**К вопросу о методике анализа торговых отношений Турции и Африки**

***Евграфов Андрей Ильич***

*Студент, 2 курс магистратуры, м.н.с.*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,*

*Институт стран Азии и Африки, Москва, Россия*

*Факультет мировой экономики и мировой политики НИУ ВШЭ*

*Научно-учебная лаборатория исследований современного Ирана*

*E–mail: evgraf200011@gmail.com*

С 1980-х гг. Турция реализует стратегию диверсификации экспортных потоков. При этом данный процесс характеризуется не только изменением структуры товарооборота Турции, но и расширением географических партнеров. Постепенно, в особенности это стало наблюдаться в период правления Партии справедливости и развития (ПСР), в орбиту внешнеэкономических интересов Турции стали входить регионы, ранее не вызывавшие значительного интереса со стороны Турецкой Республики. В частности, наиболее ярким представителем данного процесса является Африканский континент.

Данные события поднимают ряд вопросов о методологии анализа новых тенденций во внешней торговле Турции. Существует ряд оснований полагать, что абсолютные значения экспорта и импорта не позволяют достаточно точно охарактеризовать структуру торговли. Так, например остается актуальным вопрос о распространенности той или иной товарной группы в двусторонних торговых потоках.

В качестве возможного решения данной проблемы может быть использована концепция «трендовых товарных групп», разработанная автором на основе анализа турецко-африканского товарооборота.

«Трендовая группа/товар» – это категория (3 знака по Международной Стандартной торговой классификации (Standard International Trade Classification (SITC Rev. 3)) которая занимает больше 5% в течение минимум пяти лет подряд или с перерывами не более чем в один год в торговых потоках между двумя государствами. Применительно к турецко-африканскому товарообороту данный метод был применен на данных двух временных периодов (1990–2002 гг.) и (2003–2022 гг.). Данное разделение было произведено на основании того, что 2001 г. является последним годом, когда импорт Турецкой Республики из Африканского континента превышал ее экспорт туда. Из этого следует, что в 2000-е гг. начали происходить существенные изменения в рамках структуры двустороннего товарооборота. Необходимо сказать, что у использованных товарных групп нет жесткой привязки к годам. В список «До 2002 г.» попадали в равной степени как товары, торгуемые с 1990 по 1995, так и с 1995 по 2002. Для группы «После 2002 г.» применялся такой же механизм, в одном списке присутствуют товары, торгуемые как, например, с 2002 по 2007, так и 2015 по 2023. То есть, даже если товар не присутствует в торговой статистике за 2022 г., хотя присутствовал в ней в начале 2000-х г., он все равно зачисляется в таблицу «После 2002». Таким образом «трендовые группы» являются не столько инструментом измерения доходности той или иной товарной группы, сколько демонстрируют популярность и распространенность товарной группы на континенте.

Благодаря этим данным становится возможным понять, какие товары преобладали в торговле до 2002 г., и какие товары стали преобладать впоследствии. Также, это позволяет примерно установить к воспроизводству какой товарной структуры в отношениях с африканскими государствами стремилась Турция по мере охвата торговыми отношениями новых государств континента (в большей степени стран Тропической Африки).

Таким образом, в той или иной стране «трендовыми» становилось несколько товаров Некоторые товары становились трендовыми в ряде государств. Ключевой вывод заключается в том, что c течением времени («После 2002 г.») основными «трендовыми» экспортными товарными группами по числу стран-потребителей становились группы 676 (38 стран), 048 (29 стран), 098 (23 стран), 046 (21 страна), 661 (16 стран). Однако, несмотря на высокий уровень популярности, некоторые «трендовые группы» не обеспечивают высоких значений экспорта в абсолютном выражении. Например, товарная категория 098.

В качестве основных вывозных «трендовых» товарных групп такими стали группы 222 (18 стран), 247 (8 стран), 263 (7 стран), 971 (7 стран). Тем не менее, так же, как и в экспортных потоках несмотря на их устойчивую позицию в турецком импорте из Африки по популярности, в абсолютных значениях доля «трендовых» товарных групп за редким исключением весьма несущественна. Доминирующие позиции там в основном занимают продукты минерального происхождения или продукция нефтехимической отрасли.

676 - Пруток, катанка, ушки, профили и сортовой прокат из черных металлов (включая сварочное железо);

48 – Продукты из зерновых и продукты из муки или крахмала, фруктового или овощного;

46 - Мука грубого и тонкого помола, пшеничная и суржиковая;

98 – Пищевые продукты и препараты, не включенные в другие категории;

661 – Известь, цемент и обработанные строительные материалы (кроме материалов из стекла и глины);

222 – Масличные семена и масличные плоды, пригодные для получения «мягких» растительных масел (исключая муку тонкого и грубого помола);

247 – Древесина нетесаная (очищенная или не очищенная от коры и заболони) или грубо тесанная;

263 – Хлопок;

971 – Золото, немонетарное (кроме золотых руд и концентратов).

Полученные результаты позволяют сформулировать несколько выводов. Можно предположить, что экспорт Турции в Африку существует как бы в двух измерениях: доходности для Турции и популяризации турецкой продукции на африканском континенте (что не исключает и зачастую приводит по итогу к первому). Также, становится очевидным что Турция реализует разные стратегии для экспорта и импорта во взаимоотношениях с Африканским континентом. Если в экспортных потоках Турция старается установить устойчивое положение избранного набора товарных групп как в можно большем количестве государств, то в случае импорта Турция старается вести точечный вывоз определенной товарной группы из каждой страны.

**Источники и литература**

1. MFA (Republic of Türkiye Ministry of Foreign Affairs): TÜRKİYE-AFRICA RELATIONS. URL: https://www.mfa.gov.tr/turkiye-africa-relations.en.mfa
2. WITS (World Integrated Trade Solution) World Bank. URL: https://wits.worldbank.org/