

## 6. ARTAN ÇİN REKABETİ KARŞISINDA TÜRKİYE<sup>63</sup>

2005 yılı verilerine göre Çin Halk Cumhuriyeti artık dünyanın en büyük dördüncü ekonomisi, satın alma gücü göz önüne alındığında ise ABD'nin ardından ikinciliğe yerleşiyor. 1978 yılından bu yana, yıllık ortalama %8,5'lik bir büyüme gerçekleştirerek kişi başına milli gelirini 9 katına çıkaran Çin ekonomisinin, aynı dönemde örneğin Türkiye'nin yıllık ortalama büyüme oranının %4,4 olduğu ve kişi başına milli gelirini ancak 3 katına çıkarabildiği göz önüne alınınca, bu alanda büyük bir başarı gösterdiği açık. Çin, ihracat açısından da çok başarılı bir performans sergiliyor. 1978 yılında yaklaşık 10 milyar dolarlık mal ihracatı yapan Çin'in 2004 yılı ihracatı 600 milyar dolar olarak gerçekleşti; bu değerler Türkiye için sırasıyla 2,3 ve 63 milyar dolar (UN Comtrade). Uluslararası arenada dikkatle izlenen bir diğer gelişme de Çin'in ülkesine çektiği doğrudan yabancı yatırımlar: 2004 yılında 60 milyar dolarlık doğrudan yabancı yatırım alan Çin, ABD ve İngiltere'nin ardından dünya çapında en çok yabancı yatırım çeken üçüncü ülke oldu (UNCTAD, 2005).

1978 yılından bu yana süregelen ekonomik reformlarla dış dünyaya açılan Çin, bu yönde en son adımını 11 Aralık 2001'de Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ) üye olarak attı. DTÖ verilerine göre 2001 yılı dünya ticaret sıralamasında altıncılığa, 2004 yılında ise üçüncülüğe yerleşen Çin, dış ticarete artık dünyaya açık. Tüm bu gelişmeler uluslararası ticarete Çin ile rekabet eden ülkelerin rekabet konumlarını yeniden gözden geçirmeleri gerektiğine işaret ediyor. Bu gözden geçirme Türkiye için de söz konusu ve Türkiye'nin küresel rekabet gücünü inceleyen bir raporda yer almaması düşünülemez.

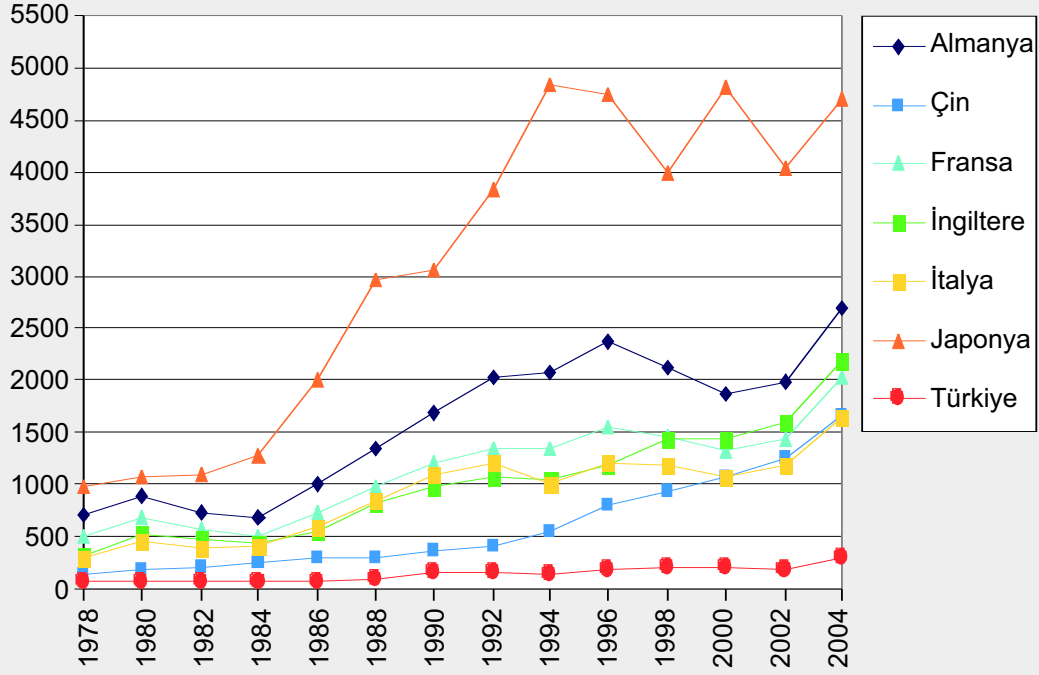
Çin, 9,6 milyon kilometre karelik yüzölçümü ile dünyanın en büyük dördüncü, 1,3 milyar nüfusu ile de dünyanın en kalabalık ülkesi. Nüfusu yılda ortalama %0,6 artıyor ki bu her sene nüfusa yaklaşık 8 milyon kişi eklenmesi demek (China Population Statistical Yearbook, 2004). Nüfusun %23,6'sını 0–14 yaş arası, %69,1'ini 14–65 yaş arası ve %7,2'sini 65 yaş üstü insanlar oluşturuyor.<sup>64</sup> 2002 yılı verilerine göre çalışan nüfusun %50'si tarım sektöründe, %21'i sanayide, %29'u ise hizmet sektöründe istihdam ediliyor (Pitsilis, Woetzel and Wong, 2004). Şehirlerde işsizlik oranı %4,3. Okuryazarlık oranı %91 (World Bank, 2000). Bu oran kadınlar arasında %87'lere kadar iniyor.

2004 yılında toplam GSMH 1,66 trilyon ABD Doları (Şekil 6.1), kişi başına düşen milli gelir 1290 ABD Doları (Şekil 6.2) olarak gerçekleşmiş. 2004 yılında bu gelirin %15,2'si tarım, %53'ü endüstri ve %31,8'i hizmet sektörüne ait (Asian Development Bank, 2005).

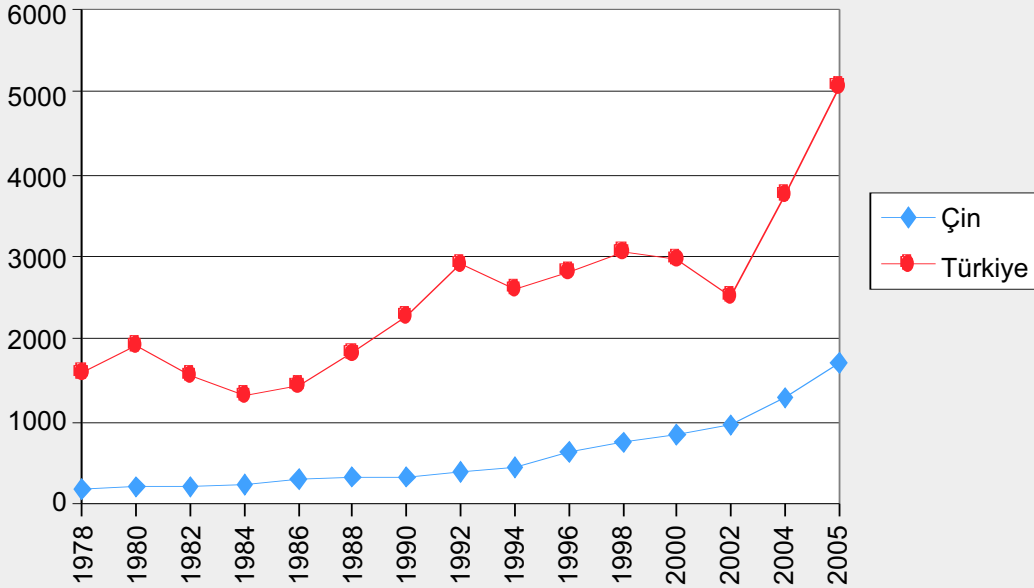
<sup>63</sup>Sumru Öz (TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu)

<sup>64</sup>Yuvarlama nedeniyle değerler 100'e tamamlanamayabilir.

**Şekil 6.1 2004 Yılında ABD Hariç En Yüksek GSMH'ye Sahip 6 Ülke ve Türkiye'nin 1978-2004 Dönemi Değerleri (milyar ABD Doları)**



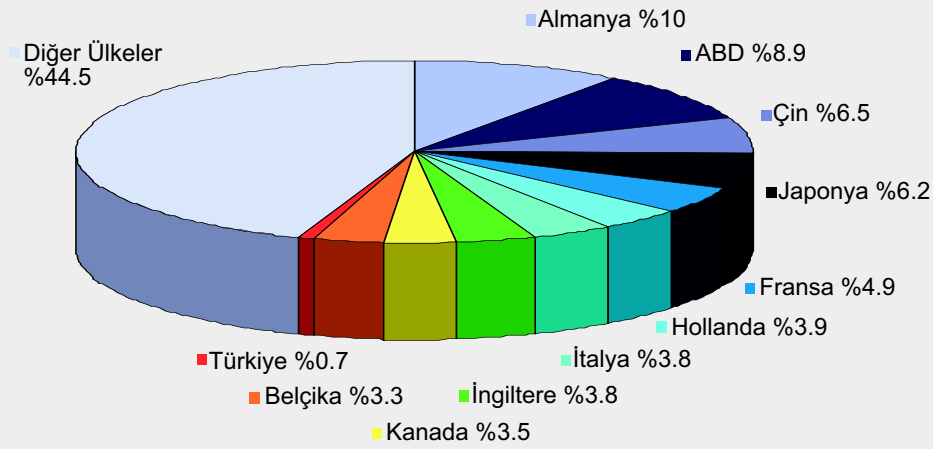
**Şekil 6.2 Çin ve Türkiye'nin 1978–2004 Dönemi Kişi Başına GSMH'si (ABD Doları)**



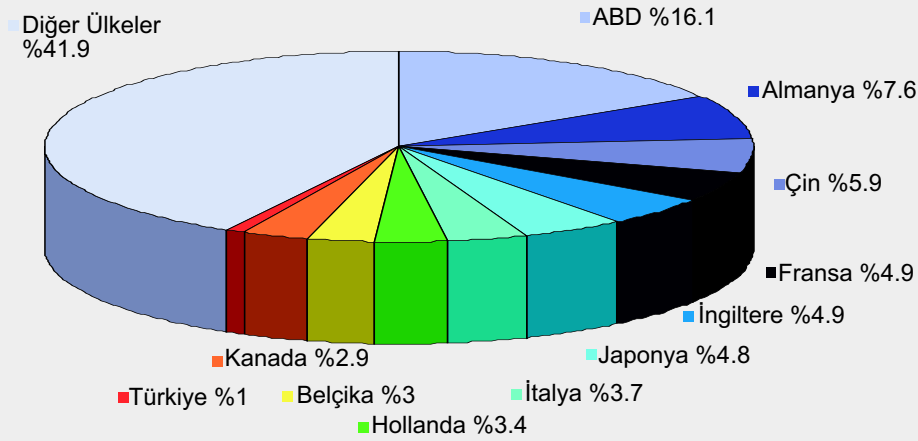
## 6.1 Küresel Ticarete Çin'in Yeri

2004 yılında 593 milyar ABD Doları mal ihracatı (Şekil 6.5) ve 561 milyar ABD Doları mal ithalatı (Şekil 6.6) yapan Çin, bu ticaret hacmi ile her iki kategoride de dünya sıralamasında üçüncü sıraya yükseldi (sırasıyla Şekil 6.3 ve Şekil 6.4).

**Şekil 6.3 2004 Yılında En Fazla Mal İhracatı Yapan 10 Ülke ve Türkiye'nin Payları (%)**

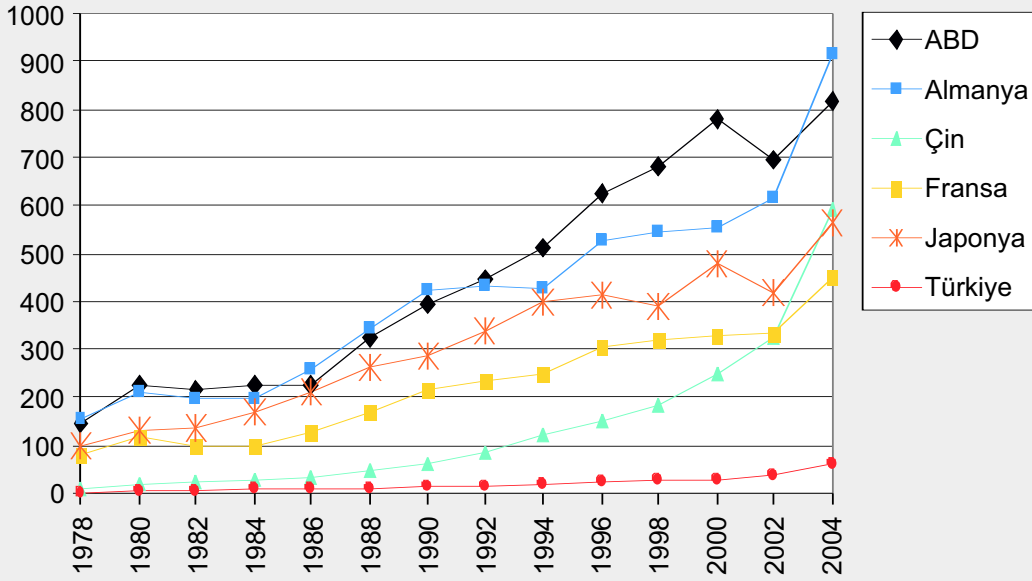


**Şekil 6.4 2004 Yılında En Fazla Mal İthalatı Yapan 10 Ülke ve Türkiye'nin Payları (%)**

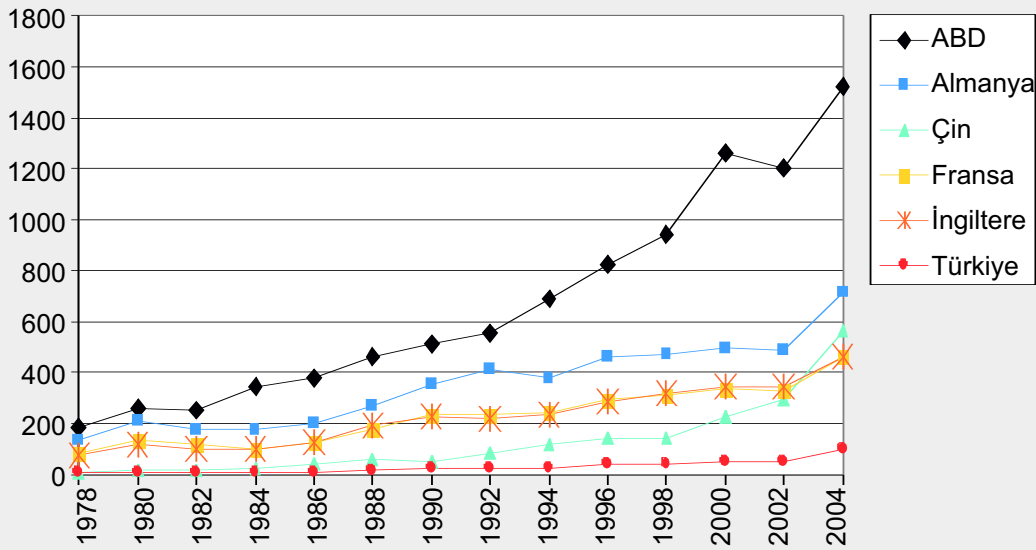


3 yıl süren yıllık %30 gibi yüksek artış hızından sonra, ihracatın 2005 yılından itibaren yıllık %25 artış hızı ile daha ılımlı bir çizgiye oturması bekleniyor. İç talepteki artışa paralel olarak 2005 yılı ilk çeyreğindeki %12'lik ithalat artış hızının son çeyrekte %22'ye yükseldiği kaydediliyor (World Bank, 2006). Buna rağmen 2005 yılı için Çin 102 milyar ABD Doları rekor ticaret fazlası vermiş durumda.

**Şekil 6.5 2004 Yılında En Fazla Mal İhracatı Yapan 5 Ülke ve Türkiye'nin 1978–2004 Dönemi Değerleri (milyar ABD Doları)**

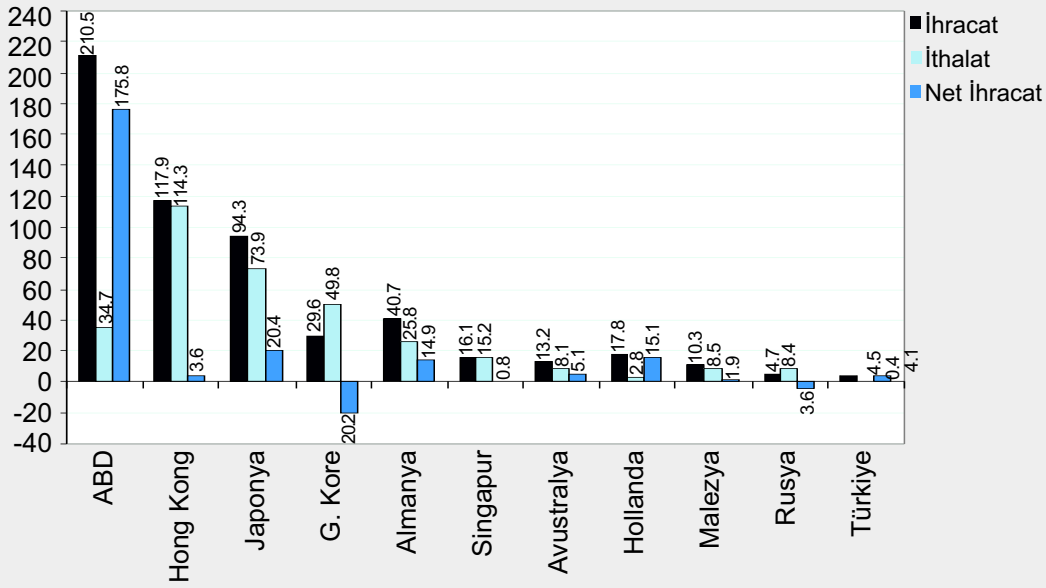


**Şekil 6.6 2004 Yılında En Fazla Mal İhracatı Yapan 5 Ülke ve Türkiye'nin 1978–2004 Dönemi Değerleri (milyar ABD Doları)**

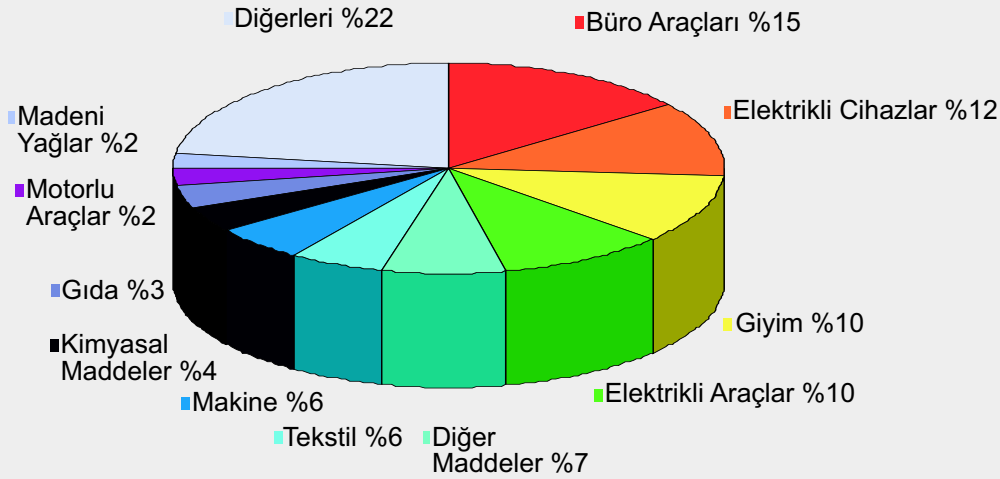


Çin'in dış ticaretinde en önemli yeri sırasıyla ABD, Hong Kong, Japonya, Güney Kore, Almanya, Singapur, Avustralya, Hollanda, Malezya ve Rusya alıyor. Şekil 6.7, Çin'in 2004 yılında, bu ülkelerle ve Türkiye ile dış ticaret dengesini veriyor. Buna göre Çin, başlıca dış ticaret ortakları arasında yalnızca Güney Kore ve Rusya ile ticaretinde açık verirken diğerlerine karşı fazla veriyor.

Şeki 6.7 Çin Dış Ticaret Dengeleri, 2004 (milyar ABD Doları)

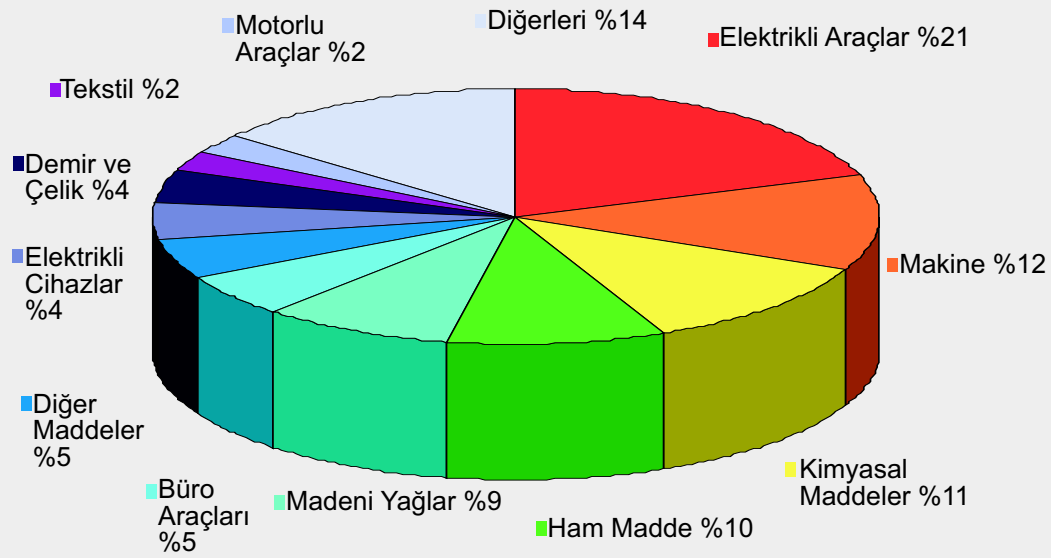


Şekil 6.8 Çin İhracatının Sektörel Dağılımı, 2004 (%)



Büro araçları, elektrikli cihazlar, hazır giyim, elektrikli araçlar, tekstil ürünleri, makine ve kimyasal maddeler Çin'in başlıca ihracat ürünlerini oluşturuyor. 2004 yılında Çin ihracatının sektörel dağılımı Şekil 6.8'de veriliyor. Şekil 6.9 ise Çin ithalatının 2004 yılındaki sektörel dağılımını veriyor. Buna göre Çin'in ağırlıklı olarak yatırım malları ve ham madde ithal ettiğini söylemek mümkün.

**Şekil 6.9 Çin İthalatının Sektörel Dağılımı, 2004 (%)**



Birleşmiş Milletler Ticaret Bölümünün hazırladığı "Ticaret Performans Endeksi" ülkelerin dünya ticaretindeki payında 1999-2003 arası meydana gelen değişimi ve bu değişimin ardında yatan nedenleri açıklıyor. Pazar payındaki bu değişim temelde rekabet gücünden mi; en dinamik hedef pazara yakın olmaktan mı; sektörün en dinamik ürününde baştan uzmanlaşmış olmaktan mı; yoksa yalnızca dış talepteki değişmelere uyum yeteneğinden mi kaynaklanıyor? Pazar payındaki artışın veya azalışın bu dört etmenin toplam etkisi, pazar payındaki yıllık ortalama değişimi yüzde olarak veriyor.

Tablo 6.1, Çin'in dünya toplam ihracatı içindeki payının 1999-2003 yılları arasında<sup>65</sup> gösterdiği gelişmenin büyük bir bölümünün rekabet etkisi ile açıklanabileceğini gösteriyor. Rekabet etkisi, hedef pazarların ithalatı içinde ihracatçı ülkenin payında 1999-2003 döneminde meydana gelen yıllık ortalama yüzde değişim ile dış ticaret ortağının dünya toplam ithalatı içindeki payı çarpılarak bulunuyor. Bir başka deyişle, rekabet gücündeki değişime bağlı olarak pazar payında görülen değişim, bir ülkenin en temel dış pazarlarındaki konumunda sergilediği değişimin ağırlıklı toplamı alınarak bulunuyor. Buna göre, Çin'in dünya toplam talebinde ağırlığı olan hedef pazarlarda, 1999-2003 döneminde, temelde rekabet gücündeki artışa dayanan başarılı bir ihracat performansı yakaladığını söyleyebiliriz. Fakat bu endeks, yalnızca sektörlerin pazar payındaki değişim dikkate alınarak hesaplandığı için sektörlerin, dünya toplam ihracatı içindeki payını göz ardı ediyor.

**Tablo 6.1 Çin'in Ticaret Performans Endeksi**

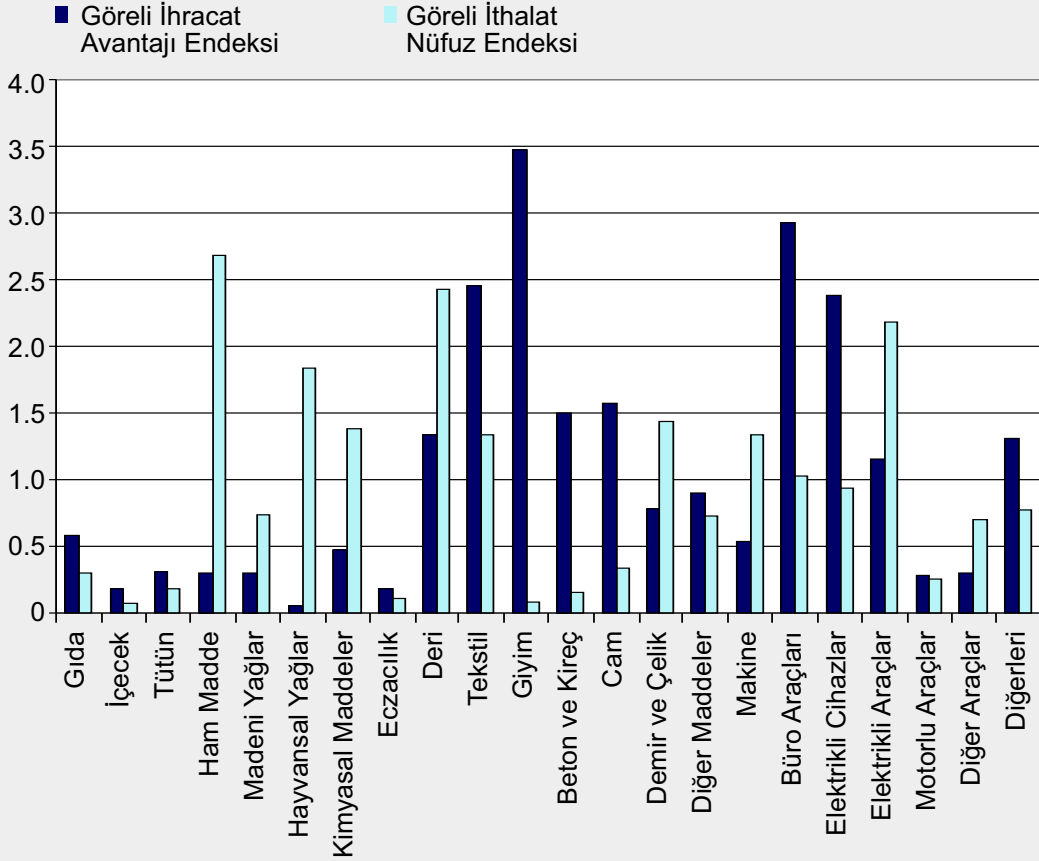
1999-2003 arası pazar payındaki yıllık değişim (%)	Taahhüt Araçları	IT ve Elektronik	Çeşitli İmalat	Elektro-nik	Mekanik Eşya	Temel İmalat	Giyim	Tekstil	Kimya
	7,94	38,51	7,44	17,62	15,62	6,97	5,29	11,61	3,81
Rekabet etkisi	6,71	32,15	8,98	15,59	14,74	7,89	4,31	9,01	9,26
Coğrafi uzmanlaşma	0,75	1,80	-0,78	1,31	-0,87	-1,07	0,29	-1,20	-1,55
Üründe uzmanlaşma	-1,52	0,67	-1,00	1,16	1,42	0,02	0,11	2,14	-0,85
Uyum etkisi	2,00	3,88	0,24	-0,44	0,34	0,12	0,57	1,66	-3,05

Kaynak: UN Statistics Division

Bir ülkenin halihazırdaki ihracat performansını ölçmek için ise Görelî İhracat Avantajı Endeksi kullanılabilir. Görelî İhracat Avantajı Endeksi belli bir sektörün ülke ihracatı içindeki payının, o sektörün dünyadaki toplam ihracatının dünya toplam ihracatındaki payına oranıdır. Eğer endeks değeri 1'den büyük ise rekabetçi avantajın, 1'den küçük ise rekabetçi dezavantajın göstergesidir. Şekil 6.10'da verilen Görelî İhracat Avantajı Endeksi göre Çin'in ihracatta rekabet avantajına sahip olduğu sektörler giyim, büro araçları, tekstil, elektrikli cihazlar, cam, beton-kireç, deri ve elektrikli araçlar olarak sıralanabilir (İhracatta Rekabet Kıyaslaması, REF). Özellikle büro araçları sektörünün Çin'in rekabet gücüne sahip olduğu sektörler arasında yer alması, ülkenin katma değeri yüksek teknoloji yoğun alanlarda rekabet gücü kazanmaya başladığını gösteriyor.

Görelî İthalat Nüfuz Endeksi ise belli bir sektörde yapılan ithalatın ülke ithalatı içindeki payının, o sektörün dünyadaki toplam ithalatının dünya toplam ithalatındaki payına oranıdır. Eğer endeks değeri 1'den büyük ise rekabetçi dezavantajın, 1'den küçük ise rekabetçi avantajın göstergesidir. Çin, hammadde, hayvansal yağlar, kimyasal maddeler, deri, tekstil, demir-çelik, makine ve elektrikli araçlar sektörlerinde rekabetçi dezavantaja sahip görünüyor (Şekil 6.10).

**Şekil 6.10 Sektöre göre Çin'in Görelî İhracat Avantajı ve Görelî İthalat Nüfuz Endeksleri, 2004**



Kaynak: İhracatta Rekabet Kıyaslaması, REF

Çin 11 Aralık 2001'de Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ) üye oldu. Bu üyelik hem Çin'de hem de dış dünyada geniş yankılar uyandırdı ve sonuçları konusunda pek çok görüş öne sürüldü. DTÖ üyesi Çin'in dünya ticaretindeki payını daha da artıracığı yönündeki genel beklentinin karşılandığını söyleyebiliriz.

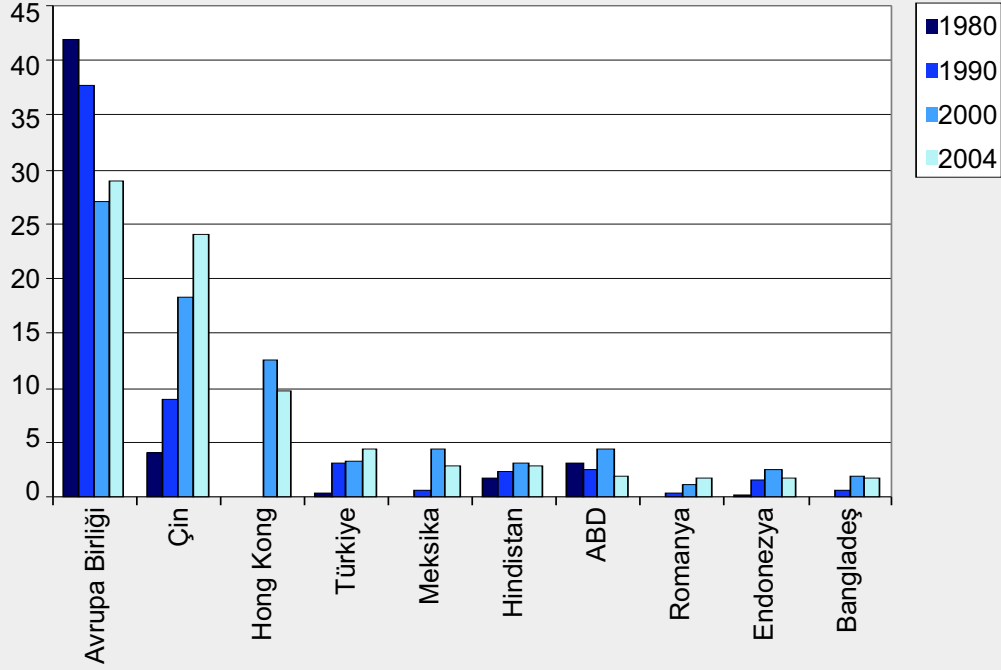
Özellikle tekstil ve giyim sektöründe Çin'in payını %50'lere çıkaracağından söz ediliyor, bunun da rakip ülkeler için rekabet etmeyi zorlaştıracağı, özellikle gelişmekte olan ülkelerde işgücü ağırlıklı imalat sanayisinin Çin ile rekabet edememesi sonucunda pek çok kişinin işsiz kalacağı anlamına gelebileceği söyleniyordu. İlginçtir ki Çin'in DTÖ üyeliği sonucu işini kaybetmekten korkanlar sadece diğer ülke işçileri değil. Çin'in dış dünyaya kapılarını açması ve üyelik gereği korumacılıktan vazgeçmesi sonucu Çin'de de bazı sektörlerin yabancı rekabet ile baş edememesi ve bu sektörlerde çalışan kişilerin işlerini kaybetmesi olası bir durum. Tüm bu senaryoların ne ölçüde gerçekleştiğini görmek için önemli sektörlerde Çin ve diğer ülkelerin ihracatındaki gelişmeleri incelemek gerekiyor.



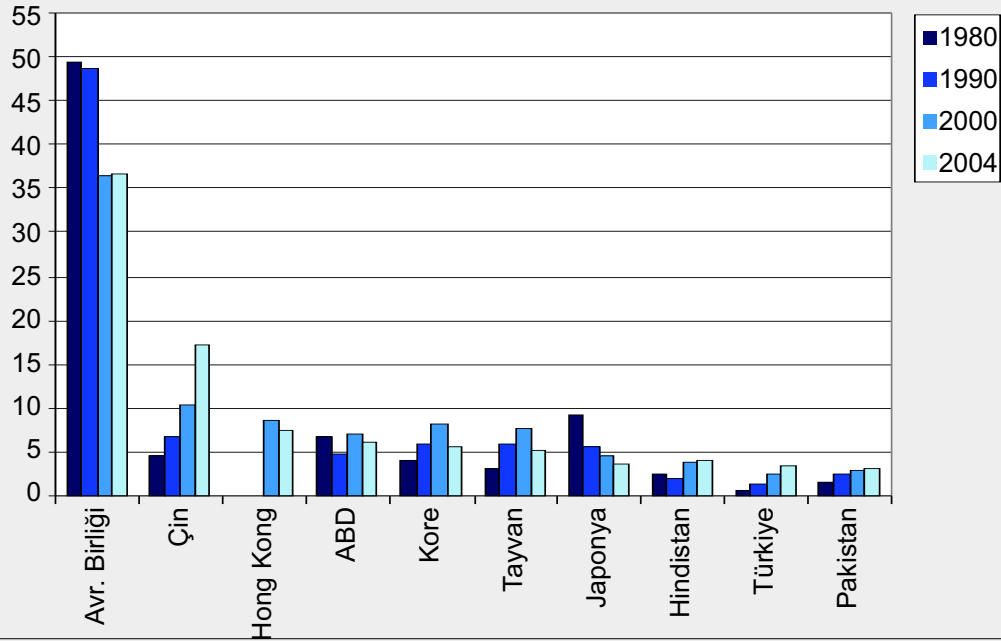
Büro makineleri ve telekomünikasyon malzemeleri, giyim ve tekstil ürünleri, tarım, kimyasal ürünler ile demir ve çelik sektörlerinde Çin, 2004 dünya ihracat sıralamalarında ilk 5 ülkenin içinde yer alıyor. Bunlardan giyim eşyası ihracatında (Şekil 6.11) Çin'in DTÖ üyeliği öncesinde %18 olan payının 2004 yılında %24'e, tekstil ihracatındaki (Şekil 6.12) payının ise %10'dan %17'ye çıktığı görülüyor. Aynı dönemde, giyim eşyası ihracatında Hong Kong'un payının azalması üretimin bu ülkeden Çin'e kaydığını; AB, Türkiye ve Romanya'nın paylarının artmış olması ise senaryoların en azından şimdilik bu ülkeler için söylenen boyutta gerçekleşmediğini gösteriyor. Fakat Şekil 6.11, Meksika'nın giyim eşyası ihracatının dünyadaki payının azaldığı görülüyor. Gerçekten de, Meksika'da 2000–2004 yılları arasında 270 binden fazla montaj işçisi işini kaybetti, yüzlerce fabrika kapandı ve Meksika'nın Çin'e karşı verdiği dış açık 5 milyar ABD Dolarını aştı (Farrell, Puron ve Remes, 2005). Meksika Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (North America Free Trade Agreement – NAFTA) sayesinde 1990'larda görece emek yoğun sektörlerde Amerika kıtasının üretim merkezine dönüşmüştü. Fakat 2000'lerin başından beri Çin bu rolü devralmış görünüyor. Benzer şekilde, Brezilya, Polonya, Portekiz ve Güney Kore'nin yanında Romanya ve Türkiye gibi orta gelir grubundaki ülkeler de hayat standartlarındaki yükselmeye bağlı olarak ucuz işgücüne dayanan üretim ve ihracat üssü olma pozisyonlarını kaybetme riskiyle karşı karşıya kalabilirler ya da kalmaya başladılar bile.

2004 Avrupa Rekabet Raporu giyim eşyası ve tekstil sektörlerinde Çin rekabetinden en çok etkilenecek Avrupa ülkesinin Türkiye olabileceğini belirtiyor. Türkiye'nin AB'ye yönelik en önemli ihraç malları olan giyim eşyası ve tekstil, aynı zamanda Çin'in AB'ye ihracatında ilk on ürün arasında (European Competitiveness Report, 2004). Farrell, Puron ve Remes (2005)'e göre bu ülkeler Çin rekabeti nedeniyle kaybedilen istihdama odaklanmak yerine, ekonomik bir gerçeği -hiçbir ülkenin sonsuza kadar dünyanın düşük maliyetli üretim üssü olarak kalamayacağını-, Çin'in de bir gün bu sıfatı kaybedeceğini- hatırlamalıdır. Düşük ücretli montaj işlerindeki istihdamı korumaya çalışmaktansa daha fazla değer üreten alanlarda istihdam yaratmaya bakmalı. Çünkü bu orta gelir grubundaki ülkelerin kalkınmaya devam edebilmeleri katma-değeri daha yüksek faaliyetlerde bulunan, dolayısıyla üretkenliği yüksek şirketlerinin üretkenliği daha düşük olanların yerini almasıyla mümkün. Bu da, orta gelir grubundaki ülkelerin katma değeri yüksek faaliyetleri teşvik etmelerine, karşılaştırmalı üstünlüklerini belirleyip, bunlardan yararlanabilmelerine ve rekabeti, girişimciliği ve esnekliği artıran reformları hayata geçirmelerine bağlı görünüyor.

Şekil 6.11 Dünya Giyim Eşyası İhracatında Pay (%)

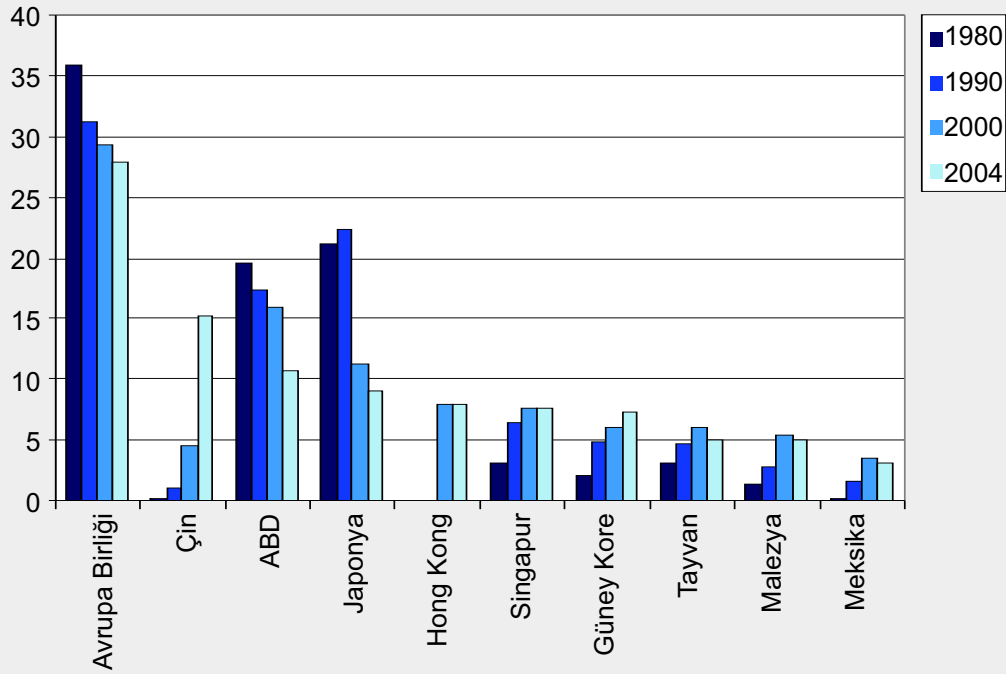


Şekil 6.12 Dünya Tekstil İhracatında Pay (%)

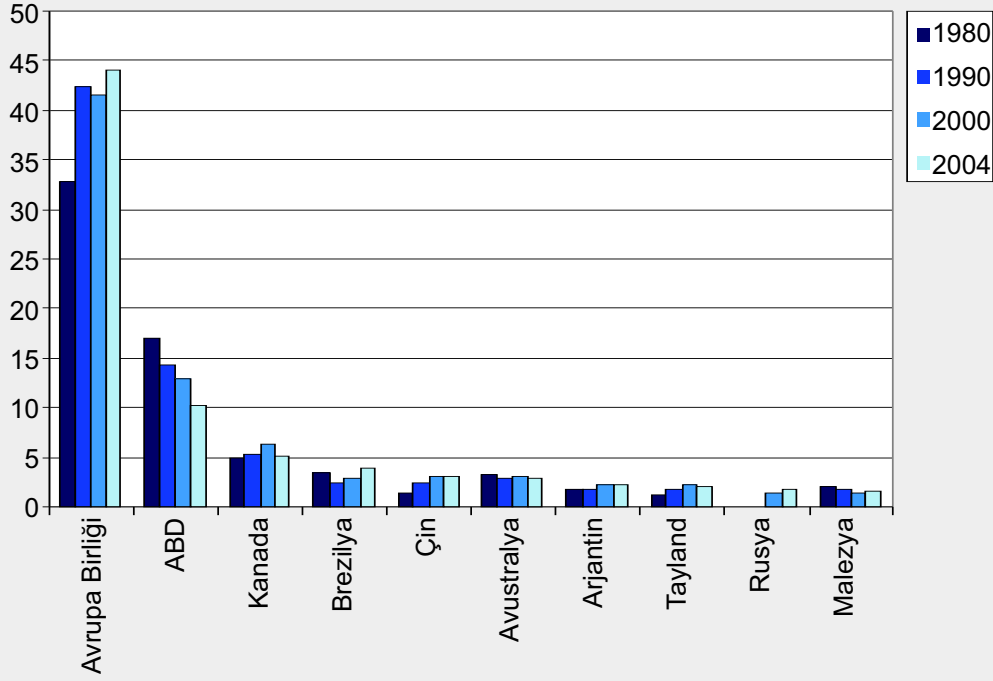


Bir diğ er ş aş irtıcı geliş me tekstil ve giyim sektöründeki tahminlerin, yani Çin'in dünya pazarına hakim olacağı beklentisinin, bü ro makineleri ve telekomünikasyon malzemeleri sektöründe gerçekleş me yolunda olması.Bu sektörde Çin, 2000–2004 arasında ihracat payını %4'ten %15'e çıkarmakla kalmamış, Güney Kore hariç bu alanda iddialı hiçbir ülke de aynı dönemde payını artırmayı başaramamış. Çin iktisat politikasını belirleyenler, Çin'in yalnızca küresel emek-yoğun üretim merkezi haline gelmesini istemiyorlar. Artan nüfus, ondan da hızlı artan iş gücüne istihdam yaratabilmek için emek yoğun sektörler tamamen göz ardı edilmese de, Çin sanayi politikasının asıl hedefi yüksek katma değerli, teknoloji-yoğun endüstriyi kurmak ve geliştirmek (European Competitiveness Report, 2004). Gerçekten de Çin hükümeti eğitim düzeyini ve kalitesini artırma politikası güderek 9 yıllık eğitimi zorunlu kıldı ve 2006 yılı itibariyle kırsal bölgelerde bu amaca ulaşılmasını hedefledi. Yüksek öğrenime de önem verilerek 1998-2003 arasındaki 5 yıllık dönemde, çoğunluğu teknik konularda olmak üzere, yüksek öğrenime devam eden öğrenci sayısı 3,5 kat artırıldı. Bu politikalar sonucunda iş gücünün ortalama kalitesi belirgin bir şekilde artmakta: iş gücüne yeni katılanların ortalama okula gitme süresi emekli olanların neredeyse 3 katı (OECD, 2006).

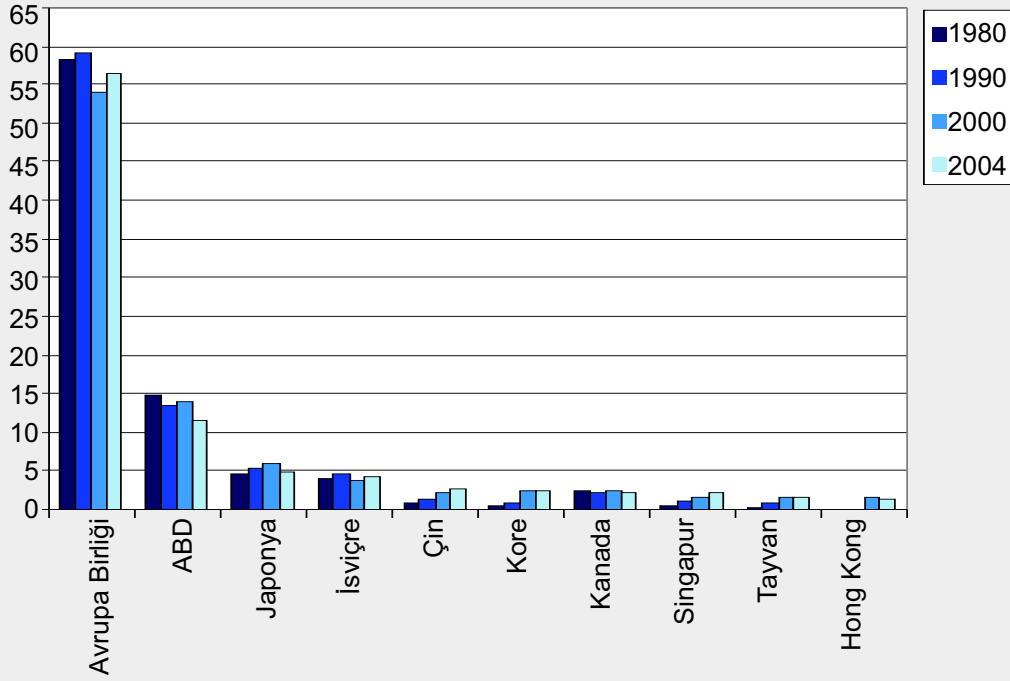
**Şekil 6.13 Dünya Büro Makineleri ve Telekomünikasyon Malzemeleri İhracatında Pay (%)**



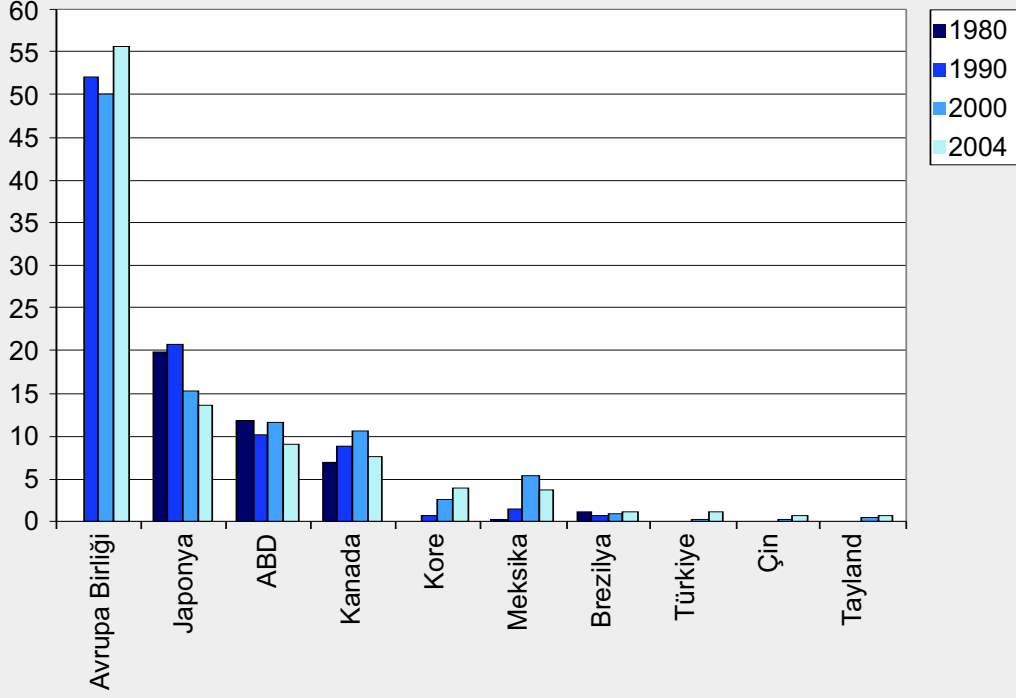
Şekil 6.14 Dünya Tarım Ürünleri İhracatında Pay (%)



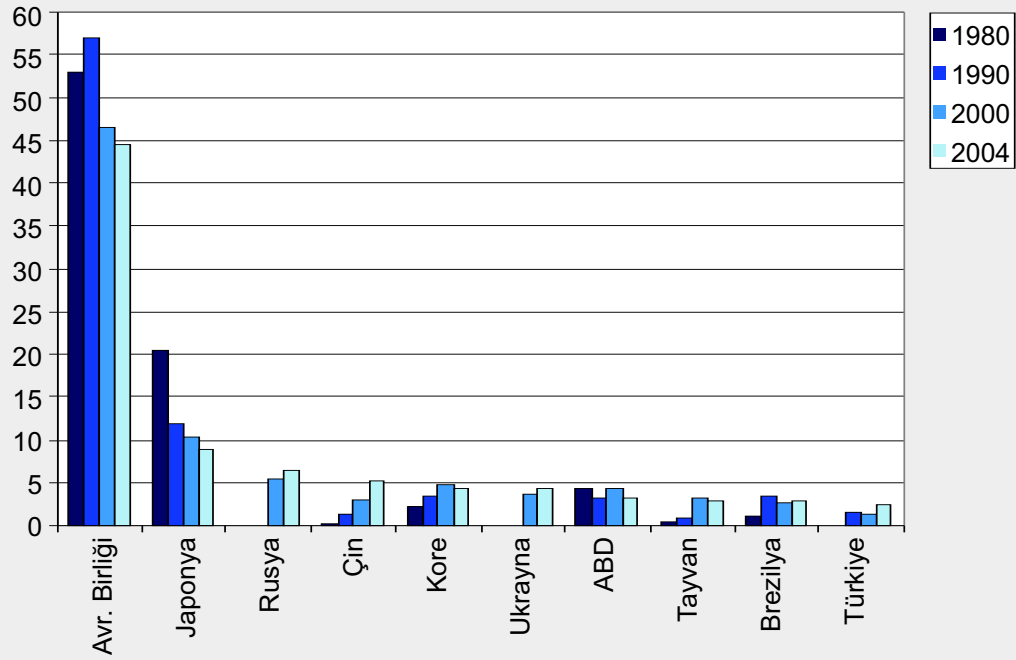
Şekil 6.15 Dünya Kimyasal Ürünler İhracatında Pay (%)



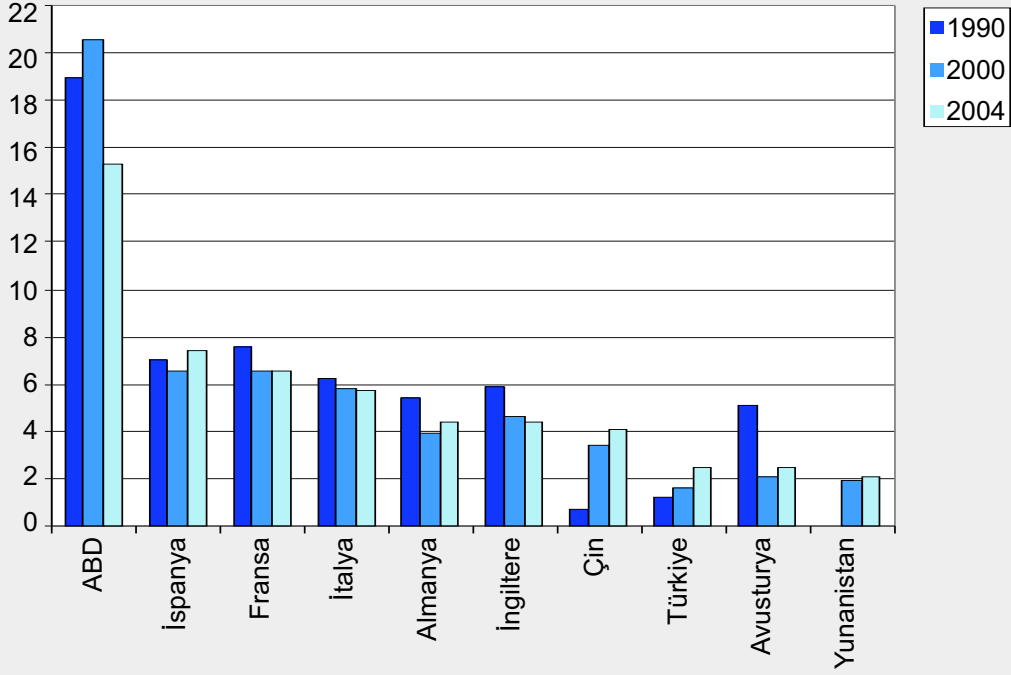
Şekil 6.16 Dünya Otomotiv Ürünleri İhracatında Pay (%)



Şekil 6.17 Dünya Demir-Çelik İhracatında Pay (%)



Şekil 6.18 Dünya Turizm Gelirlerinde Pay (%)



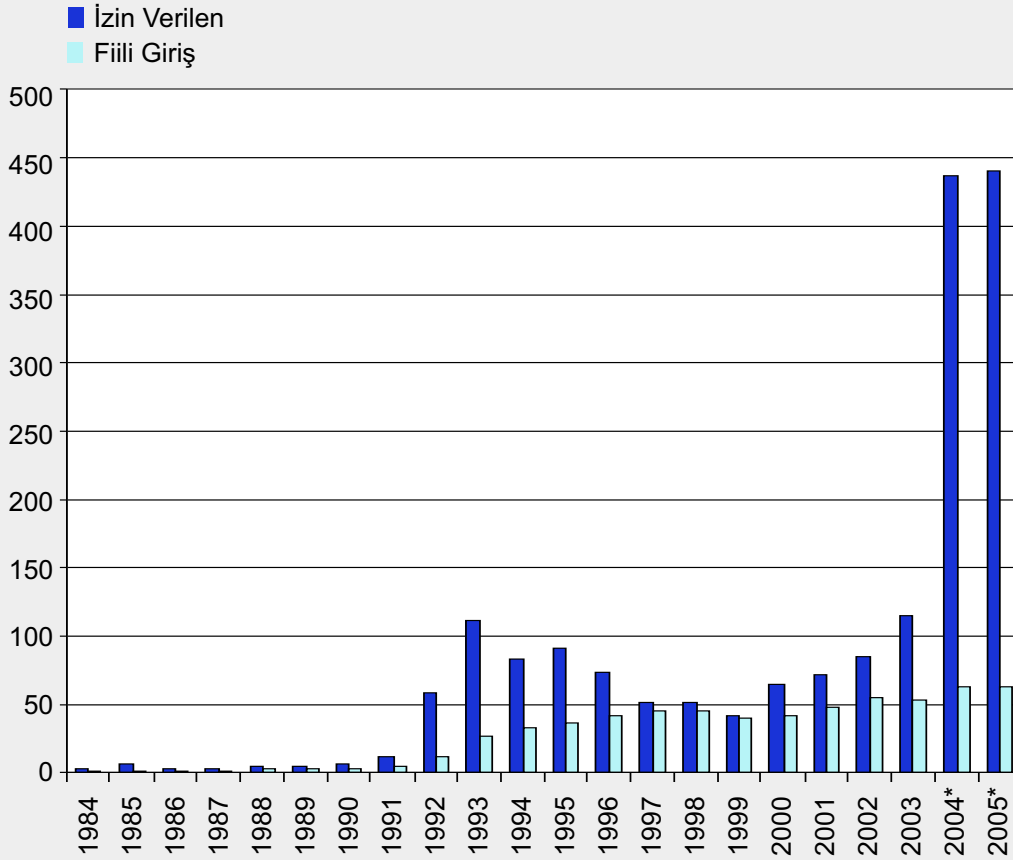
1980-2004 döneminde önemli sektörlerde Çin ihracatındaki gelişmeleri diğer ülke ve ülke gruplarıyla karşılaştırmalı olarak yukarıdaki şekillerde inceledik. Büro makineleri ve telekomünikasyon malzemeleri, giyim ve tekstil ürünleri, tarım, kimyasal ürünler ile demir ve çelik sektörlerinde Çin, 2004 dünya ihracat sıralamalarında ilk 5 ülkenin içinde yer alıyor. Bu analiz, Çin ihracatının ucuz işgücü maliyetinin ötesinde olduğunu, daha şimdiden teknoloji ve bilgi yoğun sektörlerde Çin kaynaklı rekabet baskısının hissedildiğini gösteriyor.

## 6.2 Doğrudan Yabancı Yatırımların Çin Ekonomik Kalkınmasına Etkisi

Son elli yılın en uzun soluklu ve en hızlı ekonomik büyümelerinden birisini gerçekleştiren Çin'in bu başarısının arkasındaki temel güçlerden birisi ülkeye giren doğrudan yabancı yatırımlar. Doğrudan yabancı yatırımlar, Çin'de birçok yeni endüstri dalının kurulmasını ve tüketicilerin çok daha çeşitli mal ve hizmetlerle tanışmasını sağlamakla kalmadı, birçok alana yeni teknolojilerin gelmesine de aracı oldu.

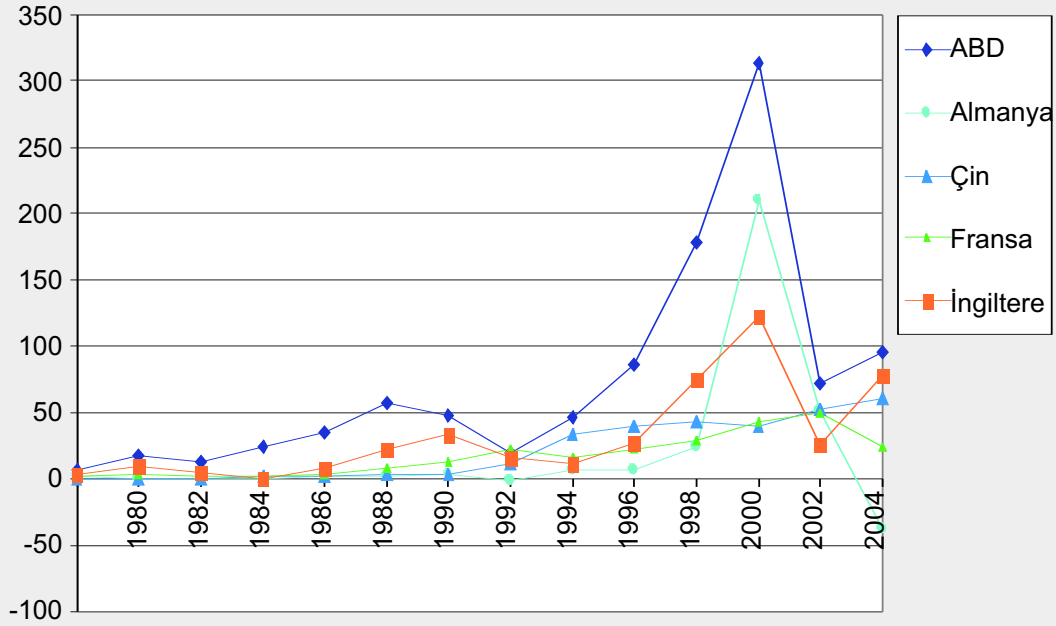
1984 yılında Çin'in ülkesine çekebildiği doğrudan yabancı yatırım sadece 1,3 milyar dolar iken 2001–2005 döneminde yıllık 50 milyar doların üzerine çıkmış durumda ve bugüne kadar Çin'e yapılan toplam doğrudan yabancı yatırım 600 milyar doların üzerinde (Şekil 6.19)

**Şekil 6.19 1984–2005 Döneminde Çin'e Yapılan Doğrudan Yabancı Yatırımlar (milyar ABD Doları)**



1990'ların ikinci yarısından bu yana gelişmekte olan ülkelere giren dış kaynaklı sermayenin %30'unun adresi Çin oluyor. Örneğin Türkiye'ye yapılan doğrudan yabancı yatırımlar yıllık 1 milyar ABD Doları sınırını ancak 2002 yılında aşmışken, Çin bu sınırı 1984 yılında aşmış. 2002 yılından bu yana ise Çin dünyada en çok doğrudan yabancı yatırım alan üç ülkeden biri.

**Şekil 6.20 2000 Yılında En Fazla Doğrudan Yabancı Yatırım Alan Ülkelerin 1978–2004 Dönemi Değerleri (milyar ABD Doları)**



Kaynak: WDI Online, World Bank

Doğrudan yabancı sermaye Çin'e iki dalga halinde geldi. 1980'lerin ilk yıllarında, özellikle Hong Kong ve Tayvan'dan gelen yatırımcılar yalnızca vergi teşviklerinden değil ucuz işgücünden de yararlanmak için serbest ekonomik bölgelerde iş kurdular. Daha çok imalat sanayinde yoğunlaşan bu şirketler ihracata yönelik üretim yaptılar. 1990'lardaki ikinci dalgada ise Nokia, Philips, Samsung ve Sony gibi çokuluslu şirketler serbest ekonomik bölgeler dışında da ortaklıklar kurarak Çin pazarına yönelik üretim yapmaya başladılar. Dünyanın en büyük dördüncü elektronik eşya üretimini gerçekleştiren bu şirketler mallarının yarısını da ihraç ediyorlar (Farrell, Gao ve Orr, 2004).



Coğrafi dağılıma bakıldığında bölgeler arası büyük farklılıklar görülüyor. Doğrudan yabancı yatırım stokundan doğu Çin'de bulunan kıyı eyaletlerinin her birinin aldığı pay yüzde 10'un üzerinde ya da yüzde 5-10 aralığındayken, bu oran ülkenin ortalarında %3'e, batıda ise %1'in altına düşüyor. Bölgeler olarak bakıldığında ise 2003 sonu itibariyle doğunun stoktan aldığı pay %86, merkezin aldığı %9 ve batının aldığı pay %5 (Invest in China, 2004). Bunun en önemli sebebi, Çin'in kademeli olarak dışa açılması ve reform hareketlerini anlatırken değindiğimiz serbest ekonomik bölgelerin doğu Çin'de yer alması. Günümüzde dışa açılma politikasının tüm ülkeyi kapsamı sonucu yabancı yatırımlar coğrafi olarak daha dengeli dağılmaya başladı.

Yatırımlar genelde imalat sektöründe yoğunlaşıyor. Örneğin 2004 yılında bu sektör toplam yabancı yatırımın %71'ini alırken, onu %10 ile gayrimenkul yatırımları takip etmiş (Invest in China, 2005). İmalat sektörü içinde elektronik ve haberleşme cihazları, büro makineleri, deri ve spor malzemeleri, mobilya, giyim eşyaları ve plastik ürünler en çok yabancı yatırım çeken alanlar. Bu alanlarda yabancı iştirakli şirketlerin üretimdeki payı oldukça yüksek: toplam üretimin %73 ile %42'si arasında değişiyor (European Competitiveness. Report, 2004).

Önceleri Çin hükümeti sadece yabancı ortaklıklara izin verirken bugün artık tamamen yabancı sermayeli şirketler de Çin'de faaliyet gösteriyor. Doğrudan yabancı sermaye stokunun %58'i ortaklıklara, %40'ı ise tamamen yabancı sermayeli şirketlere ait (Invest in China, 2004). Çin'in yabancı sermayeyi ülkesine çekmekteki başarısının ardında üç önemli sebep yatıyor: Ekonomik yapı, liberalleşme ve teşvikler ile kültürel ortam (Zebregs ve Tseng, 2002):

- Ekonomik yapı içinde pazar büyüklüğü, ucuz işgücü, altyapı ve ölçek ekonomisi dış kaynaklı yabancı yatırımlar için çekici olan unsurlar. Çin pazarının büyüklüğü özellikle Amerikan ve Avrupalı şirketler üzerinde etkili oluyor. Hong Kong ve Tayvanlı yatırımcılar ihracata dönük üretim yaparken, Amerikan ve Avrupalı şirketler daha çok Çin iç pazarına yöneliyor. Ucuz iş gücünün çekiciliği yatırımların iş gücü ağırlıklı üretim sektörlerine kaymasıyla kendini gösteriyor. Bugün Çin'de imalat sektöründe çalışan bir işçinin saatlik ücreti<sup>66</sup> 0,7 ABD Doları iken, bu rakam ABD'de 21,3, Polonya'da 2,5, Meksika'da ise 2,1 ABD Doları (Farrell, Puron ve Remes, 2005). Mao döneminin Çin'e bıraktığı miraslardan biri düzenli altyapı. Araştırmalar gösteriyor ki Çin'in düzenli altyapıya sahip bölgeleri yabancı yatırım çekmekte daha başarılı. Doğu kıyılarındaki yabancı yatırım yoğunluğunun bir nedeni de bölgedeki altyapı ve ulaşım ağları ile de açıklamak mümkün. Ölçek ekonomisinin de yabancı yatırımları çekmekte önemli bir etken olduğu bildiriliyor.

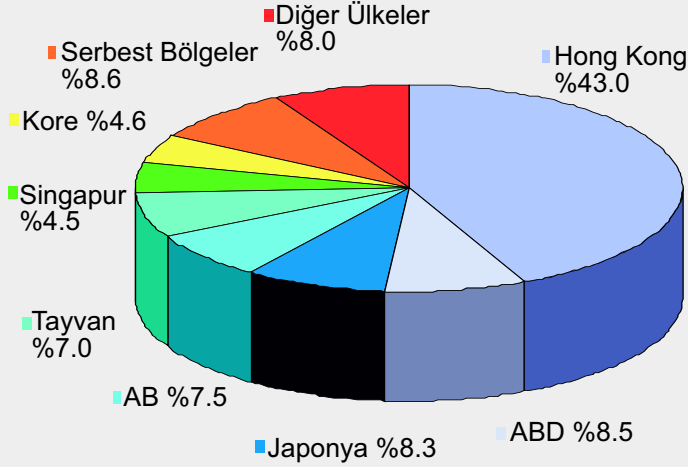
<sup>66</sup>Satın alma paritesine göre.

•Yabancı yatırım önündeki engellerin kaldırılması Çin'in açık kapı politikasının temel taşlarından birini oluşturuyor. Bu amaçla kurulan serbest ekonomik bölgeler, açık şehirler ve özel kıyı bölgelerinde uygulanan teşvikler ve vergi muafiyet politikaları sayesinde Çin bugünkü başarılı trendini yakalamış durumda. Bununla beraber Çin'de halen bazı sektörlerde yabancı yatırım konusunda kısıtlamalar mevcut. Havaalanları, nükleer enerji santralleri, petrol ve gaz boru hatları, metro ve demiryolları, su işleri, otomotiv sektörü, savunma sektörü, tıbbi kurumlar, madencilik, petrokimya, basın yayın, gemicilik, uydu haberleşmeciliği ve turizm alanları Çin hükümeti tarafından stratejik öneme sahip olarak görüldüğü için bu alanlarda yabancı yatırımlar üzerinde sınırlamalar söz konusu. Dünya Ticaret Örgütü üyeliği ile Çin özellikle hizmet sektöründe bu tip kısıtlamaları gevşetmeyi kabul etti. Böylelikle telekomünikasyon, sigortacılık, bankacılık ve dağıtım sektörlerinde yabancı yatırım önündeki kısıtlamalar kaldırıldı.

•Çin'in dış kaynaklı yabancı yatırım konusundaki başarısının sebeplerinden biri de, yatırımların yarısından fazlasının kaynağını oluşturan ve Çin'le ortak paydaları yüksek olan Hong Kong, Singapur ve Tayvan gibi komşu ülkeler olarak gösteriliyor. Bu ülkelerde yaşayan Çin kökenli iş adamları yatırımlarını aynı dili, kültürü paylaştıkları Çin'de yapmayı tercih ediyorlar. Yalnızca Hong Kong kaynaklı yabancı yatırım 2004 yılında 39,7 milyar ABD Dolarına ulaştı (OECD, 2005). 2004 yılı sonunda ise toplam yatırım stokunun %43'ü bu ülkeye ait (Invest in China, 2005). Çin diasporasının Çin'in ekonomik gelişimi üzerindeki önemli etkileri, bazı ekonomistlere göre bu performansı Çin'e has ve diğer gelişmekte olan ülkelere taklit edilemez hale getiriyor.

Tüm bunların yansıması, bir ülkedeki yatırım ortamını ölçmekte yararlanılan bir ülkelerarası kıyaslama yöntemi olan ve IMD (International Institute for Management Development) tarafından her yıl yayınlanan, Rekabetçilik Endeksi'nde görülebilir. Bu endekse göre yapılan sıralamada, 2006 yılında, Çin 18. sırada yer alarak (Tablo 2.1), 17. olan Tayvan dışında tüm kalkınmakta olan ülkelere daha iyi bir yatırım ortamına sahip olduğunu kanıtıyor. Türkiye'nin 43. sırada olduğu göz önüne alınırsa, girişimcilerinin rekabet gücünü artıracak yatırım ortamını oluşturabilme ve sürdürübilmede Çin'in ne kadar başarılı olduğunu, dolayısıyla nasıl bu denli yüksek yabancı sermayeyi ülkesine çektiğini anlamak mümkün.

**Şekil 6.21 Doğrudan Yabancı Yatırım Girişinin Ülkelere Göre Dağılımı, 2004 (%)**



Kaynak: Invest in China, 2005

Şekil 6.21 Çin'e yapılan doğrudan yabancı yatırımın ülkelere göre dağılımını veriyor. Buna göre, ABD %8,5 pay ya da 48 milyar dolar tutarla en çok yatırım yapan ikinci ülke. ABD Ticaret Bakanlığı'nın raporunda Çin'in yabancı yatırımcılar için büyük bir potansiyele sahip olduğuna değinilirken ilgili yatırımcılar aynı zamanda Çin'de iş yapmanın zorlukları konusunda da uyarılıyor. Bu zorluklar dört temel başlıkta toplanmış:

•Çin iş dünyası henüz dengeli ve öngörülebilir bir yapıya sahip değil. Bu dengenin oluşması için saydam ve tutarlı bir yasal yapı gerekli ki bu henüz mevcut değil (Country Commercial Guide, 2002).

•Çin hükümeti 2001 yılına dek korumacı bir anlayışa sahipti. Çin merkezi hükümetinin, DTÖ üyesi olmaktan doğan beklentileri karşılayarak bu anlayışı bıraktığından kuşku duyulmasa da korumacılığın bölge, şirket, bazı durumlarda da bakanlık düzeyinde sürdürüğü bildirilmekte (OECD, 2003). Pazar ekonomisinin yerleşmesi yönünde önemli adımlar atılmış olsa bile bürokrasinin önemli bir kısmı yerli firmaları ve kamu teşebbüslerini kayıran politikalar izliyor. Halen planlı ekonominin izleri görülüyor.

•Pek çok sektörde rekabet fikri tam yerleşmiş değil. Arz talep dengesi dışında kararlar alınıp gereksiz üretim veya yatırıma gidilebiliyor.

•Son olarak dile getirilen sorun ise Çin pazarının gerekli hazırlık ve araştırmayı yapmadan bu pazara girmiş pek çok yabancı yatırımcı ile dolu olması.

Çin, DTÖ üyeliğinin ardından Nisan 2002'den itibaren geçerli olmak üzere, rehber niteliğinde, sırasıyla, tercih edilen, sınırlanan ve yasaklanan yabancı yatırım alanlarını içeren 3 katalog yayımladı (OECD, 2003). Böylece pazar büyüklüğü ve mamul değeri açısından önemli potansiyele sahip kimi sektörleri yabancı yatırımcılara ve ihracatçılara açtı. Bu sektörlerin başında telekomünikasyon, motorlu taşıtlar, petrol ve gaz, tıbbi malzeme ve cihazlar, ilaç, ses ve görüntü cihazları, inşaat ve dekorasyon malzemeleri, bankacılık, sigortacılık, eğitim ve tarım ilaçları geliyor. Bu sektörlerin pek çoğunda tamamen yabancı sermayeli girişimlere izin verilmese de DTÖ üyelik şartları gereği yabancı ortaklıklara izin veriliyor. Ancak, örneğin, bankacılık sektöründe Çin Merkez Bankası'nın koyduğu asgari sermaye düzeyi kadar o yüksek<sup>67</sup> ki yalnızca çok büyük uluslararası bankalar Çin'de şube açabilecek durumda. Temsilcilik açmak ise göreceli olarak daha kolay. Bunun dışında yeşil çay üretimi, geleneksel Çin ilaçları, pirinç kağıdı gibi geleneksel el sanatlarında ve vadeli işlemler sektöründe doğrudan yabancı yatırım tamamen yasak (OECD, 2003).

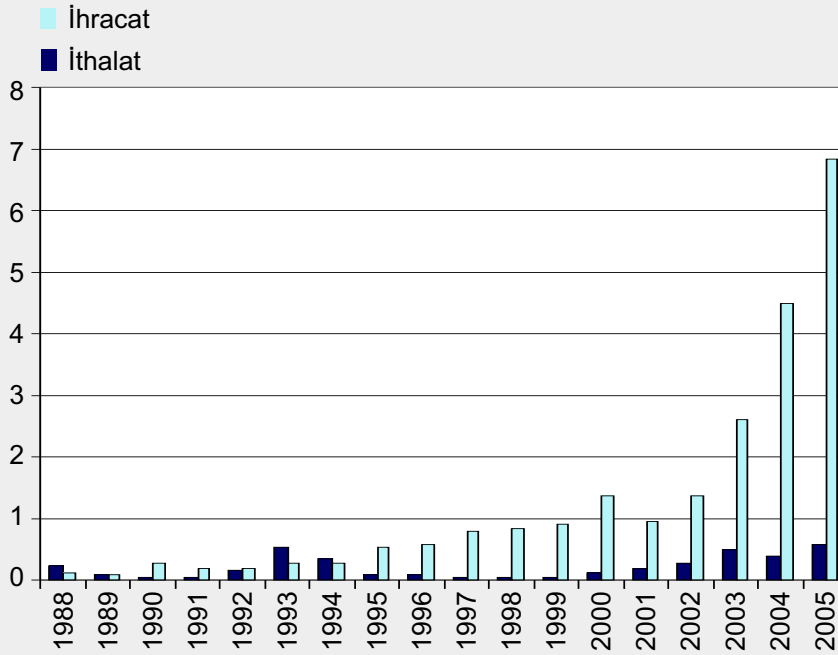
<sup>67</sup> Şube açabilmesi için bir bankanın sahip olması gereken en az sermaye tutarı 20 milyar ABD Doları.

## 6.3 Çin - Türkiye Ekonomik İlişkileri

### Dış Ticaret

2005 yılı dış ticaret rakamlarına göre, Çin Türkiye'nin Asya Pasifik ülkeleri arasındaki en büyük ticaret ortağıdır. Fakat bu ortaklık 1990'ların ikinci yarısından beri Çin ehine işlemektedir (Şekil 6.22). Türkiye 2005 yılında Çin'e 550 milyon dolarlık mal satarken Çin'den ithalatı 6,8 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.<sup>68</sup>

Şekil 6.22 1988–2005 Dönemi Türkiye-Çin Dış Ticareti (milyar ABD Doları)



Kaynak: DEİK

Birleşmiş Milletler İstatistik Birimi Türkiye ve Çin arasındaki karşılıklı dış ticaret değerlerini raportör ülkeye bağlı olarak farklı veriyor. Tablo 6.2 ve 6.3 bu değerleri sırasıyla Türkiye ve Çin'in verdiği bilgiye dayanarak gösteriyor. Örneğin, Türkiye'nin Çin'e karşı dış ticaret açığı 2004 yılında Türkiye verilerine göre 4 milyar ABD Dolarını aşmışken, Çin tarafından verilen bilgiye göre bu açık 2,2 milyar Dolar. Bu durum daha detaylı bir araştırmayı gerektiriyor.

<sup>68</sup> 1988-2005 dönemi Türkiye-Çin dış ticaret rakamları Tablo Ek.6.1'de verilmiştir.

**Tablo 6.2 Türkiye-Çin Dış Ticareti**

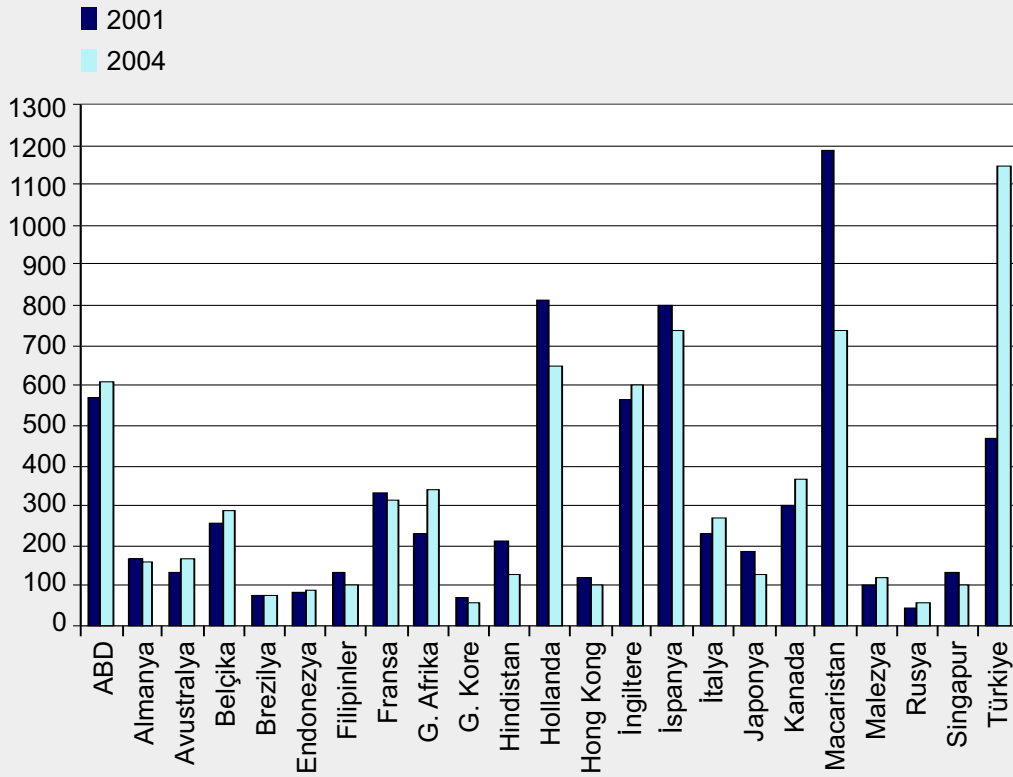
Yıllar	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Hacmi	Dış Ticaret Dengesi	İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)
1992	147	172	319	-26	85
1993	512	255	767	257	201
1994	355	258	613	97	138
1995	67	539	606	-472	12
1996	65	551	616	-486	12
1997	44	787	832	-743	6
1998	38	846	884	-808	4
1999	37	895	931	-858	4
2000	91	1.322	1.413	-1.230	7
2001	199	926	1.125	-726	22
2002	266	1.366	1.631	-1.100	19
2003	505	2.610	3.115	-2.106	19
2004	392	4.476	4.868	-4.084	9

**Tablo 6.3 Çin-Türkiye Dış Ticareti**

Yıllar	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Hacmi	Dış Ticaret Dengesi	İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)
1992	69	109	177	-40	63
1993	166	498	663	-332	33
1994	185	464	648	-279	40
1995	431	144	575	287	299
1996	407	94	501	313	432
1997	557	65	621	492	863
1998	659	43	702	616	1.541
1999	637	47	684	589	1.346
2000	1.078	127	1.205	951	851
2001	674	231	905	443	292
2002	1.089	289	1.378	800	377
2003	2.065	533	2.598	1.532	388
2004	2.821	591	3.413	2.230	477

Çin ile dış ticaret ilişkisinde yaşanan yüksek dış açık, geleneksel pazarların Çin'e kapıtırılması gibi sorunlar Türkiye'ye özgü değil. Şekil 6.23 Çin'in DTÖ'ye katıldığı 2001 ve son verilerin olduğu 2004 yıllarında, en çok ticaret yaptığı ülkelerle olan ihracatının ithalatını karşılama oranı veriyor. Buna göre Çin, ihracatın ithalatı karşılama oranı %100'ün altındaki ülkelere karşı dış ticaret açığı verirken, bu oranın %100'ü geçtiği ülkelere karşı dış ticaret fazlası veriyor. Bu şekilde göre 2001-2004 döneminde Türkiye, ABD, Avustralya, Belçika, Güney Afrika, İngiltere, İtalya ve Kanada ile birlikte Çin'e karşı dış ticaret açığı artan ülkelerden biri. Yine aynı dönemde Almanya, Filipinler, Fransa, Hindistan, Hollanda, İspanya, Japonya, Macaristan ve Singapur Çin'e karşı verdikleri dış ticaret açığını azaltmayı başarmış durumda. Bu ülkeler arasında özellikle Macaristan dış ticaret açığını önemli oranda azaltmayı başarması nedeniyle daha detaylı incelemeyi hak ediyor.

**Şekil 6.23 2001 ve 2004 Yıllarında Çin'in En Çok Ticaret Yaptığı Ülkelerle Olan İhracatının İthalatını Karşılama Oranı (%)**



Türkiye'den Çin'e yapılan ihracatın hacmi kadar yapısı da tatmin edici değildir. Tablo 6.4'te görülebileceği üzere ihracatın %60'tan fazlasını, demir-çelik, işlenmemiş gübre, maden cevherleri ve döküntüleri ile dokumaya elverişli lifler ve döküntüleri gibi katma değer oranı düşük belirli bazı kalemler oluşturmaktadır.

**Tablo 6.4 Türkiye'den Çin'e Yapılan Başlıca İhracat Kalemleri (milyon ABD Doları)**

Madde Adı	2001	2002	2003	2004
Demir ve çelik	88,8	87,5	242,9	102,5
İşlenmemiş gübre	16,7	32,6	61,9	78,5
Maden cevherleri ve döküntüleri	10,1	25,1	20,8	34,3
Organik olmayan kimyasallar	1,1	0,5	3,8	31,5
Dokumaya elverişli lifler ve döküntüleri	14,8	9,8	48,8	27,6
Taşıt araçları	6,6	37,8	43,9	16,4
Tekstil ürünleri	5,2	7,1	9,9	15,7
Organik kimyasallar	1,5	6,0	6,5	13,3
Boyayıcı maddeler, macunlar, çözücüler, incelticiler	2,2	3,1	4,1	6,8
Genel sanayi makine ve teçhizatı ve makine parçaları	1,3	1,7	4,6	6,8
Et ve et ürünleri	3,7	3,8	5,8	5,7
Enerji üreten makine ve teçhizat	0,6	0,8	1,5	4,5
Belirli sanayilerin özel makineleri	1,2	3,9	4,6	4,2
Meyve, sebze ve mamulleri	4,2	3,2	4,4	3,8
Hazırlanmış deriler, postlar ve mamulleri	1,0	1,6	2,1	3,4
Diğer plastikler	3,9	5,0	2,5	3,4
Gübreler	4,3	1,4	3,9	3,2
Elektrikli makine ve cihazlar	4,0	1,0	2,0	3,1
Alkollü ve alkolsüz içkiler	0,0	0,0	0,1	2,6
Metal dışı mineral mamuller (inşaat mal. ve cam eşya)	1,5	2,6	1,8	2,6
Kauçuk mamulleri	0,0	1,5	3,5	2,4
Demir dışı metaller	14,5	0,2	5,5	2,2
Sıhhi tesisat, ısıtma ve aydınlatma malzemeleri	0,1	1,2	1,5	2,1
Metal eşya	0,3	0,5	2,6	1,9
Bitkisel ve hayvansal diğer ham maddeler	0,1	0,0	1,1	1,8
Hazır giyim	1,1	0,2	0,4	1,4
Seyahat eşyası	0,0	0,0	0,0	1,3
Hububat ve mamulleri	0,1	0,2	0,7	1,3
Kahve, çay, kakao, baharat ve bunların mamulleri	0,1	0,3	0,7	1,2
Diğer mamul mallar	0,3	0,5	0,3	1,1
Deri, kösele ve ham postlar	0,3	0,6	1,3	1,0
Balık ve diğer deniz ürünleri	0,1	0,2	0,8	0,9
Kimyasal madde ve ürünler	1,0	1,1	0,2	0,7
<b>Diğer</b>	<b>8,8</b>	<b>24,4</b>	<b>10,0</b>	<b>2,7</b>
<b>Toplam</b>	<b>199,4</b>	<b>265,5</b>	<b>504,6</b>	<b>391,6</b>



Türkiye'nin Çin'e yaptığı ihracatta katma değer oranı düşük, çeşitliliği az, fiyatı dünya pazarlarında belirlenen dolayısıyla dalgalanmalardan etkilenen hammadde ve ara malların ağırlıklı olmasına karşın, Çin'in Türkiye'ye yaptığı ihracatta Büro Makineleri, Elektrikli Makine ve Cihazlar, Haberleşme ve Ses Kayıt Cihazları gibi teknoloji yoğun, katma değer oranı yüksek kalemler ağırlıklarını sürekli artırmış ve 2004 yılında ilk üç sırayı almış durumda. Çin-Türk dış ticaretinde, hem nitelik hem de nicelik açısından dengesiz olan bu durumun Çin'in DTÖ'ye üye olması ile azalması beklenmişse de Türkiye'nin Çin'e ihracatı ithalatını karşılamaktan çok uzak kalmaya devam etmiştir.

**Tablo 6.5 Türkiye'den Çin'den Yaptığı Başlıca İthalat Kalemleri (milyon ABD Doları)**

Madde Adı	2001	2002	2003	2004
Büro makineleri	65,0	119,2	309,2	597,7
Elektrikli makine ve cihazlar	137,6	180,2	284,1	514,9
Haberleşme ve ses kayıt cihazları	40,0	116,3	289,1	511,9
Tekstil ürünleri	139,6	190,3	319,4	457,4
Diğer mamul mallar	108,3	131,2	232,6	361,0
Genel sanayi makine ve teçhizatı ve makine parçaları	62,4	61,0	146,5	266,8
Kömür	29,9	54,9	71,9	154,9
Hazır giyim	34,6	40,4	73,7	143,9
Organik kimyasallar	27,7	44,1	76,7	120,6
Metal eşya	33,2	43,1	70,4	120,1
Belirli sanayilerin özel makineleri	22,8	37,4	126,6	119,4
Ayakkabı	17,4	26,3	54,3	107,7
Taşıt araçları	7,9	12,7	28,5	106,9
Seyahat eşyası	14,1	20,7	38,7	99,8
Metal dışı mineral mamuller (inşaat mal. ve cam eşya)	10,2	16,5	31,7	70,6
Fotoğrafçılık cihazları, optik ürünler, saatler	20,9	33,9	41,0	62,1
Demir ve çelik	16,7	14,6	24,4	61,2
Mesleki, bilimsel ölçü ve kontrol cihazları	6,8	25,8	30,5	53,8
Kauçuk mamulleri	7,9	19,8	48,1	53,0
Enerji üreten makine ve teçhizat	8,5	7,5	22,3	52,8
Boyayıcı maddeler, macunlar, çözücüler, incelticiler	15,0	25,5	32,7	47,6
Dokumaya elverişli lifler ve döküntüleri	2,5	6,9	26,5	38,3
Sihhi tesisat, ısıtma ve aydınlatma malzemeleri	10,0	10,0	22,9	37,5
Demir dışı metaller	7,1	10,1	18,2	35,0
Mobilyalar	2,6	4,0	11,5	34,0
Organik olmayan kimyasallar	12,8	19,2	26,9	33,2
Eczacılık ürünleri	12,2	13,6	22,5	32,1
Kimyasal madde ve ürünler	10,2	15,9	21,6	31,6
Metal işlemede kullanılan makineler	2,0	2,4	8,9	26,7
Diğer plastikler	3,0	5,0	10,0	23,0
Plastikler (ilk şekillerde)	0,9	3,2	10,0	22,4
Mantar ve ağaç mamulleri	2,2	2,8	5,4	17,4

Madde Adı	2001	2002	2003	2004
İşlenmemiş gübre	5,8	11,4	16,0	11,1
Bitkisel ve hayvansal diğer ham maddeler	2,5	5,9	11,8	9,5
Kağıt-karton ve kağıt-karton esaslı mamuller	0,6	1,1	3,4	8,0
<b>Diğer</b>	24,5	33,0	42,2	32,1
<b>Toplam</b>	925,6	1365,9	2610,3	4476,1

*Kaynak: UN Comtrade, UN Commodity Trade Statistics Database*

## Dış Yatırım

Türk firmalarının Çin'de plastik, inşaat, gıda ve tekstil alanında az sayıda girişimi bulunmaktadır ve bu yatırımların toplam değeri 25 milyon dolar civarındadır (DEİK, 2005). Çin'de faal olan başlıca Türk firmaları:<sup>69</sup>

- ENKA Holding bünyesinde kurulmuş mühendislik, teknolojik çelik imalat ve elektromekanik montaj alanlarında çalışan Çimtaş;
- Koç Holding bünyesinde yağlı radyatör üretimi yapan Demirdöküm;
- “Silk&Cashmere” markasıyla ipek ve kaşmir üretimi yapan Fabeks Dış Ticaret;
- Akman Holding bünyesindeki Golden Meyve Suyu ve Gıda Sanayi;
- Atasay Kuyumculuk;
- Ünsa Ambalaj;
- Şişecam;
- Teba Şirketler grubuna bağlı Tema Dış Ticaret;
- Hipokrat Tıbbi Malzemeler;
- Mozaik Tekstil;
- Zorlu Tekstil;
- Goldaş;
- Garanti Bankası'dır.

Bu firmaların yanı sıra Anadolu Grubu'nun bira, Vestel'in elektronik eşya, Akso Akrilik'in kimyasal ürünler, Kibar Holding'in demir çelik ve Yeşim Tekstil'in tekstil ürünleri ve hazır giyim, Arçelik'in beyaz eşya alanında yatırım planları bulunmaktadır.

2006 Ocak sonu itibariyle Türkiye'deki Çin sermayeli firmaların sayısı 238'dir (T.C. Hazine Müsteşarlığı, 2006). Sektörel olarak başlıca yatırımlar beyaz eşya, binek araçlar, telekomünikasyon ve plastik alanındadır. Bu sermayenin büyük bir kısmı sadece Çin'den ithalat yapma amacıyla kurulmuş firmalara aittir. Türkiye'de faal olan başlıca Çin firmaları (DEİK, 2005):

<sup>69</sup> Çin'de yerleşik Türk firmalarının tamamı için Tablo Ek7'ye bakınız.

- Klima, beyaz eşya ve televizyon üreten HAIER;
- Klima ve buzdolabı üreticisi HİCON;
- Muğla'da Harput Şirketler Grubu'yla montaj fabrikası kurmuş olan motosiklet firması YIYING ve GAOMING;
- Elkon Elektrik ile İstanbul'da televizyon üretimine başlayan KONKA.

Çin'de yatırımı olan, bu ülkeyle ticaret yapan ya da yatırım ve ticaret yapmayı düşünen firmalar, Türkiye ve Çin arasındaki ticari ve ekonomik ilişkilerde karşılaşılan başlıca sorunları, fikri mülkiyet hakları, mevzuat ve bürokrasi, iç pazara giriş hakkı, standartlar ve ticari bankacılık işlemleri başlıkları altında sıralamaktadır. Bunlar hakkında detaylı bilgi için Dış Ekonomik İlişkiler Kurumu-DEİK'in 2005'te yayımladığı Çin Ülke Bülteni'ne bakılabilir. Bu sorunları aşarak Çin pazarına girmek dünya çapında bakıldığında çoğunluğu küçük ve orta ölçekli sayılan Türk firmaları için zor görünmekle birlikte, bu şirketlerin güçlü ulusal örgütlenmelerin içinde yer almaları bir fırsat yaratabilir. Bu şirketler, sektör içinde veya sektörler arasında, bir araya gelip kaynaklarını paylaşırlarsa; örneğin bir merkez kurarak sözleşme görüşmeleri, tedarikçi listeleri ve kalite standartları ile ilgili bilgileri ortak kullanıma açarlarsa sorunları aşmaları daha kolay olur. Bundan başka, ulusal örgütler, Çin'deki endüstri parklarının ve kalkınma bölgelerinin sahipleriyle temasa geçerek küçük ve orta ölçekli işletmelerin tesisleri ortak kullanabilecekleri üretim merkezleri kurmalarını kolaylaştırabilirler. Çin endüstri parklarıyla işbirliği, üye şirketlerin altyapı ve yönetim kaynaklarının ortak kullanarak kuruluş aşamasını kolay atlatmalarını sağlayacağı gibi pazar araştırmalarının, satış temsilcilerinin ve dağıtım kanallarının ortak kullanımı ile ölçek ekonomilerinden yararlanmalarını da sağlayabilir (Orr, 2005).

DEİK'in yine aynı bültende aktardığına göre, Türkiye'nin Çin'e olan ihracatının miktar olarak artırılması ve ürün bazında çeşitlendirilmesi amacıyla Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın 2005 yılında başlattığı "Asya-Pasifik Stratejisi" çerçevesinde çalışmalar sürdürülmekte ve bu bağlamda "Çin Pazar Araştırmaları" programı yürütülmektedir. Bu araştırma, inşaat malzemeleri, otomotiv yan sanayi, demir-çelik ve diğer maden ve metal, kimyasallar, işlenmiş gıda ürünleri, hazır giyim ve tekstil makineleri ile müteahhitlik sektörünün Türkiye ihracatı açısından potansiyel arz ettiğini tespit edilmiştir.

2001 yılında Türkiye Çin tarafından Çinli turistlerin gidebileceği ülkeler listesine alınmıştır. Dünya Turizm Örgütü raporlarına göre Çin önümüzdeki yıllarda dünyanın en fazla turist gönderen ülkesi olacaktır. Bunun Türkiye'nin Çin ile ticaret açığını kapatması için bir fırsat oluşturabileceği öngörüsünde bulunulmuşsa da bugüne kadar Çin'den gelen turist sayısında önemli bir artış olmamıştır.

Çin ve Türkiye arasındaki ticaret ve yatırım ilişkilerini artırma çabalarının yanında üçüncü ülkelere yönelik işbirliği olanakları da değerlendirilmeli. Bu olanaklar arasında Türkiye üzerinden üçüncü ülkelere Çin mal ve hizmetlerinin sunumu; örneğin, Rusya, Orta Asya ve Ortadoğu'da, ortak yatırım projeleri geliştirilmesi sayılabilir (Öğütçü, 2004). Çünkü Öğütçü'nün aktardığına göre, Çinlinin gözünde Türkiye AB pazarına giriş kapılarından birisi; Ortadoğu ve Kafkas petroleri ile ilgili tedarik güvenliği senaryolarında önemli bir ülke; ve ayrıca Çin'den başlayıp Orta Asya'yı boydan boya geçerek Türkiye üzerinden Avrupa'ya uzanması öngörülen "İpek Demiryolu" projesinin taraflarından.