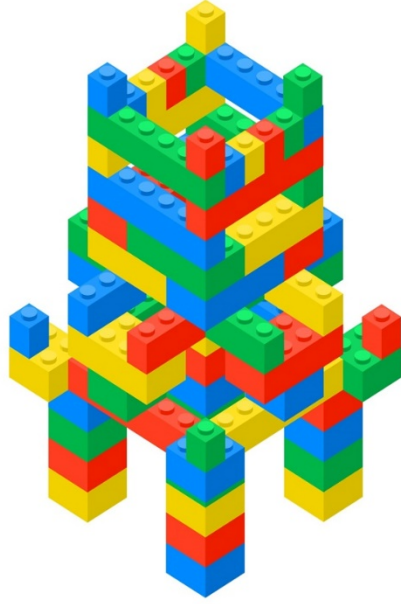




Türkiye Oyuncak Sektör İzleme Raporu  
2019 / 6 Ay

2019 / 6 Ay

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV'e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.



**TÜRKİYE**  
**OYUNCAK**  
**SEKTÖR**  
**İZLEME**  
**RAPORU**

## **ÖNSÖZ**

Plastik sektörü, Türkiye ekonomisinin en önemli aktörlerinden birisidir. Bugün 10 milyon tona yaklaşan toplam üretimi, 35 milyar dolar civarındaki cirosu, 5 milyar dolara yaklaşan direkt ihracatı ve son 10 senede GSMH büyümesini aşan yıllık büyüme ile plastik sektörünün ülke ekonomisine sağladığı katkı giderek artıyor. Sektörümüz, ulaştığı üretim kapasitesiyle Avrupa’da ikinciliğe, dünyada ise altıncılığa yükseldi. PAGEV olarak, Türkiye Plastik Sektörünün “Birleştirici Gücü” misyonumuz çerçevesinde başarıyla yoluna devam eden sektörümüzü hep daha ileriye taşıyacak projeleri sizlerle birlikte hayata geçiriyoruz.

Plastiğin hayatımızdaki vazgeçilmezliğini gözler önüne seren ve bilimsel verilere dayanan somut adımlarla sektör sorunlarımızı gidermeye yönelik çalışmalara imza atarken, doğru ve güvenilir veri ve bilgilere sahip olmanın çözümün en önemli parçası olduğunu da biliyoruz. Bu doğrultuda sürekli araştırıyor, yeni verileri topluyor, derliyor ve rapor haline getiriyoruz. Sektörümüzün gelişimi adına önemli olduğuna inandığımız raporlarımızı ve önemli bilgiler içeren kitapçıklarımızı plastik sektörü temsilcilerimizin, paydaşlarımızın ve kamu kurumlarımızın istifadesine sunuyoruz.

PAGEV olarak, uzun ve özverili araştırmalarımız neticesinde sektörümüze ciddi boyutta katkı sağlayacak bir rapor seti hazırladık. Raporlarımız ile Türkiye Plastik Sektörünün doğru ve güvenilir veriler ışığında hangi noktada olduğunu, ortak problemlerini ve somut çözüm arayışlarının neler olması gerektiğini uzman raportörlerimizin yorumları ile kitapçıklar haline getirdik. Başta üyelerimiz olmak üzere tüm paydaşlarımızın faydasına sunduğumuz rapor ve bilgilendirme setimizin plastik dünyasına yön vereceğine inanıyoruz. Bu çalışmalarımız ile aynı zamanda kamu kurumlarımızın da plastik sektörü ile ilgili en güncel veriler ve doğru bilgilere ulaşmasını sağlamaktan dolayı mutluyuz.

Bununla birlikte İngilizce olarak hazırladığımız sektör raporlarımızla da meslektaşlarımızın ülkemiz plastik sektörünün potansiyelini en güncel verilerle küresel pazardaki iş ortakları ile paylaşabileceklerini düşünüyoruz.

Bu vesile ile sizlerle paylaştığımız dosyamızda yer alan, sektörümüz ile güncel raporlarımızı ve bilgilendirme dosyalarımızı istifadelerinize sunar, ülkemiz kalkınmasında lokomotif bir misyon üstlenen sektörümüzün bu günlere erişmesinde emeği geçen tüm meslektaşlarımıza teşekkür ederiz.

**Saygılarımla,  
Yavuz EROĞLU  
PAGEV Başkanı**

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV’e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

## **İÇİNDEKİLER**

- 1. RAPORDA DİKKATE ALINAN OYUNCAKLAR**
- 2. DÜNYA OYUNCAK SEKTÖRÜ**
- 3. TÜRKİYE OYUNCAK SEKTÖR**
  - 3.1. ÜRETİM**
  - 3.2. DIŞ TİCARET**
    - 3.2.1. İTHALAT**
    - 3.2.2. İHRACAT**
    - 3.2.3. DIŞ TİCARET AÇIĞI**
    - 3.2.4. İTHALAT VE İHRACAT YAPILAN ÜLKELER**
    - 3.2.5. DIŞ TİCARET FİYATLARI**
- 4. YURTIÇİ TÜKETİM**
- 5. ARZ VE TALEP DENGESİ**
- 6. GENEL DEĞERLENDİRME**
  - 6.1. TÜRKİYE’DE OYUNCAK SEKTÖRÜ, BÜYÜME POTANSİYELİNE SAHIPTİR**
  - 6.2. SEKTÖRÜN BAŞLICA SORUNLARI VE ALINMASI GEREKEN ÖNLEMLER**
  - 6.3. FIRSATLAR**
  - 6.4. SEKTÖRÜN DESTEK BEKLENTİLERİ**
  - 6.5. FIRSATLAR**
  - 6.6. ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**

### 1. RAPORDA DİKKATE ALINAN OYUNCAKLAR

Rapor içeriğinde uluslararası armonize sisteme paralel olarak aşağıdaki tabloda GTİP numarası gösterilen oyuncaklar inceleme kapsamına alınmış ve tüm istatistiki bilgiler bu bazda değerlendirilmiştir.

GTİP	Açıklama
95030010110 0	Oyuncak bebekler için arabalar
95030010120 0	Üç tekerlekli bisikletler
95030010190 0	Skuter, pedallı araba vb. tekerlekli oyuncak
95030021000 0	Oyuncak bebekler
95030029000 0	Sadece insan şeklinde yapma bebeklerin aksam, parçası
95030030000 0	Elektrikli oyuncak trenler; birleştirilecek türden küçültülmüş modeller
95030035000 0	Diğer yapı setleri ve yapı oyuncakları; plastik maddelerden
95030039000 0	Diğer yapı setleri ve yapı oyuncakları; diğer maddelerden
95030041000 0	Hayvan, insan dışı yaratıkları tasvir eden oyuncak; içleri doldurulmuş olan
95030049000 0	Hayvan, insan dışı yaratıkları tasvir eden oyuncak; diğerleri
95030055000 0	Oyuncak müzik alet ve cihazları
95030061000 0	Bilmeceler; ahşap olanlar
95030069000 0	Bilmeceler; diğerleri
95030070000 0	Diğer oyuncaklar (takım/set halinde olanlar)
95030075000 0	Diğer oyuncak ve modeller (motorlu olanlar); plastikten
95030079000 0	Diğer oyuncak ve modeller (motorlu olanlar); diğer maddelerden
95030081000 0	Oyuncak silahlar
95030085000 0	Kalıplanarak elde edilen minyatür metal modeller
95030095000	Diğer oyuncaklar; plastikten

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV'e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

0	
95030099000 0	Diğer oyuncaklar; diğer maddelerden
94037000001 1	Yürüteçler
94018000001 1	Mama Sandalyeleri
87150000001 0	Çocuk Arabaları (Gerçek Pusetler)

**Tablo – 1 Oyuncak GTİP Numaraları**

Kaynak: TÜİK ve İTC Dış Ticaret İstatistikleri

## 2. DÜNYA OYUNCAK SEKTÖRÜ

Global oyuncak endüstrisi geleneksel ve elektronik oyunlar olarak ikiye ayrılmaktadır; Geleneksel oyuncakların alt grupları, Puzzle ve kart oyunları, okul öncesi çocuk oyuncakları, iş makinesi/inşaat oyuncakları, bebek ve aksesuarları, giydirme ve bezeme oyuncakları, dış ortam oyuncakları/akülü araçlar, pelüş oyuncaklar ve sanatsal ve el beceresi oyuncakları vs. şeklinde sınıflandırılmaktadır.

Dünya oyuncak pazarında genel anlamda 4 oyuncu mevcuttur. Bunlar; Marka sahibi global firmalar, üretim yaptırılan fason firmalar, distribütörler, oyuncak satış noktalarından oluşmaktadır. Diğer taraftan dağıtım, ağırlıklı özel oyuncak mağazaları üzerinden yapılmaktadır. Ayrıca süpermarketler de satış için önemli noktalardır. Ancak son zamanlarda internette direkt satışlar artma trendindedir. Fason üretim ucuz işçilik ve bütünleşmiş yan sanayiler nedeni ile ağırlıklı olarak Çin'de yapılmakla birlikte, başta Almanya olmak üzere İtalya, İspanya, İngiltere 'de de fason üretim yapılmaktadır.

Dünya oyuncak satışlarını etkileyen en önemli faktör, çocuk sayısıdır. Son 10 yılda çocuk sayısı Çin'de 60 milyon, AB'de 2 milyon azalırken, ABD'de 2 milyon artmıştır. Dünya oyuncak satışlarında sezonluk farklılıklar mevcuttur. Bu nedenle pazarda esnek çalışılmaktadır.

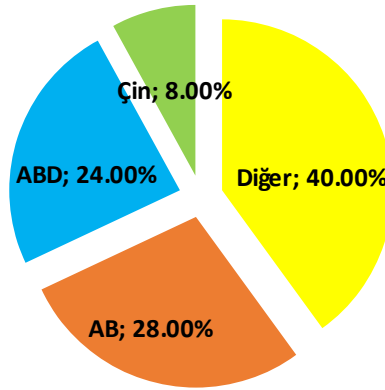
Satış hacminin farklı olmasını etkileyen faktörler; bayramlar, yılbaşı, tatiller, yaz/kış mevsimleri dir.

Dünya'da en hızlı büyüyen oyuncak grubu: İş makinaları ve dış ortam/ spor oyuncakları (kova, kürek, akülü araba) dır. Puzzle ve Kartlı oyunlar, alternatif bilgisayar oyunları sebebi ile düşmektedir. Pelüş oyuncaklarda düşük büyüme görülmektedir. Lisanslı oyuncaklar Dünya'da ortalama %25'lik bir pazar payına sahiptir. Bunlar eğlence endüstrisinin (TV, Sinema, İnternet) de Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV'e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

yoğun pazarlama desteğini arkalarına aldıkları için ticari olarak ürünün tutmasını sağlamaktadır. Ayrıca lisanslı ürünler ailelere güven unsuru da oluşturmaktadır.

Dünya oyuncak sektöründe yeni trend bağlantılı oyuncaklardır. Yeni trend oyuncaklar; dijital dünya ile geleneksel oyuncakları entegre etmektedir. Örneğin Lego, Ninjago ürünleri ve kartlarıyla internette de oyun oynamak mümkündür. Yine Hasbro firması çocukluğumuzun oyunu olan monopoli'yi elektronik bir oyun halinde de sunmaktadır.

Geleneksel oyuncak satışlarının %60'ı AB, ABD ve Çin'de gerçekleşmektedir. Toplam satışlar içinde AB %28 % ABD %24 Çin de %8 pay almaktadır. Bu ülkelerin dışındaki tüm ülkelerin toplam satışlardan aldığı pay %40 düzeyindedir.



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

AB'de toplam oyuncak satışlarının %53'ünü dış ortam oyuncaklar oluşturmaktadır. Puzzle ve kart oyunları ile okul öncesi oyuncaklar toplam satışlardan %13 pay almaktadır. AB'de geleneksel oyuncakların payı son 10 yılda %72'den %50'ye gerilemiş, elektronik oyuncakların payı ise %38'den %50'ye yükselmiştir.

ABD'de toplam oyuncak satışlarının %15'ini bebek ve aksesuarlar, %11'ini puzzle ve kart oyunları, %10'unu da okul öncesi oyuncaklar oluşturmaktadır.

ABD'de geleneksel oyuncakların payı son 10 yılda %68'den %52'ye gerilemiş, elektronik oyuncakların payı ise %32'den %48'e yükselmiştir.

Çin'de toplam oyuncak satışlarının %15'ini pelüş, %13'ünü puzzle ve kart oyunları, oluşturmaktadır. Çin'de geleneksel oyuncakların payı son 10 yılda %95'den %80'e gerilemiş, elektronik oyuncakların payı ise %5'den %20'ye yükselmiştir.

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV'e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

Dünya oyuncak endüstrisinde satışları yönlendiren en büyük 5 firma, başlıca büyük pazarlar açısından aşağıdaki tabloda özetlenmiştir

Sıra	Çin	AB	ABD	Dünya
1	Guangdong Alpha Animation	Mattel Inc.	Mattel Inc	Mattel Inc
2	Toyroyal Co. Ltd	LEGO Group	Hasbro Inc	Hasbro Inc
3	Lepo Toys Ltd.	Hasbro Inc	Lego Group	Lego Group
4	Mattel Inc.	Private Label	Spin Master Ltd	Bandai Namco Group
5	Shanghai Yaoji Playing Cards	Simba- Dickie Group	Hallmark Cards Inc	Takara Tomy Co Ltd.

**Tablo 2: Dünya Oyuncak Endüstrisini Yönlendiren Başlıca Markalar**

Kaynak: Euro monitör

AB’de aktif a0 oyuncak markasının pazar aşağıdaki tabloda verilmektedir.

	Pazar Payı (%)
Mattel Inc	10,1
LEGO Group	8,3
Hasbro Inc	8,1
Private Label	4,3
Simba- Dickie Group GmbH & Co KG	2,9
Giochi Preziosi SpA	2,8
Geobra Brandstatter GmbH & Co KG	2,4
Vtech Holding Ltd.	2,2
Ravensburger AG	1,8
Takara Tomy Co Ltd	1,5
Diğerleri	55,5
Toplam Pazar	100,0

**Tablo 3: AB’de aktif 10 oyuncak markasının pazar payı**

Kaynak: Euromonitor

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV’e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.



Çin’de toplam oyuncak üretiminin %66’sı Guangdong eyaletinde gerçekleştirilmektedir. Ucuz işçilik nedeniyle birçok farklı sektördeki tesis üretimini Vietnam’a kaydırmışken, oyuncak endüstrisi tedarik zincirinin gelişmişliği nedeniyle, üretim bu bölgede kalmayı sürdürmektedir. Eyalet içinde Dongguan şehri en önemli üretim noktası olup, bu şehir tek başına Çin’deki üretimin üçte birini gerçekleştirilmektedir.

Çin’deki oyuncak sektörünün ana problemi ülkede uluslararası marka olmaması ve üretimin tamamen fason yapılmasıdır. Dolayısıyla oyuncak üretimi, dış pazarların ekonomik durumuna ve o ülkelerdeki yasal düzenlemelere göre dalgalanma göstermektedir.

2008 ‘de Guangdong Eyaletinde, Chenghai bölge yönetimi, CCTV (Çin Devlet Televizyonu) ile anlaşma imzalayarak, bu kanalın yarattığı tüm karakterlerin oyuncaklarını münhasıran üretip, başta Çin olmak üzere dünya pazarına sunmaya başlamıştır. Böylece fasonculuktan üretime geçilmiş ve hem katma değer artmış hem de satışta süreklilik sağlayan, dalgalanmaları engelleyen bir yöntem kavuşulmuştur.

Dünya toplam oyuncak ithalatı 2018 yılında 125 milyar dolar olarak gerçekleşmiş olup, toplam ithalatın %65’i 10 ülke tarafından yapılmıştır. ABD, Almanya, Japonya, İngiltere ve Fransa en büyük 5 ithalatçı ülke konumundadır.

Dünya toplam oyuncak ithalatı 2014 – 2018 yılları arasında yılda ortalama %3,3 büyürken ithalatı yönlendiren ilk 10 ülkede yıllık artış hızı %3,6 olarak gerçekleşmiştir. 10 büyük ithalatçı ülke içinde yıllık ithalat artış hızı %24 ile Polonya, %10 ile İspanya’dır. İngiltere ve Hong Kong’da ithalat gerilemektedir.

Türkiye 2018 yılında toplam dünya oyuncak ithalatından %0,04 pay almıştır.

Başlıca İthalatçı Ülkeler	Milyar \$	% Pay	CAGR %
ABD	34,4	27,6	4,5
Almanya	8,9	7,1	7,4
Japonya	6,4	5,1	0,6
İngiltere	6,4	5,1	-1,1
Fransa	5,4	4,3	2,5
Hong Kong	5,3	4,3	-4,9
Kanada	4,4	3,6	0,9
Polonya	3,5	2,8	23,9
İspanya	3,4	2,7	10,4
Hollanda	3,2	2,5	5,2

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV’e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

10 Ülke Toplamı	81,3	65,1	3,6
Diğer Ülkeler	43,6	34,9	2,6
Toplam	124,9	100,0	3,3

**Tablo 4: Dünya Oyuncak Pazarında 10 Büyük İthalatçı Ülke- 2018**

Kaynak: ITC Trade Statistics

Dünya toplam oyuncak ihracatı 2018 yılında 120 milyar dolar olarak gerçekleşmiş olup, toplam ihracatın %79'u 10 ülke tarafından yapılmıştır. Çin, Hong Kong, ABD, Almanya ve Çek Cumhuriyeti en büyük 5 ihracatçı ülke konumundadır.

Dünya toplam oyuncak ihracatı 2014 – 2018 yılları arasında yılda ortalama %6,8 büyürken, ihracatı yönlendiren ilk 10 ülkede yıllık artış hızı %7,5 olarak gerçekleşmiştir. 10 büyük ihracatçı ülke içinde yıllık ihracat artış hızı %43 ile Polonya, %18 ile Japonya'dır. Hong Kong'da ihracat gerilemektedir

Başlıca İhracatçı Ülkeler	Milyar \$	% Pay	CAGR %
Çin	56,7	47,3	10,1
Hong Kong	7,2	6,0	-2,7
ABD	6,8	5,7	0,7
Almanya	6,0	5,0	6,2
Çek Cumh.	3,6	3,0	1,4
Japonya	3,5	2,9	18,0
Hollanda	3,1	2,6	5,0
Polonya	2,9	2,4	43,0
İngiltere	2,5	2,1	3,0
Tayvan	2,3	1,9	0,2
10 Ülke Toplamı	94,7	79,0	7,5
Diğer Ülkeler	25,2	21,0	4,2
Toplam	119,9	100	6,8

**Tablo 5: Dünya Oyuncak Pazarında 10 Büyük İhracatçı Ülke – 2018**

Kaynak: ITC Trade Statistics

Türkiye 2018 yılında toplam dünya oyuncak ihracatından %0,01 pay almıştır.

### 3. TÜRKİYE OYUNCAK SEKTÖRÜ

#### 3.1. ÜRETİM

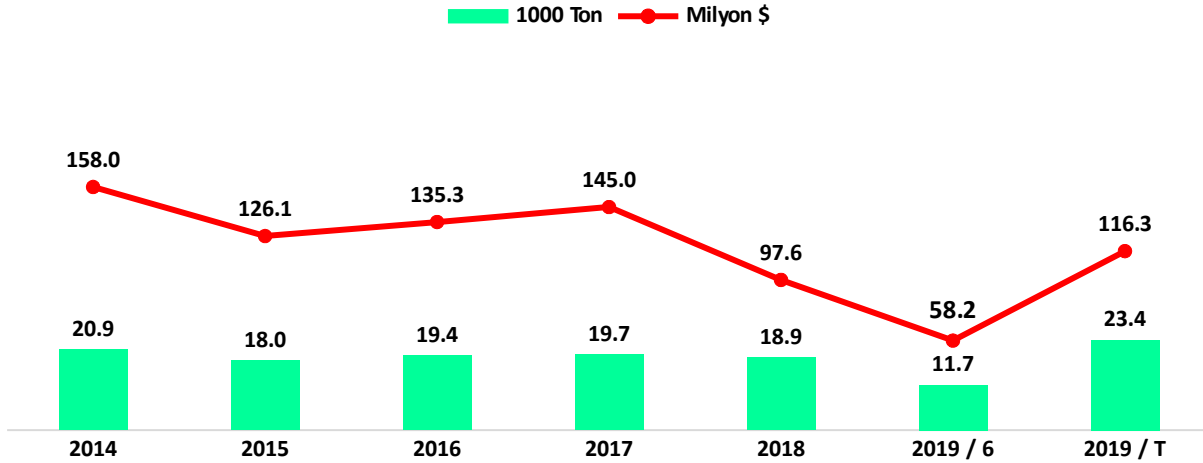
Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV'e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

2014 yılında 21 bin ton ve 158 milyon dolar olan toplam oyuncak üretimi 2018 yılından ton ve 98 milyon dolar olarak gerçekleşmiş ve üretim yılda ortalama miktar bazında %2,5 değer bazında da %11,3 gerilemiştir. 2019 yılının ilk 6 ayı gerçekleştirmeleri dikkate alınarak üretimin 2019 sonunda 223,4 bin ton ve 116,3 milyona çıkacağı ve 2018 yılına kıyasla miktar bazında %24 değer bazında da %19 artacağı tahmin edilmektedir.

	2014	2018	2019 / 6	2019 / T	CAGR % 2018/2012	Artış Tahmini 2019/2018
1000 Ton	20,9	18,9	11,7	23,4	-2,5	24,2
Milyon \$	158,0	97,6	58,2	116,3	-11,3	19,1

**Tablo 6: Türkiye Toplam Oyuncak Üretimi**

Kaynak: TÜİK ve İTC Dış Ticaret İstatistikleri



**Grafik 2: Türkiye Toplam Oyuncak Üretimi**

Kaynak: TÜİK ve İTC Dış Ticaret İstatistikleri

Türkiye’de 67 firma plastik oyuncak imal etmekte olup, bu firmaların %90’ı İstanbul’da faaliyet göstermektedir.

	Sayı	% Dağılım
İstanbul	60	89,6
Ankara	2	3,0
Samsun	2	3,0
Bursa	1	1,5
Gaziantep	1	1,5

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV’e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

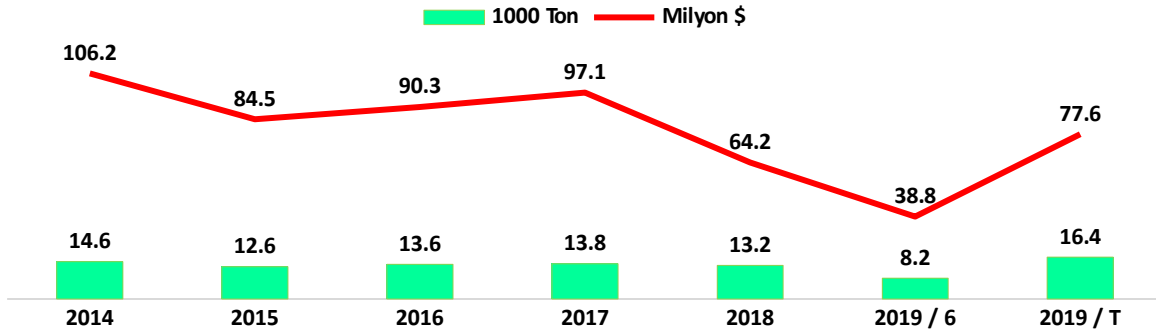
Yozgat	1	1,5
<b>Toplam</b>	<b>67</b>	<b>100,0</b>

**Tablo 7: Türkiye’de Plastik Oyuncak Üreten Tesisi Sayısı**

Kaynak: PAGEV

Türkiye’de plastik oyuncak üretimi toplam oyuncak üretiminin en az %70’ini oluşturmaktadır.

2018 yılında 13,2 bin ton ve 38,8 milyon dolar olarak gerçekleşen plastik oyuncak üretiminin 2019 yılının ilk 6 aylık gerçekleştirmeleri dikkate alınarak 2019 yılında 16,4 bin ton ve 77,6 milyon dolara çıkması beklenmektedir.



**Grafik 3: Türkiye Plastik Oyuncak Üretimi**

Kaynak: TÜİK ve İTC Dış Ticaret İstatistikleri

## 3.2. DIŞ TİCARET

### 3.2.1. İTHALAT

Türkiye’de toplam oyuncak ithalatı 2014 – 2018 yılları arasında yılda ortalama miktar bazında %0,2 değer bazında da %10 azalarak 2018 yılında 28,1 bin ton ve 262,9 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Yılın ilk 6 aylık gerçekleştirmeleri dikkate alınarak 2019 yılı sonunda ithalatın 20,4 bin ton ve 182,2 milyon dolara ineceği ve ithalatın 2018 yılına kıyasla miktar bazında %27,4 değer bazında da %30,7 azalacağı tahmin edilmektedir.

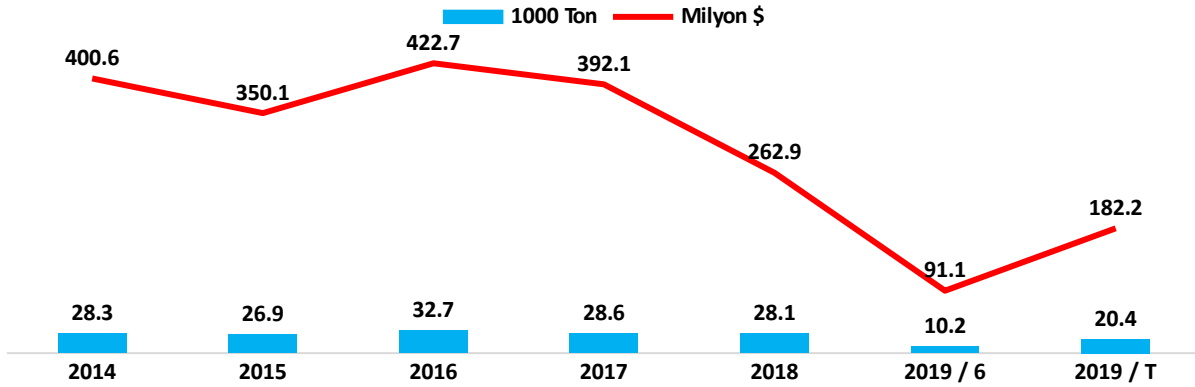
	2014	2018	2019 / 6	2019 / T	CAGR % 2018/201	Artış Tahmini 2019/201
					2	

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV’e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

						8
1000 Ton	28,3	28,1	10,2	20,4	-0,2	-27,4
Milyon \$	400,6	262,9	91,1	182,2	-10,0	-30,7

**Tablo 8: Türkiye Toplam Oyuncak İthalatı**

Kaynak: TÜİK ve İTC Dış Ticaret İstatistikleri

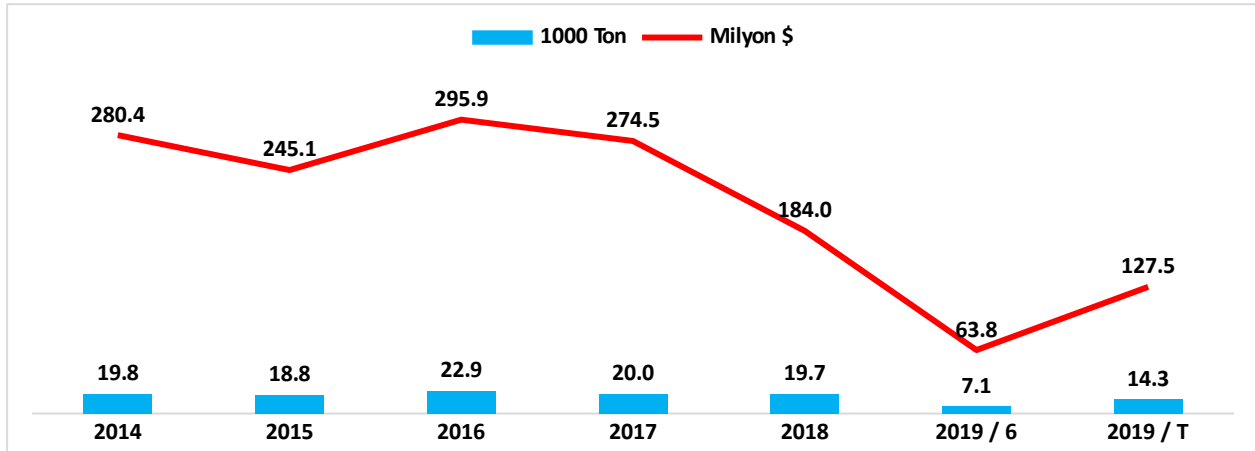


**Grafik 4: Türkiye Toplam Oyuncak İthalatı**

Kaynak: TÜİK ve İTC Dış Ticaret İstatistikleri

Türkiye’de toplam oyuncak ithalatının en az %70’ini plastik oyuncaklar oluşturmaktadır.

2018 yılında 19,7 bin ton ve 184 milyon dolar olarak gerçekleşen plastik oyuncak ithalatının 2019 yılının ilk 6 aylık gerçekleştirmeleri dikkate alınarak 2019 yılında 14,3 bin ton ve 127,5 milyon dolara gerilemesi beklenmektedir.



Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV’e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

**Grafik 5: Türkiye Plastik Oyuncak İthalatı**

Kaynak: TÜİK ve İTC Dış Ticaret İstatistikleri

**3.2.2. İHRACAT**

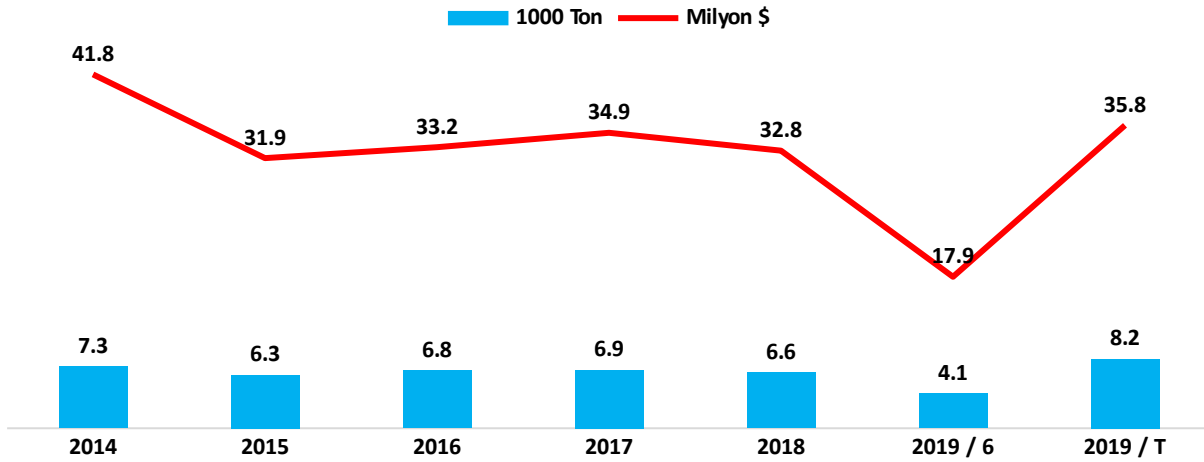
Türkiye’de toplam oyuncak ihracatı 2014 – 2018 yılları arasında yılda ortalama miktar bazında %2,5 değer bazında da %5,9 azalarak 2018 yılında 6,6 bin ton ve 32,8 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Yılın ilk 6 aylık gerçekleştirmeleri dikkate alınarak 2019 yılı sonunda ihracatın 8,2 bin ton ve 35,8 milyon dolara çıkacağı 2018 yılına kıyasla miktar bazında %24,2 değer bazında da %9,1 artacağı tahmin edilmektedir.

	2014	2018	2019 / 6	2019 / T	CAGR % 2018/2012	Artış Tahmini 2019/2018
1000 Ton	7,3	6,6	4,1	8,2	-2,5	24,2
Milyon \$	41,8	32,8	17,9	35,8	-5,9	9,1

**Tablo 9: Türkiye Toplam Oyuncak İhracatı**

Kaynak: TÜİK ve İTC Dış Ticaret İstatistikleri

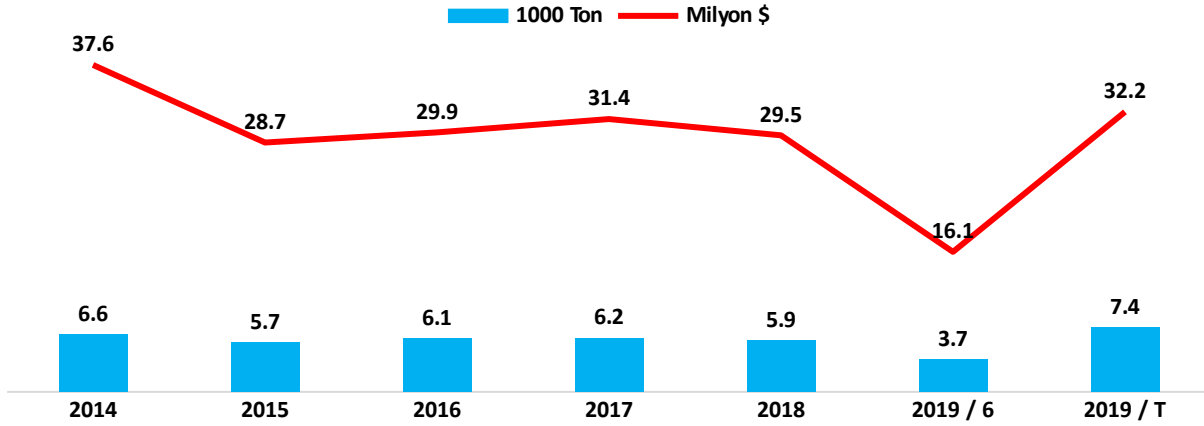


**Grafik 6: Türkiye Toplam Oyuncak İhracatı**

Kaynak: TÜİK ve İTC Dış Ticaret İstatistikleri

Türkiye’de plastik oyuncak ihracatı toplam oyuncak ihracatının en az %90’ını oluşturmaktadır. 2018 yılında 5,9 bin ton ve 29,5 milyon dolar olarak gerçekleşen plastik oyuncak ihracatının yılın Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV’e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

ilk 6 aylık gerçekleştirmeleri dikkate alınarak 2019 sonunda 7,4 bin ton ve 32,2 milyona dolara çıkması beklenmektedir.



**Grafik 7: Türkiye Plastik Oyuncak İhracatı**

Kaynak: TÜİK ve İTC Dış Ticaret İstatistikleri

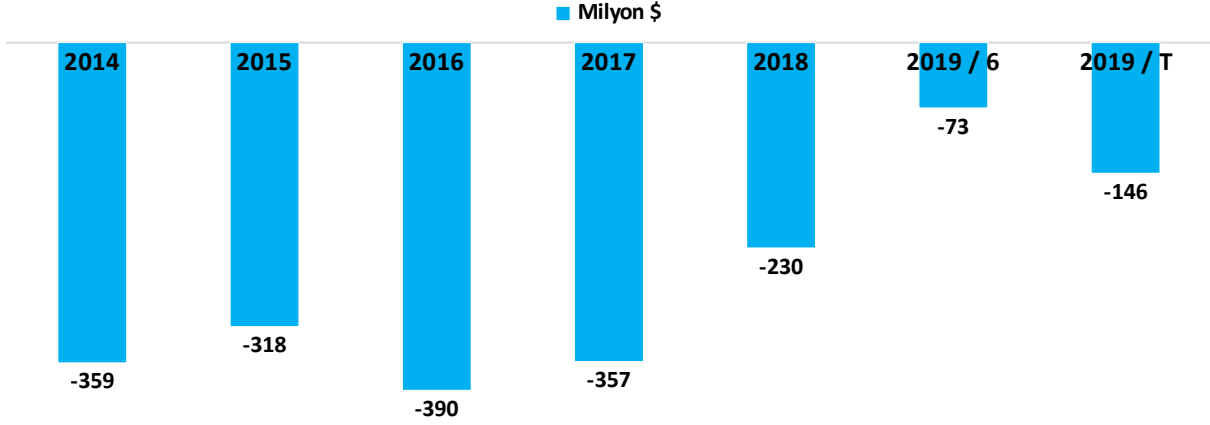
### 3.2.3. DIŞ TİCARET AÇIĞI

Türkiye’de oyuncak sektörü dış ticarete sürekli açık vermektedir. 2014 yılında 21 bin ton ve 359 milyon dolar olan dış ticaret açığı 2018 yılında 21,5 bin ton ve 230 milyona dolara gerilemiştir. 2019 yılının ilk 6 aylık gerçekleştirmeleri dikkate alınarak dış ticaret açığının, ihracatın artması ve ithalatın gerilemesi nedeniyle yıl sonunda 12,2 bin ton ve 146 milyona dolara ineceği ve 2018 yılına kıyasla miktar bazında %43,3 değer bazında da %36,4 gerileyeceği tahmin edilmektedir.

	2014	2018	2019 / 6	2019 / T	CAGR % 2018/2012	Artış Tahmini 2019/2018
1000 Ton	-21,0	-21,5	-6,1	-12,2	0,6	-43,3
Milyon \$	-359	-230	-73	-146	-10,5	-36,4

**Tablo 10: Türkiye Toplam Oyuncak Dış Ticaret Açığı**

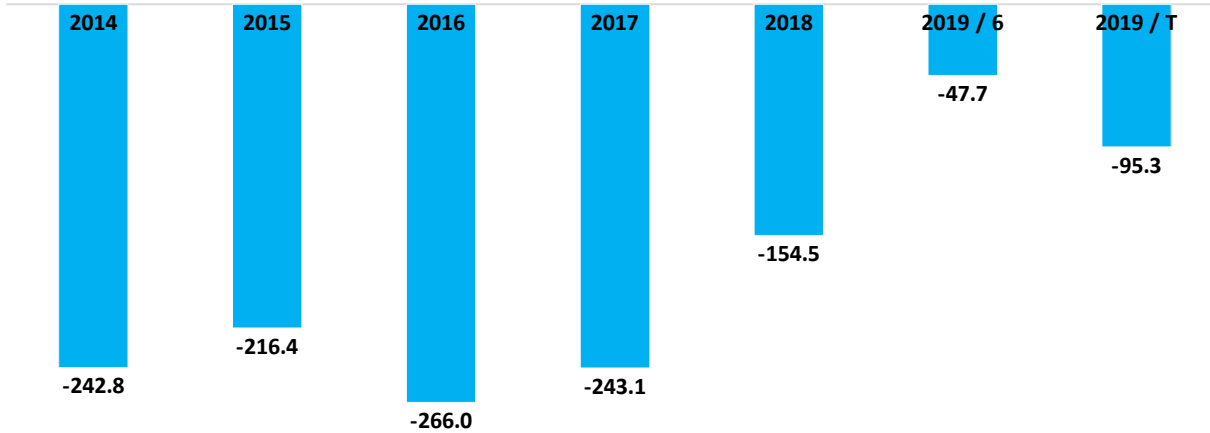
Kaynak: TÜİK ve İTC Dış Ticaret İstatistikleri



**Grafik 8: Türkiye Toplam Oyuncak Dış Ticaret Açığı (Milyon \$)**

Kaynak: TÜİK ve ITC Dış Ticaret İstatistikleri

Türkiye plastik oyuncak dış ticareti 2018 yılında 154,5 milyon dolar açık vermiştir. Dış ticaret açığının 2019 sonunda 95,3 milyona gerileyeceği tahmin edilmektedir.



**Grafik 9: Türkiye Plastik Oyuncak Dış Ticaret Açığı**

Kaynak: TÜİK ve ITC Dış Ticaret İstatistikleri

### 3.2.4. İTHALAT VE İHRACAT YAPILAN ÜLKELER

Türkiye toplam oyuncak ithalatının %98'ini 10 ülkeden ve toplam oyuncak ihracatının ise %49'unu 10 ülkeye yönelik gerçekleştirmektedir.

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV'e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.



Toplam ithalatın %88'i Çin'den yapılmaktadır. Çin, Endonezya, Vietnam, Çek Cumhuriyeti ve İtalya oyuncak ithalatı yapılan en önemli ülkeleri oluşturmaktadır.

Toplam ihracatın %7'si İngiltere'ye yapılmaktadır. İngiltere dışında Irak, Yunanistan, Kıbrıs ve Sırbistan oyuncak ihraç edilen diğer önemli ülkeleri oluşturmaktadır.

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	Iran	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: TUIK ve ITC Dış Ticaret İstatistikleri

### 3.2.5. DIŞ TİCARET FİYATLARI

Türkiye'nin oyuncak ortalama ithal fiyatları ortalama ihraç fiyatlarınının 2,5 katı düzeyindedir. Başka bir deyişle Türkiye pahalı oyuncakları ithal ederken ucuz oyuncakları ihraç etmekte ve ihracatta yeterince katma değer sağlayamamaktadır.

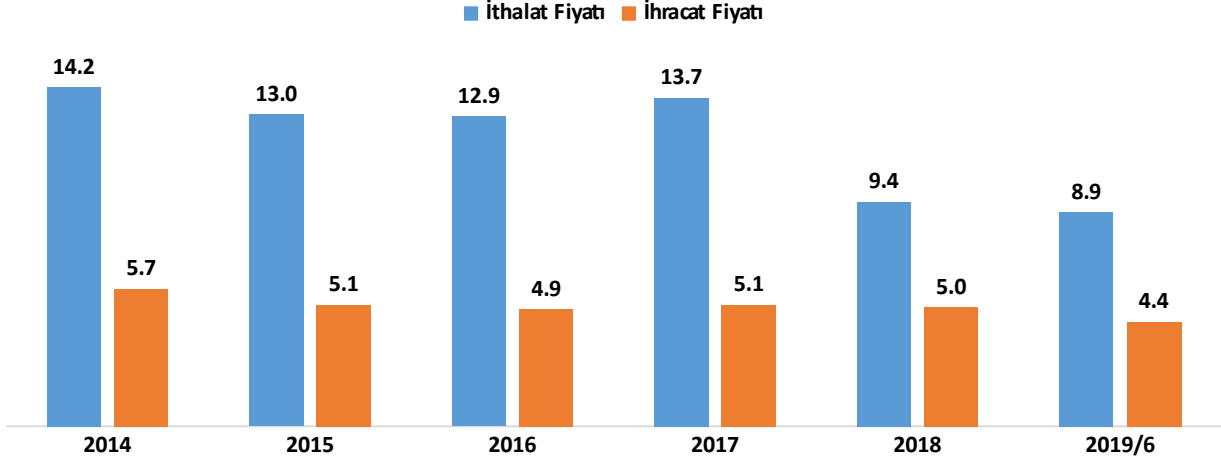
2014 – 2018 yılları arasında, ithal fiyatları yılda ortalama %4,5 ihraç fiyatları ise %12,2 gerilemiş ve 2019 yılının ilk 6 ayında ithal fiyatı 8,9 \$/Kg ihraç fiyatları da 4,4 \$/Kg olarak gerçekleşmiştir.

	2014	2018	2019 / 6	2019 / T	CAGR % 2018/2012
<b>İthalat Fiyatı</b>	14,2	9,4	8,9	-9,8	-4,5
<b>İhracat Fiyatı</b>	5,7	5,0	4,4	-3,5	-12,2

**Tablo 12: Türkiye Oyuncak Ortalama Dış Ticaret Fiyatları (\$/Kg)**

Kaynak: TUIK ve ITC Dış Ticaret İstatistikleri

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV'e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.



**Grafik 10: Türkiye Oyuncak Ortalama İthal Fiyatları (\$/Kg)**

Kaynak: TÜİK ve ITC Dış Ticaret İstatistikleri

#### 4. YURTIÇİ TÜKETİM

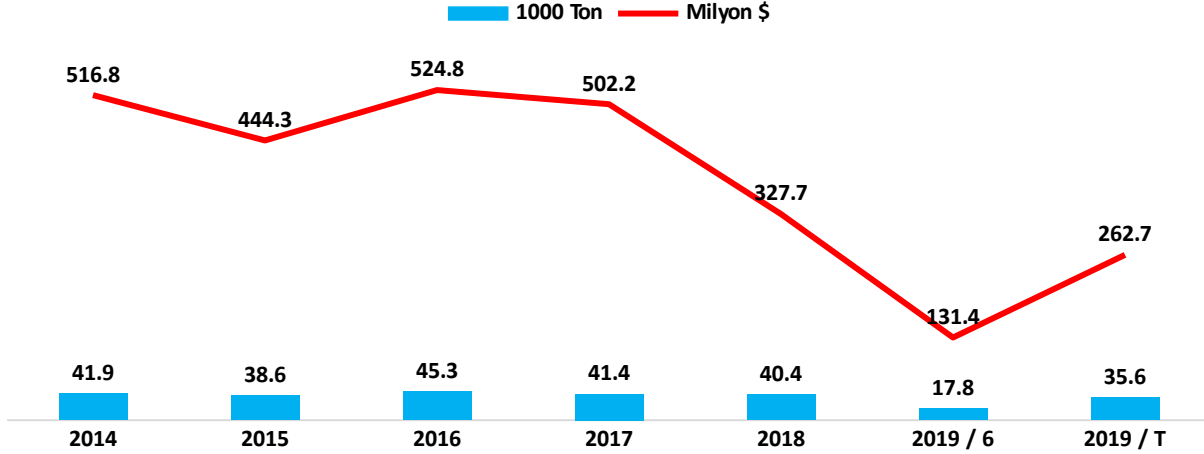
Türkiye’de toplam oyuncak yurtiçi tüketimi 2014 – 2018 yılları arasında yılda ortalama miktar bazında %0,9 değer bazında da %10,8 azalarak 2018 yılında 40,4 bin ton ve 327,7 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Yılın ilk 6 aylık gerçekleştirmeleri dikkate alınarak 2019 yılı sonunda yurtiçi tüketimin 35,6 bin ton ve 262,7 milyona ineceği ve 2018 yılına kıyasla miktar bazında %11,7 değer bazında da %19,8 gerileyeceği tahmin edilmektedir.

	2014	2018	2019 / 6	2019 / T	CAGR % 2018/2012	Artış Tahmini 2019/2018
<b>1000 Ton</b>	41,9	40,4	17,8	35,6	-0,9	-11,7
<b>Milyon \$</b>	516,8	327,7	131,4	262,7	-10,8	-19,8

**Tablo 13: Türkiye Toplam Oyuncak İç Pazar Satışları**

Kaynak: TÜİK ve ITC Dış Ticaret İstatistikleri

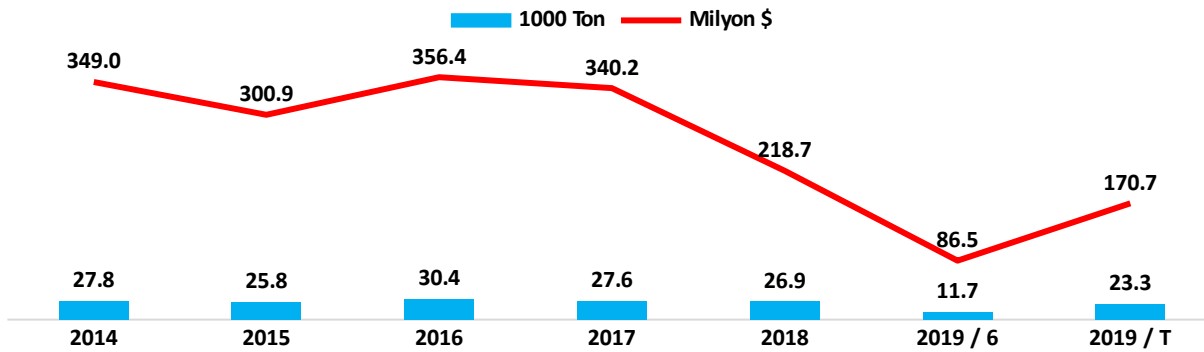


**Grafik 11: Türkiye Toplam Oyuncak İç Pazar Satışları**

Kaynak: TÜİK ve ITC Dış Ticaret İstatistikleri

Türkiye’de plastik oyuncaklarda iç pazar hacmi toplam oyuncak iç pazar hacminin yaklaşık %70’ini oluşturmaktadır.

2018 yılında 218,7 milyon dolar olan plastik oyuncak iç pazar satışlarının yılın ilk 6 aylık gerçekleşmeleri dikkate alındığında 2019 sonunda 170,7 milyona ineceği tahmin edilmektedir.



**Grafik 12: Türkiye Plastik Oyuncak İç Pazar Satışları**

Kaynak: TÜİK ve ITC Dış Ticaret İstatistikleri

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV’e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

## 5. ARZ VE TALEP DENGESİ

Türkiye toplam oyuncak sektöründe 2019 yılının ilk 6 ayında: 58 milyon dolar üretim, 91 milyon dolar ithalat, 18 milyon dolar ihracat ve 131 milyon dolar da iç pazar tüketimi gerçekleşmiş olup, sektör 73 milyon dolar dış ticaret açığı vermiştir.

Söz konusu dönemde ithal oyuncaklar iç pazar tüketiminden %69 yerli üretilen oyuncaklar ise %31 pay almıştır.

	2014	2018	2019 / 6	2019 / T
Üretim	158	98	58	116
İthalat	401	263	91	182
İhracat	42	33	18	72
Yurtiçi Satışlar	517	328	131	227
Dış Ticaret Açığı	-359	-230	-73	-111
İthalat / Yurtiçi Satışlar	78	80	69	80
Üretimin İç Pazar Payı	22	20	31	20

**Tablo 14: Türkiye Toplam Oyuncak Arz ve Talep Dengesi (Milyon \$)**

Kaynak: TÜİK ve ITC Dış Ticaret İstatistikleri

Türkiye plastik oyuncak sektöründe 2019 yılının ilk 6 ayında: 39 milyon dolar üretim, 64 milyon dolar ithalat, 16 milyon dolar ihracat ve 86 milyon dolar da iç pazar tüketimi gerçekleşmiş olup, sektör bu dönemde 48 milyon dolar dış ticaret açığı vermiştir.

Bu dönemde plastik oyuncak iç pazar tüketiminden ithal oyuncaklar %74 yerli üretilen oyuncaklar ise %26 pay almıştır.

	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
Üretimin İç Pazar Payı	20	16	26	9

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

Kaynak: TÜİK ve ITC Dış Ticaret İstatistikleri

## 6. GENEL DEĞERLENDİRME

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV'e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

### **6.1. TÜRKİYE'DE OYUNCAK SEKTÖRÜ, BÜYÜME POTANSİYELİNE SAHIPTİR**

Plastik sektörü içerisinde halihazırda çok küçük bir pay almasına rağmen, oyuncak endüstrisi gerek iç pazarda gerekse de ihracat açısından önemli bir potansiyele sahiptir.

- Ülkemizde 0-14 yaş grubundaki yaklaşık 19 milyon çocuğun yıllık ortalama oyuncak tüketimi yaklaşık 20 dolardır. Avrupa'da 250 Euro, ABD'de ise 300 dolar civarındadır.
- Gelişmiş batı ülkelerine kıyasla oyuncak tüketiminin düşük olması, Türkiye'de oyuncakça yönelik potansiyel talebin çok büyük olduğunu göstermektedir.
- Ülkemizde 67 firma plastik oyuncak imal etmekte, üretimin yaklaşık %20-25'i ihraç edilmektedir.
- Oyuncak endüstrisi tasarım, mühendislik, AR&GE, inovasyon, pazarlama ve üretim alanlarında büyük istihdam yaratma potansiyeline sahiptir.
- Yerli oyuncak üreticileri bir yandan yatırım yaparak üretimlerini sürdürmeye çalışırken, diğer yandan güçlü ithalatçı firmalarla rekabet etmeye çalışmaktadır.
  - Yüksek oranda yapılan ithalat, yerli sanayinin önemli ölçüde kan kaybetmesine, birçok yerli markanın kaybolmasına neden olmasına, istihdam kaybına ve cari açığın artmasına neden olmaktadır.

Yerli oyuncak sektörünün ihracat aşamasında Çin'e karşı sahip olduğu en önemli avantajlar;

- Konumu sebebiyle pazar talebine hızlı biçimde karşılık verebilmesi,
- Üretim ve navlun süresinin kısa olması,
- Ürün kalitemizin Avrupa standartlarında olması,
- Çin firmalarına olan güvensizlik ve
- Çin RMB'sine göre kur avantajımız olarak sıralanabilir.

### **6.2. SEKTÖRÜN BAŞLICA SORUNLARI VE ALINMASI GEREKEN ÖNLEMLER**

- Türkiye oyuncak sektörünün gelişiminin önündeki en önemli tehdit Çin 'den yapılan ithalattır.
- Dünyanın en büyük oyuncak ihracatçısı olan Çin'de yapılan üretimde her kaliteden ürüne ulaşmak mümkün olduğu için Çin'den gelen oyuncakların tamamı zararlı diyerek kategorize etmek yanlış olur.
- Çocuklarımızın sağlığı söz konusu olduğu için Çin'den ithal edilen oyuncaklara çok daha fazla dikkat edilmesi, kriterlere uygunluğu ve kalitenin çok iyi denetlenmesi gerekmektedir.
- Oyuncak sektörünün en önemli sorunu büyük ölçüde dış ticaret açığı vermesi ve birim ithal fiyatlarının birim ihracat fiyatlarının 2,5 katı olmasıdır. Sektör pahalı oyuncakları ithal edip

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV'e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

katma değeri küçük oyuncakları ihraç etmekte ve bu da dış ticaret açığının giderek artmasına neden olmaktadır.

- Rapor kapsamına girmeyen yürüteçler, mama sandalyeleri ve çocuk arabalarında büyük ölçüde dış ticaret açığı görülmektedir. Bu malzemelerin de dahil edilmesi halinde dış ticaret açığı çok büyük boyutlara ulaşmaktadır.
- Sektörün katma değerli oyuncak üretim ve ihracatı özel teşvik kapsamına alınmalıdır.
- AB’de Oyuncak Güvenliği Yönetmeliği (2009/48/EC) çerçevesinde yapılmaktadır. Ülkemizde yerli üreticilerden de birçok test istenmektedir. Özellikle bu testler ve belgelendirmeler KOBİ’ler için ciddi bir maliyet unsurudur.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığımızın bu yönde yaptığı denetleme çalışmaları oldukça etkin olmakla birlikte, tüketicilerin de oyuncakların güvenilirliği için aşağıdaki konularda bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

- Oyuncakların “CE” işareti taşıması,
- Oyuncağın çocuğun yaşına uygun olarak seçilmesi,
- Kullanma talimatlarının çocuklara net olarak anlatılması,
- Ambalajların üretici/ithalatçı bilgilerini gösteren etikete sahip olması.
- Yurtiçinde az sayıdaki üretici özellikle, yaptıkları ürünlerin fikri mülkiyet haklarını koruyamadıkları için kar edip, işlerini büyütecek imkana sahip olamamaktadır.
- Kopyalanma sadece yerli üreticiler arasında değildir.
- Bazen yerli üreticinin ürünleri, Uzakdoğu’da kopyalatılıp pazara sunulmaktadır.
- Yurtiçinde az sayıdaki üretici özellikle, yaptıkları ürünlerin fikri mülkiyet Türkiye plastik sektörü (dolayısı ile plastik oyuncak üretimi) AB mevzuatları çerçevesinde üretim yapmaktadır. Bu nedenle yerli oyuncaklar halk sağlığı gözetilerek yapıldığından sağlık açısından herhangi bir risk taşımamaktadır.
- Yerli oyuncak üretiminin teşviki ve gelişimi için;
- Kamuoyunun yerli ürünler konusunda bilinçlendirilmesi
- Tüketici tercihinin yerli üretilen oyuncaklara yönlendirilmesi
- Güvenilir olmayan, sağlığa zararlı üretimin engellenmesi için denetim mekanizmalarının artan ölçüde işletilmesi
- Lisanslı katma değerli ürünlerin üretilmesi
- Oyuncaklar kültürel değerlerimizin bir yansıması ve çocuklarımızın geleceğine yönelik önemli bir başlangıç noktasıdır. Dolayısıyla yerli oyuncak sanayi ekonomimize katma değer ve istihdam sağlamanın yanı sıra, kültürümüze de katkılar sağlayacaktır.
- Çocuklarımıza aktarmak istediğimiz temel etik ve kültürel değerlerimizi ürettiğimiz oyuncaklarla şekillendirmek mümkündür.

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV’e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

- Günümüzdeki tüketim çılgınlığı ve özellikle Amerikan pop kültür ürünlerinin bir örneği olan savaş, kavga figürleri, gelecek nesilleri oluşturacak çocuklar için çok zararlı mesajlar içermektedir.
- Söz konusu oyuncaklar ve bu oyuncakları oluşturan karakterler özellikle çizgi film desteği ve çlgın tanıtımlarla çok geniş kitlelere ulaşmakta ve satış rakamları patlamaktadır.
- Benzer bir uygulamanın yerli oyuncak üretimine yansıtılması, yerli karakterler ile yerli oyuncak sektörünün semiyotik bir bütünlük oluşturmasını sağlayacaktır.

### **6.3. FIRSATLAR**

- Gelişmekte olan ülkelerde artan refah ve daha fazla oyuncak harcaması.
- Ortadoğu ve Türk Dünyası ile kültürel, dini ortak değerlere yönelik oyuncaklar.
- Özellikle Ortadoğu ve AB pazarına yakınlık nedeni ile düşük lojistik maliyeti.
- Yeni modellere hızlı adaptasyon.
- Son yıllarda gelişmiş ülkelerde Hakça Ticaret veya Adil Ticaret (Fair Trade) diye çevirebileceğimiz satış noktaları artmakta. Bunlar doğaya zarar vermeden, çocuk işçi kullanmadan, işçilerin haklarını tam vererek üretim yapmış firmaların ürünlerini satıyor.
- Özellikle Çin ürünleri üzerinde bu tür kaygılar yoğun olduğundan şimdilik niş olsa da artan bir pazar potansiyeli mevcut. Yerli üreticilerimiz mallarını bu tür mağazalarda özel duyarlı müşteri kitlelerine “Türkiye’de Çevre ve İnsan haklarına saygı gösterilerek üretilmiştir” ibaresiyle ulaştırabilmektedir.
- Yine önemli bir pazar da doğal ürünlerden yapılan oyuncaklar pazarıdır. Örneğin son dönemde ahşaptan yapılmış oyuncaklar çevre ve sağlık kaygılarıyla artan bir pazar payına sahiptir. (Eko-Dizayn)
- İnternet satış kanallarının gelişimi özellikle yerli üreticilerimiz için iyi bir pazarlama kanalı oluşturmaktadır. Bu kanal vasıtasıyla ürünlerini tüketiciye aracısız ulaştırma imkanına ulaşabilmektedir. Nitekim AB içindeki oyuncak ticaretin %15’i bu şekilde yapılmaktadır.
- Türkiye’nin Ortadoğu gibi çocuk sayısı artan ve refah yükselen bir bölgede olması.

### **6.4. YERLİ OYUNCAK SEKTÖRÜNÜN DESTEK BEKLENTİLERİ**

- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’mızla yaptığımız çalışmalarda, oyuncak sektörü ‘Türkiye Sanayi Stratejisi Eylem Planı’na’ alındı. Ancak süreç içinde ‘Oyuncak İhtisas OSB’ kurulması yönündeki destek bürokratik engellerle karşılaşmış ve henüz tamamlanamamıştır. Bakanlığımızca bu sürecin sonuçlandırılması sanayisinin gelişmesi ve markalaşmasının hedeflenmesi sektör adına çok önemli adımlardır.

Bu raporun fikri mülkiyet hakları PAGEV’e ait olup kaynak gösterilmeden kısmen de olsa alıntı yapılamaz.

- Yurtdışından ithalatlarda, üreticilere karşı yıkıcı rekabetin engellenmesi amacıyla Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımız ve Ticaret Bakanlığımızla yürüttüğümüz mükemmel diyalog ve başarılı çalışmaların aynı çizgide devam etmesi
- Yurt dışından temin edilen kalıp tasarımlarının ve kalıpların devlet tarafından desteklenmesi.
- Çocuk Esirgeme Kurumu, kreşler, okullar, dinlenme tesisleri gibi kurumların ihtiyacı için açılan Devlet ihalelerinde yerli oyuncuğun tercih edilmesi.
- Devlet erkani ve kurumları tarafından dağıtılan oyuncaklarda yerli malların tercih edilmesi.
- Yerli üreticilerin sertifikasyon ve test giderlerinin karşılanması.
- Çin’de Guangdong eyaleti, Dongguang şehrinin ziyaret edilerek SWOT analizi ile model oluşturulması.
- Yeni, tevsi ve modernizasyon yatırımlarında teşviklerin artırılması.
- Oyuncak sektörü için teşvikli yatırım alanlarının oluşturulması.
- Yerli üretilen oyuncaklarda ülkemize ve kültürümüze özgün figürlerin ve karakterlerin desteklenmesi, pozitif ayrımcılıkla ön plana çıkartılması, bu değerlerin popüler olmasının sağlanması ve üreticilerin lisans konusunda özendirilmesi.

#### **6.5. ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**

- Sezonsal üretime uygun esnek işgücü pazarı yönünde uygulamalar geliştirmek.
- Yurtiçinde fikri mülkiyet haklarının korunması.
- Çoğu KOBİ olan oyuncak firmalarının finansmana erişimini kolaylaştırmak.
- TRT çocuk için aktif karakterlerin yaratılması ve üreticileri temsil eden Sivil Toplum kuruluşu ile anlaşmalar yapılarak bunların yerli üretiminin sağlanması.
- Özellikle distribütörlerin, hem sektör iç denetim mekanizmalarına tabi olmaları, hem de yurtiçinde de alım yapanların teşvik edilmesi için PAGEV’in düzenleyici rolünün artarak devamı.



BİLİNÇLİ BİR TOPLUM  
AYDINLIK BİR GELECEK  
GÜZEL BİR ÜLKE VE  
DAHA YAŞANILABİLİR  
BİR DÜNYA İÇİN  
AMBALAJ ATIKLARINI  
KAYNAĞINDA  
DOĞRU AYRIŞTIRARAK  
GERİ DÖNÜŞÜME SEN DE  
DESTEK OL



PAGÇEV, T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından  
Ambalaj Atıklarının Yetkilendirilmiş Kuruluşudur  
PAGÇEV bir PAGEV GERİ DÖNÜŞÜM İKTİSADİ İŞLETMESİDİR



**PAGÇEV**  
pagcev.org



# PLASTİK SEKTÖRÜNÜN BİRLEŞTİRİCİ GÜCÜ



**PAGEV**

PAGEV'in üye olduğu uluslararası kuruluşlar

**PlasticsEurope**  
Association of Plastics Manufacturers



[www.pagev.org](http://www.pagev.org)

Halkalı Caddesi No: 132/1 Tez-İş İş Merkezi Kat: 4 Sefaköy- İstanbul  
Tel. +90 (212) 425 13 13 Fax. +90 (212) 624 49 26 E-Mail. [pagev@pagev.org.tr](mailto:pagev@pagev.org.tr)

Yapım: Kadir Çaçı