



TEKSTİL

PAZAR ARAŞTIRMA
RAPORU

2024



Tekstil

En büyük ithalatçı 2023



ABD
12.58 Milyar Dolar

En büyük ihracatçı 2023



Japonya
5.89 Milyar Dolar

Türkiye'nin ithalatı ⓘ



Türkiye'nin ihracatı ⓘ



Küresel Durum

Artan nüfusun, harcanabilir gelirin ve hızlı kentleşmenin, perakende satış mağazalarının sayısında artışı beraberinde getireceği ve tekstil genel pazar büyümesini hızlandıracağı öngörülmekteydi; ancak 2020 yılında tüketicinin sağlık ve güvenlik endişeleri nedeniyle birçok ülkede COVID-19 salgını dolayısıyla talepte düşüş görülmüştür ve tedarik zincirinde aksamalar yaşanmıştır. Günümüzde ise pandeminin alınan önlemler sayesinde etkisini yitirmesi sayesinde sektörde iyileşmeler başlamış ve sektör pandemi öncesi seviyelerine geri dönmüştür.

2021 yılı küresel pazar büyüklüğü 993 milyar doların üzerinde olan tekstil sektörünün 2030 yılına kadar yıllık ortalama %4'lük büyüme oranı kaydederek 1,4 trilyon doları aşacağı öngörülmektedir. Büyümesini sürdürmesi beklenen tekstil endüstrisindeki baskın oyuncular Çin, ABD, Avrupa Birliği (AB) ülkeleri, Türkiye ve Hindistan'dır. Çin, dünyanın önde gelen ham tekstil ve konfeksiyon üreticisi ve ihracatçısıdır. ABD ise ham pamukta üretim ve ihracat lideri iken, aynı zamanda ham tekstil ve konfeksiyonun önemli ithalatçısıdır. AB ise 450 milyona yaklaşan nüfusu ile tek başına küresel tekstil pazarının beşte birini oluşturmaktadır. AB içerisinde tekstil sektöründe öne çıkan ülkeler Almanya, İspanya, Fransa, İtalya ve Portekiz'dir. Dünya genelindeki en büyük üreticiler arasında yer alan Hindistan ise toplam tekstil üretiminin %3'ünden fazlasını tek başına gerçekleştirmektedir.

Teknolojik gelişmeler

Teknolojik gelişmelerin tekstil endüstrisinin geleceği üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır. Teknolojik gelişmeler özellikle sosyal normların değiştiği COVID-19 etkisiyle üretim ve ticaret üzerinde etkisini artırmıştır. Bu sebeple üretim ve ticaret, elektronik ortama ve dijitalleşmeye yönelmiştir. Bu dijitalleşme sırasında internet ve mağaza arasındaki ilişkiyi tüketici açısından maksimum seviyede entegre tutabilmek, çok kanallı (omni-channel) satış yönetimini iyi yapabilmek markalar için son derece önemli hale gelmiştir. Tekstil sektöründe bir diğer dikkat çeken teknolojik gelişme ise akıllı kumaş teknolojisi. Akıllı kumaşlar ve giysiler, insanın fiziksel, sosyal ve bilişsel yeteneklerini genişletme, bizi bağlı tutma ve işlevlerini durumsal farkındalıkla uyarılma konusunda yüksek bir potansiyele sahiptir. Akıllı kumaşların kullanım alanları savunmadan sağlığa, spordan moda kadar uzanmaktadır. Tekstil sektöründe dikkat çeken gelişmeler içerisinde yeni makinelerin kullanımı da yer almaktadır. Bu tür teknolojik gelişmeler sektörün otomasyona yönelik eğilimini desteklemekte ve emek maliyetini düşürerek operasyonel mükemmellik politikası doğrultusunda şirketleri desteklemektedir.

Türkiye'de de yüksek teknoloji gereksinimi olan teknik tekstil konusunda önemli yatırımlar gerçekleştirmektedir. Türkiye; dünya teknik tekstil ihracatında almış olduğu %1,6'lık pay ile 20. sırada yer almaktadır. Türkiye'nin teknik tekstil ihracatı; 2020 yılında bir önceki yıla göre %55,1 oranında artarak yaklaşık 2,9 milyar dolar değerine ulaşmıştır.



Tekstil

En büyük ithalatçı 2023



ABD
12.58 Milyar Dolar

En büyük ihracatçı 2023



Japonya
5.89 Milyar Dolar

Türkiye'nin ithalatı ⓘ



Türkiye'nin ihracatı ⓘ



Küresel Durum

Artan nüfusun, harcanabilir gelirin ve hızlı kentleşmenin, perakende satış mağazalarının sayısında artışı beraberinde getireceği ve tekstil genel pazar büyümesini hızlandıracağı öngörülmekteydi; ancak 2020 yılında tüketicinin sağlık ve güvenlik endişeleri nedeniyle birçok ülkede COVID-19 salgını dolayısıyla talepte düşüş görülmüştür ve tedarik zincirinde aksamalar yaşanmıştır. Günümüzde ise pandeminin alınan önlemler sayesinde etkisini yitirmesi sayesinde sektörde iyileşmeler başlamış ve sektör pandemi öncesi seviyelerine geri dönmüştür.

2021 yılı küresel pazar büyüklüğü 993 milyar doların üzerinde olan tekstil sektörünün 2030 yılına kadar yıllık ortalama %4'lük büyüme oranı kaydederek 1,4 trilyon doları aşacağı öngörülmektedir. Büyümesini sürdürmesi beklenen tekstil endüstrisindeki baskın oyuncular Çin, ABD, Avrupa Birliği (AB) ülkeleri, Türkiye ve Hindistan'dır. Çin, dünyanın önde gelen ham tekstil ve konfeksiyon üreticisi ve ihracatçısıdır. ABD ise ham pamukta üretim ve ihracat lideri iken, aynı zamanda ham tekstil ve konfeksiyonun önemli ithalatçısıdır. AB ise 450 milyona yaklaşan nüfusu ile tek başına küresel tekstil pazarının beşte birini oluşturmaktadır. AB içerisinde tekstil sektöründe öne çıkan ülkeler Almanya, İspanya, Fransa, İtalya ve Portekiz'dir. Dünya genelindeki en büyük üreticiler arasında yer alan Hindistan ise toplam tekstil üretiminin %3'ünden fazlasını tek başına gerçekleştirmektedir.

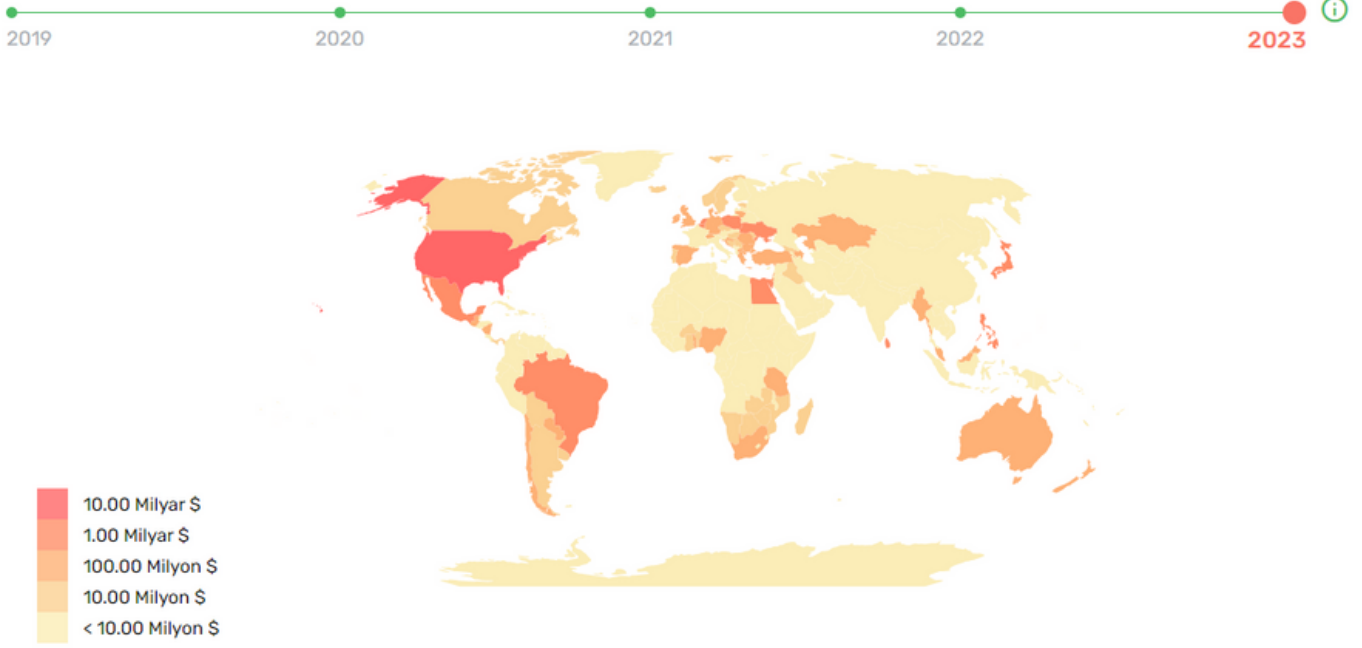
Teknolojik gelişmeler

Teknolojik gelişmelerin tekstil endüstrisinin geleceği üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır. Teknolojik gelişmeler özellikle sosyal normların değiştiği COVID-19 etkisiyle üretim ve ticaret üzerinde etkisini artırmıştır. Bu sebeple üretim ve ticaret, elektronik ortama ve dijitalleşmeye yönelmiştir. Bu dijitalleşme sırasında internet ve mağaza arasındaki ilişkiyi tüketici açısından maksimum seviyede entegre tutabilmek, çok kanallı (omni-channel) satış yönetimini iyi yapabilmek markalar için son derece önemli hale gelmiştir. Tekstil sektöründe bir diğer dikkat çeken teknolojik gelişme ise akıllı kumaş teknolojisi. Akıllı kumaşlar ve giysiler, insanın fiziksel, sosyal ve bilişsel yeteneklerini genişletme, bizi bağlı tutma ve işlevlerini durumsal farkındalıkla uyarılma konusunda yüksek bir potansiyele sahiptir. Akıllı kumaşların kullanım alanları savunmadan sağlığa, spordan moda kadar uzanmaktadır. Tekstil sektöründe dikkat çeken gelişmeler içerisinde yeni makinelerin kullanımı da yer almaktadır. Bu tür teknolojik gelişmeler sektörün otomasyona yönelik eğilimini desteklemekte ve emek maliyetini düşürerek operasyonel mükemmellik politikası doğrultusunda şirketleri desteklemektedir.

Türkiye'de de yüksek teknoloji gereksinimi olan teknik tekstil konusunda önemli yatırımlar gerçekleştirmektedir. Türkiye; dünya teknik tekstil ihracatında almış olduğu %1,6'lık pay ile 20. sırada yer almaktadır. Türkiye'nin teknik tekstil ihracatı; 2020 yılında bir önceki yıla göre %55,1 oranında artarak yaklaşık 2,9 milyar dolar değerine ulaşmıştır.

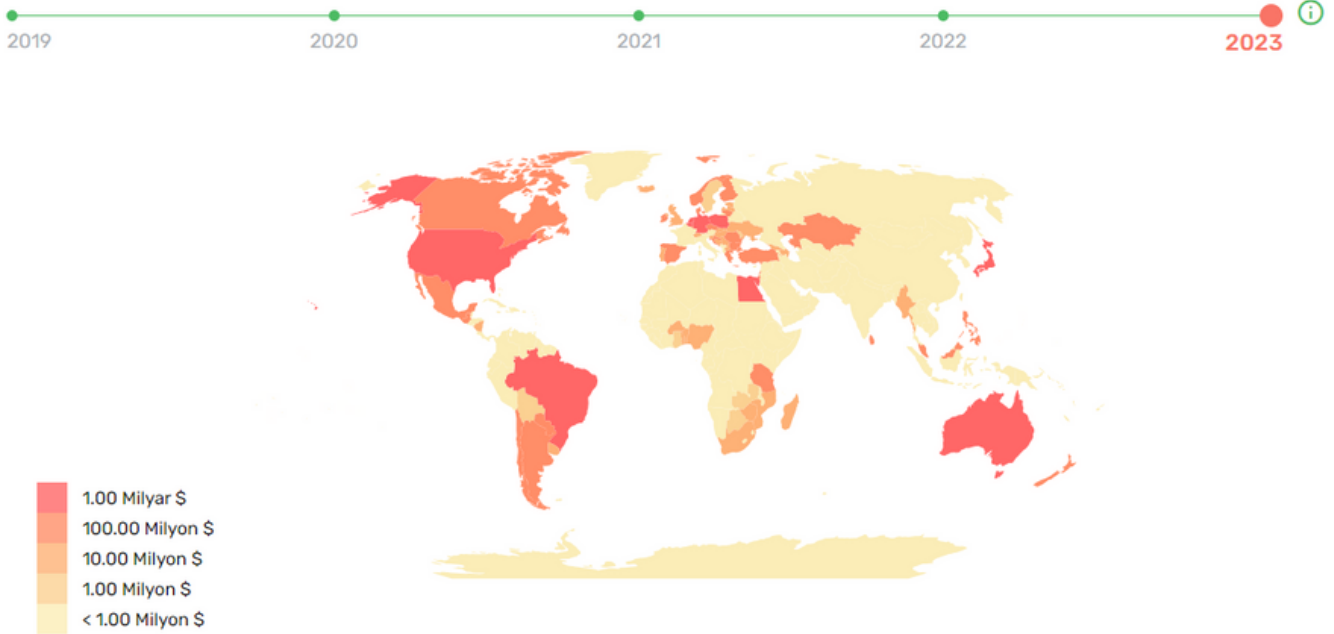
Küresel İthalat

Küresel İhracat



Küresel İthalat

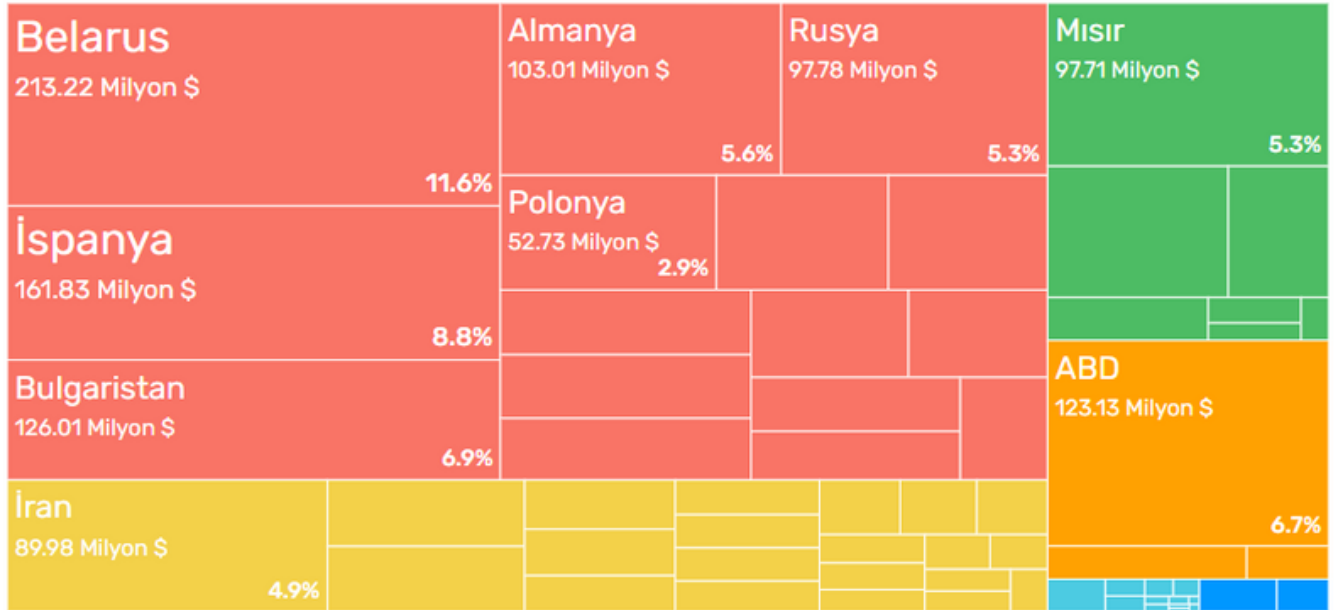
Küresel İhracat



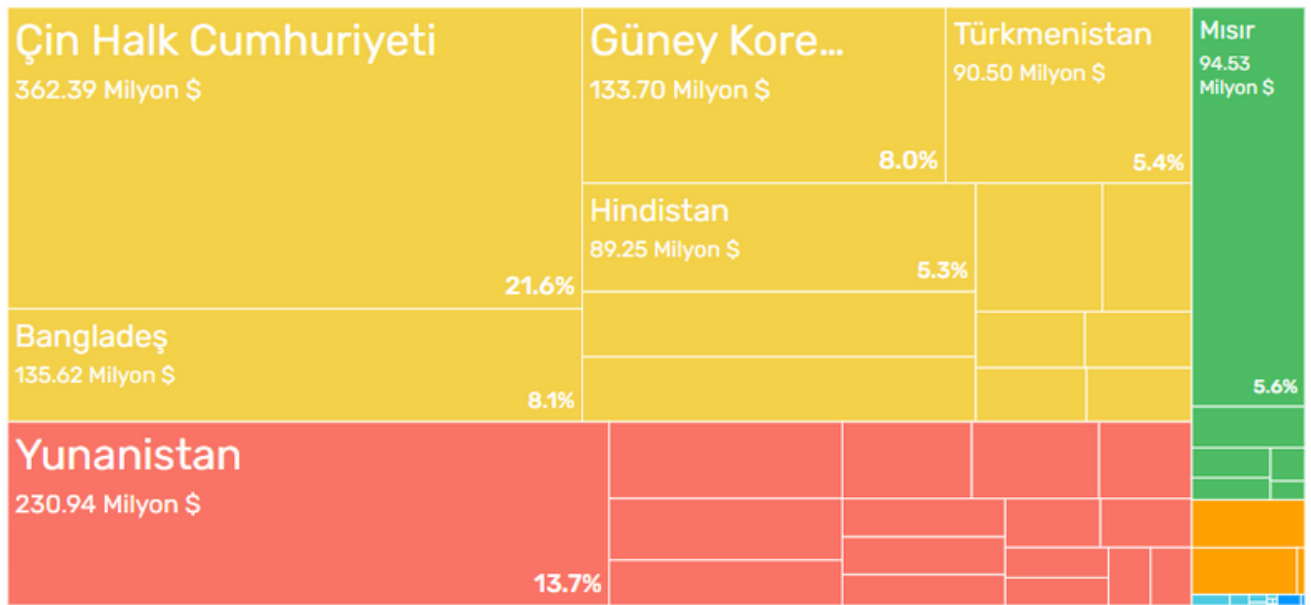
Türkiye'de Durum

Türkiye'de tekstil sektörü bugünkü gelişim düzeyini ABD ve AB pazarlarına yapılan ihracat ağırlıklı üretimle gerçekleştirmiştir. Türkiye tekstil ürünlerinde moda/marka eksenli ve katma değeri yüksek ürünler üretmektedir. Türkiye, 2020 yılı dünya tekstil ihracatından aldığı %3,4'lük pay ile ülke bazlı sıralamada 5'inci en büyük ihracatçı konumundadır. İhraç edilen malların toplam değeri 12 milyar doların üstündedir. Tekstil sektöründe 2021 yılında toplam 19.256 işletme varken bu işletmeler 460 bin kişinin üstünde insana istihdam sağlamaktadır.

İhracat İthalat



İhracat İthalat



SEKTÖRE YÖN VEREN GLOBAL TRENDLER

Artan doğal elyaf talebi

Doğal elyafların kıyafetlerden inşaat malzemelerine kadar birçok kullanım alanı mevcuttur. Doğal elyaf kompozitler nispeten daha hafiftir ve geleneksel elyaflardan daha fazla mukavemete sahiptir ve bu nedenle otomotiv endüstrisinde iç ve dış uygulamalar için geniş kullanım alanı bulmaktadır. Çin, Hindistan ve ABD'de özellikle pamuk olmak üzere doğal elyafların bolluğu, küresel tekstil pazarının büyümesine önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. Hem ince hem de kaba çeşitleri bulunan ipek, döşemede ve kıyafetlerde kullanılmaktadır. Yün ise, esnekliği, yumuşaklığı için tekstil malzemesi olarak kullanılabilir.

Doğal elyaflar aynı zamanda kimyasal işlemler ile sentetik elyafların oluşturulmasını sağlamaktadır. Sentetik elyaflar, suni elyaflardan daha yüksek mukavemete sahiptir, bu nedenle sadece giyim eşyalarında değil, aynı zamanda tıp gibi çok çeşitli alanlarda da yaygın olarak kullanılmaktadır. Pamuk, ipek, yün ve jüt gibi artan doğal elyaf tüketiminin, gelecek dönemde küresel tekstil pazarını yönlendirmesi beklenmektedir. Türkiye'de tekstil sektörü pamuk, yün gibi ihtiyaç duyulan doğal elyaflar nedeniyle tarım ve hayvancılık sektörüyle etkileşim halindedir. Bu bağlamda pamuk üretimi yıllar içerisinde artmaktadır. 2015 yılında 750 bin ton hacimlik lifli pamuk üretimi gerçekleşirken 2019 yılında üretim hacmi 950 bin tona ulaşmıştır. Dünyada birim alandan elde edilen lif pamuk verimi yönünden ikinci sırada Türkiye yer almaktadır. Türkiye'de üreticiler de artan doğal elyaf talebi doğrultusunda üretimini artırmaktadır.

Üretim Tesislerinin Taşınması

Pandemi ile beraber başlayan tedarik zinciri sorunları şirketlerin düşük maliyetli üretim merkezlerindense müşterilerine daha yakın konumlarda üretime teşvik etmiştir. Özellikle kapanmalar sırasında yoğun zarar gören tekstil şirketleri böylelikle riski yayacak ve olası tedarik zinciri problemlerini daha kolay çözecektir.

Hızlı ücret artışları, artan ulaşım maliyetleri ve açık deniz lokasyonlarında etkin kalite kontrolünün zorluğu, onları gelişmekte olan ülkelerde off-shoring üretim lokasyonlarının çekiciliğini yeniden değerlendirmeye yönlendirmektedir. Bu faktörler, birçok şirketi üretimi pazarlarına daha yakın bir yere taşımaya teşvik etmektedir. Bulgaristan, Ukrayna, Romanya, Çek Cumhuriyeti, Fas ve Türkiye; giyim ve ayakkabı üreticilerinden yeni ilgi gören ülkelere bazılarının.

Bu trendin son örneklerinden biri İspanyol moda perakendecisi Mango'dur. 2019 yılına kadar üretimi ağırlıklı Çin ve Vietnam'da sürdüren Mango, 2022 yılına gelindiğinde Avrupa'da üretim ünitesi geliştireceğini belirtmiştir. Bu doğrultuda Mango; Türkiye, Portekiz ve Fas'da yerel üretimi artıracığını açıklamıştır.

Şirketlerin bazıları üretimi kendi ülkelerini çekmeyi de değerlendirmektedir. Örneğin, son zamanlarda Kayser-Roth Corporation'ın bir parçası olan ABD merkezli No nonsense legwear markası, şirket içi üretim için Walmart ile ortaklık kurmuştur ve üretim birimlerini Çin gibi işgücü yoğun ülkelere dış kaynak kullanmak yerine ABD'ye taşımıştır. Tekstil sektöründe faaliyet gösteren şirketler, ürün maliyetlerini en aza indirebilmek ve ürün kalitesini yakından takip edebilmek için üretim birimlerini talep merkezleri etrafında kurmayı düşünmektedir.

Mevsimsiz Moda

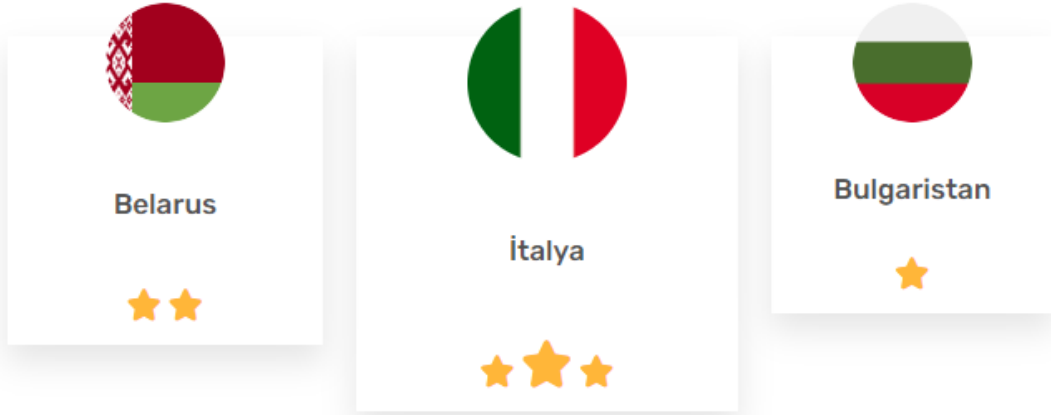
COVID-19, tüketicilerin mevsimsiz giysilere yönelik isteklerini hızlandırmıştır. Hazır giyim ve perakende sektörünün daha esnek, çevik ürün geliştirme süreçlerine ve pazara giriş planlarına olan ihtiyacını artırmıştır.

Küresel pandemi moda giyim ve perakende sektörünü alt üst etmeden çok önce, mevsimsiz moda fikri ve yenilenmiş bir mağazacılık stratejisi sessizce devam etmiştir. Mevsimsiz giysiler için değişen tüketici tercihleri ve giderek daha az alakalı olmaya başlayan bir moda takvimi, markaların ve perakendecilerin daha çevik ve esnek pazara giriş planları oluşturmasını gerektirmiştir. Birçok perakendecinin pandemi ile mağazalarının kapanması nedeniyle tüm ilkbahar/yaz koleksiyonlarını tutmak zorunda kaldığı göz önüne alındığında, şirketlerin birçoğu şu anki mevsimsel moda stratejilerini sorgulamıştır.

Mevsimsiz bir moda stratejisine hızla dönebilen (yani talebi karşılamak için pazara sunabilecek çekici envanterleri olan) perakendeciler ve markalar, müşteri dönüşümlerini artırmıştır. Daha güçlü, sadık bir tüketici tabanı oluşturmuş ve daha yüksek başarılar elde etmiştir.

Mevsimsiz bir moda stratejisini benimsemek, bir markanın misyonunu ve değerlerini tüketicilerin isteyeceği ürünlerle uyumlu hale getiren dinamik, dönüşümlü bir ana ürün hattı geliştirmek ve pazarlamak, bu hattı geliştirmek ve her zaman "açık" tutmak anlamına gelmektedir. Bu temel ürünleri aşamalı, stratejik olarak zamanlanmış "yenilik damlaları" ile artırmak, mağazaların temel ürünleri satmalarını ve tüketicileri beklenmedik tekliflerle memnun etmelerini sağlamaktadır. Etkili bir mevsimsiz mağazacılık stratejisi, perakendeci zihniyetini, müşterilerin yılın belirli zamanlarında belirli ürünleri beklediği bir anlayıştan, alışveriş yapanlara sürekli çalışan, sürekli gelişen ürün çeşitleri sunan bir zihniyete dönüştürmeyi gerektirmektedir

SEKTÖR İÇİNDE POTANSİYELİ YÜKSEK ÜLKELER



1	İtalya	60/100	6	Sırbistan	40/100
2	Belarus	54/100	7	Ukrayna	39/100
3	Bulgaristan	46/100	8	Fas	39/100
4	Yunanistan	42/100	9	Kırgızistan	38/100
5	Rusya	41/100	10	Gürcistan	37/100

1- Genel Göstergeler

Ülkenin makroekonomik göstergeleri ihracat pazarı seçiminizde kritik rol oynamaktadır. Bu nedenle, ihracat kararınızı vermeden önce hedef ülkeniz hakkında ihtiyacınız olacak detaylı bilgileri sunuyoruz.



ABD

Şirket kurmak için gereken süre (ortalama)-2022



4.2 gün

Mal ve hizmet ithalatı - Büyüme (yıllık)-2022



14.13%

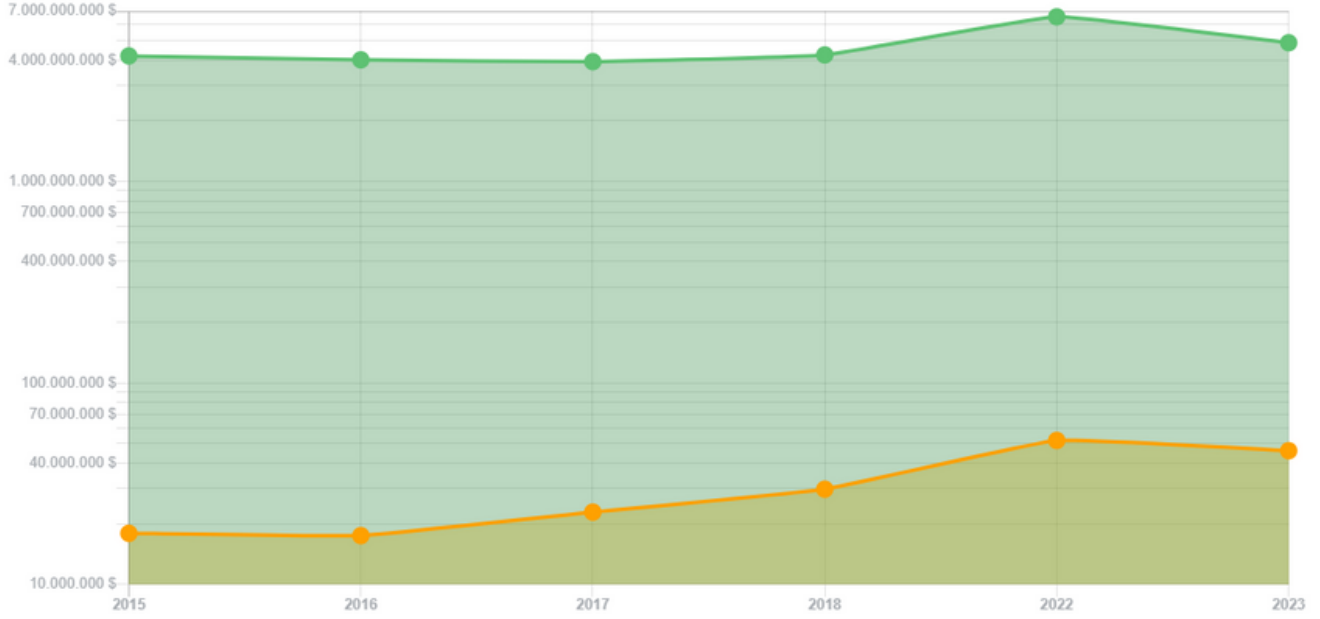
İş yapma kolaylığı endeksi-2022



4 / 5

2- İthalat Verileri

Bu ülke seçtiğiniz üründe ne kadar alım yapmış? Aşağıdaki grafikte ABD ülkesinin seçtiğiniz ürün özelinde yıllara yaygın alım grafiğini bulabilirsiniz. Ayrıca Türkiye'den bu ürün özelinde ABD ülkesine ne kadar satış yaptığı bilgisine de ulaşabilirsiniz.



Grafik Detayları

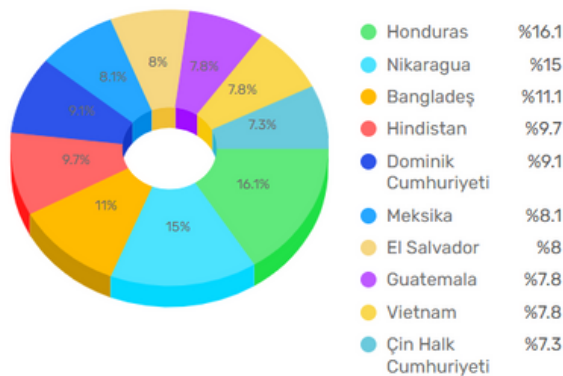


Seçilen Ürünün Toplam İthalat İçindeki Payı



3- Rakiplerin Durumu

Seçilen ürünün en çok ithal edildiği ülkeler ve pazar payları rekabetteki gücünüzü tahmin etmekte size fayda sağlar.



1- Genel Göstergeler

Ülkenin makroekonomik göstergeleri ihracat pazarı seçiminizde kritik rol oynamaktadır. Bu nedenle, ihracat kararınızı vermeden önce hedef ülkeniz hakkında ihtiyacınız olacak detaylı bilgileri sunuyoruz.



Almanya

Şirket kurmak için gereken süre (ortalama)-2022



8.0 gün

Mal ve hizmet ithalatı - Büyüme (yıllık)-2022



5.99%

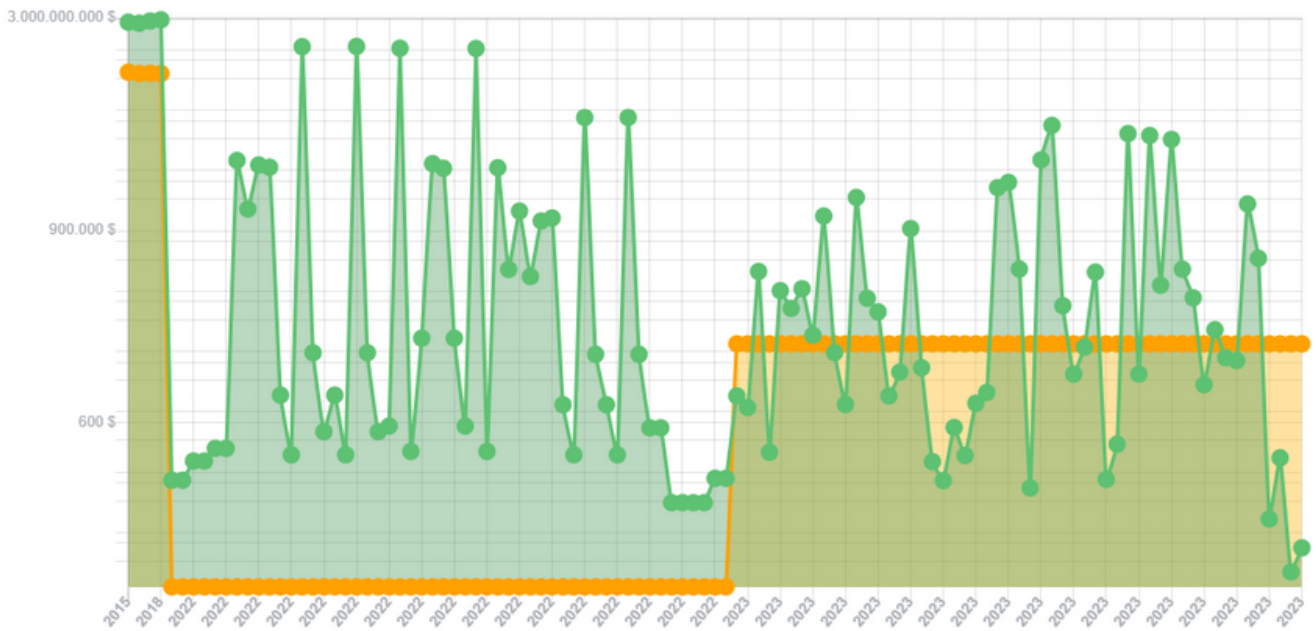
İş yapma kolaylığı endeksi-2022



4 / 5

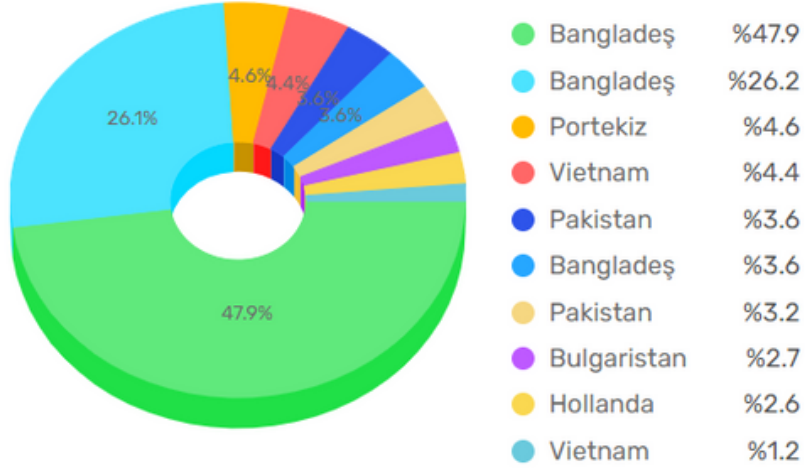
2- İthalat Verileri

Bu ülke seçtiğiniz üründe ne kadar alım yapmış? Aşağıdaki grafikte Almanya ülkesinin seçtiğiniz ürün özelinde yıllara yaygın alım grafiğini bulabilirsiniz. Ayrıca Türkiye'den bu ürün özelinde Almanya ülkesine ne kadar satış yaptığı bilgisine de ulaşabilirsiniz.



3- Rakiplerin Durumu

Seçilen ürünün en çok ithal edildiği ülkeler ve pazar payları rekabetteki gücünüzü tahmin etmekte size fayda sağlar.



1- Genel Göstergeler

Ülkenin makroekonomik göstergeleri ihracat pazarı seçiminizde kritik rol oynamaktadır. Bu nedenle, ihracat kararınızı vermeden önce hedef ülkeniz hakkında ihtiyacınız olacak detaylı bilgileri sunuyoruz.



İtalya

şirket kurmak için gereken süre (ortalama)-2022



11.0 gün

Mal ve hizmet ithalatı - Büyüme (yıllık)-2022



11.82%

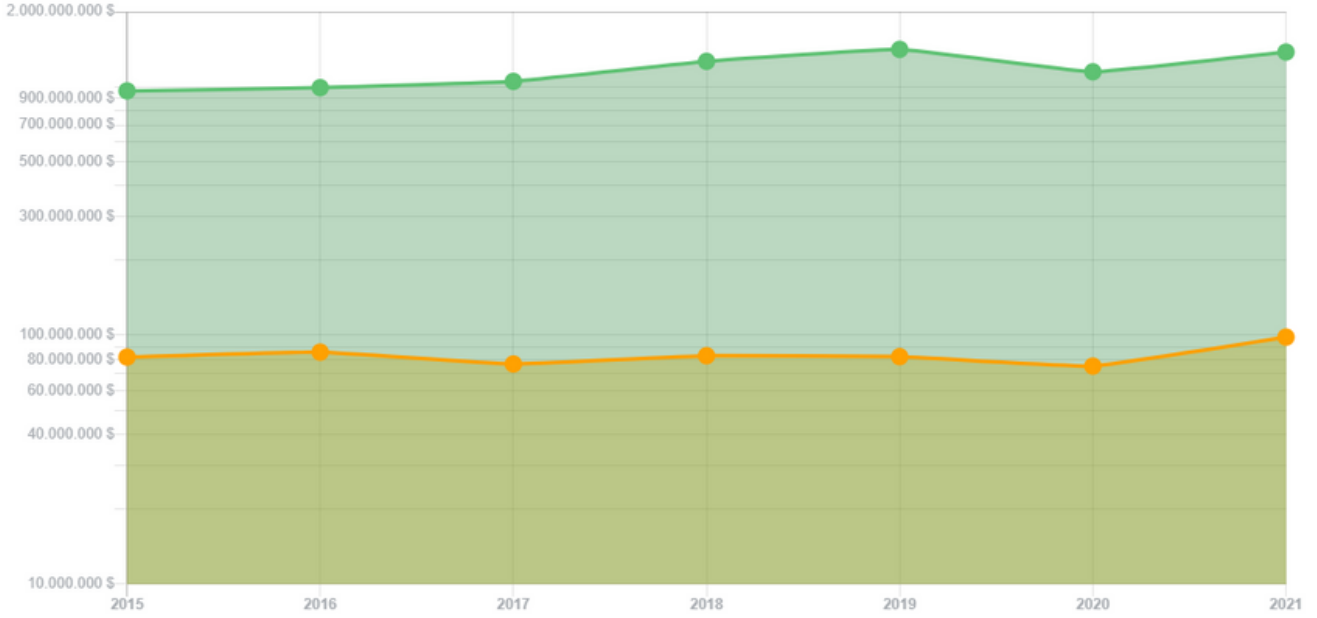
İř yapma kolaylığı endeksi-2022



3 / 5

2- İthalat Verileri

Bu ülke seçtiğiniz üründe ne kadar alım yapmış? Aşağıdaki grafikte İtalya ülkesinin seçtiğiniz ürün özelinde yıllara yaygın alım grafiğini bulabilirsiniz. Ayrıca Türkiye'den bu ürün özelinde İtalya ülkesine ne kadar satış yaptığı bilgisine de ulaşabilirsiniz.

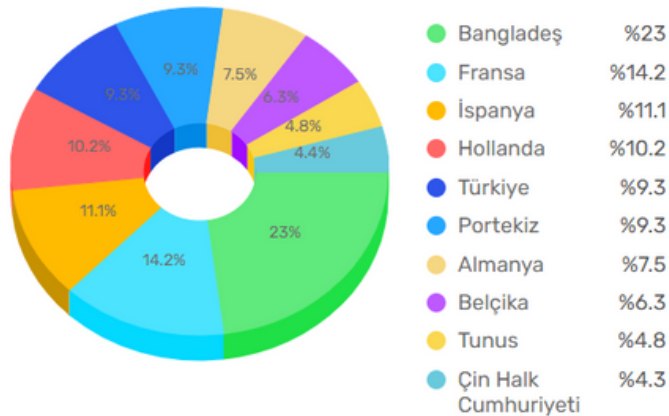


Seçilen Ürünün Toplam İthalat İçindeki Payı



3- Rakiplerin Durumu

Seçilen ürünün en çok ithal edildiği ülkeler ve pazar payları rekabetteki gücünüzü tahmin etmekte size fayda sağlar.



1- Genel Göstergeler

Ülkenin makroekonomik göstergeleri ihracat pazarı seçiminizde kritik rol oynamaktadır. Bu nedenle, ihracat kararınızı vermeden önce hedef ülkeniz hakkında ihtiyacınız olacak detaylı bilgileri sunuyoruz.



Hollanda

Şirket kurmak için gereken süre (ortalama)-2022



3.5 gün

Mal ve hizmet ithalatı - Büyüme (yıllık)-2022



4.14%

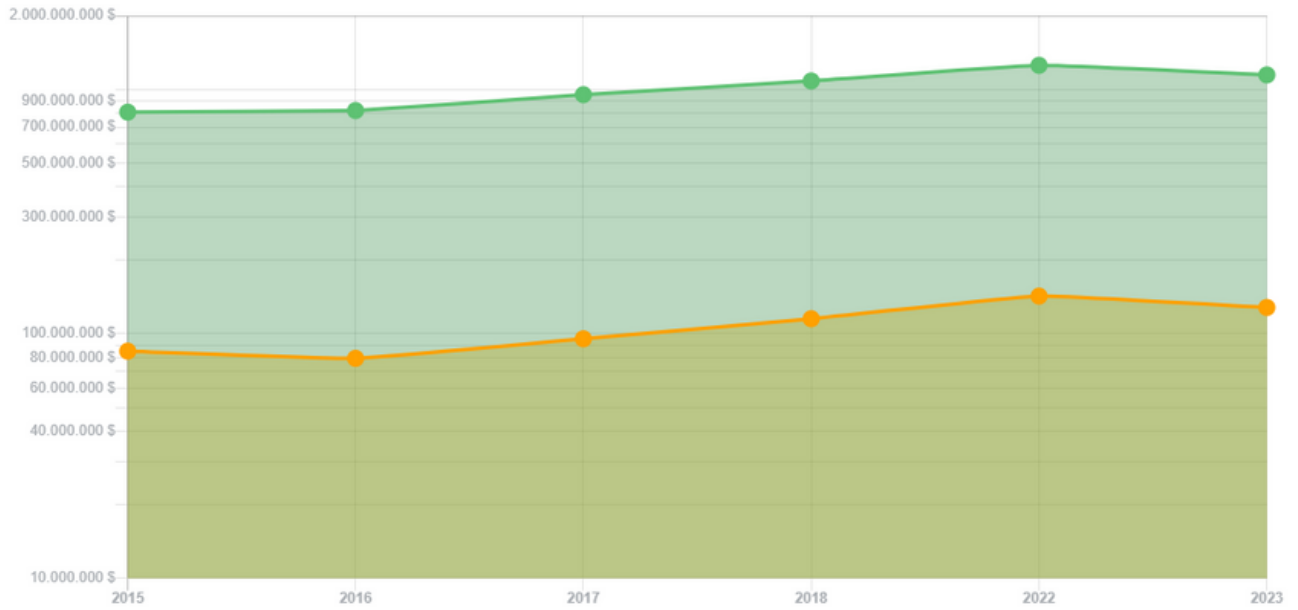
İş yapma kolaylığı endeksi-2022



3 / 5

2- İthalat Verileri

Bu ülke seçtiğiniz üründe ne kadar alım yapmış? Aşağıdaki grafikte Hollanda ülkesinin seçtiğiniz ürün özelinde yıllara yaygın alım grafiğini bulabilirsiniz. Ayrıca Türkiye'den bu ürün özelinde Hollanda ülkesine ne kadar satış yaptığı bilgisine de ulaşabilirsiniz.

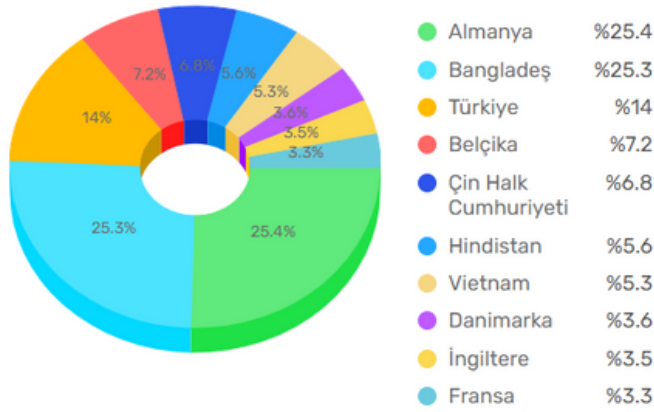


Seçilen Ürünün Toplam İthalat İçindeki Payı



3- Rakiplerin Durumu

Seçilen ürünün en çok ithal edildiği ülkeler ve pazar payları rekabetteki gücünüzü tahmin etmekte size fayda sağlar.



1- Genel Göstergeler

Ülkenin makroekonomik göstergeleri ihracat pazarı seçiminizde kritik rol oynamaktadır. Bu nedenle, ihracat kararınızı vermeden önce hedef ülkeniz hakkında ihtiyacınız olacak detaylı bilgileri sunuyoruz.



İsviçre

Şirket kurmak için gereken süre (ortalama)-2022



10.0 gün

Mal ve hizmet ithalatı - Büyüme (yıllık)-2022



5.88%

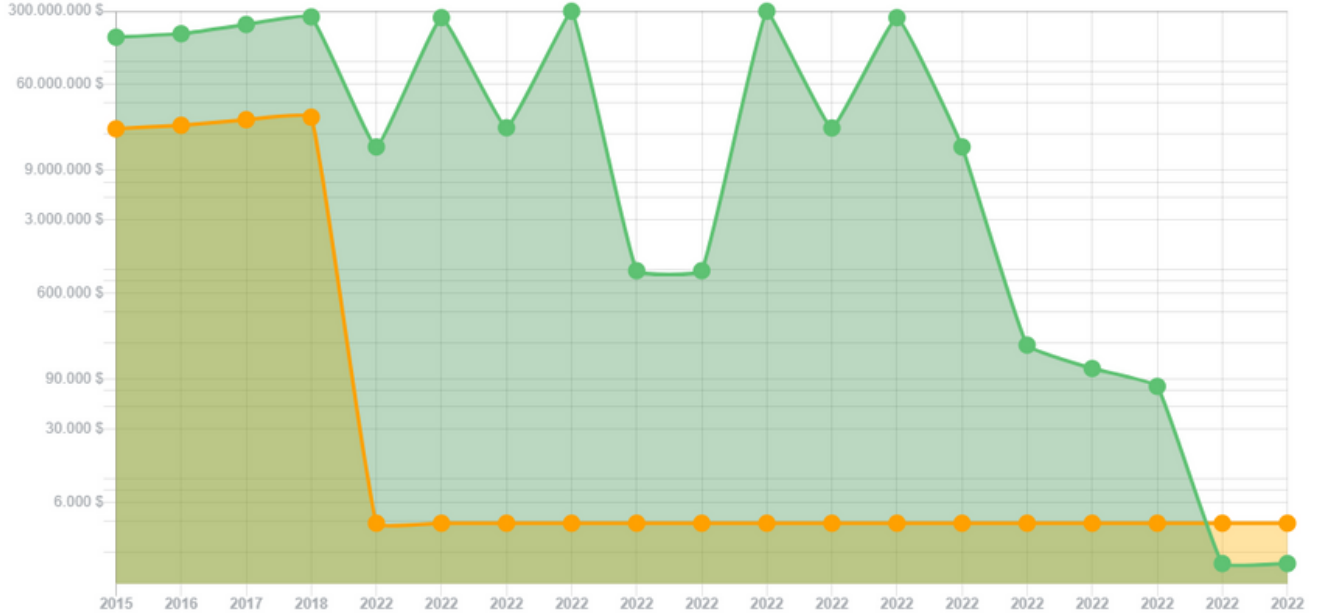
İş yapma kolaylığı endeksi-2022



4 / 5

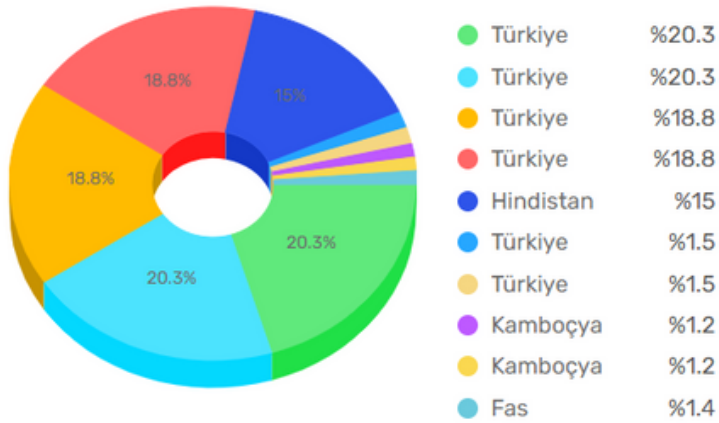
2- İthalat Verileri

Bu ülke seçtiğiniz üründe ne kadar alım yapmış? Aşağıdaki grafikte İsviçre ülkesinin seçtiğiniz ürün özelinde yıllara yaygın alım grafiğini bulabilirsiniz. Ayrıca Türkiye'den bu ürün özelinde İsviçre ülkesine ne kadar satış yaptığı bilgisine de ulaşabilirsiniz.



3- Rakiplerin Durumu

Seçilen ürünün en çok ithal edildiği ülkeler ve pazar payları rekabetteki gücünüzü tahmin etmekte size fayda sağlar.





TEKSTİL

PAZAR ARAŞTIRMA
RAPORU