063	105.689	101.413	98.779	2,27%
'6106 Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler, gömlek -bluzlar	92.117	94.253	70.282	88.455	76.826	-4,44%
'6205 Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler: Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler ve gömlek-	131.845	153.273	145.543	118.990	125.897	-1,15%
'6206 bluzlar:	208.402	246.746	159.227	183.051	184.509	-3,00%

GTIP Açıklama	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR
Gömlek İthalatı	9.581.493	9.769.095	9.386.126	8.979.970	8.979.696	-1,61%
'6105 Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler	2.195.440	2.234.182	2.062.285	2.030.598	2.033.709	-1,89%
'6106 Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler, gömlek -bluzlar	897.765	886.004	808.678	862.768	765.608	3,90%
'6205 Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler: Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler ve gömlek-	5	3.865.058	3.668.389	3.392.982	3.507.299	2,36%
'6206 bluzlar:	2.629.763	2.783.851	2.846.774	2.693.622	2.673.080	0,41%

DIŞ TİCARET, 2018, x 1.000 ABD Doları

İTHALAT	İHRACAT	REEXPORT
8.979.696	486.011	254.155

8,9 Milyar ABD Doları civarındaki dış ticaret hacmi ile dünyanın en büyük gömlek ithalatçısı konumundaki ABD'nin gömlek ticareti dış ticaret açığı veren bir alt ürün grubu görünümündedir.

Ülkenin gömlek reexport tutarı 254,1 Milyon ABD Doları ile neredeyse ülke ihracatının % 50'si oranına ulaşmıştır. GTİP kodları bazında reexport tutarları ilerleyen bölümlerde gösterilmiştir.

KAYNAK: Census, Trademap, Periskop Hesaplamaları



Dış Ticaret (x 1.000 \$)

Ülke Raporu: A.B.D.

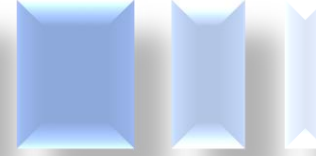
6105

DIŞ TİCARET, 2018, x 1.000 ABD
Doları

İthalat	İhracat	Reexport
2.033.709	98.779	47.368

TEDARİKÇİ ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İthalatı	2.195.440	2.234.182	2.062.285	2.030.598	2.033.709	-1,9%	100,0%
Vietnam	430.777	495.390	487.819	519.406	518.238	4,7%	25,5%
Çin	335.529	339.076	267.373	243.304	250.364	-7,1%	12,3%
Hindistan	196.844	202.415	209.547	202.908	210.758	1,7%	10,4%
Peru	116.590	109.620	102.614	109.813	115.559	-0,2%	5,7%
Endonezya	172.608	159.888	160.993	133.912	109.973	-10,7%	5,4%
Ürdün	91.529	114.721	96.906	103.701	106.923	4,0%	5,3%
Bangladeş	90.238	83.837	70.684	77.557	81.379	-2,6%	4,0%
Pakistan	142.879	130.712	101.256	86.701	80.090	-13,5%	3,9%
Kamboçya	76.242	66.782	61.451	63.322	65.986	-3,5%	3,2%
Sri Lanka	52.402	61.636	45.812	54.718	63.467	4,9%	3,1%
Türkiye	11.293	11.110	9.802	11.871	12.725	3,0%	0,6%
Diğer Ülkeler	478.509	458.995	448.028	423.385	418.247	-3,3%	20,6%

KAYNAK: Census, Trademap, Periskop Hesaplamaları



ALICI ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İhracatı	90.304	114.063	105.689	101.413	98.779	2,3%	100,0%
Kanada	26.278	32.669	31.470	36.889	28.541	2,1%	28,9%
Meksika	15.059	25.743	27.653	26.242	27.439	16,2%	27,8%
Sri Lanka	0	0	0	2.326	6.012	0,0%	6,1%
Avustralya	1.918	2.808	3.186	2.664	5.986	32,9%	6,1%
Japonya	14.756	12.678	9.165	4.968	4.428	-26,0%	4,5%
G. Kore	7.020	8.230	4.342	3.021	3.000	-19,1%	3,0%
İngiltere	2.774	4.267	3.153	3.576	2.422	-3,3%	2,5%
Y. Zelanda	1.009	768	618	796	1.666	13,4%	1,7%
Çin	2.370	4.565	4.518	1.517	1.651	-8,6%	1,7%
Hong Kong	569	951	3.099	814	1.641	30,3%	1,7%
Türkiye	11	46	17	18	0	-100,0%	0,0%
Diğer Ülkeler	18.540	21.338	18.468	18.582	15.993	-3,6%	16,2%

Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye ABD'nin ilk 10 ticaret ortağı arasında yer almamaktadır.

Her ne kadar Türkiye'den yapılan ithalat % 3 gibi iyi bir yıllık bileşik büyüme oranı ile artıyor olsa da miktar olarak çok düşük seviyelerdedir.

Dış Ticaret (x 1.000 \$)

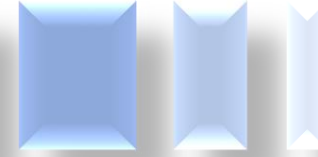
6106

DIŞ TİCARET, 2018, x 1.000 ABD
Doları

İthalat	İhracat	Reexport
765.608	76.826	28.619

TEDARİKÇİ ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İthalatı	897.765	886.004	808.678	862.768	765.608	-3,9%	100,0%
Çin	183.348	189.395	175.923	180.627	189.372	0,8%	24,7%
Vietnam	212.659	212.192	189.678	169.033	143.731	-9,3%	18,8%
Meksika	22.766	26.237	50.814	141.316	74.487	34,5%	9,7%
Endonezya	117.131	106.427	93.950	85.386	70.620	-11,9%	9,2%
Hindistan	48.750	49.281	53.753	60.290	54.490	2,8%	7,1%
Kamboçya	42.070	37.663	32.405	33.642	33.488	-5,5%	4,4%
Ürdün	24.430	29.325	26.786	20.324	27.838	3,3%	3,6%
Bangladeş	20.923	28.736	22.448	20.134	19.984	-1,1%	2,6%
Filipinler	25.239	25.574	19.972	19.661	17.686	-8,5%	2,3%
Peru	28.273	24.694	20.814	18.763	17.160	-11,7%	2,2%
Türkiye	4.631	7.172	5.841	5.186	5.051	2,2%	0,7%
Diğer Ülkeler	167.545	149.308	116.294	108.406	111.701	-9,6%	14,6%

KAYNAK: Census, Trademap, Periskop Hesaplamaları



ALICI ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İhracatı	92.117	94.253	70.282	88.455	76.826	-4,4%	100,0%
Kanada	29.578	32.949	26.093	43.656	31.700	1,7%	41,3%
Meksika	38.026	43.242	23.943	21.248	20.343	-14,5%	26,5%
İngiltere	3.689	3.383	3.883	4.103	4.407	4,5%	5,7%
Ekvator	178	347	1.860	3.303	2.613	95,7%	3,4%
Sri Lanka	0	0	0	16	2.284	0,0%	3,0%
Japonya	4.156	1.635	1.155	1.518	1.317	-25,0%	1,7%
Avustralya	1.301	939	929	988	1.143	-3,2%	1,5%
Hollanda	314	252	457	150	1.021	34,3%	1,3%
Kolombiya	1.012	465	501	397	1.005	-0,2%	1,3%
Almanya	944	1.144	1.067	576	997	1,4%	1,3%
Türkiye	78	66	100	9	12	-37,4%	0,0%
Diğer Ülkeler	12.841	9.831	10.294	12.491	9.984	-6,1%	13,0%

Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye ABD'nin ilk 10 ticaret arasında yer almamaktadır.

Türkiye'den gerçekleştirilen ithalat her ne kadar ülke ithalatının azalma eğilimine ters orantılı biçimde artış eğiliminde olsa da miktar olarak önemsenmeyecek seviyededir.

Dış Ticaret (x 1.000 \$)

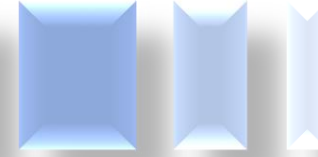
6205

DIŞ TİCARET, 2018, x 1.000 ABD
Doları

İthalat	İhracat	Reexport
3.507.299	125.897	55.134

TEDARİKÇİ ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İthalatı	3.858.525	3.865.058	3.668.389	3.392.982	3.507.299	-2,4%	100,0%
Çin	959.549	921.288	828.040	757.912	718.951	-7,0%	20,5%
Bangladeş	767.001	779.242	752.772	622.015	659.454	-3,7%	18,8%
Vietnam	322.039	360.135	391.771	407.551	431.616	7,6%	12,3%
Endonezya	327.275	331.173	305.711	276.231	291.688	-2,8%	8,3%
Hindistan	242.287	267.450	269.105	284.715	291.154	4,7%	8,3%
Sri Lanka	120.113	127.896	124.603	126.326	129.797	2,0%	3,7%
Honduras	127.434	109.812	113.916	107.229	120.713	-1,3%	3,4%
Meksika	151.631	137.045	121.793	120.075	119.258	-5,8%	3,4%
Mauritus	152.995	150.116	132.006	96.962	96.558	-10,9%	2,8%
Nikaragua	66.115	75.670	65.385	63.003	85.285	6,6%	2,4%
Türkiye	44.482	45.789	44.916	44.227	40.308	-2,4%	1,1%
Diğer Ülkeler	577.604	559.442	518.371	486.736	522.517	-2,5%	14,9%

KAYNAK: Census, Trademap, Periskop Hesaplamaları



ALICI ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İhracatı	131.845	153.273	145.543	118.990	125.897	-1,1%	100,0%
Kanada	55.980	59.202	57.798	56.048	53.650	-1,1%	42,6%
Meksika	19.274	21.514	18.388	17.320	20.225	1,2%	16,1%
Japonya	12.126	9.724	7.827	7.624	7.379	-11,7%	5,9%
Lüksemburg	0	6	0	3	6.853	0,0%	5,4%
İngiltere	4.318	5.724	5.309	7.022	5.429	5,9%	4,3%
Honduras	5.389	6.021	7.244	4.902	3.675	-9,1%	2,9%
G. Kore	2.883	4.142	2.442	3.912	2.923	0,3%	2,3%
İtalya	1.558	1.889	2.569	1.590	1.970	6,0%	1,6%
Vietnam	0	109	67	53	1.964	0,0%	1,6%
Çin	722	535	1.101	414	1.437	18,8%	1,1%
Türkiye	156	53	131	29	124	-5,6%	0,1%
Diğer Ülkeler	29.439	44.354	42.667	20.073	20.268	-8,9%	16,1%

Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye ABD'nin ilk 10 ticaret ortağı arasında yer almamaktadır.

Türkiye'den gerçekleştirilen ithalatın yavaşlama hızı ülkenin ithalatının azalma hızına paralellik göstermektedir. Rekabet halinde olduğumuz ülkelerin performansı ile kıyaslandığında Türkiye'nin bu GTİP kodlu ürünlerin ihracatında kötü bir performans sergilediği söylenebilir.

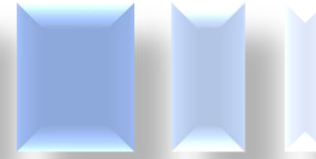
Dış Ticaret (x 1.000 \$)

6206

DIŞ TİCARET, 2018, x 1.000 ABD
Doları

İthalat	İhracat	Reexport
2.673.080	184.509	123.034

TEDARİKÇİ ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İthalatı	2.629.763	2.783.851	2.846.774	2.693.622	2.673.080	0,4%	100,0%
Çin	1.038.156	1.035.149	1.028.705	913.736	883.166	-4,0%	33,0%
Hindistan	459.410	534.428	535.483	486.804	504.032	2,3%	18,9%
Endonezya	395.539	407.017	410.571	406.253	395.155	0,0%	14,8%
Vietnam	205.209	269.322	292.961	316.814	340.737	13,5%	12,7%
Bangladeş	93.197	106.729	146.623	121.167	110.425	4,3%	4,1%
İtalya	60.788	56.151	62.419	63.294	71.534	4,2%	2,7%
Sri Lanka	47.062	50.374	50.675	50.773	48.157	0,6%	1,8%
Filipinler	46.998	41.475	37.430	38.509	30.057	-10,6%	1,1%
Türkiye	14.507	21.580	19.432	26.915	28.611	18,5%	1,1%
Tayland	48.725	45.883	34.392	28.984	28.364	-12,7%	1,1%
Diğer Ülkeler	220.172	215.743	228.083	240.373	232.842	1,4%	8,7%



ALICI ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR, %	PAY, %
Kategori İhracatı	208.402	246.746	159.227	183.051	184.509	-3,0%	100,0%
Meksika	49.909	83.648	37.031	76.873	79.006	12,2%	42,8%
Kanada	41.236	48.072	51.653	50.786	47.992	3,9%	26,0%
İngiltere	7.823	9.464	8.077	8.133	7.780	-0,1%	4,2%
İtalya	3.306	3.191	1.884	1.995	4.288	6,7%	2,3%
Kosta Rika	2.503	1.474	983	1.727	4.099	13,1%	2,2%
Japonya	10.989	8.435	7.061	4.862	4.013	-22,3%	2,2%
Avustralya	3.684	3.636	6.010	4.469	3.119	-4,1%	1,7%
Hong Kong	5.231	6.515	5.644	2.788	2.883	-13,8%	1,6%
Ekvator	1.627	3.498	1.049	3.155	2.874	15,3%	1,6%
Fransa	1.667	1.574	1.222	1.601	2.769	13,5%	1,5%
Türkiye	513	529	393	303	281	-14,0%	0,2%
Diğer Ülkeler	79.914	76.710	38.220	26.359	25.405	-24,9%	13,8%

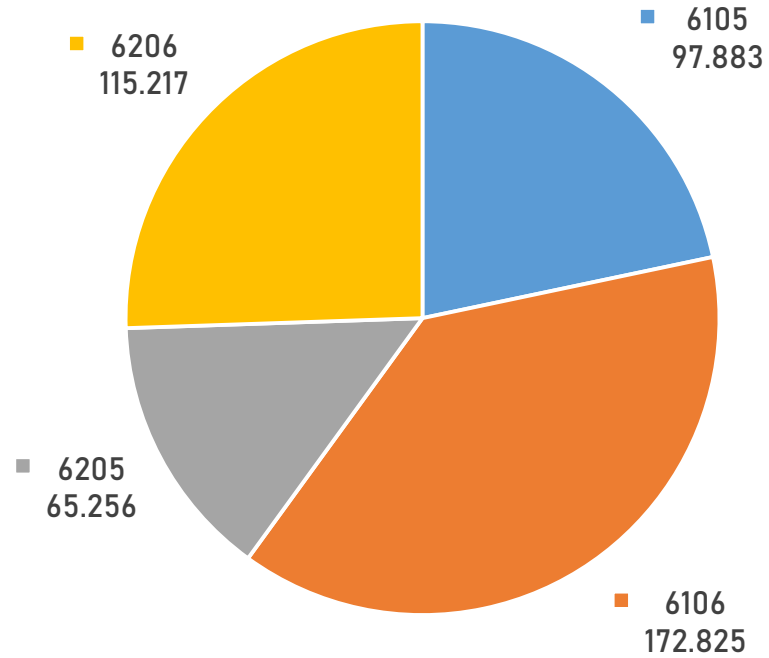
Bu ürün grubu ticaretinde Türkiye ABD'nin ilk 10 ticaret ortağı arasında yer almaktadır.

Her ne kadar ABD yönüne bu GTİP kodlu ürünlerin ihracatında yıllık ortalama % 18,5 gibi yüksek bir büyüme oranı ile ihracat artışı olsa da , Türkiye'nin ABD ithalatındaki payı %1,1 gibi düşük bir seviyededir.

KAYNAK: Census, Trademap, Periskop Hesaplamaları

Üretim (x 1.000 \$)

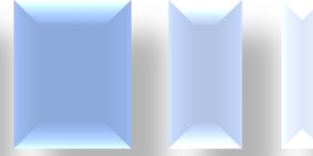
GTIP Kodları Bazına Üretimden Satışlar
2018, ABD, x 1.000 ABD Doları



- ABD'deki gömlek üretiminin büyüklüğü toptan fiyatları ile 2018 yılı itibarıyla **450 Milyon ABD Doları** civarındadır.
- 2018 yılı itibarıyla 6105 G.T.İ.P. Koduna sahip ürünlerin üreticiden toplam satışları 98 Milyon ABD Doları civarında olmuştur.
- 2018 yılı itibarıyla 6106 G.T.İ.P. Koduna sahip ürünlerin üreticiden toplam satışları 173 Milyon ABD Doları civarında olmuştur.
- 2018 yılı itibarıyla 6205 G.T.İ.P. Koduna sahip ürünlerin üreticiden toplam satışları 65 Milyon ABD Doları civarında olmuştur.
- 2018 yılı itibarıyla 6206 G.T.İ.P. Koduna sahip ürünlerin üreticiden toplam satışları 115 Milyon ABD Doları civarında olmuştur.

KAYNAK: Fact Finder, Periskop Hesaplamaları

Olası Yerel Rakipler



<https://www.oasisshirts.com/about-us/>



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



<https://alohabeachclub.com/>



<https://berkeleysupply.com/>



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



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



<https://commonwealthproper.com/>



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



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



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



<https://hamiltonshirts.com/>



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



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



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



<https://www.waveshoppe.com/Default.asp>



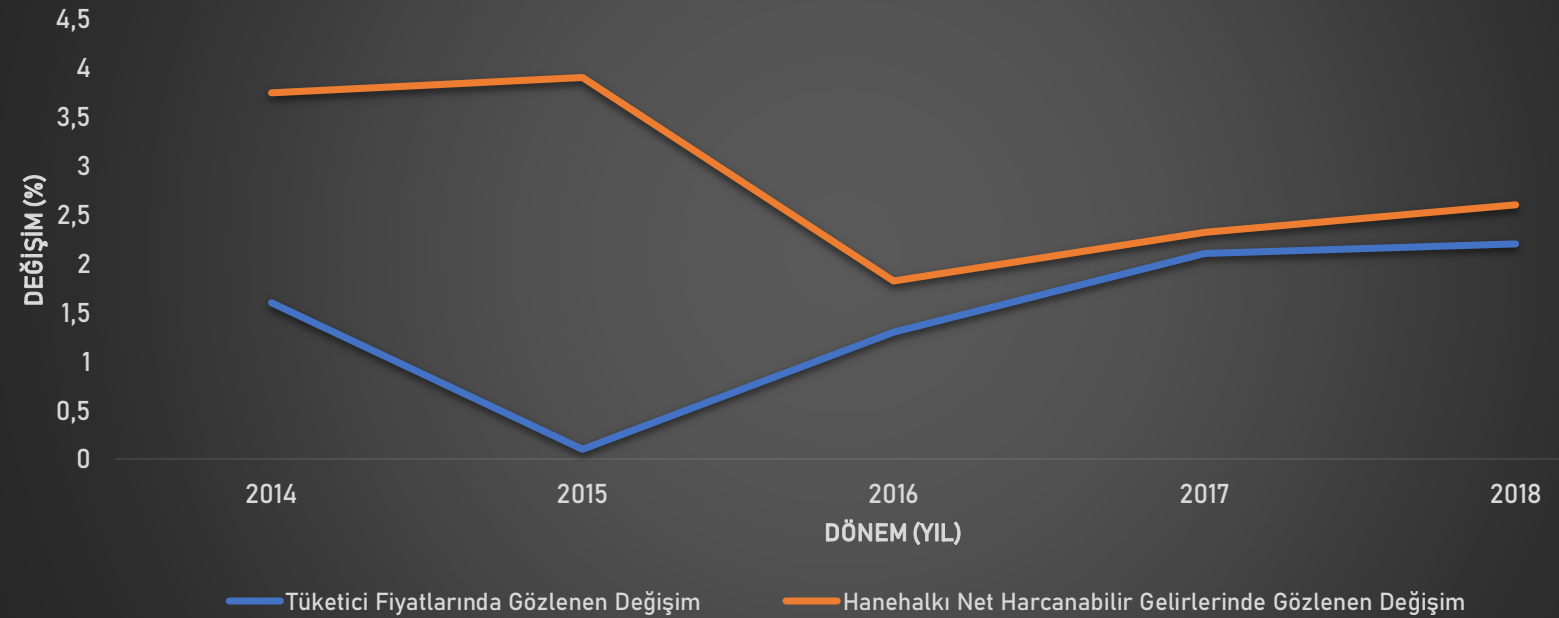
<https://www.domesticdomestic.com/>



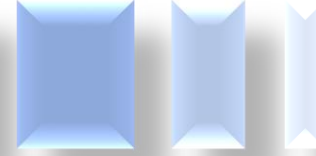
Ekonomi

2018'de, ABD ekonomisi son 10 yılın en hızlı büyüme rakamlarına ulaşmıştır. Ülke ekonomisi son iki yıldır beliren küresel ekonomik durgunluk beklentilerine karşın, hükümetin de beklentileri üzerinde bir performans göstermektedir. 2018'de özel sektör yatırımları bir önceki yıla oranla iki kat artarken, fikri mülki haklara yapılan yatırımlar % 10'un üzerinde büyüme göstermiştir. (White House, Census). Son 5 yılda harcanabilir gelirlerdeki artış enflasyonda gözlenen artışın üzerine çıkmıştır. Bu da alım gücünün artma eğilimine işaret etmektedir.

Enflasyon Karşısında Ortalama Kazançlarda Gözlenen Değişim (2014-2018, %)



Ekonomi



ABD oldukça büyük bir coğrafyaya yayılmış büyük nüfusa sahip bir ülkedir. ABD 52 farklı ülke büyüklüğünde tek bir ülke olarak da tanımlanabilir. Şöyle ki, Kaliforniya eyaleti GSMH büyüklüğü açısından dünyanın beşinci büyük ülkesi kadar bir ekonomiye sahiptir. Savunma harcamaları açısından ele alındığında ise ABD kendinden sonra gelen 7 ülkenin tamamından daha fazla savunma harcaması yapmaktadır.

Diğer gelişmiş ülkelere göre daha güçlü bir büyüme sergileyen ABD ekonomisi geleceğe yönelik olarak çok daha olumlu sinyaller vermektedir. Artan istihdam ve ücretler, krediye kolay erişim ve düşük enerji maliyetleri tüketimi, tüketim de 2/3'den fazlasını oluşturduğu GSMH'yı desteklemektedir.

Gelişmiş altyapısı, özel sektör dostu düzenlemeleri, finansmana erişim araçları ve sıkı sıkıya korunan fiki mülki haklar sistemi ülkenin girişimcilik ve yenilikçilikte önderlik etmesine imkan sağlamaktadır.

ABD dünyanın en büyük ithalatçısıyken aynı zamanda en büyük ikinci ihracatçısıdır.

ABD'nin perakende sektörü dünyanın en büyük perakende sektörüdür. Ülkedeki perakende satışların toplam büyüklüğü 5,2 Trilyon ABD dolarına ulaşmıştır. Perakende satışların % 11'i gibi yüksek bir oranı online olarak gerçekleşmektedir.



İç Ticaret – toptan & perakende

TOPTAN
TİCARET

1

ABD toptan ticaret hacmi 2018 yılı sonu itibarıyla yaklaşık 5.933 Milyar ABD Doları büyüklüğündedir. Ülkede toptan ticaretle uğraşan toplam 617 bin şirket yaklaşık 5,9 milyon kişiyi istihdam etmektedir.

PERAKENDE
TİCARET

2

ABD'deki perakende ticaretin büyüklüğü yaklaşık 5.208 Milyar ABD Doları civarındadır. Ülkede perakende ticaretle uğraşan toplam 1.042.000 şirket yaklaşık 13.468 milyon kişiyi istihdam etmektedir.

SEKTÖREL
TOPTAN TİCARET

3

Konfeksiyon Sektöründeki toplam toptan ticaret hacmi yaklaşık 164,8 Milyar ABD Doları olup konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin istihdam bilgilerine erişim sağlanamamıştır.

SEKTÖREL PERAKENDE
TİCARET

4

Konfeksiyon Sektöründeki perakende ticaret hacmi yaklaşık 384 Milyar ABD Doları olup, perakende konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren 123.733 şirket yaklaşık 1.342.000 bin kişiyi istihdam etmektedir.

Milyar
\$

5.933

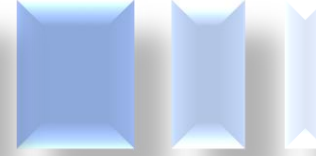
5.208

165

384

KAYNAK: BLS, Census, Periskop
hesaplamaları

Pazarın Büyüklüğü



GTİP Kodları	Üretim (x 1.000 ABD Doları)	İthalat (x 1.000 ABD Doları)	İhracat (x 1.000 ABD Doları)	Reexport (x 1.000 ABD Doları)	Toptan Fiyatlar ile Pazar Büyüklüğü (x 1.000 ABD Doları)
6105	97.883,40	2.033.709	98.779	47.368	1.985.445
6106	172.825,20	765.608	76.826	28.619	832.988
6205	65.255,60	3.507.299	125.897	55.134	3.391.524
6206	115.216,80	2.673.080	184.509	123.034	2.480.754
Toptan Fiyatlar ile Pazar Büyüklüğü (x 1.000 ABD Doları)					8.690.711

- ABD gömlek pazarı büyüklüğü 2018 yılı itibarıyla **toptan fiyatlar** cinsinden 8,7 Milyar ABD Dolarıdır.

Yılsonu stokları hesaplamalarda dikkate alınmamıştır.

Pazarın Büyüklüğü



Milyar ABD Doları	2015	2016	2017	2018	2019
Erkek Gömlek	18,34	18,71	19,10	19,49	19,89
Günlük Gömlek	8,26	8,42	8,60	8,77	8,95
Kısa Kollu Gömlek	4,91	4,93	4,94	4,96	4,97
Takım Elbise Gömleği	5,18	5,36	5,56	5,76	5,97
Kadın Gömlek, Bluz	12,43	12,51	12,56	12,61	12,71
Diğer	1,39	1,41	1,42	1,44	1,45
TOPLAM	32,17	32,63	33,07	33,53	34,05

- ABD gömlek pazarı büyüklüğü perakende fiyatlar cinsinden 2019 yılı itibarıyla 35,05 Milyar ABD Dolarıdır.
- Gömlek pazarındaki en büyük ürün segmentini 12,71 Milyar ABD Doları büyüklüğü ile kadın gömlek ve bluzları oluşturmaktadır. Kadın gömlek ve bluzlarını sırasıyla günlük gömlekler, takım elbiseler için gömlekler ve kısa kollu gömlekler takip etmektedir.

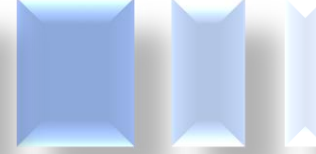
Kadın Gömlek, Bluzünde çok sayıda alt segment bulunmaktadır. Ayrıntılı segmentler bu raporun sonunda görsel olarak sunulmuştur.

Pazar Yönü



Milyar ABD Doları	2020	2021	2022	2023	2024	2025	CAGR
Erkek Gömlek	20,02	20,16	20,29	20,43	20,56	20,70	0,67%
Günlük Gömlek	9,04	9,13	9,22	9,31	9,41	9,50	1,00%
Kısa Kollu Gömlek	4,99	5,02	5,04	5,07	5,10	5,12	0,50%
Takım Elbise Gümleđi	5,99	6,01	6,02	6,04	6,06	6,08	0,30%
Kadın Gümlek, Bluz	12,82	12,94	13,06	13,17	13,29	13,41	0,90%
Diğer	1,46	1,46	1,47	1,48	1,49	1,49	0,50%
TOPLAM	34,30	34,56	34,82	35,08	35,34	35,61	0,75%

Sektörel Trendler

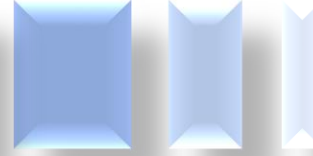


ÖNE ÇIKAN HUSUSLAR:

- ABD'nin 2018 yılında gömlek ithalatı , önceki yıllara göre artan bir ivme ile hız kaybetmiş ve 5 yıllık bileşik büyüme oranları dikkate alındığında yılda ortalama % 1,67 küçülerek yaklaşık 8,9 milyar dolar seviyesine gerilemiştir.
- Ülkedeki gömlek üretimi 2018 yılı itibarıyla 450 Milyon ABD Doları üretimden satışlara ulaşmıştır.
- Pazarın önümüzdeki beş yıl boyunca % 75 civarında bir büyüme ile 35 Milyar ABD Dolarına ulaşacağı düşünülmektedir.
- ABD'ye Türkiye'den yapılan ihracat hızlı bir artış eğilimindedir. Bununla birlikte miktarsal olarak çok düşük seviyelerdedir. Bu artış eğiliminin sürdürülmesi için ülkedeki pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilmeli ve her seviyedeki (irili ufaklı) talepleri karşılayabilmek amacıyla yaygın dağıtım ağları kurmaya yönelik ilişkilerin geliştirilmesi ve işbirliklerinin kurulmasına önem verilmelidir.



Sektörel Trendler



ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- ABD erkek gömlek trendleri arasında bu yıl dikey şeritlere sahip gömlekler öne çıkmaktadır. Kalın şeritler hem fark edici olurken hem de kiloları gizlemeye izin vermektedir. Genişlikleri çizgiden çok geniş şeritlere değişirken birden fazla renk kullanımı da söz konusu olmaktadır.



Sektörel Trendler

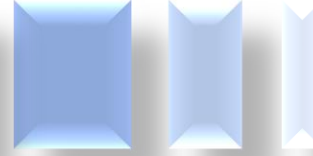


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- 1950'lerin ünlü kampçı yaka gömlekler bu senenin trendleri arasında yer almaktadır. Bu gömlekler birkaç yıl daha popülerliğini koruyacak gibi gözükmektedir.



Sektörel Trendler



ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

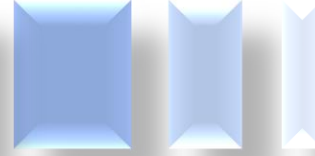
- ABD'de 2018 yılında başlayan ve bu yıl da devam eden eğilimlerin bir diğeri de kareli gömlekler olacaktır.



- Kadife kumaştan gömleklerin moda olması pek beklenen bir gelişme olmasa da 2019 kışında kadife gömleklere olan ilgi artacaktır.



Sektörel Trendler



ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- ABD 2019 yılı erkek modasında yılın rengi mercandır.



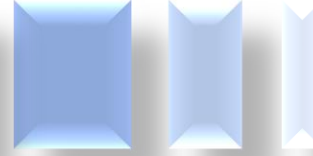
Sektörel Trendler

ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- 2019 kadın gömlek-bluz modasında öne çıkan renk bej olacak gibi gözükmemektedir.



Sektörel Trendler

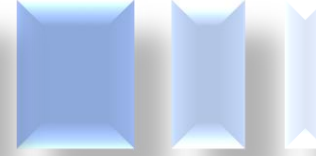


ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- İş dünyasında beyaz gömlele lacivert etek veya pantolonlar ile birlikte kullanılmaya devam edecek gibi gözükmemektedir. Bu özellikle çalışan kadınların gündelik iş hayatlarında kıyafet seçimlerini kolaylaştıracaktır.



Sektörel Trendler



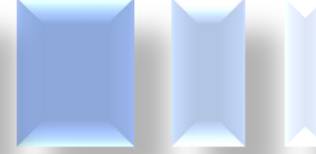
ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TRENDLER:

- 2019 yılı kadın modasının renkleri ise aşağıda listelenmiştir.
- PANTONE 17-1564
- PANTONE 19-1862
- PANTONE 15-1264
- PANTONE 16-1546
- PANTONE 18-2045
- PANTONE 17-0542
- PANTONE 13-0850
- PANTONE 13-0850

2010 – 2018 Yılın Rengi



Sektörel Trendler

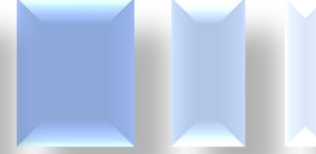


GÖRÜNÜM VE BEKLENTİLER:

- ABD bir refah ve tüketim toplumdur. Ekonomi iç tüketimin canlılığına fazlası ile bağımlıdır. 2008 küresel ekonomik krizi döneminde dahi ABD hükümetinin ilk uygulamaya koyduğu eylem planı iç tüketimin ivme kaybetmesini engellemeye yönelik tüketicilere ek finansman yaratıcı vergi iadeleri olmuştur. Bu perspektifte tüketimin canlılığının ülke için hayati bir unsur olduğunu gözden çıkartmamak gerekmektedir. ABD ekonomisi için çok önemli olan iç tüketimin canlılığından dolayı kıyafet harcamalarının çok yüksek artışlar göstermese de canlılığını koruyacağı söylenebilir.
- İç tüketimin canlılığı çok önemli bir konu da olsa toplumda değişen bir tüketim yapısı söz konusudur. Özellikler gençler arasında Goodwill, Buffalo Exchange gibi ikinci el kıyafet takasına imkan veren zincirlerden alışveriş yapma alışkanlığı her geçen gün artmaktadır. Söz konusu zincirler de gün geçtikçe büyümektedir. Örneğin Buffalo Exchange 50 eyalette yaygın bir ikinci el ürün takasa zincirine dönüşmüş durumdadır.



Sektörel Trendler

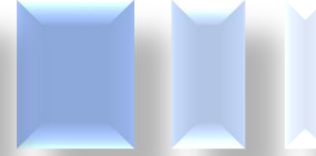


GÖRÜNÜM VE BEKLENTİLER:

- ABD online ticaret ve alışverişin anavatanı olarak kabul edilebilir. Oldukça gelişmiş bir lojistik sistem ve etkin internet teknolojilerinden ötürü online ticaret gün geçtikçe geleneksel mağazacılıkla bütünleşmeye devam etmektedir. Ülkede omni-channel satışların artacağı öngörülmektedir.
- Ülkedeki hazır giyim mağazaların kapanmaya devam edeceği beklenilmektedir. Ülkede son 40 yıllık dönemde nüfus artış hızının 40 katı hızla artan mağaza sayısının sürdürülebilir olmadığı düşünülmektedir. Bugün kişi başına düşen perakende mağaza alanı Almanya'nın ortalama olarak 10, çok katlı mağazacılıkta 20 katına çıkmış olan ABD'de bu balonun patlamak üzere olduğu bilinmektedir. Bununla beraber online sitelerin ürün sergilemek ve teslim amaçlı açtıkları mağaza sayısında artış olacağı da beklenilmektedir.
- Gömle talebini en çok etkileyen unsurlar , dinamik iç Pazar, artan harcanabilir gelirler ve online sipariş ve teslimatın kolaylaşmış oluşudur.



Sektörel Trendler



GÖRÜNÜM VE BEKLENTİLER:

- ABD perakende sektöründeki ortalama kar marjı % 53,46 olarak gerçekleşmiştir (2018, Vends). Sektördeki en yüksek karlılık % 65,74 ile alkolsüz içeceklerde gerçekleşirken, en düşük karlılık % 35,64 ile alkollü içeceklerde olmuştur. Hazır giyim sektöründeki ortalama karlılık oranı % 50,13 olmuştur. Ancak bu oranın % 20 ile % 80 bandında değiştiğini söylemek gerekmektedir. Walmart gibi perakendecilerde hazır giyim kar marjı % 20 seviyelerinde gerçekleşirken, markalı lüks ürünlerde bu oran % 80'ler seviyesine ulaşmaktadır. Bazı ürünlerde (Hermes, Givency vb) toplan fiyatın 10-12 katı arasında bir kar marjı uygulanabilmektedir. Orta sınıf-orta segment ürünler için kar çarpanı ülkede 2,1 ile 2,5 arasında değişiklikler göstermektedir.
- Sektörde maliyetleri düşürme ve müşteri memnuniyeti için yapay zeka kullanımı artmaktadır. Özellikle mağaza-depoculuğu yoluyla depolama maliyetlerini azaltmaya ve stoksuzluk riskini ortadan kaldırmaya yönelik alternatif yapay zeka uygulamaları yaygınlaşmıştır. Çoğu hazır giyim zinciri ürünleri bir depoda depolamak yerine her mağazalarda o mağazada en çok satılan ürünü depoladığı ve mağazalar arası transfer gerçekleştirdiği düşük maliyetli çözümlere odaklanmıştır.

İç Ticaret –perakende

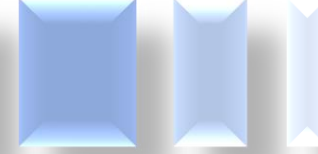
Kişi başına düşen perakende harcamasının en çok olduğu ABD'deki ilk beş şehir sırasıyla Seattle, San Francisco, Miami, Boston ve New York'tur.



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

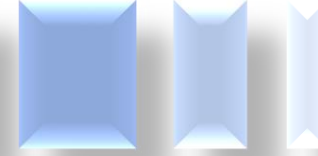
İç Ticaret –perakende



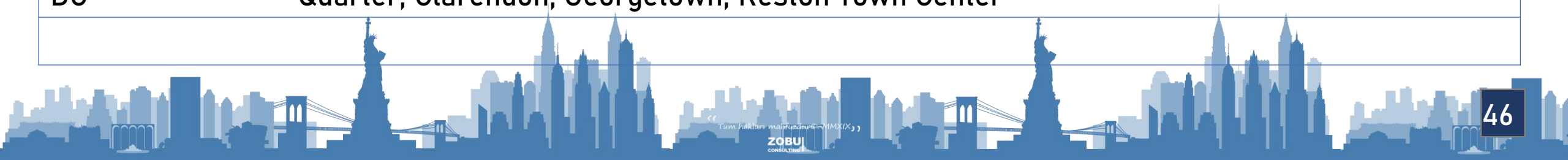
ŞEHİR	PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN EN YOĞUN OLDUĞU BÖLGELER
CHICAGO	Fulton Market, Halsted and Armitage Avenues, Magnificent Mile
BOSTON	Downtown Crossing, Newbury Street, Boylston Street, Seaport District
DALLAS	Highland Park Village, NorthPark Center, Plano Legacy West, Preston Center
DENVER	16th St. Pedestrian 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



İç Ticaret –perakende



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



İç Ticaret –perakende



2018 yılı ABD ekonomisinin tamamı için dolayısıyla da perakende sektörü için oldukça başarılı geçmiş bir yıldır. 2019 yılının genel beklenti olarak ABD perakende sektörü açısından olumlu geçeceği düşünülmektedir.

2018 yılında zincir perakendecilerin kapanan mağaza sayıları 612 olurken 2019 yılında bu sayının hemen hemen 2/3 oranında azalarak 206 civarında kalması beklenmektedir. Öte yandan yine zincir perakendeciler tarafından açılan mağaza sayısı 675 olarak gerçekleşmişken 2019 yılında bu sayının 1065 olacağı kesinleşmiş gibidir.

Sektörel bir değerlendirme yapılırsa 2018 yılında kapanan her bir hazır giyim mağazası karşılığında 3,7 yeni hazır giyim mağazası açılışı gerçekleştirmiştir.



İç Ticaret –perakende

- Ülkedeki toplam perakende satışlarının % 11'i internet üzerinden yapılmaktadır. İnternet satışlarının büyüklüğü 2018 yılı için 570 Milyar ABD Dolarına ulaşmıştır. Bu rakam İsveç'in GSMH'ndan büyüktür.
- Hazırgiyim sektörü internet üzerinden satışların en hızlı büyüdüğü sektörler arasındadır. Online satışlar genel perakende satışlarla kıyaslandığında dört kat hızlı büyüme göstermektedir.
- «Tıkla ve topla» şeklinde dağıtım gittikçe yaygınlaşmaktadır. Mağazalar gittikçe bir Showroom'a dönüşmeye başlamıştır. Bir çok zincir mağaza ve büyük mağaza müşterilerine karma satınalma deneyimleri sunmaktadır. 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 öngörülmektedir.



İç Ticaret –perakende

- ABD'deki online alışverişin % 7,8'i Hazır giyim 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

- ABD'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) dağıtımını yaygınlaştırmaktadır.



Mobil Perakendecilik

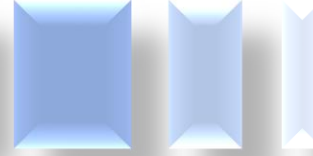
- Mobil araçlardan özellikle cep telefonundan sipariş ABD çapında yaygınlaşmıştır.
- Perakendecilerin BT ve özellikle mobil satın almaya yönelik yatırımları müşteri memnuniyetinin temel kaynaklarından biri haline gelmektedir.



Sosyal Medya Perakendeciliği

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

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/>

♥ CVSHealth

<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 hariçi 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/>



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



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



<http://gusmayer.com/>



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



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



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



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



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



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

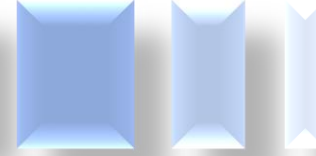


<https://www.nastygal.com/eu/>

Kıyafet ve ayakkabı da satan perakendeciler ve mağaza zincirleri

Kıyafet ve ayakkabı hariçi 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>

T.J. maxx

<https://tjmaxx.tjx.com>

EXPRESS

<https://www.express.com>

GILT

<https://www.gilt.com>

TheRealReal

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

AMERICAN EAGLE

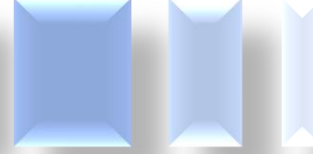
<https://www.ae.com/>

- ABD her anlamı ile perakende sektörünün gelişmiş olduğu pazardır. Ülkede «bu bölümde listelenenlerin dışında» çok sayıda yerel, ulusal ve uluslararası faaliyet gösteren perakende zinciri bulunmaktadır. Bu bölümde gösterilmiş olan perakendeciler boyut ve hacim olarak en büyük perakendecileri temsil etmektedir.

Kıyafet ve ayakkabı da satan perakendeciler ve mağaza zincirleri

Kıyafet ve ayakkabı harici ürünlerde odaklanmış perakendeciler ve mağaza zincirleri

Satış ve Dağıtım Kanalları



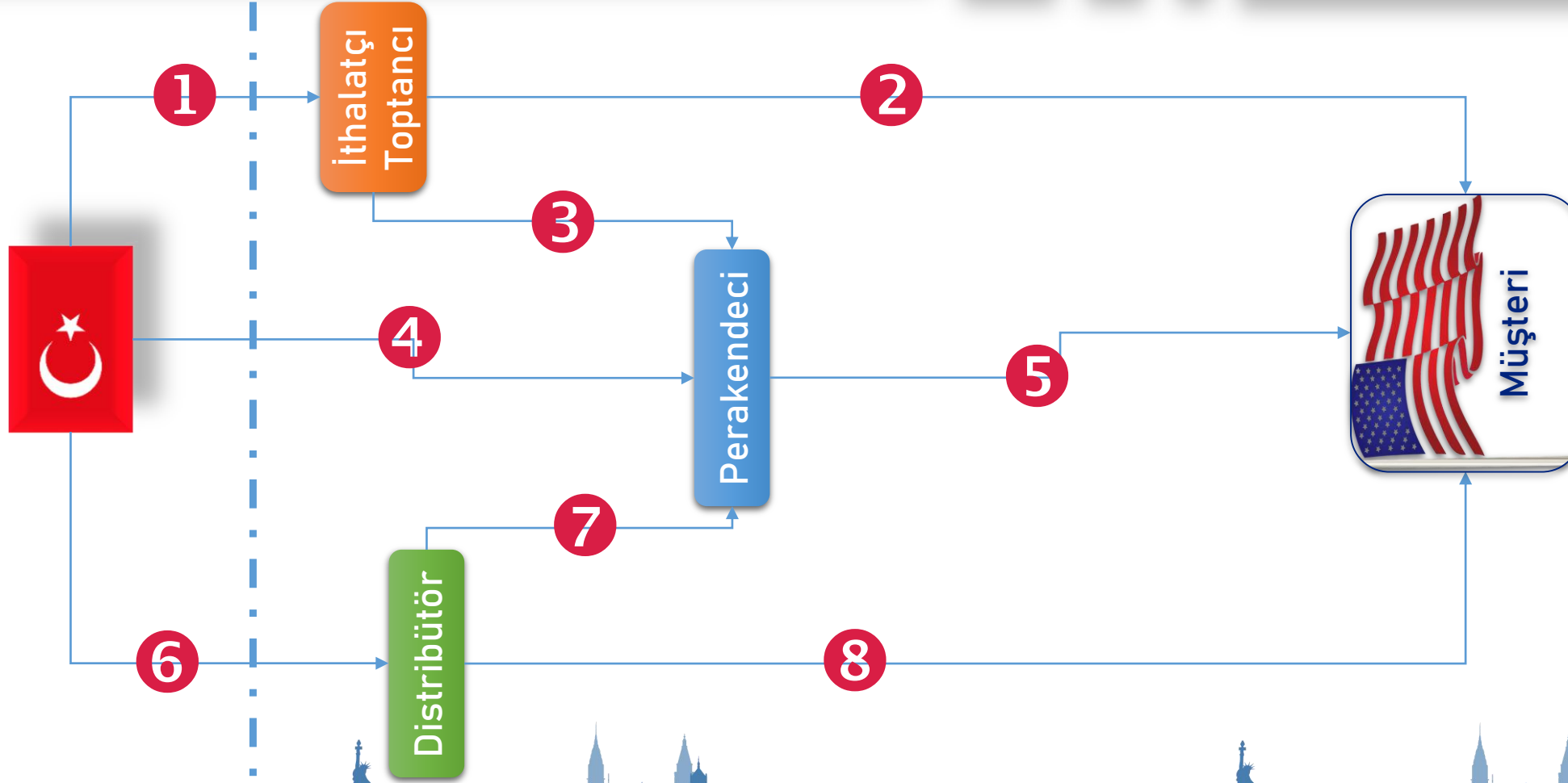
Her ne kadar online satış ve dağıtım kanallarının içinde en gelişkin olduğu pazar da olsa, ABD'de hazır giyim ürünlerinin en çok satıldığı dağıtım kanalı modası geçmiş bir iş modeli olarak değerlendirilen Büyük Mağazalardır.



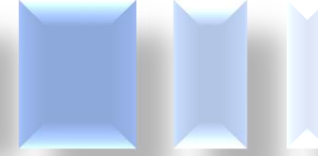
İnternet üzerinden gerçekleştirilen satışlar büyük mağazaların Pazar hakimiyetlerini tehdit ediyor gibi gözükse de büyük mağazaların ürün sergileme, deneme gibi müşteri deneyimini zenginleştirici uygulamalara giderek bu durumu lehlerine çevirdikleri gözlenmektedir.



Pazara Erişim ve Kar Marjları



Pazara Erişim ve Kar Marjları



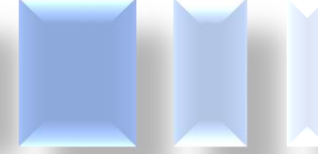
ABD pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

Pazara erişim yolu 1: İhracatçı > İthalatçı-Toptancı > Müşteri ①②

ABD'de yerleşik ithalatçılar-toptancılar online satış kanalları vasıtası ile doğrudan alıcılara ulaşabilmektedirler. Bu, ithalatçıların daha yüksek kar marjları ile çalışmasına da imkan vermektedir. Bu sayede ithalatçı-toptancılar gerek kendi siteleri gerekse amazon gibi sitelerde kurdukları online mağazalarda daha rekabetçi bir pozisyon alma imkanına sahip olabilmektedir. Elbette toptan ticaret ve perakende ticareti yapabilmek için gerçekleştirilen efor ve masraf da göz önünde bulundurulmalıdır. Toptancıların çoğunlukla bu girişimde çok da başarılı olamadığı düşünülmektedir. KDV ve satış vergileri hariç olmak üzere nihai tüketiciye mal oluş fiyatı 100 ABD Doları olan bir ürün için kar marjı hesabı aşağıda gösterilmiştir.

(Brüt, \$	İthalatçı-Toptancı	Müşteri
Mal Oluş	35,71	100,00

Pazara Erişim ve Kar Marjları



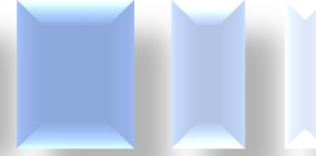
ABD pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

Pazara erişim yolu 2: İhracatçı > İthalatçı-Toptancı > Perakendeci > Müşteri ① ③ ⑤

ABD'de yerleşik ithalatçılar-toptancılar bağımsız küçük perakendeciler ve görece küçük perakende zincirlerine (1-5 mağaza) dağıtım yapmaktadırlar. Bu perakendeciler üzerinden müşterilere erişilebilmektedir. Söz konusu perakendeciler çoklu-kanallar üzerinden (mağaza, online satış, mobil kanallar ve sosyal medya) müşteriye erişmektedir. KDV ve satış vergileri hariç olmak üzere nihai tüketiciye mal oluş fiyatı 100 ABD Doları olan bir ürün için ortalama kar marjı hesabı aşağıda gösterilmiştir.

(Brüt, \$)	İthalatçı-Toptancı	Perakendeci	Müşteri
Mal Oluş	29,2	43,5	100,0

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 küçük perakendecilere doğrudan kendi imkanları ile (ülkede bulundurduğu temsilcilik ofisi veya benzeri bir yapı) dağıtım yapabildiği veya bir alternatif olarak yerleşik perakende zincirlerine PL olarak üretim yaptığı dağıtım türü olarak gözlenebilir. Bu durumda iki alternatif kar marjı söz konusu olmaktadır. KDV ve satış vergileri hariç olmak üzere nihai tüketiciye mal oluş fiyatı 100 ABD olan bir ürün için ortalama kar marjı hesabı aşağıda her bir alternatif için ayrı ayrı gösterilmiştir.

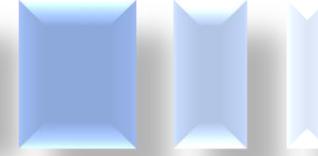
Perakendeciye Dağıtım

(Brüt, \$)	Perakendeci	Müşteri
Mal Oluş	43,6	100,0

PL üretim

(Brüt, \$)	Perakendeci	Müşteri
Mal Oluş	23,8	100,0

Pazara Erişim ve Kar Marjları



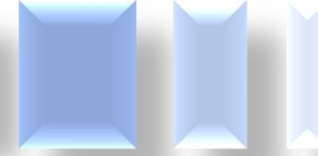
ABD pazarına erişim yolları bazındaki ticaretin yönü ve sektör özelinde ortalama kar marjları aşağıdadır.

Pazara erişim yolu 4: İhracatçı > Distribütör > Perakendeci > Müşteri 6 7 5

İhracatçının ABD'de yerleşik distribütörü ile perakendecilere dağıtım yapması yoluyla müşteriye ulaştığı durumdur. Ülkedeki pazarlama fonksiyonunun distribütör tarafından üstlenildiği düşünülmelidir. KDV ve satış vergileri hariç olmak üzere nihai tüketiciye mal oluş fiyatı 100 ABD Doları olan bir ürün için kar marjı hesabı aşağıda gösterilmiştir.

(Brüt, \$)	Distribütör	Perakendeci	Müşteri
Mal Oluş	26,8	45,2	100,0

Pazara Erişim ve Kar Marjları



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

Pazara erişim yolu 5: İhracatçı > Distribütör > Müşteri ⑥⑧

ABD'de yerleşik distribütörler de tıpkı ithalatçı-toptancılar gibi online satış kanalları vasıtası ile doğrudan alıcılara ulaşabilmektedirler. Bu, distribütörlerin daha yüksek kar marjları ile çalışmasına da imkan vermektedir. Elbette bu şekilde pazar penetrasyonu ve yaygın dağıtım perakendeciler ile çalışma kadar yaygın yapılamayabilmektedir. Bu durumda distribütörün kornerlar ve/veya kendi showroamları ile ürünü sergileme maliyeti de artmaktadır. Bu sayede dağıtıcılar gerek kendi siteleri gerekse amazon gibi sitelerde kurdukları online mağazalarda daha rekabetçi bir pozisyon alma imkanına sahip olabilmektedir. KDV ve satış vergileri hariç olmak üzere nihai tüketiciye mal oluş fiyatı 100 \$ olan bir ürün için kar marjı hesabı aşağıda gösterilmiştir.

(Brüt, \$)	Distribütör	Müşteri
Mal Oluş	28,25	100,00

Etkinlikler

Ülke Raporu: A.B.D.



apparelsourcing
USA

Düzenlenme Tarihi : 19 - 21 Ocak 2020
Konum : New York
Ziyaretçi Sayısı : 5.300
Katılımcı Sayısı : 240
Web Sitesi : usa.us.messefrankfurt.com/new-york/en.html

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

MRKET

Düzenlenme Tarihi : Ocak-Temmuz, yılda iki kez
Konum : New York
Ziyaretçi Sayısı : 5.268
Katılımcı Sayısı : 73.849
Web Sitesi : <http://www.mrketshow.com/>

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 Tarihi : Şubat - Ağustos, yılda iki kez
Konum : Las Vegas
Ziyaretçi Sayısı : 5.268
Katılımcı Sayısı : 73.849
Web Sitesi : <https://www.ubmfashion.com/shows/wwd>
Web Sitesi : magic

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 Tarihi : Şubat - Haziran, yılda iki kez
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.

MAGICMENS

Düzenlenme Tarihi : Şubat - Ağustos, yılda iki kez
Konum : Las Vegas
Ziyaretçi Sayısı : 5.268
Katılımcı Sayısı : 73.849
Web Sitesi : <https://www.ubmfashion.com/shows/colle>
Web Sitesi : ctive

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



Düzenlenme Tarihi : Şubat - Ağustos, yılda iki kez
Konum : Las Vegas
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
 AAEI
 D&B Hoovers
 CFDA
 Apparel
 AISA American Import Shippers Association
 UNITED STATES FASHION INDUSTRY ASSOCIATION
 NRF NATIONAL RETAIL FEDERATION

<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.

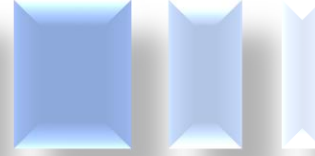
<https://cfda.com/>
ABD'de bulunan hemen bütün moda tasarımcılarının üye olduğu bir dernektir. Aynı zamanda ABD'de üretim yapan hazır giyim üreticilerinin listesini içeren bir portale de sahiptir.

<https://apparelmag.com/>
ABD Hazır giyim sektöründeki gelişmeler, müşteri trendleri ve diğer haberlere ulaşılacak 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.

<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.



Bilgi Kaynakları



<http://tse.export.gov/TSE/TSEHome.aspx>
Eyaletler ve daha küçük birimler bazında ABD'nin yapmış olduğu ithalat ve ihracatın ürün grupları bazında detayının incelenebileceği bir istatistik sitesidir.



<https://asiasociety.org/mapping-nation>
ABD'nin ekonomik ve sosyal yapısı ile ilgili faydalı bilgilerin haritalaştırılabileceği ve bölgeler bazında ayrıntı ile incelenebileceği yararlı bir istatistik sitesidir.



<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.



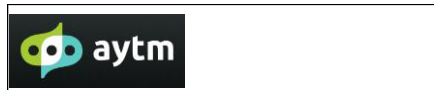
<https://dialog.com/>
Google ve benzeri arama araçlarının ulaştığı bilginin 50 katından fazla bilgiye erişime izin veren bir ticari istihbarat aracıdır. Derin internet araştırmasına imkan



<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.



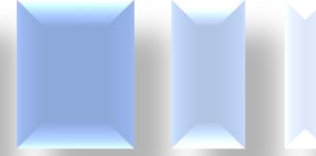
<http://www.sbt dc.org/resources/online-marketing-resources/#stat>
İşletmelere faydalı online bilgi kaynaklarının listesinin yayınlandığı faydalı bir online bilgi kaynağı kataloğudur.



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



Kısaltmalar



BLS (Bureau of Labor Statistics)	:	İş Gücü İstatistikleri Bürosu
CAGR (Compound Annual Growth Rate)	:	Yıllık Bileşik Büyüme Oranı
CFRR (The Centre for Retail Research)	:	Perakende Araştırmaları Merkezi
DIY (Do It Yourself)	:	Hobi Mağazaları
IMF (International Monetary Fund)	:	Milletlerarası Para Fonu
LDC (Local Data Company)	:	Yerel Veri Şirketi
OAG (Official Aviation Guide)	:	Resmi Havacılık Kılavuzu
PL (Private Label)	:	Fason Üretim
WB (World Bank)	:	Dünya Bankası



KADIN GÖMLEĞİ TIPLERİ



Oxford
A tailored classic taken from the guys. Works in casual or formal settings.



roll sleeves
A safari take on the Oxford. Button tabs hold the cuffed sleeves in place.



Western
A snap-shut Oxford with an exaggerated yoke (the piece set in at the shoulders).



knot front
A blouse cut with two shirttails that knot playfully at the waist.



tunic
Longer tunics can also work as mini-dresses. For shape, cinch at the waist.



drawstring
Elastic at the waist creates a billowy drape. Can conceal a thicker middle.



wrap
One side folds over the other and ties. Simplified versions flatter curves.



peasant
Made of light, gathered cotton. Embroidered with bohemian details.



corset
A dramatic bodice made by lines of boning. Can lace up the back or front.



sweetheart neck
A heart-shaped neckline lends tasteful definition to a small bustline.



asymmetrical
An '80s innovation. Pair with classic shapes to keep from overdoing it.



square neck
Frames the face and collarbones. Can counterbalance a long waist.



portrait neck
Open up narrow shoulders with this neckline's wide, arching shape.



jewel neck
A high, rounded neckline with ample coverage. Makes all busts look larger.



mandarin
A short, stand-up collar. Its edges barely meet when the shirt is buttoned.



jabot
Cascading ruffles form a collar. Can be frilly or structured and triangular.



puffed sleeve
Draws the eye upward and creates volume on a slight frame.



balloon sleeve
Very full, ¾-length sleeves with banded cuffs for a full, softly draping shape.



flutter sleeve
Loose, tapered sleeves fall in folds that femme up angular upper arms.



split sleeve
Shoulder-to-wrist slits make this lightweight top unabashedly sexy.



cut-out shoulder
A fresh, modern way to show skin. Comes in slinky or casual fabrics.

Fiyatlar



FİYATLAR VE MARKA PENETRASYONU

Haziran 2019



Fiyatlar

Bu bölümde

- Ürün grupları bazında ortalama perakende satış fiyatları,
- Ürünler bazında ortalama fiyat skalası,
- Ürün grupları bazında marka penetrasyonu,

Sunulmuştur.



Fiyatlar

Ürün grupları

Alt ürün grupları ve fiyat grupları bazında piyasadan elde edilmiş olan fiyat bilgisi sayısı

TEKİL FİYAT VERİSİ, ABD	0 - 10 USD	10-20 USD	20 - 50 USD	50 - 100 USD	100 - 500 USD	500 USD - ve üzeri	TOPLAM
Gömler							19.097
Erkek Gömleri							7.755
Uzun Kollu Gömler	991	1.608	1.256	671	13	0	4.539
Kısa Kollu Gömler	402	1.242	874	2	4	0	2.524
Yakasız/Mintan Yaka Gömler	16	324	45	31	0	0	416
Kıvrılabilir Uzun Kollu Gömler	4	9	78	0	0	0	91
Diğer	16	52	41	76	0	0	185
Kadın Gömlek ve Bluzları							11.342
Uzun Kollu Gömler ve Bluzlar	1.607	2.431	905	14	3	0	4.960
Kısa Kollu Gömlek ve Bluzlar	943	431	852	2	1	0	2.229
Kolsuz Bluzlar	74	543	651	43	0	0	1.311
Yarasa Kol Bluzlar	473	97	74	0	0	0	644
Çan Kollu Bluzlar	53	72	56	34	0	0	215
Diğer	875	471	562	75	0	0	1.983



Erkek ve kadın gömlek/bluz ürün grubunda toplam 19.097 perakende piyasa fiyat verisi derlenmiş, analiz edilmiştir. Yan bölümde yer alan tabloda her bir alt ürün kategorisinde kaç adet tekil fiyat verisinin piyasadan toplandığı gösterilmektedir. Ürünler toplamda 6 farklı fiyat aralığında değerlendirilmiştir.

Fiyatlar

Ürün grupları

Alt ürün grupları ve fiyat grupları bazında
piyasadan elde edilmiş olan ortalama perakende
satış fiyatları, Haziran 2019

ORTALAMA PERAKENDE LİSTE FİYATLARI	0 - 10 Dolar	10 - 20 Dolar	20 - 50 Dolar	50 - 100 Dolar	100 - 500 Dolar	500 GBP - ve üzeri
Gömler						
Erkek Gömleri						
Uzun Kollu Gömler	8,16	16,35	30,55	72,64	132,62	0,00
Kısa Kollu Gömler	4,94	17,28	29,99	72,64	128,39	0,00
Yakasız/Mintan Yaka Gömler	7,01	15,61	32,83	70,34	0,00	0,00
Kıvrılabilir Uzun Kollu Gömler	7,06	15,54	28,68	0,00	0,00	0,00
Diğer	7,40	16,92	35,94	74,20	0,00	0,00
Kadın Gömle ve Bluzları						
Uzun Kollu Gömler ve Bluzlar	7,65	14,05	36,27	71,94	141,46	0,00
Kısa Kollu Gömle ve Bluzlar	6,69	21,29	39,72	65,09	176,25	0,00
Kolsuz Bluzlar	7,85	16,60	33,49	71,88	0,00	0,00
Yarasa Kol Bluzlar	7,34	15,86	38,66	0,00	0,00	0,00
Çan Kollu Bluzlar	6,55	12,68	41,58	69,69	0,00	0,00
Diğer	6,43	16,14	41,35	76,66	0,00	0,00

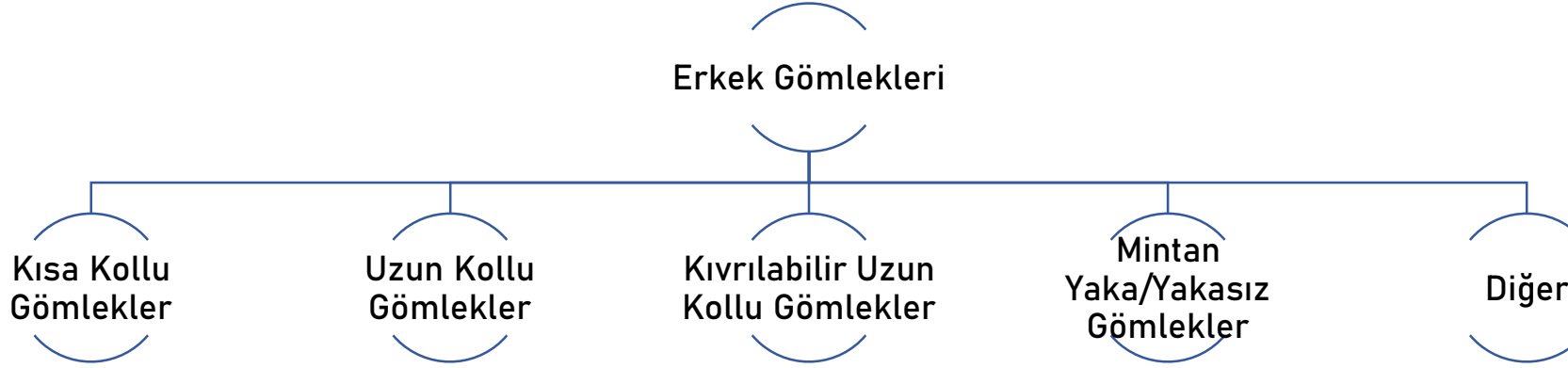
Fiyatlar



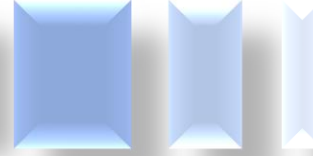
ERKEK
GÖMLEK

Fiyatlar

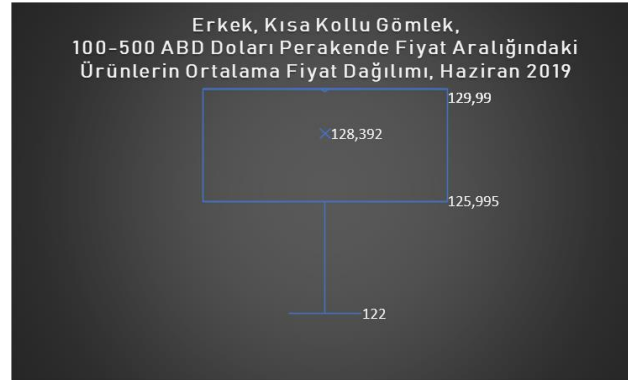
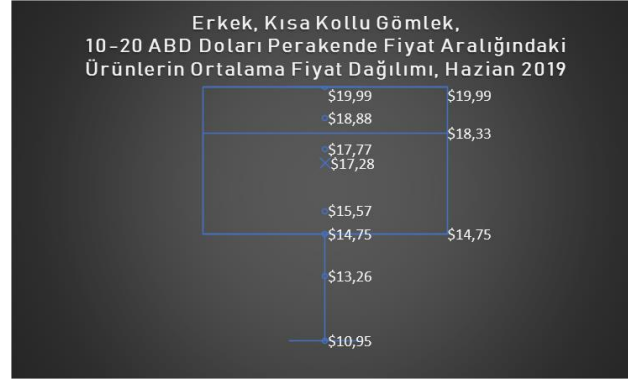
Erkek Gömlek Ürün Grupları



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



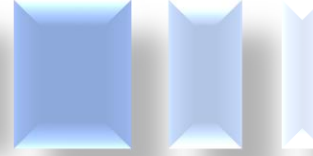
Erkek > Kısa Kollu Gömlek > Ortalama Fiyatlar*



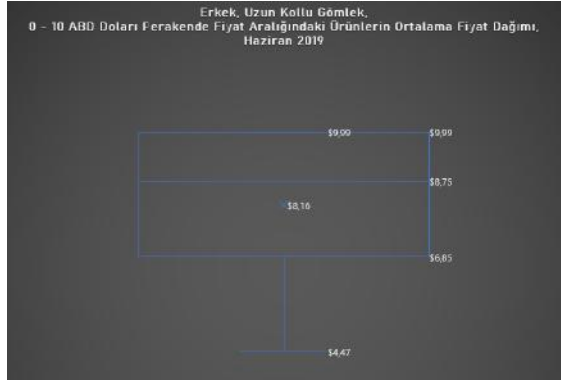
* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



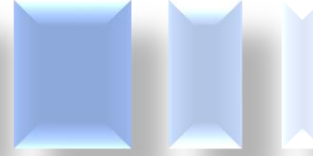
Erkek > Uzun Kollu Gömlek > Ortalama Fiyatlar*



* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



Erkek > Kıvrılabilir Uzun Kollu Gömlek > Ortalama Fiyatlar*

Erkek, Kıvrılabilir Uzun Kollu Gömlek,
0-10 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



1

Erkek, Kıvrılabilir Uzun Kollu Gömlek,
10-20 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



Erkek, Kıvrılabilir Uzun Kollu Gömlek,
20-50 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu

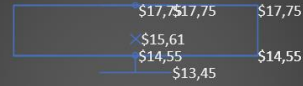


Erkek > Mınyan Yaka/ Yakasız Gömlek > Ortalama Fiyatlar*

Erkek, Mınyan Yaka-Yakasız Gömlek, 0-10 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



Erkek, Mınyan Yaka-Yakasız Gömlek, 10-20 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



Erkek, Mınyan Yaka-Yakasız Gömlek, 20-50 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



Erkek, Mınyan Yaka-Yakasız Gömlek, 50-100 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



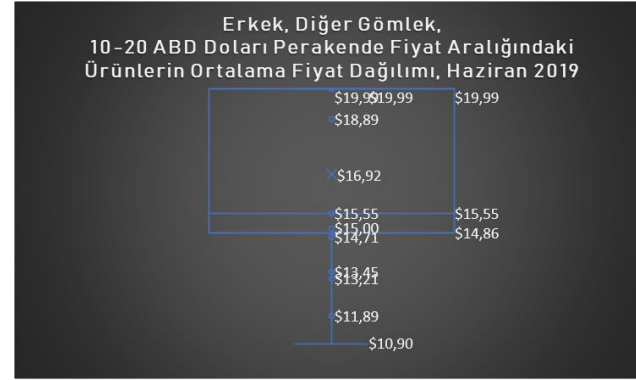
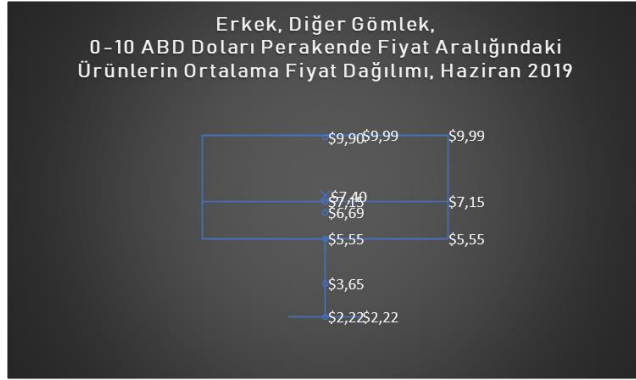
* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



Erkek > Diğer Gömlek > Ortalama Fiyatlar*



* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



Erkek > Gömlek > Marka Penetrasyonu*



* = Marka penetrasyonu görseli amazon.co.uk sitesindeki ilgili kategori bazındaki satılan ürünlerin marka analizlerinin kelime bulutu üreticisi ile analizi sonucu oluşturulmuştur.

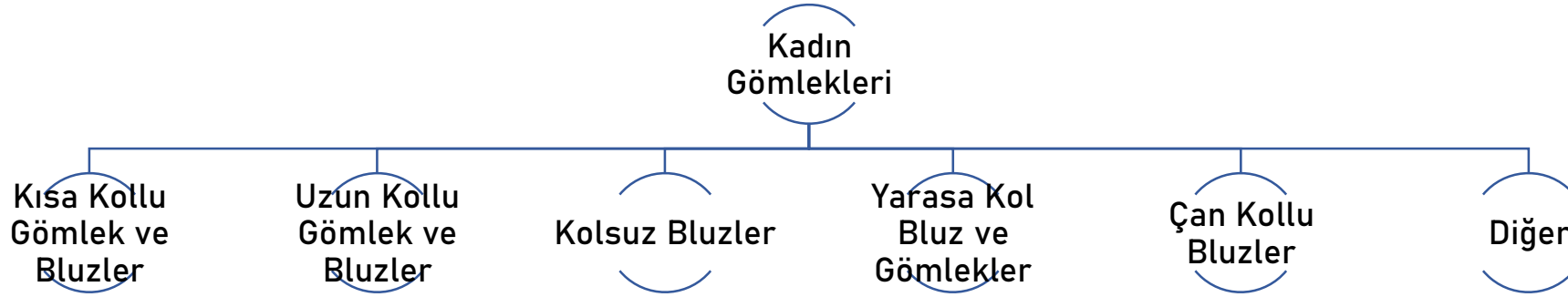
Fiyatlar



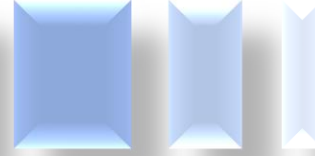
KADIN
GÖMLEK

Fiyatlar

Kadın Gömlek Ürün Grupları



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu

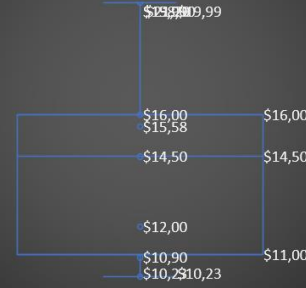


Kadın > Kısa Kollu Gömlek ve Bluzler > Ortalama Fiyatlar*

Kadın, Kısa Kollu Bluz Gömlek,
0-10 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



Kadın, Kısa Kollu Bluz Gömlek,
10-20 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



Kadın, Kısa Kollu Bluz Gömlek,
20-50 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



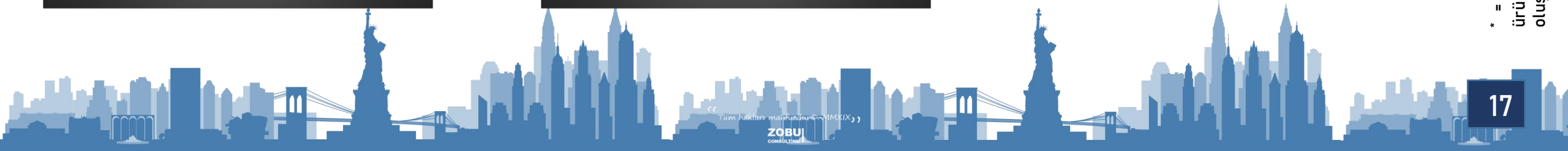
Kadın, Kısa Kollu Bluz Gömlek,
50-100 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



Kadın, Kısa Kollu Bluz Gömlek,
100-500 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.

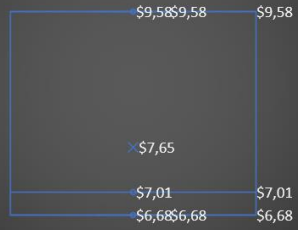


Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



Kadın > Uzun Kollu Gömlek ve Bluzler > Ortalama Fiyatlar*

Kadın, Uzun Kollu Bluz Gömlek,
0-10 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



Kadın, Uzun Kollu Bluz Gömlek,
10-20 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



Kadın, Uzun Kollu Bluz Gömlek,
20-50 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



Kadın, Uzun Kollu Bluz Gömlek,
50-100 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019

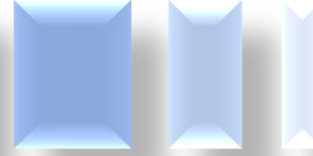


Kadın, Uzun Kollu Bluz Gömlek,
100-500 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.

Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu

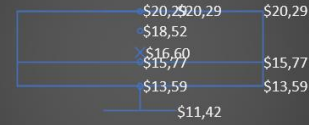


Kadın > Kolsuz Gömlek ve Bluzler > Ortalama Fiyatlar*

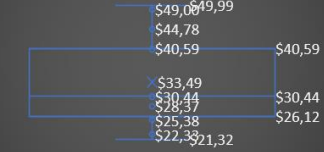
Kadın, Kolsuz Bluz Gömlek,
0-10 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



Kadın, Kolsuz Bluz Gömlek,
10-20 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



Kadın, Kolsuz Bluz Gömlek,
20-50 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



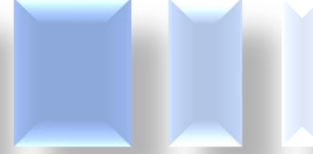
Kadın, Kolsuz Bluz Gömlek,
50-100 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



Kadın > Yarasa Kol Gömlek ve Bluzler > Ortalama Fiyatlar*

Kadın, Yarasa Kol Bluz Gömlek,
0-10 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



Kadın, Yarasa Kol Bluz Gömlek,
10-20 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019

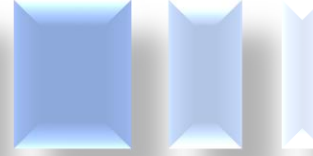


Kadın, Yarasa Kol Bluz Gömlek,
20-50 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.

Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



Kadın > Çan Kol Gömlek ve Bluzler > Ortalama Fiyatlar*

Kadın, Çan Kol Bluz Gömlek,
0-10 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



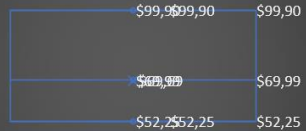
Kadın, Çan Kol Bluz Gömlek,
10-20 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



Kadın, Çan Kol Bluz Gömlek,
20-50 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019

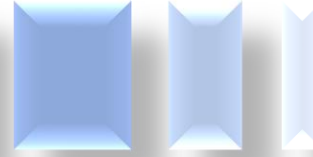


Kadın, Çan Kol Bluz Gömlek,
50-100 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.

Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu

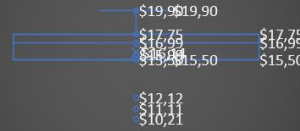


Kadın > Diğer Gömlek ve Bluzler > Ortalama Fiyatlar*

Kadın, Diğer Bluz Gömlek,
0-10 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



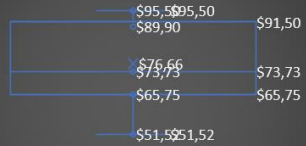
Kadın, Diğer Bluz Gömlek,
10-20 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



Kadın, Diğer Bluz Gömlek,
20-50 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



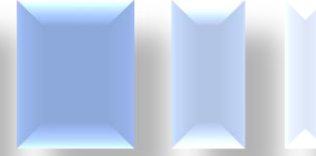
Kadın, Diğer Bluz Gömlek,
50-100 ABD Doları Perakende Fiyat Aralığındaki
Ürünlerin Ortalama Fiyat Dağılımı, Haziran 2019



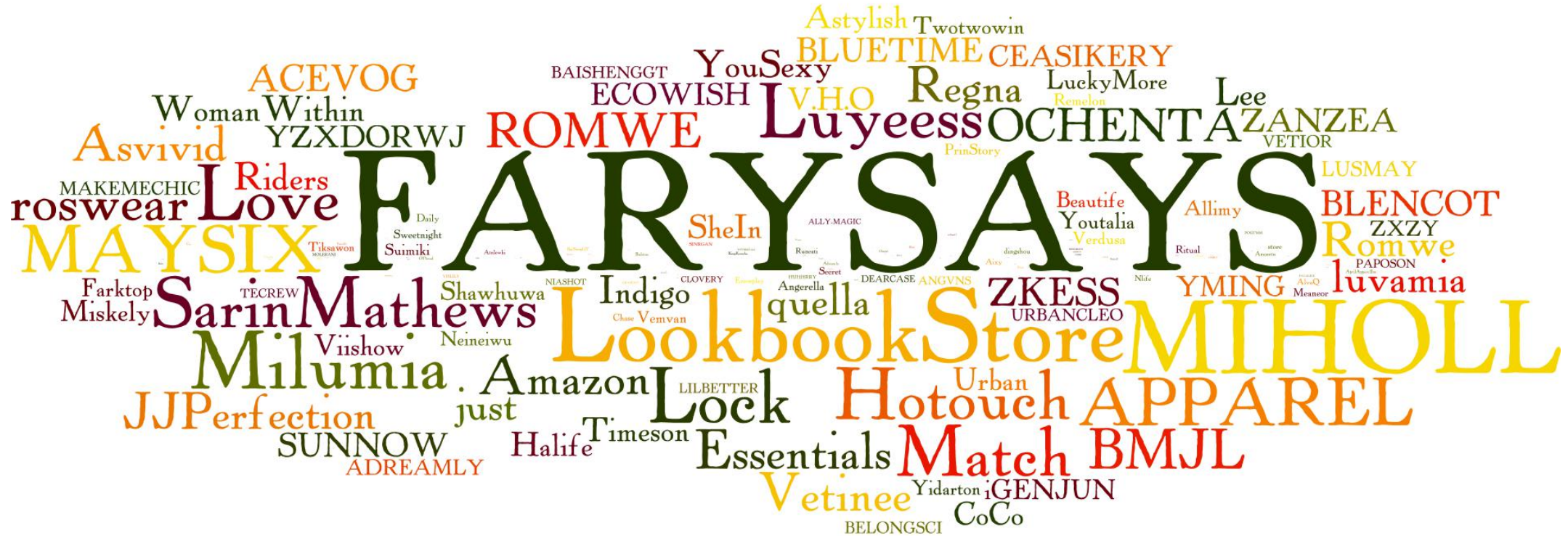
* = Ortalama fiyatlar, belirlenmiş fiyat aralıklarındaki ürünlerin piyasada fiyat dağılımlarını göstermek üzere oluşturulmuş perakende fiyat analiz sonuçlarıdır.



Fiyatlar ve Marka Penetrasyonu



Kadın > Gömlek ve Bluzler > Marka Penetrasyonu*



* = Marka penetrasyonu görseli amazon.co.uk sitesindeki ilgili kategori bazındaki satılan ürünlerin marka analizlerinin kelime bulutu üreticisi ile analizi sonucu oluşturulmuştur.

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