

Anıl İsmet Aşçı¹
Politika Analisti

Batuhan Küpeli²
Politika Analisti

POLİTİKA NOTU

ÇİN GÖLGESİNDE TÜRKİYE’NİN İHRACAT MÜCADELESİ

Küresel ticaret sistemi son yıllarda ABD–Çin ticaret gerilimi, artan korumacılık eğilimleri ve jeopolitik kırılmaların etkisiyle yeniden şekillenmektedir. 2018’de başlayan ticaret savaşları, yalnızca iki büyük ekonomi arasındaki rekabeti derinleştirmekle kalmamış, aynı zamanda küresel değer zincirlerinin yönünü değiştirmiştir. Bu süreçte Çin, kapsamlı sanayi sübvansiyonları ve düşük maliyetli üretim politikaları uygulamış; ABD ise ek tarifeler ve korumacı önlemlerle bu yükselişi sınırlamaya çalışmıştır.

Çin, bu politikalar sayesinde yalnızca “dünyanın üretim üssü” konumunu pekiştirmemiş, aynı zamanda yüksek teknoloji üretim süreçlerini içselleştirerek (Küpeli, 2025) küresel ticarete ABD karşısında belirgin bir üstünlük kurmuştur. 1995’te sınırlı bir etkiye sahipken 2005 itibarıyla Afrika ve Doğu Avrupa’da, 2015’te bu bölgelerin büyük bölümünde, 2023 itibarıyla ise Güney Amerika dâhil olmak üzere küresel ölçekte Amerika’ya göre daha fazla mal ihraç eden bir konuma gelmiştir. (Şekil 1)

Bu jeopolitik dönüşüm Türkiye açısından da kritik sonuçlar doğurmaktadır. Çin’in fiyat rekabeti ve sübvansiyon destekli üretim politikaları, Türkiye’nin ihracatının yaklaşık %19’unu tehdit etmektedir. Buna ek olarak, Çin’in iç pazardaki artan etkinliği rekabetin yalnızca ihracat kanalıyla sınırlı kalmadığını ortaya koymaktadır. Nitekim son dönemde artan konkordato haberleri, kapasite kullanım oranlarındaki gerileme ve üretim endekslerindeki durağanlık, Türk imalat sanayinin bu baskılara karşı kırılma eğilimini daha görünür hale getirmiştir.

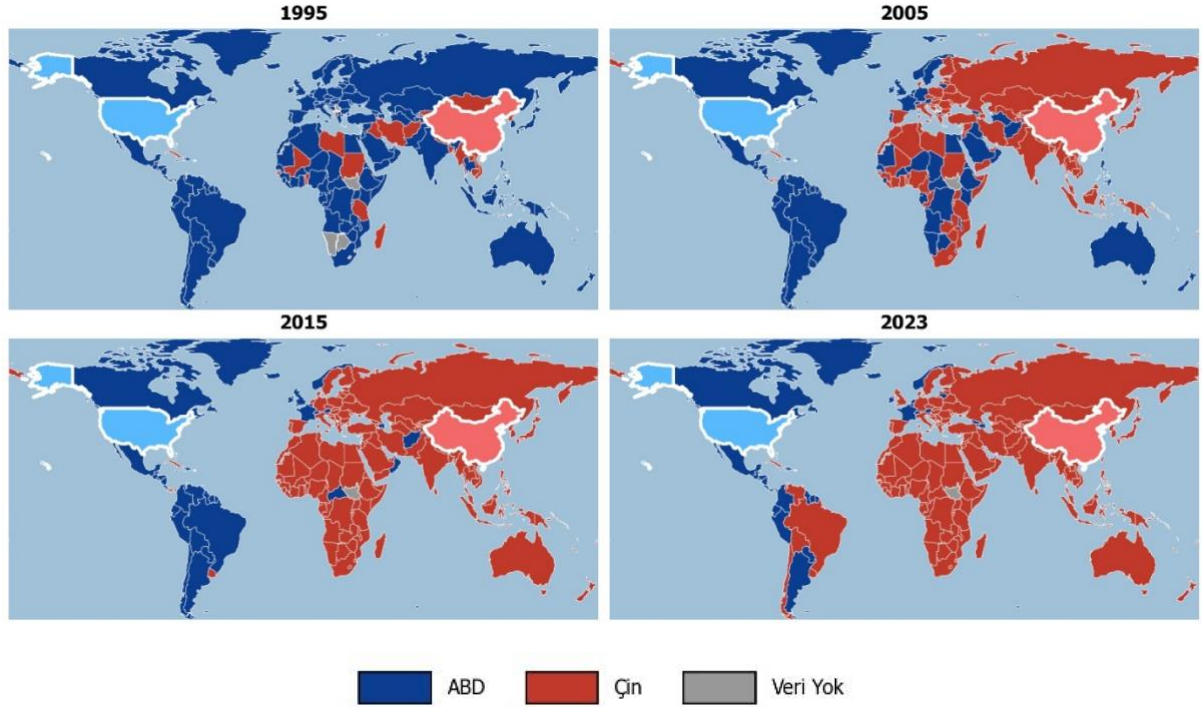
¹<https://www.tepav.org.tr/tr/ekibimiz/s/1457>

²<https://www.tepav.org.tr/tr/ekibimiz/s/1478>

Bu çalışmada ifade edilen bulgular, yorumlar, sonuçlar, öneriler ve görüşler tamamen yazarına aittir. TEPAV’ın resmi görüşü değildir. © TEPAV, aksi belirtilmedikçe her hakkı saklıdır.

Bu politika notunun ilk bölümünde Çin kaynaklı rekabetin boyutları ayrıntılı biçimde analiz edilmekte; ikinci bölümde ise Türkiye’nin bu tablo karşısında sanayi politikalarını nasıl şekillendirmesi gerektiği değerlendirilmektedir.

Şekil 1 Küresel ticarete ülkelerin en büyük ticaret ortağı: ABD–Çin karşılaştırması, 1995–2023



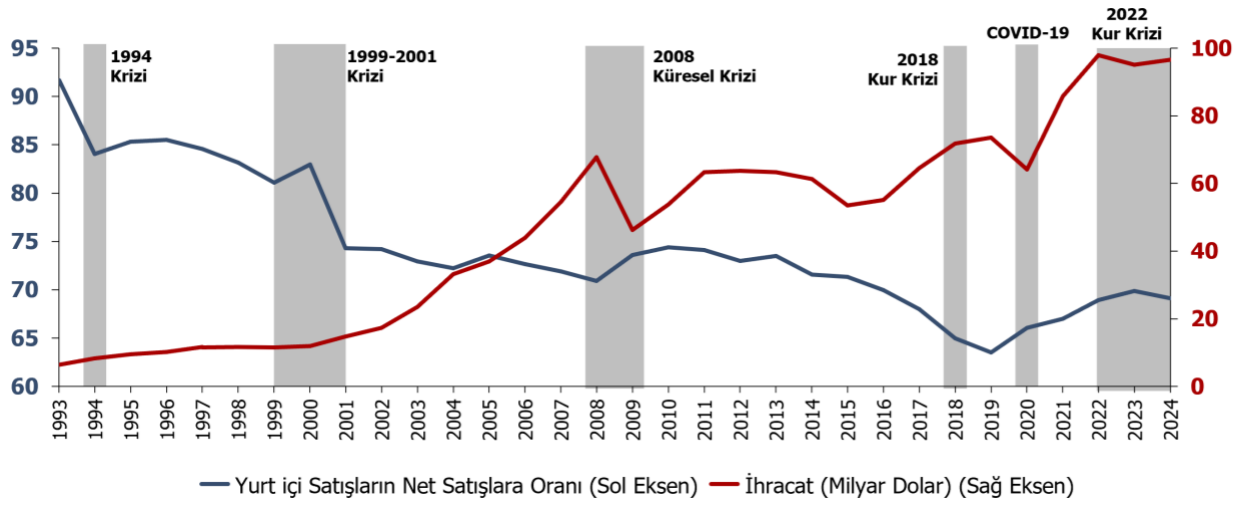
Kaynak: İSO, TCMB, TEPAV hesaplamaları

Türkiye’nin geçmiş kriz deneyimleri de imalat sanayinin zorlukları aşmada en önemli dayanaklardan birinin ihracat kanalı olduğunu göstermektedir.

İSO-500 firmalarının uzun dönemli pazar dinamiği incelendiğinde, Türkiye’nin dış pazarlara açıldığı 1989 sonrası dönemde firmaların yurt içi satışlarının net satışlara oranı giderek azalırken 2019 sonrasında COVID-19 pandemisinin etkisiyle net satışlarda iç pazarın payı artmıştır. Ancak kriz dönemi performansı incelendiğinde, iç talebin daraldığı bu dönemlerde üretimin dış pazarlara yönelerek çoğunlukla ayakta kalabildiği görülmektedir. (Şekil 2)

1994, 1999-2001 ve 2018 kriz dönemlerinde iç satışların net satışlar içindeki payı hızla gerilerken ihracattaki artış, sanayinin toparlanma sürecini mümkün kılmıştır. 2008 küresel krizinde ise Türkiye’nin ihracat yaptığı pazarların aynı anda daralması, ilk aşamada bu mekanizmayı işlevsiz bırakmış; ancak Avrupa’daki toparlanmayla birlikte ihracat yeniden canlanarak sanayiye destek olmuştur. COVID-19 pandemisi ve sonrasındaki dönemde, üretimde yaşanan kayıpların telafi edilmesinde ihracatın temel unsur olması öngörülmektedir. Buna karşın, pandemi ve 2022 arasındaki dönemde ihracat kayıpları telafi edebilirken, 2021 sonrası ekonomi politikaları ve uluslararası pazardaki artan rekabet, ihracatın bu kaybı dengeleme kapasitesini sınırlı bırakmıştır.

Şekil 2 ISO-500 firmalarının pazar bağlantılılığı, %, 1993-2024



Kaynak: İSO, TCMB, TEPAV hesaplamaları

Uluslararası pazardaki artan rekabetini şekillendiren en önemli aktörlerden biri de Çin'dir. Pandemi sonrası zayıflayan iç talep ve ihracattaki durağanlık, üretici fiyatlarının gerilemesine ve küresel rekabetin daha da sertleşmesine yol açmıştır (Şekil 3a). Buna sebep olan faktörler şu şekildedir:

- **Düşük iç talep:** Çin ekonomisi, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere kıyasla tarihsel olarak daha düşük tüketim oranına sahiptir. 2020'de toplam tüketimin GSYH'ye oranı %52–54 iken, 2025'te ancak %54–56'ya yükselmiştir. Buna karşılık ABD'de %82, Almanya'da %75, Japonya'da %73 ve Türkiye'de %82 düzeyindedir (Şekil 3b).
- **İhracat bağımlılığı:** Dünya Bankası verilerine göre Çin, 1980'de dünya ihracatında yalnızca %0,8 paya sahipken günümüzde bu oran %11,2'ye yükselmiştir. Ancak artan korumacı eğilimler ve ABD'nin başlattığı ticaret savaşları, ihracat büyümesini sınırlamış ve Çin'i fiyat rekabetine daha bağımlı hale getirmiştir. (Şekil 3c)
- **Yüksek stoklar:** İç talebin zayıflığı ve ihracat daralması, stokların³ yükselmesine ve bu stokların uluslararası piyasalarda düşük fiyatlarla eritilmesine yol açmaktadır.
- **Kamu destekleri ve sübvansiyonlar:** OECD'ye göre 2005–2019 döneminde kamu destekleri Çinli firmaların gelirlerinin ortalama %4,5'ine denk gelmiştir. Bunun yalnızca %0,6'sı doğrudan sübvansiyon iken, geri kalanı düşük faizli krediler, vergi teşvikleri ve kamu sermaye enjeksiyonları yoluyla sağlanmıştır (Chimits, 2023)⁴. Çin'in Yönlendirilmiş Fonları (Government Guidance Funds) aracılığıyla teknoloji, otomotiv, çelik, güneş paneli ve batarya gibi sektörler yoğunlaşan bu destekler, kapasite fazlasının sürdürülmesini ve fiyat kırma yoluyla küresel rekabet gücünün artırmaktadır.

Sonuç olarak, Çin'in küresel rekabet stratejisi zayıf iç talep, ihracat bağımlılığı, yüksek stoklar ve kapsamlı kamu destekleri üzerine inşa edilmektedir. Bu yapı, dünya piyasalarında fiyat rekabetini sertleştirerek diğer ülkelerin sanayileri üzerinde doğrudan rekabet oluşturmaktadır.

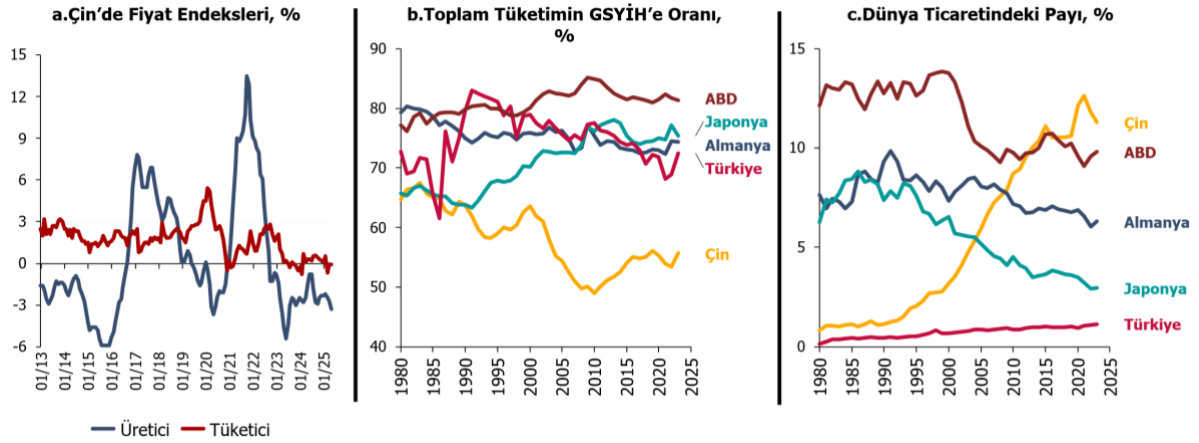
³ European Central Bank. (2024a). ECB Economic Bulletin, Issue 3/2024 (May). European Central Bank.

<https://www.ecb.europa.eu/pub/economic-bulletin/html/eb202403.en.html>

⁴ Chimits, F. (2023). What do we know about Chinese industrial subsidies? CEPII Policy Brief, No. 42, July 2023.

<https://www.cepii.fr>

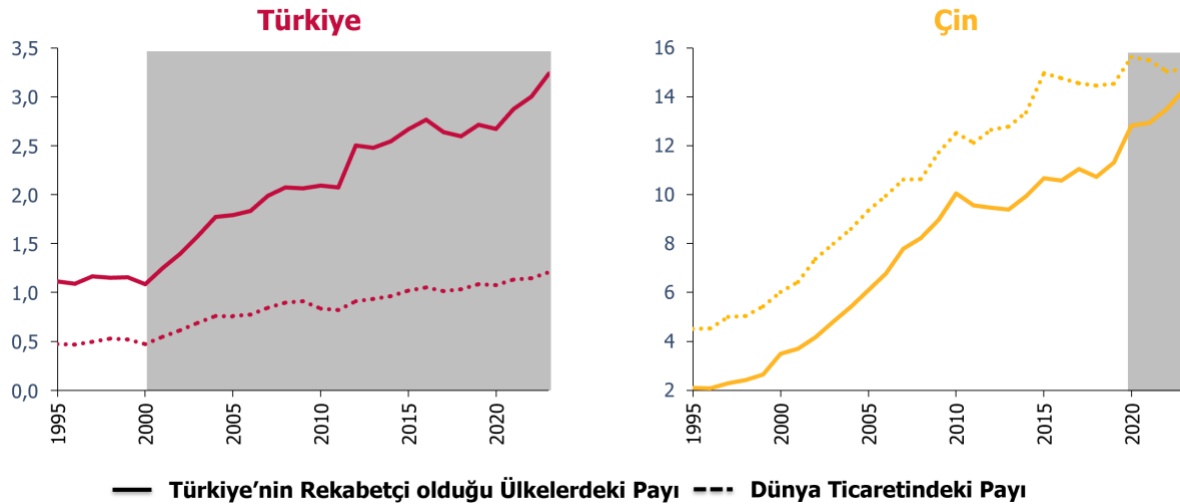
Şekil 3 Çin ile ilgili seçilmiş göstergeler



Kaynak: Investing.com, Dünya Bankası, TEPAV hesaplamaları

Buna karşılık Çin’in dünya genelindeki ihracat payı 1995’te %4,51 iken 2023’te %15,12’ye yükselmiştir. Türkiye’nin en rekabetçi olduğu pazarlarda ise Çin’in payı aynı dönemde %2,1’den %14,3’e çıkmış; özellikle 2020 sonrasında Türkiye’nin ihracat yoluyla krizleri aşma kapasitesi zayıflarken Çin bu pazarlarda dünya ortalamasına kıyasla daha hızlı bir artış kaydetmiştir. Sonuç olarak Türkiye ihracatını artırırsa da Çin’in aynı pazarlarda hızla büyümesi, Türkiye’nin potansiyel kazanımlarını sınırlayan faktör olarak öne çıkmaktadır.

Şekil 4 Türkiye’nin ihracatındaki en önemli 20 pazarda Çin ve Türkiye’nin ihracat payı, %, 1995-2023



Kaynak: BACI, TEPAV hesaplamaları

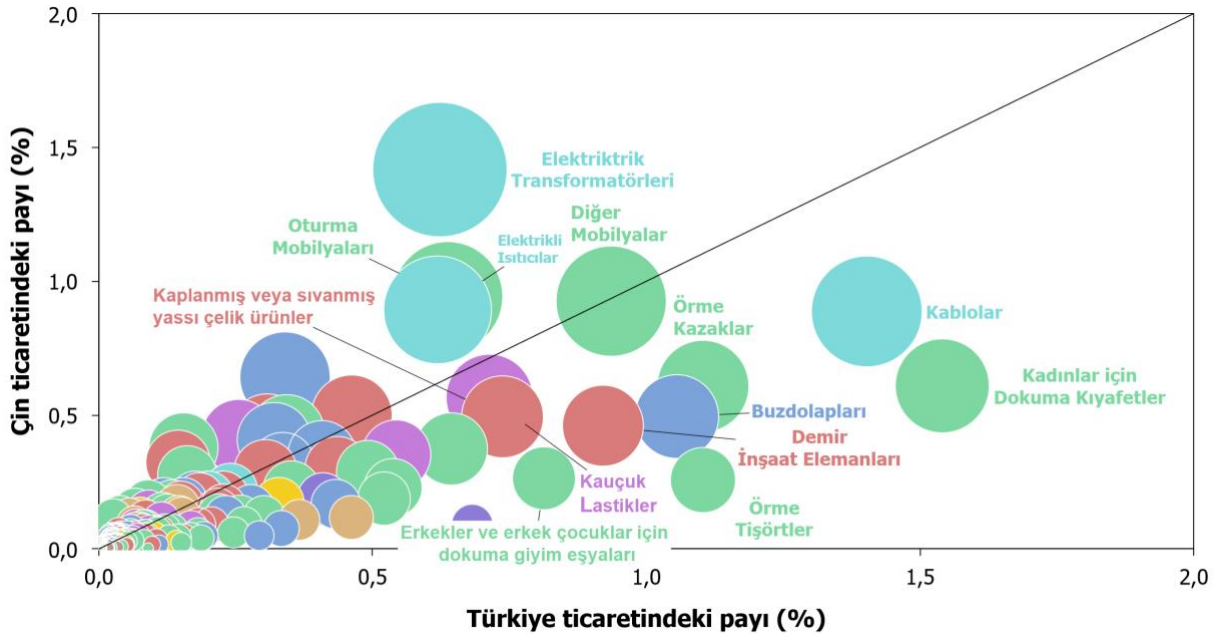
Bu hesaplamaları yaparken Çin ile Türkiye’nin dış ticaretteki rekabetinin detaylarını anlamak, iki ülkenin hangi pazarlarda ve ürünlerde doğrudan karşı karşıya geldiğini ve bu rekabetin etkilerini ortaya koymak amacıyla dört aşamalı bir filtreleme yöntemi kullanılmıştır. Ürün listesinin güncel olması için 4 haneli düzeyde Harmonik Sistem 2017 sınıflandırması⁵ esas alınmış; yıllık dalgalanmaları azaltmak amacıyla ise 2021, 2022 ve 2023 yıllarının ortalaması dikkate alınmıştır. Bu yöntemle göre:

⁵ Elektrikli araçlar, HS 2017 sonrasında dahil edilmiştir.

- **Pazar Bağımlılığı:** X ülkesinin ithalatında Y ürününün en az %1’lik ithalat payına sahip olması
- **Pazar Büyüklüğü:** Y ürününün en az 10 milyon dolarlık ticaret hacmine sahip olması
- **Rekabetçi Üretim:** Türkiye ve Çin’in söz konusu üründe karşılaştırmalı üstünlüğe⁶ sahip olması
- **Önemli Pazar Payı:** Türkiye ve Çin’in X ülkesinin Y ürünündeki ithalatında ayrı ayrı en az %5’lik paya sahip olması gerekmektedir.

Bu hesaplamalara göre, rekabet edilen alanlar ürün bazında toplulaştırıldığında elektrikli transformatörler, yassı çelik ürünler, demir inşaat eşyaları, kablolar, buzdolapları, kauçuk lastikler, mobilya ve tekstil ürünleri öne çıkmaktadır. Aşağıdaki grafikte Çin ve Türkiye’nin rekabet ettiği ürün grupları belirtilmiştir. Yatay ekseninde sağa doğru gidildikçe ürünlerin Türkiye ihracatı açısından önemi artarken dikey ekseninde yukarıya doğru çıkıldıkça aynı ürünlerin Çin ihracatındaki önemi artmaktadır. Balonların büyüklüğü ise her bir ürün grubunun dünya ticaret hacmini yansıtmaktadır. Bu çerçevede elektronik grubunda, kablolar, elektrikli ısıtıcılar ve elektrikli transformatörler; tekstil grubunda, oturma mobilyaları ve diğer mobilyalar, kadın ve erkek giyim eşyaları ve örme kazak ve tişört; makine grubunda iklimlendirme cihazları ve buzdolapları, metaller grubunda ise kaplanmış ve sıvanmış yassı çelik ürünleri ile demir inşaat elemanları öne çıkmaktadır.

Şekil 5 Çin ve Türkiye’nin Rekabet ettiği ürün grupları, 2021-2023 ortalaması



Kaynak: CEPII BACI, TEPAV hesaplamaları

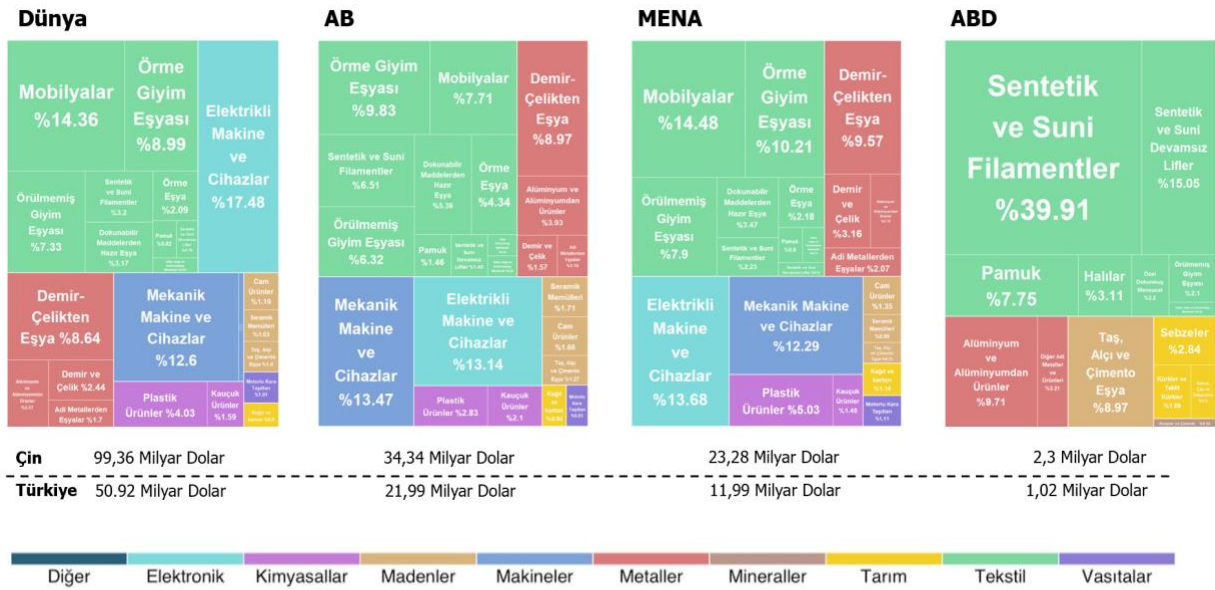
*Balon büyüklükleri Dünya ticaret hacmini temsil etmektedir.

Bu rekabetin toplam ihracatımıza ve pazarlara göre etkisine bakıldığında, dünya genelinde ihracatımızın yaklaşık yüzde 19,83’ü Çin ile rekabet edilen ürünlerden meydana gelmekte ve bu pay 2021-2023 yılları arasındaki ortalama esas alındığında 50,9 milyar dolara tekabül etmektedir. Bununla birlikte, bu oran ve değerler bölgesel düzeyde belirgin farklılık arz etmektedir (Şekil 6):

⁶ Karşılaştırmalı üstünlük (RCA), bir ülkenin belirli bir malı veya sektörü, dünya ortalamasına kıyasla daha yüksek bir oranda ihraç etmesi durumunu gösteren ölçüdür

- **AB pazarında:** Rekabet edilen ürünlerin toplam ihracat içindeki payı **yüzde 20,84’e** ulaşmakta ve bu oran **22 milyar dolar** tutarındaki ihracata karşılık gelmektedir. Mekanik makine ve cihazlar, elektrikli makine ve cihazlar ve örme giyim eşyası öne çıkan ürünlerdir.
- **MENA pazarında:** Çin ile rekabet edilen ürünlerin oranı **yüzde 22,32** seviyesindedir ve toplam **12 milyar dolarlık** ihracata tekabül etmektedir. Mobilyalar, örme giyim eşyası ve demir-çelikten eşyalar bu pazarda öne çıkmaktadır.
- **ABD pazarında:** Rekabet daha sınırlı düzeydedir; oran **yüzde 6,15** olup toplam ihracat içinde **1 milyar dolara** karşılık gelmektedir. Bu pazarda özellikle sentetik ve suni filamentler ile pamuk öne çıkmaktadır.

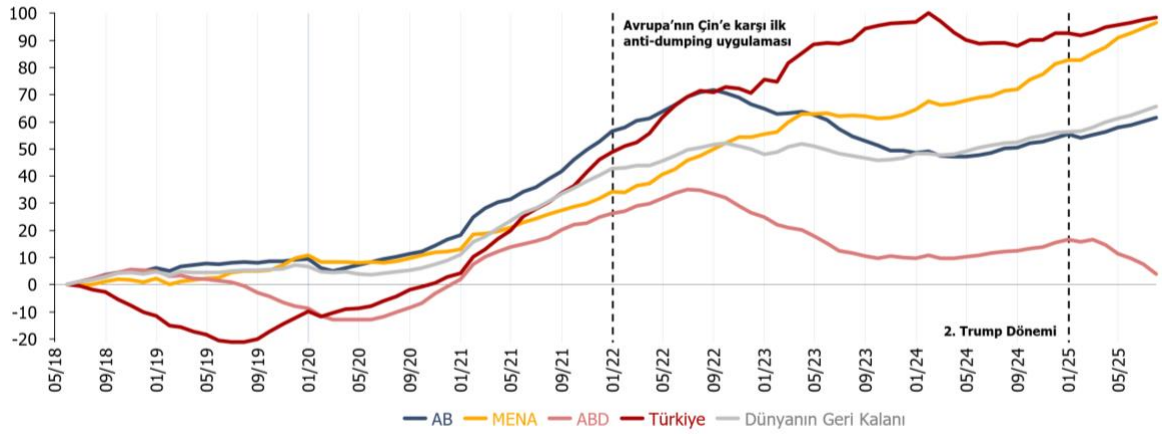
Şekil 6 Çin ve Türkiye’nin rekabet ettiği ürün gruplarında pazarları, 2021-2023 ortalaması



Kaynak: CEPII BACI, TEPAV hesaplamaları

Çin rekabeti, Türkiye’nin ihracat pazarlarında olduğu kadar iç pazarında da belirgin biçimde hissedilmektedir. Haziran 2018’den bu yana Çin’in bölgelere göre ihracat artışına bakıldığında, en güçlü artış Türkiye pazarında gerçekleşmiştir. 2023 ortalarında Türkiye’ye yönelik ihracat artışı %90’ı aşarken 2025 Ağustos itibarıyla %98’e ulaşmıştır. Aynı dönemde bu artış AB’de %61, MENA’da %96, ABD’de ise yalnızca %4 civarında kalmıştır. Dolayısıyla Çin, ABD pazarında yaşadığı kayıpları büyük ölçüde AB, MENA ve Türkiye üzerinden telafi etmiş; Türkiye ise ihracat hacminin en hızlı genişlediği pazar haline gelmiştir. Bununla birlikte, AB pazarında Çin ihracatı 2021’e kadar güçlü bir artış göstermiş olsa da, Çin’e karşı uygulanan ilk anti-dumping önlemlerinin devreye girdiği 2022’nin ilk çeyreğinden itibaren artış eğilimi zayıflamaya başlamıştır (European Commission⁷, 2022). Genel olarak tablo, Çin’in yalnızca küresel ticarete değil, Türkiye’nin iç pazarında da giderek daha etkin bir konuma yerleştiğini ortaya koymaktadır.(Şekil 7)

⁷ European Commission. (2022). Anti-dumping: Measures against imports from China.

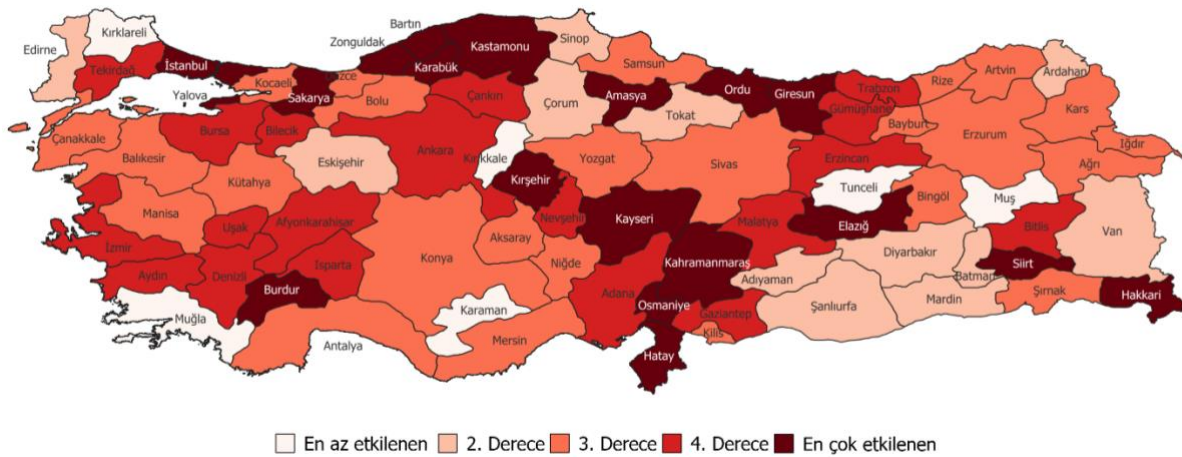
Şekil 7 Haziran 2018’den itibaren Çin ihracatı artışı, %, 06.2018-08.2025

Kaynak: Çin Gümrük verileri, TEPAV hesaplamaları

Türkiye içindeki Çin rekabetinden en çok etkilenecek illere baktığımızda ise iller arasında belirgin farklılıklar olduğu görülmektedir.

Rekabeti ölçmek amacıyla, Çin’le rekabetin yoğun olduğu ürünler, TÜİK’in il düzeyinde yayımladığı dış ticaret verileriyle eşleştirilmiştir. Her il için ihracat büyüklüğü ile Çin rekabetine maruz kalma oranı bir araya getirilerek bir “etkilenme endeksi” oluşturulmuştur. Burada ihracat büyüklüğü, ilin toplam ihracat hacminin logaritması alınarak normalize edilmiş; Çin rekabetine maruz kalma oranı ise ilin toplam ihracatı içinde Çin ile rekabet edilen ürünlerin payı olarak tanımlanmıştır. Bu iki değişken hem ilin ihracat kapasitesini hem de rekabet baskısının yoğunluğunu aynı anda yansıtacak şekilde birleştirilmiştir. Böylece yüksek ihracat hacmine sahip ama aynı zamanda Çin rekabetine yoğun biçimde maruz kalan iller daha yüksek etki puanı alırken düşük ihracat hacmine sahip veya Çin rekabetinin sınırlı olduğu iller daha düşük puanla değerlendirilmiştir. Son aşamada, hesaplanan endeks değerleri Jenks Doğal Kırılma Metodu kullanılarak beş gruba ayrılmış ve illerin Çin rekabetinden etkilene düzeyleri bu sınıflandırma üzerinden haritalanmıştır.

Sonuçlara göre Çin rekabetinden en çok etkilenen iller arasında İstanbul, Sakarya, Zonguldak, Karabük, Bartın, Kastamonu, Kırşehir, Kayseri, Kahramanmaraş, Elâzığ ve Burdur öne çıkmaktadır. (Şekil 8)

Şekil 8 Çin ve Türkiye’nin rekabetinden en çok etkilenen iller, 2021-2023 ortalaması

Kaynak: TÜİK ÖTS, TEPAV hesaplamaları

Türkiye’nin bu dönemde stratejisi ne olmalı?

Çin rekabeti, Türkiye’nin dış ticaretinde özellikle AB ve MENA pazarlarında; tekstil, demir-çelik, elektrikli ısıtıcılar ve beyaz eşya gibi sektörlerde belirgin bir baskı yaratmaktadır. Türkiye’nin toplam ihracat hacminin yaklaşık %19’unu tehdit eden bu rekabet, emek yoğun ve orta-düşük teknoloji sanayinin yoğunlaştığı bölgelerde kırılabilirliği artırmaktadır. Buna ek olarak, Çin’in Türkiye iç pazarındaki artan etkinliği, rekabetin yalnızca ihracat kanalıyla sınırlı kalmadığını ortaya koymaktadır. Nitekim Haziran 2018’den 2025 Ağustos’una kadar Çin’in Türkiye pazarına yönelik ihracatı %98 oranında artmış, bu artış AB ve MENA pazarlarındaki seviyelerin de üzerine çıkmıştır. Küresel değer zincirlerinin yeniden düzenlendiği ve ticaret savaşlarının giderek derinleştiği bu dönemde, Türkiye’nin krizleri aşmada geleneksel olarak kullandığı ihracat kanalının zayıfladığı görülmektedir. Dolayısıyla Türkiye’nin bu yeni rekabet ortamında konumunu güçlendirebilmesi için sanayi politikasını yeniden kalibre etmesi kaçınılmaz hale gelmiştir.

Bu çerçevede Türkiye’nin sanayi politikasını yeniden kalibre etmesi amacıyla öne çıkarılabilecek politika önerileri TEPAV Rekabetin Yeni Dinamiği: Sanayide Teknolojik Dönüşüm⁸ raporunda şu şekilde sıralanmıştır:

1. Mevcut teknolojilerin yaygınlaştırılması ve akıllı uzmanlaşma
 - Yüksek ve orta-yüksek teknoloji sektörlerde öncelikli alanların belirlenmesi.
 - Bu alanları destekleyecek teşvik sistemlerinin ve regülasyonların tasarlanması.
 - Kamu-özel sektör diyalogunun sanayi politikası odağıyla yeniden yapılandırılması.
2. Teknoloji transferi ve ölçeklendirme
 - Teknoloji transferini sağlayacak teknoloji arayüzü mekanizmalarının kurulması.
 - Start-up ekosistemlerinden yeni teknolojilerin transfer edilip ölçeklendirilmesine yönelik kurumsal altyapı oluşturulması.
3. Ar-Ge ve inovasyon ekosisteminin güçlendirilmesi
 - Türkiye için “bilim ve teknoloji araştırma kapasitesi haritası” hazırlanması.
 - Öncelikli araştırma alanlarına odaklanacak uzun vadeli Ar-Ge programlarının tasarlanması.
 - Start-up’ların ve özel sektörün yenilikçi çözümlerini değer zincirlerine entegre edecek odaklı fon ve destek mekanizmalarının hayata geçirilmesi.

Bu adımların hayata geçirilmesi, Türkiye’nin yalnızca küresel rekabet baskılarını yönetmesine değil, aynı zamanda üretim kapasitesini ve yenilikçilik ekosistemini sürdürülebilir biçimde güçlendirmesine katkı sağlayacaktır. Özellikle AB’nin yeşil dönüşüm gündemi ve teknoloji yarışına geri dönme motivasyonu, Türkiye için önemli bir fırsat penceresi sunmaktadır. Türkiye, akıllı uzmanlaşma yaklaşımıyla bu fırsatları değerlendirerek yüksek ve orta-yüksek teknoloji sektörlerinde rekabet gücünü artırabilir. Böylelikle Çin’in dış ticarete ve iç pazarda giderek yoğunlaşan rekabeti karşısında daha dayanıklı ve avantajlı bir konum elde etmesi mümkün olacaktır.

⁸ Arslanhan, S., Güven, S., & Sak, G. (2025). Rekabetin Yeni Dinamiği: Sanayide Teknolojik Dönüşüm. TÜSİAD Yayınları. (Yayın No. TÜSİAD - T/2025-03/645). ISBN 978-605-165-066-1