

## Oyuncak Piyasası

İnsanlığın bir gereği eğlenmek, eğlenmenin ise olmazsa olması oyun ve oyuna yoldaş olan oyuncaktır. Oyuncak dendiği zaman akla her ne kadar çocuk gelse de gerçekte her yaş dönemi insan için uygun oyuncak mutlaka vardır. Oyuncak konusu zamanla bir sektör ve pazar oluşturmuştur. 3-6 yaş arası çocuklar genelde evden çıkıp oyuncak almadan eve dönmezler. Anneler bunu bildiğinden hazırlıklı çıkar ve aile ekonomisinden bir bütçe doğal olarak oyuncağa ayrılır.

Dönem değiştikçe tabii olarak oyuncağın maddesi de içeriği de değişmiştir. Ahşaptan ve el emeğinden plastiğe ve sanayiye yönelen oyuncaklar şimdi tekrar ahşaba dönerken sanal ortam oyunlarının da yadsınamayacak kadar fazla olduğunu söylemek mümkün.

Ailedeki öğrenim seviyesinin artmasına bağlı olarak eğitici oyuncaklara daha fazla önem verilmeye başlanmasıyla bebek, küçük çocuk ve okul öncesi yaşlara hitap eden eğitici oyuncakların satışlarında son zamanlarda önemli bir artış yaşanıyor. Özellikle büyükanne ve büyükbabalar torunlarına sıklıkla oyuncak hediye etmesi pazara önemli bir destek veriyor. Son yıllarda çocuklar büyüdükçe tercihlerinin oyuncaklardan video oyunları ve akıllı telefonlara yöneldiğine şahit oluyoruz. Ancak yine de yapılan araştırmalar kova, kürek, traktör gibi dış oyuncakların her zaman lider olduğunu söylerken video oyunlarının, kart oyunlarının ve yapbozların oldukça geri planda olduğunu gösteriyor.

Ülkemizde öne çıkan oyuncakların çoğu yabancı markalara aittir. Türk üreticilerinin pazarda payı oldukça düşüktür. Mattel, Hasbro, Lego oyuncak pazarının en büyük isimleridir. Video oyunlarında önemli bir yerli oyuncumuz bulunmamakta ancak Nintendo ile Sony arasında yıllardır süregelen sıkı bir rekabet olduğunu biliyoruz. Küçük şehirlerde ise bu markalara ulaşım çok daha kısıtlı fakat Armağan Oyuncak, Toyzzshop ve Hayal Dünyası gibi oyuncak firmalarının ülke genelinde büyüme planlaması ve her yere ulaşması yakındır. Bu büyümede etkin vitrin yapımının payı çok yüksektir. Bir de oyuncakların lisanslı olması diye bir konu var ki, o da oyuncakların lisanslı olması aileleri daha güvende hissettiriyor. Çünkü lisanslı olmayan ürünlerin sağlığa zararı oldukça yüksek. Bu açıdan lisanslı ürünlere olan talep artıyor ve haliyle bu da ücretlere yansıyor.

Doğal bir malzeme olan ahşap, çocukların sosyal gelişmelerine olumlu katkıda bulunmakla kalmayıp sağlık ve dayanıklılık yönünden oldukça kıymetlidir. Özellikle el emeği olan oyuncaklarda bağlılık ve oyun adaptasyonu daha güçlü olmakta. Türkiye oyuncak pazarını incelediğimizde karşımıza, imalatçılar, uluslararası oyuncak zincir mağazaları ile çok sayıda küçük ve orta boy oyuncak ticareti yapan firmalardan oluşan, dinamik bir pazar çıkmaktadır. Ancak oyuncak sektörü ülkemizde büyük ve kolay bir sektör olarak değerlendirilmemektedir. Oyuncak pazarının küresel bir pazar olması sebebiyle Türkiye'de

üretimde sıkıntılar yaşanmaktadır. Yerli üretimin az olduğu Türk pazarında talep Hong Kong başta olmak üzere Uzak Doğu ülkelerinden ithalat yoluyla karşılanmaktadır.<sup>1</sup>

Türkiye’de son beş yılda toplam 3 milyar 648 milyon dolarlık oyuncak ithal edilmiştir. Yıllık ortalama ithalat 730 milyon dolardır. Toplam oyuncak ithalatının yaklaşık %50’si (1 milyar 831 milyon dolar) plastik oyuncaklardan oluşmaktadır. Plastik oyuncakta son beş yılda yıllık ortalama ithalat 366 milyon dolardır. Türkiye’de son beş yılda toplam 732 milyon dolarlık oyuncak ihraç edildi. Yıllık ortalama oyuncak ihracatı 146 milyon dolardır. Toplam oyuncak ihracatının yaklaşık %19’u (141 milyon dolar) plastik oyuncaktır. Plastik oyuncak da son beş yılda, yıllık ortalama ihracat 28 milyon dolar.

Türkiye 2014 yılında yetmiş iki ülkeden oyuncak ithalatı yaptı. On ülke toplam ithalattan %94 pay almış olup, ithalatın %77’si Çin’den yapıldı. İthalat yapılan diğer önemli ülkeler: İsviçre, İtalya, Tayvan, ABD, Almanya, Japonya, Pakistan, Macaristan ve Vietnam’dır. Türkiye 2014 yılında yüz otuz altı ülkeye plastik oyuncak ihraç etmiştir. Türkiye’nin en çok ihracat yaptığı on ülke: Türkmenistan, Irak, Fransa, Rusya, İspanya, Yunanistan, İran, Fas ve Romanya’dır. Bu ülkelere yapılan ihracat toplam ihracatın %52’sini oluşturmaktadır.<sup>2</sup>

Teknolojik donanım eksikliği sebebiyle maliyetin artması üretimi güçleştirmektedir. Bu sebeple yerli üretimi yapılan oyuncakların çoğu da ithal oyuncaklardan taklit edilmektedir. Sektörde üretimi yapılan eğitici, zekâ geliştirici ürünler bilinçli bir kesim tarafında tercih edilmektedir. Ayrıca televizyonda yayınlanan çizgi film kahramanlarının oyuncakları da piyasada büyük ilgi görmektedir.

Dünya oyuncak pazarına bakıldığında bilgisayar oyunları ve elektronik oyunların pazardaki payının arttığı görülmektedir. Ayrıca elektronik oyuncakların yanı sıra çikolata, şeker gibi ürün satan firmalar da oyuncak vererek çocukların ilgisini çekmektedirler. Dünyada yaşanan bu eğilim ülkemiz oyuncak pazarını da etkilemektedir. Türkiye’de dünyadaki gelişime paralel olarak salt elektronik değil her türlü oyuncak üretim kalitesinde teknolojik ve estetik açıdan büyük ilerleme gözlenmektedir. Ancak fiyatlar çok yüksek olduğu için bu tür oyuncaklar geniş kitleler tarafından alıcı bulamamaktadır. Bu sebeple Türk oyuncak pazarında yerli üreticilerin payı gittikçe küçülmektedir<sup>3</sup> Aşağıda oyuncak sektörüyle alakalı grafiklere yer verilecektir.

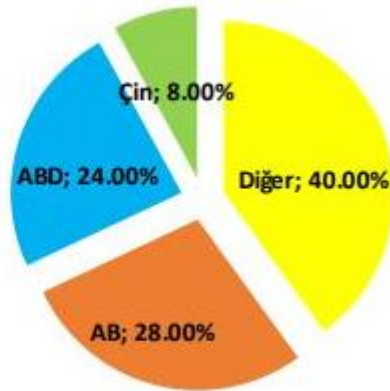
---

<sup>1</sup> Oyuncak Sektör Raporu, Nilay Kırmınlı, s.11

<sup>2</sup> <https://toyuncakdersisi.com/oyuncak-sektoru-analizi-ve-oyuncak-sektorunu-bekleyen-onemli-tehditler/#:~:text=Geleneksel%20oyuncak%20sat%C4%B1%C5%9Flar%C4%B1n%C4%B1n%20%25%2060'%C4%B1,%C3%BCn%C3%BC%20d%C4%B1%C5%9F%20ortam%20oyuncaklar%20olu%C5%9Fturuyor.>

<sup>3</sup> Oyuncak Sektör Raporu, Nilay Kırmınlı, s.14

Geleneksel oyuncak satışlarının %60'ı AB, ABD ve Çin'de gerçekleşmektedir. Toplam satışlar içinde AB %28, ABD %24 ve Çin %8 pay almaktadır. Bu ülkelerin dışındaki tüm ülkelerin toplam satışlardan aldığı pay %40 düzeyindedir. Bu tablo göstermekte ki, güçlü ihracatçı olan ülkelerin oyuncakta da liderliği devam ediyor. Aynı araştırma, geleneksel oyuncakların piyasalardaki yarışları gittikçe geri sıralarda takip ettiğini gösteriyor.<sup>4</sup>



**Grafik 1: Dünya Geleneksel Oyuncak Satışlarını Dağılımı**

<sup>4</sup> Pagev, Türkiye Oyuncak Sektörü İzleme Raporu, 2019

	2014	2018	2019 / 6	2019 / T
Üretim	106	64	39	78
İthalat	280	184	64	128
İhracat	38	30	16	64
Yurtiçi Satışlar	349	219	86	141
Dış Ticaret Açığı	-243	-155	-48	-63
İthalat / Yurtiçi Satışlar	80	84	74	91
Üretim İç Pazar Payı	20	16	26	9

**Tablo 15: Türkiye Plastik Oyuncak Arz ve Talep Dengesi (Milyon \$)**

Kaynak: TÜİK ve ITC Dış Ticaret İstatistikleri

İthalat Yapılan Ülkeler	İthalat % Pay	İhracat Yapılan Ülkeler	İhracat % Pay
Çin	88,0	İngiltere	6,8
Endonezya	2,5	Irak	5,9
Viet Nam	1,7	Yunanistan	5,7
Çek Cum..	1,6	Kıbrıs	5,6
İtalya	1,0	Sırbistan	4,7
Danimarka	0,9	İran	4,4
Macaristan	0,6	İtalya	4,3
Malezya	0,6	Rusya Fed.	4,1
Tayland	0,5	S. Arabistan	4,0
Almanya	0,3	Almanya	3,7
<b>10 Ülke Toplamı</b>	<b>97,8</b>	<b>10 Ülke Toplamı</b>	<b>49,3</b>
<b>Diğerleri</b>	<b>2,2</b>	<b>Diğerleri</b>	<b>50,7</b>
<b>Toplam</b>	<b>100,0</b>	<b>Toplam</b>	<b>100,0</b>

**Tablo 11: Türkiye'nin Oyuncak İthal ve İhraç Ettiği Başlıca Ülkeler (2019/6)**

Kaynak: TÜİK ve ITC Dış Ticaret İstatistikleri