T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI

İKTİSADİ GELİŞME VE ULUSLARARASI İKTİSAT BİLİM DALI

AFRİKA ÜLKELERİNİN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜĞÜ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Miftah Ali Mohammed

KOCAELİ 2016

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI

İKTİSADİ GELİŞME VE ULUSLARARASI İKTİSAT BİLİM DALI

AFRİKA ÜLKELERİNİN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜĞÜ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Miftah Ali MOHAMMED

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Selçuk KOÇ

KOCAELİ 2016

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSADİ GELİŞME VE ULUSLARARASI İKTİSAT BİLİM DALI

AFRİKA ÜLKELERİNİN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜĞÜ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Tezi hazırlayan: Miftah Ali MOHAMMED

Tezin Kabul Edildiği Yönetim Kurulu Karar ve No: 2016/19

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Selçuk KOÇ

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Gülten DURSUN

Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Selin ÖZDEMİR

KOCAELİ 2016

ÖNSÖZ

Bu çalışma surecinde her ihtiyacım olduğu an her turlu bilgisini benimle paylaşarak benden hiçbir desteğini esirgemeyen tez danışmanım Doç. Dr. Selçuk KOÇ'a teşekkür ederim. Çalışmamın analiz kısmında görüşlerini ve yardımlarını paylaşan ve yol gösteren Yrd. Doç. Dr. Selin ÖZDEMİR'e teşekkürü bir borç bilirim.

Tez sürecimle ilgilenen ve desteklerini esirgemeyen başta Prof. Dr. Yusuf BAYRAKTUTAN olmak üzere tüm Kocaeli Üniversitesi iktisat bölümü hocalarıma şükranlarımı sunarım.

Türkiye'ye gelip okuma fırsatı bana sunan Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığına sağlamış oldukları fırsat ve destek için teşekkür ederim. Çalışmalarım boyunca maddi manevi destekleriyle beni hiçbir zaman yalnız bırakmayan aileme de teşekkürlerim sonsuzdur.

Miftah Ali MOHAMMED

KOCAELİ, Eylül 2016

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ i
KISITLAMALAR vi
TABLOLAR LİSTESİ viii
GRAFİKLER LİSTESİ viii
ÖZET xi
ABSTRACT xii
GİRİŞ 1
BİRİNCİ BÖLÜM 3
KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜK KAVRAMI VE TEORİLER 3
1. ULUSLARARASI TİCARET VE KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜK 3
1.1. Mutlak Üstünlük Teorisi 3
1.2. Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi 4
1.3. Heckscher-Ohlin Modeli 5
1.4. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (RCA) Endeksleri 6
1.4.1. Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi 6
1.4.2. Vollrath'ın Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi 9
1.4.3. Net Ticaret Endeksi 10
1.4.4. İhracat Uzmanlaşma Oranı 10
1.4.5. İhracat-İthalat Oranı Endeksi 11
1.4.6. Simetrik Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (RSCA) 12
1.4.7. Michaely Endeksi 13
1.4.8. Logaritmik Balassa Endeksi (lnRCA) 14
1.4.9. Ayarlanmış Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi (adjRCA) 14
1.5. Karşılaştırmalı Üstünlük Kavramı İle İlgili Diğer Teoriler 15
1.6. Literatür Taraması 16
1.6.1. Tarım Sektörünü Ele Alan Çalışmalar 16
1.6.2. Sanayi ve Teknolojiyi Ele Alan Çalışmalar 19
1.6.3. Hizmet Sektörünü Ele Alan Çalışmalar 20
1.6.4. Genel İhracatı Ele Alan Çalışmalar 21
İKİNCİ BÖLÜM 23
AFRİKA ÜLKELERİNİN DIŞ TİCARETİ 23

2. AFRİKA VE AFRİKA ÜLKELERİNİN DIŞ TİCARET PERFORMANSI.....23
2.1. Cezayir ve Ticari Performansı 26
2.2. Botsvana ve Ticari Performansı 28
2.3. Kamerun ve Ticari Performansı 29
2.4. Fildişi Sahili ve Ticari Performansı 31
2.5. Mısır ve Ticari Performansı 33
2.6. Etiyopya ve Ticari Performansı 34
2.7. Gana ve Ticari Performansı 36
2.8. Kenya ve Ticari Performansı 38
2.9. Madagaskar ve Ticari Performansı 39
2.10. Malavi ve Ticari Performansı 41
2.11. Fas ve Ticari Performansı 42
2.12. Mozambik ve Ticari Performansı 44
2.13. Namibya Ticari Performansı 45
2.14. Nijer ve Ticari Performansı 47
2.15. Nijerya ve Ticari Performansı 48
2.16. Senegal Ticari Performansı 49
2.17. Güney Afrika ve Ticari Performansı 51
2.18. Togo ve Ticari Performansı 52
2.19. Tunus ve Ticari Performansı 54
2.20. Uganda ve Ticari Performansı 55
2.21. Zambiya ve Ticari Performansı 57
2.22. Zimbabve ve Ticari Performansı 58
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM 61
VERİ TOPLAMA VE ÖNGÖRÜ TEKNİKLERİ 62
3. AFRİKA ÜLKELERİN KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜK ANALİZİ 62
3.1. Veri ve Yöntem 62
3.1.1. Korelogram: Birim Kök Testi 63
3.1.2. ARMA Modeli 64
3.1.3. ARCH Etkisi Testi.....65
3.2. Ülkelerin Genel Analizi 66
3.3. Ürün Kategorisine Göre Analiz 69

3.3.1. Tarım 69
3.3.1.1. Yüksek Gelirli Ülkeler 69
3.3.1.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler 70
3.3.1.3. Orta Gelirli Ülkeler 71
3.3.1.4. Düşük Gelirli Ülkeler 71
3.3.2. Gıda 72
3.3.2.1. Yüksek Gelirli Ülkeler 72
3.3.2.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler 73
3.3.2.3. Orta Gelirli Ülkeler 73
3.3.2.4. Düşük Gelirli Ülkeler 74
3.3.3. Madencilik 75
3.3.3.1. Yüksek Gelirli Ülkeler 75
3.3.3.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler 76
3.3.3.3. Orta Gelirli Ülkeler 76
3.3.3.4. Düşük Gelirli Ülkeler 77
3.3.4. İmalat 78
3.3.4.1. Yüksek Gelirli Ülkeler 78
3.3.4.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler 78
3.3.4.3. Orta Gelirli Ülkeler 79
3.3.4.4. Düşük Gelirli Ülkeler 80
3.3.5. Demir ve Çelik 80
3.3.5.1. Yüksek Gelirli Ülkeler 80
3.3.5.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler 81
3.3.5.3. Orta Gelirli Ülkeler 82
3.3.5.4. Düşük Gelirli Ülkeler 82
3.3.6. Kimyasallar 83
3.3.6.1. Yüksek Gelirli Ülkeler 83
3.3.6.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler 84
3.3.6.3. Orta Gelirli Ülkeler 84
3.3.6.4. Düşük Gelirli Ülkeler 85
3.3.7. Makine ve Ulaşım 86
3.3.7.1. Yüksek Gelirli Ülkeler 86

3.3.7.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler 86
3.3.7.3. Orta Gelirli Ülkeler 87
3.3.7.4. Düşük Gelirli Ülkeler 88
3.3.8. Ofis ve Telekom 88
3.3.8.1. Yüksek Gelirli Ülkeler 88
3.3.8.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler 89
3.3.8.3. Orta Gelirli Ülkeler 90
3.3.8.4. Düşük Gelirli Ülkeler 90
3.3.9. Otomotiv 90
3.3.9.1. Yüksek Gelirli Ülkeler 90
3.3.9.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler 91
3.3.9.3. Orta Gelirli 92
3.3.9.4. Düşük Gelirli 92
3.3.10. Tekstil 92
3.3.10.1. Yüksek Gelirli 92
3.3.10.2. Üst Orta Gelirli 93
3.3.10.3. Orta Gelirli 94
3.3.10.4. Düşük Gelirli 94
3.4. Analiz Sonuçları 98
SONUÇ 100
KAYNAKÇA 102
EKLER 106
ÖZGEÇMİŞ 132

KISITLAMALAR LİSTESİ

AB:	Avrupa Birliği
ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
ACF:	Otokorelasyon Fonksiyonu (AutoCorrelation Function)
ADF:	Genişletilmiş Dickey Fuller (Augmented Dickey Fuller)
ARCH:	Otoregresif Koşullu Değişen Varyans (Autoregressive Conditional Heteroscedasticity)
ARMA:	Otoregresif Hareketli Ortalama (Autoregressive Moving Average)
BI:	Balassa Endeksi (Balassa Index)
BIC:	Bayes Bilgi Kriteri (Bayessian Information Criterion)
BM:	Birleşmiş Milletler
BRICS:	Brezilya-Rusya-Hindistan-Çin-Güney Afrika
CA:	Karşılaştırmalı Üstünlük (Comparative Advantage)
CIA:	Merkezi İstihbarat Teşkilatı (Central Intelegence Agency)
BDT:	Bağımsız Devletler Topluluğu
COMESA:	Doğu ve Güney Afrika Ortak Pazarı (Common Market for Eastern and Southern Africa)
DYY:	Doğrudan Yabancı Yatırım
DTÖ:	Dünya Ticaret Örgütü
EAC:	Doğu Afrika Topluluğu (East African Community)
EEA:	Etiyopya Ekonomi Kurumu (Ethiopian Economic Association)
EPRDF:	Etiyopya Halkın Devrimci Demokratik Cephesi (Ethiopian People's Revolutionary Democratic Front)
GATT:	Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Antlaşması (General Agreement on Tariffs and Trade)
GSMH:	Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH:	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
HDI:	İnsani Gelişim Endeksi (Human Develeopment Index)
HO:	Heckscher-Ohlin

HS:	Uyumlaştırılmış Sistem (Harmonized System)
IMF:	Uluslararası Para Fonu (International Monetary Fund)
MDGs:	Binyıl Kalkınma Hedefleri (Millenium Development Goals)
MI:	Michaely Endeksi (Michaely Index)
MoFED:	Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı (Etiyopya) (Ministry of Finance and Economic Development)
NBE:	Etiyopya Merkez Bankası (National Bank of Ethiopia)
NET:	Net Ticaret Endeksi
OPEC:	Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü (Organization of the Petroleum Exporting Countries)
PACF:	Kısmi Otokorelasyon Fonksiyonu (Partial AutoRegressive Function)
RC:	Açıklanmış Rekabet Gücü (Revealed Competitiveness)
RCA:	Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (Revealed Comparative Advantage)
RMA:	Göreceli İthalat Avantajı (Realtive Import Advantage)
RMSE:	Ortalama Karekök Hatası (Root Mean Square Error)
RSCA:	Simetrik Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (Revealed Symetric Comparative Advantage)
RTA:	Göreceli Ticaret Avantajı (Relative Trade Advantage)
RXA:	Göreceli İhracat Avantajı (Relative Export Advantage)
SACU:	Güney Afrika Gümrük Birliği (Southern African Customs Union)
SADC:	Güney Afrika Kalkınma Topluluğu (Southern African Development Community)
SNNPR:	Güney Milletler, Milliyetler ve İnsanların Bölgesi (Etiyopya) (Southern Nations, Nationalities, and Peoples' Region)
TÜFE:	Tüketici Fiyat Endeksi
UNDP:	Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (United Nations Development Program)

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Dünya Mal Ticaretinde Büyüme, Bölgesel Olarak, 2012 ve 2013....…….…....24

Tablo 2. Dünya ve Afrika Ticareti, Bölgesel Olarak, 2013 ….…….25

Tablo 3: Seçilmiş 22 Afrika Ülkesinin Ticaret Performansı (2014) ……..60

Tablo 4. Bazı Ürün Gruplarında Seçilmiş Afrika Ülkelerinin 2000 ile 2014 Arası Ortalama Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlüğü ……...……..66

Tablo 5. Bazı Ürün Gruplarında Seçilmiş Afrika Ülkelerinin 2000 ile 2014 Arası Ortalama Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlüğü ……...…….……..……...67

Tablo 6: Korelogram: Tarım İhracatın Birim Kök Testin Sonuçları ……..……...95

Tablo 7: Tarım İhracatın ARMA Tahminleri ……..….95

Tablo 8: Korelogram: İmalat İhracatın Birim Kök Sonuçları ……..…….96

Tablo 9: İmalat İhracatın ARMA Tahminleri ……..…….96

Tablo 10: Tarım İhracatın Dört Yıl Tahmin Sonuçları ……..……...97

Tablo 11: İmalat İhracatın Dört Yıl Tahmin Sonuçları …….……..…..98

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1. Afrika İthalat ve İhracatı (Milyon $) ...……...……..…….... 26

Grafik 2. Cezayir İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……..……..……...……..27

Grafik 3. Botsvana İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……..……..…….29

Grafik 4. Kamerun İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……..……..……...…..…30

Grafik 5. Fildişi Sahili İthalat ve İhracatı (Milyon $) …..……..……..…….32

Grafik 6. Mısır İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……...……...…..…….34

Grafik 7. Etiyopya İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……..……..…….35

Grafik 8. Gana İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……..…….37

Grafik 9. Kenya İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……..……..…….38

Grafik 10. Madagaskar İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……..……..…….40

Grafik 11. Malavi İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……..……....41

Grafik 12. Fas İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……..……..……43

Grafik 13. Mozambik İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……..……..……44

Grafik 14. Namibya İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……..……...……..……46

Grafik 15. Nijer İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……47
Grafik 16. Nijerya İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……...49
Grafik 17. Senegal İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……50
Grafik 18. Güney Afrika İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……52
Grafik 19. Togo İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……...53
Grafik 20. Tunus İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……55
Grafik 21. Uganda İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……56
Grafik 22. Zambiya İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……...58
Grafik 23. Zimbabve İthalat ve İhracatı (Milyon $) ……59
Grafik 24. Yüksek Gelirli Beş Ülkenin Tarım Ürünleri İhracatında RCA ……70
Grafik 25. Üst Orta Gelirli Beş Ülkenin Tarım Ürünleri İhracatında RCA.....……..70
Grafik 26. Orta Gelirli Altı Ülkenin Tarım Ürünleri İhracatında RCA ……71
Grafik 27. Düşük Gelirli Beş Ülkenin Tarım Ürünleri İhracatında RCA ……72
Grafik 28. Yüksek Gelirli Beş Ülkenin Gıda Ürünleri İhracatında RCA ……72
Grafik 29. Üst Orta Gelirli Beş Ülkenin Gıda Ürünleri İhracatında RCA ……..73
Grafik 30. Orta Gelirli Altı Ülkenin Gıda Ürünleri İhracatında RCA ……74
Grafik 31. Düşük Gelirli Altı Ülkenin Gıda Ürünleri İhracatında RCA ……74
Grafik 32. Yüksek Gelirli Beş Ülkenin Madencilik Ürünleri İhracatında RCA ……75
Grafik 33. Üst Orta Gelirli Beş Ülkenin Madencilik Ürünleri İhracatında RCA ……76
Grafik 34. Orta Gelirli Altı Ülkenin Madencilik Ürünleri İhracatında RCA ……77
Grafik 35. Düşük Gelirli Altı Ülkenin Madencilik Ürünleri İhracatında RCA ……77
Grafik 36. Yüksek Gelirli Beş Ülkenin İmalat Ürünleri İhracatında RCA ……78
Grafik 37. Üst Orta Gelirli Beş Ülkenin İmalat Ürünleri İhracatında RCA ……79
Grafik 38. Orta Gelirli Altı Ülkenin İmalat Ürünleri İhracatında RCA ……79
Grafik 39. Düşük Gelirli Altı Ülkenin İmalat Ürünleri İhracatında RCA ……80
Grafik 40. Yüksek Gelirli Beş Ülkenin Demir ve Çelik Ürünleri İhracatında RCA ……81
Grafik 41. Üst Orta Gelirli Beş Ülkenin Demir ve Çelik Ürünleri İhracatında RCA ..…81
Grafik 42. Orta Gelirli Altı Ülkenin Demir ve Çelik Ürünleri İhracatında RCA ...……82
Grafik 43. Düşük Gelirli İki Ülkenin Demir ve Çelik Ürünleri İhracatında RCA ……83

Grafik 44. Yüksek Gelirli Beş Ülkenin Kimyasal Ürünleri İhracatında RCA …..…...….84
Grafik 45. Üst Orta Gelirli Dört Ülkenin Kimyasal Ürünleri İhracatında RCA …...…….84
Grafik 46. Orta Gelirli Altı Ülkenin Kimyasal Ürünleri İhracatında RCA …..…….85
Grafik 47. Düşük Gelirli Beş Ülkenin Kimyasal Ürünleri İhracatında RCA ….……..….85
Grafik 48. Yüksek Gelirli Dört Ülkenin Makine ve Ulaşım Ürünleri İhracatında RCA ...86
Grafik 49. Üst Orta Gelirli Dört Ülkenin Makine ve Ulaşım Ürünleri İhracatında RCA...87
Grafik 50. Orta Gelirli Altı Ülkenin Makine ve Ulaşım Ürünleri İhracatında RCA ……..87
Grafik 51. Düşük Gelirli Beş Ülkenin Makine ve Ulaşım Ürünleri İhracatında RCA …...88
Grafik 52. Yüksek Gelirli Dört Ülkenin Ofis ve Telekom Ürünleri İhracatında RCA 89
Grafik 53. Üst Orta Gelirli İki Ülkenin Ofis ve Telekom Ürünleri İhracatında RCA ….....89
Grafik 54. Orta Gelirli Dört Ülkenin Ofis ve Telekom Ürünleri İhracatında RCA.……...90
Grafik 55. Yüksek Gelirli Dört Ülkenin Otomotiv Ürünleri İhracatında RCA ……91
Grafik 56. Üst Orta Gelirli İki Ülkenin Otomotiv Ürünleri İhracatında RCA ……..…...91
Grafik 57. Orta Gelirli Beş Ülkenin Otomotiv Ürünleri İhracatında RCA ……..……..92
Grafik 58. Yüksek Gelirli Dört Ülkenin Tekstil Ürünleri İhracatında RCA.…….93
Grafik 59. Üst Orta Gelirli Üç Ülkenin Tekstil Ürünleri İhracatında RCA …..……93
Grafik 60. Orta Gelirli Dört Ülkenin Tekstil Ürünleri İhracatında RCA ……..…..…...94
Grafik 61. Düşük Gelirli Beş Ülkenin Tekstil Ürünleri İhracatında RCA ……....94

ÖZET

Bu çalışma 2000 ile 2014 arası zamanı kapsayan bir süre için seçilmiş 22 Afrika ülkesinin toplam dünya ihracatına nazaran açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünü incelemiştir. Çalışmanın temel amaçları bazı seçilmiş ihracat ürünleri gruplarında ülkelerin ihracatta rekabet gücünü analiz etmek, ülkelerin dünya pazarında gösterdiği performansı anlamak ve karşılaştırmalı üstünlük kazanımlarının trendinin 15 yıllık süre içinde nasıl değiştiğini görmektir. Analizde kullanılan yöntem 1965 yıllında Balassa tarafından ileri sürülen açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksidir. Ayrıca, seçilmiş beş ülkenin tarım ve imalat ürünleri için ARMA modeli kullanılarak gelecek dört yılın öngörüsü yapılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre birincil ürünlerin ihracat grubunda karşılaştırmalı üstünlüğü olsa bile sanayi ve yüksek teknoloji ürünlerin ihracatına geçişi zor görünmektedir. Nitekim bu kategorilerde neredeyse ele alınan tüm gelişmekte olan ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüğü çok düşüktür. Ülkeler mümkün olan her şekilde avantajların kaynağını denge etmeye yönelik çalışmalarını sürdürmelidir.

Anahtar Kelimeler: Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi; ARMA; Afrika; Gelişmekte Olan Ülkeler

ABSTRACT

This paper investigates the revealed comparative advantage of selected twenty two African countries in relation to the world export in total for a period spanning from 2000 to 2014. The main aims of the study are analyzing the export competitiveness of countries for selected groups of export products, to understand how these countries are performing in the world market and see how the trend of comparative advantage gains changed over the period of 15 years. The methodology employed in the analysis is the renowned revealed comparative advantage index which was proposed by Bella Balassa in 1965. Moreover, the forecasted value of agricultural and manufacturing products for selected five African countries has been computed using ARMA model. According to the results of the study, even though there has been a comparative advantage in the primary products export group, it seems insurmountable to transform to other manufacturing and high technology products export. Thus, comparative advantage in these categories for almost all of the developing countries under consideration is very low. Effort should be channeled to balancing the sources of the advantage in any way possible.

***Key Words*:** Balassa's revealed comparative advantage index; ARMA; Africa; Developing Countries

GİRİŞ

Serbest ticaret, ülke içinde yasayan insanların refah kaynağı olarak gündeme taşınması ekonomi biliminin kurucusu olan Adam Smith zamanında başlamıştır. 1776'de yayımladığı "Ulusların Zenginliği" kitabında serbest ticareti detaylı bir şekilde anlatmıştır. Bu çalışmadan sonra ortaya konulmuş çalışmaları geliştirerek ve yeni perspektifleri üreterek birçok uluslararası ticaret teorileri yazılı hale getirilmiştir. Yeni gelişmiş teorilerde uluslararası ticaretin bileşimleri, nedeni ve sonuçlarını daha iyi açıklayabilme alternatifi sunmaya başarmıştır.

Ticaret teorilerinin büyük ölçüde önemli olmaların sebebi bir ülkenin gelişmesinde bu teorilerin doğru politika önlemlerin alınmasındaki faydalarıdır. Ampirik deneyimlerin detaylı ve dikkatlice incelenmesi ve politikaların dizayn edilmesi çok büyük bir önem taşımaktadır. Özellikle ekonomik olarak gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerin ticaret teorilerine göstermiş olduğu uyum ülkelerin gelişme yolunda kat etikleri yolu önemli derecede etkilemektedir. Dünyanın en yoksul ülkelerin çoğu Afrika kıtasında bulunmaktadır. Bu ülkeler çok düşük yıllık kişi başına düşen gelir, ortalama yaşam süresi, eğitim ve net ihracat hacmi gibi ortak özelliklere sahiptir. Bu bölgenin büyük bir kısmı sömürgecilik, aşiret çatışmaları ve milletler arasında çıkan savaşlarla sarsılmıştır. Ne yazık ki yukarıda sayılan özellikler Afrika kıtası için sıradan hale gelmiş ve sorunların çözülmesi büyük çabalar gerektirmiştir.

Bu anlamda uluslararası ticarette etkinliğin göstergesi kabul edilebilecek açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük (RCA) çalışmaların belirli bir ülkenin ya da ülke guruplarının uluslararası piyasada nasıl işlediğini göstermesi beklenilmektedir. RCA literatüründe incelendiğinde özellikle Afrika ülkelerini kapsayan çalışmaların sınırlı sayıda ve belli ülkelere yoğunlaştığı görülmektedir. Özellikle Afrika'yı inceleyen çalışmalarda ele alınan ülke sayısının 20'i geçen ülkenin olmadığı görülmüştür.

Ülkelerin gelişmişlik düzeyleri ülkeden ülkeye zamandan zamana farklılıklar göstermektedir. Bazı ülkeler ekonomik gelişimleri konusunda hızlı bir şekilde yol alarak bir üst kategoriye geçerken bazı ülkeler ise genel bir ekonomik daralma ya da hızlı ilerlememe sonucunda bir alt kategoride yer alan ülkeler grubun içinde yer almıştır. Bu

ülkelere örnek olarak Güney Kore ve Arjantin verilebilir. Ülkelerin tecrübelerinden faydalanmak doğru yapılan işlerinin geliştirerek tekrarlanması, bu konulara odaklanması, ülkeleri gelişmiş ülkelere bir adım daha yaklaştıracaktır. Bu nedenle çalışma uzun dönemi ele alarak bölgede yaşanan açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük değişimleri analiz etmiştir. On beş yıllık zaman ülkelerin ticaretten ne kadar faydalandığını ve hangi ülkeler düşük değerli tarım ürünlerin üretiminden yüksek değerli ürünlerin üretimine geçme dönüşümünde olduklarını göstermede yeterli sayılmaktadır.[1]

Nitekim bu çalışmanın sonucunda Afrika ülkelerin birincil sektörde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükleri azalması beklenirken başka sektörlerde üstünlüğün artması düşünülmektedir. Başka bir değişle, tarım sektöründen sanayi sektörüne dönüşüm yaşandığı beklenilmektedir. Bu nedenle bu çalışmanın amacı seçilmiş bazı Afrika ülkelerinin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünü on beş yıllık zaman uzunluğunda 2000'den 2014'e kadar analize etmektir. Ayrıca açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükte gözlemlenen değişimleri göstermek için sonuç olarak da politika inşa edilmesinde kullanılması amaçlanmaktadır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde uluslararası ticaretin tarihi ve karşılaştırmalı üstünlüğün gelişinden itibaren ortaya çıkan teorileri ele alınmıştır. Ayrıca özel olarak açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü inceleyen geçmiş teorik çalışmaları, çalışmanın farkını ortaya koymak için kullanılmıştır. İkinci bölümde seçilmiş Afrika ülkelerin genel ekonomi performansı ve dış ticaret analizi yapılmıştır. Son bölümde ise ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüğünü hesaplamak için kullanılan Balassa endeksi ve öngörü yapmak için önemli olan testlere yer verilmiştir.

[1] İklim veri kılavuzu: Trend Analizi (t.y.). Erişim: 25 Kasım 2015, https://climatedataguide.ucar.edu/climate-data-tools-and-analysis/trend-analysis

BİRİNCİ BÖLÜM

KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜK KAVRAMI VE TEORİLER

Bu bölümde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü konu alan ya da gelişmesine katkı sağlayan teoriler yer almaktadır. Adam Smith'in geliştirdiği mutlak üstünlük teorisinden başlayarak RCA ile ilgili teoriler dahil edilmiştir. Ayrıca RCA'nin gerçek hayattaki önemini inceleyen çalışmalar da analize edilmiştir.

1. ULUSLARARASI TİCARET VE KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜK

Uluslararası ticaret, hiç bir ülkenin ihtiyaç duyduğu tüm mal ve hizmetlere sahip olamaması nedeniyle ortaya çıkmıştır. Uluslararası ticaret yaparak ülkeler yaşam kalitelerini artırmak isterler. Uluslararası ticaret ülkeler arasında malların fiziki hareketi ya da ekonomik kaynakların değişimi olarak tanımlanabilmektedir (Krugman ve Obstfeld, 2005: s. 47). Bu çerçevede ortaya atılan bir tanesinde karşılaştırmalı üstünlük teorisidir.

Bu bölümde temeli David Ricardo'nun teorisine dayanan karşılaştırmalı üstünlükler teorileri beş ana başlık altında toplanmıştır.

1.1. Mutlak Üstünlük Teorisi

Zamanla, uluslar arasındaki ticaret etkileşimlerini açıklamak için birçok teori geliştirilmiştir. Dünya ticaretinde büyük derecede etkisi olan ilk teori aynı zamanda iktisat biliminde kurucusu olan Adam Smith tarafından Ulusların Zenginliği kitabında 1776 yılında yayımlanmıştır. Bu eseri ihracatın ithalattan fazlalık oluşmasını sağlayan ticaretin ayarlanmasını savunan Merkantilistlere karşı çıkan bir teori mahiyetindedir. Smith'in açıklamasına göre, bir ülke, bir malın üretiminde başka bir ülkeye karşı daha az maliyetle üretiyor (veya bu mal üzerinde mutlak bir üstünlüğe sahip) ise ancak ikinci mal üretiminde diğer ülkeye göre daha az verimli ise (veya diğer ülkeye göre mutlak üstünlüğü var) ise, o zaman her iki ülke mutlak üstünlüğün olduğu mal üretiminde uzmanlaşması ve mutlak üstünlüğün olmadığı malda diğer ülke ile üretiminin bir kısmını ihraç ederek ticaret yapması her ülkenin uluslararası ticaretinde kazanç elde etmesine sebep olabilmektedir (Seyidoğlu, 2009: 18).

Adam Smith'in geliştirdiği mutlak üstünlükler teorisi merkantilizme karşı çok anlamlı ve önemli bir eleştiri olmakla beraber, iki ülkeden birinin her iki malin üretiminde mutlak üstünlüğe sahip olması olasılığını tümüyle ihmal ettiği için yetersiz bir analizdir (Ünsal, 2005: 7).

1.2. Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi

Smith'in teorisinin bir gelişimi olarak, 1817'de David Ricardo tarafından geliştirilen "Ekonomi Politiğin ve Vergilendirmenin İlkeleri" başlıklı eserinde karşılaştırmalı üstünlük teorisini ortaya atmıştır. Ricardo'ya göre, her ülkenin üretim maliyetinin daha düşük-emek verimliğinin daha yüksek ve fırsat maliyetinin daha düşük olduğu malın üretiminde ihtisaslaşması, her ülkede tüketimin-refahın artmasına yol açacaktır (Ünsal, 2005: 22).

Ricardo'nun teorisi Portekiz ve ABD peynir ve kumaş üretimi açısından karşılaştırıldığı bir örnek tarafından desteklenmiştir. Verilen örneğe göre, her iki mal için üretilen çıktı birim başına daha az çalışma saati gerektiğinden Portekiz, hem peynir hem de kumaş üretiminde mutlak üstünlüğe sahiptir. Ancak, malları üretmenin yarattığı fırsat maliyetleri iki ülke arasında farklıdır. Ricardo'nun teorisi, her mal üretiminde ortaya çıkan fırsat maliyetlerini, her ülke için hesaplanması gerektiğini işaret etmiştir. Özellikle, bir malın üretiminde uygulanan kaynaklar arasındaki değiş tokuş ve diğer mal üretmek için kullanılmış olabilecek kaynaklar dikkate alınmalıdır (Krugman ve Obstfeld, 2005: 24). Sonuç olarak, Portekiz, peynir üretiminde uzmanlaşarak ABD'ye peyniri ihracat etmesi daha büyük refah düzeyine taşırken ABD ise kumaş üretiminde uzmanlaşarak Portekiz'e kumaşı ihracat etmesi yine daha yüksek refah düzeyine ulaşmasına sebep olmaktadır.

Bu teori genellikle üretimin karşılaştırmalı üstünlüğü uygulanmakta olan uzmanlaşma tekniğinden kaynaklandığını belirtmektedir. Ayrıca uluslararası ticaret için daha uygulanabilir ve kesin analizi sağlamaya başarmıştır.

Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlük teorisinde, ana odak noktası olarak fiziksel ve doğal etkilere atfedilmiştir (Erkan, 2009: 2). Ancak Ricardo'dan sonra gelen ekonomistler faktör donanım, teknoloji ve beşeri faktörlerine daha fazla önem vermişlerdir.

Ricardo'nun öncülük ettiği teorik gelişme John Stewart Mill, Alfred Marshall, Heckscher-Ohlin gibi iktisatçılar ve bazı modern iktisatçılar aracılığıyla devam ettirilmiştir.

1.3. Heckscher-Ohlin Modeli

Faktör maliyetlerin farklılıklarını kullanan ilk ekonomik teorileri Heckscher (1919) ve Ohlin (1933) tarafından geliştirilmiştir. Bu teori, ulusların sahip olduğu karşılaştırmalı üstünlüğün nedenini incelemeye ve analiz etmeyi amaçlar. Ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğü ülkedeki faktör donanımı bakımından farklılıkların sonucu olduğunu belirtmektedir. Bir ülke hangi üretim faktörüne zengin olarak sahip ise, üretimi o faktörü yoğun bicimde gerektiren mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder, yani onları daha ucuza üretir ve o alanlarda uzmanlaşır. Diğer bir değişle, eğer bir ülke bol üretim faktörü ile donatılmış ise, o zaman bu ülkenin bol üretim faktörü yoğun mallarını ihraç etmeli ve nispeten kıt üretim faktörün kullanımını gerektiren ürünleri ithal etmelidir (Seyidoğlu, 2009: 64).

Uluslararası ticaretin daha eksiksiz teorilerinin gelişmesinde Ricardo'nun modeli sadece emeği önemli faktör olarak kabul etmiştir. Krugman ve Obstfeld (2005), İsveçli ekonomistler Eli Heckscher ve Bertil Ohlin tarafından 1933 yılında geliştirilmiş olan bu teori birden fazla üretim faktörü göz önüne alarak daha eksiksiz bir şekilde uluslararası pazarda meydana gelen etkileşimleri açıklamada başarılı olduğunu vurgulamışlardır. Heckscher-Ohlin teorisi iki ülkenin olduğu (A ve B), iki üretim faktörün olduğu (emek; L ve sermaye; K olarak ifade edilmiştir) ve iki mal olduğu (emek-yoğun ve sermaye-yoğun mallar) 2 x 2 x 2 modeli olarak adlandırılmıştır. Model, ülkeler faktör bolluk bakımından ve mallar faktör yoğunluğu bakımından farklılık bulunduğunu varsaymaktadır (Boriraj, 2008: 39).

Ancak bu teorinin gerçek dünyada uygulanması, dünya çapında yaşanan gerçeklerle aynı olmadığı belirtilmiştir. H-O teorisi kapsayıcı ve gerçek dünyanın gerçekleri ve ekonomik gelişmeler ile uyumlu hale gelmesi için, bazı varsayımların yumuşatılarak uygulanması ve endüstri içi ticaret, eğitim, araştırma ve geliştirme ve beşeri sermaye gibi önemli değişkenlerin dâhil edilmesi gerekmektedir (Erkan, 2009: 5).

Günümüzde, kısıtlı kaynaklara sahip olmalarına rağmen, Japonya gibi ülkeler artan verimlilik sayesinde birçok sektörde karşılaştırmalı üstünlüğü elde etmeye başarmışlardır.

Ayrıca Leontif ABD'nin ithal ve ihraç mallarının emek-sermaye bileşimini kullanarak Heckscher-Ohilin modelinin ilk ampirik testini gerçekleştirmiştir. ABD'nin 1947 yılı verilerine dayanan, 1 milyon dolarlık ihraç ve bir milyon dolarlık ithal ikamesi mal sepetini kullanan bu testin sonuçları 1951'de yayımlandığında Heckscher-Ohilin modelini doğrulamadığı görülmüştür. Nitekim Leontif paradoksu olarak adlandırılan bu sonuçlar, sermaye-zengini ABD'nin, Heckscher-Ohilin modelinde öngörülenin aksine, emek yoğun mallar ihraç edip sermaye-yoğun mallar ithal ettiğini göstermiştir (Bayraktutan, 2015: 70).

1.4. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (RCA) Endeksleri

Bu bölümde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük kavramı ve önceki karşılaştırmalı üstünlük teorilerinde ileri sürülen teorik önerilerin bir ampirik araştırma aracı olarak gelişimini çeşitli ampirik çalışmalarını göz önüne alarak detaylı bir şekilde açıklanacaktır. Bu kapsamda değerlendirebilecek endeksler 8 başlık altında incelenecektir.

1.4.1. Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi

Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğün ilk olarak pratik uygulaması ve geliştirilmesi Balassa (1965) tarafından yapılmış olsa da, ilk defa açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğün kavramını ele almış olan Leisner (1958) olmuştur. Leisner ampirik olarak farklı ülkelerin ihracatını inceleyerek "açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük" için basit bir ölçü önermiştir. Leisner'in önerisinde en önemli unsur bir ülkenin ihracatı güçlü sektörünü ortaya çıkarabildiğini belirtmesidir. Leisner tarafından önerilen açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük ölçüsü (1) nolu denklemde verilmektedir:

$$\mathrm{RCA}_1 = \frac{\mathrm{Xij}}{\mathrm{Xnj}}, \qquad (1)$$

Formülde, X = ihracat i = ülke j = mal (ya da endüstri) n = ülkeler kümesidir.

Analiz belirli bir ürün veya üretim zincirin üzerinde odaklandığı zaman geleneksel uluslararası ticaret teorileri etkileşimleri açıklamada yetersiz kalmaktadır. Analiz bir sektör veya ürün üzerinde odaklandığında ilk olarak 1965 yılında Bela Balassa tarafından önerilen Ricardo'nun teorisinin ilkelerine dayanan RCA kavramını kullanılmasını önerilmiştir. Bu model bir ülke üretimde dolayısıyla ihracatta hangi sektörlerde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu belirlemek için alternatif bir öneri olarak sunulmuştur. Karşılaştırmalı üstünlüğün "açıklanmış" olarak kabul edilmesi zaten gerçekleşmiş ticaret faaliyetlerinden toplanan verilere dayalı olması nedeniyledir. Böylece, açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük olarak adlandırılan endeks hesaplanır ve adı geçen bu endeks toplam dünya pazarında ülkenin ihracat sayıların temsil ediciliği uluslararası ticaretin nisbi ağırlığı ile karşılaştırarak bir ürün için karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığını belirleyecektir (Kayser, 2008: 63). 2. nolu denklem bu endeksin nasıl hesaplandığını göstermektedir:

$$RCA = (X_{ij} / X_j / (X_{iw} / X_w) \quad (2)$$

RCA_{ij} *j* ülkesinin *i* emtiasında Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksidir;

X_{ij} ülke *j* tarafından ihraç edilen *i* emtiası;

$X_{j\,j}$ ülke tarafından ihraç edilen bütün mallar;

X_{iw} dünyada tüm ülkeler tarafından ihraç edilen *i* emtiası;

X_w tüm ülkeler tarafından ihraç edilen tüm malları ifade etmektedir.

Eğer RCA değeri 1'den büyükse, ülke belirli bir üründe açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe dolayısı ile avantaja sahiptir. Ancak endeksin 1'den daha az olması durumunda, ülke değerlendirilen üründe açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip değildir ve dezavantajı konumdadır.

Karşılaştırmalı üstünlüğün kavramı yani ülkeler serbest ticaret şartları altında otarşide karşılaştırmalı üstünlüğü elde ettiği sektörlerde uzmanlaşmayı elde edebilmeleri düşüncesi David Ricardo tarafından öncülük edilmiştir. Otarşi denge fiyatlarının ekonomiye dış etkenlere etkilenmemesi durumudur (Salvatore, 2013: 62). Literatürde

karşılaştırmalı üstünlüğü ampirik olarak ölçmek için en yaygın olarak kullanılan en basit ölçü Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksidir (Leromain ve Gianluca, 2014: 51). Ayrıca Dünya Ticaret Örgütünden ele alınan verinin BI endeksine uygun olması ve sadece ihracat verisi alınması diğer endekslerin göz ardı edilmesine sebep olmuştur.

İdeal olarak, karşılaştırmalı üstünlük (CA) ölçümleri, otarşi olarak bilinen bir hipotetik ticaret öncesi ortamında bölgesel veya ülkeler arası farklılıklarını yansıtmalıdır. Gerçekte, tüm ülkelerin uluslararası ticarete belli bir düzeyde etkilendiğinden otarşide "gerçek" karşılaştırmalı üstünlük doğrudan gözlenememektedir. Bu nedenle Bela Balassa otarşide karşılaştırmalı üstünlüğün yakın değerin tahmin edilmesi için bir yol olarak "Açıklanmış Karşılaştırmalı Avantaj" (RCA) kavramını ortaya koymuştur. RCA kavramı, belirli emtia kategorisinde münferit ülkelerin göreli ticaret performansları ile ilgilidir. Ticaretin emtia kalıbı göreceli maliyetlerde ve hem fiyat dışı faktörlerdeki ülkeler arası farklılıklarını yansıtması varsayımıyla, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi ticaret yapan ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüğünü ortaya çıkarması beklenmektedir. Eğer ticaret performansı karşılaştırmalı üstünlük ile belirlenebilirse ticaret performansının doğrudan gözlemleri karşılaştırmalı üstünlüğü "açığa vurması" gerekmektedir. Üretim veya ihracat sübvansiyonlarını dikkate almadan, belirli bir emtiada bir ülkenin göreceli ticaret performansı güçlü ise, o malın üretimindeki karşılaştırmalı üstünlüğü büyüktür. Bu durumun olasılığı neredeyse kesinlikle ticaretin serbestleştirilmesindeki son eğilimler ile güçlendirilmiştir (Balassa,1977: 332).

Grater (2014:280) küresel değer zincirlerinin yeni fenomenin eşzamanlısı olarak çift sayma sorunu yani çok büyük miktarda ara malların ithal edilip aynı zamanda yeniden ihraç edilmesi konusunu tartışırken, RCA ölçüleri bir ülkenin gerçek performansını yansıtmayacağını küçümseyebilmekte veya abartabileceğini belirtmiştir.

Laursen (2015:101) çalışmasında RCA rekabet ölçüsü değil de ülkelerin hangi sektörlerde uzmanlaşması gerektiğini gösteren uzmanlık ölçüsü olduğunu ifade etmektedir. Laursen RCA modelinin ekonomi performansı ne olursa olsun, göreceli gücünün bir ölçüsü olduğunu işaret etmiştir. Yani mutlak performans göstergesi değildir;

ekonomi performansın iyi ya da kötü olması açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endekslerin değerini ancak göreceli olarak değiştirebildiğini ifade etmiştir.

1.4.2. Vollrath'ın Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi

Vollrath (1991:276) Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi ülke *j*'nin *i* mal ihracatı *i* malın dünya ihracatından ya da dünya toplam ihracatından hariç tutulmadığından çift sayma sorunu olduğunu işaret etmiştir. Vollrath ülkenin açıklanmış rekabet gücünü dört ölçü, yani göreli ihracat avantajı (RXA) endeksi, nispi ithalat avantajı (RMA) endeksi, nisbi ticaret avantajı (RTA) endeksi ve açıklanmış rekabet gücü (RC) endeksi yönünden açıklamıştır. RC endeksi çift sayma sorununu gidermektedir. Çünkü endeks ülkenin belirli mal ihracatın veya ithalatın payını sadece o malın ihracatını ya da ithalatını değil, bütün mal ticaretini hesaba katmaktadır. RXA_{ij} ülke *j*'nin *i* malındaki nisbi ihracat avantajıdır; RMA_{ij} ülke *j*'nin *i* malındaki nisbi ithalat avantajıdır; RTA_{ij} ülke *j*'nin *i* malındaki nisbi ticaret avantajıdır; RC_{ij} ülke *j*'nin *i* malındaki açıklanmış rekabet gücü endeksidir. Bu endeksler 3, 4, 5 ve 6. nolu eşitlikteki gibi hesaplanır.

$$RXA_{ij} = (X_{ij}/X_{nj})/ (X_{ir}/X_{nr}) \quad (3)$$

$$RMA_{ij} = (M_{ij}/Mnj)/ (M_{ir}/M_{nr}) \quad (4)$$

$$RTA_{ij} = RXA_{ij} - RMA_{ij} \quad (5)$$

$$RC_{ij} = \text{Ln}\ (RXA_{ij}) - \text{Ln}\ (RMA_{ij}) \quad (6)$$

Förmüllerde; X*ij;* ülke *j*'nin *i* mal ihracatıdır; X*nj* ; ülke *j*'nin *i* mal dışındaki bütün malların ihracatıdır; X*ir;* ülke *j* dışında dünyada bütün ülkelerin *i* mal ihracatıdır; X*nr;* ülke *j* dışında dünyada bütün ülkelerin *i* mal hariç bütün malların ihracatıdır; M*ij;* ülke *j*'nin *i* mal ithalatıdır; M*nj;* ülke *j*'nin *i* mal dışındaki bütün malların ithalatıdır; M*ir;* ülke *j* dışında dünyada bütün ülkelerin *i* mal ithalatıdır; M*nr;* ülke *j* dışında dünyada bütün ülkelerin *i* mal hariç bütün malların ithalatıdır ve ln; doğal logaritmadır.

RXA*ij* birden büyük bir değeri varsa, *j* ülkenin *i* mal ihracatında rekabet avantajına sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Aksi halde RXA*ij* birden küçük bir değere sahip ise

rekabet dezavantajı göstermektedir. Eğer RMA*ij*'nin değeri birden düşükse, *j* ülkenin *i* mal ithalatında rekabet avantajına sahip olduğu anlamına gelmektedir. Aksi halde değerin birden büyük olması rekabet dezavantajı işaret etmektedir. Sıfırdan büyük RTA*ij* değeri net rekabet avantajını gösterirken sıfırdan küçük değerler net rekabet dezavantajını işaret etmektedir.

1.4.3. Net Ticaret Endeksi

Net ticaret endeksi (NET), aynı zamanda normalize edilmiş ticaret dengesi olarak da bilinmektedir. NET endüstri-içi ticaret durumunu ve ithalatı ele alarak 'ortalama olarak' karşılaştırmalı üstünlüğün 'gerçek' göstergesidir (Amighini, 2005: 211). Endeks -1 ile 1 arasında değişmektedir: 1 saf ihracatı ve yüksek karşılaştırmalı üstünlüğü işaret etmektedir; -1 Saf ithalatı ve yüksek dezavantajı göstermektedir; 0 dengeli ticareti veya maksimum endüstri içi ticaret olduğunu göstermektedir. Endeks ülke *i*'den *k* ürününün net ihracatı ülke *i*'den *k* ürünün ticari akımlarının toplamı ile bölünerek hesaplanabilmektedir:

$$\text{NET} = \frac{X_{ik}^{t} + M_{ik}^{t}}{X_{ik}^{t} - M_{ik}^{t}} \qquad (7)$$

formülde *i* = ülke, *k* = ürünü ifade etmektedir.

Ürün düzeyinde hesaplanan NET'ler bir ülkenin net ticaret pozisyonunu göstermekte ve bu nedenle ülkenin her ürünün saf ya da net ihracatçı veya ithalatçı olup olmadığına bilgi vermektedir. Bu sayede, NET endeksi ihracatın yanı sıra ithalatı da hesaba kattığından dolayı CA'nın daha doğru bir ölçüsü olarak görülmektedir. Pozitif NET değeri ülke malın net ihracatçısı olduğunu göstermektedir. Daha yüksek NET daha yüksek bir CA'ya karşılık gelmektedir. Bu şekilde, NET ülke CA sahibi olup ama aynı ürünlerde yüksek ithalat bağımlılığın olduğu (ve bu nedenle, nispeten düşük bir NET) durumları ayırt edilmesine imkân sağlamaktadır.

1.4.4. İhracat Uzmanlaşma Oranı

İhracat uzmanlaşma oranı sıklıkla RCA endeksi olarak ta yorumlanabilmekte ve belirli bir piyasada odaklanmak için oldukça yararlıdır. RCA endeksine hafif bir değişiklik yapılması belirli bir pazar(lar) üzerine odaklanma sağlanması içindir (Erkan, 2009: 15).

Bu endeksin hesaplanmasındaki farklar payda *k* pazarında *j* ürünün ithalat değerlerinin oranı ve bu *k* pazarındaki toplam ithalatlar kullanılmasından kaynaklanmaktadır:

$$\mathrm{RCA}_{ij} = \frac{X_{ij}/X_{it}}{\mathrm{M_{kj}}/\mathrm{M_{kt}}} \quad (8)$$

X_{ij}, X_{it} sırasıyla *i* ülkesinin ihracat değerleri ve *j* ürünün dünya ihracatıdır. M_{kj}, M_{kt} da sırasıyla *i* ülkesinin ithalat değerleri ve *j* ürünün dünya ithalatıdır. (8) nolu denklemdeki endeksi *k* piyasasında karşılaştırmalı üstünlüğü temsil ederken bu endeksin değeri birden küçük olursa karşılaştırmalı dezavantajı ortaya koymaktadır.

1.4.5. İhracat-İthalat Oranı Endeksi

Herhangi bir malda (sektörde), ülkenin ihracat payının, ithalat payına oranını ifade eder ve (9) nolu eşittikleri gibi hesaplanır (Mikic, 2005: 14).

$$\mathrm{RCA}_{kt}^{j} = \frac{X_{kt}^{j}/X_{t}^{j}}{M_{kt}^{j}/M_{t}^{j}} \quad (9)$$

Balassa tarafından geliştirilen endeks, ülkenin belli bir malın (sektörün) dış ticaretine ilişkin ekonomik performansını ve rekabet gücünü ifade eder. Öyle ki; RCA_{kt}^{j}< 1 ise ülke "k" malında (sektöründe) karşılaştırmalı dezavantaja, RCA_{kt}^{j} > 1 ise karşılaştırmalı avantaja sahiptir.

Aynı endeks, logaritmik şekilde de (10) nolu eşitlikte ifade edilebilir:

$$\ln\mathrm{RCA}_{kt}^{j} = ln\ \frac{X_{kt}^{j}/X_{t}^{j}}{M_{kt}^{j}/M_{t}^{j}} \quad (10)$$

Bu durumda, pozitif endeks rekabet avantajını, negatif endeks de rekabet dezavantajını ifade etmektedir. Bununla birlikte;

$\ln\mathrm{RCA}_{kt}^{j}$> 0,50 ⇒Rekabet gücü yüksektir.

$\ln\mathrm{RCA}_{kt}^{j}$< -0,50 ⇒Rekabet gücü düşüktür.

$0.50 > \ln RCA_{kt}^{j} > -0{,}50 \Rightarrow$Rekabet gücü marjinaldır.

lnRCA endeksinin hesaplaşması kolay olmasına rağmen bazı zayıf yönleri bulunmaktadır: Bunlar;

I. İlgili mala ilişkin ithalatın olmaması durumunda endeks değeri tanımsız olmaktadır.

II. Yalnız ihracat ve ithalat büyüklüklerine göre bir değerlendirme olarak ele alınan bir yaklaşımdan elde edilen sonuçlar dinamik ve karmaşık bir yapıya sahip olan rekabeti ölçmede yetersiz kalmaktadır. Bunun bir kanıtı olarak da, yapılan araştırmalarda söz konusu endeksle birlikte değişik yöntemlerin kullanılıyor olması olarak gösterilebilir.

III. Mevcut endeks korumasız ekonomik ortamda (serbest dış ticaret) geçerlidir. Ancak, mal ve hizmetlerin akışında devletlerin özendirici ya da caydırıcı yönde müdahalelerinin olmaması şeklinde tanımlanabilecek olan serbest ticaret, dünya ekonomi tarihinde bilinen ve kabul edilen tüm avantajlarına rağmen hala geçerlidir (Erkan, 2009: 16).

1.4.6. Simetrik Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (RSCA)

Önceki bölümlerde bahsedildiği üzere, RCA endeksi 0 ile 1 arasındaysa uzmanlaşma olmadığı, 1'den büyük değeri alıyorsa uzmanlaşmadan söz edilmektedir. Söz konusu endeks bu şekliyle asimetriktir. Daha büyük değerler, uzmanlaşma derecesini açıklamak için uygulanan ekonometrik modellerde ampirik tahminleri kaçınılmaz şekilde bozmaktadır. Laursen'e (1986) göre, RCA endeksi eğer ekonometrik analizlerde kullanılacaksa, simetrik versiyonu yer almalıdır. Bu nedenle Laursen, Balassa endeksini "Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi (RSCA)" ne dönüştürmeyi önermiştir. Buna göre söz konusu yeni endeks;

$$\text{RSCA} = \frac{RCA-1}{RCA+1} \qquad (11)$$

RSCA (Simetrik RCA), -1 ile +1 arasında yer alır. Pozitif rakamlar uzmanlaşmayı (açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükleri) işaret ederken negatif rakamlar ise ilgili malda (sektörde) ülkenin uzmanlaşma sağlayamadığını (açıklanmış karşılaştırmalı dezavantajı) göstermektedir (Du Bois, 2007: 11).

Simetrik RCA ile ilgili bir formül de Hariolf Grupp (1994) tarafından ortaya koyulmuştur. Buna göre RSCA;

$$\text{RSCA} = \left[\frac{RCA^2-1}{RCA^2+1}\right] \times 100 \qquad (12)$$

şeklinde hesaplanabilir (Laursen, 2000: 3).

1.4.7. Michaely Endeksi

Simetrik RCA ile benzer bir şekilde -1 ile +1 arasında değer alan, ülkenin ihracat ve ithalat mal kompozisyonunun ne kadar benzer olduğunu gösteren Michaely endeksi ve her bir ülkenin uzmanlaşmasının ne kadar güçlü olduğunu gösteren x^2 endeksi de bulunmaktadır.

$$\text{MI}_k^j = X_k^j \frac{\sum X_k^j - M_k^j}{\sum M_k^j} \qquad (13)$$

şeklinde gösterilen Michaely endeksi ne kadar büyük değer alırsa, ülkenin ihracat ve ithalat mal kompozisyonun o kadar az benzer olduğu söylenebilir. Endeksin sıfır değerini alması ise, ülkenin ihracat ve ithalat mal kompozisyonu arasında tam bir benzerlik bulunmaktadır. RSCA ile kıyaslandığında; Michaely endeksi, ilgili sektördeki nispi net ihracatı ölçmektedir. Bununla birlikte, Michaely Endeksinde endüstri-içi ticaret önem arz etmektedir (Michaely, 1962: 48).

Endüstri-içi ticaret diğer sektörlerdeki firmaların sadece yurt içinde değil, aynı zamanda ithalat yoluyla ekipman satın almaları durumundan kaynaklandığında ise, Michaely endeksi sektörde, ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğünü düşük tahmin eder.

$$x^2 = \frac{\left[\left(x_k^j \Big/ \sum x_k^j\right) - \left(\sum x_k^j \Big/ \sum\sum x_k^j\right)\right]^2}{\sum x_k^j \Big/ \sum\sum x_k^j} \qquad (14)$$

şeklinde gösterilen x^2 Endeks değeri sıfır ile sonsuz arasında yer alır (dünyada sadece bir ülke olduğunda endeks sıfır değerini alır). Ülke dünyadan (bölgeden) ne kadar farklıysa, değer o kadar büyük çıkmaktadır. Dünyayla aynı olan benzerlik durumunda $x^2 = 0$ olur. RSCA ile karşılaştırıldığında; örneğin, bir mal toplam ihracatta önemli bir yüzde oluşturduğunda, çok yüksek değer ortaya çıkaran bir dezavantaja sahiptir. x^2, malın ihracat

payına karşı çok duyarlıdır (en küçük değer ile en yüksek değer arasındaki farklara bakıldığında; örneğin, x^2'de 460 kat, RSCA'da ise sadece 12 kat fark bulunmaktadır). Sonuç olarak; RSCA'nın, karşılaştırmalı üstünlük derecesi için daha iyi bir ölçüm ifade ettiği söylenmesi mümkündür (Erkan, 2009: 11).

1.4.8. Logaritmik Balassa Endeksi (lnRCA)

Açıklanmış rekabet gücü endeksinin logaritmik form da, avantaj ölçütünün orijinal halini simetriğe dönüştürmektir.

$$\ln RCA^{j}_{kt} = \ln \frac{X^{j}_{kt} / X^{j}_{t}}{X^{w}_{kt} / X^{w}_{t}} \qquad (15)$$

Söz konusu endekse göre; $\ln RCA^{j}_{kt} > 0$ ⇒Ülke *k* malında uzmanlaşmıştır ve ülkenin söz konusu malda ticaret performansı yüksektir.

$\ln RCA^{j}_{kt} < 0$ ⇒Ülke *k* malında (sektöründe) uzmanlaşmamıştır.

$\ln RCA^{j}_{kt} = 0$ ⇒Ülkenin *k* malında (sektöründe) uzmanlaşması dünya ile aynıdır (Yılmaz, 2005: 78).

1.4.9. Ayarlanmış Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi (adjRCA)

Yerli paranın aşırı değerlenmesi ve ticaret engellerinin etkilerini ortadan kaldırmak için ayarlanmış açıklanmış üstünlük katsayısını (adjRCA) hesaplanabilmektedir (Dragutinovic, 2001: 17).

$$adjRCA^{j}_{kt} = \frac{cX^{j}_{kt} - M^{j}_{kt}}{cX^{j}_{kt} + M^{j}_{kt}} \qquad (16)$$

Formülde yer alan c: Her yıl için hesaplanacak Toplam ithalat / Toplam ihracat oranıdır ve bir yıl içinde sabittir. Net ticaret endeksinde olduğu gibi, burada da adjRCA değeri birden büyük ise sonuç karşılaştırmalı üstünlüğü, sonuç birden küçük ise karşılaştırmalı dezavantajı ifade etmektedir.

1.5. Karşılaştırmalı Üstünlük Kavramı İle İlgili Diğer Teoriler

Bazı uluslararası ticaret teorileri de ülkelerin aynı ürünü nasıl ihraç ettiği ve ithal ettiği temelinde gelişmiştir. Bu tür teorilerin genellikle ürün farklılaşması üzerinde odaklanmaktadır. Örneğin, Falvey (1981), çalışmasını aynı ürünün kalite farklılıkların üzerine yapmıştır. Modelin tespitlerine göre, bir ülke, bir ürünün belirli bir kalite rejiminde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olabilmektedir. Örneğin İtalya düşük kaliteli hazır giyim tekstil ürünleri ithal etmekte ve aynı zamanda, aynı türden yüksek kaliteli ürünü ihraç etmektedir. Bu durumda, İtalya yüksek kaliteli hazır giyim tekstil ürünlerin üretiminde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Krugman (1979) belirttiğine göre kalite farkı yokluğunda bile, eğer belirli tür mal üretiminde ölçek ekonomileri varsa ve aynı kalite ürünün farklı türleri için tüketicilerin tercihi farklı ise o zaman uluslararası ticaret gerçekleşebileceğini ortaya koymuştur. Japonya ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD) arasında mevcut olan otomobil ticareti bunun güzel bir örneğidir. Ayrıca bu kavramın benzer uygulaması Lancaster (1980) tarafından geliştirilmiştir. Bu teoriler tüm tüketiciler için bir tüketim fonksiyonu varsayımını yumuşatarak ve tüketiciler kendileri için farklı tüketim fonksiyonuna sahip olmaları sağlanmasına dayanmıştır.

Brander ve Krugman (1983: 318), ürün piyasasına eksik rekabeti atfederek, iki ülkenin mevcut olduğu ve bu ülkelerin ulusal tekel olduğu ve dış ticarette korumacılık varlığı varsayıldığı basit bir model ile karşılaştırmalı üstünlüğü analiz etmeye çalışmışlardır. Tüm dış ticaret kısıtlamalarının tamamen yokluğunu varsayarak, bu iki ulusal tekel nasıl uluslararası düopol oluştuğunu ve biri birinin pazara erişmek için rekabete girdiklerini açıklamayı hedeflemişlerdir. Bu durumda, tekel firmaların rekabeti nedeniyle uluslararası ticaret (endüstri içi ticaret) artacaktır.

Yeni ekonomik coğrafya modelleri, tekelci rekabet, artan ölçek getirileri ve nakliye maliyetlerini modele dâhil edilmesini sağlayarak aynı göreli donanıma sahip olan ancak boyutu farklı olan ülkelerin muhtemelen daha büyük bir ülkenin artan getiriler sektöründe net ihracatçı olduğu endüstri arası ticareti yapabileceklerini ileri sürmüştür (Krugman, 1979: 471).

1.6. Literatür Taraması

Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük kavramı üzerinde yapılan çalışmaların sayısı çoktur. 1965 yılında Bela Balassa tarafından geliştirdikten sonra çok araştırmacılar konunun çeşitli yönlerini ele almışlar ve model, verileri analize etmek için ve gerçek dünyadaki durumunu daha iyi açıklayabilmesi için birçok denemeler yapılmıştır. Değerleri ise ampirik yönüne yoğunlaşmışlar ve uluslararası ticaretin gerçek yönünü açıklamak için uygulamaya geçirmişlerdir. Nitekim bu bölümde karşılaştırmalı üstünlük kavramın tartışmasına katkısı olan geçmiş çalışmaları dâhil edip sunulmaya çalışılmıştır.

Aşağıda yer alan çalışmalar konu aldığı sektöre göre dörde ayırıp incelenmiştir. Sektörler başta tarım olmak üzere hizmet, sanayi ve genel ihracattan ibarettir.

1.6.1. Tarım Sektörünü Ele Alan Çalışmalar

Fertö ve Hubbard (2002) AB üye ülkelerine ilişkin Macar tarımın rekabet gücünü 1992 ile 1998 dönemi için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük dört endeksleri yani Orijinal RCA endeksi, açıklanmış rekabet gücü (RC), nisbi ticaret avantajı (RTA) ve nisbi ihracat avantajının logaritması (ln RXA) kullanılarak incelemişlerdir. Çalışmaların sonucuna göre dört endekste Macaristan 22 tarım ürün grubundan on birinde yani canlı hayvanlar, et, tahıllar, sebzeler ve meyve, şeker, içecekler, yağlı tohumları, mantar ve ahşap, hayvansal ve bitkisel maddeleri, sıvı ve katı yağları grubunda açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü gösterdiğini belirtmişlerdir.

Bojnec ve Fertö (2009) Avrupa Birliği (AB) pazarlarında 1995 yılından 2007'e kadar sekiz Orta Avrupa ve Balkan (CEBC) ülkeleri yani Bulgaristan, Hırvatistan, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Polonya, Romanya, Slovakya ve Slovenya için tarım-gıda nispi ticari avantaj / dezavantajların düzeyi, kompozisyon ve farklılıklarını araştırmışlardır. Tarım-gıda ticaretin gelişmesi ve nisbi ticari avantaj endekslerin yani açıklanmış karşılaştırmalı ihracat avantajı endeksi, nispi ithalat uzmanlaşma endeksi ve nisbi ticari avantaj endeksi yönünde düzeyleri, kompozisyonu ve kalıplarını incelemişlerdir. Buldukların sonuçları AB-15 piyasalarda CEBC-8 ülkelerin ihracat performansları çoğu ham mallarda çok iyi ve işlenmiş ara mallar için de açıklanmış karşılaştırmalı ihracat

avantajları olduğunu göstermiştir. Karışık sonuçlar ülkelerin tüketici hazır gıda malların ihracatında (Bulgaristan, Hırvatistan, Macaristan, Polonya ve Romanya iyi performans gösteren ülkelerdendir) ve bahçe kültürleri ürünlerin ihracatında (Bulgaristan, Macaristan, Polonya ve Romanya iyi performans gösteren ülkelerdendir) bulunmuştur.

Bhattacharyya (2011) Güneydoğu Asya rakipleri Çin, Tayland, Malezya ve Endonezya karşı olduğu gibi, Asya, Kuzey Amerika ana rakipleri ve özellikle AB pazarlarına karşı Hindistan'ın bahçecilik sektörünün rekabet gücünün analize etmiştir. Bu amaçla 2005-06 ile 2008-09 arası yıllar için farklı resmi kaynaklardan toplanan ikincil verileri kullanmıştır. Sektörün rekabet gücünü ölçmede Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi ve karşılaştırmalı ihracat performans endeksi kullanılmıştır. Ayrıca logaritmik belirtme modeli ile ithalat talebi fonksiyonlarını kurmuştur. Böylece Hindistan sebze ve meyve sektöründe AB pazarında başlıca rakipleri üzerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu ancak bu rekabet gücü çiçek sektörü için geçerli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Riaz ve Jansen (2012) Pakistan'ın tarım ihracatının mekânsal örüntülerin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünü 1999-2008 yıllar arası uzanan on yıllık dönem için incelemişlerdir. Analizlerinde denizaşırı ihracat pazarlarında seçilmiş tarım ürünlerinin rekabet gücünü belirlemek için mekânsal boyutları içeren açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi uygulamışlardır. Mandalina, sebze, işlenmiş narenciye ürünleri ve mango ihracatında Pakistan'ın zaten önemli büyüklükte olan açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü daha güçlendirilmesi için önemli bir aralık bulunduğunu işaret etmişlerdir. Buna karşın süt ve et ürünleri, elma, şeftali, üzüm gibi meyveleri çok daha zayıf ihracat performansı sergilediğini ortaya koymuşlardır.

Ishchukova (2013) belirli bölgelere ve ülkelere ilintili olarak Rusya'nın ürün yapısına ve tarım ihracatının rekabet edebilirliğine dayanarak 1996 ile 2012 yıllar arası için Rusya'nın tarım gıda ürünlerinin küresel pazarındaki konumunu incelemiştir. Analizini yapmak üzere açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğün çeşitli yöntemleri (klasik Blassa'nın karşılaştırmalı üstünlük endeksi, Volrath'ın endeksi ve Lafay endeksi) ile birlikte "ürün haritalaması" denen analiz aracı kullanılmıştır. Böylelikle tahıllar, yağlı

tohumlar, bitkisel yağlar ve çikolata gibi ürün grupların çalışmada ele alınan dönemde nispeten sabit karşılaştırmalı üstünlüğü olduğu işaret edilmiştir. Ayrıca bölgeye dayanarak yapılan analizinde coğrafi konumu ve Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) ve Asya ülkeleriyle olan iyi ilişkisi Rusya'ya karşılaştırmalı üstünlüğü vermektedir. Ürün grupları bakımından yapılan analizinde ise karşılaştırmalı üstünlüğün 1998-2001 yıllarda yan ürünlerden (mesela buğday kepeği, ayçiçeği vb.) 2002-2010 yıllarda birincil ürünlere (buğday, arpa, inek sütü, ayçiçeği çekirdeği vb.) kayması meydana gelmiştir. Ele alınan dönemde işlenmiş ürünlerin karşılaştırmalı üstünlüğünde kayda değer bir hareket görülmemiştir.

Leishman ve diğ. (2013) karşılaştırmalı üstünlüğün kalıplarını ve varyasyonlarını altı yün üreten ülkede yani Arjantin, Avustralya, Yeni Zelanda, Güney Afrika, Birleşik Krallık ve Uruguay 37 yıllık bir zaman dilimi içinde 1961 ile 1997 arası dönem için analiz etmişlerdir. Elde edilen bulgulara göre, 1986 yılındaki GATT Uruguay turu başından bu yana, RCA endeksleri önemli ölçüde değiştiğini göstermiştir. Okyanus ülkesi olmayan dört ülke için yünün RCA endeks değerleri önemli ölçüde azalmıştır. Ancak Avustralya için koyun sayısında son zamanlarda ortaya çıkan düşüşe rağmen RCA endeksi artış göstermiştir.

Norka ve diğ. (2013) Pakistan'ın pamuk üretiminin göreceli açıklanmış karşılaştırmalı ve rekabet üstünlüğünü 1970 ile 2010 arası yıllarda uzanan dönemi için Balassa endeksi kullanarak hesaplamışlardır. Çalışmanın tespitlerine göre Pakistan, 1999 yılı hariç çalışma dönemi boyunca tarımsal tüysüz pamuk üretiminde güçlü karşılaştırmalı üstünlüğe (RCA) sahip olmuştur. Rekabet avantajı ise 1970-1994 ve 2000 dönemlerinde gerçekleşmiştir.

Mahmood (2014), Pakistan'ın ihracat rekabet edebilirliğinin trend ve analizini ve tarım dışı ürünlerin karşılaştırmalı üstünlüğünü 1990 ile 2000 arası dönem ele alarak incelemiştir. Analizde kullandığı yöntem tanınmış Blassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük yöntemidir. Çalışmasında ülkenin ihracat yapısını HS[2] 4-haneli ürün hatları

[2] Armonize sistemi (HS): uluslararası ticarete konu olan tüm mallar için kullanılan uluslararası bir ticari sınıflandırma sistemidir.

kullanarak altı geniş ürün grubuna bölmüştür. Bunu yaparken şuanda açıklanmış karşılaştırmalı dezavantajı sergileyen ancak zamanla ihracat rekabet edebilirliğini gerçekleştirme ihtimali olan endüstrileri ayırmak için nispeten açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük profillerine göre sınıflandırılmıştır. Çalışmasının sonuçlarına göre Pakistan'ın ekonomisinin iyi duruma gelmesi tarım dışı sektörün rekabet edebilen olmasından ve ekonomi büyüme, ihracat, yatırım ve istihdama ne kadar katkıda bulunduğuna bağlı olduğunu işaret etmiştir.

1.6.2. Sanayi ve Teknolojiyi Ele Alan Çalışmalar

Bender ve Li (2002) mevcut ihracat verilerine dayanarak 1981-1997 dönemi üzerinden Asya ve Latin Amerika ekonomilerinde üretim ihracatın performansını incelemiş ve Doğu Asya, Güneydoğu Asya ve Latin Amerika ekonomiler arasında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endekslerini incelemişlerdir. Çalışmaya göre, ampirik çalışmaları, Doğu Asya ve Güneydoğu Asya arasında karşılaştırmalı üstünlük kayması olacak şekilde varsayımını desteklemiş ve Latin Amerika da Doğu Asya'da karşılaştırmalı üstünlük kayba uğradığını açıklamışlardır.

Saboniene (2009) analiz ve ihracat uzmanlaşma değişikliklerin analizini ortaya çıkarmak amacıyla Litvanya ve Estonya ülkelerine karşı Letonya sanayinin mal gruplarının endekslerini ve karşılaştırmalı üstünlük endekslerini 2001-2007 arası dönem için hesaplamış ve analize etmiştir. Analizinde Blassa'nın klasik açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksini kullanmıştır. Bulgularına göre ana yerli mallar arasında; hayvancılık ürünleri, hazır gıda maddeler ahşap ve ahşap eşyaları, tekstil ürünleri ve mobilya 2001 ile 2007 arası dönem içinde rekabet gücünü korumuş olduğu bulunmuştur. Teknolojik gelişmelerin seviyesine uygun olarak Litvanya ihracat değişikliklerin analizi, ortalama yüksek teknoloji ve ortalama düşük teknoloji sektörlerindeki ihracat giderek artmış ancak yüksek ve düşük teknoloji alanlarındaki sektörlerin ihracatı azaldığını göstermekte olduğunu belirtmiştir.

Song (2011) ABD mobilya sektörünü ve uluslararası piyasalarda rekabet gücünü 2000 ile 2009 dönemini kapsayan zaman için incelemiştir. Genel amacı küresel mobilya sektöründe büyük ekonomik kuruluşların güçlü varlığı dâhil olmak üzere arka plan bilgi

sunabilmek ve endüstri arası ve endüstri içi ticaretini ekonomik teorilere dayalı olarak ABD mobilya sektörünü analize edebilmektir. Analizinde Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksi, Vollrath'ın rekabet avantajı endeksi, ticaret uzmanlaşma endeksi, ihracat eğilimi, ithalat nüfuzu ve ihracatın ithalatı karşılama oranı ABD'nin mobilya ticaret performansının göstergeleri olarak kullanmıştır. Öte yandan, ABD ve belli başlı dünyada mobilya ticaret yapan ülkelerin ve ABD'nin önemli ticaret yapan ülkeleri ile ikili endüstri-içi ticaretin yaptığı mobilya endüstri içi ticaretin boyutunu incelemek amacıyla standart Grubel-Lloyd endeksi kullanmıştır. Bulunan sonuçlara göre ABD ürünün net ithalatçısıdır ve Kanada ve Japonya haricinde ABD ve onun büyük ticaret ortakları arasında ikili endüstri-içi mobilya ticaretin boyutu küçük olduğunu belirtmiştir.

1.6.3. Hizmet Sektörünü Ele Alan Çalışmalar

Grater (2014), Güney Afrika'nın BRICS ülkelere karşı olan karşılaştırmalı üstünlüğünü incelemiştir. Küresel tedarik zincirlerin sürekli olarak değişim gösterdiği dünyada hizmetlerin katma değerin analizi dâhil edilmesini vurgulamıştır. Bu amaçla doğrudan/ brüt Güney Afrika'dan ihraç edilen hizmetler ve katma değer hizmetler için karşılaştırmalı üstünlüğü hesaplamak için Balassa endeksini kullanmıştır. Çalışmanın bulguları gösterdiği üzere çoğu hizmetler katma değer bakımından brüt ihracatlarına göre daha fazla karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmuşlardır.

Nath ve diğ. (2015), 1992 ile 2010 yıllar için Amerika'nın Çin ve Hindistan ile hizmet ticaretini 16 hizmet kategorisinin iki taraflı ticaret verisi kullanarak karşılaştırmalı üstünlüğün trendi, evrimi ve belirleyicilerini incelemiştir. Çalışmaların sonucunda ABD, seyahat ve ulaşım gibi daha geleneksel kategorileri hariç çoğu mal kategorisinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Ancak çalışmanın ele aldığı dönem içerisinde Hindistan ve son zamanlarda Çin, bilgisayar ve bilgi hizmetleri gibi modern hizmetlerinde karşılaştırmalı üstünlüğü kazanmışlardır. Ayrıca ABD'nin Hindistan ile belirli bir ticaret hizmetinde başlangıç karşılaştırmalı dezavantaj durumundan karşılaştırmalı üstünlüğü sahip olma ihtimali, başlangıç üstünlüğünü kaybetme ihtimalinden çok büyüktür. Bunun tersine ABD'nin Çin ile karşılaştırmalı üstünlüğü ya da dezavantajı zamanlarda yüksek düzeyde sebat göstermiştir. Çalışmada

yazarlar sektöre özel emek, beşeri sermaye ve doğrudan yabancı sermaye girişi ABD için diğer ülkelere karşı büyük ölçüde karşılaştırmalı üstünlüğün kaynağı olduğunu işaret etmişlerdir.

1.6.4. Genel İhracatı Ele Alan Çalışmalar

Batra ve Han (2005) dünya ekonomisine karşı Çin ve Hindistan'ının açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünü 2000 ile 2003'e kadar uzanan kısa bir süre için incelemişlerdir. Karşılaştırmalı üstünlüğü analize etmek amacıyla iki ve altı haneli düzeyde HS sınıflandırma için açıklanmış Balassa'nın (1965) karşılaştırmalı üstünlük endeksini kullanmışlardır. Karşılaştırmalı üstünlüğün kalıbı emtia kümelenmenin (desagrigasyon) farklı seviyelere göre değiştiğini ileri sürmüştür. RCA endeksin değerine göre ilk on arasında yer alan Sektörler, 6 haneli bileşenli emtia düzeyinde karşılaştırmalı üstünlüğe göre sıralandığı zaman her iki durumda da kendi konumunu korumaya başaramamışlardır.

İshak ve Otheino (2011) Doğu Afrika Topluluğu (DAT-EAC) piyasada Uganda'nın rekabet gücünü incelemişlerdir. Ayrıca, çalışma Uganda için Çin tarafından sunulan 4021 ürün hatlarında özel ayrıcalıklı davranmadan yararlanma şansını değerlendirmişlerdir. Bölgede ve Çin ile ülkenin rekabet gücünü belirlemede, 2000-2009 dönem arasında çeşitli ürünler için HS 4 haneli emtia sınıflandırma düzeyinde RCA endeksleri hesaplamışlardır. Hesaplamaları Uganda ve Kenya, Tanzanya, Ruanda, Burundi ve Çin arasındaki ihracat ve ithalat ürün hatları için hesaplanan beş RCA endeksleri esas almıştır. Testin deneysel tespitlerine göre, Uganda HS 6 haneli seviye sınıflandırma 4401 tam listesinden sadece 234 ürün hatlarında RCA elde etmektedir. Bu durum karşılaştırmalı üstünlük açısından Uganda Çin tarafından sunulmuş özel ayrıcalıklı davranmadan minimal olarak yararlanacak izlenimini uyandırmışlardır. DAT'ta bulunan diğer ülkeler ile Uganda'nın rekabet sonuçları ise ele alınan ülkeye göre büyük ölçüde bağımlı olduğunu belirtmişlerdir.

Karambakuwa et al. (2013) Svaziland'ının açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünü 2008 ile 2010 yıllar arası dönem için incelemişlerdir. Çalışmada ülkenin ihracatını incelemek için klasik Balassa endeksi kullanılmıştır. Çalışmalarında Svaziland'ın Doğu

ve Güney Afrika için ortak pazarı (COMESA), Güney Afrika Kalkınma Topluluğu (SADC), Güney Afrika Gümrük Birliği (SACU) ve dünyanın geri kalan ülkelerine yapılan ihracatının karşılaştırmalı üstünlüğünü incelemişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre, Svaziland 449 ürün hattında karşılaştırmalı üstünlük endeksin birden daha yüksek olmasıyla karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürünlerden üretilmiş ve tarım ürünleri bulunmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

AFRİKA ÜLKELERİNİN DIŞ TİCARETİ

Bu bölümde uygulamaya konu olacak Afrika ülkelerin genel tanıtımı yapıldıktan sonra dış ticaret performansına yer verilmiştir. Ayrıca çalışmada ele alınan 22 ülkenin tek genel bilgisi sunulduktan sonra ticaret performansı incelenmiştir.

2. AFRİKA VE AFRİKA ÜLKELERİNİN DIŞ TİCARET PERFORMANSI

Afrika kıtası, Avrupa'nın güneyinde, Atlantik okyanusunun doğusunda, Hint Okyanusu'nun batısında ve Antarktika'nın kuzeyinde yer almaktadır. Bu kıta 30,2 milyon m^2 yüzölçümüyle dünya topraklarının yüzde 24'ünü oluşturmaktadır. Bu bakımdan dünyada Asya'dan sonra ikinci en büyük nüfuslu ve en büyük yüzölçümü sahip kıta olarak bilinmektedir. Afrika'da 55 ülkede yaklaşık 1.166 milyar kişi yaşamakta ve BM araştırmalarına göre bu sayının 2050 yılına kadar 1,8 milyara yükseleceği öngörülmüştür.

2013 yılında Sahra altı Afrika en çok yoksul insanların (nüfusun %43'ü) bulunduğu bir bölge olarak tanınmaktadır. Ancak Dünya Bankasının tahminlerine göre mevcut büyüme trendlerin devam etmesi durumunda birçok Afrika ülkesi 2025 yılında "orta gelir" (en az yılda 1000$ olarak tanınmaktadır) seviyesine ulaşmaları beklenmektedir. Aynı dönemde %5,6 büyüme oranıyla dünyanın en hızlı büyüyen bölgesi olmayı başarmış ve bu oran 2013 ile 2023 yıllar arasında % 6 oranına yükselmesi beklenmektedir. Gelir eşitsizliği bir sorun olarak çıkması beklendiği gelecek yıllarda sahra altı Afrika ülkelerin 2050'de GSYH 29$ trilyon olacağı öngörülmüştür (Dünya Bankası, 2015).

Afrika'nın ticaret malları ihracatı 2012'de %6,5 oranla büyüdükten sonar 2013 yılında %2,4 oranla azalmıştır (bu yılda sadece Afrika bölgesinde azalma yaşanmıştır). Petrol ve doğal kaynağa dayalı malları-genelde ham olarak- ihracatların üçte ikisini kapsamaktadır.

Güney Afrika hariç en çok ihracat eden ülkeler petrol ihracatçı ülkeler olmuştur. Mal ihracatların düşüşü fiyatların artış eğiliminde olması ve doğal kaynaklara dayalı ürünlerin devamlı üstünlüğünden dolayıdır. Malların ihracatında dalgalanmanın olması malların ihracatında değer katarak çeşitlendirilmesi gerekmektedir. Aynı dönemde ithalatlar %4,1 oranla 2012'deki %12,9 oranı büyümeye göre daha yavaş bir şekilde büyümüştür.

Tablo 1: Dünya Mal Ticaretinde Büyüme (Bölgesel Olarak, 2012 ve 2013 %)

Bölgeler	İhracatlar		İthalatlar	
	2012	2013	2012	2013
Afrika	6,5	-2,4	12,9	4,1
Asya	2,8	4,7	3,7	4,5
Bağımsız İngiliz Devlereler topluluğu	0,9	0,8	6,8	-1,3
Avrupa	0,8	1,5	-1,8	-0,5
Orta Doğu	5,2	1,9	10,5	6,2
Kuzey Amerika	4,4	2,8	3,1	1,2
Güney ve Orta Amerika	0,7	1,4	2,3	3,1
Dünya	2,4	2,5	2,1	1,9

Kaynak: WTO, 2014

Dünya genelindeki malların ihracatında Afrika'nın payı çok düşük seviyede kalmıştır. Tablo-1'de görüldüğü gibi, 2012'de %3,5 olan ihracat payı azalarak 2013'te %3,3 olmuştur. 1970'li yıllarda bu değer %4,9 civarında olduğu görülmektedir. 1970'li yıllarda Afrika'yla aynı değer alan bazı Asya ülkeleri örneğin Endonezya, Malezya ve Güney Kore dünya ticaretindeki paylarını büyük ölçüde arttırmıştır. 1970 ve 1980 yıllarında Afrika'nın Dünya ihracat payı Doğu Asya'nınkinden büyüktü. 1990 yıllarda Doğu Asya adına inanılmaz gelişmeler yaşanmış ve bu gelişmeler sonraki dönemlerde de devam etmiştir. 1970 ve 1980 yıllarında Afrika'nın dünya ihracat payı sırasıyla %4,99 ve %5,99 değerindeydi. Aynı dönemde Doğu Asya ülkeler için dünya ihracat payı sırasıyla %2,25 ve %3,74 olmuştur. 1990, 2000 ve 2010 yıllarında Afrika'nın dünya ihracat payı sırasıyla %3,02, %2,31 ve %3,33 değerindeyken Doğu Asya ülkeler için sırasıyla %8,06, %12,02 ve %17,8 değerinde olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Dünya ve Afrika Ticareti, Bölgesel Olarak, 2013

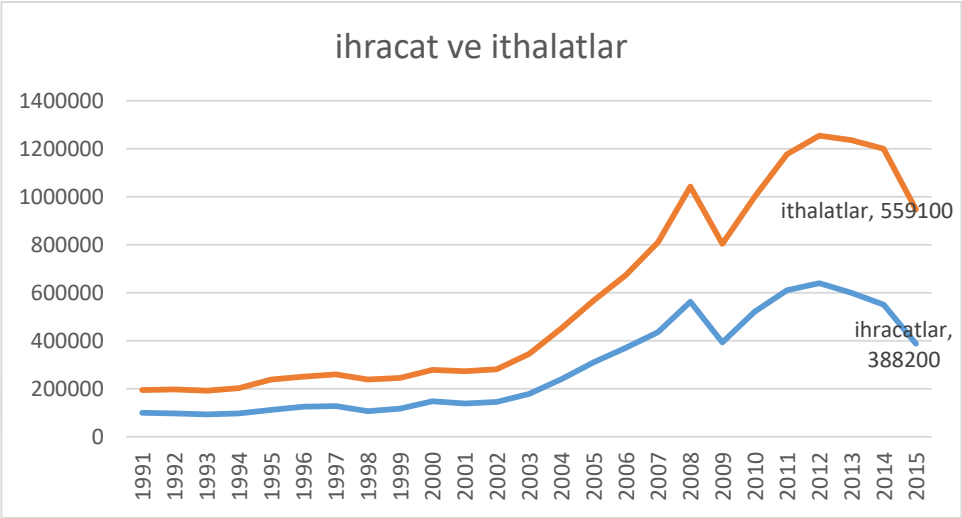
Bölgeler	Dünya ticareti bölgesel olarak (Milyar $)	%	Varış yere göre Afrika'nın ihracatı	%
Afrika	602	3,3	97	16,2
Asya	5.773	1,5	188	26,6
Bağımsız İngiliz devletler topluluğu	779	4,3	2	0,3
Avrupa	6.646	36,3	216	35,8
Orta doğu	1.347	7,4	38	3,0
Kuzey Amerika	2.418	13,2	54	8,9
Güney ve orta Amerika	736	4,0	30	4,9
Dünya	18.301	100	602	3,4

Kaynak: WTO,2014

Afrika'nın geleneksel ticaret ortakları Çin ve diğer Asya ülkeleri olduğu görülmektedir. Avrupa, payı yıllar boyunca sürekli olarak azalarak gelse de Afrika'nın ana ticaret ortağıdır: 2005'te %52'den 2013 yıllında %36'ya düşmüştür. Ancak Asya bölgesi (genelde Çin) Afrika'nın ikinci en büyük ticaret ortağıdır ve yıllar boyunca payını sürekli arttırmıştır. Bu bölge 2013 yıllında Afrika'nın toplam ticaretinin %27'sini kapsamaktadır.

Afrika'nın ihracatı işlenmemiş, kaynak tabanlı ürünlerine doğru eğilmiş durumdadır. 2013 yılında Afrika'nın toplam mal ihracatının yüzde 68'i ilk üç armonize Mal Tanımlaması ve Kodlama Sistemlerine (HS) göre sadece 2 ürün ile gerçekleşmiştir. İhracatın büyük kısmı petrol ve minerallerin payı olurken diğer tarım ürünlerin önemi beklendiği gibi olmayıp düşük bir paya sahiptir. Genel olarak ihracatın neredeyse tamamen birincil mallardan oluşmaktadır. Ancak Afrika'nın ithalatın yapısı oldukça çeşitlik göstermektedir. İlk 15 HS kodlama sistemine göre 2 ürün ithalatın yüzde 64'ünü kapsamaktadır.

Grafik 1: Afrika'nın İhracat ve İthalatları (Milyon $)



Grafik 1'de görüldüğü üzere 2002'ye çok fazla değişmeyen ticaret hacmi bu dönemden sonra hızlı bir şekilde artığı görülmektedir. 2009 yılı hariç 2012'ye kadar bu hızlı artışı 2012'den sonra azalmaya başlamıştır. Artışın sabit kaldığı dönemlerde ticaret açığı sabitken hızlı artış gösterdiği zamanda ise genişlemiştir.

Bu bölümde 22 Afrika ülkesi hakkında genel bilgi ve ticaret performansların değerlendirmesi yapılacaktır. Veri yetersizliği ve bazı ülkelerin istenilen ürün kategorisinde hiç bir veri bulunmaması çalışma için ele alınan ülkelerin sayısı kısıtlanmıştır. Ancak ülkeleri tek tek anlatmadan önce Afrika hakkında genel bilgi ve dış ticaretine genel değerlendirme yapılacaktır. Yirmi iki ülkenin her bir incelemesinde aynı yöntem uygulanmıştır.

2.1. Cezayir ve Ticari Performansı

Kuzeyinde Akdeniz, kuzeydoğusunda Tunus, doğusunda Libya, güneyinde Nijer ve Mali, güneybatısı Moritanya, batısı Fas ile çevrili bir batı Afrika ülkesidir. Cezayir kıta üzerinde 2.381.741 km^2 yüzölçümüyle Afrika'nın en büyük ülkesidir.

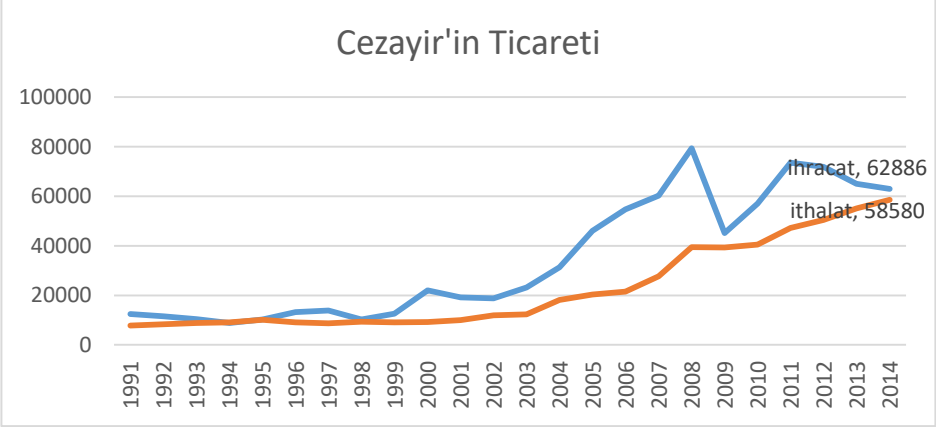
Cezayir, yapılan son sayıma göre 39,9 milyon kişilik bir nüfusa sahiptir. 2013 yıllında toplam erkek nüfusun %72,2'si iş gücüne katılmıştır ancak bu rakam kadınlar için, erkeklere nazaran daha düşük bir seviyede, %15,2 oranında kalmıştır. İş gücüne

katılan işçilerin %10,8'i tarım sektöründe çalışmaktayken %30,9'u ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[3]

Cezayir'in ticari performansı incelendiğinde, 2014 yılında 851 ihracat ürününü 125 ülkeye ihraç ederek 62,89 milyar $ gelir elde ettiği görülmektedir. Aynı dönemde 175 ülkeden 4.074 ürün ithal edilmiştir. Bu ithalat ise 58,6 milyar $ düzeyindedir. Grafik 2'de görüldüğü üzere 1994 yılı hariç tüm zamanların ticaret fazlası olan Afrika ülkesi durumundadır. Ancak 2009'da önemli seviyede yaşanan ihracat düşüşünün sonucu bu yılda ve 2014 yıllarında ülkenin ithalatı ihracatın seviyesine çok yaklaştığı dönemlerdir.

2000'li yıllarda başlayan ihraç edilen malların miktarında artışlar 2008'e kadar hızla devam etmiştir. Ancak dünya krizin yaşanmasından sonra ihracat miktarı büyük ölçüde azalmış ve yavaşça büyüyen ithalat miktarına yaklaşmıştır.

Gafik 2: Cezayir'in İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ülke ihracatının ürün grubunda en büyük kısmını %57,78'lik bir oranla tüketim malları oluştururken, onun ardından %38,81 ile ham maddeler, %3,39 ile ara malları ve %0,02 ile sermaye malları takip etmektedir. İthal malların ise ürün gruplarındaki dengelerin bir birine olan yakınlığı dikkat çekmektedir. Sermaye malların ithalatı %32,35, ara malların ithalatı %30,46, tüketim malların ithalatı %26,53 ve ham maddelerin ithalatı ise %9,38 değerindedir.

[3] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Algeria

Cezayir'in ana ticaret ortakların arsında ilk sırada Avrupa ülkeleri gelmektedir. İspanya, %15,16 ithalat değeri ile Cezayir'den en çok ithalat yapan Avrupa ülkesidir. İspanya'yı, %13,18 ile İtalya, %11,05 ile Fransa, %8,78 ile Birleşik Krallık ve %8,11 ile Hollanda takip etmektedir.

Cezayir, ithalatının büyük bölümünü Çin ile gerçekleştirmektedir. İthalat yapılan ülkeler arasında %14,06 değeriyle birinci sırada yer alan Çin'i, %10,81 ile Fransa, %8,60 ile İtalya, %8,58 ile İspanya ve %6,49 ile Almanya takip etmektedir.[4]

2.2. Botsvana ve Ticari Performansı

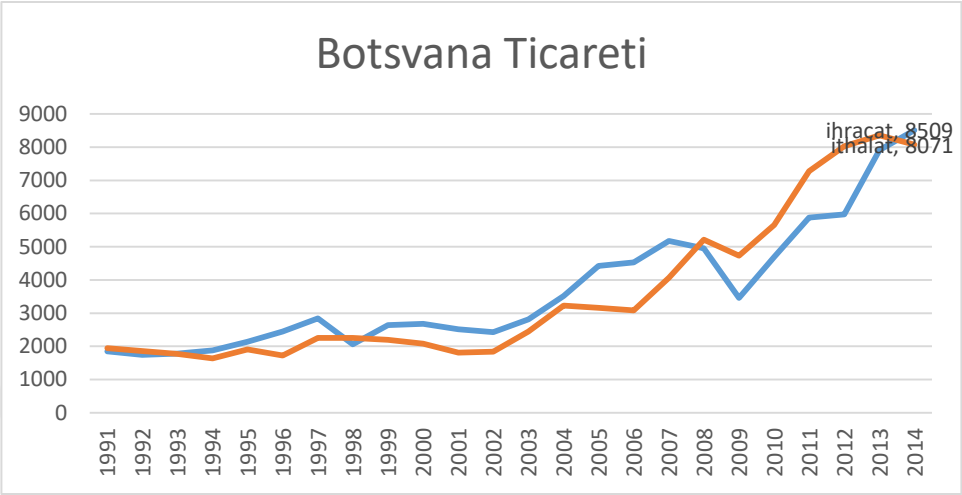
Botsvana, kuzeyinde Zambiya, kuzey batısında Namibya, kuzey doğusunda Zimbabwe, güneyinde de Güney Afrika Cumhuriyetin yer aldığı bir Afrika ülkesidir. 582.000 km²'lik yüz ölçümüyle büyüklüğü açısından Afrika ülkeleri arasında 22. sırada yer almaktadır.

Ülke genelinde 2,04 milyon nüfus yaşamakta olup, bu veriler ile dünya üzerinde nüfus yoğunluğu az ve seyrek bir yerleşime sahip ülkelerden bir tanesidir. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %81,6 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %71,9 olmuştur. 2010 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %29,9'u tarımda çalışmaktayken %15,2'si ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[5]

2014 yılında 2.432 ihracat ürünlerini 95 ülkeye ihraç ederek 8,5 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 4.029 iken 133 ülkeden ithalat yapılmıştır. İthalatın miktarı ise 8,07 milyar $'dır. Grafik 3'te görüldüğü üzere 2008'e kadar ihracatın değeri ithalatın değerinden yüksektir. Ancak 2008'den sonraki yıllarda ticaret açığı yaşanmıştır. 2003'e kadar sabit bir seyir izleyen ticaret hacmi bu yıldan itibaren hızlıca artmıştır. 2008'den sonra ise ihracat değerinin azalmasına mukabil, ithalat değerinin artması sonucu ticaret açığı oluşmuş ve sonraki dönemlerde de devam etmiştir. Ancak altı yıl sonra 2014 yılında ticaretin lehine dönüştüğü görülmektedir.

[4] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/DZA/Year/2014/Summary
[5] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Botswana

Grafik 3: Botsvana'nın İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grupları arasında ülke ihracatının en büyük kısmını %78,27'lik bir oranla ham maddeler oluştururken, ardından %16,50 ile ara malları, %3,04 ile tüketim malları ve %1,66 ile sermaye malları takip etmektedir. Cezayir gibi ithal malların ürün grupları arasında dengeli bir dağılımındadır. Tüketim malların ithalatı %35,26, ham maddelerin ithalatı %35,40, sermaye malların ithalatı %16,22 ve ara malların ithalatı ise %11,56 olmaktadır.

Botsvana'nın ticaret ortakları farklı kıtalardan oluşmaktadır. Ticaretinin ihracat alanındaki en büyük payını %25,78 ile Belçika oluşturmaktadır. Bu payı, Hindistan %14,90, Güney Afrika %11,79, İsrail %8,37 ve Namibya %7,38 ile takip etmektedirler.

Botsvana'nın ithalatı başlıca Güney Afrika'dan gelmektedir. İthal edilen malların %63,25'i Güney Afrika'dan gelen ürünlerden oluşmaktadır. Namibya, Kanada, Belçika ve İsrail sırasıyla %12,06, %10,01, %3,99 ve %1,52 ihraç ederek Çin'den sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[6]

2.3. Kamerun ve Ticari Performansı

Afrika'nın orta batısında yer alan bir devletidir. Kamerun'un doğusunda Orta Afrika Cumhuriyeti, güneybatısında ve güneyinde Kongo, Gabon ve Ekvator Gine, kuzeydoğusunda Çad, kuzeybatısında ve kısmen batısında Nijerya, batısında Atlas

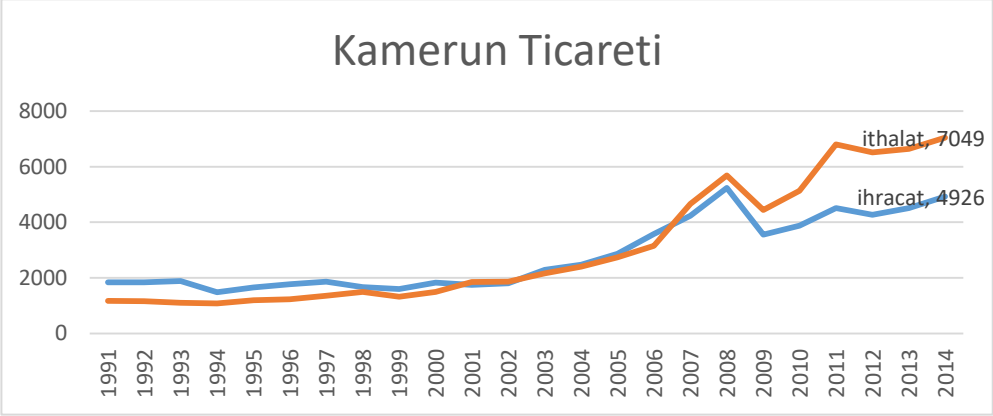
[6] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/BWA/Year/2014/Summary

Okyanusu bulunmaktadır. Kamerun kıta üzerinde 475.650 km²'lik bir yüz ölçümüne sahiptir ve Afrika ülkeleri arasında toprak büyüklüğünde 24. Sırada yer almaktadır.

2014'ün son nüfus tahminlerine göre Kamerun'da 2,28 milyon kişi yaşamaktadır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %76,8 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %63,8 olmuştur. 2010 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %12,6'sı tarımda çalışmaktayken %53,3'ü ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[7]

2014 yılında 1.469 ihracat ürününü 114 ülkeye ihraç ederek 5,16 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 3.643 iken 167 ülkeden ithal edilmiştir. İthalatta sarf edilen para miktarı ise 7,56 milyar $ değerindedir. Grafik 4'te görüldüğü üzere 2000 yılına kadar dış ticaret Kamerun'un lehine olduğu ve 2000'li yıllardan sonraki dönemlerde ise ticaret açığı oluştuğu görülmektedir. Ticaret fazlası olduğu dönemlerde ticaret hacmin büyümesi sabit bir trendi sergilemiştir. 2001'den itibaren ticaret hacmi hızlıca artmaya başlamıştır. 2009'daki Dünya krizine kadar ithalat değeri ihracat değerini az farkla takip etmiştir. Krizden sonraki dönemlerde ise ithalatta önemli bir artış görülmüş, ihracat da artmış fakat artış oranı çok düşük olduğundan ticaret açığı giderek genişlemiştir.

Grafik 4: Kamerun'un İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ham maddeler %70,26 oranla ilk sırada gelirken, ara malları %16,62, tüketim malları %10,08 ve sermaye malları %2,03

[7] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Cameroon

oranla takip etmektedir. İthal edilen malların ürün grubunda dengeli bir dağılımın olması dikkat çekmektedir. Tüketim malların ithalatı %19,15, ham maddelerin ithalatı %16,92, ara malların ithalatı %14,13 ve sermaye malların ithalatı ise %12,34 olmaktadır.

Kamerun'un ana ticaret ortakları bir bölgeye yoğunlaşmadan dünyanın her yerinden oluşmaktadır. İhraç edilen malların %16,69'u İspanya'ya ulaşmaktadır. Nitekim İspanya Kamerun'dan en çok ürün ithal eden ülkedir. İspanya'yı takiben Kamerun'dan Çin, Hollanda, Hindistan ve İtalya sırasıyla %14,69, %10,43, %9,77 ve %9,10 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Kamerun'un ithalatı başlıca Çin ve Nijerya'dan gelmektedir. İthal edilen malların sırasıyla %17,97 ve17,89'u bu iki ülkeden gelen ürünlerden oluşmaktadır. Fransa, Tayland ve ABD sırasıyla %10,18, %3,58 ve %3,49 ihraç ederek Çin ve Nijerya'dan sonra gelen ülkelerdir.[8]

2.4. Fildişi Sahili ve Ticari Performansı

Gine Körfezinin Kuzeyindeki sahil devletidir. Güneyden Gine Körfezi dolayısıyla Atlas Okyanusu, batıda Liberya ve Gine, kuzeyden Mali ve Burkina Faso, doğuda Gana ile çevrili batı Afrika ülkesidir. Fildişi Sahili kıta üzerinde 322.463 km²'lik bir yüz ölçümüne sahiptir ve Afrika ülkeleri arasında büyüklük bakımından 28. sırada yer almaktadır.

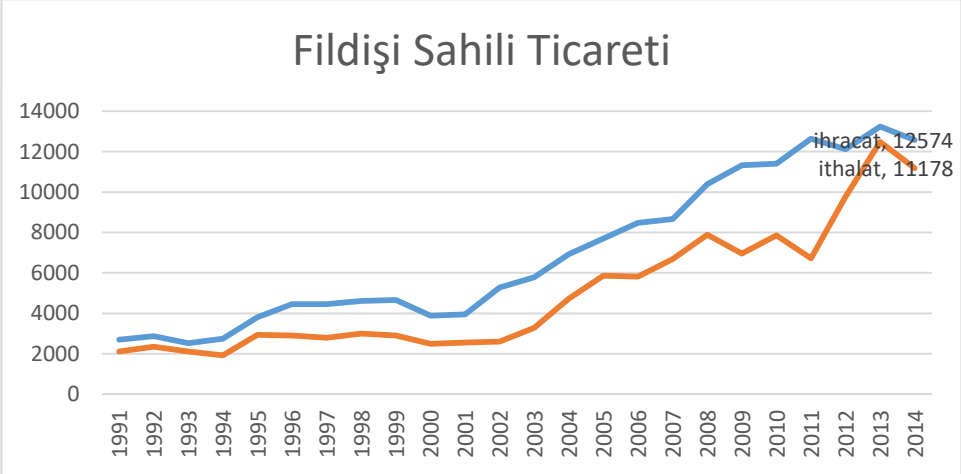
2014'un son nüfus tahminlerine göre Fildişi Sahili'nde 20,8 milyon kişi yaşamaktadır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre ülkede yasayan nüfusun 7,64 milyonu çalışmaktayken 0,43 milyonu ise işsizdir. Ülkedeki işsizlik oranı %5 ile %10 oranda değişim göstermektedir.[9]

2014 yılında 2.079 ihracat ürününü 148 ülkeye ihraç ederek 12,98 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 3.858 iken 173 ülkeden ithal edilmiştir. İthalat miktarı ise 11,18 milyar $ değerindedir. Grafik 5'te görüldüğü üzere çalışmada ele alınan dönem boyunca hep ticaret fazlası elde etmeyi basarmıştır. Ticaret

[8] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/CMR/Year/2014/Summary
[9] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=C%C3%B4te%20d%27Ivoire

hacmin büyüme oranı 2001'e kadar hemen hemen aynı seviyede kalmıştır ya da artışı düşük seviyede gerçekleşmiştir. Ancak 2001'den sonraki dönemlerde büyüme oranında hızlı bir artışla büyümeye devam etmiştir. Diğer dikkat çekici özellik ise 2013'ten sonra ortaya çıkan hem ihracat hem de ithalatta meydana gelen düşüştür. 2011'deki göreceli geniş farkı hariç tüm dönem boyunca ithalat ve ihracatın farkı sabit kalmıştır.

Grafik 5: Fildişi Sahili'nin İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ham maddeler %45,2 oranıyla ilk sırada yer alırken, ara mallar %23,65, tüketim malları %22,99 ve sermaye malları %8,05 oranla takip etmektedir. İthal edilen malların ürün grubunda dengeli bir dağılımın olması dikkat çekmektedir. Ham maddelerin ithalatı %31,77, tüketim malların ithalatı %25,61, sermaye malların ithalatı %23,11 ve ara malların ithalatı ise %18,84 oranındadır.

Fildişi Sahili dış ticaretini bir bölgeye yoğunlaşmadan farklı ülkelerle yapmaktadır. İhraç edilen malların %9,99'u Hollanda'ya ulaşmaktadır. Nitekim Hollanda Fildişi Sahili'nden en çok ürün ithal eden ülkedir. Hollanda'yı takiben Fildişi Sahili'nden ABD, Güney Afrika, Fransa ve Nijerya sırasıyla %8,39, %6,88, %6,16 ve %4,70'lik oranlarla ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Fildişi Sahili'nin ithalatı başlıca Nijerya'dan gelmektedir. İthal edilen malların %21,78'i Güney Afrika'dan gelen ürünlerden oluşmaktadır. Fransa, Çin, Bahamalar ve

Hindistan sırasıyla %12,20, %8,77, %5,48 ve %4,98'lik oranlarla ürün ihraç ederek Nijerya'dan sonra gelen ülkelerdir.[10]

2.5. Mısır ve Ticari Performansı

Kuzeydoğu Afrika'da yer alıp, Sina Yarımadası ile Asya'ya bağlanan Mısır'ın kuzeydoğusunda İsrail, doğusunda Kızıldeniz ve Suudi Arabistan, güneyinde Sudan, batısında Libya ve Akdeniz bulunmaktadır. Mısır toprak büyüklüğü açısından Afrika ülkeleri arasında 1.002.000 km²'lik yüz ölçümü ile 12. sıradadır.

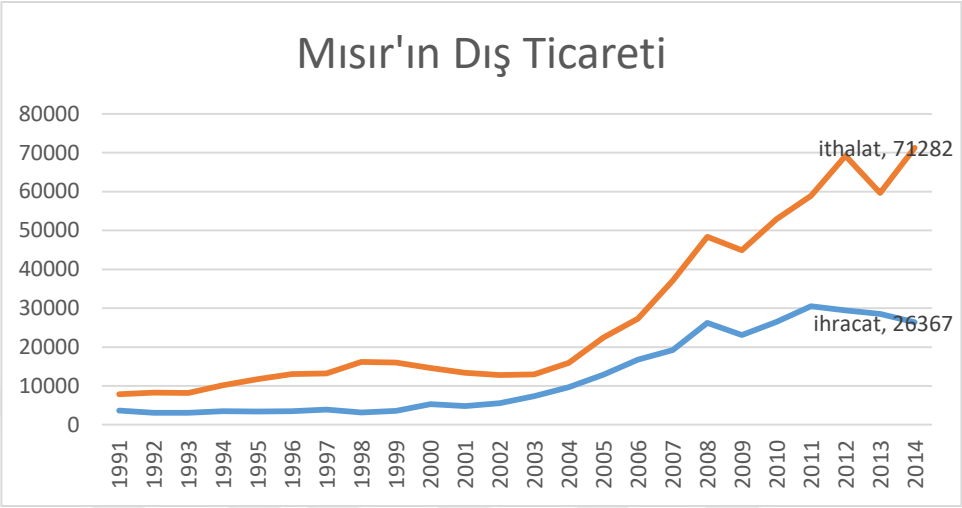
2014'te yapılan son nüfus sayımına göre Mısır'da 83,4 milyon kişi yaşamaktadır. Afrika'da Nijerya ve Etiyopya'dan sonra üçüncü en büyük nüfusa sahip ülkedir.

2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %74,8 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %23,7 olmuştur. 2013 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %29,2'si tarımda çalışmaktayken %23,5'i ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[11]

Mısır, 2014 yılında 173 ülkeye 2.637 ihracat ürün ihraç ederek 26,8 milyar $ gelir elde etmiştir. Aynı dönemde 174 ülkeden de 71,34 milyar $ değerinde 4.167 ürün ithal etmiştir. Grafik 6'da görüldüğü üzere çalışmada ele alınan dönemin hepsinde ithalatın değeri ihracattan yüksek olduğu görülmektedir. 2003'e kadar ticaret hacmin artışı sabit bir trendi izlemiştir. Bundan sonraki dönemlerde ise ithalatın artışı çok yüksek iken ihracatın artışı ithalatın hızına yetişememiştir. Nitekim 2003'ten sonraki yıllarda ticari açığın büyük ölçüde genişlediği görülmektedir. 2014'teki Afrika ülkelerinin ticaret dengelerine bakılınca Mısırın ticaret açığı hepsinden büyük olmuştur.

[10] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/CIV/Year/2014/Summary
[11] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Egypt

Grafik 6: Mısır'ın İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ülke ihracatında, tüketim malları %42,36'lık bir oranla ürün grupları arasında birinci sırada yer almaktadır. Ara malları %29,15, ham maddeler %22,43 ve sermaye malları %2,03 oranlarıyla tüketim mallarını takip etmektedir. İthal malların ise ürün grupları arasında dengeli bir dağılım vardır. Ara malların ithalatı %30,23, tüketim malların ithalatı %29,08, ham maddelerin ithalatı %21,06 ve sermaye malların ithalatı ise %18,16 olmaktadır.

Mısır, dünyanın hemen hemen her ülkesi ile ticaret yapmaktadır. Mısır'dan en çok ithalat yapan ülke %9,15 ile İtalya'dır. Mısır, İtalya'yı takiben %7,39 Suudi Arabistan'a, %7,17 Hindistan'a, %5,41 Türkiye'ye ve %4,21 ABD'ye ihracat yapmaktdır.

İthal edilen malların %11,30'u Çin'den gelen ürünlerden oluşmaktadır. Almanya, ABD, Kuveyt ve İtalya sırasıyla %7,77, %7,29, %4,93 ve %4,58'lik oranlarla ihraç ederek Çin'den sonra gelen ülkelerdir.[12]

2.6. Etiyopya ve Ticari Performansı

Doğu Afrika'da bulunan Etiyopya'nın kuzeyinde Sudan ve Eritre, doğusunda Cibuti ve Somali, güneyinde Kenya, batısında yine Sudan yer almaktadır. Etiyopya kıta

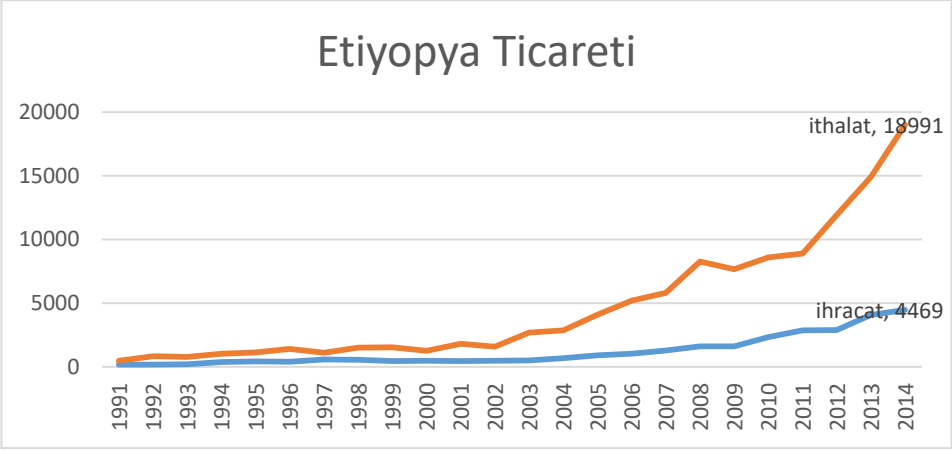
[12] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/EGY/Year/2014/Summary

üzerinde 1.104.300 km²'lik bir yüz ölçümüne sahiptir ve Afrika ülkeleri arasında büyüklük bakımında 10. sırada yer almaktadır.

2014'un son nüfus tahminlerine göre Etiyopya'da 96,5 milyon kişi yaşamaktadır. Afrika'da Nijerya'dan sonra ikinci en büyük nüfusa sahip bir ülkedir. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %89,3 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %78,2 olmuştur. 2010 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %79,3'ü tarımda çalışmaktayken %6,6'sı ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[13]

2014 yılında 1.717 ihracat ürünleri 144 ülkeye ihraç ederek 5,67 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 4.080 iken 168 ülkeden ithalat yapılmıştır. İthalat miktarı ise 21,9 milyar $ değerindedir. Grafik 7'de görüldüğü üzere ithalat ve ihracatın izlediği trend birbirinden farklı olmuştur. İthalat 2002'ye kadar hafifçe artmış olup ondan sonraki dönemlerde ise çok hızlı bir şekilde artarak on iki yıl boyunca 2 milyon $ değerinden 18,9 milyon $'a çıkmıştır. Diğer yandan ihracatlar 2003'e kadar aynı seviyede kalmıştır. Sonraki dönemlerde ise artışı sınırlı olmuştur. Mısır ekonomisinde olduğu gibi Etiyopya'da da çalışmada ele alınan dönemde sürekli ticaret açığı veren ekonomiye sahip bir ülke olduğu görülmektedir.

Grafik 7: Etiyopya'nın İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ham maddeler %52,58 oranla ilk sırada gelirken, tüketim malları %33,10, ara malları %11,82 ve sermaye malları %1,71

[13] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Ethiopia

oranla takip etmektedir. Ara malların ithalatı %23,25, tüketim malların ithalatı %40,48, ham maddelerin ithalatı %3,60 ve sermaye malların ithalatı ise %30,31 olmaktadır.

Etiyopya'nın ihracatı Avrupa ve Asya ülkelerine yönelmiş durumdadır. Almanya, toplam ihracat ürünlerinden yüzde 12,27'sini ithal etmektedir. Avrupa ülkelerin hepsi; Almanya, İtalya, Hollanda ve İngiltere toplam ihracatın yüzde 25,88'ini oluşturmaktadır. Japonya, Çin ve Suudi Arabistan ise yüzde 18,33 oranında Etiyopya ihracat ürünlerin son istikameti olmaktadır.

Etiyopya'nın ithalatı başlıca Çin'den gelmektedir. İthal edilen malların %26,51'i Çin'den gelen ithalattan oluşmaktadır. Kuveyt, Suudi Arabistan ve Hindistan sırasıyla %8,21, %7,36 ve %5,47 ihraç ederek Çin'den sonra gelen ülkelerdir.[14]

2.7. Gana ve Ticari Performansı

Gana güneyinde Gine Körfezi, kuzeyinde Yukarı Volta, doğusunda Togo, batısında Fildişi Sahili ve Burkina Faso yer alan batı Afrika ülkesidir. Gana kıta üzerinde 238.533 km²'lik bir yüz ölçümüne sahip olarak Afrika ülkelerinden 34. Sırada yer almaktadır.

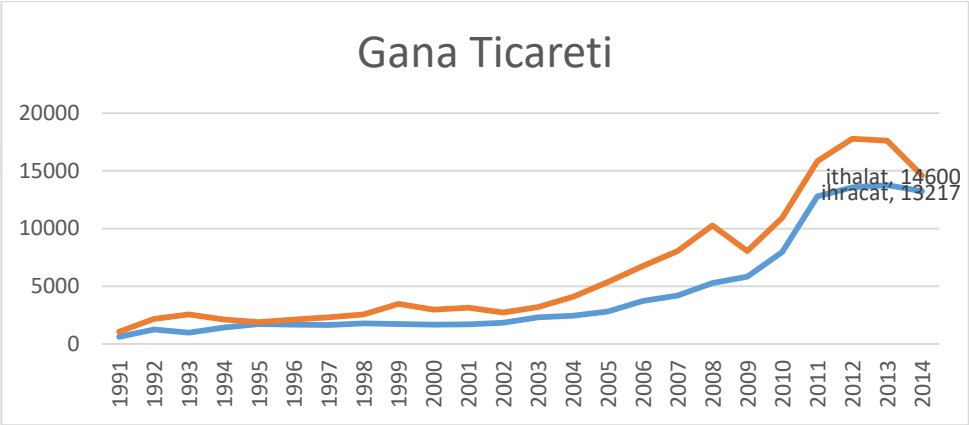
2014'un son nüfus tahminlerine göre Gana'da 26,44 milyon nüfusu yaşamaktadır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %71,4 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %67,3 olmuştur. 2010 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %41,5'i tarımda çalışmaktayken %15,4'ü ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[15]

2014 yılında 2.282 ihracat ürünleri 145 ülkeye ihraç ederek 14,6 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 4.078 iken 171 ülkeden ithalat yapılmıştır. İthalat miktarı ise 13,23 milyar $ değerindedir. Grafik 8'de görüldüğü üzere 2002'ye kadar hem ithalatın hem de ihracatın artışı kayda değer olmadığı görülmektedir. Çoğu Afrika ülkelerinde olduğu gibi ticaret hacmin artışı hızlı olmuştur. 2009'daki Dünya krizine etkilenerek ithalatta düşüş meydana gelirken ihracatın büyümesi devam etmiştir.

[14] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/ETH/Year/2014/Summary
[15] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Ghana

2011'e gelindiğinde ticaret hacmin büyümesi yavaşladığı üstelik ithalatın 2013'ten sonraki dönemlerde azaldığı görülmektedir. Çalışmada ele alınan dönemde ticaret dengesi hemen hemen aynı düzeyde kalmıştır. Tüm yıllar boyunca Gana ticaret açığı veren bir ülke durumunda bulunmaktadır.

Grafik 8: Gana'nın İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ara malları %49,55 oranla ilk sırada gelirken, ham maddeler %41,37, tüketim malları %6,86 ve sermaye malları %2,05 oranla takip etmektedir. Tüketim malların ithalatı %35,53, sermaye malların ithalatı %30,52, ara malların ithalatı %23,76 ve ham maddelerin ithalatı ise %8,05 olmaktadır.

Gana'nın ana ticaret ortakları dünyanın her yerinden oluşmaktadır. İhraç edilen malların %22,41'si Güney Afrika'ya ulaşmaktadır. Nitekim Güney Afrika Gana'dan en çok ürün ithal eden ülkedir. Güney Afrika'yı takiben Birleşik Arap Emirlikleri, İsviçre, İtalya ve Fransa sırasıyla %13,13, %9,27, %8,68 ve %7,45 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Gana'nın ithalatı başlıca Çin'den gelmektedir. İthal edilen malların %17,83'u Çin'den gelen ithalattan oluşmaktadır. ABD, Belçika, Hindistan ve Birleşik Kralları sırasıyla %9,85, %7,18, %4,76 ve %4,24 ihraç ederek Çin'den sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[16]

[16] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/GHA/Year/2013/Summary

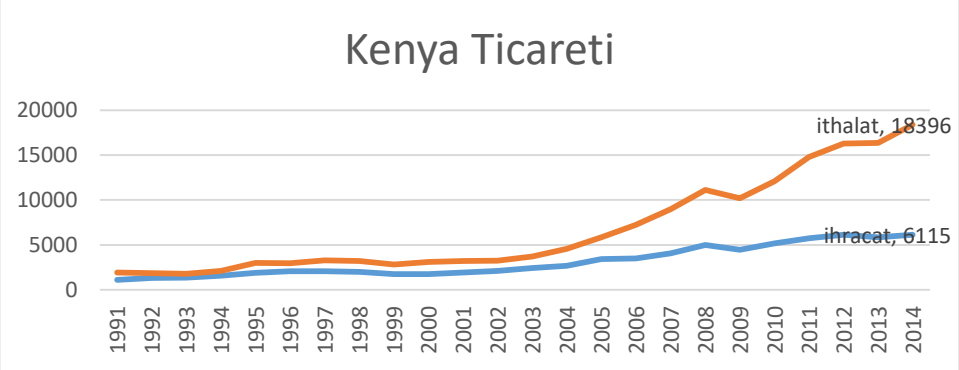
2.8. Kenya ve Ticari Performansı

Afrika'nın doğu kıyısında ve ekvator üzerinde bulunan bir ülkedir. Kuzeyinde Etiyopya ve Sudan, batısında Uganda, güneyinde Tanzanya, doğusunda Somali ve Hint Okyanusu yer almaktadır. Kenya kıta üzerinde 591.958 km²'lik bir yüz ölçümüne sahip olarak Afrika ülkelerinden 23. sırada yer almaktadır.

2014'un son nüfus tahminlerine göre Kenya'da 45,55 milyon nüfusu yaşamaktadır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %72,4 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise % 62,2 olmuştur. 2005 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların % 61,1'si tarımda çalışmaktayken %6,7'si ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[17]

2014 yılında 3.277 ihracat ürünleri 169 ülkeye ihraç ederek 6,1 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 4.082 iken 170 ülkeden ithal edilmiştir. İthalatta sarf edilen para miktarı ise 18,4 milyar $ değerindedir. Grafik 9'da görüldüğü üzere çalışmada ele alınan dönem boyunca ithalatın değeri ihracattan büyük olmuştur. 2003'e kadar hem ithalat hem de ihracat artış kaydetmiştir. Ancak bu dönemdeki artış yavaşça gerçekleşmiştir. 2003'ten sonraki dönemlerde ise ihracatın artışı yine aynı düzeyde kalmışken ithalatlarda ortaya çıkan büyüme oranı büyük ölçülüydü. 2003'ten önceki zamanda az olan ihracat ithalat farkı ondan sonraki dönemlerde son derece genişleyerek 2014 yılında 12,28$ miktarda ticaret açığı oluşmuştur.

Grafik 9: Kenya'nın İthalat ve İhracatı (Milyon $)



[17] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Kenya

Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ara malları %17,09 oranla ilk sırada gelirken, ham maddeler %13,31, tüketim malları %63,52 ve sermaye malları %3,91 oranla takip etmektedir. Tüketim malların ithalatı %38,55, ara malların ithalatı %27,52, sermaye malların ithalatı %25,28 ve ham maddelerin ithalatı ise %6,78 olmaktadır.

Kenya'nın ihracat yaptığı başlıca ülkeler İngiltere, Hollanda ve ABD olurken, yakın coğrafyada bulunan diğer önemli ihraç pazarları Uganda, Tanzanya, Sudan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Mısır olarak sıralanmaktadır. 2014 yılı verilerine göre, Kenya'nın ihracatında ilk sırayı %13'lük payla Uganda alırken onu %10,5 ile Hollanda, %10,4 ile İngiltere, %8,9 ile ABD, %7,1 ile Mısır ve %6,4 ile Zambiya izlemektedir.

Kenya'nın ithalatı başlıca Hindistan'dan gelmektedir. İthal edilen malların %18,29'u Çin'den gelen ithalattan oluşmaktadır. Çin, Birleşik Arap Emirlikleri, Japonya ve Güney Afrika sırasıyla %12,92, %8,31, %5,93 ve %5,01 ihraç ederek Çin'den sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir. Kenya'nın başlıca ithalat ürünleri petrol yağları, ham petrol, palm yağı, elektrikli cihazlar, sanayi ürünleri ve demir - çelik ürünleri olmuştur.[18]

2.9. Madagaskar ve Ticari Performansı

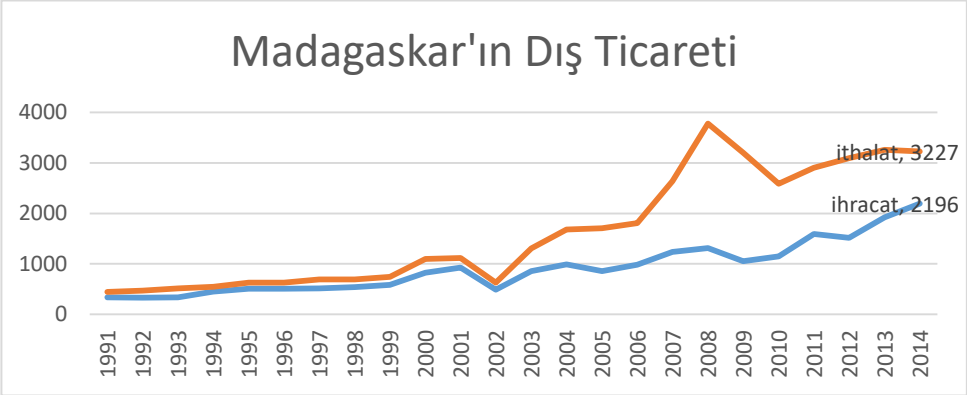
Madagaskar batı Hint Okyanusu'nda yer alan bir adadır. Madagaskar Güney Afrika'nın doğu kıyıların yaklaşık 425 km uzaklıkta bulunmaktadır. Özellikle, Madagaskar Mozambik'in doğusunda Mozambik Kanalı'nda yer almaktadır. Madagaskar'ın yüzölçümü yaklaşık 581.540 km²'dir. Madagaskar 4.828 km uzun kıyı şeridine sahiptir.

2014'un son nüfus tahminlerine göre Madagaskar'da 23,57 milyon nüfusu yaşamaktadır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %90,5 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %86,6 olmuştur. 2005 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %80,4'si tarımda çalışmaktayken %3,7'si ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[19]

[18] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/KEN/Year/2013/Summary
[19] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Madagascar

2014 yılında 1.921 ihracat ürünleri 138 ülkeye ihraç ederek 21,96 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 3.590 iken 159 ülkeden ithal edilmiştir. İthalatta sarf edilen para miktarı ise 32,27 milyar $ değerindedir. Grafik 10'da görüldüğü üzere 2002'ye kadar hem ithalat hem ihracat hafif bir artış göstermiştir. 2002'de yaşanan siyaset krizi dış ticareti de etkilemiş ve o yıldaki ithalat ve ihracatlar düşüşe uğramıştır. Ancak krizden hemen sonra hükümet doğru ekonomik hamleler yaparak toparlamış, ticaret hacmi yine artan trendini izlemiştir. 2006 ile 2008 arası olağanüstü ithalattaki artışlar sonraki iki yılda büyük ölçüde azalmıştır. 2010'dan sonraki dönemlerde ise ithalatlar ve ihracatlar aynı oranda artmaya devam etmiştir. Çalışmada ele alınan dönem boyunca ülke ticaret açığı vermiş ve 2014'te ticaret açığının büyüklüğü 1,03 milyar $'a ulaşmıştır.

Grafik 10: Madagaskar'ın İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını tüketim malları %43,89 oranla ilk sırada gelirken, ara malları %31,54, ham maddeler %20,29 ve sermaye malları %3,85 oranla takip etmektedir. Tüketim malların ithalatı %49,50, ara malların ithalatı %29,15, sermaye malların ithalatı %13,61 ve ham maddelerin ithalatı ise %7.18 olmaktadır.

Madagaskar dünyanın her yerinden oluşan ticaret ortaklarıyla ticaret yapmaktadır. İhraç edilen malların %25,01'si Fransa'ya ulaşmaktadır. Nitekim Fransa Madagaskar'dan en çok ürün ithal eden ülkedir. Fransa'yı takiben ABD, Çin, Hollanda ve Almanya sırasıyla %7,31, %7,10, %6,43 ve %5,40 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Madagaskar'ın ithalatı başlıca Birleşik Arap Emirlikleri'nden gelmektedir. İthal edilen malların %21,44'u Birleşik Arap Emirlikleri'nden gelen ithalattan oluşmaktadır. Çin, Fransa ve Hindistan sırasıyla %14,55, %5,94 ve %5,66 ihraç ederek Birleşik Arap Emirlikleri'nden sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[20]

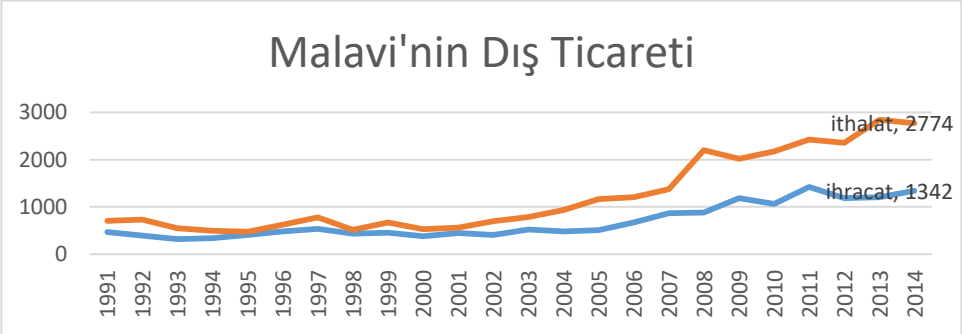
2.10. Malavi ve Ticari Performansı

Afrika'nın güneydoğusunda yer alan bir ülkedir. Kuzeyde Tanzanya, doğuda ve güneyde Mozambik ve batıda Zambiya ile çevrilidir. Kenya kıta üzerinde 118.484 km²'lik bir yüz ölçümüne sahip olarak Afrika ülkelerinden 37. sırada yer almaktadır.

2014'un son nüfus tahminlerine göre Malavi'de 16,83 milyon nüfusu yaşamaktadır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %81,5 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %84,6 olmuştur. 2013 yılında elde edilen verilerine göre ülkede bulunan iş gücünden %6,6'sı işsizdir. Ülkedeki işsizlik oranı %3 ile %7 civarında değer almaktadır.[21]

2014 yılında 1.236 ihracat ürünleri 115 ülkeye ihraç ederek 1,34 milyar $ ihracat geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 3.641 iken 146 ülkeden ithal edilmiştir. İthalat miktarı ise 2,77 milyar $ değerindedir. Grafik 11'de görüldüğü üzere 2001'e kadar ihracat ve ithalatın değeri birbirine yakındır. Ticaretin açığının az olduğu görülmektedir. Ancak ondan sonraki dönemlerde ithalat ve ihracat arasındaki farkı hızlı bir şekilde genişlemiştir. Ülkenin ticaret açığı 2014 yılında 1,43 milyar $ değerindedir.

Grafik 11: Malavi'nin İthalat ve İhracatı (Milyon $)



[20] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/MDG/Year/2013/Summary
[21] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Malawi

Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ham maddeler %70,19 oranla ilk sırada gelirken, ara malları %15,56, tüketim malları %11,43 ve sermaye malları %2,76 oranla takip etmektedir. Tüketim malların ithalatı %40,65, ara malların ithalatı %32,62, sermaye malların ithalatı %17,97 ve ham maddelerin ithalatı ise %8,29 olmaktadır.

Malavi'nin ana ticaret ortakları dünyanın her yerinden oluşmaktadır. İhraç edilen malların %11,55'i Kanada'ya ulaşmaktadır. Nitekim Kanada Malavi'den en çok ürün ithal eden ülkedir. Kanada'yı takiben Belçika, Güney Afrika, ABD ve Birleşik Krallık sırasıyla %8,28, %7,6, %6,41 ve %5,85 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Malavi'nin ithalatı başlıca Güney Afrika'dan gelmektedir. İthal edilen malların %21,74'u Güney Afrika'dan gelen ithalattan oluşmaktadır. Mozambik, Çin, Hindistan ve Birleşik Arap Emirlikleri sırasıyla %12,09, %9,33, %7,85 ve %6,27 ihraç ederek Güney Afrika'dan sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[22]

2.11. Fas ve Ticari Performansı

Kuzeybatı Afrika'da, doğu ve güneyinde Cezayir, güneyde İspanya, kuzeyde Akdeniz, batıda ise Atlas Okyanusu ile çevrili bir ülkedir. Fas kıta üzerinde 446.550 km²'lik bir yüz ölçümüne sahip olarak Afrika ülkelerinden 25. sırada yer almaktadır.

2014'un son nüfus tahminlerine göre Fas'ta 16,83 milyon nüfusu vardır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %81,5 iken kadınların is gücüne katılma oranı ise %84,6 olmuştur.

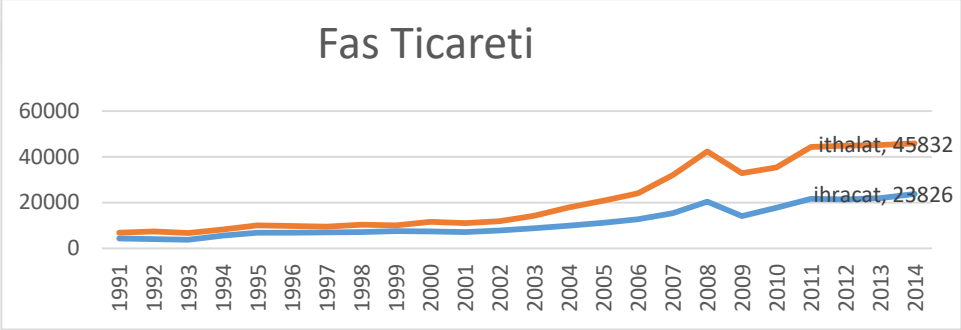
2013 yılında elde edilen verilerine göre ülkede yasayan nüfusun 10,5 milyonu çalışmaktayken 1,17 milyonu ise işsizdir. Ülkedeki işsizlik oranı %8 ile %15 civarında değişimi göstermektedir.[23]

2014 yılında 2.885 ihracat ürünlerini 173 ülkeye ihraç ederek 23,8 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 4.473 iken 173 ülkeden ithal edilmiştir. İthalatta sarf edilen para miktarı ise 45,8 milyar $ değerindedir. Grafik 12'de görüldüğü üzere 2002 yılına kadar ticaret hacmin büyümesi küçük oranla gerçekleşmiştir.

[22] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/MWI/Year/2013/Summary
[23] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Morocco

Bu zamanda ithalatın ve ihracatın büyüme oranı hemen hemen aynı olup aradaki farkı aynı düzeyde kalmıştır. 2002'den sonraki dönemlerde ise yüksek büyüme ithalatta meydana gelirken ihracatta ise ithalatın gibi olmasa da yüksek büyüme gerçekleşmiştir. 2009'da ortaya çıkan Dünya krizinden dolayı dış ticaret hacmin daraldığı ve sonrada aynı seviyeye döndüğü görülmektedir. 2011'den sonraki dönemlerde ise dış ticaretin büyüme hızı yavaşladığı görülmektedir.

Grafik 12: Fas'ın İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını tüketim malları %47,19 oranla ilk sırada gelirken, ara malları %27,57, ham maddeler %17,46 ve sermaye malları %7,71 oranla takip etmektedir. İthal edilen malların ürün grubunda dengeli bir dağılımın olması dikkat çekmektedir. Tüketim malların ithalatı %33,24, ara malların ithalatı %26,89, sermaye malların ithalatı %20,41 ve ham maddelerin ithalatı ise %18,22 olmaktadır.

Fas'ın ithalat ve ihracatı dünyadan farklı ülkelerle yapılmaktadır. İhraç edilen malların %21,48'i Fransa'ya ulaşmaktadır. Nitekim Fransa Fas'tan en çok ürün ithal eden ülkedir. Fransa'yı takiben İspanya, Brezilya, ABD ve İtalya sırasıyla %18,86, %5,97, %4,22 ve %3,78 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Fas'ın ithalatı başlıca İspanya'dan gelmektedir. İthal edilen malların %13,54'u İspanya'dan gelen ithalattan oluşmaktadır. Fransa, ABD, Çin ve Suudi Arabistan sırasıyla %12,94, %7,52, %6,94 ve %6,16 ihraç ederek İspanya'dan sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[24]

[24] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/MAR/Year/2013/Summary

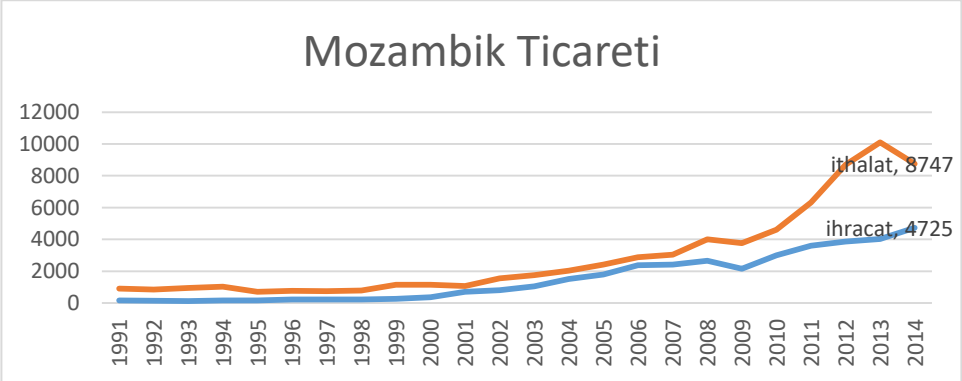
2.12. Mozambik ve Ticari Performansı

Güneydoğu Afrika'da bulunan bir devlettir. Mozambik'in kuzeyinde Tanzanya, kuzeybatısında Malavi ve Zambiya, batısında ve güneybatısında Güney Afrika Cumhuriyeti ve Svaziland, doğusunda Hint Okyanusu yer almaktadır. Mozambik kıta üzerinde 801.590 km²'lik bir yüz ölçümüne sahip olarak Afrika ülkelerinden büyüklük bakımından 16. sırada yer almaktadır.

2014'un son nüfus tahminlerine göre Mozambik'te 26,47 milyon nüfusu yaşamaktadır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %82,8 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %85,5 olmuştur. 2013 yılında elde edilen verilerine göre ülkede bulunan iş gücünden %17'si işsizdir. Ülkedeki işsizlik oranı %17 ile %19 civarında değiştiği görülmektedir.[25]

2014 yılında 1.186 ihracat ürünlerini 118 ülkeye ihraç ederek 4,7 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 3.902 iken 182 ülkeden ithal edilmiştir. İthalat miktarı ise 8,75 milyar $ değerindedir. Grafik 13'te görüldüğü üzere 2008'e kadar ticaret hacminde hafif bir artış gerçekleşmiştir. 2009'da ise Dünya krizinden dolayı büyüme oranı azalmış ve ondan sonraki dönemlerde ithalatın büyüme hızı çok yüksek olmuştur. İhracat değeri de artmış ama artışı ithalatınkinden daha düşüktür. 2013'ten sonra ithalatın büyümesi gerilemiştir. 2014 yılında ticaret açığın miktarı 4,02 milyar $'dır.

Grafik 13: Mozambik'in İthalat ve İhracatı (Milyon $)



[25] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Mozambique

Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ara malları %56,39 oranla ilk sırada gelirken, ham maddeler %17,36, tüketim malları %15,57 ve sermaye malları %10,65 oranla takip etmektedir. Tüketim malların ithalatı %40,14, sermaye malların ithalatı %30,91, ara malların ithalatı %20,28 ve ham maddelerin ithalatı ise %4,17 olmaktadır.

Mozambik'in ana ticaret ortakları dünyanın her yerinden oluşmaktadır. İhraç edilen malların %28,60'i Hollanda'ya ulaşmaktadır. Nitekim Hollanda Mozambik'ten en çok ürün ithal eden ülkedir. Hollanda'yı takiben Güney Afrika, Hindistan, ABD ve Çin sırasıyla %22,41, %16,89, %3,57 ve %2,61 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Mozambik'in ithalatı başlıca Güney Afrika'dan gelmektedir. İthal edilen malların %32,66'si Güney Afrika'dan gelen ithalattan oluşmaktadır. Birleşik Arap Emirlikleri, Çin, Singapur ve Bahreyn sırasıyla %8,54, %6,38, %6,23 ve %5,56 ihraç ederek Güney Afrika'dan sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[26]

2.13. Namibya Ticari Performansı

Namibya Güney Afrika'da bulunan bir ülkedir. Ülkenin kuzeyinde Angola, kuzeydoğusunda Zambiya, doğusunda Botsvana, güney ve güneydoğusunda Güney Afrika Cumhuriyeti yer almaktadır. Batısı ise Atlas Okyanusu ile çevrilidir. Namibya kıta üzerinde 824.268 km²'lik bir yüz ölçümüne sahip olarak Afrika ülkelerinden büyüklük bakımından 15. sırada yer almaktadır.

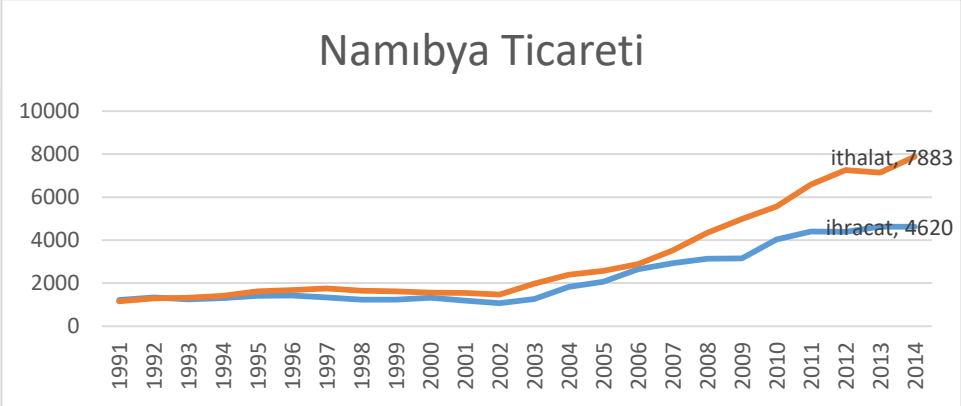
2014'un son nüfus tahminlerine göre Namibya'da 23,48 milyon nüfusu vardır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %63,7 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise % 54,7 olmuştur. 2005 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %27,4'si tarımda çalışmaktayken %13,8'si ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[27]

2014 yılında 3.259 ihracat ürünlerini 162 ülkeye ihraç ederek 4,6 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 4.091 iken 128 ülkeden ithal

[26] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/MOZ/Year/2013/Summary
[27] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Namibia

edilmiştir. İthalat miktarı ise 7,88 milyar $ değerindedir. Grafik 14'te görüldüğü üzere 2002'ye kadar sabit düzeyde kalan dış ticaret büyümesi ondan sonraki dönemlerde hızlıca artarak devam etmiştir. Çalışmada ele alınan dönem boyunca ithalatın değeri ihracatınkinden yüksek olmuştur. İthalat ve ihracat arasındaki farkı da giderek genişlediği görülmektedir. 2014'te ticaret açığı 3,26 milyar $ değerindedir.

Grafik 14: Namibya'nın İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ham maddeler %50,68 oranla ilk sırada gelirken, sermaye malları %22,73, ara malları %14,04 ve tüketim malları %12,13 oranla takip etmektedir. Tüketim malların ithalatı %42,15, sermaye malların ithalatı %28,16, ara malların ithalatı %12,59 ve ham maddelerin ithalatı ise %15,99 olmaktadır.

Namibya'nın ana ticaret ortaklarından çoğu Afrika ülkelerinden oluşmaktadır. İhraç edilen malların %26,68'i Güney Afrika'ya ulaşmaktadır. Nitekim Güney Afrika Namibya'dan en çok ürün ithal eden ülkedir. Güney Afrika'yı takiben Botsvana, İsviçre ve Angola sırasıyla %13,71, %8,79 ve %7,36 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Namibya'nın ithalatı başlıca Güney Afrika'dan gelmektedir. İthal edilen malların %61,76'si Güney Afrika'dan gelen ithalattan oluşmaktadır. İsviçre, Marşal Adaları ve Çin sırasıyla %5,79, %4,06 ve %3,11 ihraç ederek Güney Afrika'dan sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[28]

[28] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/NAM/Year/2013/Summary

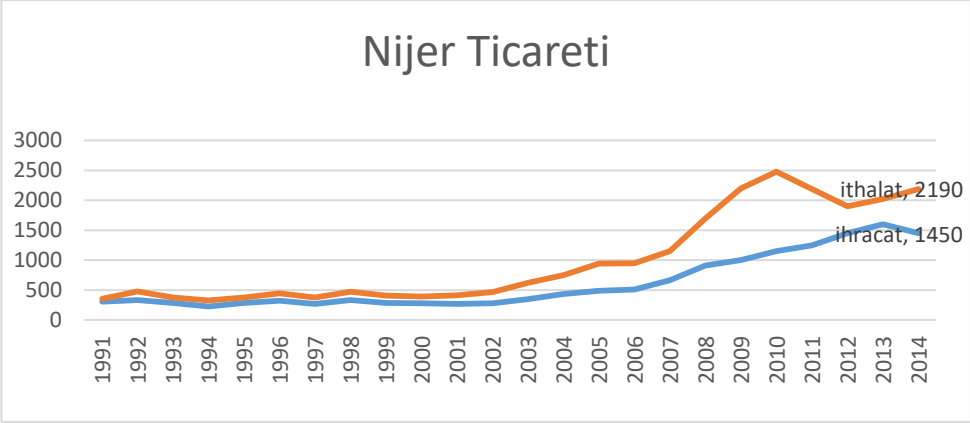
2.14. Nijer ve Ticari Performansı

Kuzeyinde Cezayir ve Libya, doğusunda Çad, güneyinde Nijerya ve Benin, batısında ise Burkina Faso ve Mali bulunan batı Afrika ülkesidir. Nijer kıta üzerinde 1.267.000 km²'lik bir yüz ölçümüne sahip olarak Afrika ülkelerinden 6. sırada yer almaktadır.

2014'un son nüfus tahminlerine göre Nijer'de 18,5 milyon kişi yaşamaktadır. Yüzölçümü ile nüfus sayısı karşılaştırılınca nüfus yoğunluğunu çok düşük olduğu Afrika ülkelerindendir. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %89,7 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %40 olmuştur. 2005 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %56,9'u tarımda çalışmaktayken %11,1'i ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[29]

2014 yılında 465 ihracat ürünlerini 76 ülkeye ihraç ederek 1,45 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 2.856 iken 142 ülkeden ithal edilmiştir. İthalat miktarı ise 2,19 milyar $ değerindedir. Grafik 15'te görüldüğü üzere 2001'e kadar sabit düzeyde kalan ticaret hacmi ondan sonraki dönemlerde hızlı bir şekilde artmıştır. Ticaret açığının da giderek artığı görülmektedir. 2010'a kadar davam eden hızlı büyüme gerilemiş ve ihracat ithalat farkı önemli ölçüde daralmıştır. 2014'te ticaret açığı 0,7 milyar $'a kadar gerilemiştir.

Grafik 15: Nijer'in İthalat ve İhracatı (Milyon $)



[29] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Niger

Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ham maddeler %52,68 oranla ilk sırada gelirken, tüketim malları %35,81, ara malları %8,18 ve sermaye malları %3,28 oranla takip etmektedir. Tüketim malların ithalatı %48,79, ara malların ithalatı %23,89, sermaye malların ithalatı %22,93 ve ham maddelerin ithalatı ise %3,79 olmaktadır.

Nijer'in ana ticaret ortakların oluşumu çeşitlik göstermektedir. İhraç edilen malların %39,58'i Fransa'ya ulaşmaktadır. Nitekim Fransa Nijer'den en çok ürün ithal eden ülkedir. Fransa'yı takiben Burkina Faso, Nijerya, ABD ve Çin sırasıyla %16,28, %15,38, %9,19 ve %6,22 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Nijer'in ithalatı başlıca Çin'den gelmektedir. İthal edilen malların %23,7'si Çin'den gelen ithalattan oluşmaktadır. Fransa, Togo, Hindistan ve ABD sırasıyla %10,06, %6,32 %6,05 ve %5,85 ihraç ederek Çin'den sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[30]

2.15. Nijerya ve Ticari Performansı

Doğusunda Kamerun, kuzeydoğusunda Çad, kuzeyinde Nijer ve batısında Benin devletleri yer almaktadır. Güneyi, Gine Körfeziyle Atlantik'e açılmaktadır. Nijerya kıta üzerinde 923.768 km²'lik bir yüz ölçümüne sahip olarak Afrika ülkelerinden 14. Sırada yer almaktadır.

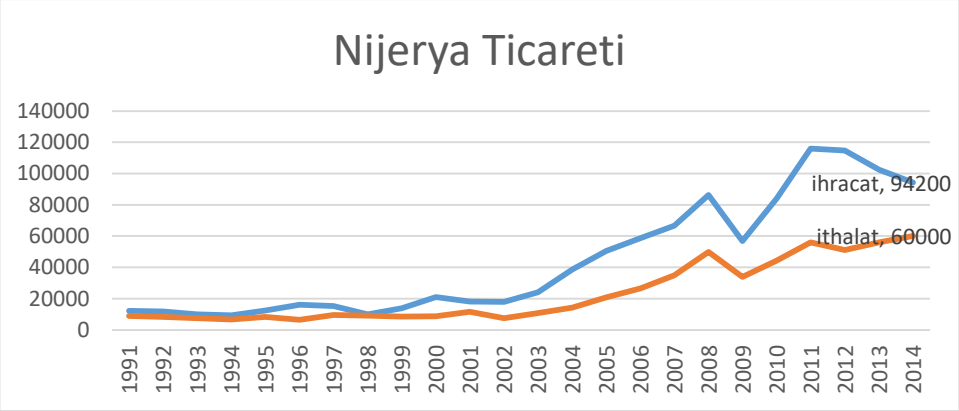
2014'un son nüfus tahminlerine göre Nijerya'da 178,5 milyon kişi yaşamaktadır. Nijerya Afrika ülkelerinden en çok nüfusa sahip ülkedir. 2013 yılı verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %63,7 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %48,2 olmuştur. 2005 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %44,6'si tarımda çalışmaktayken %11,5'si ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[31]

2014 yılında 1.228 ihracat ürünleri 148 ülkeye ihraç ederek 94,2 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 3.890 iken 188 ülkeden ithal edilmiştir. İthalat miktarı ise 60 milyar $ değerindedir. Grafik 16'da görüldüğü üzere çalışmada ele alınan dönemin hepsinde ticaret fazlası olduğu görülmektedir. 2002'ye kadar küçük ölçüde büyüyen ticaret hacmi ondan sonraki dönemlerde hızlıca büyümeye

[30] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/NER/Year/2013/Summary
[31] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Nigeria

başlamıştır. 2009 ve 2011'den sonra ise ticaret hacminin büyümesinde bir yavaşlama meydana gelmiştir. Petrol ağırlıklı ekonomiye sahip olan Nijerya'nın ticaret fazlası diğer Afrika ülkelerinden Nijerya'ya avantajı sağladığı görülmektedir. 2014'te ticaret dengesinin 34,2 milyar $ fazlası vardır.

Grafik 16: Nijerya'nın İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ham maddeler %89,39 oranla ilk sırada gelirken, tüketim malları %6,62, ara malları %3,04 ve sermaye malları %0,84 oranla takip etmektedir. Tüketim malların ithalatı %38,06, ara malların ithalatı %26,50, sermaye malların ithalatı %25,33 ve ham maddelerin ithalatı ise %9,25 olmaktadır.

Nijerya'nın ana ticaret ortakları neredeyse dünyanın tüm ülkelerdir. İhraç edilen malların %12,65'i Hindistan'a ulaşmaktadır. Nitekim Hindistan Nijerya'dan en çok ürün ithal eden ülkedir. Hindistan'ı takiben Hollanda, Brezilya, ABD ve İspanya sırasıyla %10,51, %9,47, %8,47 ve %6.99 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Nijerya'nın ithalatı başlıca Çin'den gelmektedir. İthal edilen malların %21,7'si Çin'den gelen ithalattan oluşmaktadır. ABD, Hollanda ve Birleşik Krallık sırasıyla %8,74, %5,42 ve %5,24 ihraç ederek Çin'den sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[32]

2.16. Senegal Ticari Performansı

Kuzeyinde Moritanya, doğusunda Mali, güneyinde Gine ve Portekiz Gine'si ve batısında Atlantik Okyanusu ile çevrili olan Senegal Batı Afrika'da yer almaktadır.

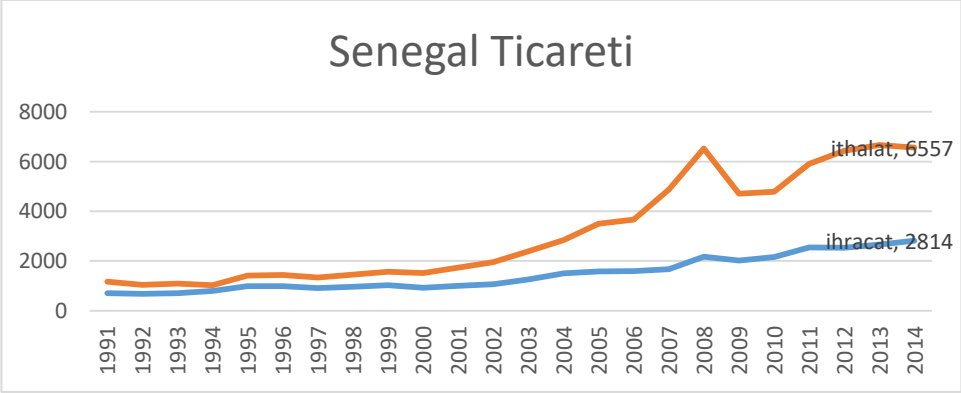
[32] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/NGA/Year/2013/Summary

Senegal kıta üzerinde 196.712 km²'lik bir yüz ölçümüne sahip olarak Afrika ülkelerinden toprak büyüklüğü bakımından 35. sırada yer almaktadır.

2014'un son nüfus tahminlerine göre Senegal'de 14,55 milyon nüfusu yaşamaktadır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %88 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %66 olmuştur. 2005 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %33,7'si tarımda çalışmaktayken %14,8'si ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[33]

2014 yılında 1.729 ihracat ürünleri 139 ülkeye ihraç ederek 2,8 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 3.577 iken 154 ülkeden ithalat yapılmıştır. İthalat miktarı ise $6,56 milyar değerindedir. Grafik 17'de görüldüğü üzere 2000 yılına kadar ticaret hacminin büyümesi sabit düzeyde kalmıştır. Ancak ondan sonraki dönemlerde ithalatın değeri hızlıca artmıştır. İhracatın değeri ise yavaşça artmıştır. 2009'daki dünya krizinden dolayı değeri düşen ithalatlar bir yıl sonra aynı seviyede durmuştur. İhracat ve ithalatın büyüme hızı farklı olduğundan ticaret açığı giderek genişlemiştir. 2014'te ticaret açığı $3,74 milyar değerindedir.

Grafik 17: Senegal'in İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ara malları %40,58 oranla ilk sırada gelirken, tüketim malları %37,27, ham maddeler %18,82 ve sermaye malları %3,06 oranla takip etmektedir. Tüketim malların ithalatı %47,11, ham maddelerin ithalatı %18, sermaye malların ithalatı %17,41 ve ara malların ithalatı ise %16,07 olmaktadır.

[33] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Senegal

Senegal'in ana ticaret ortaklarını dünyanın çoğu ülkeler oluşmaktadır. İhraç edilen malların %15,93'u Mali'ye ulaşmaktadır. Nitekim Mali Senegal'den en çok ürün ithal eden ülkedir. Mali'yi takiben İsviçre, Hindistan ve Gine sırasıyla %8,83, %6,67 ve %4,81 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Senegal'in ithalatı başlıca Fransa'dan gelmektedir. İthal edilen malların %15,35'i Fransa'dan gelen ithalattan oluşmaktadır. Nijerya, Hollanda, Çin ve Hindistan sırasıyla %10,57, %8,42, %7,52 ve %6,21 ihraç ederek Fransa'dan sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[34]

2.17. Güney Afrika ve Ticari Performansı

Güneybatısında Atlas Okyanusu, güney ve doğusunda Hint Okyanusu, kuzeydoğusunda Svaziland ve Mozambik, kuzeyinde Botsvana, kuzeybatısında Namibya ile çevrili bir ülkedir. Güney Afrika kıta üzerinde 1.221.037 km²'lik bir yüz ölçümüne sahip olarak Afrika ülkelerinden toprak büyüklüğü bakımından 9. sırada yer almaktadır.

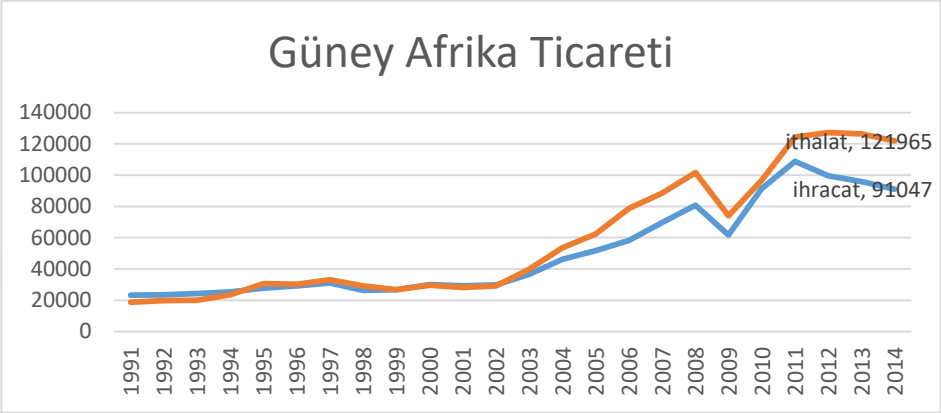
2014'un son nüfus tahminlerine göre Güney Afrika'da 53,14 milyon nüfusu yaşamaktadır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %60,5 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %44,5 olmuştur. 2010 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %4,6'si tarımda çalışmaktayken %24,3'ü ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[35]

2014 yılında 4.491 ihracat ürünleri 218 ülkeye ihraç ederek 91,05 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 4.492 iken 226 ülkeden ithal edilmiştir. Güney Afrika tüm Afrika ülkeleri arasında diğer ülkelerle en çok ticaret ilişkisi olan ülkedir. İthalat miktarı ise 121,96 milyar $ değerindedir. Grafik 18'de görüldüğü üzere 2002'ye sabit trendi izleyen ticaret hacmi ondan sonraki dönemlerde hızlı bir şekilde artmıştır. 2009'daki dünya krizinden dolayı büyük ölçüde düşüş yaşandıktan sonra 2011'e kadar yine büyümesi devam etmiştir. 2011'den sonraki dönemlerde ise hem ithalatın hem

[34] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/SEN/Year/2013/Summary
[35] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=South%20Africa

de ihracatın değeri azalmıştır. Ayrıca bu dönemde ticaret açığının da genişlediği görülmektedir. 2014'te ticaret açığı miktarı 30,9 milyar $'dır.

Grafik 18: Güney Afrika'nın İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ara malları %36,06 oranla ilk sırada gelirken, ham maddeler %29,62, tüketim malları %18,71 ve sermaye malları %15,01 oranla takip etmektedir. İthal edilen malların ürün grubunda dengeli bir dağılımın olması dikkat çekmektedir. Tüketim malların ithalatı %30,2, sermaye malların ithalatı %29,07 ve ham maddelerin ithalatı %17,85, ara malların ithalatı ise %16,28 olmaktadır.

Güney Afrika'nın ana ticaret ortakları dünyanın her yerinden oluşmaktadır. İhraç edilen malların %12,67'si Çin'e ulaşmaktadır. Nitekim Çin Güney Afrika'dan en çok ürün ithal eden ülkedir. Çin'i takiben ABD, Japonya ve Botsvana sırasıyla %7,24, %5,86 ve %4,84 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Güney Afrika'nın ithalatı başlıca Çin'den gelmektedir. İthal edilen malların %15,47'si Çin'den gelen ithalattan oluşmaktadır. Almanya, Suudi Arabistan, ABD ve Hindistan sırasıyla %10,34, %7,76, %6,35 ve %5,2 ihraç ederek Çin'den sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[36]

2.18. Togo ve Ticari Performansı

Togo, batısında Gana, kuzeyinde Burkina Faso, doğusunda Benin devletleriyle komşu olan Batı Afrika'nın güney orta kıyısında yer alan bir devletidir. Togo kıta üzerinde

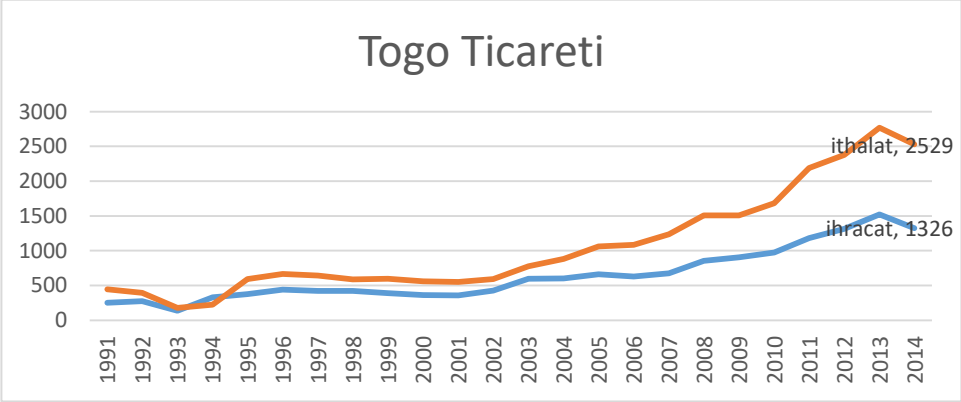
[36] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/ZAF/Year/2013/Summary

56.785 km²'lik bir yüz ölçümüne sahip olarak toprak büyüklüğünde Afrika'da 42. sırada yer almaktadır.

2014'un son nüfus tahminlerine göre Togo'da 6,99 milyon nüfusu yaşamaktadır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin iş gücüne katılma oranı %81,3 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %80,6 olmuştur. 2005 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %54,1'si tarımda çalışmaktayken %6,8'si ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[37]

2014 yılında 634 ihracat ürünleri 79 ülkeye ihraç ederek 1,33 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 2.256 iken 123 ülkeden ithalat yapılmıştır. İthalat miktarı ise 2,53 milyar $ değerindedir. Grafik 19'da görüldüğü üzere 1993 ile 1995 yıllar arasında ve 2003 ile 2013 yıllar arasında ticaret hacminde hızlı büyüme gerçekleştiği görülmektedir. 1995 ile 2002 arasındaki yıllarda büyümenin sabit kaldığı 2013'ten sonra ise düşüşe uğradığı görülmektedir. Ticaret açığı 2003'ten itibaren genişleyerek 2014 yılında 1,2 milyar $'a ulaşmıştır.

Grafik 19: Togo'nun İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ara malları %41,20 oranla ilk sırada gelirken, tüketim malları %32,6, sermaye malları %15,64 ve ham maddeler %10,55 oranla takip etmektedir. Tüketim malların ithalatı %42,03, ara malların ithalatı %34,19, sermaye malların ithalatı %17,06 ve ham maddelerin ithalatı ise %6,40 olmaktadır.

[37] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Togo

Togo'nun 5 ana ticaret ortaklarından hepsi Afrika ülkelerinden oluşmaktadır. İhraç edilen malların %18,96'si Burkina Faso'ya ulaşmaktadır. Nitekim Burkina Faso Togo'dan en çok ithal eden ülkedir. Burkina Faso'yu takiben Benin, Gana, Nijer ve Nijerya sırasıyla %11,96, %11,41, %10,74 ve %10,62 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Togo'nun ithalatı başlıca Çin'den gelmektedir. İthal edilen malların %15,71'si Çin'den gelen ithalattan oluşmaktadır. Fransa, Hollanda, ABD ve Gana sırasıyla %7,71, %7,39, %5,07 ve %4,76 ihraç ederek Çin'den sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[38]

2.19. Tunus ve Ticari Performansı

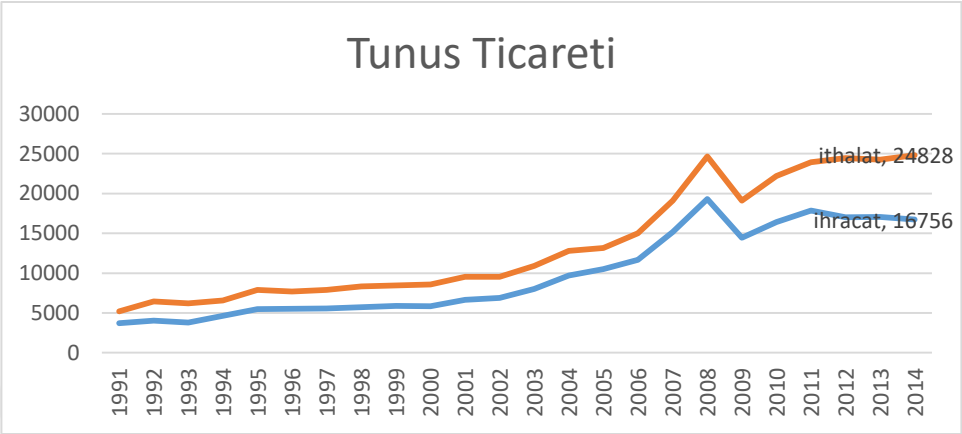
Kuzey Afrika'da yer alan bir kıyı ülkesidir. Batısında Cezayir, güneydoğusunda Libya, doğusunda ve kuzeyinde Akdeniz ile çevrilidir. Tunus kıta üzerinde 163.610 km²'lik bir yüz ölçümüne sahip olarak Afrika ülkelerinden toprak büyüklüğü bakımından 36. sırada yer almaktadır.

2014'un son nüfus tahminlerine göre Tunus'ta 11,12 milyon nüfusu yaşamaktadır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %70,9 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %25,1 olmuştur. 2013 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %16,2'si tarımda çalışmaktayken %33,5'i ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[39]

2014 yılında 2.784 ihracat ürünleri 159 ülkeye ihraç ederek 16,76 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 4.162 iken 170 ülkeden ithalat yapılmıştır. İthalat miktarı ise 24,83 milyar $ değerindedir. Grafik 20'de görüldüğü üzere 2008'e kadar hem ithalat hem de ihracatta orta seviyede orantılı artmıştır. 2009'da dünya krizin meydana gelmesiyle ticaret hacminde düşüş yaşanmıştır. 2009'dan sonra ise ithalatın büyüme oranı ihracatınkinden yüksek seviyede gerçekleşmiştir. Nitekim 2014'te Tunus ekonomisinin dış ticaret açığı 8,07 milyar $'dır.

[38] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/TGO/Year/2013/Summary
[39] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Tunisia

Grafik 20: Tunus'un İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını tüketim malları %46,19 oranla ilk sırada gelirken, ara malları %18,94, sermaye malları %17,19 ve ham maddeler %14,11 oranla takip etmektedir. Tüketim malların ithalatı %33,41, ara malların ithalatı %29,09, sermaye malların ithalatı %24,77 ve ham maddelerin ithalatı ise %12,13 olmaktadır.

Tunus'un ana ticaret ortakları dünyanın her yerinden oluşmaktadır. İhraç edilen malların %26,39'si Fransa'ya ulaşmaktadır. Nitekim Fransa Tunus'tan en çok ithalat yapan ülkedir. Fransa'yı takiben Tunus'tan İtalya, Almanya, Libya ve İspanya sırasıyla %18,47, %8,99, %5,09 ve %4,71 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Tunus'un ithalatı başlıca Fransa'dan gelmektedir. İthal edilen malların %18,28'i Fransa'dan gelen ithalattan oluşmaktadır. İtalya, Almanya, Çin ve Cezayir sırasıyla %14,55, %5,94 ve %5,66 ihraç ederek Fransa'dan sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[40]

2.20. Uganda ve Ticari Performansı

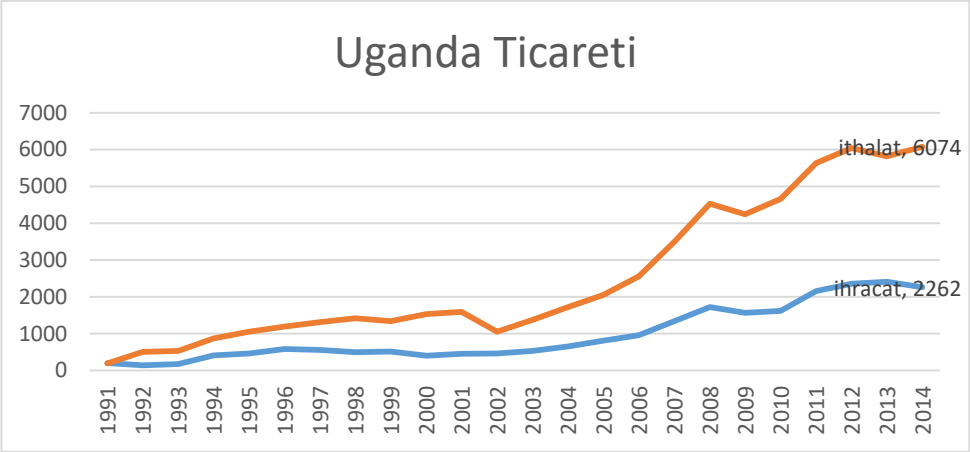
Doğu Afrika'da yer alan bir devlettir. Kuzeyde Sudan, batıda Kongo, güneyde Ruanda ve Tanzanya ve doğuda Kenya ile komşudur. Uganda kıta üzerinde 241.550 km²'lik bir yüz ölçümüne sahip olarak Afrika ülkelerinden toprak büyüklüğü bakımından 33. sırada yer almaktadır.

[40] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/TUN/Year/2013/Summary

2014'un son nüfus tahminlerine göre Uganda'da 38,85 milyon kişi yaşamaktadır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %79,2 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %75,8 olmuştur. 2010 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %65,6'si tarımda çalışmaktayken %6'si ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[41]

2014 yılında 2.419 ihracat ürünleri 141 ülkeye ihraç ederek 2,26 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 3.817 iken 154 ülkeden ithalat yapılmıştır. İthalat miktarı ise 6,07 milyar $ değerindedir. Grafik 21'de görüldüğü üzere ithalatın değeri 2001'e kadar orta seviyede artmıştır. 2002'den sonraki dönemlerde ithalatın değeri hızlıca arttığı görülmektedir. İhracat ise baştan sonuna kadar aynı büyüme hızıyla büyümüştür. 2002'den sonra ticaret açığı gittikçe genişleyerek 2014 yılında 3,8 milyar $ ticaret açığı oluşmuştur.

Grafik 21: Uganda'nın İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ham maddeler %37,51 oranla ilk sırada gelirken, tüketim malları %29,1, ara malları %23,89 ve sermaye malları %8,1 oranla takip etmektedir. Tüketim malların ithalatı %51,75, ara malların ithalatı %22,7, sermaye malların ithalatı %21,12 ve ham maddelerin ithalatı ise %2 olmaktadır.

Uganda'nın 5 ana ticaret ortaklarından hepsi Afrika ülkelerinden oluşmaktadır. İhraç edilen malların %13,06'si Kenya'ya ulaşmaktadır. Nitekim Kenya Uganda'dan en

[41] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Uganda

çok ürün ithal eden ülkedir. Kenya'yı takiben Kongo, Sudan, Ruanda ve Güney Sudan sırasıyla %11,14, %9,94, %8,98 ve %7,29 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Uganda'nın ithalatı başlıca Hindistan'dan gelmektedir. İthal edilen malların %26,81'si Hindistan'dan gelen ithalattan oluşmaktadır. Çin, Kenya, Birleşik Arap Emirlikleri ve Japonya sırasıyla %10,69, %9,67, %6,66 ve %5,7 ihraç ederek Hindistan'dan sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[42]

2.21. Zambiya ve Ticari Performansı

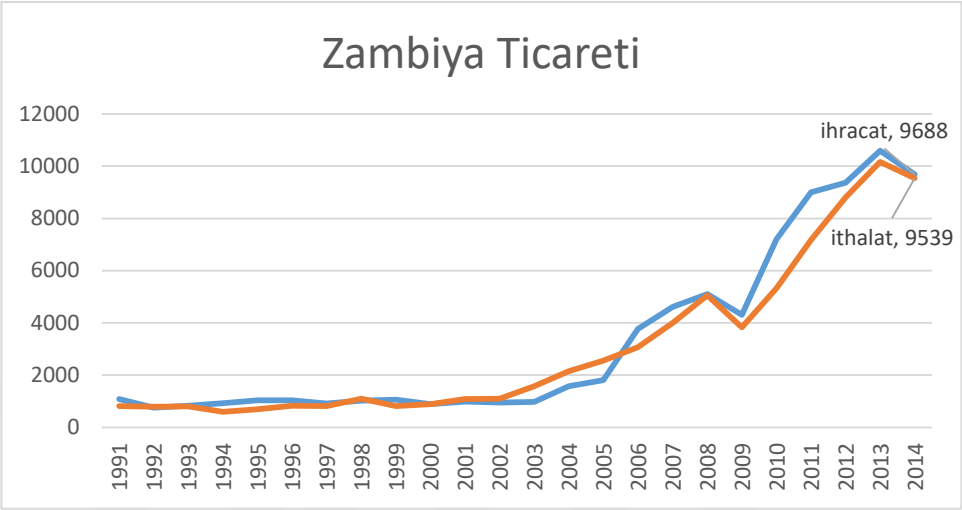
Zambiya'nın komşu olduğu ülkeler, kuzeyde Kongo; doğuda Tanzanya, Malavi, Mozambik; güneyde Zimbabwe, Namibya, batıda Angola'dır. Zambiya kıta üzerinde 752.612 km²'lik bir yüz ölçümüne sahip olarak Afrika ülkelerinden 17. sırada yer almaktadır.

2014'un son nüfus tahminlerine göre Zambiya'da 15,02 milyon nüfusu yaşamaktadır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %85,6 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %73,1 olmuştur. 2005 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %72,2'si tarımda çalışmaktayken %7,1'si ise sanayi sektöründe çalışmaktadır. [43]

2014 yılında 1.886 ihracat ürünleri 109 ülkeye ihraç ederek 9,69 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 3.984 iken 160 ülkeden ithalat yapılmıştır. İthalat miktarı ise 9,54 milyar $ değerindeydi. Grafik 22'de görüldüğü üzere 2002'ye kadar ticaret hacminde hiç bir büyüme yoktur. Ancak ondan sonraki dönemlerde hızlıca artığı görülmektedir. Çalışmada ele alınan dönemin çoğu kısmında Zambiya dış ticaretinde ihraç ettiği malların değerin ithalatınkinden daha yüksek olmuştur. İthalat ihracat farkıyla oluşan ticaret fazlasının değeri çok düşük olduğu da görülmektedir. Afrika'da ihracat fazlası veren nadir ülkelerindendir.

[42] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/UGA/Year/2013/Summary
[43] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Zambia

Grafik 22: Zambiya'nın İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ara malları %86,50 oranla ilk sırada gelirken, ham maddeler %5,78, tüketim malları %4,98 ve sermaye malları %2,6 oranla takip etmektedir. Tüketim malların ithalatı %29,66, sermaye malların ithalatı %28,46, ham maddelerin ithalatı %20,52 ve ara malların ithalatı ise %20,47 olmaktadır.

Zambiya'nın birlikte ticaret yaptığı ticaret ortakları dünyanın neredeyse tüm ülkelerdir. İhraç edilen malların %44,7'si İsviçre'ye ulaşmaktadır. Nitekim İsviçre Zambiya'dan en çok ithal eden ülkedir. İsviçre'yi takiben Çin, Kongo, Güney Afrika ve Singapur sırasıyla %18,48, %8,26, %6,96 ve %3,84 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Zambiya'nın ithalatı başlıca Güney Afrika'dan gelmektedir. İthal edilen malların %32,43'ü Güney Afrika'dan gelen ithalattan oluşmaktadır. Kongo, Çin, Kenya ve Hindistan sırasıyla %15,30, %8,99, %8,11 ve %4,26 ihraç ederek Güney Afrika'dan sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[44]

2.22. Zimbabve ve Ticari Performansı

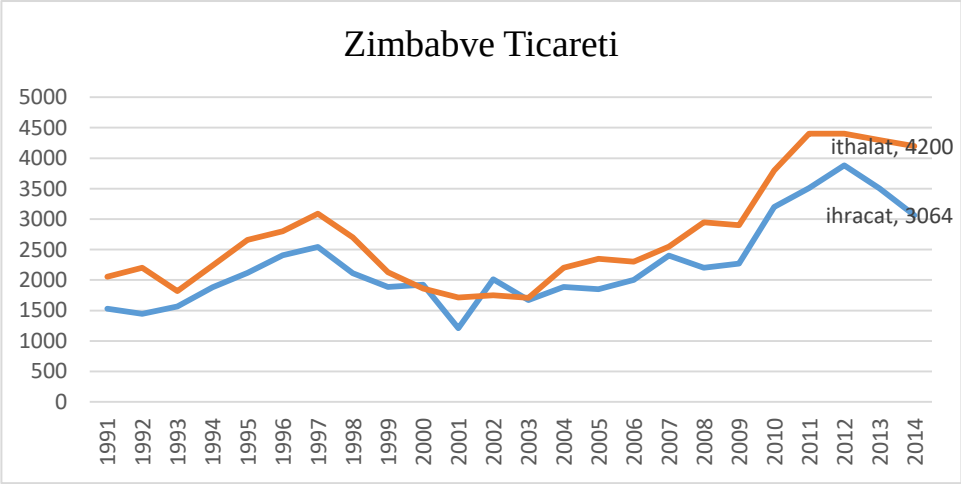
Zimbabve'nin komşu olduğu ülkeler kuzeyde Zambiya, batıda Botsvana, güneyde Güney Afrika ve doğuda Mozambik'tir. Zimbabve kıta üzerinde 390.757 km²'lik bir yüz ölçümüne sahip olarak Afrika ülkelerinden 26. sırada yer almaktadır.

[44] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/ZMB/Year/2013/Summary

2014'un son nüfus tahminlerine göre Zimbabve'de 14,6 milyon nüfusu yaşamaktadır. 2013 yılında elde edilen verilerine göre erkeklerin işgücüne katılma oranı %89,8 iken kadınların iş gücüne katılma oranı ise %83,4 olmuştur. 2010 yılın verilerine göre iş gücüne katılanların %64,8'i tarımda çalışmaktayken %9,3'ü ise sanayi sektöründe çalışmaktadır.[45]

2014 yılında 1.510 ihracat ürünleri 89 ülkeye ihraç ederek 3,06 milyar $ geliri elde etmiştir. Aynı dönemde ithal edilen malların sayısı 4.019 iken 155 ülkeden ithal edilmiştir. İthalat miktarı ise 4,2 milyar $ değerindeydi. Grafik 23'te görüldüğü üzere ticaret hacmin 1997'ye kadar 2003'ten sonraki yıllarda artığı görülmektedir. 1997 ile 2002 yıllar arasında ve 2012'den sonra ise azalmıştır. İthalat ve ihracat değerlerin birbirine takip ettiği ve ticaret açığın da normal bir genişlikte olmuştur. Ancak 2013'ten sonraki yıllarda ihracatın büyük ölçüde azalmasında dolayı ticaret açığı genişlemeye başlamıştır.

Grafik 23: Zimbabve'nin İthalat ve İhracatı (Milyon $)



Ürün grubu olarak ülkenin ihracatının büyük kısmını ham maddeler %52,57 oranla ilk sırada gelirken, ara malları %40,7, tüketim malları %4,75 ve sermaye malları %1,94 oranla takip etmektedir. Tüketim malların ithalatı %50,64, ara malların ithalatı %21,25, sermaye malların ithalatı %20,60 ve ham maddelerin ithalatı ise %6,16 olmaktadır.

[45] http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Zimbabwe

Zimbabve'nin ana ticaret ortakları dünyanın her yerinden oluşmaktadır. İhraç edilen malların %66,96'si Güney Afrika'ya ulaşmaktadır. Nitekim Güney Afrika Zimbabve'den en çok ithal eden ülkedir. Güney Afrika'yı takiben Mozambik, Belçika, Zambiya ve Birleşik Arap Emirlikleri sırasıyla %18,85, %4,08, %3,35 ve %3,14 ihracat ürünleri ithal etmektedirler.

Zimbabve'nin ithalatı başlıca Güney Afrika'dan gelmektedir. İthal edilen malların %42,88'i Güney Afrika'dan gelen ithalattan oluşmaktadır. Singapur, Çin, Birleşik krallık ve Zambiya sırasıyla %18,31, %6,25, %3,27 ve %2,82 ihraç ederek Güney Afrika'dan sonra ilk sırada yer alan ülkelerdir.[46]

Yukarıda analiz edilen 22 ülke Afrika kıtasında önemli bir role sahiptir. Tablo 3'te görüldüğü üzere bu ülkeler Afrika'nın toplam nüfusunun %71'ini kapsamaktadır. Analize dahil edilmeyen ülkelerin sayısı daha fazla olsa da bu ülkelerin çoğu küçük yada nüfusları azdır. Toprak büyüklüğü bakımından ise %62'si 22 ülkelerden oluşmaktadır.

Benzer bir şekilde, bu ülkelerin ekonomideki rolü de büyük olmaktadır. Afrika'nın GSYH'sinin %81'i sadece bu 22 ülkeden gelmektedir. Dış ticarete baktığımızda yine toplam ticaretin %76'sini bu ülkeler yapmaktadır.[47] Yukarıda belirtildiği gibi, bu 22 Afrika ülkenin önemli bir rolü alması bu çalışmada ulaşılacak sonuçları ve analizleri güvenilirliği kazandırmaktadır.

Tablo 3: Seçilmiş 22 Afrika Ülkesinin Ticaret Performansı (2014)

Ülke	**Nüfus (milyon)**	**Yüzölçümü (km^2)**	**İhracat (milyar $)**	**İthalat (milyar $)**
Cezayir	39,9	2.381.741	62,89	58,6
Botsvana	2,04	582.000	8,5	8,07
Kamerun	2,28	475.650	5,16	7,56
Fildişi sahilleri	20,8	322.463	12,8	11,18
Mısır	83,4	1.002.000	26,8	71,34
Etiyopya	96,5	1.104.300	5,67	21,9
Gana	26,44	238.533	14,6	13,23

[46] http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/ZWE/Year/2013/Summary
[47] Afrika kalkınma göstergeleri(2014)

Tablo-3 Devam: Seçilmiş 22 Afrika Ülkesinin Ticaret Performansı (2014)

Kenya	45,55	591.958	6,1	18,4
Madagaskar	23,57	581.540	21,96	32,27
Malawi	16,83	118.484	1,34	2,77
Fas	16,83	446.550	23,8	45,8
Mozambik	26,47	801.590	4,7	8,75
Namibya	23,48	824.268	4,6	7,88
Nijer	18,5	1.267.000	1,45	2,19
Nijerya	178,5	923.768	94,2	60
Senegal	14,55	196.712	2,8	6,56
Güney Afrika	53,14	1.221.037	91,05	121,96
Togo	6,99	56.785	1,33	2,53
Tunus	11,12	163.610	16,76	24,83
Uganda	38,85	241.550	2,26	6,07
Zambiya	15,02	752.612	9,69	9,54
Zimbabwe	14,6	390.757	3,06	4,2
Toplam	731,14	14.684.908	421,52	545,63
Afrika	1.216	30.370.000	710,6	686,47

Kaynak: African Development Indicators (2014)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

VERİ, YÖNTEM VE ÖNGÖRÜ TEKNİKLERİ

3. AFRİKA ÜLKELERİN KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜK ANALİZİ

Bu bölümde çalışmanın veri kaynağı ve çalışmada kullanılacak olan yöntem anlatılmıştır. Öncelikle veri toplama bölümünde veri hangi kaynaklardan edindiğini ve verinin özelliği hakkında bilgi verilmiştir. Çalışmada kullanılan çeşitli yöntemlerin türü ve özellikleri ise sonraki bölümde yer almaktadır.

3.1. Veri ve Yöntem

Bu çalışmada kullanılan veri tek bir kaynaktan Dünya Ticaret Örgütünden elde edilmiştir. Alternatiflerin bulunmaması, analize uygun ve uyumlu veri setin olmasının önemi tek bir veri kaynağa dayanılmasının nedeni olmuştur.

Dolayısıyla, ürünlerin sınıflandırılması kurumun çalışmasından alınarak uygulanmıştır. Ancak, bazı ürün grupları değerleri çok düşük olması ve çok eksik değerlerin bulunması nedeniyle analize dahil edilmeyip analiz dışı tutulmuşlardır. Bu ürün grupları ilaçlar, yakıt, elektronik veri işleme ve ofis ekipmanları ve entegre devreler ve elektronik bileşenler kategorilerindir.

Bu çalışmaya dahil edilen ülkelerin sayısına karar verilirken temel kriter ülkeye ait verilerin bulunmasıdır. Nitekim yirmi iki ülke analiz için seçilmiştir. Spesifik ithalat ortakları analize dahil edilmesi belirli bir anlamda durumları anlamamıza yardımcı olması beklenilse de, verilerin olmaması Dünya ortaklığını (ülkelerin tüm dünyaya yaptığı ihracatlarını) verilerini kullanmak zorunluğunu ortaya çıkarmıştır. Bu sebepten dolayı, 2000 ile 2014 arası on beş yıllık veriyle analiz yapılmıştır.

Bu bölümde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü endeksini kullanarak ülkelerin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük değerlerin hesaplanması hem on beş yılda ortalama olarak hem de ülkeleri gelir gruplarında sınıflandırarak ülkelerin genel durumu ve

dönüşümleri incelenmiştir. Ayrıca gelecek 4 yılın öngörüsünü yapmak için kullanılan tekniklere de yer verilmiştir.

Uygulama iki temel bölümden oluşacaktır. İlk bölümde Balassa endeks değerleri seçilmiş 22 Afrika ülkesine 10 farklı sektöre uygulanmıştır. Ülkeler gelir gruplarına göre 4 farklı kategoride incelenecektir. Bu kategoriler, yüksek gelirli (6500$ ve üzere); üst orta gelirli (2500-6500); orta gelirli (1000-2500) ve düşük gelirli (1000$ ve aşağı) olmaktadır. Bu kategorilerin sınıflandırılması dünyaca kullanılan genel gelir sınıflandırmasına uymayıp sırf ülkelerin analizinde kolaylık sağlaması açması açısından seçilmiştir.

İkinci bölümde ilk bölümde elde edilen bulgular çerçevesinde öngörü yapılacaktır. Öncelikli olarak uygulamada kullanılan dört test tartışılıp daha sonra analizlere geçilecektir.

Bu çalışmada, ülkelerin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü analiz etmek için 1.4.1.'de anlatılan Balassa endeksi on farklı ürün grubu için 22 gelişmekte olan Afrika ülkelerinde hesaplanmıştır. Ancak, öngörü analizin yapılması ve endeksin hesaplamasından önce verinin analize uygun olduğunu görmek için çeşitli testler kullanılmıştır.

3.1.1. Korelogram: Birim Kök Testi

Bu durağanlık testi otokorelasyon fonksiyonuna (ACF) dayanır. Otokorelasyon fonksiyonu serinin bazı değerleri ve gecikmeli değerleri arasındaki ilişkinin (correlation) boyutunu belirler. Değişik zaman aralıkları (k) için bulunacak ACF(k) katsayısı değerleri ilişkilendirildiğinde, korelogram elde edilir. ACF(k) değerleri 1 ve –1 arasında yer almaktadır.

$$\text{ACF(k)} = \frac{\text{S(Xt}-\bar{\text{x}})(x_{t-k}-\bar{x})}{\text{S(Xt}-\bar{\text{x}})2} \qquad (17)$$

Durağanlık tespiti için korelogramdan şu şekilde yararlanılmaktadır. ACF eğer çok yüksek bir değerden başlayıp çok yavaş küçülüyorsa, bu serinin durağan olmadığının bir göstergesidir. Söz konusu hipotez testi her bir ACF(k) değeri için +-1.96(1/√n) değeri

bulunarak yapılmaktadır. Eğer ACF(k) değeri güven aralığı sınırları dışında kalıyorsa otokorelasyon vardır. Kısmi korelasyon fonksiyonu gecikmeli değişkenler arasındaki ilişkiyi ifade eder. Kısmi korelasyon fonksiyonu ile korelasyon Y ve Y_{t-k} değerleri arasındaki terimlerin etkisi çıkarılarak bulunur (Ertek, 1996: 383).

Bütün bu ACF(k) değerlerinin eş-anlı olarak sıfıra eşit olduğunun testi için diğer bir yöntemde, Box-PierceQ ve Ljung-Box istatistiğinin kullanılmasıdır.

$$\text{Box} - \text{PierceQ} = \text{n} \sum_{k=1}^{m} p^2\text{k} \tag{18}$$

$$\text{LB} = n(n+2)n \ \sum_{k=1}^{m} p^2 \frac{k}{n-k} \tag{19}$$

n, örneklem büyüklüğü, m gecikme sayısı iken Q ve LB istatistiği ki-kare dağılımı dikkate alınarak test edilir. Ho= tüm ACF(k)lar sıfır Ha= tüm ACF(k)lar sıfırdan farklı hipotezleri geçerli iken eğer hesaplanan Q ve LB değeri ki-kare çizelgesindeki eşik değerinden büyükse H_0 red edilir diğer bir ifadeyle seri durağan değildir.

3.1.2. ARMA Modeli

Eğer seriler durağan olursa gelecek değerlerini tahmin etmek için ARMA(p,q) modeli tahmin etmek için uygulanabilmektedir. Model aşağıdaki gibi ifade edilmektedir:

$$Y_t = c + \alpha_1 y_{t-1} + \alpha_2 y_{t-2} + \ldots + \alpha_p y_{t-p} + \theta_1 u_{t-1} + \theta_2 u_{t-2} + \ldots + \theta_q u_{t-q} + u_t \tag{20}$$

Yukarıda belirtildiği üzere veriler durağan değilse, y_t değerlerini birinci farkı alınır öylece Δy_t değerleri durağan haline gelmektedir. Ancak Δy_t halen durağan değilse yine farkı alınmaktadır.

ARMA(p,q) modeli aşağıda sunulmuştur:

$$\Delta y_t = c + \alpha_1 \Delta y_{t-1} + \ldots + \alpha_p \Delta y_{t-p} + \theta_1 u_{t-1} + \ldots + \theta_q u_{t-q} + u_t \tag{21}$$

ARMA (p,q) modeli tahmin edildikten sonra, daha iyi sonuçlara ulaştırabileceğini denemek amacıyla AR(p,1) modeli de tahmin edilecektir. AR(1) modeli ARMA(p,q)

tanımlamadaki $\theta_1 = \theta_2 = \ldots = \theta_q = 0$ değerlerini sıfıra eşit hale gelindiğinde elde edilebilmektedir.

Sağlam bir model artı değerlerin beyaz gürültü süreci olduğu bir modeldir. Her model için artı değerleri Ljung-Box istatistiği kullanarak test edilecektir

$$Q^*A = \pi r^2(\mathrm{m}) = \mathrm{T}(\mathrm{T}+2)\sum_{k=1}^{m} {\tau_k}^2/(\mathrm{T}-\mathrm{k}) \quad (22)$$

T örnek boyutu, m çoğu zaman m=10, 20, veya 30 olarak seçilmektedir, τ yt ve yt-s arasındaki oto korelasyonu göstermektedir.

Sıfır hipotezi $\tau_1 = \tau_2 = \ldots = \tau_k = 0$ ve beyaz gürültü sürecin anlamına gelmektedir. Üstelik otokorelasyon fonksiyonu da çizilebilmektedir. Eğer ACF hızlıca değişiyorsa seri durağan; aksi halde, durağan değil demektir.

3.1.3. ARCH Etkisi Testi

Serinin farklı varyans gösterebilme ihtimale karşı Engle (1982) tarafından önerilen otoregresif koşullu değişen varyans (ARCH) modeli uygulanmıştır. Aşağıda ARCH(p,q)'in ayrıntıları gösterilmiştir:

$$\mathrm{Ht} = \omega + \alpha 1 u_{t-1}^2 + \ldots + \alpha \mathrm{q}\, u_{t-q}^2 \quad (23)$$

ω sabit, ut ARIMA modelin artık değeri, ht, ut'nin koşullu varyansı ve Var(ut| Ωt-1) ile eşittir.

Eğer $\alpha_1 = \alpha_2 = \ldots = \alpha_q = 0$, ht, ω ile eşit olur ve dolayısıyla sabit olur. Bu durum serilerde ARCH etkisi olmadığını göstermektedir. Nitekim test hipotezi

H0 : $\alpha_1 = \alpha_2 = \ldots = \alpha_q = 0$ (ARCH etkisi yoktur)

H1: ARCH etkisi vardır.

3.2. Ülkelerin Genel Analizi

1965 yılında Balassa tarafından geliştirilen endeksi kullanarak on[48] mal grubu için RCA hesaplanmıştır. İleride gelen bölümlerde RCA endeksi hesapladıktan sonra ülkelerin ihracatında meydana gelen değişimleri ortaya koymaya çalışılmıştır.

Tablo-3'te yirmi iki ülkenin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü hesaplanmıştır. Tablodaki değerler İki ondalık basamağa yuvarlanmış ve on beş yıllık RCA ortalamayı göstermektedir. Yıllık hesaplamalar yıllar boyunca kolay bir şekilde trendi analiz etmek için faydası olmasına rağmen birçok ülke varlığında aşılamaz bir sorun ortaya çıkmaktadır.

Tablo-4: Bazı Ürün Gruplarında Seçilmiş Afrika Ülkelerinin 2000 ile 2014 arası Ortalama Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlüğü.

Ülke	Tarım ürünleri	Gıda	Madencilik	İmalat ürünleri	Demir ve çelik	Kimyasal ürünleri
Cezayir	**2.15**	**2.51**	**5.35**	0.91	2.88	3.83
Botsvana	0.52	0.60	**4.63**	**1.91**	0.06	0.17
Kamerun	**9.44**	**6.44**	**2.92**	0.27	0.40	0.35
Fildişi sahilleri	**7.90**	**7.97**	0.10	0.30	0.17	0.43
Mısır	**3.02**	**3.06**	**2.17**	0.98	**2.29**	**1.91**
Etiyopya	**9.68**	**9.91**	0.20	0.14	0.02	0.01
Gana	**7.85**	**8.41**	**1.53**	0.39	0.20	0.41
Kenya	**6.77**	**6.54**	0.72	0.54	**1.17**	0.89
Madagaskar	**3.99**	**4.40**	2.86	0.74	0.01	0.20
Malawi	**8.76**	**10.15**	**1.24**	0.14	0.03	0.09
Mali	**10.08**	**3.29**	0.37	0.42	0.23	**1.09**
Fas	**2.18**	**2.48**	**2.46**	0.90	0.27	**1.47**
Mozambik	**3.92**	**3.85**	**19.87**	0.24	0.19	0.32
Namibya	**4.31**	**5.10**	**8.79**	0.56	0.13	0.21
Nijer	**4.39**	**4.67**	**18.25**	0.20	0.02	0.07

[48] Bu on mal grubu Tarım ürünleri, Gıda, Madencilik, İmalat ürünleri, Demir ve çelik, Kimyasal ürünleri, Makine ve nakliye ekipmanları, Ofis ve Telekom ekipmanları, Otomotiv ürünleri ve Tekstildir.

Tablo-4 Devam: Bazı Ürün Gruplarında Seçilmiş Afrika Ülkelerinin 2000 ile 2014 arası Ortalama Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlüğü.

Nijerya	**7.20**	**4.43**	**2.91**	0.54	0.11	0.40
Senegal	**4.87**	**5.57**	**1.26**	0.68	**1.50**	**1.94**
Güney Afrika	**1.43**	**1.38**	**7.42**	0.82	**3.78**	0.79
Togo	**4.12**	**2.58**	**3.26**	**1.00**	**2.72**	0.90
Tunus	**1.15**	**1.32**	0.39	**1.14**	0.34	0.95
Uganda	**6.53**	**7.08**	**1.70**	0.40	**1.51**	0.29
Zambiya	**1.76**	**1.72**	**28.84**	0.30	0.25	0.40
Zimbabwe	**5.63**	**4.92**	**8.95**	0.47	**3.21**	0.21

Kaynak: WTO (2014)

On beş yıl süre boyunca tarımsal üretim açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğün ana kaynağı olmuştur. Botsvana gibi bazı istisna bulunmasına rağmen, tüm ülkeler bu kategoride avantaj kazanmıştır. Ülkelerin ağırlıklı olarak avantaj yakaladığı diğer iki sektör gıda ve madencilik ürünleri kategorisi olmuştur. Mozambik, Nijer ve Zambiya sırasıyla 19.87, 18.25 ve yüksek 28.84 RCA değerleri kaydetmişlerdir.

Tablo-5: Bazı Ürün Gruplarında Seçilmiş Afrika Ülkelerinin 2000 ile 2014 arası Ortalama Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlüğü.

Ülke	Makine ve nakliye ekipmanı	Ofis ve Telekom ekipmanı	Telekomünik-asyon ekipmanı	Nakliye ekipmanı	Otomotiv ürünleri	Tekstil
Cezayir	0.09	0.02	0.03	0.09	0.06	0.12
Botsvana	0.16	0.03	0.06	0.27	0.31	0.31
Kamerun	0.17	0.01	0.00	0.17	0.03	0.14
Fildişi sahilleri	0.26	0.04	0.10	0.65	0.23	0.43
Mısır	0.20	0.08	0.18	0.06	0.08	**4.09**
Etiyopya	0.06	0.02	0.03	0.06	0.06	0.57
Gana	0.09	0.02	0.02	0.08	0.05	0.81

Tablo-5 Devam: Bazı Ürün Gruplarında Seçilmiş Afrika Ülkelerinin 2000 ile 2014 arası Ortalama Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlüğü.

Kenya	0.13	0.09	0.12	0.13	0.11	0.72
Madagaskar	0.14	0.02	0.04	0.22	0.04	**1.91**
Malawi	0.06	0.02	0.02	0.07	0.08	0.25
Mali	0.30	0.03	0.09	0.30	0.37	0.67
Fas	0.51	0.39	0.05	0.33	0.37	0.95
Mozambik	0.21	0.01	0.03	0.36	0.09	0.08
Namibya	0.30	0.09	0.15	0.57	0.57	0.22
Nijer	0.16	0.04	0.08	0.23	0.25	**2.29**
Nijerya	0.37	0.01	0.01	0.90	0.03	0.86
Senegal	0.21	0.05	0.11	0.32	0.22	0.35
Güney Afrika	0.65	0.14	0.22	**1.02**	**1.29**	0.34
Togo	0.29	0.01	0.01	0.58	0.15	**1.49**
Tunus	0.72	0.38	0.80	0.33	0.28	**1.61**
Uganda	0.28	0.37	0.98	0.27	0.28	0.34
Zambiya	0.13	0.01	0.03	0.09	0.08	0.29
Zimbabve	0.13	0.02	0.02	0.17	0.11	0.88

Kaynak: WTO (2014)

Ancak, analiz birincil sektörden çıktığı zaman bazı ülkeler hariç çoğu ülkelerde RCA birden düşük olmuştur. Nitekim birden küçük RCA değeri dezavantajdır. Bu istisnalar ürün grubu kategorisinden tekstil ve giyim ve ülke kategorisinde Güney Afrika'yı dâhil etmektedir. Tunus, Svaziland, Nijer, Madagaskar, Kenya, Fas, Togo ve Mısır çalışma dönemi içinde RCA avantajı elde etmeyi başaran ülkelerindendir. Örnek alınan ülkelerin büyüklüğü göz önüne alındığında, bu istisnalar genel olarak önemsiz bir rolü oynamaktadır.

Gıda kategorisi hariç tarım ürünleri toplamı 132,71 RCA ile açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğün ana kaynağı olarak birinci sırayı yakalarken madencilik ürünleri ve gıda sırasıyla 122,07 ve 115,85 RCA ile ikinci ve üçüncü sırada yer almaktadır. Oysa ofis ve telekom ekipmanları, telekomünikasyon ekipmanı ve otomotiv ürünleri en

düşük açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük grubunu sırasıyla 1,91, 3,22 ve 5,44 oluşturmaktadır.

3.3. Ürün Kategorisine Göre Analiz

Ürün grupların tek tek incelenmesi ülkelerin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü zamanla nasıl değiştiğini görmek açısından önemlidir. Hesaplanan endeks değerin dezavantaj olduğunu gösterse de ülkelerin malın ihracatında gözüken değişimin pozitif olması gelecekte durum değişebileceğini işaret etmektedir. Ayrıca ülkeler farklı politikalar uygulayarak pozitif değişimini sürdürebiliyorsa durumu lehine çevirebilmekte ve karşılaştırmalı avantajı elde edebilmektedirler.

Analize uygun olması ve karşılaştırmayı kolaylaştırması için yirmi iki tane ülkeye dört gelir grubuna bölünüp çalışılmıştır. Aynı gelir grubunda olanların birlikte çalışılması ortak özelliklerini keşfetmede yararlı olması beklenmektedir. Nitekim kişi başına GSYH'si $6500'den yüksek olan ülkeler yüksek gelirli, $2500-$6500 üst orta gelirli, $1000-$2500 orta gelirli ve $1000'dan az GSMH'si olanlar düşük gelirli olarak ayırmıştır.[49]

3.3.1. Tarım

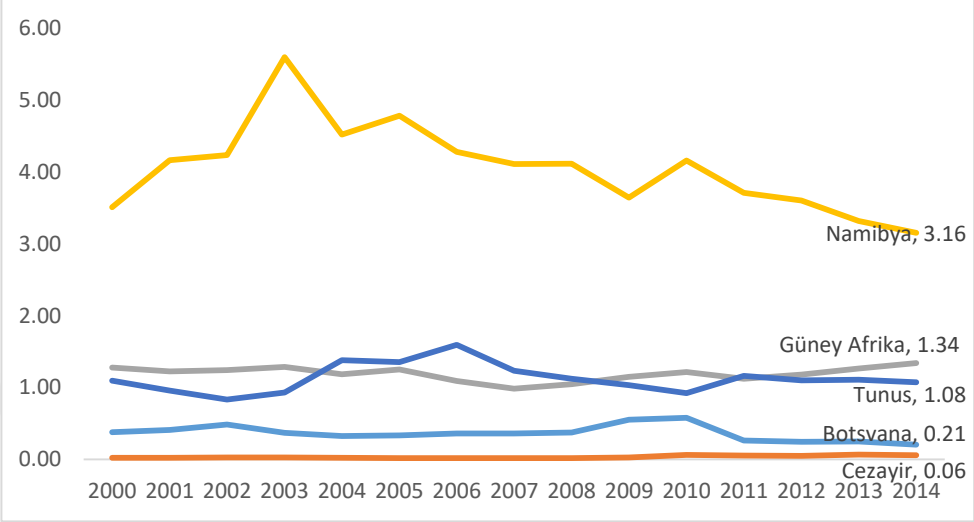
Bu bölümde yüksek gelirli, üst orta gelirli, orta gelirli ve düşük gelirli ülke grupları için tarım ürünlerin ihracatındaki RCA değerleri gösterilmiştir.

3.3.1.1. Yüksek Gelirli Ülkeler

Aşağıdaki grafikte yüksek gelirli beş tane ülkenin tarım ürünlerin ihracatındaki RCA değerini gösterilmektedir. Botsvana, Cezayir, Güney Afrika, Namibya ve Tunus'un RCA değeri verilmektedir.

[49] Gelir grupların ayrımı analize uygun olması amacıyla yapılmıştır.

Grafik 24: Yüksek Gelirli Beş Ülkenin Tarım Ürünleri İhracatında RCA

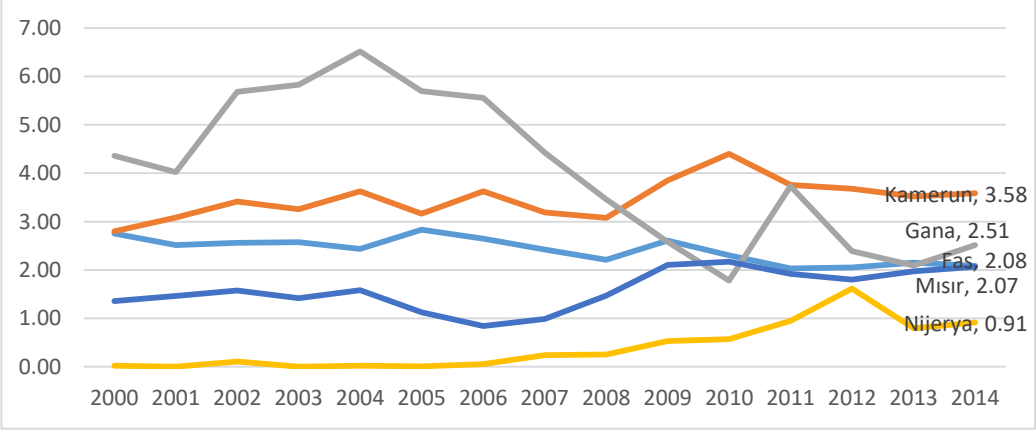


Grafik 24'te görüldüğü üzere Cezayir ve Botsvana hariç tüm ülkeler tarım ürünlerin ihracatında üstünlüğü elde ettiği görülmektedir. 2014 yılında yüksek gelirli ülkelerinden Namibya 3,16 ile en yüksek RCA avantaja sahipken Güney Afrika ve Tunus sırasıyla 1,34 ve 1,08 ile takip etmektedir.

3.3.1.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 25'te üst orta gelirli beş tane ülkenin tarım ürünlerin ihracatındaki RCA değerini gösterilmektedir. Fas, Gana, Kamerun, Mısır ve Nijerya'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 25: Üst Orta Gelirli Beş Ülkenin Tarım Ürünleri İhracatında RCA

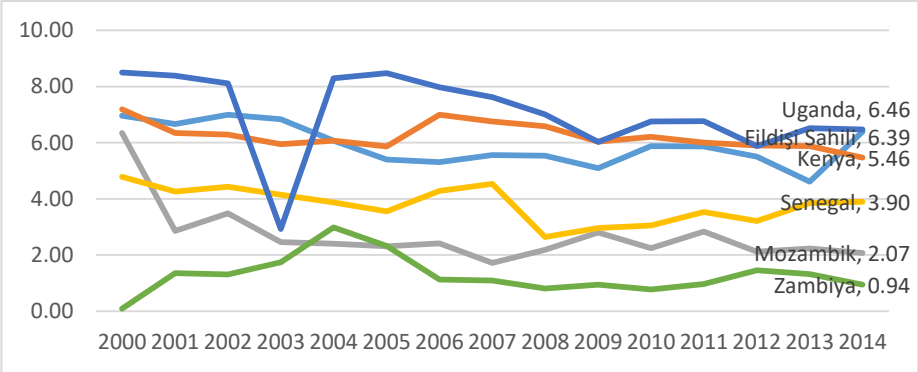


Grafik 25'te görüldüğü üzere Nijerya hariç tüm üst orta gelirli ülkelerin RCA değeri birden yüksek olduğu için tarım ürünlerin ihracatında RCA avantajı elde etmiştir. 2014 yılında 3,58 ile Kamerun üst orta gelir grup ülkelerinden en yüksek RCA avantajı olan ülkedir. Gana, Fas ve Mısır sırasıyla 2,51, 2,08 ve 2,07 RCA değerleriyle Kamerun'u takip etmektedir.

3.3.1.3. Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 26'da orta gelirli altı tane ülkenin tarım ürünlerin ihracatındaki RCA değerlerini göstermektedir. Fildişi Sahili, Kenya, Senegal, Mozambik, Uganda ve Zambiya'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 26: Orta Gelirli Altı Ülkenin Tarım Ürünleri İhracatında RCA

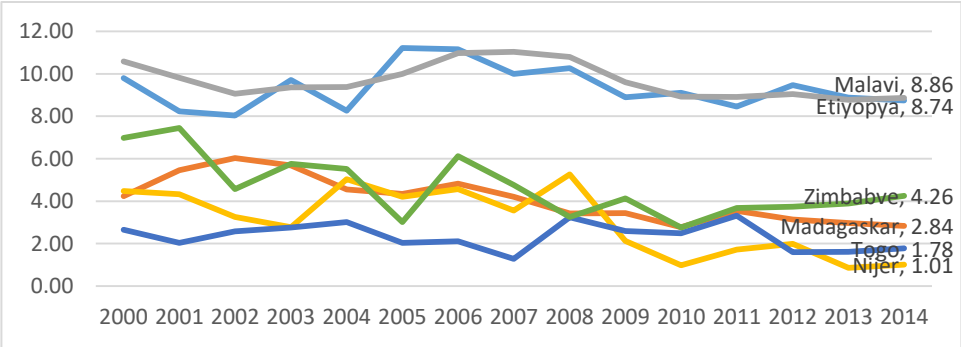


Grafik 26'da görüldüğü üzere Zambiya hariç tüm orta gelirli ülkelerin RCA değeri birden yüksek olduğu için tarım ürünlerin ihracatında RCA avantajı elde etmiştir. Orta gelirli ülkeler grubu düşük gelirli ülkelerinden sonra grup olarak en yüksek RCA avantaja sahiptir. 2014 yılında 6.46 ile Uganda orta gelir grup ülkelerinden en yüksek RCA değeri olan ülkedir. Fildişi Sahili, Kenya, Senegal ve Mozambik sırasıyla 6,39, 5,46, 3,90 ve 2,07 RCA değerleriyle Uganda'yı takip etmektedir.

3.3.1.4. Düşük Gelirli Ülkeler

Grafik 27'de düşük gelirli altı tane ülkenin tarım ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Etiyopya, Madagaskar, Malavi, Nijer, Togo ve Zimbabve'nin RCA değeri verilmektedir.

Grafik 27: Düşük Gelirli Beş Ülkenin Tarım Ürünleri İhracatında RCA



Grafik 27'de görüldüğü üzere tüm düşük gelirli ülkelerin RCA değerleri birden yüksek olduğu için tarım ürünlerin ihracatında RCA avantajını elde etmiştir. Düşük gelirli ülkeler grubu tüm gelir gruplarından en yüksek RCA avantajına sahiptir. 2014 yılında 8.86 RCA endeksiyle Malavi düşük gelir grup ülkelerinden en yüksek RCA değeri olan ülkedir. Etiyopya, Zimbabve, Madagaskar, Togo ve Nijer sırasıyla 8,74, 4,26, 2,84, 1,78 ve 1,01 RCA değerleriyle Malavi'yi takip etmektedir.

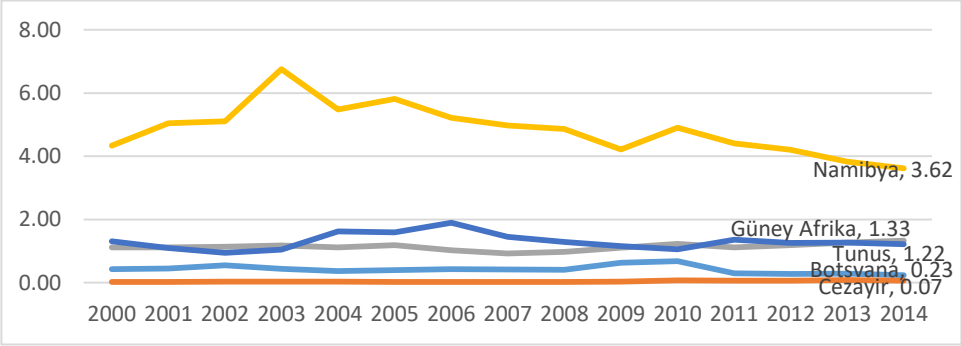
3.3.2. Gıda

Bu bölümde yüksek gelirli, üst orta gelirli, orta gelirli ve düşük gelirli ülke grupları için gıda ürünlerin ihracatındaki RCA değerleri gösterilmiştir.

3.3.2.1. Yüksek Gelirli Ülkeler

Grafik 28'de yüksek gelirli beş tane ülkenin gıda ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Botsvana, Cezayir, Güney Afrika, Namibya ve Tunus'un RCA değeri verilmektedir.

Grafik 28: Yüksek Gelirli Beş Ülkenin Gıda Ürünleri İhracatında RCA

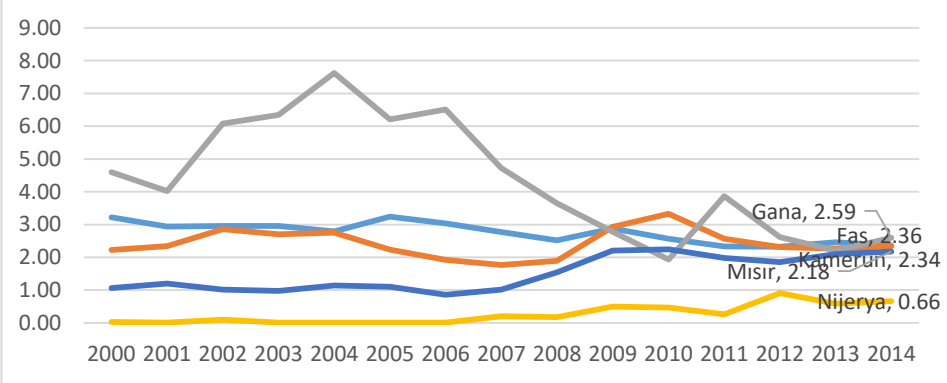


Grafik 28'de görüldüğü üzere Cezayir ve Botsvana hariç tüm ülkeler gıda ürünlerin ihracatında üstünlüğü elde ettiği görülmektedir. 2014 yılında yüksek gelirli ülkelerinden Namibya 3.62 ile en yüksek RCA avantajına sahipken Güney Afrika ve Tunus sırasıyla 1.33 ve 1.22 RCA değeri ile takip etmektedir.

3.3.2.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 29'da üst orta gelirli beş ülkenin gıda ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Fas, Gana, Kamerun, Mısır ve Nijerya'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik29: Üst Orta Gelirli Beş Ülkenin Gıda Ürünleri İhracatında RCA

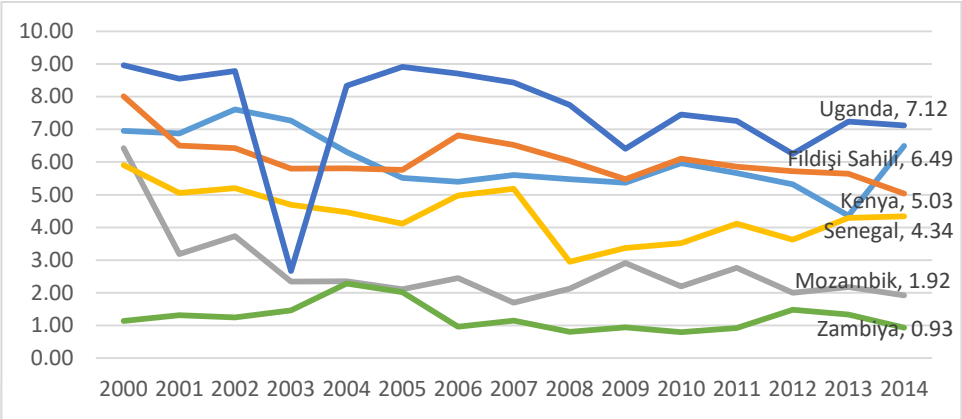


Grafik 29'da görüldüğü üzere Nijerya hariç tüm üst orta gelirli ülkelerin RCA değeri birden yüksek olduğu için tarım ürünlerin ihracatında RCA avantajını elde etmeyi basarmıştır. 2014 yılında 3,58 ile Gana üst orta gelir grup ülkelerinden en yüksek RCA değeri olan ülkedir. Fas, Kamerun ve Mısır sırasıyla 2,36, 2, 2.34 ve 2,18 RCA değerleriyle Kamerun'u takip etmektedir.

3.3.2.3. Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 30'da orta gelirli altı tane ülkenin gıda ürünlerin ihracatındaki RCA değerleri gösterilmektedir. Fildişi Sahili, Kenya, Senegal, Mozambik, Uganda ve Zambiya'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 30: Orta Gelirli Altı Ülkenin Gıda Ürünleri İhracatında RCA

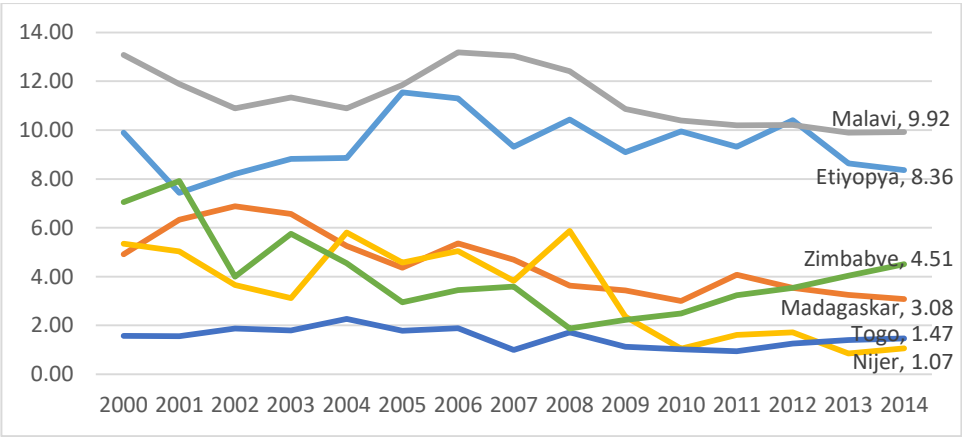


Grafik 30'da görüldüğü üzere Zambiya hariç tüm orta gelirli ülkelerin RCA değerleri birden yüksek olduğu için gıda ürünlerin ihracatında RCA avantajını elde etmiştir. Orta gelirli ülkeler grubu düşük gelirli ülkelerinden sonra grup olarak en yüksek RCA avantajına sahiptir. 2014 yılında 7,12 ile Uganda orta gelir grup ülkelerinden en yüksek RCA değeri olan ülkedir. Fildişi Sahili, Kenya, Senegal ve Mozambik sırasıyla 6,49, 5,03, 4,34 ve 1,92 RCA değerleriyle Uganda'yı takip etmektedir.

3.3.2.4. Düşük Gelirli Ülkeler

Grafik 31'de düşük gelirli altı tane ülkenin gıda ürünlerin ihracatındaki RCA değerleri gösterilmektedir. Etiyopya, Madagaskar, Malavi, Nijer, Togo ve Zimbabve'nin RCA değeri verilmektedir.

Grafik 31: Düşük Gelirli Altı Ülkenin Gıda Ürünleri İhracatında RCA



Grafik 31'de görüldüğü üzere tüm düşük gelirli ülkelerin RCA değeri birden yüksek olduğu için tarım ürünlerin ihracatında RCA avantajını elde etmiştir. Düşük gelirli ülkeler grubu tüm gelir gruplarından en yüksek RCA avantajına sahiptir. 2014 yılında 9,92 RCA endeksiyle Malavi düşük gelir grup ülkelerinden en yüksek RCA değeri olan ülkedir. Etiyopya, Zimbabve, Madagaskar, Togo ve Nijer sırasıyla 8,36, 4,51, 3,08, 1,47 ve 1,07 RCA değerleriyle Malavi'yi takip etmektedir.

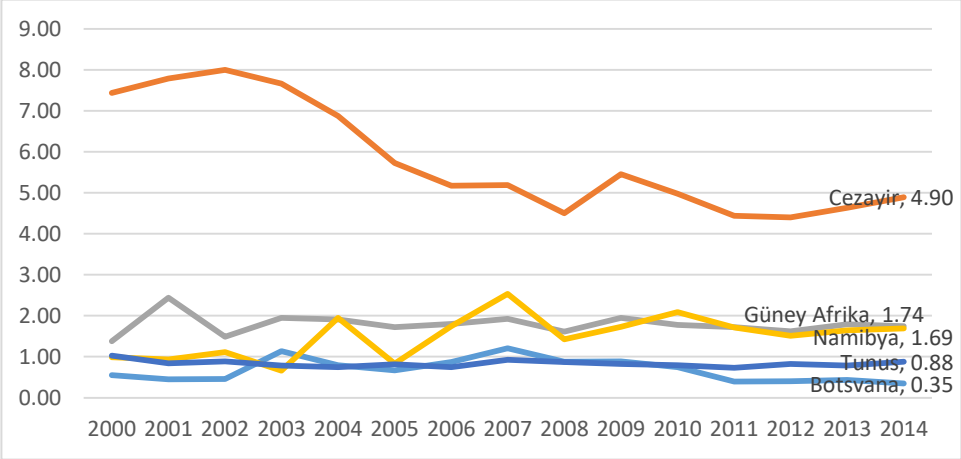
3.3.3. Madencilik

Bu bölümde yüksek gelirli, üst orta gelirli, orta gelirli ve düşük gelirli ülke grupları için madencilik ürünlerin ihracatındaki RCA değerleri gösterilmiştir.

3.3.3.1. Yüksek Gelirli Ülkeler

Grafik 32'de yüksek gelirli beş tane ülkenin madencilik ürünlerin ihracatındaki RCA değerleri gösterilmektedir. Botsvana, Cezayir, Güney Afrika, Namibya ve Tunus'un RCA değeri verilmektedir.

Grafik 32: Yüksek Gelirli Beş Ülkenin Madencilik Ürünleri İhracatında RCA

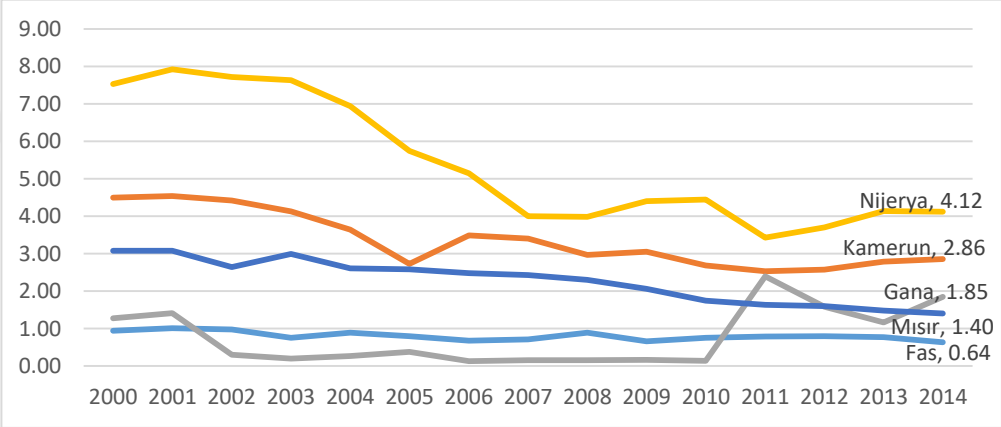


Grafik 32'de görüldüğü üzere Tunus ve Botsvana hariç tüm ülkeler madencilik ürünlerin ihracatında üstünlüğü elde ettiği görülmektedir. Yüksek gelirli ülkeler grubu üst orta gelir grubundan sonra en yüksek RCA avantajına sahiptir. 2014 yılında Yüksek gelirli ülkelerinden Cezayir 3,16 ile en yüksek RCA avantajına sahipken Güney Afrika ve Namibya sırasıyla 1,74 ve 1,69 ile takip etmektedir.

3.3.3.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 33'te üst orta gelirli beş tane ülkenin madencilik ürünlerin ihracatındaki RCA değerleri gösterilmektedir. Fas, Gana, Kamerun, Mısır ve Nijerya'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 33: Üst Orta Gelirli Beş Ülkenin Madencilik Ürünleri İhracatında RCA

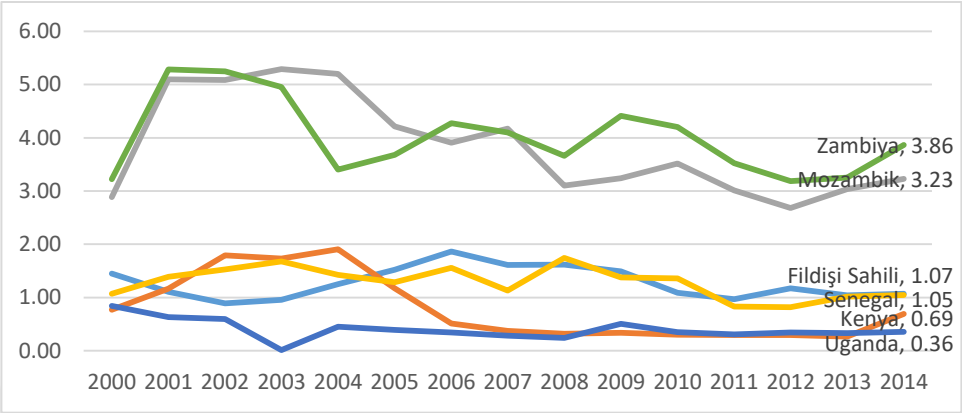


Grafik 33'te görüldüğü üzere Fas hariç tüm üst orta gelirli ülkelerin RCA değeri birden yüksek olduğu için tarım ürünlerin ihracatında RCA avantajını elde etmiştir. Üst orta gelirli ülkeler grubu diğer gelir gruplarından daha yüksek RCA avantajına sahiptir. 2014 yılında 4,12 ile Nijerya üst orta gelir grup ülkelerinden en yüksek RCA değeri olan ülkedir. Kamerun, Gana ve Mısır sırasıyla 2,86, 1,85 ve 1,4 RCA değerleriyle Nijerya'yı takip etmektedir.

3.3.3.3. Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 34'te orta gelirli altı tane ülkenin madencilik ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Fildişi Sahili, Kenya, Senegal, Mozambik, Uganda ve Zambiya'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 34: Orta Gelirli Altı Ülkenin Madencilik Ürünleri İhracatında RCA

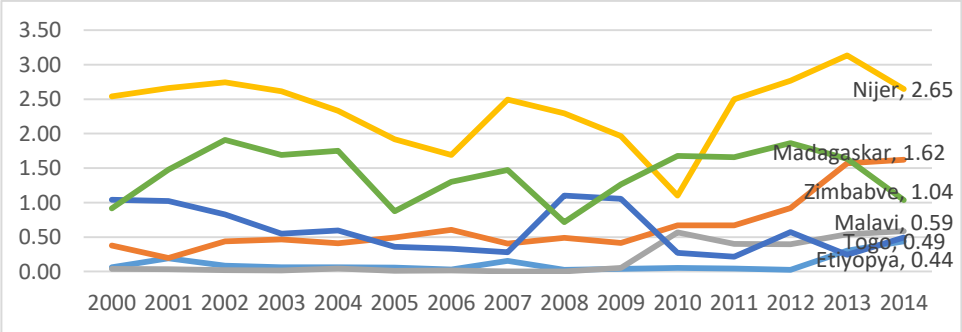


Grafik 34'te görüldüğü üzere Kenya ve Uganda hariç tüm orta gelirli ülkelerin RCA değeri birden yüksek olduğu için madencilik ürünlerin ihracatında RCA avantajını elde etmiştir. 2014 yılında Zambiya 3,86 ile orta gelir grup ülkelerinden en yüksek RCA değeri olan ülkedir. Mozambik, Fildişi Sahili ve Senegal sırasıyla 3,23, 1,07 ve 1,05 RCA değerleriyle Zambiya'yı takip etmektedir.

3.3.3.4. Düşük Gelirli Ülkeler

Grafik 35'te düşük gelirli altı tane ülkenin madencilik ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Etiyopya, Madagaskar, Malavi, Nijer, Togo ve Zimbabve'nin RCA değerleri verilmektedir.

Grafik 35: Düşük Gelirli Altı Ülkenin Madencilik Ürünlerin İhracatındaki RCA



Grafik 35'te görüldüğü üzere düşük gelirli ülkeler grubundan Nijer, Madagaskar ve Zimbabve madencilik ürünlerin ihracatında RCA avantajını elde ederken Malavi, Togo ve Etiyopya aynı mal grubu ihracatında RCA dezavantajına uğramaktadır. 2014 yılında

2,65 RCA endeksiyle Nijer düşük gelir grup ülkelerinden en yüksek RCA avantajı olan ülkedir. Madagaskar ve Zimbabve sırasıyla 1,62 ve 1,04 RCA değerleriyle Nijer'i takip etmektedir.

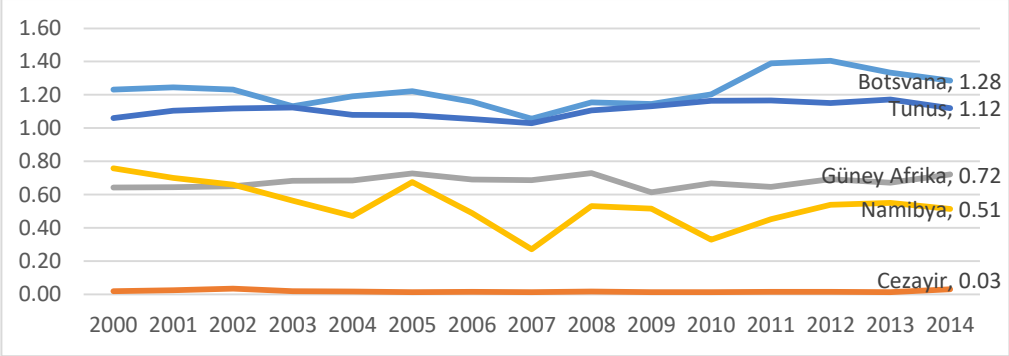
3.3.4. İmalat

Bu bölümde yüksek gelirli, üst orta gelirli, orta gelirli ve düşük gelirli ülke grupları için imalat ürünlerin ihracatındaki RCA değerleri gösterilmiştir.

3.3.4.1. Yüksek Gelirli Ülkeler

Grafik 36'da yüksek gelirli beş tane ülkenin imalat ürünlerin ihracatındaki RCA değerleri gösterilmektedir. Botsvana, Cezayir, Güney Afrika, Namibya ve Tunus'un RCA değeri verilmektedir.

Grafik 36: Yüksek Gelirli Beş Ülkenin İmalat Ürünleri İhracatında RCA

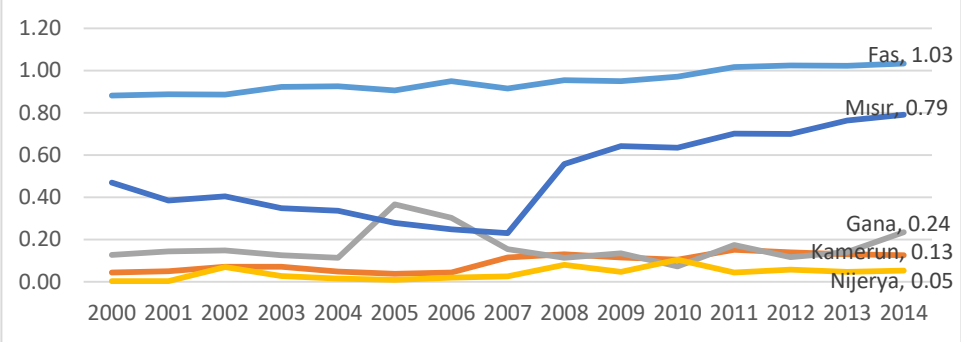


Grafik 36'da görüldüğü üzere 2014 yılında yüksek gelirli ülkeler grubundan Botsvana ve Tunus sırasıyla 1,28 ve 1,12 RCA endeksi elde etmiştir. Güney Afrika, Namibya ve Cezayir ise RCA endekslerin birden düşük olunduğu için imalat ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur.

3.3.4.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 37'de üst orta gelirli beş tane ülkenin imalat ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Fas, Gana, Kamerun, Mısır ve Nijerya'nın RCA değerleri verilmektedir.

Grafik 37: Üst Orta Gelirli Beş Ülkenin İmalat Ürünleri İhracatında RCA

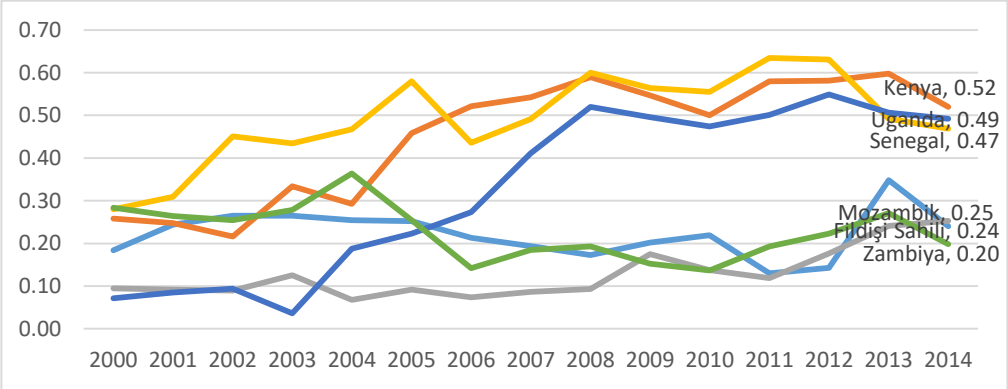


Grafik 37'de görüldüğü üzere üst orta gelirli ülkeler grubundan imalat ürünlerin ihracatında RCA avantajı olan tek ülke Fas'tır. Ancak Fas'ın RCA değeri da bire çok yakın olduğundan zayıf sayılmaktadır. Mısır, Gana, Kamerun ve Nijerya sırasıyla 0,79, 0,24, 0,13 ve 0,05 RCA endeksleri vardır.

3.3.4.3. Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 38'de orta gelirli altı tane ülkenin imalat ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Fildişi Sahili, Kenya, Senegal, Mozambik, Uganda ve Zambiya'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 38: Orta Gelirli Altı Ülkenin İmalat Ürünleri İhracatında RCA

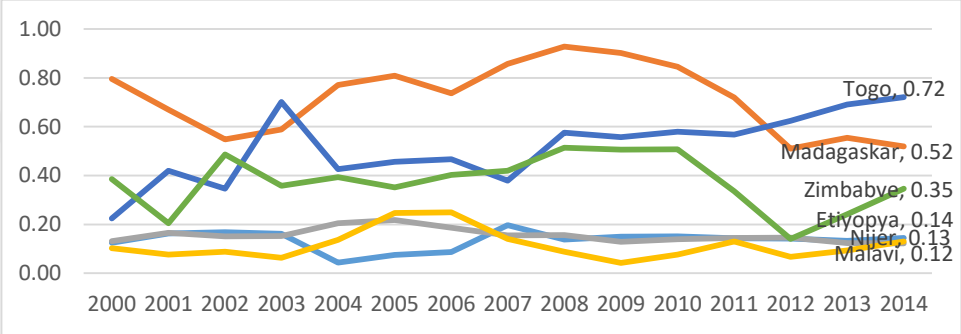


Grafik 38'de görüldüğü üzere orta gelirli ülkelerin tümü RCA endekslerin birden daha az olmuştur. Nitekim imalat ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur. 2014 yılında Kenya, Uganda, Senegal, Mozambik, Fildişi Sahili ve Zambiya sırasıyla 0,52, 0,49, 0,47, 0,25, 0,24 ve 0,2 RCA değeri almaktadır.

3.3.4.4. Düşük Gelirli Ülkeler

Grafik 39'da düşük gelirli altı tane ülkenin imalat ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Etiyopya, Madagaskar, Malavi, Nijer, Togo ve Zimbabve'nin RCA değeri verilmektedir.

Grafik 39: Düşük Gelirli Altı Ülkenin İmalat Ürünlerin İhracatında RCA



Grafik 39'da görüldüğü üzere düşük gelirli ülkelerin tümü RCA endekslerin birden daha az olduğu görülmektedir. Nitekim imalat ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur. 2014 yılında Togo, Madagaskar, Zimbabve, Etiyopya, Nijer ve Malavi sırasıyla 0,72, 0,52, 0,35, 0,14, 0,13 ve 0,12 RCA değeri almaktadır.

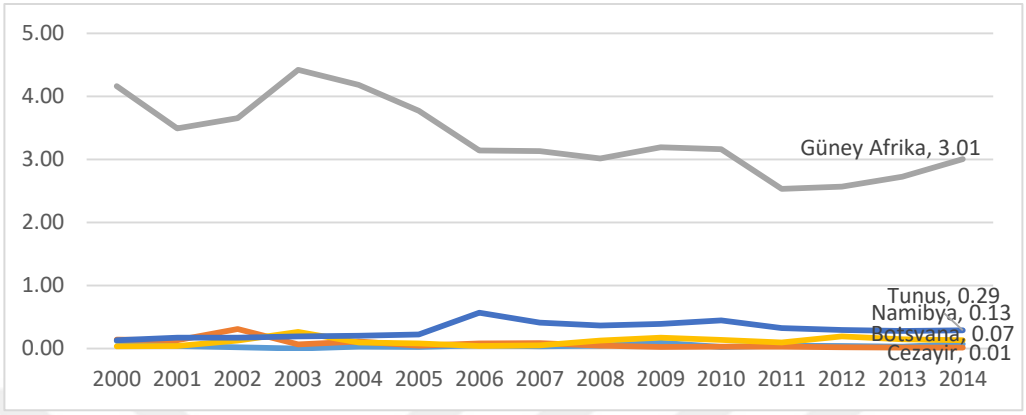
3.3.5. Demir ve Çelik

Bu bölümde yüksek gelirli, üst orta gelirli, orta gelirli ve düşük gelirli ülke grupları için demir ve çelik ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmiştir.

3.3.5.1. Yüksek Gelirli Ülkeler

Grafik 40'ta yüksek gelirli beş tane ülkenin demir ve çelik ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Botsvana, Cezayir, Güney Afrika, Namibya ve Tunus'un RCA değeri verilmektedir.

Grafik 40: Yüksek Gelirli Beş Ülkenin Demir Ve Çelik Ürünleri İhracatında RCA

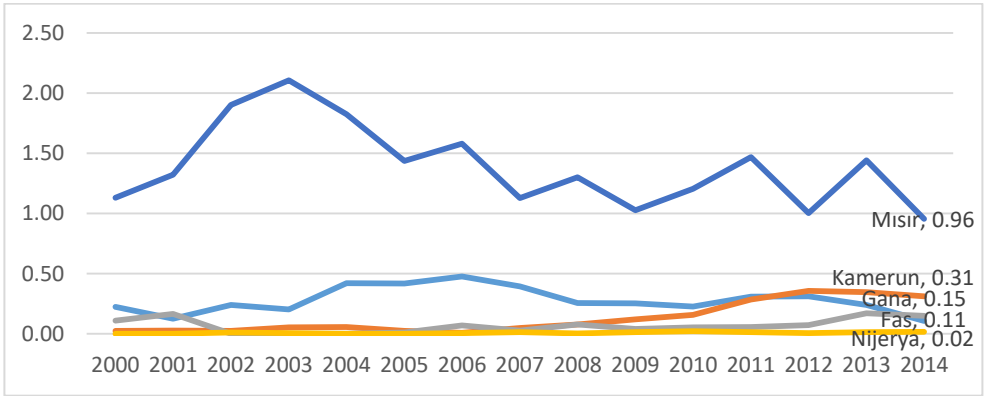


Grafik 40'ta görüldüğü üzere yüksek gelirli ülkeler grubundan demir ve çelik ürünlerin ihracatında RCA avantajı olan tek ülke Güney Afrika'dır. 2014 yılında bu ürün kategorisinde 3,01 RCA değeriyle güçlü bir üstünlüğü sergilemektedir. Tunus, Namibya, Botsvana ve Cezayir sırasıyla 0,29, 0,13, 0,07 ve 0,01 RCA endeksleri vardır.

3.3.5.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 41'de üst orta gelirli beş tane ülkenin demir ve çelik ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Fas, Gana, Kamerun, Mısır ve Nijerya'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 41: Üst Orta Gelirli Beş Ülkenin Demir Ve Çelik Ürünleri İhracatında RCA



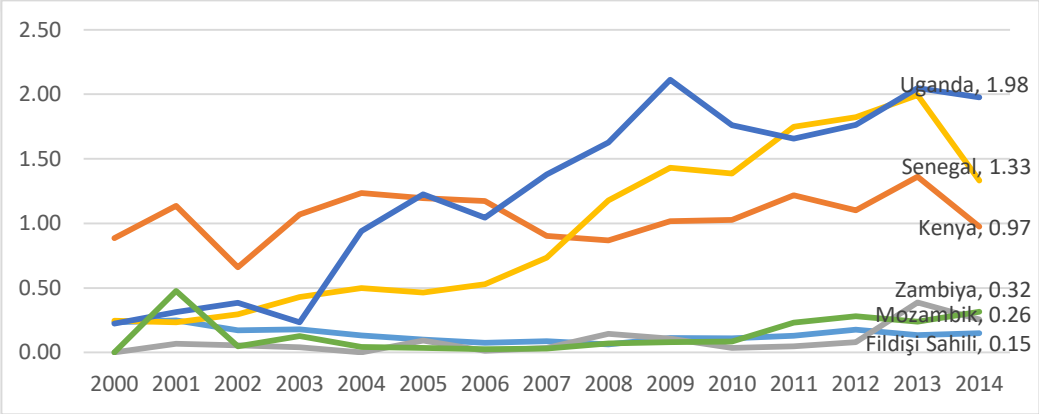
Grafik 41'de görüldüğü üzere üst orta gelirli ülkelerin tümü RCA endekslerin birden daha az olmuştur. Ancak Mısır'ınki bire çok yakın RCA endeksi olduğundan ne üstünlüğü ne de dezavantajı vardır. Nitekim demir ve çelik ürünlerin ihracatında RCA

avantajı yoktur. 2014 yılında Kamerun, Gana, Fas ve Nijerya sırasıyla 0,31, 0,15, 0,11 ve 0,02 RCA değeri almaktadır.

3.3.5.3. Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 42'de orta gelirli altı tane ülkenin demir ve çelik ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Fildişi Sahili, Kenya, Senegal, Mozambik, Uganda ve Zambiya'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 42: Orta Gelirli Altı Ülkenin Demir Ve Çelik Ürünleri İhracatında RCA

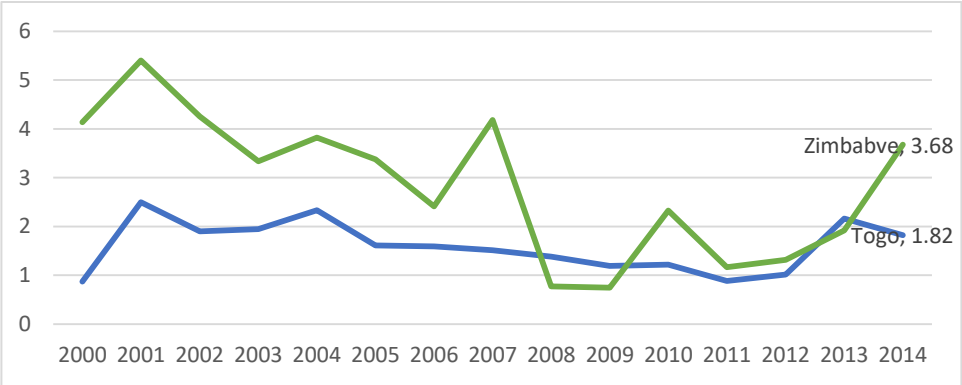


Grafik 42'de görüldüğü üzere 2014 yılında yüksek gelirli ülkeler grubundan Uganda ve Senegal sırasıyla 1,98 ve 1,33 RCA endeksi elde etmiştir. Kenya'nın da bire çok yakın RCA endeksi olduğundan ne üstünlüğü nede dezavantajı vardır. Zambiya, Mozambik ve Fildişi Sahili ise RCA endekslerin birden düşük olunduğu için imalat ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur.

3.3.5.4. Düşük Gelirli Ülkeler

Grafik 43'te düşük gelirli iki tane ülkenin demir ve çelik ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Etiyopya, Madagaskar, Malavi, Nijer, Togo ve Zimbabve'nin RCA değeri verilmektedir. Bu ürün kategoride Etiyopya, Madagaskar, Malavi ve Nijer için veri yokluğu sebebiyle dahil edilmemiştir.

Grafik 43: Düşük Gelirli İki Ülkenin Demir Ve Çelik Ürünleri İhracatında RCA



Düşük gelirli ülkeler kategorisinde yar alan ülkelerinden sadece Zimbabve ve Togo hakkında veri bulunduğu için diğer ülkeler analize dâhil edilmemiştir. Yukarıdaki şekilde görüldüğü üzere Zimbabve 3,68 RCA endeks ile yüksek RCA avantajına sahipken Togo da 1,82 RCA değeri almaktadır.

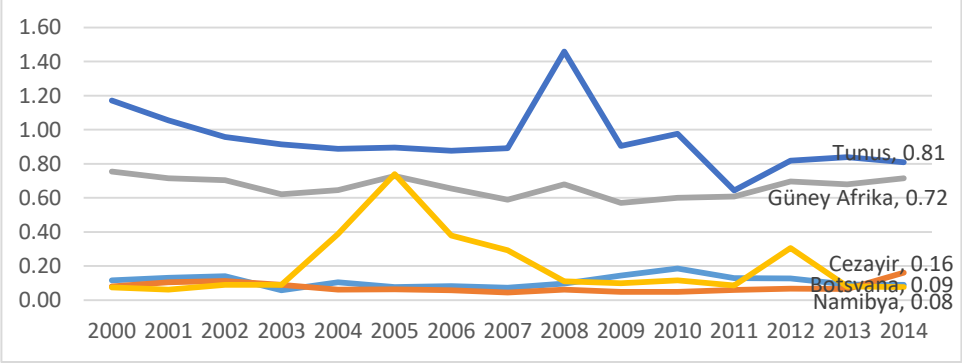
3.3.6. Kimyasallar

Bu bölümde yüksek gelirli, üst orta gelirli, orta gelirli ve düşük gelirli ülke grupları için kimyasal ürünlerin ihracatındaki RCA değerleri gösterilmiştir.

3.3.6.1. Yüksek Gelirli Ülkeler

Grafik 44'te yüksek gelirli beş tane ülkenin kimyasal ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Botsvana, Cezayir, Güney Afrika, Namibya ve Tunus'un RCA değeri verilmektedir.

Grafik 44: Yüksek Gelirli Beş Ülkenin Kimyasal Ürünleri İhracatında RCA

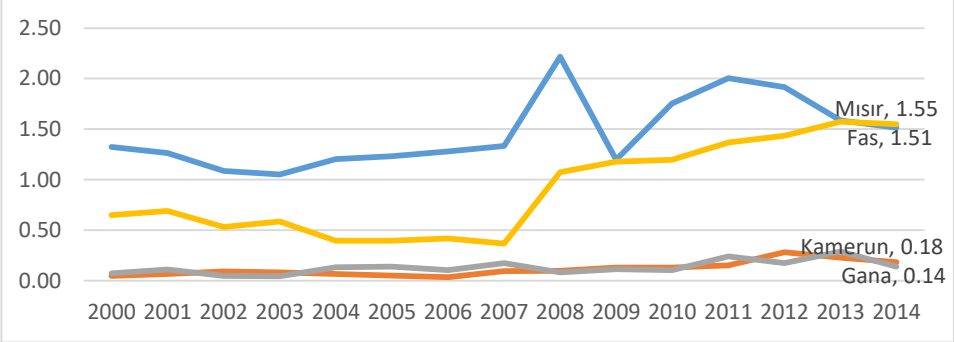


Grafik 44'te görüldüğü üzere yüksek gelirli ülkelerin tümü RCA endekslerin birden düşüktür. Nitekim kimyasal ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur. 2014 yılında Botsvana, Cezayir, Güney Afrika, Namibya ve Tunus sırasıyla 0,81, 0,72, 0,16, 0,09 ve 0,08 RCA değeri almaktadır.

3.3.6.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 45'te üst orta gelirli beş tane ülkenin kimyasal ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Fas, Gana, Kamerun, Mısır ve Nijerya'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 45: Üst Orta Gelirli Dört Ülkenin Kimyasal Ürünleri İhracatında RCA

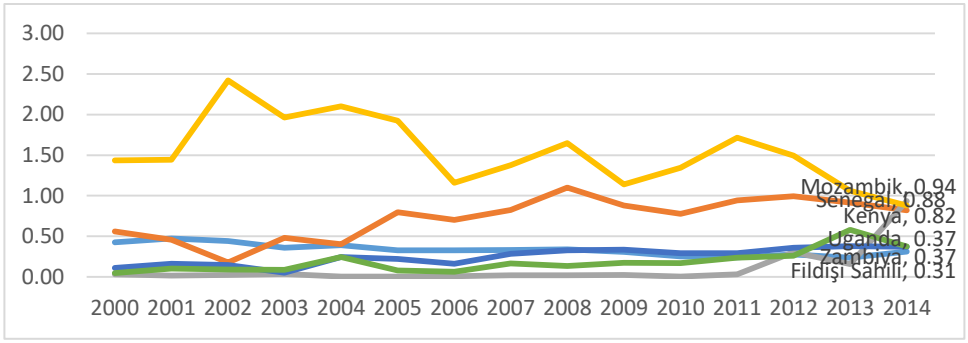


Grafik 45'te görüldüğü üzere 2014 yılında yüksek gelirli ülkeler grubundan Mısır ve Fas sırasıyla 1,55 ve 1,51 RCA endeksi elde etmiştir. Kamerun ve Gana ise RCA endekslerin birden düşük olduğu için kimyasal ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur.

3.3.6.3. Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 46'da orta gelirli altı tane ülkenin kimyasal ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Fildişi Sahili, Kenya, Senegal, Mozambik, Uganda ve Zambiya'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 46: Orta Gelirli Altı Ülkenin Kimyasal Ürünleri İhracatında RCA

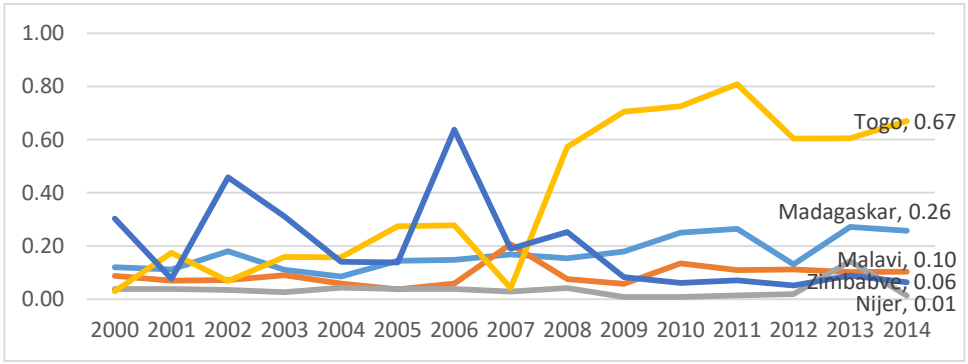


Grafik 46'da görüldüğü üzere orta gelirli ülkelerin tümü RCA endekslerin birden daha az olmuştur. Nitekim kimyasal ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur. Mozambik'in de bire çok yakın RCA endeksi olduğundan ne üstünlüğü ne de dezavantajı vardır. 2014 yılında Senegal, Kenya, Uganda, Zambiya ve Fildişi Sahili sırasıyla 0,88, 0,82, 0,37, 0,37 ve 0,31 RCA değeri almaktadır.

3.3.6.4. Düşük Gelirli Ülkeler

Grafik 47'de düşük gelirli altı tane ülkenin kimyasal ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Etiyopya, Madagaskar, Malavi, Nijer, Togo ve Zimbabve'nin RCA değeri verilmektedir.

Grafik 47: Düşük Gelirli Beş Ülkenin Kimyasal Ürünleri İhracatında RCA



Grafik 47'de görüldüğü üzere düşük gelirli ülkelerin tümü RCA endekslerin birden daha az olmuştur. Nitekim kimyasal ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur. 2014 yılında Togo, Madagaskar, Malavi, Zimbabve ve Nijer sırasıyla 0,67, 0,26, 0,10, 0,06 ve 0,01 RCA değeri almaktadır.

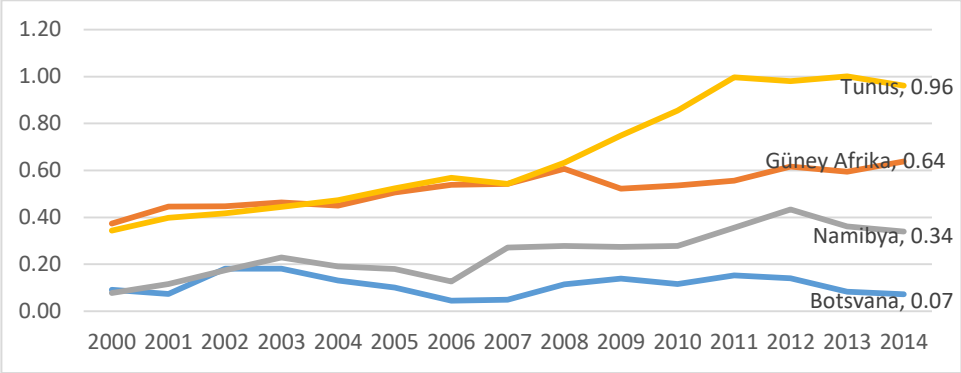
3.3.7. Makine ve Ulaşım

Bu bölümde yüksek gelirli, üst orta gelirli, orta gelirli ve düşük gelirli ülke grupları için makine ve ulaşım ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmiştir.

3.3.7.1. Yüksek Gelirli Ülkeler

Grafik 48'de yüksek gelirli dört ülkenin makine ve ulaşım ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Botsvana, Güney Afrika, Namibya ve Tunus'un RCA değeri verilmektedir.

Grafik 48: Yüksek Gelirli Dört Ülkenin Makine ve Ulaşım Ürünleri İhracatında RCA

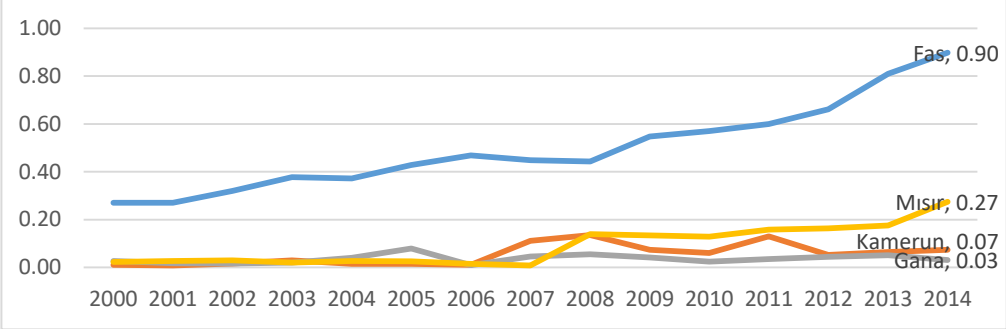


Grafik 48'de görüldüğü üzere yüksek gelirli ülkelerin tümü RCA endekslerin birden daha az olmuştur. Nitekim makine ve ulaşım ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur. Ancak Kenya'nın bire çok yakın RCA endeksi olduğundan ne üstünlüğü nede dezavantajı vardır. 2014 yılında Botsvana, Güney Afrika, Namibya ve Tunus sırasıyla 0,96, 0,64, 0,34 ve 0,07 RCA değeri almaktadır.

3.3.7.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 49'da üst orta gelirli beş tane ülkenin makine ve ulaşım ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Fas, Gana, Kamerun, Mısır ve Nijerya'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 49: Üst Orta Gelirli Ülkenin Makine ve Ulaşım Ürünlerin İhracatında RCA

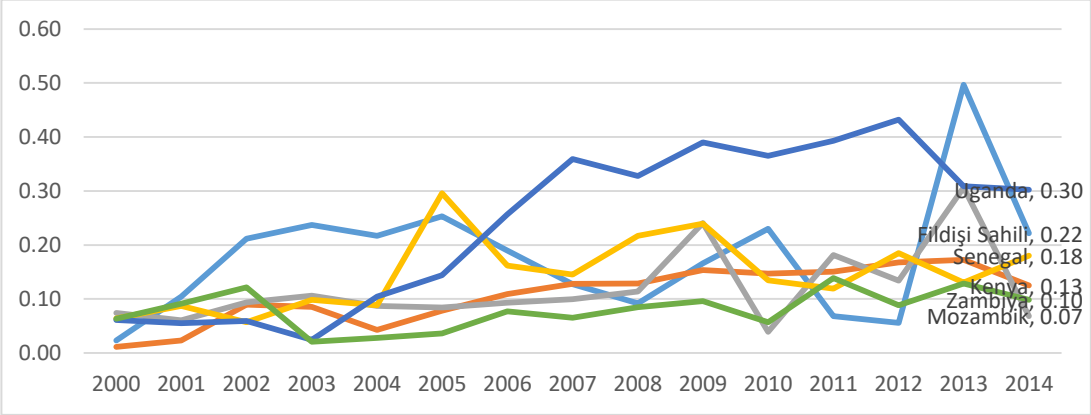


Grafik 49'da görüldüğü üzere üst orta gelirli ülkelerin tümü RCA endekslerin birden daha az olmuştur. Nitekim makine ve ulaşım ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur. 2014 yılında Fas, Mısır, Kamerun ve Gana sırasıyla 0,90, 0,27, 0,07 ve 0,03 RCA değeri almaktadır.

3.3.7.3. Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 50'de orta gelirli altı tane ülkenin makine ve ulaşım ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Fildişi Sahili, Kenya, Senegal, Mozambik, Uganda ve Zambiya'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 50: Orta Gelirli Altı Ülkenin Makine ve Ulaşım Ürünleri İhracatında RCA

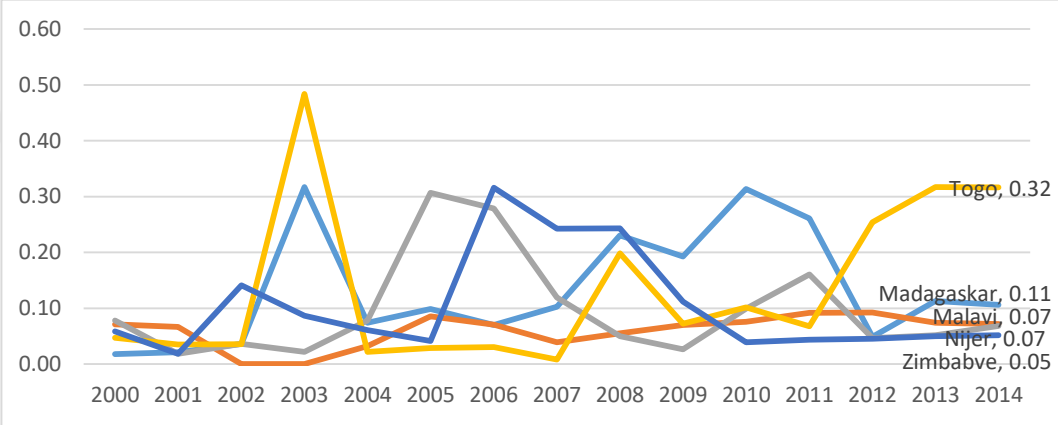


Grafik 50'de görüldüğü üzere orta gelirli ülkelerin tümü RCA endekslerin birden düşük olduğu görülmüştür. Nitekim makine ve ulaşım ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur. 2014 yılında Uganda, Fildişi Sahili, Senegal, Kenya, Zambiya ve Mozambik sırasıyla 0,30, 0,22, 0,18, 0,13, 0,10 ve 0,07 RCA değeri almaktadır.

3.3.7.4. Düşük Gelirli Ülkeler

Grafik 51'de düşük gelirli altı tane ülkenin makine ve ulaşım ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Madagaskar, Malavi, Nijer, Togo ve Zimbabve'nin RCA değeri verilmektedir.

Grafik 51: Düşük Gelirli Beş Ülkenin Makine ve Ulaşım Ürünleri İhracatında RCA



Grafik 51'de görüldüğü üzere düşük gelirli ülkelerin tümü RCA endekslerin birden daha az olmuştur. Nitekim makine ve ulaşım ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur. 2014 yılında Togo, Madagaskar, Malavi, Nijer ve Zimbabve sırasıyla 0,32, 0,11, 0,07, 0,07 ve 0,05 RCA değeri almaktadır.

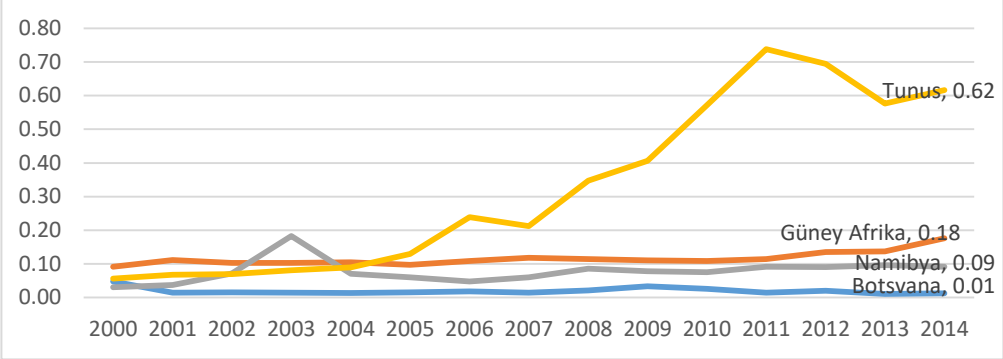
3.3.8. Ofis ve Telekom

Bu bölümde yüksek gelirli, üst orta gelirli, orta gelirli ve düşük gelirli ülke grupları için ofis ve telekom ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmiştir.

3.3.8.1. Yüksek Gelirli Ülkeler

Grafik 52'de yüksek gelirli dört tane ülkenin ofis ve telekom ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Botsvana, Güney Afrika, Namibya ve Tunus'un RCA değeri verilmektedir.

Grafik 52: Yüksek Gelirli Dört Ülkenin Ofis ve Telekom Ürünleri İhracatında RCA

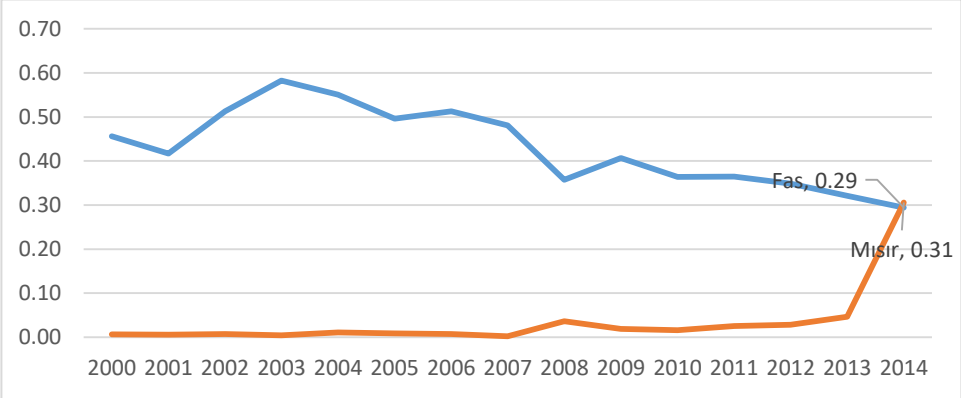


Grafik 52'de görüldüğü üzere yüksek gelirli ülkelerin tümü RCA endekslerin birden daha az olmuştur. Nitekim ofis ve telekom ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur. 2014 yılında Botsvana, Güney Afrika, Namibya ve Tunus sırasıyla 0,62, 0,18, 0,09 ve 0,01 RCA değeri almaktadır.

3.3.8.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 53'te üst orta gelirli iki tane ülkenin ofis ve telekom ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Fas ve Mısır'ın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 53: Üst Orta Gelirli İki Ülkenin Ofis ve Telekom Ürünleri İhracatında RCA

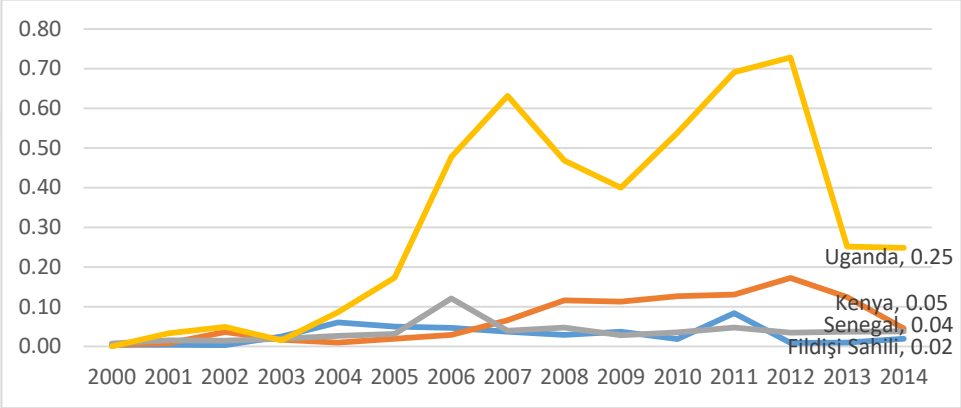


Düşük gelirli ülkeler kategorisinde yer alan ülkelerinden sadece Fas ve Mısır hakkında veri bulunduğu için diğer ülkeler analize dâhil edilmemiştir. Yukarıdaki şekilde görüldüğü üzere Fas 0,29 RCA endekse sahipken Mısır da 0,31 RCA değeri almaktadır.

3.3.8.3. Orta Gelirli Ülkeler

Grafik 54'te orta gelirli dört tane ülkenin ofis ve telekom ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Fildişi Sahili, Kenya, Senegal ve Uganda'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 54: Orta Gelirli Dört Ülkenin Ofis ve Telekom Ürünleri İhracatında RCA



Grafik 54'te görüldüğü üzere orta gelirli ülkelerin tümü RCA endekslerin birden daha az olmuştur. Nitekim ofis ve telekom ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur. 2014 yılında Uganda, Kenya, Senegal ve Fildişi Sahili sırasıyla 0,25, 0,05, 0,04 ve 0,02 RCA değeri almaktadır.

3.3.8.4. Düşük Gelirli Ülkeler

Veri yetersizliğinden dolayı düşük gelirli ülkelerin otomotive ürünlerin ihracatındaki RCA değeri hesaplanmamıştır.

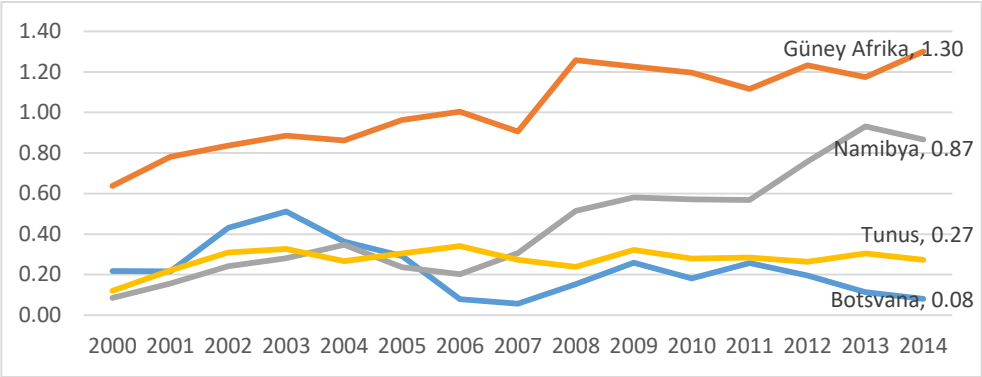
3.3.9. Otomotiv

Bu bölümde yüksek gelirli, üst orta gelirli, orta gelirli ve düşük gelirli ülke grupları için otomotiv ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmiştir.

3.3.9.1. Yüksek Gelirli Ülkeler

Grafik 55'te yüksek gelirli dört tane ülkenin otomotiv ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Botsvana, Güney Afrika, Namibya ve Tunus'un RCA değeri verilmektedir.

Grafik 55: Yüksek Gelirli Dört Ülkenin Otomotiv Ürünleri İhracatında RCA

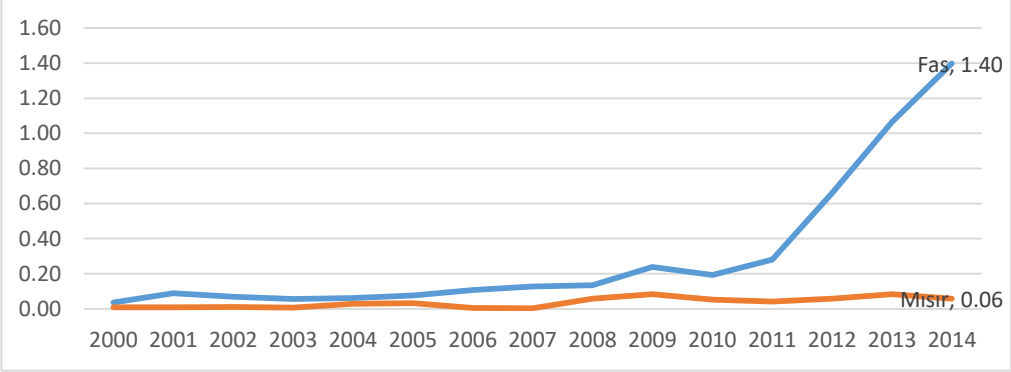


Grafik 55'te görüldüğü üzere yüksek gelirli ülkeler grubundan otomotiv ürünlerin ihracatında RCA avantajı olan tek ülke Güney Afrika'dır. 2014 yılında bu ürün kategorisinde 1,30 RCA değeriyle otomotiv ürünlerin ihracatında üstünlüğü sergilemektedir. Namibya, Tunus ve Botsvana sırasıyla 0,87, 0,27 ve 0,08 RCA endeksleri vardır.

3.3.9.2. Üst Orta Gelirli Ülkeler

Grafik56'da üst orta gelirli iki tane ülkenin otomotiv ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Fas ve Mısır'ın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 56: Üst Orta Gelirli İki Ülkenin Otomotiv Ürünleri İhracatında RCA

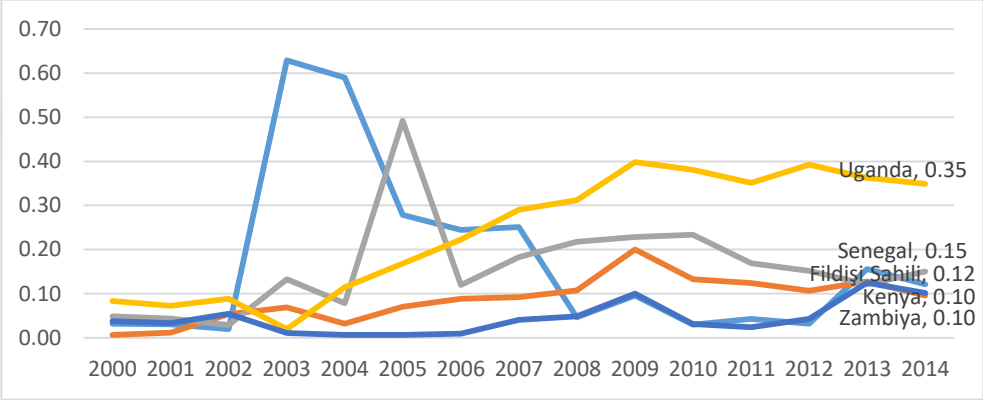


Düşük gelirli ülkeler kategorisinde yar alan ülkelerinden sadece Fas ve Mısır hakkında veri bulunduğu için diğer ülkeler analize dâhil edilmemiştir. Yukarıdaki şekilde görüldüğü üzere Fas 1,40 RCA endeks ile RCA avantajına sahipken Mısır ise 0,06 RCA değeri almaktadır.

3.3.9.3. Orta Gelirli

Grafik 57'de orta gelirli altı tane ülkenin otomotiv ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Fildişi Sahili, Kenya, Senegal, Mozambik, Uganda ve Zambiya'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 57: Orta Gelirli Beş Ülkenin Otomotiv Ürünleri İhracatında RCA



Grafik 57'de görüldüğü üzere orta gelirli ülkelerin tümü RCA endekslerin birden düşük olmuştur. Nitekim otomotiv ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur. 2014 yılında Uganda, Senegal, Fildişi Sahili, Kenya ve Zambiya sırasıyla 0,35, 0,15, 0,12, 0,10 ve 0,10 RCA değeri almaktadır.

3.3.9.4. Düşük Gelirli

Veri yetersizliğinden dolayı düşük gelirli ülkelerin otomotif ürünlerin ihracatındaki RCA değeri hesaplanamamıştır.

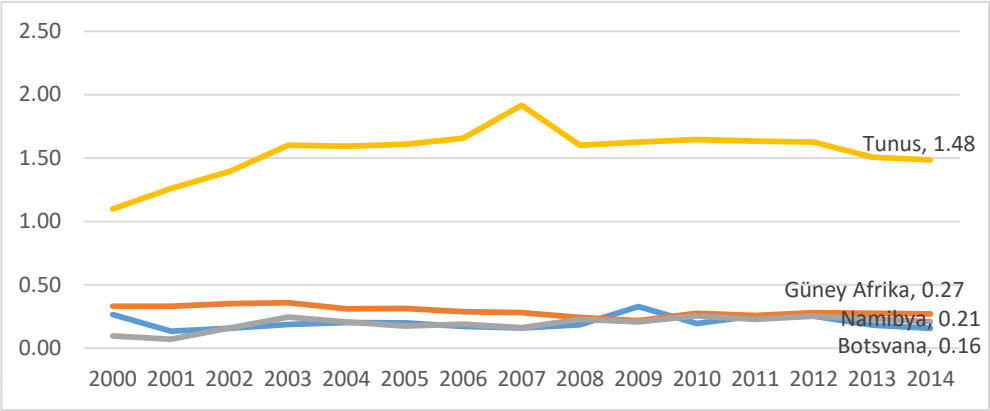
3.3.10. Tekstil

Bu bölümde yüksek gelirli, üst orta gelirli, orta gelirli ve düşük gelirli ülke grupları için tekstil ürünlerin ihracatındaki RCA değerleri gösterilmiştir.

3.3.10.1. Yüksek Gelirli

Grafik 58'de yüksek gelirli dört tane ülkenin tekstil ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Botsvana, Güney Afrika, Namibya ve Tunus'un RCA değeri verilmektedir.

Grafik 58: Yüksek Gelirli Dört Ülkenin Tekstil Ürünlerin İhracatında RCA

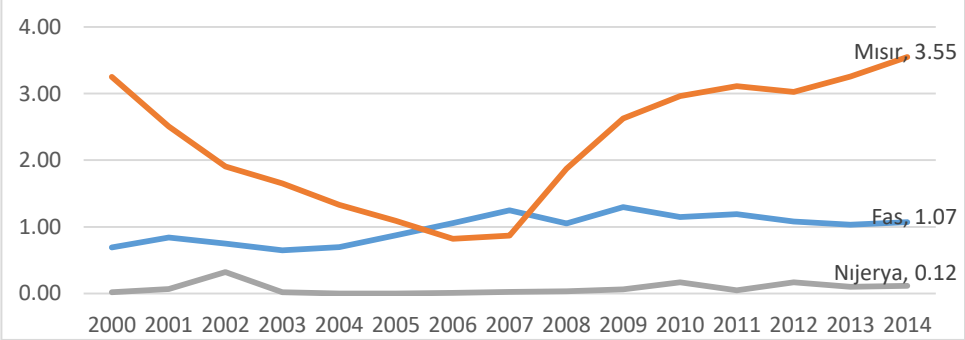


Grafik 58'de görüldüğü üzere yüksek gelirli ülkeler grubundan tekstil ürünlerin ihracatında RCA avantajı olan tek ülke Tunus'tur. 2014 yılında bu ürün kategorisinde 1,48 RCA değeriyle üstünlüğü sergilemektedir. Güney Afrika, Namibya ve Botsvana sırasıyla 0,27, 0,21 ve 0,16 RCA endeksleri vardır.

3.3.10.2. Üst Orta Gelirli

Grafik 59'da üst orta gelirli üç tane ülkenin tekstil ürünlerin ihracatındaki RCA değerleri gösterilmektedir. Fas, Mısır ve Nijerya'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 59: Üst Orta Gelirli Üç Ülkenin Tekstil Ürünleri İhracatında RCA

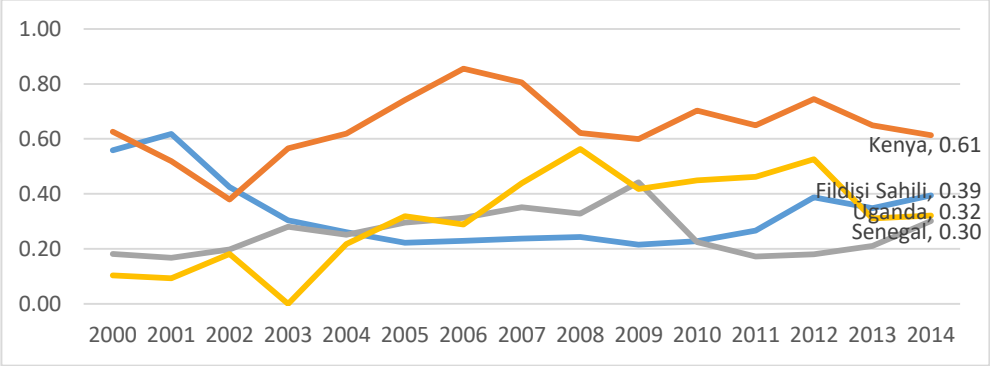


Üst orta gelirli ülkeler kategorisinde yar alan ülkelerinden sadece Fas, Mısır ve Nijerya hakkında veri bulunduğu için diğer ülkeler analize dâhil edilmemiştir. Yukarıdaki şekilde görüldüğü üzere Mısır 3,55 RCA endeks ile yüksek RCA avantajına sahipken Fas da 1,07 RCA değeri almaktadır. Nijerya ise RCA endeksin değeri birden daha az olduğundan tekstil ürünlerin ihracatında üstünlüğü yoktur.

3.3.10.3. Orta Gelirli

Grafik 60'ta orta gelirli dört tane ülkenin tekstil ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Fildişi Sahili, Kenya, Senegal ve Uganda'nın RCA değeri verilmektedir.

Grafik 60: Orta Gelirli Dört Ülkenin Tekstil Ürünleri İhracatında RCA

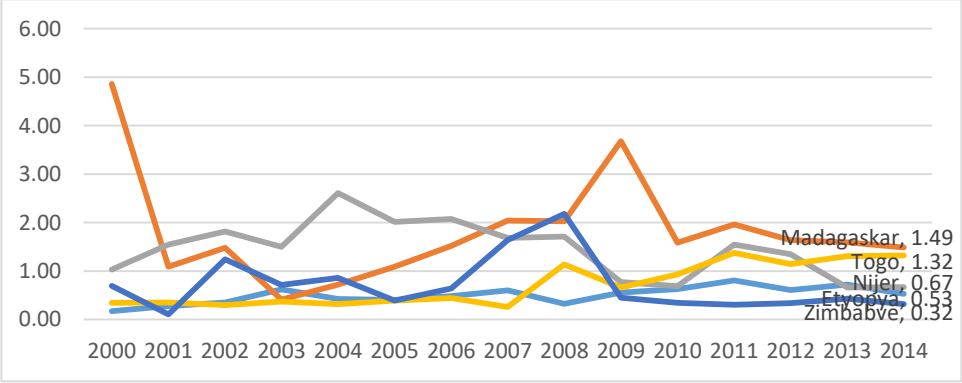


Grafik 60'ta görüldüğü üzere orta gelirli ülkelerin tümü RCA endekslerin birden daha az olmuştur. Nitekim tekstil ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur. 2014 yılında Kenya, Fildişi Sahili, Uganda ve Senegal sırasıyla 0,61, 0,39, 0,32 ve 0,30 RCA değeri almaktadır.

3.3.10.4. Düşük Gelirli

Grafik 61'de düşük gelirli altı tane ülkenin tekstil ürünlerin ihracatındaki RCA değeri gösterilmektedir. Etiyopya, Madagaskar, Malavi, Nijer, Togo ve Zimbabve'nin RCA değeri verilmektedir.

Grafik 61: Düşük Gelirli Beş Ülkenin Tekstil Ürünleri İhracatında RCA



Grafik 61'de görüldüğü üzere 2014 yılında düşük gelirli ülkeler grubundan Madagaskar ve Togo sırasıyla 1,49 ve 1,32 RCA endeksi elde etmiştir. Nijer, Etiyopya ve Zimbabve ise RCA endekslerin birden düşük olunduğu için tekstil ürünlerin ihracatında RCA avantajı yoktur.

3.4. Öngörü

Burada seçilmiş beş ülke için birim kök testi, ARMA tahmini, otokorelasyon ve değişen varyans testleri yapılmıştır. Tarım ve imalat ürünlerin tahmin sonuçları farklı başlıklar altında ele alınmıştır.

3.4.1. Tarım İhracatı

Tablo 6: Korelogram: Tarım İhracatın Birim Kök Testin Sonuçları

Ülke	Düzeyde	Birinci farkı
Etiyopya	Var	Yok
Kenya	Var	Yok
Nijerya	Var	Yok
Güney Afrika	Var	Yok
Zimbabve	Yok	-

Tarım ihracatın korelogram test sonuçları beş ülke için yukarıda gösterilmiştir. Zimbabve hariç bütün ülkelerde serinin birinci farkı alınırken Zimbabve'de düzeyde birim kökü bulunmamaktadır. Nitekim yapılacak tahminler farkı alındıktan sonra elde edilen değerlerle olacaktır.

Tablo 7: Tarım İhracatın ARMA Tahminleri

Ülke	AR(1)		AR Root(s)
	T-istatistiği	Prob.	
Etiyopya	41.68957	0.0000	0.988899
Kenya	73.71449	0.0000	0.994691

Tablo 7 Devam: Tarım İhracatın ARMA Tahminleri

Nijerya	10.53605	0.0000	0.830616
Güney Afrika	42.30217	0.0000	0.990071
Zimbabve	11.27551	0.0000	0.973756

Tüm ülkeler için AR(1) tahmin yöntemi uygun görülmüştür. AR(1) tahmin sonucunda tüm ülkelerde istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Ayrıca, AR Root(s) değerinin birden küçük olduğundan birim kök yoktur ve öngörü teknikleri güvenilir olmaktadır.

Tablo 8: Tarım İhracatın Dört Yıl Tahmin Sonuçları

Ülke	2015	2016	2017	2018
Etiyopya	347.26	343.40	339.59	335.82
Kenya	985.73	980.50	975.29	970.11
Nijerya	1.86	1.49	1.20	0.97
Güney Afrika	2843.64	2815.41	2787.45	2759.77
Zimbabve	769.02	748.84	729.19	710.05

Gelecek dört yılın öngörü tahmininde çarpıcı bir özellik ortaya çıkmaktadır. Her dört ülkede tarım ihracatında azalma olacağı beklenilmektedir. Nijerya'daki azalma neredeyse %100 olurken diğerlerindeyse normal bir azalma meydana gelmiştir.

3.4.2. İmalat İhracatı

Tablo 9: Korelogram: İmalat İhracatın Birim Kök Sonuçları

Ülke	Düzeyde	Birinci farkı	İkinci farkı
Etiyopya	Var	Yok	-
Kenya	Var	Yok	-
Nijerya	Var	Var	Var
Güney Afrika	Var	Yok	-
Zimbabve	Yok	-	-

İmalat ihracatın korelogram test sonuçları beş ülke için yukarıda gösterilmiştir. Zimbabve ve Nijerya hariç bütün ülkelerde serinin birinci farkı alınırken Zimbabve'de düzeyde birim kökü bulunmamaktadır. Nijerya'da ise ikinci farkı alındıktan sonra bile birim kök sorunu giderilmediğinden ARMA tahmini yapılmamıştır. Yapılacak tahminler ise Zimbabve için aynı seriyle başkaları için ise farkı alındıktan sonra elde edilen değerlerle olacaktır.

Tablo 10: İmalat İhracatın ARMA Tahminleri

Ülke	AR(1)		AR Root(s)
	T-istatistiği	Prob.	
Etiyopya	22.92001	0.0000	0.978843
Kenya	22.92001	0.0000	0.978843
Nijerya*	-	-	-
Güney Afrika	24.50629	0.0000	0.978334
Zimbabve**	28.49537	0.0000	0.992104
	-2.399261	0.0336	0.676408

* Nijerya için imalat serisi birim kökten arındırılmadığından dolayı ARMA tahmini yapılmamıştır.

** Zimbabve için imalat serisinde ARMA tahmini yapılmıştır.

Zimbabve hariç tüm ülkeler için AR(1) tahmin yöntemi uygun görülmüştür. Zimbabve için ARMA(1) tahmin yöntemi uygulanmıştır. AR(1) ve ARMA(1) tahmin sonucu tüm ülkelerde istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Ayrıca, AR Root(s) değerinin birden küçük olduğundan birim kök yoktur ve öngörü teknikleri güvenilir sonuca ulaştırması beklenilmektedir.

Tarım ve imalat ihracatların değişen varyans ve otokorelasyon testi yapılmıştır. Değişen varyans testinde Zimbabve hariç bütün ülkelerde değişen varyans sorunun olduğu görülmüştür. Ancak otokorelasyon sorunu serilerde bulunmadığını testlerden çıkan sonuçlar göstermiştir.[50]

[50] Uygulamada elde edilen tüm sonuçlar ek kısmında gösterilmiştir.

Tablo 11: İmalat İhracatın Dört Yıl Tahmin Sonuçları

Ülke	2015	2016	2017	2018
Etiyopya	32.62	31.93	31.25	30.59
Kenya	267.58	263.89	260.25	256.66
Nijerya*	-	-	-	-
Güney Afrika	10300.50	10077.33	9859.00	9645.40
Zimbabve	434.09	430.67	427.27	423.89

*Nijerya için seri, birim kökten arınmadığı için öngörü tahmini yapılmamıştır.

Tarım ihracatında olduğu gibi imalat ihracatında da aynı bir durum ile karşılaşılmaktadır. Ancak imalat ihracatındaki düşüşler tarımda olduğu gibi büyük ölçüde değildir. Tarım ihracatının düşmesi teknoloji gelişme ile açıklanabilirse de imalattaki azalma ülkelerin genel durumu iyi olmadığını göstermektedir.

3.4. Analiz Sonuçları

Afrika'nın seçilmiş ülkelerin ticaretinde analize edilen ürünlerden tarımsal üretim, on beş yıl süre boyunca açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğün ana kaynağı olmuştur. Botsvana gibi bazı istisna bulunmasına rağmen, tüm ülkeler bu kategoride avantaj kazanmıştır. Ülkelerin ağırlıklı olarak avantaj yakaladığı diğer iki sektör gıda ve madencilik ürünleri kategorisi olmuştur.

Ancak, tarım ürünlerin dışındaki ürün kategorisinde çoğu ülke karşılaştırmalı üstünlüğü kazanmamış durumdadır. Bu istisnalar ürün grubu kategorisinden tekstil ve giyim ve ülke kategorisinde Güney Afrika'yı dâhil etmektedir. Tunus, Svaziland, Nijer, Madagaskar, Kenya, Fas, Togo ve Mısır çalışma dönemi içinde RCA avantajı elde etmeyi başaran ülkelerindendir. Örnek alınan ülkelerin büyüklüğü göz önüne alındığında, bu istisnalar genel olarak önemsiz bir yeri yakalamaktadır.

Gıda kategorisi hariç tarım ürünleri toplamı 132,71 RCA ile açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğün ana kaynağı olarak birinci sırayı yakalarken madencilik ürünleri ve gıda sırasıyla 122,07 ve 115,85 RCA ile ikinci ve üçüncü sırada yer almaktadır. Oysa ofis ve telekom ekipmanları, telekomünikasyon ekipmanı ve otomotiv ürünleri en

düşük açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük grubunu sırasıyla 1.91, 3.22 ve 5.44 oluşturmaktadır.

Gelir grubu analizinde ise tarım ürünlerin ihracatında düşük gelirli ülkeleri hariç tüm gelir grupların RCA trendi sabit kalmıştır. Düşük gelirli ülkeler ise azalan trendi izlemiştir. Ancak imalat ürünlerin ihracatında yüksek gelir grubundaki ülkeler sabit trend; üst orta gelirli ülkeler, Mısır ve Fas hariç sabit; orta gelirli ülkelerinde Kenya, Uganda ve Senegal artan trend, fildişi sahilleri ve Mozambik sabit ve düşük gelirli ülkelerinde Togo'nun RCA trendi artarken diğerlerin sabit kalmıştır.

SONUÇ

Bu çalışmada neredeyse tüm ele alınan ülkelerin birincil ürünlerin ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ve aksine geri kalanı ürün kategorileri için dezavantaja sahip oldukların sonucuna varılmıştır. Afrika'nın seçilmiş ülkelerin ticaretinde analize edilen ürünlerden tarımsal üretim, on beş yıl süre boyunca açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğün ana kaynağı olmuştur. Botsvana gibi bazı istisna bulunmasına rağmen, tüm ülkeler bu kategoride avantaj kazanmıştır. Ülkelerin ağırlıklı olarak avantaj yakaladığı diğer iki sektör gıda ve madencilik ürünleri kategorisi olmuştur.

Ancak, tarım ürünlerin dışındaki ürün kategorisinde çoğu ülke karşılaştırmalı üstünlüğü kazanmamış durumdadır. Bu istisnalar ürün grubu kategorisinden tekstil ve giyim ve ülke kategorisinde Güney Afrika'yı dâhil etmektedir. Tunus, Svaziland, Nijer, Madagaskar, Kenya, Fas, Togo ve Mısır çalışma dönemi içinde RCA avantajı elde etmeyi başaran ülkelerindendir. Örnek alınan ülkelerin büyüklüğü göz önüne alındığında, bu istisnalar genel olarak önemsiz bir yeri yakalamaktadır.

Gelir grubu analizinde ise tarım ürünlerin ihracatında düşük gelirli ülkeleri hariç tüm gelir grupların RCA trendi sabit kalmıştır. Düşük gelirli ülkeler ise azalan trendi izlemiştir. Ancak imalat ürünlerin ihracatında yüksek gelir grubundaki ülkeler sabit trend; üst orta gelirli ülkeler, Mısır ve Fas hariç sabit; orta gelirli ülkelerinde Kenya, Uganda ve Senegal artan trend, fildişi sahilleri ve Mozambik sabit ve düşük gelirli ülkelerinde Togo'nun RCA trendi artarken diğerlerin sabit kalmıştır.

Karşılaştırmalı üstünlük dinamik bir süreçtir. Bu süreç bir ekonomiyi katma değeri düşük mallar ihraç eden bir ülke durumundan yüksek katma değere sahip teknoloji ve vasıflı emek gerektiren malları ihraç eder ülkeye dönüştürme sürecidir. Bu süreç kuşku yok ki ülkenin karşılaştırmalı üstünlüklerini değiştirecek yapısal bir dönüşümü gerektirir.

Bu dönüşüm bir anlamda, artan büyüme ile birlikte ekonomide tarımın azalan payı ve imalat sanayi ile hizmetler sektörlerinin ekonomide ağırlıklarının artması sonucu gerçekleşen yapısal dönüşümün dış ticaret sektörünü de etkilemesini ifade eder. Bu süreçte yalnızca ülkenin toplam ihracatında sanayi ürünlerinin payı artmamakta, sanayi

ürünleri ihracatının kendi yapısı da değişmektedir. Yüksek ve üst orta gelirli ülkelerde meydana gelen dönüşüm sürecinin ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüklerini de değiştirdiği görülmektedir. Bu örnekler bazı Asya ülkelerinin hızlı büyüme ve teknolojiyi hazmetme (teknolojiyi içselleştirme) kaynaklı bu dönüşümü gerçekleştirdiklerinin altını çizmektedir. Bu ülkeler karşılaştırmalı üstünlüklerinde düşük-maliyetli emek-yoğun ürünlerden bilgi-yoğun ve teknoloji-yoğun ürünlere doğru bir kaymayı başarılı ve hızlı bir biçimde sağlamışlardır.

Ayrıca günümüzde bir firmanın/bir ülkenin ihraç pazarındaki karşılaştırmalı üstünlüğü sadece fiyat/maliyet avantajından kaynaklanmadığını göz önüne bulundırılması gerekmektedir. Günümüz dış ticaretinde karşılaştırmalı üstünlükler artık "rekabet gücü" kavramı ile aynı anlamda kullanılır hale gelmiştir. Günümüzün eksik rekabet piyasalarında fiyat rekabeti giderek artan biçimde yerini yüksek teknolojiye ve ürün yeniliklerine (ARGE'ye) dayalı kalite ve hizmet rekabetine bırakmaktadır. Fiyat rekabeti elbette hala önemlidir ve önemli kalacaktır.

Özellikle benzer ülkelerin endüstri-içi ticaretini açıklamada fiyat farklılıkları temelindeki karşılaştırmalı üstünlük anlayışı yeterli açıklayıcı güce sahip değildir. Eksik rekabet koşulları, teknoloji, ürün yenilikleri ve ARGE, tüketici tercihleri ve talebin yapısı, marka, satış öncesi ve sonrası hizmet, pazarlama stratejileri, endüstri-içi ticaret, benzer ülkeler arasında ticaret, çok uluslu firmalar ve firma içi ticareti gibi unsurlar giderek önem kazanmaktadır. Öyle ki bir ülke firmalarının ihraç pazarlarındaki rekabet gücü ve sürdürülebilirliği fiyatın yanı sıra çok yakından "kalite", "ürün yeniliği" ve "pazarlama stratejileri" ile ilgilidir.

Ülkeler karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürün yelpazesini geliştirmeleri gerektiği tavsiye edilmektedir. Bu da yerli yatırım veya doğrudan yabancı yatırım (DYY) yoluyla elde edilebilmektedir. Ağırlıklı olarak ulus ötesi şirketler tarafından DYY bu ülkelere diğer ürünleri kategorilerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmalarına ve ticaret koşullarını iyileştirmeye yardımcı olabilmeleri için çok faydalı teknoloji ve üstün yönetim becerileri gibi imkânları sağlayabilmektedir.

KAYNAKÇA

Amighini, A. (2005). China in the international fragmentation of production: Evidence from the ICT industry. **The European Journal of Comparative Economics**, 2(2), 203.

Balassa, Bela. (1965). Trade liberalization and "revealed" comparative advantage. **The Manchester school**, 33(2): 99-123.

Balassa, Bela. (1977). 'Revealed' comparative advantage revisited: An analysis of relative export shares of the industrial countries. **The Manchester school**, *45*(4): 327-344.

Batra, A., & Khan, Z. (2005). Revealed comparative advantage: An analysis for India and China. **Indian Council for Research on International Economic Relations**, Working Paper, 168: 1-85.

Bayraktutan, Yusuf (2015). **Uluslararası İktisat**. İstanbul: Yazın Basın Yayın Matbaacılık

Bhattacharyya, R. (2011). Revealed comparative advantage and competitiveness: A case study for India in horticultural products. International Conference on Applied Economics–*ICOAE*: 21.

Bojnec, Š., & Fertő, I. (2009). Agro-food trade competitiveness of Central European and Balkan countries. **Food policy**, *34*(5):417-425.

Boriraj, J. (2008). Analysing and modelling international trade patterns of the Australian wine industry in the world wine market. Doctoral dissertation, Victoria University, Australia.

Bowen, H. P. (1986). On measuring comparative advantage: further comments. **Review of World Economics**, *122*(2): 379-381.

Brander, J., & Krugman, P. (1983). A 'reciprocal dumping' model of international trade. **Journal of international economics**, *15*(3): 313-321.

Dragutinovic Mitrovic, R., Jovičić, M., & Zdravkovic, M. (2001). Federal Republic Yugoslavia: Trade Potentials and Comparative Advantages. **The Vienna Institute for International Economic Studies**, WIIW, 10(2):17.

Du Bois, C., & Heyndels, B. (2007). Revealed Comparative Advantage and Specialization in Athletics. **International Association of Sports Economists**.

Engle, R. F. (1982). Autoregressive conditional heteroscedasticity with estimates of the variance of United Kingdom inflation. **Econometrica: Journal of the Econometric Society**, 21(4):987-1007.

Erkan, Birol. (2009). Ülkelerin ihracat performanslarının belirlenmesinde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklerinin kullanılması: Yükselen ekonomiler örneği. Doktora tezi, Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye

Ertek, Tümay (1996). **Ekonometriye Giriş**. İstanbul: BetaYayınevi.

Falvey, E Rodney.. (1981). Commercial policy and intra-industry trade. **Journal of international economics**, *11*(4): 495-511.

Ferto, I., & Hubbard, L. J. (2002). Revealed Comparative Advantage and Competitiveness in Hungarian Agri-Food Sectors Technology Foresight in Hungary (No. MT-DP-2002/8). IEHAS Discussion Papers.

Grater, Sonja. (2014). Comparative advantage of value-added services: The case of South Africa. **Managing global transitions**, *12*(3): 279.

Greenaway, D., & Hine, R. C. (1991). Intra-ındustry specialization, trade expansion and adjustment in the European Economic space. **Journal of common market studies**, *29*(6): 603-622.

Grupp, H. (1994). The measurement of technical performance of innovations by technometrics and its impact on established technology indicators. **Research Policy**, 23(2), 175-193.

Hillman, L. Ariye. (1980). Observations on the relation between "revealed comparative advantage" and comparative advantage as indicated by pre-trade relative prices. **Review of World Economics**, *116*(2): 315-321.

Iqbal, M., Hussain, Zakir, Noorka, I. Rasul vd (2013). Revealed comparative and competitive advantages of white gold of Pakistan (cotton) by using Balassa and white index. **International Journal of Agriculture and Applied Sciences**, *5*(1): 64-68.

Kayser, P. A. Bittencourt. (2008). The brazilian shoe industry and the chinese competition in international markets. Doctoral dissertation, Ohio University, United States of America.

Karambakuwa, R. T., & Mzumara, M. (2013). The revealed comparative advantage of Swaziland. **Greener journal of economics and accountancy**, 2(2): 68-73.

Krugman, Paul. (1979). Increasing returns, monopolistic competition, and international trade. **Journal of international economics**, *9*(4): 469-479.

Krugman, P. and Obstfeld, Maurice. (2005). **International economics, theory and policy**, New York: Addison-Wesley.

Lancaster, Kelvin. (1980). Intra-industry trade under perfect monopolistic competition. **Journal of international economics**, *10*(2): 151-175.

Laursen, Keld. (2015). Revealed comparative advantage and the alternatives as measures of international specialization. **Eurasian business review**, *5*(1): 99-115.

Leamer, E. Edward. (1995). The Heckscher-Ohlin model in theory and practice. Princeton Studies in International Finance, Department of economics Princeton University, New Jersey, No:77: 1-61

Leromain, E., & Orefice, Gianluji. (2014). New revealed comparative advantage index: Dataset and empirical distribution. **International economics**, 139(3), 48-70.

Leishman, D., Menkhaus, J. Dale., & Whipple, D. Glen. (1999). Revealed comparative advantage and the measurement of international competitiveness for agricultural commodities: an empirical analysis of wool exporters. Western Agricultural Economics Association Annual Meeting, Fargo, ND, Vol. 7: 11-13.

Liesner, Henry. (1958). The European common market and British industry.**The Economic Journal**, 68(270), 302-316.

Mahmood, A., & Nishat, M. (2004). Export Competitiveness and Comparative Advantage of Pakistan's Non-agricultural Production Sectors: Trends and Analysis [with Comments]. **The Pakistan development review**: 541-561.

Marchese, S., & De Simone, F. N. (1989). Monotonicity of indices of "Revealed "comparative advantage: Empirical evidence on Hillman's condition. **Weltwirtschaftliches Archiv**, *125*(1):158-167.

Michaely, M. (1962). **Concentration in international trade**. Germany: North-Holland Publishing Company.

Mikic, M. (2005, March). Commonly used trade indicators: A note. InARTNeT Capacity Building Workshop on Trade Research, UNESCAP: 1-22.

Saboniene, A. (2015). Lithuanian export competitiveness: comparison with other Baltic States. **Engineering economics**: *62*(2).

Salvatore, D. (2013). **International economics**. United States of America: Wiley Global Education

Seyidoğlu, Halil (2009). **Uluslararası iktisat: Teori, politika ve uygulama**. İstanbul: Güzem Can yayınları.

Shinyekwa, I., & Othieno, L. (2011). Uganda's revealed comparative advantage: the evidence with the EAC and China. **Economic policy and research center**, 80(1): 1-38.

Tochkov, K., Liu, Lirong., & Nath, Hiranya. (2015). Comparative advantages in US Bilateral Services trade with China and India. **Journal of Asian economies**, 38(4): 79-92.

Ünsal, Erdal (2005). **Uluslararası iktisat: Teori, politika ve açık ekonomi makro iktisadı**. Ankara: İmaj Yayıncılık

Vollrath, T. L. (1991). A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage. **Weltwirtschaftliches Archiv**,*127*(2): 265-280.

Yeats, J. Alexander. (1985). On the appropriate interpretation of the revealed comparative advantage index: implications of a methodology based on industry sector analysis. **Weltwirtschaftliches Archiv**, *121*(1): 61-73.

Yilmaz, Bahri. (2005). The foreign trade pattern and foreign trade specialization in the European Union: A comparison of six new member/candidate countries and the EU/15. **Eastern European Economics**, *43*(5): 74-100.

EKLER

Ek 1. Veri seti

i. Etiyopya (milyon $)

Göstergeler	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Tarım ürünleri	406	334	347	434	476	822	908	1034	1370	1354	1893	2203	2445	3319	3629
Gıda	321	242	285	318	410	681	736	780	1156	1175	1703	1988	2229	2696	2925
Petrol ve Madencilik	4	11	5	4	6	9	6	38	8	11	24	29	17	263	391
İmalat	44	54	59	58	21	47	62	171	143	161	229	258	254	338	417
Demir ve çelik		0	0	0	0	0	0	1	4	0	1	0	1	2	4
Kimyasallar	0	0	0	0	0	0	1	2	3	5	6	7	6	4	5
Makine ve ulaşım	0	2	0	0	1	0	1	36	38	78	92	29	53	73	99
Ofis ve telekom		0	0	0	0	0	1	3	7	6	4	3	5	3	10
ulaşım			0	0	0		0	15	14	18	16	16	27	38	40
Otomotiv ürünleri	0	0		0	0		0	10	11	10	13	13	20	17	25
Tekstil	2	3	4	7	6	7	9	13	8	15	24	37	27	47	39

ii. Kenya (milyon $)

Göstergeler	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Tarım ürünleri	1062	1100	1198	1291	1386	1629	1911	2231	2739	2536	2861	3129	3227	3157	3105
Gıda	927	905	985	1017	1064	1287	1491	1745	2086	1951	2320	2502	2599	2531	2407
Petrol ve Madencilik	177	285	461	536	728	693	341	289	349	275	308	380	404	333	842
İmalat	325	351	335	583	564	1089	1243	1500	1905	1625	1688	2095	2208	2186	2050
Demir ve çelik	34	47	31	62	97	123	127	126	158	118	147	202	177	189	148
Kimyasallar	88	86	39	123	114	287	253	354	574	457	449	592	644	565	542
Makine ve ulaşım	8	18	75	80	44	98	138	185	213	230	253	272	320	316	246
Ofis ve telekom	1	2	10	5	3	8	12	29	56	53	69	69	96	67	26
ulaşım	2	4	40	32	17	42	52	77	65	83	78	83	84	96	75
Otomotiv ürünleri	1	2	11	16	8	21	26	32	41	60	49	50	46	53	43
Tekstil	26	24	19	31	35	49	54	56	48	45	60	60	70	61	62

iii. Nijerya (milyon $)

Göstergeler	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Tarım ürünleri	39	4	171	8	65	34	247	1287	1814	2832	4303	9958	16570	7477	8009
Gıda	38	3	119	6	11	34	33	876	1054	2264	2891	2256	7665	4574	4900
Petrol ve Madencilik	20879	17984	16870	23525	38126	50065	57676	50764	75336	45224	73905	88151	95130	89955	77477
İmalat	56	56	933	498	439	366	792	1209	4470	1791	5787	3201	4111	3068	3286
Demir ve çelik	0	0	4	3			10	29	11	22	48	43	21	34	36
Kimyasallar	3	4	27	13			76	156	1142	301	528	296	324	347	371
Makine ve ulaşım	27	16	602	430			502	249	2155	553	1021	1453	1901	843	903
Ofis ve telekom	0	0	0	0			1	1	1	6	4	22	5	12	12
ulaşım	20	14	582	361			445	201	1934	290	569	1297	1775	605	648
Otomotiv ürünleri	0	0	1	2			0	8	47	52	5	71	11	10	10
Tekstil	10	28	136	10			9	26	45	61	231	85	291	168	180

iv. Güney Afrika (milyon $)

Göstergeler	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Tarım ürünleri	3270	3200	3329	4238	4661	5246	4955	5574	7037	6679	9932	11102	10499	11137	11374
Gıda	2232	2345	2449	3127	3510	3990	3734	4214	5429	5467	8230	9012	8742	9294	9455
Petrol ve Madencilik	5464	8984	5376	9125	12515	15327	19972	25541	28601	21762	32156	41505	36197	36470	31667
İmalat	13997	13733	14131	18048	22704	26073	27343	32469	38098	25216	39773	44204	42741	40245	42292
Demir ve çelik	2758	2176	2411	3877	5649	5864	5648	7460	8860	5116	7997	7927	6699	6204	6796
Kimyasallar	2055	2021	2154	2396	3157	3955	3910	4340	5724	4100	6113	7229	7349	6857	7042
Makine ve ulaşım	4570	5226	5257	6544	7937	9574	11293	13412	16229	10787	16296	18970	19088	17873	18693
Ofis ve telekom	409	440	398	472	598	607	754	890	891	719	1046	1144	1227	1219	1512
ulaşım	2324	2596	2848	3581	4326	5462	6042	6525	9085	5876	8857	9891	10085	9468	10182
Otomotiv ürünleri	1708	2098	2402	3103	3702	4352	4903	5369	7737	5087	7800	8492	8631	8001	8694
Tekstil	237	231	246	298	301	312	302	332	301	226	415	448	426	424	407

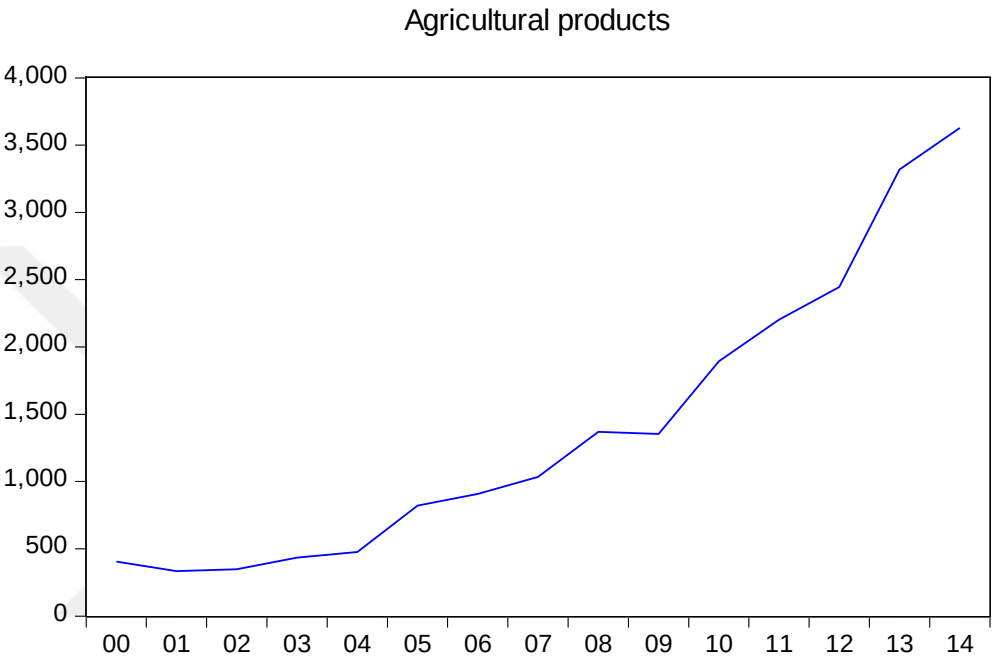
v. Zimbabve (milyon $)

Göstergeler	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Tarım ürünleri	1146	802	828	868	885	454	955	927	598	882	789	1171	1298	1252	1213
Gıda	906	684	582	699	586	357	430	565	285	403	585	843	1019	1083	1081
Petrol ve Madencilik	233	224	467	362	470	279	497	673	345	519	1062	1294	1620	1217	634
İmalat	539	180	716	433	532	451	548	683	731	765	1061	739	339	527	684
Demir ve çelik	176	139	190	134	211	188	149	343	62	44	206	118	134	160	280
Kimyasallar	53	9	95	55	28	27	131	48	58	22	22	27	21	33	21
Makine ve ulaşım	46	9	112	56	44	28	228	206	177	85	42	48	55	55	51
Ofis ve telekom	3	1	12	2	2	2	11	11	3	13	1	1	1	1	2
ulaşım	13	4	53	18	9	8	165	84	90	16	17	15	26	28	18
Otomotiv ürünleri	10	2	39	4	4	6	16	28	77	10	8	9	9	11	10
Tekstil	32	3	59	27	34	14	23	67	74	17	18	17	20	24	16

Ek 2. Etiyopya Test Sonuçları

i. Tarım ihracatın Test Sonuçları

Tarım Ürünlerin İhracatı



Korelogram Test Sonuçları

Düzeyde tarım ihracatın korelogramı

Correlogram of AGRICULTURAL_PRODUCTS

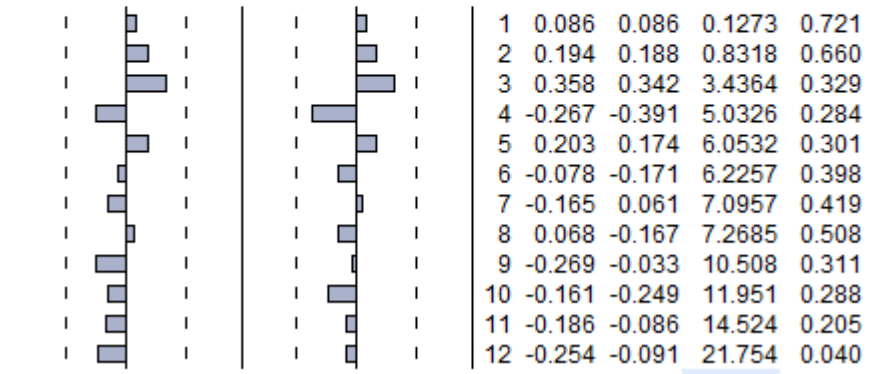
Date: 09/11/16 Time: 07:35
Sample: 2000 2014
Included observations: 15

Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	0.770	0.770	10.791	0.001
		2	0.528	-0.159	16.254	0.000
		3	0.360	0.028	19.004	0.000
		4	0.177	-0.176	19.732	0.001
		5	0.020	-0.063	19.742	0.001
		6	-0.076	-0.022	19.908	0.003
		7	-0.192	-0.173	21.080	0.004
		8	-0.268	-0.024	23.698	0.003
		9	-0.330	-0.145	28.317	0.001
		10	-0.388	-0.107	36.014	0.000
		11	-0.372	0.036	44.822	0.000
		12	-0.332	-0.077	54.174	0.000

Birinci Farkında Tarım Ihracatın Korelogramı

Correlogram of D(AGRICULTURAL_PRODUCTS)

Date: 09/11/16 Time: 07:41
Sample: 2000 2014
Included observations: 14



Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	0.086	0.086	0.1273	0.721
		2	0.194	0.188	0.8318	0.660
		3	0.358	0.342	3.4364	0.329
		4	-0.267	-0.391	5.0326	0.284
		5	0.203	0.174	6.0532	0.301
		6	-0.078	-0.171	6.2257	0.398
		7	-0.165	0.061	7.0957	0.419
		8	0.068	-0.167	7.2685	0.508
		9	-0.269	-0.033	10.508	0.311
		10	-0.161	-0.249	11.951	0.288
		11	-0.186	-0.086	14.524	0.205
		12	-0.254	-0.091	21.754	0.040

ARMA Modelin Tahmin Sonuçları

Dependent Variable: DAGRICULTURAL_PRODUCTS
Method: ARMA Maximum Likelihood (OPG - BHHH)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(1)	0.988899	0.023721	41.68957	0.0000
SIGMASQ	113586.4	37833.99	3.002231	0.0110

ARMA Structure Sonuçları

Inverse Roots of AR/MA Polynomial(s)

Specification: DAGRICULTURAL_PRODUCTS AR(1)

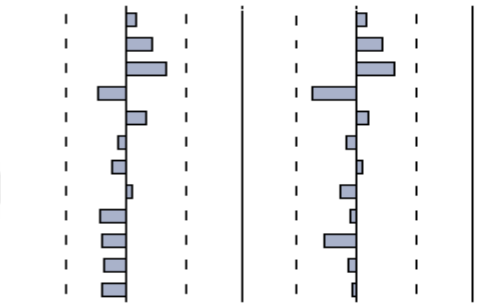
AR Root(s)	Modulus	Cycle
0.988899	0.988899	

No root lies outside the unit circle.
ARMA model is stationary.

Residlerin Korelogram Sonuçları

Correlogram of Residuals

Date: 09/11/16 Time: 09:33
Sample: 2000 2014
Included observations: 14
Q-statistic probabilities adjusted for 1 ARMA term



Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	0.098	0.098	0.1653	
		2	0.237	0.230	1.2129	0.271
		3	0.362	0.343	3.8820	0.144
		4	-0.246	-0.395	5.2391	0.155
		5	0.187	0.106	6.1080	0.191
		6	-0.066	-0.093	6.2305	0.284
		7	-0.134	0.061	6.8089	0.339
		8	0.047	-0.152	6.8896	0.440
		9	-0.233	-0.065	9.3141	0.316
		10	-0.207	-0.280	11.703	0.231
		11	-0.191	-0.075	14.427	0.154
		12	-0.229	-0.032	20.312	0.041

Değişen Varyans ARCH Sonuçları

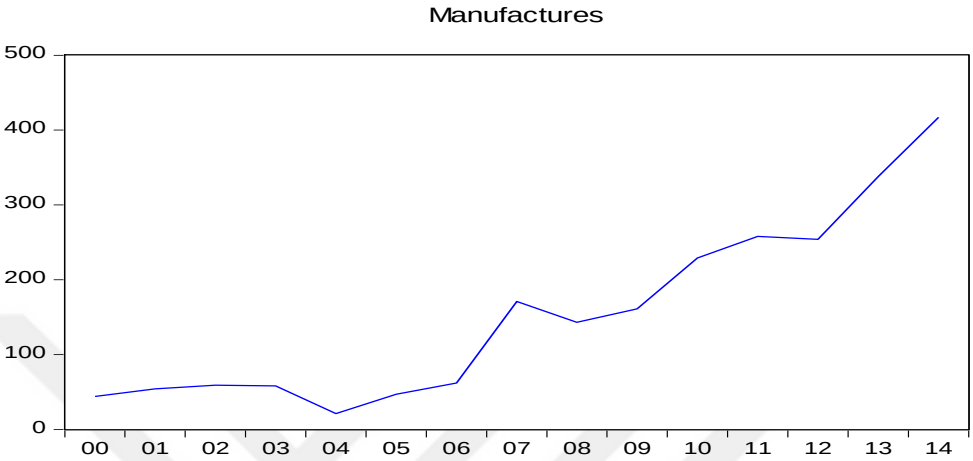
Heteroskedasticity Test: ARCH				
F-statistic	0.011993	Prob. F(1,11)		0.9148
Obs*R-squared	0.014158	Prob. Chi-Square(1)		0.9053
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	117049.6	79515.16	1.472041	0.1690
RESID^2(-1)	0.083435	0.761877	0.109512	0.9148

Öngörü Tahminin Sonuçları

Dependent Variable: AGRICULTURAL_PRODUCTS Method: ARMA Maximum Likelihood (OPG - BHHH)				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(1)	0.990941	0.018951	52.28904	0.0000
SIGMASQ	112344.3	36093.87	3.112559	0.0082

ii. İmalat İhracatın Test Sonuçları

İmalat Ürünlerin İhracatı



Korelogram Test Sonuçları

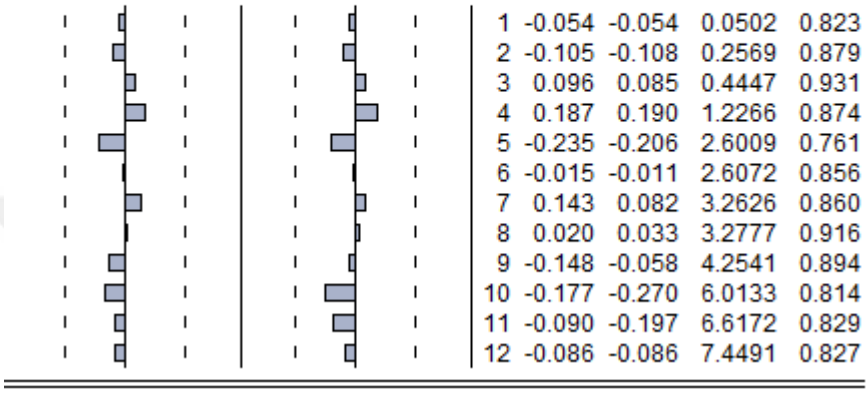
Düzeyde Tarım İhracatın Korelogramı

Date: 09/18/16 Time: 14:56
Sample: 2000 2014
Included observations: 15

Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	0.723	0.723	9.5115	0.002
		2	0.517	-0.011	14.751	0.001
		3	0.400	0.064	18.156	0.000
		4	0.231	-0.164	19.394	0.001
		5	0.017	-0.225	19.401	0.002
		6	-0.102	-0.033	19.697	0.003
		7	-0.220	-0.139	21.233	0.003
		8	-0.355	-0.158	25.822	0.001
		9	-0.387	0.009	32.180	0.000
		10	-0.389	-0.071	39.899	0.000
		11	-0.309	0.147	45.993	0.000
		12	-0.262	-0.083	51.832	0.000

Birinci Farkında Tarım İhracatın Korelogramı

Date: 09/18/16 Time: 14:58
Sample: 2000 2014
Included observations: 14



Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	-0.054	-0.054	0.0502	0.823
		2	-0.105	-0.108	0.2569	0.879
		3	0.096	0.085	0.4447	0.931
		4	0.187	0.190	1.2266	0.874
		5	-0.235	-0.206	2.6009	0.761
		6	-0.015	-0.011	2.6072	0.856
		7	0.143	0.082	3.2626	0.860
		8	0.020	0.033	3.2777	0.916
		9	-0.148	-0.058	4.2541	0.894
		10	-0.177	-0.270	6.0133	0.814
		11	-0.090	-0.197	6.6172	0.829
		12	-0.086	-0.086	7.4491	0.827

ARMA Modelin Tahmin Sonuçları

Dependent Variable: DMANUFACTURES Method: ARMA Maximum Likelihood (OPG - BHHH)				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(1)	0.978843	0.042707	22.92001	0.0000
SIGMASQ	2136.607	761.0403	2.807482	0.0158

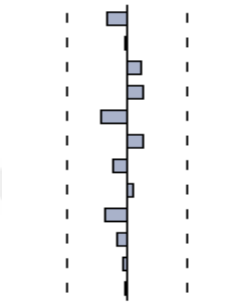
ARMA Structure Sonuçları

Inverse Roots of AR/MA Polynomial(s) Specification: DMANUFACTURES AR(1)		
AR Root(s)	Modulus	Cycle
0.978843	0.978843	
No root lies outside the unit circle. ARMA model is stationary.		

Residlerin Korelogram Sonuçları

Correlogram of Residuals

Date: 09/19/16 Time: 00:30
Sample: 2000 2014
Included observations: 14
Q-statistic probabilities adjusted for 1 ARMA term



Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	-0.182	-0.182	0.5733	
		2	-0.016	-0.051	0.5779	0.447
		3	0.129	0.121	0.9152	0.633
		4	0.147	0.202	1.3983	0.706
		5	-0.239	-0.182	2.8181	0.589
		6	0.135	0.047	3.3251	0.650
		7	-0.133	-0.168	3.8897	0.692
		8	0.055	0.051	4.0007	0.780
		9	-0.189	-0.159	5.5962	0.692
		10	-0.091	-0.194	6.0608	0.734
		11	-0.047	-0.046	6.2237	0.796
		12	-0.024	-0.087	6.2862	0.854

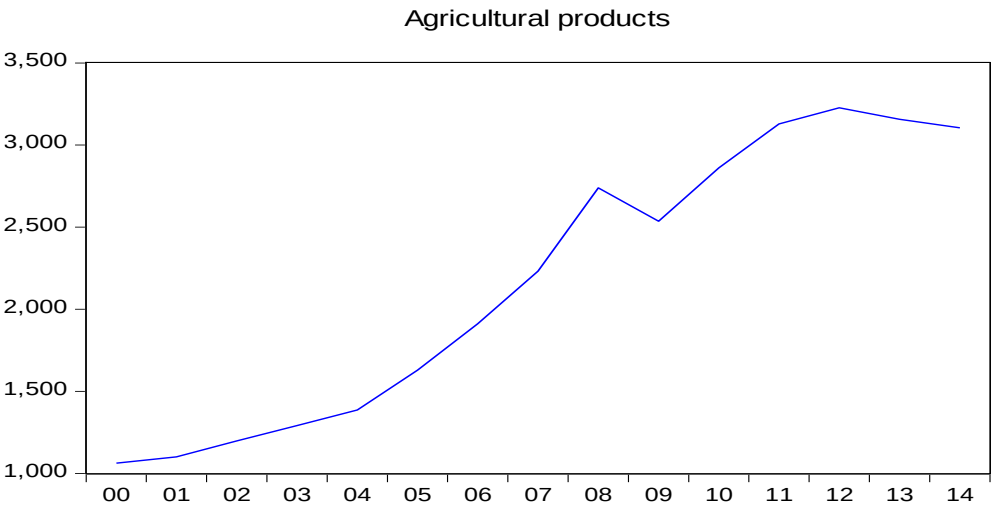
Değişen Varyans ARCH Sonuçları

Heteroscedasticity Test: ARCH				
F-statistic	0.434270	Prob. F(1,11)		0.5235
Obs*R-squared	0.493736	Prob. Chi-Square(1)		0.4823
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2659.087	1213.612	2.191052	0.0509
RESID^2(-1)	-0.216042	0.327837	-0.658992	0.5235

EK 2. Kenya Test Sonuçları

i. Tarım İhracatı Test Sonuçları

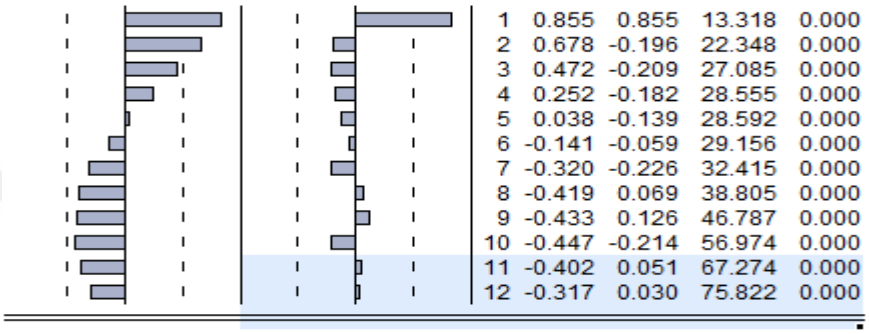
Tarım Ürünlerin İhracatı



Korelogram Test Sonuçları

Düzeyde tarım ihracatın korelogramı

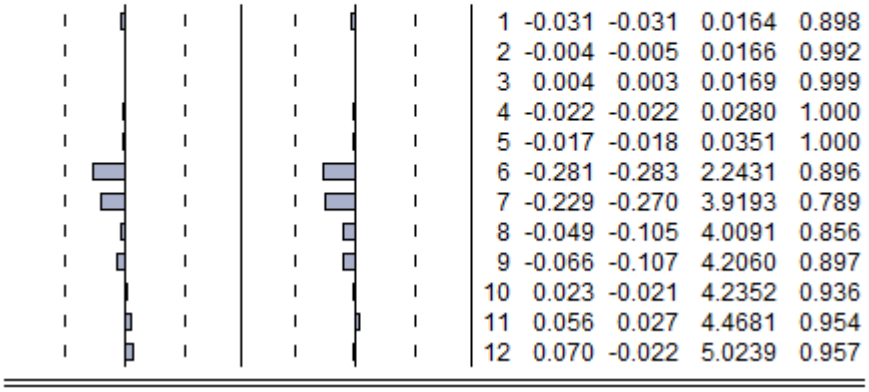
Date: 09/18/16 Time: 18:42
Sample: 2000 2014
Included observations: 15



Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	0.855	0.855	13.318	0.000
		2	0.678	-0.196	22.348	0.000
		3	0.472	-0.209	27.085	0.000
		4	0.252	-0.182	28.555	0.000
		5	0.038	-0.139	28.592	0.000
		6	-0.141	-0.059	29.156	0.000
		7	-0.320	-0.226	32.415	0.000
		8	-0.419	0.069	38.805	0.000
		9	-0.433	0.126	46.787	0.000
		10	-0.447	-0.214	56.974	0.000
		11	-0.402	0.051	67.274	0.000
		12	-0.317	0.030	75.822	0.000

Birinci Farkında Tarım İhracatın Korelogramı

Date: 09/18/16 Time: 18:45
Sample: 2000 2014
Included observations: 14



Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	-0.031	-0.031	0.0164	0.898
		2	-0.004	-0.005	0.0166	0.992
		3	0.004	0.003	0.0169	0.999
		4	-0.022	-0.022	0.0280	1.000
		5	-0.017	-0.018	0.0351	1.000
		6	-0.281	-0.283	2.2431	0.896
		7	-0.229	-0.270	3.9193	0.789
		8	-0.049	-0.105	4.0091	0.856
		9	-0.066	-0.107	4.2060	0.897
		10	0.023	-0.021	4.2352	0.936
		11	0.056	0.027	4.4681	0.954
		12	0.070	-0.022	5.0239	0.957

ARMA Modelin Tahmin Sonuçları

Dependent Variable: AGRICULTURAL_PRODUCTST Method: ARMA Maximum Likelihood (OPG - BHHH)				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(1)	0.994691	0.013494	73.71449	0.0000
SIGMASQ	58390.69	28614.68	2.040585	0.0639

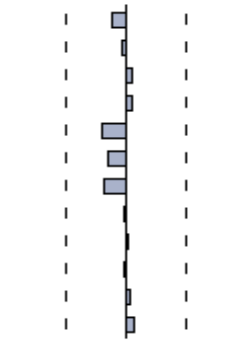
ARMA Structure Sonuçları

Inverse Roots of AR/MA Polynomial(s) Specification: AGRICULTURAL_PRODUCTST AR(1)		
AR Root(s)	Modulus	Cycle
0.994691	0.994691	
No root lies outside the unit circle. ARMA model is stationary.		

Residlerin Korelogram Sonuçları

Correlogram of Residuals

Date: 09/19/16 Time: 00:14
Sample: 2000 2014
Included observations: 14
Q-statistic probabilities adjusted for 1 ARMA term



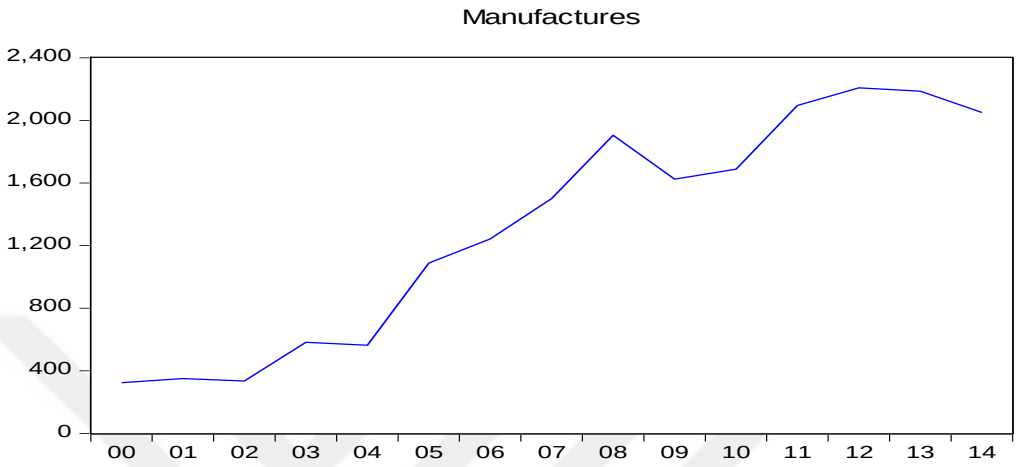
Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	-0.129	-0.129	0.2878	
		2	-0.033	-0.050	0.3077	0.579
		3	0.054	0.044	0.3666	0.833
		4	0.051	0.064	0.4251	0.935
		5	-0.209	-0.195	1.5127	0.824
		6	-0.163	-0.228	2.2604	0.812
		7	-0.191	-0.297	3.4287	0.753
		8	-0.024	-0.133	3.4493	0.841
		9	0.024	0.011	3.4751	0.901
		10	-0.014	-0.014	3.4860	0.942
		11	0.032	-0.042	3.5648	0.965
		12	0.071	-0.104	4.1354	0.966

Değişen Varyans ARCH Sonuçları

Heteroskedasticity Test: ARCH				
F-statistic	0.892782	Prob. F(1,11)		0.3650
Obs*R-squared	0.975900	Prob. Chi-Square(1)		0.3232
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	44663.91	27767.80	1.608479	0.1360
RESID^2(-1)	0.276055	0.292161	0.944872	0.3650

ii. İmalat İhracatın Test Sonuçları

İmalat Ürünlerin İhracatı



Korelogram Test Sonuçları

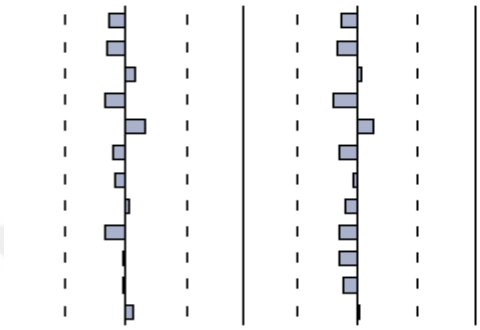
Düzeyde Tarım İhracatın Korelogramı

Date: 09/18/16 Time: 19:08
Sample: 2000 2014
Included observations: 15

Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	0.837	0.837	12.765	0.000
		2	0.644	-0.189	20.909	0.000
		3	0.426	-0.197	24.769	0.000
		4	0.214	-0.123	25.829	0.000
		5	0.029	-0.074	25.850	0.000
		6	-0.114	-0.041	26.219	0.000
		7	-0.278	-0.276	28.684	0.000
		8	-0.373	0.029	33.748	0.000
		9	-0.395	0.082	40.385	0.000
		10	-0.433	-0.261	49.965	0.000
		11	-0.412	0.041	60.762	0.000
		12	-0.333	0.112	70.160	0.000

Birinci Farkında Tarım İhracatın Korelogramı

Date: 09/18/16 Time: 19:10
Sample: 2000 2014
Included observations: 14



	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1	-0.144	-0.144	0.3557	0.551
2	-0.163	-0.187	0.8511	0.653
3	0.083	0.030	0.9913	0.803
4	-0.184	-0.207	1.7497	0.782
5	0.178	0.152	2.5421	0.770
6	-0.110	-0.157	2.8829	0.823
7	-0.095	-0.045	3.1693	0.869
8	0.027	-0.112	3.1975	0.921
9	-0.180	-0.166	4.6423	0.864
10	-0.011	-0.166	4.6494	0.913
11	-0.017	-0.128	4.6707	0.946
12	0.076	0.019	5.3199	0.946

Arma Modelin Tahmin Sonuçları

Dependent Variable: MANUFACTUREST Method: ARMA Maximum Likelihood (OPG - BHHH)				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(1)	0.978843	0.042707	22.92001	0.0000
SIGMASQ	2136.607	761.0403	2.807482	0.0158

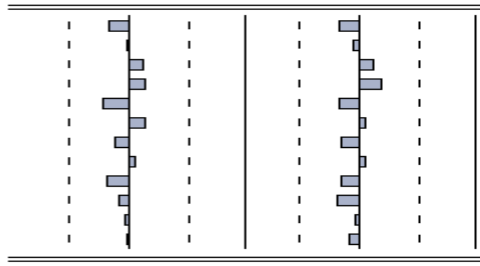
ARMA Structure Sonuçları

Inverse Roots of AR/MA Polynomial(s) Specification: MANUFACTUREST AR(1)		
AR Root(s)	Modulus	Cycle
0.978843	0.978843	
No root lies outside the unit circle. ARMA model is stationary.		

Residlerin Korelogram Sonuçları

Correlogram of Residuals

Date: 09/19/16 Time: 00:11
Sample: 2000 2014
Included observations: 14
Q-statistic probabilities adjusted for 1 ARMA term



	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1	-0.182	-0.182	0.5733	
2	-0.016	-0.051	0.5779	0.447
3	0.129	0.121	0.9152	0.633
4	0.147	0.202	1.3983	0.706
5	-0.239	-0.182	2.8181	0.589
6	0.135	0.047	3.3251	0.650
7	-0.133	-0.168	3.8897	0.692
8	0.055	0.051	4.0007	0.780
9	-0.189	-0.159	5.5962	0.692
10	-0.091	-0.194	6.0608	0.734
11	-0.047	-0.046	6.2237	0.796
12	-0.024	-0.087	6.2862	0.854

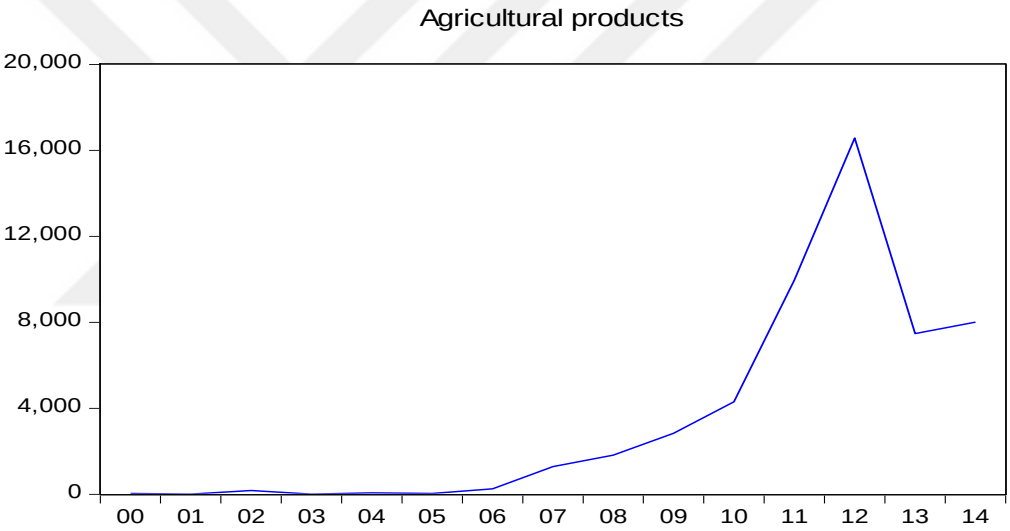
Değişen Varyans ARCH Sonuçları

Heteroskedasticity Test: ARCH				
F-statistic	0.434270	Prob. F(1,11)		0.5235
Obs*R-squared	0.493736	Prob. Chi-Square(1)		0.4823
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2659.087	1213.612	2.191052	0.0509
RESID^2(-1)	-0.216042	0.327837	-0.658992	0.5235

EK 3. Nijerya Test Sonuçları

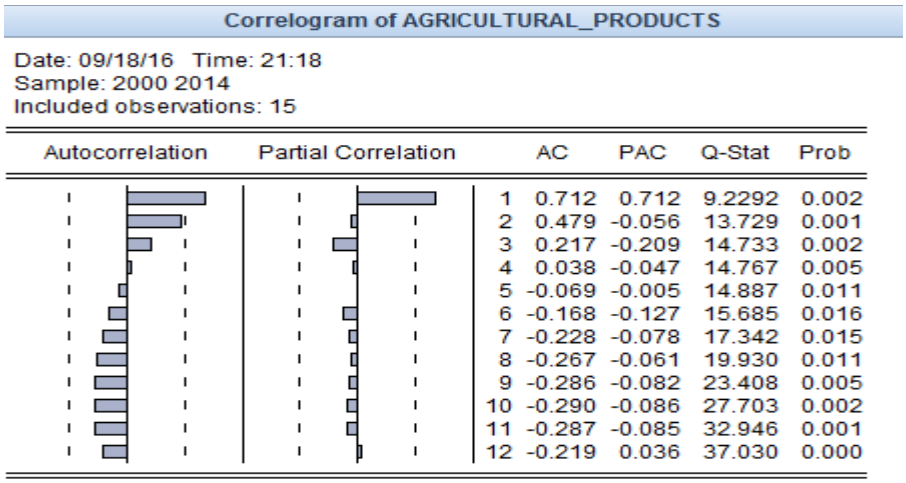
i. Tarım İhracatı Test Sonuçları

Tarım Ürünlerin İhracatı



Korelogram Test Sonuçları

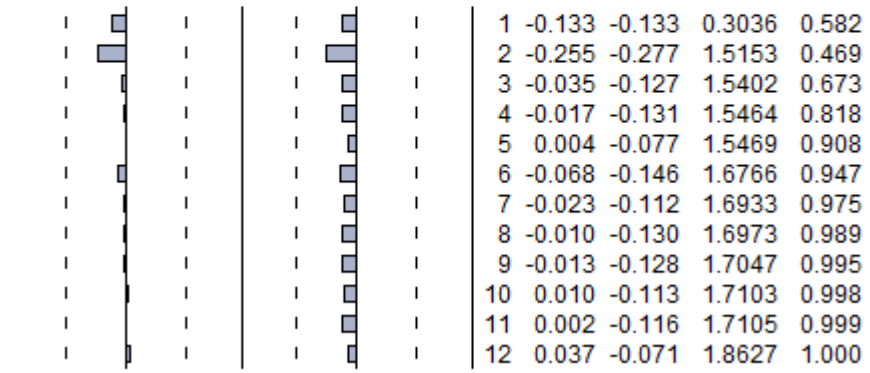
Düzeyde Tarım Ihracatın Korelogramı



Birinci Farkında Tarım İhracatın Korelogramı

Correlogram of D(AGRICULTURAL_PRODUCTS)

Date: 09/18/16 Time: 21:20
Sample: 2000 2014
Included observations: 14



Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	-0.133	-0.133	0.3036	0.582
		2	-0.255	-0.277	1.5153	0.469
		3	-0.035	-0.127	1.5402	0.673
		4	-0.017	-0.131	1.5464	0.818
		5	0.004	-0.077	1.5469	0.908
		6	-0.068	-0.146	1.6766	0.947
		7	-0.023	-0.112	1.6933	0.975
		8	-0.010	-0.130	1.6973	0.989
		9	-0.013	-0.128	1.7047	0.995
		10	0.010	-0.113	1.7103	0.998
		11	0.002	-0.116	1.7105	0.999
		12	0.037	-0.071	1.8627	1.000

ARMA Modelin Tahmin Sonuçları

Dependent Variable: AGRICULTURAL_PRODUCTS Method: ARMA Maximum Likelihood (OPG - BHHH)				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(1)	0.830616	0.078836	10.53605	0.0000
SIGMASQ	10650710	2953386.	3.606271	0.0032

ARMA Structure Sonuçları

Inverse Roots of AR/MA Polynomial(s) Specification: AGRICULTURAL_PRODUCTS AR(1)		
AR Root(s)	Modulus	Cycle
0.830616	0.830616	
No root lies outside the unit circle. ARMA model is stationary.		

Residlerin Korelogram Sonuçları

Correlogram of Residuals

Date: 09/18/16 Time: 23:58
Sample: 2000 2014
Included observations: 14
Q-statistic probabilities adjusted for 1 ARMA term

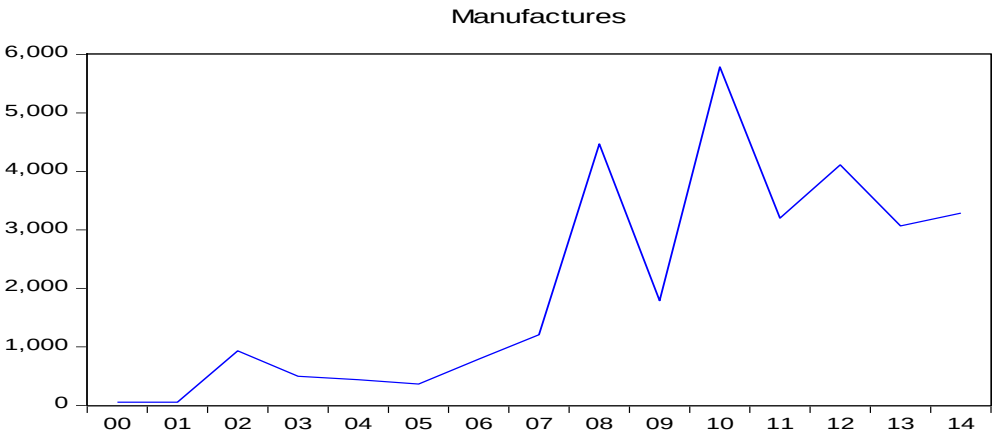
Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	0.005	0.005	0.0005	
		2	-0.165	-0.165	0.5098	0.475
		3	-0.011	-0.009	0.5123	0.774
		4	-0.015	-0.043	0.5170	0.915
		5	-0.010	-0.014	0.5196	0.972
		6	-0.089	-0.101	0.7403	0.981
		7	-0.062	-0.069	0.8651	0.990
		8	-0.052	-0.090	0.9672	0.995
		9	-0.058	-0.090	1.1168	0.997
		10	-0.038	-0.079	1.1966	0.999
		11	-0.054	-0.101	1.4107	0.999
		12	-0.002	-0.054	1.4111	1.000

Değişen Varyans ARCH Sonuçları

Heteroskedasticity Test: ARCH				
F-statistic	8.787884	Prob. F(1,12)		0.0118
Obs*R-squared	5.918369	Prob. Chi-Square(1)		0.0150
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4178676.	5211562.	0.801809	0.4383
RESID^2(-1)	0.646913	0.218224	2.964437	0.0118

ii. İmalat İhracatın Test Sonuçları

İmalat Ürünlerin İhracatı

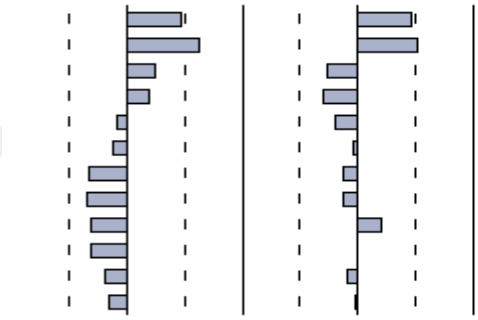


Korelogram Test Sonuçları

Düzeyde Tarım İhracatın Korelogramı

Correlogram of MANUFACTURES

Date: 09/18/16 Time: 21:53
Sample: 2000 2014
Included observations: 15

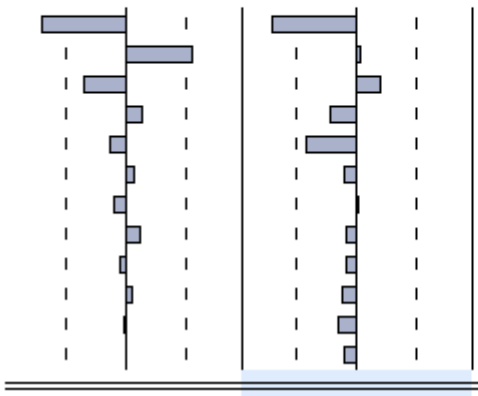


Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	0.480	0.480	4.2012	0.040
		2	0.646	0.540	12.382	0.002
		3	0.255	-0.269	13.767	0.003
		4	0.201	-0.297	14.702	0.005
		5	-0.083	-0.202	14.880	0.011
		6	-0.138	-0.037	15.419	0.017
		7	-0.346	-0.128	19.228	0.008
		8	-0.356	-0.117	23.839	0.002
		9	-0.321	0.220	28.209	0.001
		10	-0.329	-0.006	33.727	0.000
		11	-0.201	-0.087	36.300	0.000
		12	-0.160	-0.024	38.463	0.000

Birinci Farkında Tarım Ihracatın Korelogramı

Correlogram of D(MANUFACTURES)

Date: 09/18/16 Time: 21:54
Sample: 2000 2014
Included observations: 14

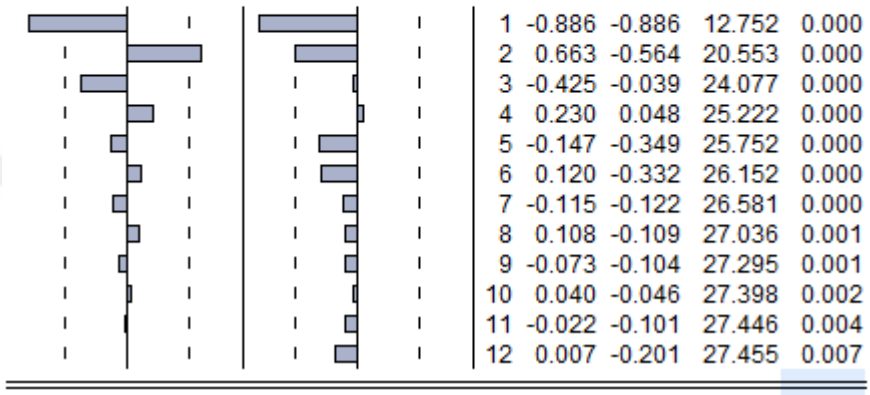


Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	-0.765	-0.765	10.082	0.001
		2	0.601	0.038	16.825	0.000
		3	-0.381	0.219	19.776	0.000
		4	0.140	-0.243	20.213	0.000
		5	-0.151	-0.455	20.779	0.001
		6	0.081	-0.112	20.962	0.002
		7	-0.110	0.024	21.349	0.003
		8	0.120	-0.087	21.888	0.005
		9	-0.064	-0.095	22.073	0.009
		10	0.045	-0.118	22.187	0.014
		11	-0.023	-0.171	22.226	0.023
		12	0.007	-0.099	22.230	0.035

İkinci Farkında Tarım İhracatın Korelogramı

Correlogram of D(MANUFACTURES,2)

Date: 09/18/16 Time: 21:56
Sample: 2000 2014
Included observations: 13

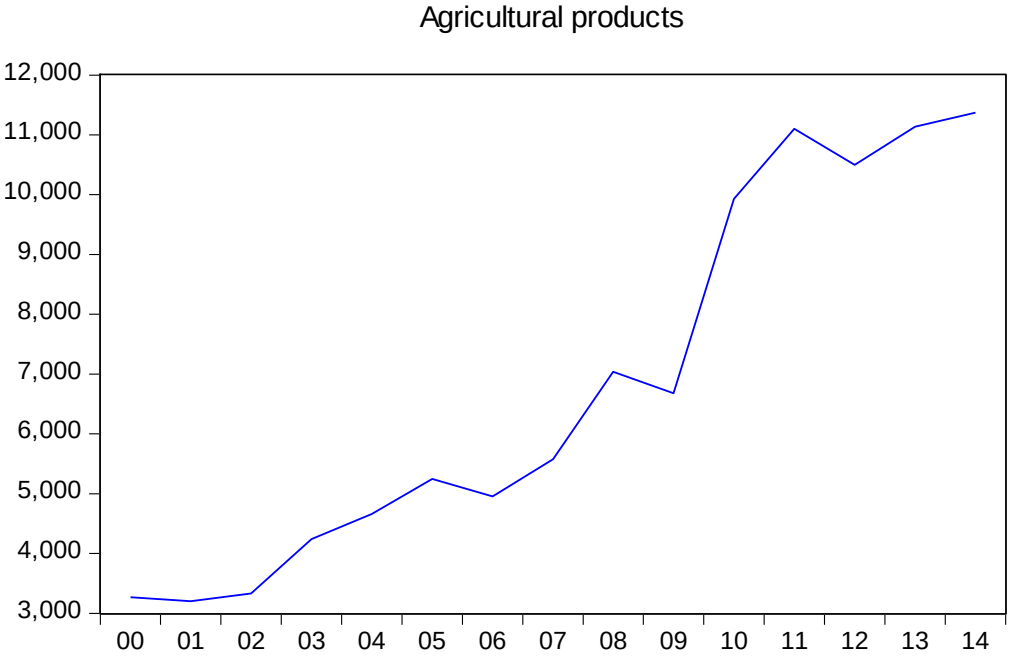


Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	-0.886	-0.886	12.752	0.000
		2	0.663	-0.564	20.553	0.000
		3	-0.425	-0.039	24.077	0.000
		4	0.230	0.048	25.222	0.000
		5	-0.147	-0.349	25.752	0.000
		6	0.120	-0.332	26.152	0.000
		7	-0.115	-0.122	26.581	0.000
		8	0.108	-0.109	27.036	0.001
		9	-0.073	-0.104	27.295	0.001
		10	0.040	-0.046	27.398	0.002
		11	-0.022	-0.101	27.446	0.004
		12	0.007	-0.201	27.455	0.007

EK 4. Güney Afrika Test Sonuçları

i. Tarım İhracatın Test Sonuçları

Tarım Ürünlerin İhracatı

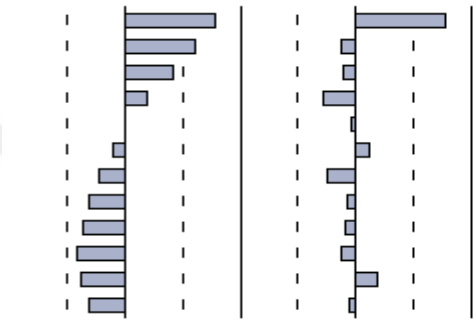


Korelogram Test Sonuçları

Düzeyde Tarım İhracatın Korelogramı

Correlogram of AGRICULTURAL_PRODUCTS

Date: 09/18/16 Time: 22:56
Sample: 2000 2014
Included observations: 15

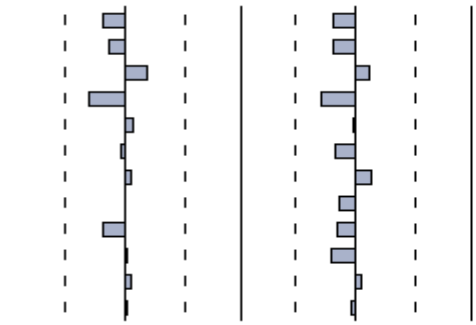


	Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1			0.818	0.818	12.177	0.000
2			0.623	-0.136	19.799	0.000
3			0.431	-0.113	23.746	0.000
4			0.189	-0.289	24.575	0.000
5			-0.006	-0.043	24.576	0.000
6			-0.102	0.126	24.868	0.000
7			-0.237	-0.258	26.662	0.000
8			-0.330	-0.075	30.622	0.000
9			-0.375	-0.091	36.607	0.000
10			-0.438	-0.139	46.400	0.000
11			-0.402	0.193	56.689	0.000
12			-0.324	-0.065	65.594	0.000

Birinci Farkında Tarım Ihracatın Korelogramı

Correlogram of D(AGRICULTURAL_PRODUCTS)

Date: 09/18/16 Time: 22:57
Sample: 2000 2014
Included observations: 14



	Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1			-0.201	-0.201	0.6989	0.403
2			-0.141	-0.190	1.0721	0.585
3			0.190	0.128	1.8085	0.613
4			-0.333	-0.317	4.2924	0.368
5			0.067	-0.009	4.4027	0.493
6			-0.034	-0.183	4.4356	0.618
7			0.046	0.134	4.5046	0.720
8			0.007	-0.154	4.5062	0.809
9			-0.197	-0.164	6.2460	0.715
10			0.018	-0.211	6.2643	0.793
11			0.051	0.045	6.4621	0.841
12			0.009	-0.040	6.4721	0.890

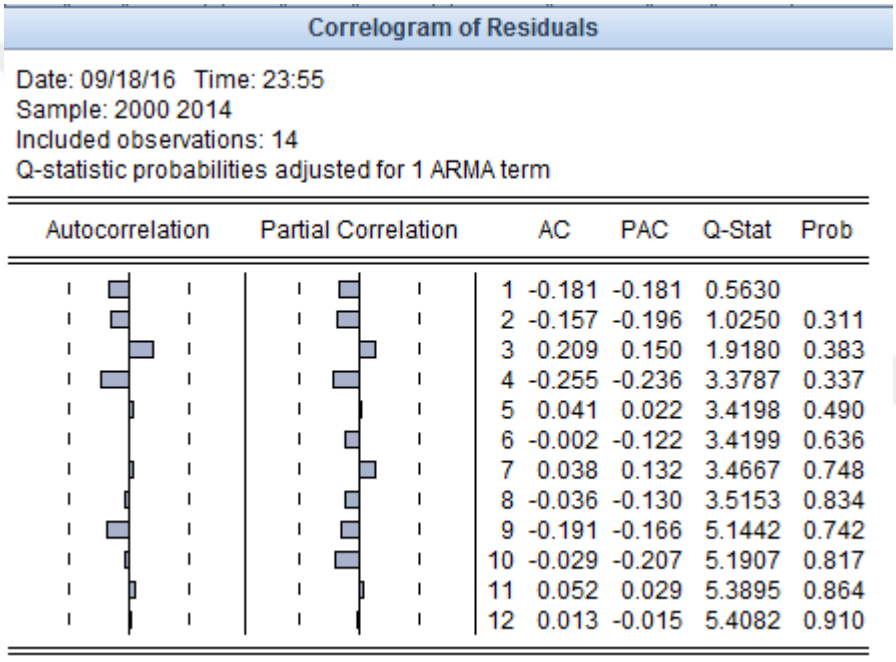
ARMA Modelin Tahmin Sonuçları

Dependent Variable: DAGRICULTURAL_PRODUCTS Method: ARMA Maximum Likelihood (OPG - BHHH)				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(1)	0.990071	0.023405	42.30217	0.0000
SIGMASQ	1289557.	357291.7	3.609256	0.0036

ARMA Structure Sonuçları

Inverse Roots of AR/MA Polynomial(s) Specification: DAGRICULTURAL_PRODUCTS AR(1)		
AR Root(s)	Modulus	Cycle
0.990071	0.990071	
No root lies outside the unit circle. ARMA model is stationary.		

Residlerin Korelogram Sonuçları

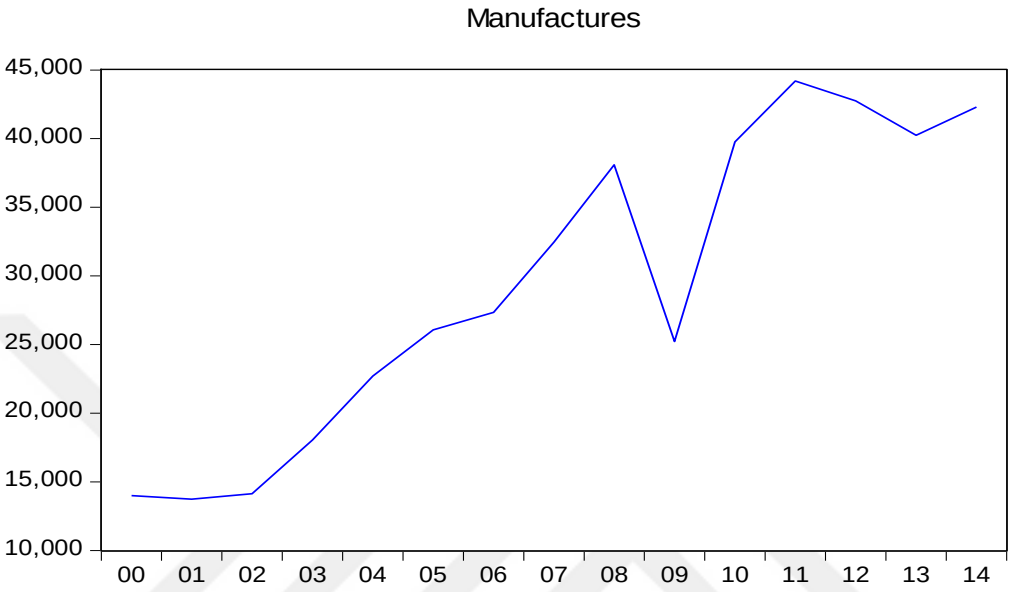


Değişen Varyans ARCH Sonuçları

Heteroskedasticity Test: ARCH				
F-statistic	0.010410	Prob. F(1,11)		0.9206
Obs*R-squared	0.012291	Prob. Chi-Square(1)		0.9117
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1413770.	952258.0	1.484650	0.1657
RESID^2(-1)	-0.030652	0.300432	-0.102028	0.9206

ii. İmalat İhracatın Test Sonuçları

İmalat Ürünlerin İhracatı



Korelogram Test Sonuçları

Düzeyde Tarım İhracatın Korelogramı

Correlogram of MANUFACTURES

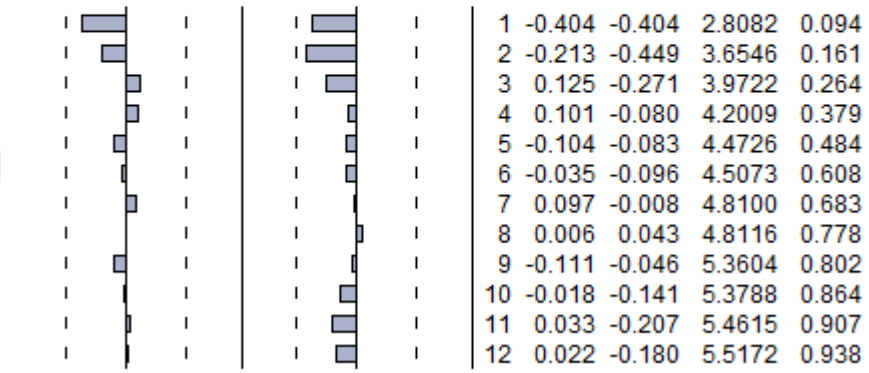
Date: 09/18/16 Time: 23:04
Sample: 2000 2014
Included observations: 15

Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	0.743	0.743	10.066	0.002
		2	0.571	0.040	16.456	0.000
		3	0.402	-0.080	19.882	0.000
		4	0.187	-0.218	20.693	0.000
		5	-0.010	-0.165	20.695	0.001
		6	-0.057	0.165	20.788	0.002
		7	-0.202	-0.232	22.095	0.002
		8	-0.304	-0.128	25.471	0.001
		9	-0.329	-0.020	30.074	0.000
		10	-0.448	-0.305	40.316	0.000
		11	-0.417	0.207	51.402	0.000
		12	-0.319	0.031	60.030	0.000

Birinci Farkında Tarım Ihracatın Korelogramı

Correlogram of D(MANUFACTURES)

Date: 09/18/16 Time: 23:05
Sample: 2000 2014
Included observations: 14



Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	-0.404	-0.404	2.8082	0.094
		2	-0.213	-0.449	3.6546	0.161
		3	0.125	-0.271	3.9722	0.264
		4	0.101	-0.080	4.2009	0.379
		5	-0.104	-0.083	4.4726	0.484
		6	-0.035	-0.096	4.5073	0.608
		7	0.097	-0.008	4.8100	0.683
		8	0.006	0.043	4.8116	0.778
		9	-0.111	-0.046	5.3604	0.802
		10	-0.018	-0.141	5.3788	0.864
		11	0.033	-0.207	5.4615	0.907
		12	0.022	-0.180	5.5172	0.938

ARMA Modelin Tahmin Sonuçları

Dependent Variable: DMANUFACTURES Method: ARMA Maximum Likelihood (OPG - BHHH)				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(1)	0.978334	0.039922	24.50629	0.0000
SIGMASQ	39104846	13038962	2.999077	0.0111

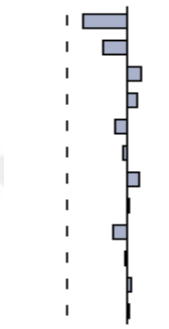
ARMA Structure Sonuçları

Inverse Roots of AR/MA Polynomial(s) Specification: DMANUFACTURES AR(1)		
AR Root(s)	Modulus	Cycle
0.978334	0.978334	
No root lies outside the unit circle. ARMA model is stationary.		

Residlerin Korelogram Sonuçları

Correlogram of Residuals

Date: 09/18/16 Time: 23:49
Sample: 2000 2014
Included observations: 14
Q-statistic probabilities adjusted for 1 ARMA term



	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1	-0.408	-0.408	2.8634	
2	-0.216	-0.458	3.7313	0.053
3	0.125	-0.288	4.0487	0.132
4	0.096	-0.110	4.2550	0.235
5	-0.100	-0.109	4.5063	0.342
6	-0.035	-0.122	4.5410	0.474
7	0.101	-0.023	4.8670	0.561
8	0.014	0.055	4.8746	0.675
9	-0.126	-0.044	5.5803	0.694
10	-0.009	-0.134	5.5852	0.781
11	0.038	-0.211	5.6920	0.840
12	0.022	-0.191	5.7484	0.890

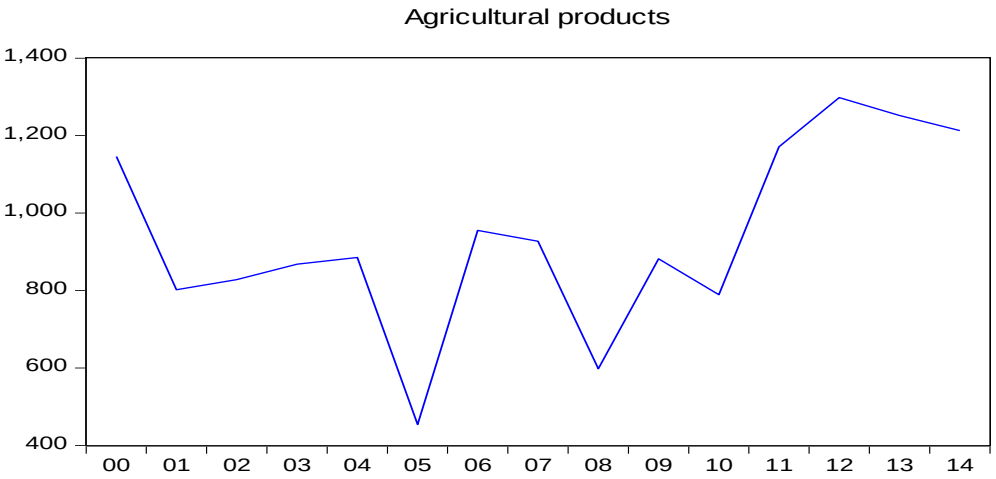
Değişen Varyans ARCH Sonuçları

Heteroskedasticity Test: ARCH				
F-statistic	2.858780	Prob. F(1,11)		0.1190
Obs*R-squared	2.681632	Prob. Chi-Square(1)		0.1015
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	22351979	20874599	1.070774	0.3072
RESID^2(-1)	0.455951	0.269667	1.690793	0.1190

EK 5. Zimbabve Test Sonuçları

i. Tarım İhracatın Test Sonuçları

Tarım Ürünlerin İhracatı

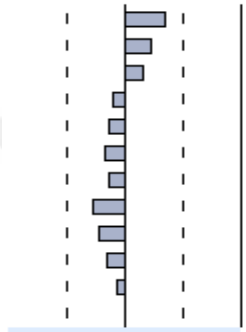


Korelogram Test Sonuçları

Düzeyde Tarım İhracatın Korelogramı

Correlogram of AGRICULTURAL_PRODUCTS

Date: 09/18/16 Time: 23:16
Sample: 2000 2014
Included observations: 15



Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	0.362	0.362	2.3836	0.123
		2	0.223	0.106	3.3574	0.187
		3	0.157	0.055	3.8838	0.274
		4	-0.107	-0.229	4.1501	0.386
		5	-0.154	-0.099	4.7511	0.447
		6	-0.183	-0.081	5.7026	0.457
		7	-0.152	0.013	6.4368	0.490
		8	-0.281	-0.234	9.3210	0.316
		9	-0.235	-0.102	11.676	0.232
		10	-0.170	-0.065	13.152	0.215
		11	-0.066	0.084	13.434	0.266
		12	0.003	-0.025	13.434	0.338

ARMA Modelin Tahmin Sonuçları

Dependent Variable: AGRICULTURAL_PRODUCTS
Method: ARMA Maximum Likelihood (OPG - BHHH)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(1)	0.973756	0.086360	11.27551	0.0000
SIGMASQ	65220.37	28259.58	2.307903	0.0381

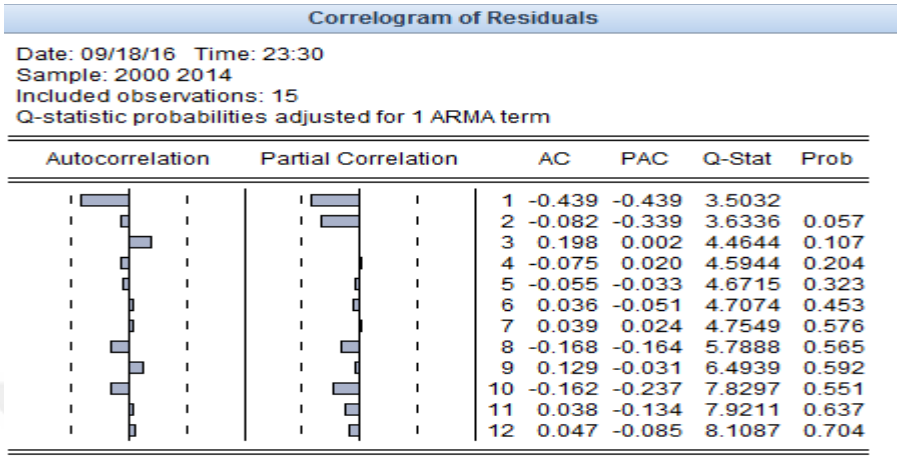
ARMA Structure Sonuçları

Inverse Roots of AR/MA Polynomial(s)
Specification: AGRICULTURAL_PRODUCTS AR(1)

AR Root(s)	Modulus	Cycle
0.973756	0.973756	

No root lies outside the unit circle.
ARMA model is stationary.

Residlerin Korelogram Sonuçları

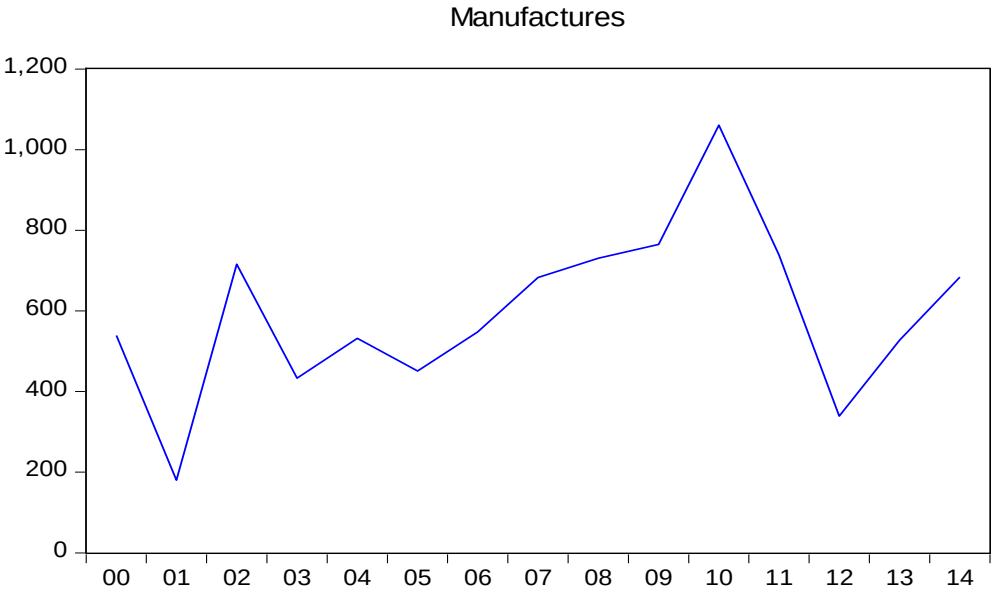


Değişen Varyans ARCH Sonuçları

Heteroskedasticity Test: ARCH				
F-statistic	0.001365	Prob. F(1,12)		0.9711
Obs*R-squared	0.001592	Prob. Chi-Square(1)		0.9682
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	64255.37	31145.30	2.063084	0.0614
RESID^2(-1)	0.010940	0.296144	0.036943	0.9711

ii. İmalat İhracatın Test Sonuçları

İmalat Ürünlerin İhracatı

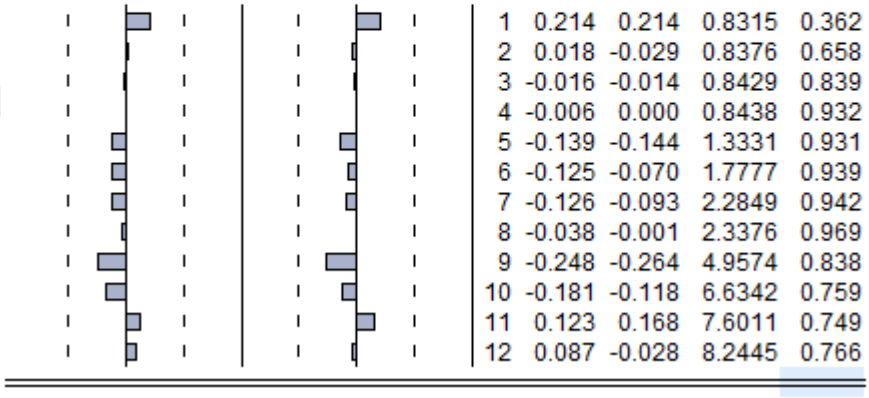


Korelogram Test Sonuçları

Düzeyde Tarım Ihracatın Korelogramı

Correlogram of MANUFACTURES

Date: 09/18/16 Time: 23:22
Sample: 2000 2014
Included observations: 15



Autocorrelation	Partial Correlation		AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1	0.214	0.214	0.8315	0.362
		2	0.018	-0.029	0.8376	0.658
		3	-0.016	-0.014	0.8429	0.839
		4	-0.006	0.000	0.8438	0.932
		5	-0.139	-0.144	1.3331	0.931
		6	-0.125	-0.070	1.7777	0.939
		7	-0.126	-0.093	2.2849	0.942
		8	-0.038	-0.001	2.3376	0.969
		9	-0.248	-0.264	4.9574	0.838
		10	-0.181	-0.118	6.6342	0.759
		11	0.123	0.168	7.6011	0.749
		12	0.087	-0.028	8.2445	0.766

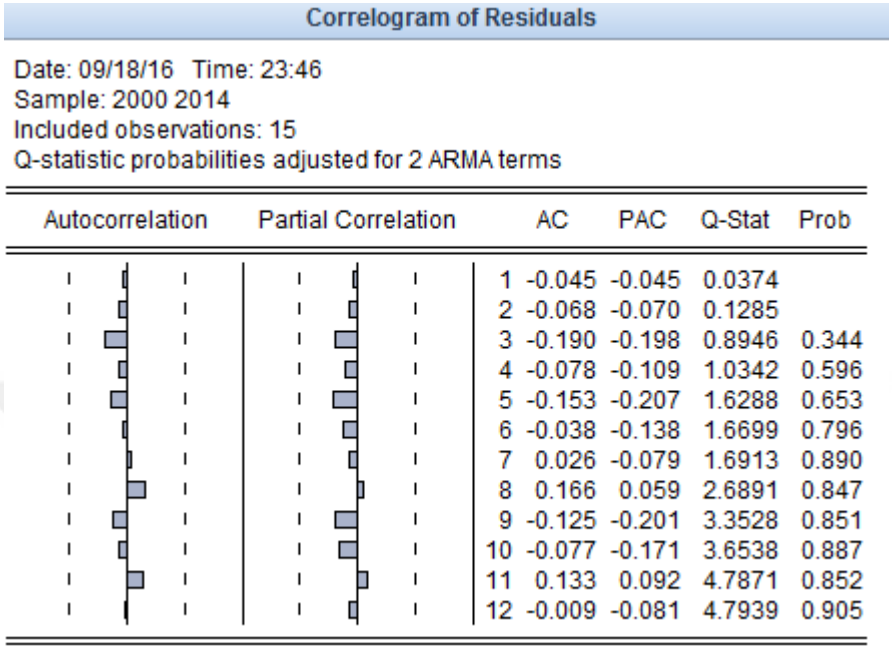
ARMA Modelin Tahmin Sonuçları

Dependent Variable: MANUFACTURES Method: ARMA Maximum Likelihood (OPG - BHHH)				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(1)	0.992104	0.034816	28.49537	0.0000
MA(1)	-0.676408	0.281923	-2.399261	0.0336
SIGMASQ	47896.00	20412.72	2.346380	0.0370

ARMA Structure Sonuçları

Inverse Roots of AR/MA Polynomial(s) Specification: MANUFACTURES AR(1) MA(1)		
AR Root(s)	Modulus	Cycle
0.992104	0.992104	
No root lies outside the unit circle. ARMA model is stationary.		
MA Root(s)	Modulus	Cycle
0.676408	0.676408	
No root lies outside the unit circle. ARMA model is invertible.		

Residlerin Korelogram Sonuçları



Değişen Varyans ARCH Sonuçları

Heteroskedasticity Test: ARCH				
F-statistic	0.866969	Prob. F(1,12)		0.3702
Obs*R-squared	0.943312	Prob. Chi-Square(1)		0.3314
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	61814.87	22291.66	2.773005	0.0169
RESID^2(-1)	-0.263298	0.282778	-0.931112	0.3702

ÖZGEÇMİŞ

Miftah Ali Mohammed, 1992 yılında Etiyopya'nın Kombolcha şehrinde doğdu. İlk ve orta öğrenimini aynı bölgede tamamladı. Lise eğitimini Memhir Akalewold Lisesi'nden 2010 yılında tamamladı. Aynı yıl Addis Ababa Üniversitesi İşletme ve İktisat Fakültesinde İktisat bölümünü kazandı. 2013 yılında Onur derecesi ile bölümü bitirdi. Aynı yıl Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı tarafından verilen Türkiye Bursları ile Kocaeli Üniversitesi İktisat Bölümü İktisadi Gelişme ve Uluslararası İktisat Programını kazandı. Dersleri başarı ile tamamlayan Miftah Ali Mohammed, Afrika ülkeleri ile ilgili çalışmalar yapmaktadır.