

HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

ASLI ŞAT SEZGİN
Uzman

İKTİSADİ ARAŞTIRMALAR BÖLÜMÜ
TEMMUZ 2017

İÇİNDEKİLER

I. YÖNETİCİ ÖZETİ	3
II. HAZIR GIYİM SEKTÖRÜNE GENEL BAKIŞ	5
A. SEKTÖRÜN YAPISI	6
B. ÜRETİM	7
C. TALEP	12
D. DIŞ TİCARET	14
E. FİNANSMAN YAPISI	22
III. TRENDLER	23
IV. GENEL DEĞERLENDİRME VE BEKLENTİLER	26

I. YÖNETİCİ ÖZETİ

YÖNETİCİ ÖZETİ

Örme veya dokuma kumaştan giyim eşyası üretimini kapsayan hazır giyim sektörü, imalat sanayii içinde ihracat geliri en fazla olan ve en yüksek net döviz girdisi sağlayan sektörlerden biridir. Türk hazır giyim sektörü dünyanın en önemli üreticileri arasında yer almakta ve dünya ihracatından %3'ün üzerinde pay almaktadır.

Üretim yapısı emek yoğun, işletme yapısı ise KOBİ ağırlıklı olan sektörde yaratılan istihdam görece yüksek olmakla birlikte, ortalama ücretler düşük seviyededir. Bu durum, işgücü arzının fazla olmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca, dış pazarlarda ağırlıklı olarak fiyatlar üzerinden yaşanan yoğun rekabet, işgücü maliyetlerinin baskı altında kalmasına sebep olmaktadır.

Hazır giyim üretiminin büyük bir kısmı İstanbul'da gerçekleştirilmekte; üretimde öne çıkan diğer iller ise daha çok Marmara ve Ege'de yer almaktadır. Öte yandan, son dönemde ele alınan teşvik projesi kapsamında üretimin Doğu illerine kaydırılması hedeflenmektedir.

2016 yılının ikinci yarısında sektörde üretim iç ve dış talepteki bozulmanın etkisiyle azalırken, 2017'nin ilk çeyreği itibarıyla toparlanma işaretleri vermektedir. Ayrıca, yılın ikinci çeyreğinde sektörde kapasite kullanım oranı da nispeten güçlü bir seyir izlemektedir.

Üretimde örme ve örülmemiş (dokuma) giyim ürünleri yıllar itibarıyla istikrarlı bir seyir izlerken, kürk giyimin azaldığı görülmektedir. Örme giyim içinde çorap imalatı öne çıkarken, diğer ürün grubunda iç giyimden iş giysisine kadar uzanan geniş bir ürün yelpazesi bulunmaktadır.

İhracatta örme giyim ürünleri öne çıkarken, iç pazarda ise iç, uyku ve plaj giyim alanlarında büyüme potansiyeli bulunmaktadır. Ayrıca, dünyada etkili olan spor giyim trendi ve Türkiye'de yükselen orta sınıfın yarattığı lüks giyim talebinin de üretime yön vereceği tahmin edilmektedir.

Sektörün en önemli ihrac pazarı Almanya, İngiltere ve İspanya olmak üzere Avrupa'dır. Düşük seviyelerde bulunan ithalatta ise Bangladeş ve Çin öne çıkmaktadır. Pazar çeşitlendirmesi hedefleyen sektörün en büyük rakipleri ucuz işgücü avantajına sahip olan Asya ülkeleridir.

Sektörde son dönemde maliyetler artarken iç talebin gerilemesi, ürün fiyatlarının ve dolayısıyla gelirlerin baskı altında kalmasına neden olmuştur. Döviz kuru gelişmeleri, 2016'nın özellikle ikinci yarısında dolar cinsi hammadde maliyetlerini yukarı çekerken, euro cinsi ihracat gelirlerinin azalmasında etkili olmuştur. 2017'nin ilk aylarında kurda dalgalanmanın azalmasının ve euro/dolar paritesindeki yükselişin yılın geri kalanında kâr marjı üzerindeki baskıyı kısmen hafifletmesi beklenmektedir.

2017 yılında alınan tedbirlerin de desteğiyle artan ekonomik aktivite ile iyileşen yatırım ve tüketim ortamı ile yurt dışında mağazalaşma ve ihracatta pazar çeşitlendirmesi gibi stratejiler sayesinde sektörün önceki yıllık kayıplarını telafi etmesi beklenmektedir. Bununla birlikte, varlığını sürdüren siyasi ve jeopolitik riskler bu trendi sınırlayabilecektir.

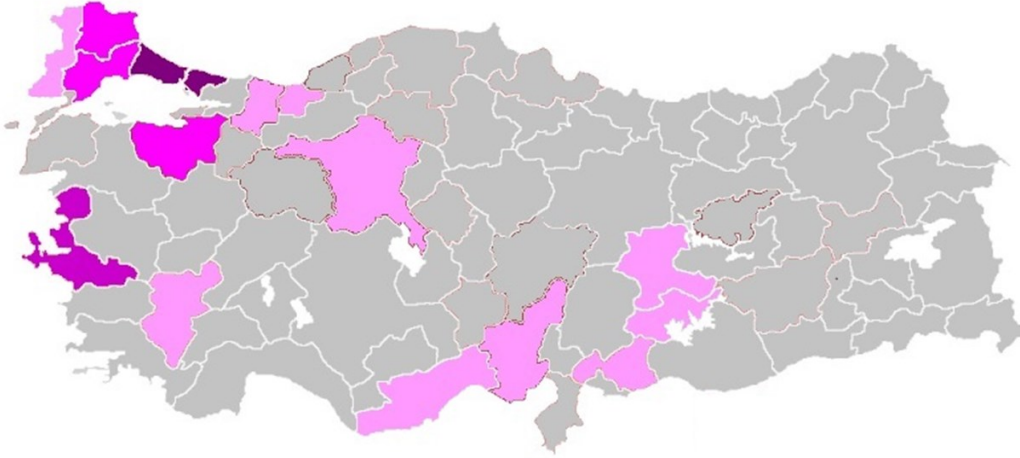
II. HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNE GENEL BAKIŞ

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / SEKTÖRÜN YAPISI

- Hazır giyim sektörü örme ve dokuma kumaştan giyim eşyası üretimini kapsamaktadır.
- Sektörün üretim maliyetlerinin yarıya yakını kumaş giderleri oluşturmakta, işçilik maliyetiyle beraber bu iki kalemin toplamı %70-75'leri bulmaktadır.
- Ürünlerin tüketiciyle buluşmasını sağlayan ve üretime yön veren trend, moda ve tasarım gibi kavramların karşılık bulduğu vitrin, perakende mağazacılık sektörüdür. Moda yatırımı yüksek olan markalaşmış büyük hazır giyim firmalarının yurt içi ve yurt dışı mağaza yapıları bulunmaktadır. Sektör firmalarının bir kısmı ise doğrudan ulusal veya küresel markalara ürün üretmektedir.
- Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) verilerine göre, sektörde çalışan zorunlu sigortalı sayısı 472.067 kişidir. İmalat sanayi geneli ile kıyaslandığında hazır giyim sektörü, sigortalı çalışan sayısı bakımından 24 sektör içinde ilk sırada yer almaktadır. Sektörde kayıt dışılık oranı küresel pazarda fiyat rekabetinin yüksek olmasının da etkisiyle %44 ile oldukça yüksek seviyededir. Kayıt dışı çalışanlar dahil edildiğinde sektördeki istihdamın 1 milyon kişiyi bulduğu tahmin edilmektedir. Diğer taraftan, sektör günlük ortalama kazanç bakımından (68,1 TL) son sıralardadır.
- Şubat 2017 itibarıyla çoğu KOBİ niteliğinde olan 31.755 firmanın faaliyet gösterdiği sektör iş yeri sayısı bakımından imalat sektörü içinde 3. sırada bulunmaktadır.
- Dünyanın en büyük hazır giyim üreticilerinden olan Türkiye'de hazır giyim sektörü sahip olduğu faaliyet hacmi, sağladığı istihdam ve net ihracatçı olarak döviz kazandırıcı niteliği ile önemli bir yere sahiptir.
- Hazır giyim sektörü ihracatının Türkiye'nin toplam ihracatından aldığı pay %10'a yakındır. Net ihracatçı konumunda olan sektör, her yıl ekonomiye ortalama 14-15 milyar USD civarında net döviz girişi sağlamaktadır. 2016 itibarıyla dünya hazır giyim ihracatının örme giyim grubunda %6,2'si, örülmemiş giyim grubunda ise %4,2'si Türkiye tarafından yapılmaktadır.
- Hazır giyim üretimi emek yoğun bir yapıya sahip olması sebebiyle, daha çok işgücü maliyetinin düşük olduğu ülkelerde yoğunlaşmaktadır. Bununla birlikte, küresel markalar, ağırlıklı olarak moda ve tasarım kabiliyetleriyle öne çıkan gelişmiş ülkelere kaymaktadır. Diğer bir ifadeyle, hazır giyim ürünlerinin üretimi hızla artan rekabete bağlı olarak yıllar içinde ucuz işgücüne sahip olan ülkelere kaymıştır.

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / ÜRETİM

İşletme Sayısına Göre Hazır Giyim Sektöründe Bölgesel Yoğunlaşma*

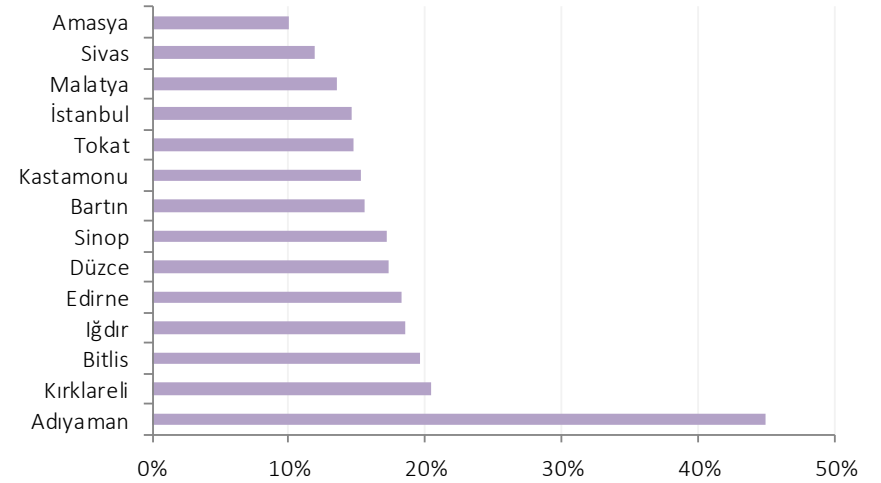


Kaynak: Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Girişimci Bilgi Sistemi (GBS, 2015)

(*)Renkler açıktan koyuya doğru gittikçe seçili ilde yoğunlaşma oranı artmaktadır.

(**) Bir ilde yaratılan ekonomik değer in yüzdesel olarak ne kadarının seçilen sektöre ait olduğunu gösterir.

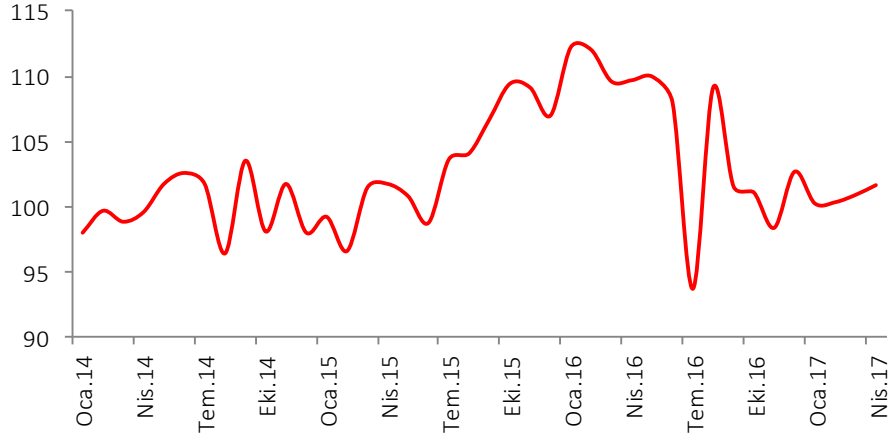
Giyim Eşyalarının İmalatı - İllere Göre Başatlık**



- İşletme sayısına göre bölgesel yoğunlaşma haritası sektörde faaliyet gösteren işletmelerin sayıca fazla olduğu illeri göstermektedir. Buna göre, hazır giyim sektöründeki firmaların %61,2'si İstanbul'da yer almaktadır. Bu ili sırasıyla İzmir (%7,8), Tekirdağ (%4), Kırklareli (%3) ve Bursa (%2,5) izlemektedir. Başatlık kriterine göre ise, Adiyaman, Kırklareli ve Bitlis gibi iller öne çıkmaktadır. Hazır giyim sektörünün Adiyaman, Kırklareli ve Bitlis ekonomisine katkısı oldukça yüksektir. Özellikle Adiyaman'da ekonomik aktivitenin yaklaşık yarısı hazır giyim üretiminden oluşmaktadır.
- Öte yandan, yurt içinde uygulamaya konan "Cazibe Merkezi Programı" kapsamında, tekstil ve hazır giyim sektörüne yatırım teşviki verilecek 23 il belirlenmiştir. Bu iller Doğu ve Güney Doğu bölgelerinde yer almaktadır. Bu bölgelerde özellikle iş gücü maliyetlerinin düşük olması ve sağlanan teşvikler sayesinde, söz konusu programın sektördeki yatırımları olumlu etkileyeceği düşünülmektedir. Diğer taraftan, söz konusu projenin firmaları harekete geçirebilmesi için insan kaynağı ve lojistik alt yapısının yeterli düzeyde kurulması ve güvenlik kaygılarının giderilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

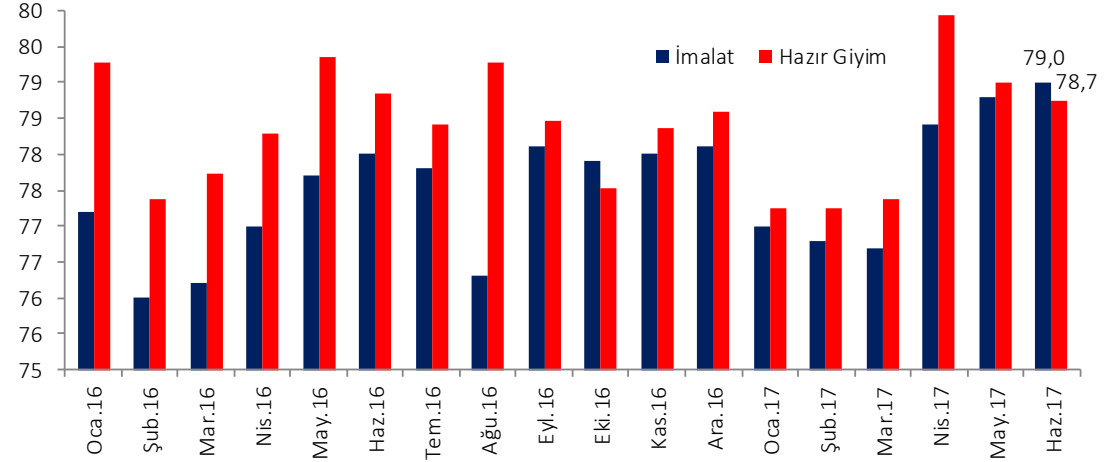
HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / ÜRETİM

Hazır Giyim Sektöründe Üretim
(Mevsim ve Takvim Etkisinden Arındırılmış, 2014=100)



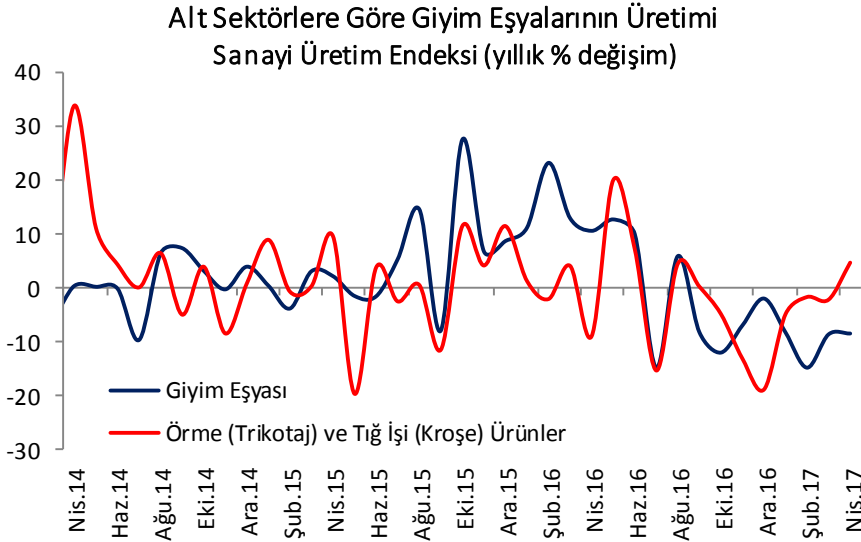
Kaynak: TÜİK, TCMB

İmalat Sanayinde ve Hazır Giyim Sektöründe
Kapasite Kullanım Oranı (%)

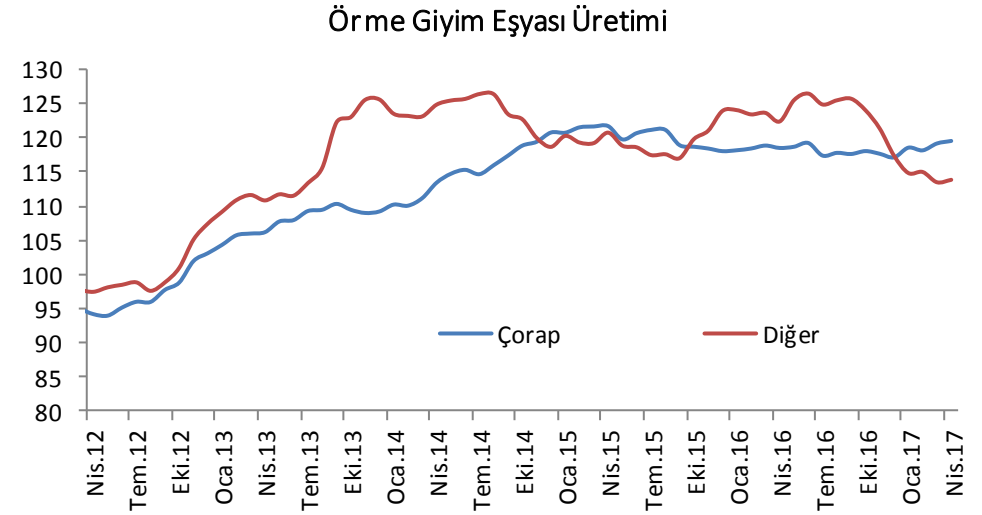


- 2015'in ikinci yarısından itibaren yükselme eğiliminde olan giyim eşyaları üretimi, 2016 yıl ortasında gerçekleşen darbe girişimi nedeniyle sert bir düşüş kaydetmiştir. Keskin düşüşün ardından toparlanma kaydedilse de, iç ve dış pazarlarda talebin azalması sebebiyle üretimdeki aşağı yönlü seyir bir süre daha devam etmiştir. Nitekim 2016'nın ikinci yarısından bu yana yıllık büyüme negatiftir. Bununla birlikte, iç pazarda tüketimin toparlanması ve çeyreklik bazda ihracatın artması paralelinde 2017'nin ilk çeyreğinde üretim bir önceki çeyreğe göre yatay bir seyir izlemiştir.
- Sektörde kapasite kullanım oranı (KKO) ilk çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemine göre bir miktar gerilemiştir. Ancak, yılın ikinci çeyreğinde ekonomik faaliyetlerdeki düzelmeye paralel olarak hazır giyim eşyası imalatında KKO ilk çeyreğe göre yükselmiştir.
- Üretimdeki canlılığın, gerek ihracattaki gerek iç tüketimdeki toparlanma paralelinde önümüzdeki dönemde devam etmesi beklenmektedir. Dış pazarlarda artan tanıtım atağı ve döviz kurlarının kısmen stabilize olması ihracatı desteklerken, iç pazarda kamunun ekonomiyi destekleyici önlemlerinin de etkisiyle tüketim harcamaları artmaktadır. Diğer taraftan, yüksek enflasyon, artan jeopolitik riskler, kırılan tüketici güveni ve küresel finansman koşullarında beklenen sıkışmanın yatırım ve tüketim iştahını sınırlayacağı düşünülmektedir.

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / ÜRETİM



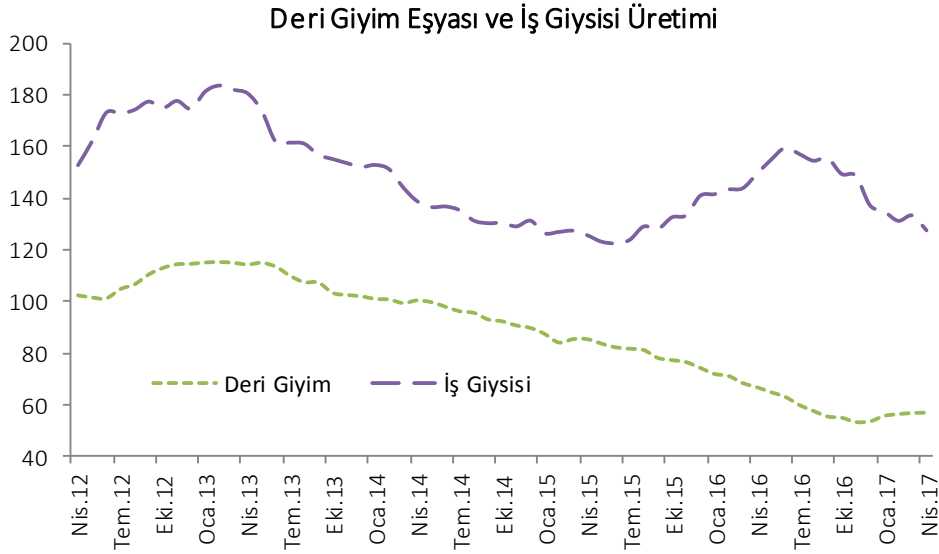
Kaynak: TÜİK



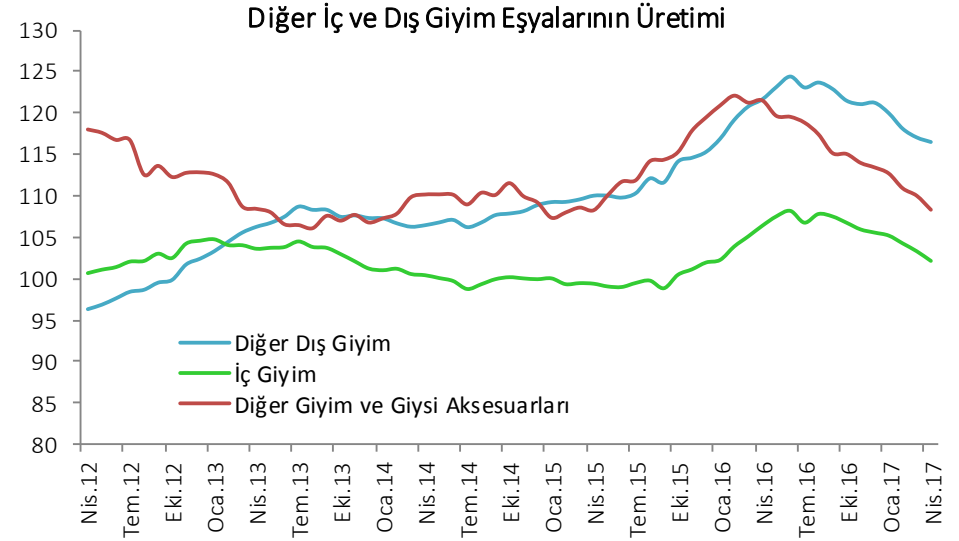
Sanayi Üretim Endeksi, 2010=100, 12 aylık hareketli ortalamalar

- Alt sektörler bazında üretim gelişmelerine bakıldığında, kürkten eşya üretiminin yıllar içinde daraldığı, örme ve diğer giyim eşyalarının üretiminin ise görece istikrarlı bir seyir izlediği anlaşılmaktadır. 2012-2016 döneminde yıllık ortalama büyüme oranları kürk hariç giyim eşyasında %2 ve örme ürünlerde %3,1 olurken, kürkten eşya üretimi %23,7 azalmıştır. Kürk eşya grubunda, 2015'te başlıca ihraç pazarı Rusya ekonomisinde yaşanan olumsuzluklar ve rublede yaşanan sert düşüşle başlayan ihraç gelirlerindeki azalma, ikili ilişkilerdeki bozulma ile 2016'da da devam etmiştir.
- Türkiye'nin en önemli ihraç kalemlerinden biri olan örme giyim grubunda ise üretim 2016'da önceki yıla göre hafif gerilemekle beraber genel olarak yukarı yönlü bir seyir izlemiştir. Bu dönemde özellikle çorap imalatının görece olumlu bir seyir izlediği görülmektedir. Çorap üretimi, darbe girişimi döneminin olumsuz etkilerinden görece az etkilenmiş ve sonrasında kısa süre içinde toparlanma eğilimi sergilemiştir. Öte yandan, diğer örme eşyaların imalatında 2016 yıl ortasından itibaren sert düşüşler yaşanmış ve henüz kalıcı bir iyileşme kaydedilmemiştir. Çorap sektörünün diğer alt sektörlerden olumlu ayrışmasının sebeplerinden biri, dış pazarlarda rekabet edebilme yeteneği ve iç tüketimdeki daralmanın bir kısmını ihracatla telafi edebilme kapasitesidir.

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / ÜRETİM



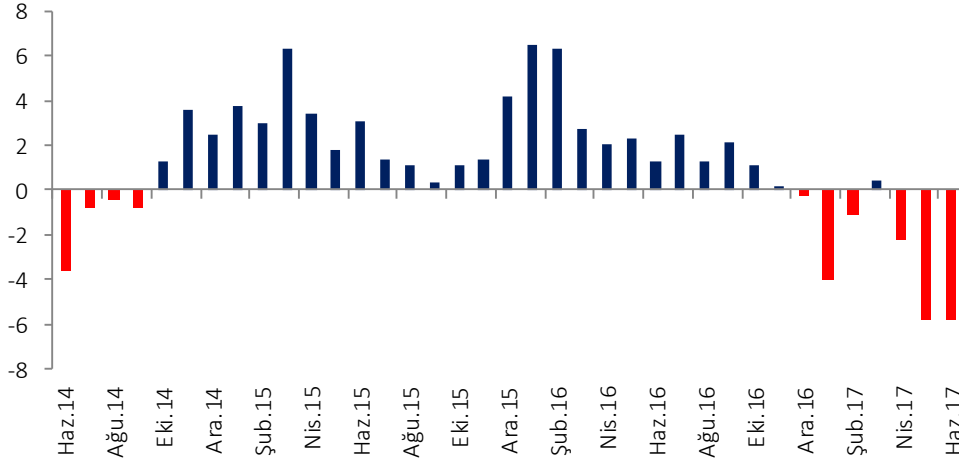
Sanayi Üretim Endeksi, 2010=100, 12 aylık hareketli ortalamalar
Kaynak: TÜİK



- Deri giyim eşyası üretiminin, Rusya pazarındaki olumsuzlukların da etkisiyle uzun süreli bir düşüş eğiliminde olduğu ancak, 2017 yılının ilk çeyreğinde piyasanın görece toparlanması ile kısmen yukarı yönlü hareket ettiği görülmektedir. Yoğun rekabet kaynaklı pazar kaybına bağlı olarak 2013-15 döneminde azalan iş giysisi imalatının da bu dönemden sonra genel anlamıyla bir toparlanma içine girdiği görülmektedir. Bunların dışında kalan iç giyim, dış giyim ve diğer giyim eşyaları ile aksesuarlarının üretimi ise görece yatay bir seyir izlemiştir. Tüm ürün gruplarında darbe girişimi döneminin aşağı yönlü etkileri izlenirken, üretimde yavaşlama eğiliminin 2016'nın ikinci yarısı ve 2017'nin ilk çeyreğinde de devam ettiği izlenmektedir.
- Büyüme potansiyeli yüksek olan alt sektörler arasında iç giyim, mayo ile plaj ve ev giyimi öne çıkmaktadır. Nitekim söz konusu ürün gruplarında tedarikçi eksikliği bulunduğu belirtilmektedir. Sağlıklı yaşam trendi paralelinde spor giyim talebinde yaşanan artışın da ilerleyen dönemde bu kategorideki üretimi olumlu etkilemesi beklenmektedir.

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / ÜRETİM

Giyim Eşyası İmalatında Tüketici ve Üretici Fiyatları Farkı* (Puan)

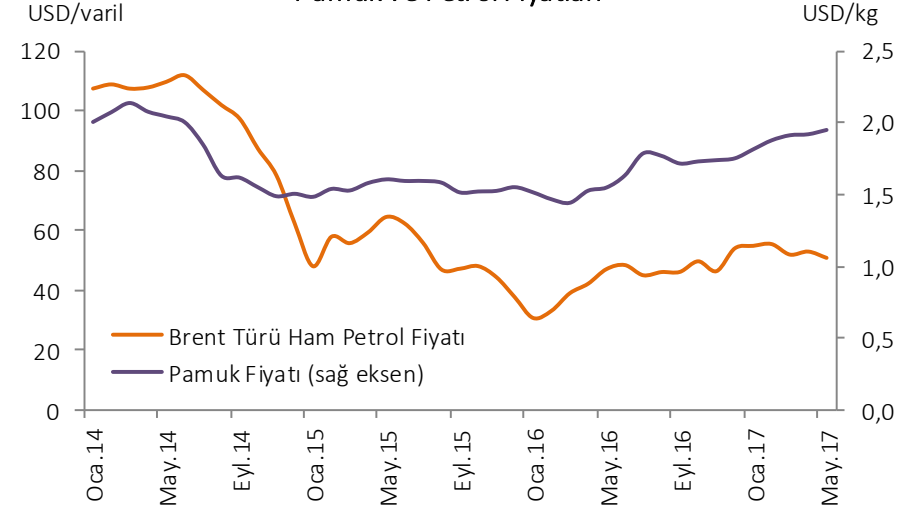


Kaynak: TÜİK, Dünya Bankası, Reuters

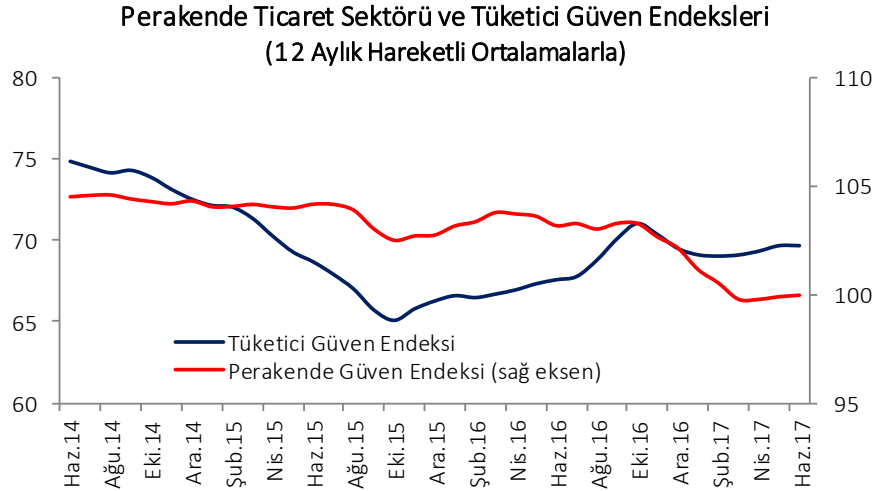
(*) Giyim eşyası imalatında yıllık TÜFE artışı (%) - yıllık Yi-ÜFE artışı (%)

- Hazır giyim sektöründe yıllık tüketici ve üretici fiyat enflasyonu arasındaki fark 2016 yılsonundan bu yana genel olarak negatif seyretmiştir. Tüketici fiyatlarındaki artışın üretici fiyatlarındaki artışın oldukça altında kalması, maliyetlerin kolaylıkla ürün fiyatlarına yansıtılmadığını göstermektedir. Bu durum, iç pazarda talep koşullarındaki nispi bozulmayı teyit etmektedir.
- Maliyetlerdeki artışın önemli bir kısmı, döviz kurlarındaki yükselişin de etkisiyle iplik ve kumaş gibi ithal girdi maliyetinin yükselmesinden kaynaklanmaktadır. Nitekim söz konusu ürünlerin en önemli hammadde olan pamuğun yarıya yakınının ithal edilmesi, üretim maliyetlerinin döviz kurlarındaki oynaklıklara karşı hassasiyetini artırmaktadır. Öte yandan, 2017 yılında yurt içinde pamuk üretiminin yükselmesinin, iç piyasada pamuk fiyatlarını aşağı çekerek maliyetleri düşürmesi beklenmektedir. Yerli üreticiyi korumak amacıyla pamuk ipliği ithalatına da vergi konulması son dönemde gündemdedir. Bu durumun, dış pazarlarda yoğun bir fiyat rekabeti yaşayan hazır giyim sektörünü, ucuz iplik ithal ederek üretilen kumaş ve diğer girdi maliyetlerinin yükselmesi yoluyla olumsuz etkileyeceği belirtilmektedir. Ayrıca, son dönemde iplik üretiminde kullanımı artan elyafın hammadde olan petrol fiyatlarındaki artış eğiliminin de maliyetler üzerindeki yukarı yönlü hareketi destekleyeceği düşünülmektedir.

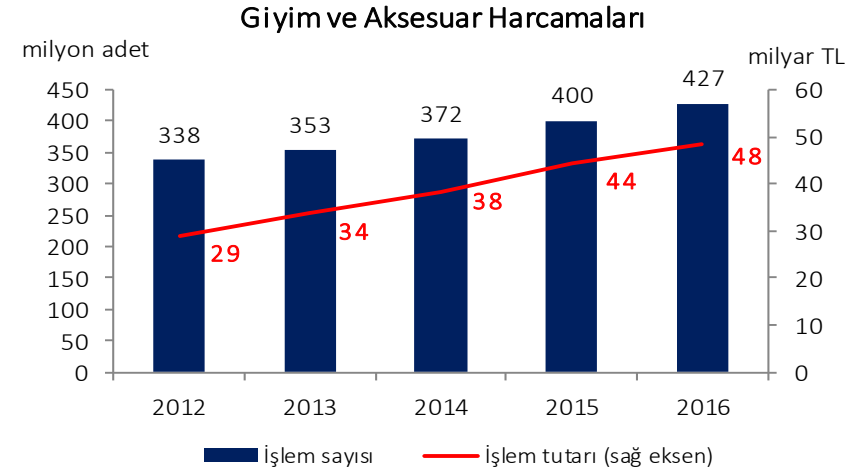
Pamuk ve Petrol Fiyatları



HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / İÇ TALEP



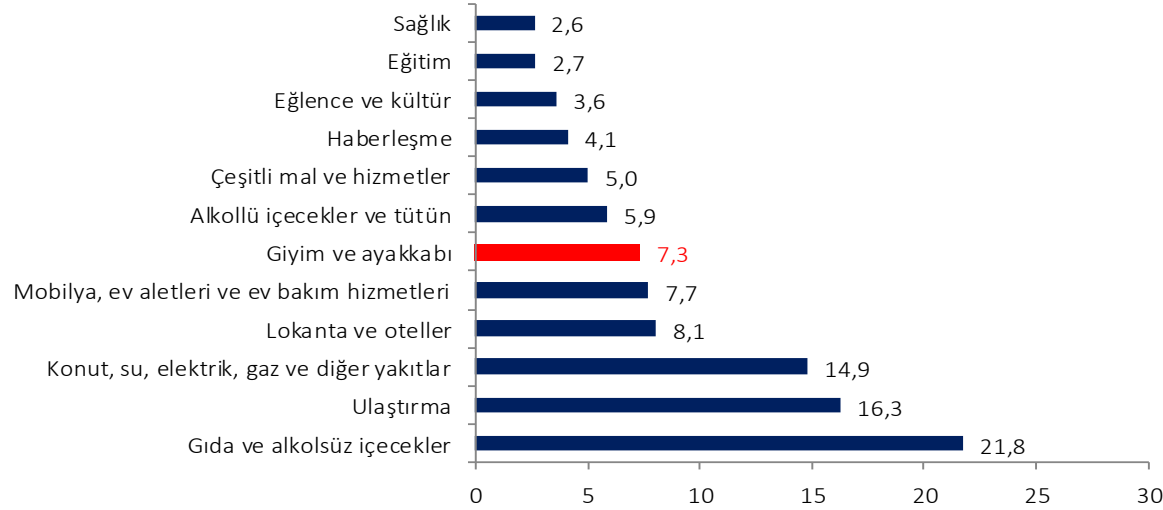
Kaynak: TÜİK, BKM



- Hazır giyim perakende satışları 2016'da ivme kaybeden yurt içi talepten olumsuz etkilenmiştir. Artan siyasi ve jeopolitik riskler, döviz kuru artışı ve yükselen enflasyon, yükselen finansman maliyetleri ve nihayetinde yavaşlayan ekonomik aktivite, ekonomide harcanabilir gelirin ve tüketim eğiliminin azalmasına neden olmuştur. Bu çerçevede, perakende güven endeksi 2016'nın son çeyreğinden itibaren sert bir düşüş kaydetmiştir. İç pazarda satışların gerilemesi mağaza gelirlerinde düşüşe neden olmuş; birçok marka iç pazardaki gelir kaybını dış pazarlara odaklanarak telafi etme yoluna gitmiştir. Benzer şekilde hazır giyim markaları erken indirimle giderek stok eritmeyi tercih etmiştir. Bu dönemde mağaza küçülmeleri ve kârlılık problemlerine bağlı olarak bazı uluslararası markaların Türkiye pazarından çıkması da söz konusu olmuştur.
- Bankalararası Kart Merkezi (BKM) verilerine göre, kartlı ödemeler içinde giyim ve aksesuar harcamaları 2016'da bir önceki yıla göre yavaşlamıştır. 2017'nin ilk çeyreğinde ise önceki yılın aynı dönemine göre kartlı ödemelerle yapılan işlem sayısı %3,5, işlem tutarı %8 artmıştır. Özellikle işlem tutarındaki artışın neredeyse yarı hızına inmesi, hanehalkının gelirindeki bozulma ve tüketim iştahındaki gerilemenin bir sonucudur. Bununla birlikte, azalan talep sonucunda sektörün fiyat indirimine gitmesinin de bu gelişmede etkili olduğu düşünülmektedir. 2017'de ise ekonomik aktivite ve tüketici güvenindeki görece toparlanma ile birlikte, yeni sezon satışları sektöre canlılık getirmiştir. 2017 yılında mağaza kapanmaları beklenmese de, agresif bir büyüme öngörülmemekte, daha çok kayıpların telafi edilmeye çalışılacağı düşünülmektedir.

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / İÇ TALEP

TÜFE - Ana Harcama Grubu Ağırlıkları (2017, %)

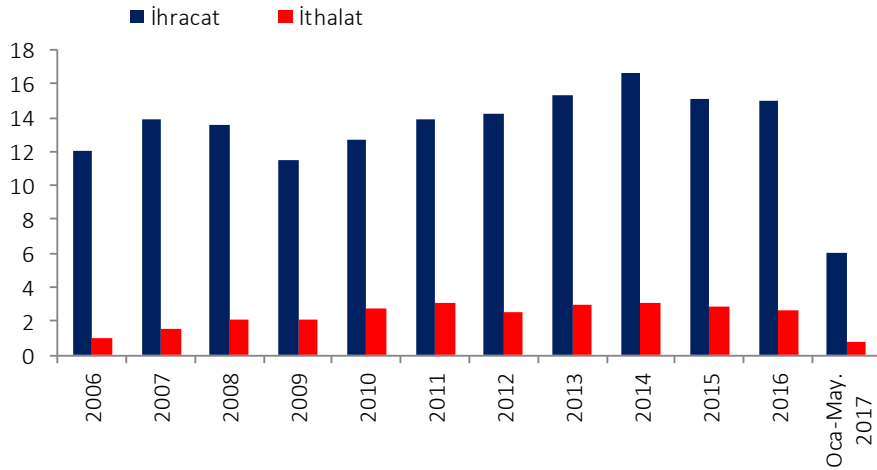


Kaynak: TÜİK

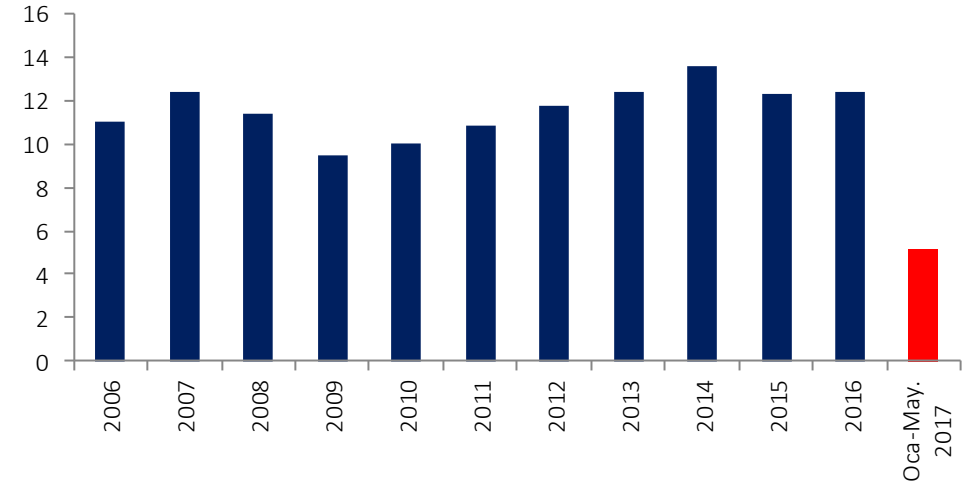
- Giyim ve ayakkabı grubunun TÜFE kapsamındaki ana harcama grubu ağırlıklarından aldığı pay 2017 itibarıyla %7,3'tür. 2017'de önceki seneye göre giyim ve ayakkabı harcamalarının ana harcama grubu içindeki payı 2016'ya göre 0,1 puanlık sınırlı bir düşüş kaydetmiştir.
- Yurt içinde yükselen orta sınıf, genç nüfus, kadınların çalışma hayatına ve sosyal yaşama daha fazla katılması, e-ticaret sayesinde pazarın büyümesi ve giyilen kıyafetlerin sosyal statü ile bağı ve moda-marka gibi tüketime yön veren trendler, giyim grubu harcamalarını olumlu etkileyen faktörlerdir. Bununla birlikte, ekonomik daralma dönemlerinde zorunlu ihtiyaçlar dışında giyim harcamalarında düşüş yaşanmaktadır.
- Yapılan araştırmalar, Türkiye pazarında giyim grubu için talebin gelir esnekliğinin diğer gelişmekte olan ülkelere kıyasla yüksek olduğunu göstermektedir. Zenginleşen orta sınıf genel anlamda gelir artışına öncelikli olarak giyim harcamalarını artırarak cevap vermektedir. Ayrıca, orta-üst gelir grubuna geçişler lüks tüketimi artırmaktadır. Dolayısıyla, kişi başına düşen GSYH verilerine göre 10 bin– 25 bin USD aralığından bulunan ve orta sınıfı büyüyen Türkiye pazarında standart giyimden ziyade lüks ürünler için önemli bir büyüme potansiyeli bulunmaktadır.

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / DIŞ TİCARET

Hazır Giyim Dış Ticareti (milyar USD)



Hazır Giyim Sektöründe Net İhracat (milyar USD)



Kaynak: TÜİK

- 2016 yılında hazır giyim sektörünün ihracatı bir önceki yıla göre %0,5'lik sınırlı bir düşüş kaydederek 15 milyar USD olmuştur. Yılın ilk yarısında ihracatta görülen olumlu performans, Temmuz ortasından itibaren tüketim ve yatırım iştahının gerilemesiyle tersine dönmüştür. Özellikle jeopolitik riskler ve yurt içi siyasi gelişmeler, yurt dışı siparişleri ve ihracat gelirlerini önemli ölçüde etkilemiştir. Başlıca ihraç pazarı konumundaki Avrupa'daki pazar kaybının ve parite etkisinin yanı sıra, Asya ülkeleri kaynaklı rekabet de ihracatı olumsuz etkilemiştir. Bununla birlikte, miktar bazında ihracatın arttığı ancak önemli bir bölümü euro cinsinden elde edilen ihracat gelirlerinin değerinin, euro/dolar paritesindeki düşüşe bağlı olarak azaldığı ifade edilmektedir.
- 2016 yılında ithalat ise %6,3 azalarak 2,5 milyar USD'ye gerilemiştir. Sektörün ithalatı, değer olarak ihracatın çok altında olmakla beraber, 2002-2016 döneminde yılda ortalama %18 artış kaydetmiştir. Sektörde dış ticaret dengesi 2016 itibarıyla 12,4 milyar USD fazla vermiştir.
- Ocak-Mayis 2017 döneminde ise, sektörün ihracatının bir önceki yılın aynı dönemine göre %5,4 azaldığı dikkat çekmektedir.

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / DIŞ TİCARET

En Fazla İhracat Yapılan İlk 10 Fasilın Toplam İçindeki Payı (2016, %)



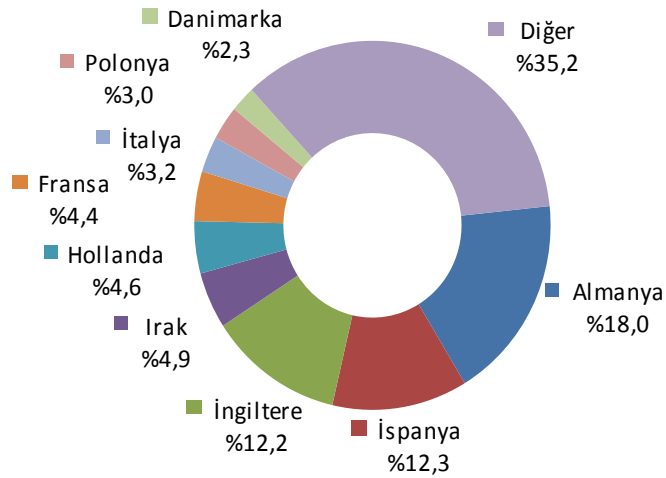
Kaynak: TÜİK

İhracatta İlk 10 Fasilın Net İhracatı (milyon USD)

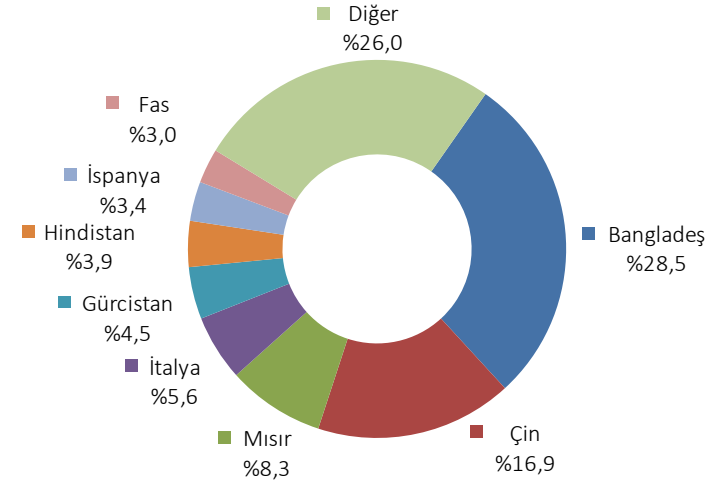
Sıra	Sektörler	2016	Ocak-Mayıs 2017
1	Örne giyim eşyası	8.061	3.192
2	Kıymetli veya yarı kıymetli taşlar	4.972	-1.186
3	Örülmemiş giyim eşyası	4.232	1.933
4	Yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler	3.332	1.071
5	Demir veya çelikten eşya	1.983	1.076
6	Motorlu kara taşıtları	1.961	4.026
7	Halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden yer	1.848	826
8	Tuz, kükürt, topraklar ve taşlar	1.796	836
9	Sebzeler, meyvalar	1.769	694
10	Dokunabilir maddelerden hazır eşya	1.747	709

- 2016'da en fazla ihracat yapılan ilk 10 fasıl arasında yer alan örme giyim eşyası toplam ihracattan %6,2, örülmemiş giyim eşyası ise %4,2 pay almaktadır. Hazır giyim sektörü yüksek düzeyde ihracatçı bir sektör olmasının yanı sıra net ihracatçı konumdadır. Sektör, döviz kazandırıcı niteliğiyle Türkiye ekonomisi açısından önemli bir yere sahiptir.
- 2016 itibarıyla en fazla net ihracat yapılan ilk 10 sektör arasında örme giyim ilk, örülmemiş giyim eşyası üçüncü sırada yer almıştır. Örme ve örülmemiş giyim eşyası sektörünün toplam net ihracatı, dış ticaret fazlası veren ilk 10 sektörün toplamının yaklaşık %40'ını oluşturmaktadır. 2017'nin ilk beş ayı itibarıyla da, iki sektörün toplam net ihracat değerinin 5,1 milyar USD'ye ulaşarak, imalat sanayii içinde ilk sırada yer aldığı görülmektedir.

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / DIŞ TİCARET

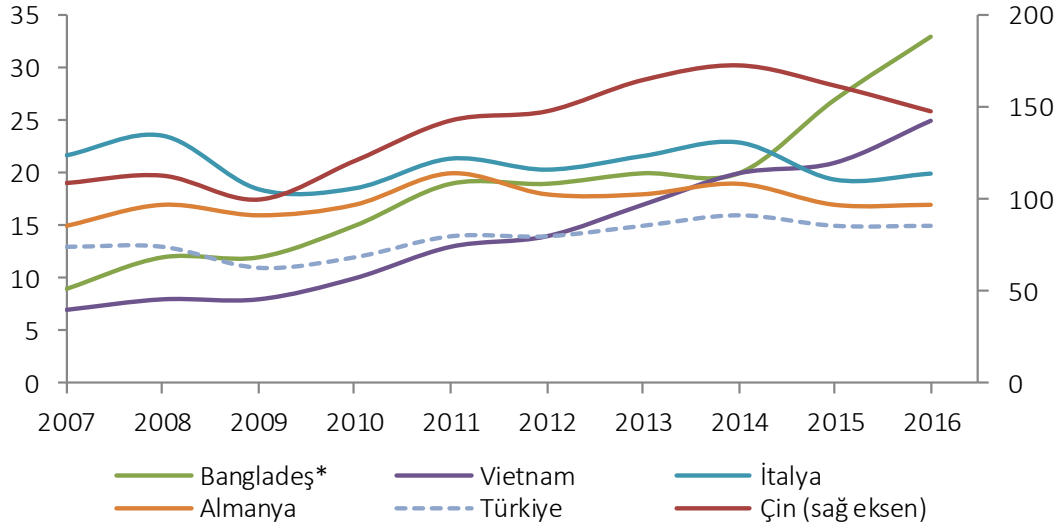
Giyim Eşyaları İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı
(Ocak-Mayıs 2017, %)

Kaynak: TÜİK

Giyim Eşyaları İthalatının Ülkelere Göre Dağılımı
(Ocak-Mayıs 2017, %)

- Sektörde ihracatın yaklaşık %70'i AB ülkelerine yapılmaktadır. Avrupa pazarında en önemli rakipler Çin ve Bangladeş olurken, özellikle örme giyimde hedef pazar olarak nitelenen ABD'de Vietnam pazar payını artırmaktadır. Öte yandan, artan işgücü maliyetleri çerçevesinde Çin'in Avrupa ve ABD pazarında payının giderek azaldığı dikkat çekerken, bu durumun yerli ihracatçılar açısından bir fırsat yaratabileceği düşünülmektedir.
- Jeopolitik risklerin ve güvenlik kaygılarının artması AB ve Rusya gibi önemli ticaret ortaklarımızla ilişkileri ve dolayısıyla hazır giyim ihracatını olumsuz etkilemiştir. Ocak-Mayıs 2017 döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre başta İngiltere ve Almanya olmak üzere önemli Avrupa pazarlarına yapılan ihracat düşmüştür. Avrupa ülkeleri haricinde bir diğer önemli pazar Irak olurken, yükselen pazarlar arasında İran öne çıkmaktadır. İran pazarındaki rakiplerimiz arasında İtalya, Çin ve Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) yer almaktadır. Ayrıca, Bulgaristan başta olmak üzere coğrafi yakınlık bakımından potansiyel barındıran Azerbaycan, Kırgızistan, Hırvatistan ve Macaristan gibi ülkelere yönelik ihracatın da arttığı görülmektedir.

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / DIŞ TİCARET

Dünya Hazır Giyim İhracatında İlk 5 Ülke ve Türkiye
(milyar USD)

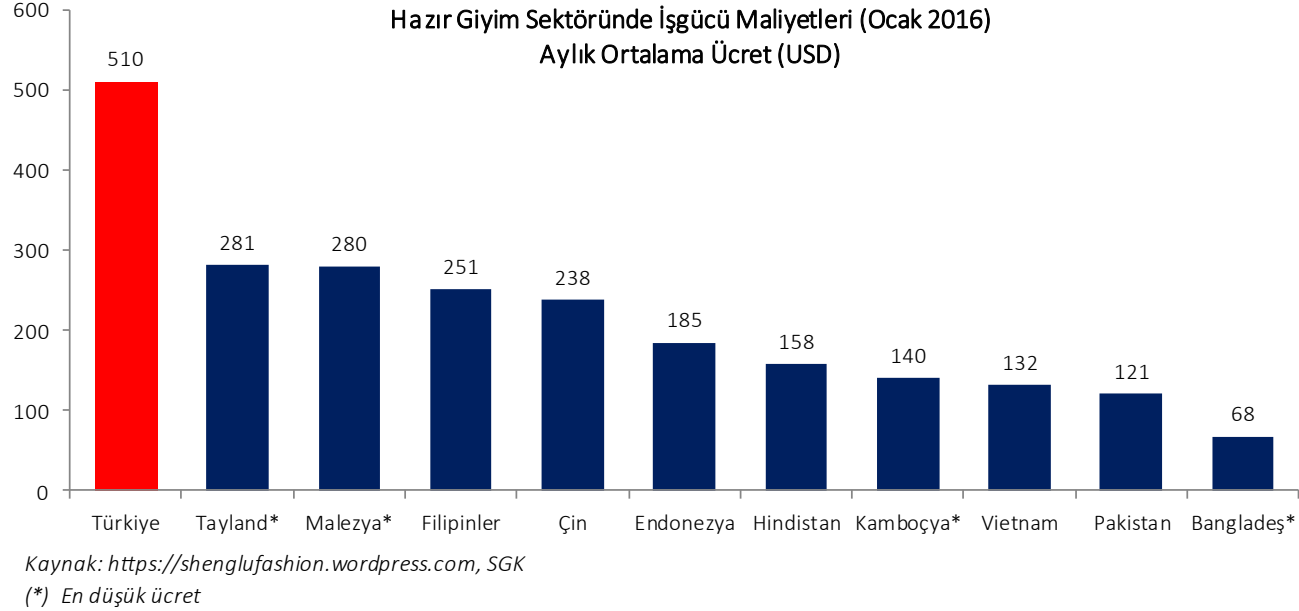
Ülkelere Göre Hazır Giyim İhracatı ve Ortalama Büyüme Hızı			
Ülke	2007 (milyar USD)	2016 (milyar USD)	Yıllık Ortalama Büyüme Oranı (%)
Çin	109	148	3,5
Bangladeş	9	33	15,3
Vietnam	7	25	14,6
İtalya	22	20	1,1
Almanya	15	17	1,4
Türkiye	13	15	1,0

Kaynak: International Trade Centre (ITC) - Trademap

(*) Bangladeş için 2014 verisi bulunmamaktadır. Bu sebeple grafikte 2013 yılı verisi kullanılmıştır.

- Dünya hazır giyim ihracatında 2016 itibarıyla önde gelen ilk 5 ülke Çin, Bangladeş, Vietnam, İtalya ve Almanya'dır. Türkiye, bu dönemde gerçekleştirdiği 15 milyar USD'lik ihracat ile 8. sırada yer alırken, toplam ihracattan aldığı pay %3 seviyesindedir. Çin ise 148 milyar USD'lik ihracat değeri ve toplam içindeki %33'lük payı ile lider konumdadır.
- Bununla birlikte, son 10 yılda izlenen trende bakıldığında, Çin'in ihracattaki payının düştüğü, Bangladeş ve Vietnam'ın payının arttığı görülmektedir. Özellikle Bangladeş'in küresel ölçekte hazır giyim ihracatı 2014'ten itibaren oldukça hızlı yükselmiştir. Vietnam'ın ihracatının da 2010'dan itibaren istikrarlı bir şekilde arttığı dikkat çekmektedir. 2007-2016 döneminde ihracatın yıllık ortalama büyüme hızı Bangladeş'te %15,3 ve Vietnam'da %14,6 olurken, Türkiye'de %1 seviyesinde kalmıştır.

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / DIŞ TİCARET



- Hazır giyim ihracatında önde gelen Asya ülkelerine kıyasla Türkiye’de ortalama işgücü maliyetlerinin yüksek olduğu görülmektedir. Özellikle son yıllarda sektörde yatırımların odağı olan ve birçok uluslararası firmanın üretimini kaydirdığı ülkeler olan Bangladeş’te ortalama ücretler oldukça düşüktür. Ayrıca, Pakistan ve Vietnam da maliyet açısından diğer ülkelere göre daha fazla rekabet avantajına sahiptir.
- Bununla birlikte, halen dünyanın önemli hazır giyim ihracatçılarından olan Çin’de ücretlerin artış hızı diğer birçok Asya ülkesine göre hızlıdır. Bu nedenle önümüzdeki dönemde Çin’in dünya hazır giyim ihracatından aldığı payın gerileyeceği; buna karşılık ucuz işgücüne sahip diğer Asya ülkelerinin payının artacağı tahmin edilmektedir. Türkiye’nin yoğun rekabet baskısı sebebiyle katma değeri yüksek ürünlere yönelik Ar-Ge yatırımlarını artırmasının ve kalite bakımından rekabet üstünlüğü bulunan ürünlerde uzmanlaşmasının gerektiği düşünülmektedir.

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / DIŞ TİCARET

Alt Sektörler İtibarıyla Dış Ticaret Dengesi (Ocak-Mayıs 2017)				
Ürün Grubu	İhracat (milyon USD)	İthalat (milyon USD)	Net İhracat (milyon USD)	Hazır Giyim İhracatındaki Payı (%)
Tişörtler, fanilalar, diğer iç giyim eşyası-örülmüş	1.359	77	1.282	22,3
Kadın/kız çocuklar için pantolon, tulum, şort	683	92	590	11,2
Kadın/kız çocuklar için takım elbise, takım, ceket, blazer, şortlar vs.-örme	490	31	458	8,1
Erkek/erkek çocuklar için kısa pantolon/pantolon/tulum ve şort	438	91	346	7,2
Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb.eşya-örülmüş	428	46	382	7,0
Külotlu, kısa-uzun konçlu çoraplar, soketler-örülmüş	369	11	358	6,1
Kadın/kız çocuklar için gömlek, bluz, vs.	321	59	262	5,3
Kadın/kız çocuklar için elbiseler	232	43	189	3,8
Diğer	1.761	497	3.326	29,0

Kaynak: TÜİK

- İhracatın önemli bir bölümünü örme ürünler oluşturmaktadır. 2017'nin ilk beş ayı itibarıyla giyim eşyası ihracatının %86,6'sı kürk hariç giyim eşyasından, %13,2'si örme giyimden oluşmaktadır. Kürk giyimin payı ise önemsizdir. Aynı dönemde alt kalemler bazında en büyük ihraç kalemi örülmüş tişört, fanila ve diğer giyim eşyasıdır. Bu kalemde geleneksel pazar Almanya ve İngiltere başta olmak üzere Avrupa iken, büyüyen pazar olarak Irak karşımıza çıkmaktadır.
- Alt kalemler içinde önemli bir yere sahip olan çorap ihracatı 2017'nin ilk beş ayında önceki yılın aynı dönemine göre %4 gerilemiştir. 2016 yılında Türkiye'den en fazla çorap ihraç edilen ülkeler İngiltere, Almanya, Fransa, İspanya ve Hollanda'dır. 2016'da en büyük pazar olan İngiltere'ye ihracat azalırken, diğer Avrupa ülkelerine ihracat artmıştır.
- Türkiye, Çin'in ardından dünyanın ikinci büyük çorap üreticisidir. Çorap ihracatının %90'ının AB ülkelerine yapılması, sektörde pazar çeşitlendirmesi ihtiyacını doğurmuştur. Özellikle başlıca pazar İngiltere'nin AB'den çıkış sürecinin (Brexit) ülke ekonomisine verebileceği zararların, sektörün ihraç gelirlerine olumsuz yansımaları olabilecektir. ABD'deki pazar payı henüz %1-2 civarında olan yerli çorap üreticilerinin hedefi, dünyanın en büyük çorap alıcısı konumunda bulunan ABD pazarında büyüyerek ihracatta liderliği ele geçirmektedir.

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / DIŞ TİCARET

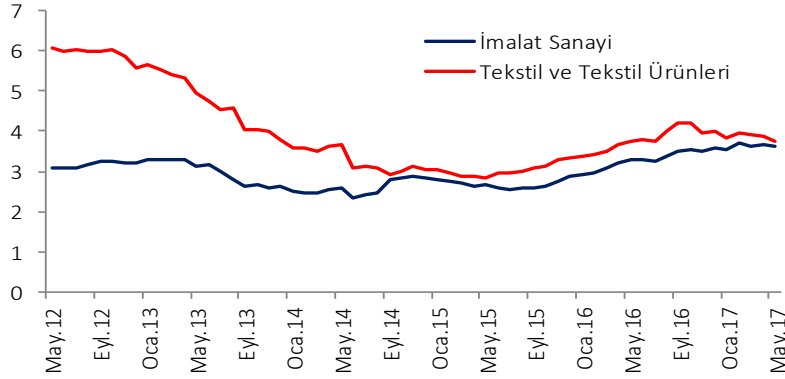
- Coğrafi konumun yanı sıra kaliteli üretim, hızlı teslimat, gelişmiş know-how ve bilgi birikimi, moda değişikliklerine ve siparişlere kolay uyum sağlamayı sağlayan esnek üretim yapısı, geniş ürün yelpazesi ve tasarım kapasitesi sektörün rekabet gücünü artıran diğer faktörlerdir. Sektörde nitelikli çalışan ihtiyacı yüksektir.
- Bununla birlikte, 2016 itibarıyla sektörün ihracatının yalnızca %15'i marka ürünlerden oluşmaktadır. Halihazırda Avrupa pazarındaki en büyük rakibimiz olan ve marka ürünleriyle küresel pazarda söz sahibi olan İtalya giyim ihracatından kg. başına 50 USD kazanırken, Türkiye 20 USD kazanmaktadır. Katma değeri yüksek olan marka ürün ihracatını artırabilmek için tasarım başta olmak üzere moda ve kaliteye daha fazla yatırım yapılması gerekmektedir.
- Küresel pazarda artan rekabet paralelinde, sektöre yönelik Ar-Ge yatırımları artmaktadır. Bu kapsamda Ar-Ge harcamalarına en fazla kaynak ayıran ülkeler arasında Çin, Japonya ve Güney Kore gibi Asya ülkelerinin yanı sıra İtalya ve Almanya öne çıkmaktadır. Türkiye'de de söz konusu yatırımların, pazar araştırması ve stratejik planlar çerçevesinde artması beklenmektedir.
- Hazır giyim sektörü, Çin öncülüğünde Asya ülkeleri kaynaklı rekabete fiyat kırmak yerine, kalite, hız ve esneklikte yarışarak cevap vermiştir. Öte yandan, son yıllarda sektördeki yoğun rekabet paralelinde, küresel pazarda fiyatlarda düşüş baskısından söz edilmektedir. Nitekim, günümüzde daha fazla perakendecinin aracılığı ortadan çıkararak doğrudan ithalata ve/veya ucuz işçilikle üretim yapan ülkelerde fason üretime yönelmeleri, maliyetlerin ve piyasa fiyatlarının gerilemesine yol açmıştır. Ayrıca, büyük perakende firmalarının toplu alımlarını bir veya birkaç ülkeden oluşan kısıtlı bir pazarda gerçekleştirmesi, bu pazarın dışında kalan ülkeler ve firmalar arasında rekabetin hızla artmasına ve bu sebeple de fiyatların düşmesine yol açmıştır.
- Son yıllarda Çin'de üretim maliyetlerinin ücretlerdeki artış ile yükselmesi, üretimin ucuz üretim kaynaklarına sahip Vietnam gibi ülkelere kaymasına neden olmaktadır. Örneğin, Zara, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Pull & Bear ve Oysho gibi markaları bünyesinde bulunduran Inditex firması Vietnam'da fason üretim alt yapısı kurmuştur. ABD pazarına üretim yapan Vietnam'ın hazır giyim ihracatının 2017'de 30 milyar USD'ye ulaşması beklenmektedir.
- Ucuz işçilik ile öne çıkan ve Asya ülkelerine göre daha düşük maliyetle çalışılmaya olanak tanıyan Afrika ülkeleri de sektörün yeni büyüyenleri arasında yer almaktadır. Halihazırda Afrika'nın en büyük tedarikçilerinden biri olan Etiyopya'ya Çin başta olmak üzere birçok ülkeden yatırım yapılmaktadır. H&M gibi büyük küresel firmalarıyla birlikte bazı Türk firmalarının da yatırımlarını konumlandığı Etiyopya'nın, geleceğin Bangladeş'i olacağı düşünülmektedir.

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / DIŞ TİCARET

- Yerli firmaların son yıllarda mağazalaşmayı artırdığı Doğu Avrupa'ya yönelik olarak Çinli firmaların da yatırım planları bulunmaktadır. Bu durum, Türkiye'nin içinde bulunduğu bölgede rekabetin daha da yoğunlaşacağını göstermektedir.
- Önemli pazarlarımızdan olan İngiltere'de Brexit sürecinin yaratabileceği ekonomik sorunlar nedeniyle yaşanması muhtemel bir pazar kaybı, sektörü olumsuz etkileyecektir. İtalya ve İspanya gibi ülkelerde genişletici para politikası uygulamalarına karşın ekonominin yavaş toparlanması AB pazarına dair risklerin önümüzdeki dönemde de süreceğine işaret etmektedir. Öte yandan, 2017'de ele alınacak olan AB ile Türkiye arasında uygulanan Gümrük Birliği'nin (GB) güncellenmesi sürecinde ticari ilişkileri geliştirecek adımların atılması, hazır giyim sektörü için rekabet avantajı sağlayabilecektir. Nitekim, bu sayede AB'nin imzaladığı Serbest Ticaret Anlaşmalarından (STA) Türkiye'nin de faydalanmasının mümkün olması durumunda, sektörün pazar hacminin büyüyeceği ve ihracatının artacağı tahmin edilmektedir.
- Bir diğer geleneksel pazarımız olan Rusya ile ilişkilerin son dönemde normalleşmesinin, önümüzdeki dönemde ticarete olumlu yansımaları beklenmektedir. Buna karşılık, düşük petrol gelirleri ve Batılı ülkelerin yaptırımları paralelinde ekonomide devam eden sorunlar sebebiyle Rusya pazarında önemli bir büyüme öngörülmektedir. Benzer şekilde, Orta Doğu pazarı da düşen petrol gelirleri ve jeopolitik risklerden olumsuz etkilenmektedir. Son dönemde öne çıkan ihracat pazarı İran'da Türk markalarının mağaza açmaya devam etmesi beklenmektedir.
- Öte yandan, Türkiye ile Pakistan arasında imzalanan STA'nın 2017 yılında yürürlüğe girmesi beklenmektedir. Anlaşmanın uygulamaya girmesiyle, dünyanın önde gelen pamuk üreticilerinden Pakistan'dan başta pamuklu kumaş olmak üzere hazır giyim hammadde ithalatında artış öngörülmektedir. Ayrıca, Pakistan'ın aynı zamanda Çin ve Bangladeş ile serbest ticaret anlaşmaları bulunduğundan, söz konusu ülkelere yönelik tekstil ihracatının yükseleceği tahmin edilmektedir. Ucuz hammadde temini olumlu bir gelişme olarak görülse de, söz konusu ülkelere mamul mal ithalatının artmasının, iç pazara üretim yapan yerli hazır giyim firmalarını zorlayacağı düşünülmektedir. Öyle ki birçok firmanın rekabet edemeyerek kapanma tehlikesiyle karşı karşıya kalabileceği ifade edilmektedir.

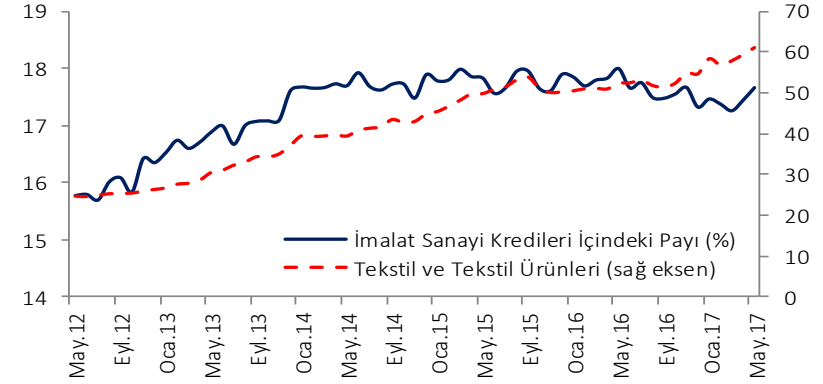
HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / FİNANSMAN YAPISI

Takipteki Krediler Oranı (%)



Kaynak: BDDK

Toplam Nakdi Krediler (Milyon TL)



- BDDK verilerine göre, doğrudan hazır giyim sektörüne ait bir sınıflama bulunmazken, hazır giyimi de kapsayan tekstil ve tekstil ürünleri sektörüne verilen toplam nakdi kredi tutarı Mayıs 2017 itibarıyla 61,1 milyar USD'dir. Sektöre yönelik nakdi kredilerin imalat sanayi toplamı içindeki payı %17,7 civarındadır. Aynı dönemde sektöre ait takipteki alacaklar oranı (TAO) ise %3,8 ile %3,6 olan imalat sanayi ortalamasının hafif üzerinde gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, sektöre ait TAO 2016'nın son çeyreğinden itibaren imalat sanayinin aksine aşağı yönlü bir seyir izleyerek kısmen olumlu bir tablo çizmektedir.
- TCMB verilerine göre de, tekstil ve giyim eşyaları imalatı sektörünün yurt dışından sağladığı toplam kredi borcu 2017'nin ilk dört ayı itibarıyla 2,8 milyar USD seviyesinde olup imalat sanayi içindeki payı %11'dir. Toplam kredi borcunun %2,9'u kısa vadeli borçlardan oluşmaktadır. Dolayısıyla, sektörün döviz cinsinden borçlanmasının gerek tutar olarak gerekse imalat sanayi toplamına oran olarak görece düşük düzeyde olduğunu söylemek mümkündür. Son dönemde, döviz kuru gelişmelerine bağlı olarak hammadde fiyatları, asgari ücretteki artış paralelinde işgücü maliyetleri artmıştır. Bu durum, gerek iç pazarda talebin daralması gerekse ihracat gelirlerinin azalması sektördeki kar marjının gerilemesine yol açmıştır.

III. TRENDLER

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / TRENDLER

- Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) tarafından hazırlanan “Ufuk 2030 - Türk Hazır Giyim Sektörü İçin Yol Haritası” çalışmasında sektöre ilişkin küresel trendler ve bu trendlerin Türkiye’ye olası yansımaları değerlendirilmiştir. Çalışmanın temel hedefi, sektörde katma değer ve rekabet gücünün artırılmasıdır. Bu kapsamda 4 temel stratejik hedef aşağıdaki gibi belirlenmiştir.
 - 1- Akıllı, sürdürülebilir, yenilikçi, hızlı moda tedarikçiliği,
 - 2- İnovatif, özgün tasarım ve koleksiyonlara dayalı erişilebilir bölgesel markalar ile ihracat,
 - 3- Yenilikçi ürünler ile müşteri ihtiyaçlarını karşılayan organizasyon ve pazarlama hizmetleri,
 - 4- Bölgesel ve yerel markaları, gelişmiş organize perakende pazarı ve moda etkinlikleri ile Türkiye'nin bölgesel moda alışveriş merkezi haline getirilmesi.
- Çalışmada, ihraç pazarlarının çeşitlendirilmesinin önemine dikkat çekilirken, ihracatta yaşanan nüfusu sebebiyle büyüme potansiyeli görece sınırlı olan AB pazarı yerine, tüketim potansiyeli yüksek olan genç pazarlara yönelimin artacağı öngörülmektedir.
- Küresel ölçekte tekstil sektöründe pamuk kullanımının azalacağı, bunun yerine geri dönüşümlü ve çevreci ürünlere yönelimin artacağı belirtilmektedir. Bu kapsamda önümüzdeki dönemde farklı niteliklerde elyaf ve teknik tekstillerin öne çıkması beklenmektedir.
- Çevre dostu - sürdürülebilir tekstil kavramının yaygınlaşmasıyla, sektörde geri dönüşüme yönelik yatırımlar artmaktadır. Soya ve mısır bazlı liflerden üretilen kumaşların kullanımı artarken, yurt içinde de kullanılmış pamuğun geri dönüşümü ve pet şişelerden polyester iplik üretimi yapılmaktadır.
- 2023 yılında 740 milyar USD’ye ulaşması beklenen küresel hazır giyim pazarında, Türkiye’nin 52 milyar USD’lik ihracat hedefi bulunmaktadır. Söz konusu hedefe ulaşabilmek için sektörde büyük ölçekli stratejik yatırımların yapılması gerekmektedir. Bu süreçte, moda ve trend belirlemede öncü markalar yaratılması önemli katkı sağlayabilecektir.

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / TRENDLER

- Önümüzdeki yıllarda uluslararası pazarlarda rekabetin daha da artacağı ve bu süreçte bilgi ve teknoloji yatırımlarının gerek üretimde gerekse pazarlama, satış, markalaşma alanlarında fark yaratacağı tahmin edilmektedir. Söz konusu yatırımların, yenilikçi üretim ve verimlilik artışının yanı sıra etkin pazarlama ve satış teknikleri sayesinde firmaların rekabet gücüne katkıda bulunacağı öngörülmektedir. Tüm bunları sağlayabilmek amacıyla nitelikli işgücünün yetiştirilmesine de gereken önem verilmelidir.
- Moda tarafında küresel eğilimler incelendiğinde, yenilikçi ürünlere, spor kıyafetlere ve performans kumaşlarına ilginin artmaya devam etmesi beklenmektedir. Bunun yanı sıra tasarımcı imzası taşıyan koleksiyonlar, özel seri veya sınırlı sayıda üretilen giysiler ile kişiye özel tasarımlara yönelik talebin yükseleceği tahmin edilmektedir. Bu sayede firmaların daha geniş bir tüketici kitlesine ulaşması ve marka sadakatini artırması mümkün olmaktadır.
- E-ticaretteki hızlı büyümenin perakende sektörüne ve dolayısıyla üretime canlılık kazandırması beklenmektedir.
- Diğer taraftan, son yıllarda küresel ekonomilerde yavaşlayan büyüme oranları paralelinde, moda endüstrisinde de büyüme hız kesmiştir. Özellikle lüks tüketimdeki yavaşlama dikkat çekerken, spor giyimin görece hızlı büyüdüğü izlenmiştir. E-ticaretin yaygınlaşması mağaza verimliliğini artırmaya zorlarken, rekabetçi olunamayan durumlarda mağaza küçülmelerine gidilmiştir. Önümüzdeki dönemde moda endüstrisinde dijitalleşmenin daha fazla öne çıkması, e-ticaretin büyümesi, bir kısım işlerin taşeronla devredilmesi ve bu yolla maliyetlerin düşürülmesi beklenmektedir. Aynı zamanda, hızlı moda kavramına uyum sağlayabilecek esnek üretim yapıları ile markalaşmaya odaklanılacağı öngörülmektedir.

IV. GENEL DEĞERLENDİRME VE BEKLENTİLER

HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ / GENEL DEĞERLENDİRME VE BEKLENTİLER

- Hazır giyim sektörü, 2016'nın ikinci yarısında iç ve dış talep koşullarındaki bozulmadan olumsuz etkilenmiştir. Artan siyasi ve jeopolitik riskler, yavaşlayan ekonomik aktivite ve döviz kuru artışının da etkisiyle ekonomide artan maliyetler tüketim ve yatırım iştahının gerilemesine; böylelikle üretim ve satışların hız kesmesine neden olmuştur. Döviz kuru gelişmeleri bir yandan üretim maliyetlerini artırırken, diğer yandan ihracat gelirlerinin azalmasına yol açmıştır. Yabancı para cinsi borçlanmasının görece düşük olması ise, sektörün döviz kuru dalgalanmalarına karşı kırılabilirliğini azaltmıştır.
- 2017'nin ilk çeyreğinde ekonomik aktivite, tüketici güvenindeki görece toparlanma, döviz kurlarının kısmen dengeli seyri ve dış ekonomik ilişkilerdeki düzleşme paralelinde satışların bir miktar toparlandığı görülmüştür. Yurt içinde ekonomiye sağlanan destekler ve küresel piyasalarda etkili olan ılımlı atmosfer, yatırım ve üretim ortamını olumlu yönde etkilemektedir. Ancak, jeopolitik riskler, finansman koşullarında sıkılaşma ve dış ticarete olası korumacı önlemler başta olmak üzere, ekonomik aktivite üzerindeki aşağı yönlü riskler de varlığını sürdürmektedir.
- Nitekim hazır giyim sektöründe son dönemde toplam ciroda artış olmasına karşın kârlılığın yatay seyrettiği görülmektedir. Döviz kuru artışı cirolarda artışın bir kısmını açıklamaktayken, üretim maliyetlerindeki artışa karşın bunun talepteki daralma nedeniyle nihai ürün fiyatlarına aynı ölçüde yansıtılmaması kârlılık üzerinde baskı oluşturmaktadır. Bu sorunun aşılması için sektörde verimlilik artışı ve katma değer yaratacak teknoloji, marka ve tasarım yatırımlarının artması gerekmektedir.
- Sektörde Haziran ayı itibarıyla %80'e yaklaşan KKO yeni yatırımların söz konusu olabileceğini göstermektedir.
- Sektörün üretim hedefi tasarım odaklı ve katma değeri yüksek, marka ürünler yaratmaktır. Katma değeri yükseltmek için; tasarım, marka, inovasyon ve Ar-Ge'ye yatırım yapmak gerekmektedir. Türkiye'de yüksek teknolojiye yönelik üretim çalışmaları yapılmakta, teknik ve fonksiyonel tekstilde yaşanan gelişmelerle sektör, tasarım ve moda dışında yeni alanlara da taşınmaktadır.
- Türkiye'de orta sınıfın büyümesi ve küresel trendler doğrultusunda marka ürün satın alma eğilimi artmaktadır. Bununla birlikte, yurt içinde iç giyim, ev ve uyku koleksiyonları ile plaj ve mayo kategorileri ile yurt dışında spor giyim ve özel tasarımların büyüme potansiyeli yüksektir.
- Bu çerçevede, sektördeki toparlanma eğiliminin 2017 yılı genelinde devam edeceği öngörülmektedir. Agresif bir büyüme yaşanması beklenmemekle beraber, iç ve dış pazarda yaşanan kayıpların telafi edilmesi olasıdır. Sektörün bu dönemde yurt dışı mağazalaşmaya ağırlık vereceği tahmin edilmektedir.

YASAL UYARI



Bu rapor Bankamız uzmanları tarafından güvenilir olduğuna inanılan kamuya açık kaynaklardan elde edilen bilgiler kullanılmak suretiyle, sadece bilgilendirme amacıyla hazırlanmıştır ve hiçbir şekilde finansal enstrümanların alım veya satımı konusunda tavsiye veya finansal danışmanlık hizmeti sağlanması olarak yorumlanmamalıdır. Bu raporda yer verilen görüş ve değerlendirmeler, hiçbir şekilde Türkiye İş Bankası A.Ş.'nin kurumsal yaklaşımını yansıtmamakta olup, raporu kaleme alan uzmanların kişisel görüş ve değerlendirmeleridir. Türkiye İş Bankası A.Ş. bu raporda yer alan bilgi, görüş ve değerlendirmelerin doğru, değişmez ve eksiksiz olması konusunda herhangi bir şekilde garanti vermemektedir. Türkiye İş Bankası A.Ş. bu raporda yer alan bilgilerde herhangi bir bildirimde bulunmaksızın değişiklik yapma hakkına sahiptir. Bu rapor ve içindeki bilgilerin kullanılması nedeniyle doğrudan veya dolaylı olarak oluşacak zararlardan Türkiye İş Bankası A.Ş. hiçbir şekilde sorumluluk kabul etmemektedir.

İşbu rapor üzerinde Bankamızın telif hakkı olup, Bankamızın yazılı izni alınmaksızın herhangi bir kişi tarafından, herhangi bir amaçla, kısmen veya tamamen çoğaltılamaz, dağıtılamaz veya yayımlanamaz. Tüm haklarımız saklıdır.