

Die identifisering van realistiese bilaterale uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika en China: 'n Besluitondersteuningsmodel

A Opperman



orcid.org/0000-0002-5340-2164

Verhandeling aanvaar ter nakoming van die vereistes vir die graad
Magister Commercii in Internasionale Handel aan die Noordwes-
Universiteit

Studieleier: Prof. W. Viviers
Medestudieleier: Mnr. M. Cameron

Gradeseremonie: Mei 2020

Studentenommer: 31428185

BEDANKINGS

Ek wil graag teenoor ondergenoemde mense en organisasies my opregte dank uitspreek. Sonder hulle ondersteuning voor en tydens my studie sou ek hierdie verhandeling nie kon voltooi nie. Meer nog, ek dank die Here dat Hy al hierdie mense en organisasies op my pad gebring het:

- Prof. Wilma Viviers, vir u onbaatsugtige hulp, aandag en akademiese kennis. Ek was baie opgewonde toe ek verneem dat u my studieleier sou wees, maar ek het aanvanklik nie die omvang van die voorreg besef nie. Elke keer wanneer ek met u in gesprek was, het ek onder die indruk gekom daarvan dat u besig is om al u aandag, kennis en empatie toe te spits op my probleem of navraag. Die gevolg was altyd dat u my geestelik en akademies opgetel het. U leiding en die geleentheid wat ek gehad het om by u te leer, sal altyd vir my kosbaar wees. Ek dank u!
- Mnr. Martin Cameron, vir u hulp met die metodologie van die studie. Die kere wat ek die voorreg gehad het om saam met u in 'n koffiewinkel te sit en by u te leer, was vir my van onskatbare waarde. Dankie dat u bereid was om van u besondere vaardighede met my te deel.
- Die Suid-Afrikaanse Akademie vir Wetenskap en Kuns, vir die beurs wat ek ontvang het. Daarsonder sou ek nie die vermoë gehad het om hierdie navorsing te onderneem nie. Dankie dat julle Afrikaans so bevorder.
- My ouers, Gustav en Ina Opperman, vir julle jarelange belegging in my opvoeding. Dankie vir die voorreg wat ek gehad het om by julle tuisonderrig te ontvang. Julle selfopoffering om in my te belê en die dank wat ek daarvoor het, kan nie hier uitgedruk word nie. Ek kyk steeds op na julle voorbeeld. Ek ken nie iemand wyser as my vader en iemand wat harder kan werk as my moeder nie. Dankie dat julle my gewys het hoe om vir ons Here lief te wees.
- Mandi Opperman, my vrou. Jy en ek weet! Jy is die duidelikste verpersoonliking van sigbare genade in my lewe. Hierdie navorsing is die resultaat van jou handewerk, geduld, versorging, bemoediging, aanmoediging, sweet, liefde en geloof. Mag dit nie leeg na jou toe terugkeer nie!
- Gustav, Benjamin, Magdalena en Idalette, my kinders en bron van vreugde, baie dankie vir julle geduld met my die afgelope paar maande. Nou kan ons gaan kamp!

OPSOMMING

Suid-Afrika en China het 'n unieke handelsverhouding wat reeds oor baie jare gevestig is. China is sedert 2009 Suid-Afrika se grootste handelsvennoot. Een van die redes wat kan verklaar hoekom SA en China sulke goeie handelsvennote geword het die afgelope paar jaar is omdat SA vir jare primer afhanklik was van die uitvoer van kommoditeite terwyl China, op sy beurt tradisioneel 'n groot vraag na kommoditeite gehad het om daarmee 'n vervaardigingsgedrewe ekonomie in stand te hou. China was dus een van Suid-Afrika se grootste kommoditeits-kliente. Verder het China ook toegang gesoek tot afsetpunte vir die produkte wat hy vervaardig het. Afrika, en Suid-Afrika, bied hierdie markte. Meer onlangs, in 2012, het China sy ekonomie begin herstruktureer en daar het 'n klemverskuiwing van vervaardiging na dienslewering gekom. Hierdie herstrukturering gaan ook gepaard met 'n dreigende handelsoorlog tussen China en die Verenigde State van Amerika. Beide Suid-Afrika en China sal dus by meer gediversifiseerde en ontwikkelde handelsbetrekkinge baat vind.

Die doel van hierdie studie is om realistiese bilaterale uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika en China te identifiseer sodat Suid-Afrika en China se nasionale uitvoerbeleide en uitvoerbevorderingsaksies optimaal gefokus kan word. In die literatuur word die noodsaak van deelname aan internasionale handel vir ekonomiese groei uitgelig. Verder word die bilaterale en multilaterale handelsooreenkomste wat Suid-Afrika en China onderteken het, sowel as die onderskeie nasionale beleide van die twee lande wat ten doel het om onderlinge uitvoer te bevorder, ondersoek. Daar word ook getoon dat die identifisering van produkte en markte vir beide Suid-Afrika en China van die grootste uitdagings in die bevordering van handel is.

Om te poog om hierdie uitdagings aan te pak, word die TRADE-DSM®-metode aangewend om om die realistiese bilaterale uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika en China te identifiseer. Die TRADE-DSM® maak van vier filtergroepe gebruik om markte en produkroepe wat optimaal vir mekaar is, te identifiseer. Die eerste filtergroep skakel markte met te hoë politieke en kommersiële risiko uit. In die tweede filter word Suid-Afrika en China se kort- en langtermyninvoergroeikoerse asook die grootte van die onderskeie produkte se invoermarkte in hierdie twee lande in ag geneem. Die marktoeganklikheid binne Suid-Afrika vir Chinese produkte en binne China vir Suid-Afrikaanse produkte word in die derde filtergroep oorweeg. Laastens word die uitvoergeleenthede gekategoriseer. Die DSM identifiseer 444 realistiese geleenthede, teen 'n potensiële waarde van 18,5 miljard USD, vir uitvoer van Suid-Afrika na China. 494 realistiese geleenthede, teen 'n potensiële waarde van 547 miljoen USD, word vir uitvoer van China na Suid-Afrika geïdentifiseer. Daar word aanbeveel dat strategiese uitvoerbevordering gefokus word op die produkte waarvan Suid-Afrika en China onderskeidelik reeds 'n relatiewe groot marktaandeel in mekaar se invoermarkte het.

Sleutelwoorde: DSM, uitvoerbevordering, uitvoergeleenthede, diversifikasie, Suid-Afrika, China

ABSTRACT

South Africa and China have a long-standing, unique trade relationship. Since 2009, China has been South Africa's largest trade partner. South Africa primarily depends on the export of commodities. Traditionally, China's demand for commodities sustained its production-driven economy, but China also wanted a market for the products it produced. Africa, and specifically South Africa, provided these markets. More recently, in 2012, China began restructuring its economy, which brought about a shift in focus from manufacturing to services. At the same time, a trade war between China and the United States of America is looming. Both South Africa and China will therefore benefit from a more diversified and well-developed trade relationship.

The purpose of this study is to identify realistic bilateral export opportunities for South Africa and China so that both South Africa and China can focus their national export policy optimally. In the literature the need for participation in international trade is emphasised. Furthermore, the bilateral and multilateral trade agreements to which South Africa and China are signatories, as well as their national policies aimed at promoting trade between them, are investigated. It is also shown that the biggest challenge in promoting mutual trade is identifying products and markets for both South Africa and China.

In order to address this challenge, the TRADE-DSM® method is used to identify realistic export opportunities for South Africa and China. The TRADE-DSM® uses four filter groups to identify markets and products that match optimally. The first filter group removes markets with high political and commercial risk. In the second filter group, the short- and long-term import growth rates of China and South Africa, as well as the size of their import markets for the products concerned, are evaluated. The accessibility of markets in South Africa for Chinese products and for South African products in China is considered in filter group 3. Finally, the export opportunities are categorised. The DSM identifies 444 realistic opportunities, with a potential value of 18,5 billion USD, for export from South Africa to China, and 494 realistic opportunities, with a potential value of 547 million USD, for export from China to South Africa. It is recommended that strategic export promotion be focused on products for which both South Africa and China already hold a relatively large market share in each other's import market.

Key terms: DSM, export promotion, export opportunities, diversification, South Africa, China

INHOUDSOPGAWE

HOOFSTUK 1: INLEIDING	9
1.1 Agtergrond	9
1.2 Kort oorsig van die handel tussen Suid-Afrika en China se en die noodsaak van uitvoerbevordering	10
1.3 Probleemstelling	12
1.4 Navorsingsdoelwitte	13
1.5 Navorsingsmetode	13
1.6 Hoofstuk-uitleg	15
HOOFSTUK 2: LITERATUURSTUDIE	16
2.1 Inleiding	16
2.2 Die noodsaak van internasionale handel	16
2.3 Suid Afrika teenoor China: Beleid en bilaterale en multilaterale ooreenkomste	20
2.4 Die handelsbetrekkinge tussen Suid Afrika en China: groei en samestelling	23
2.5 China se veranderende ekonomie	26
2.6 Suid-Afrika se afhanklikheid van kommoditeite	32
2.7 Uitdagings vir handel tussen Suid-Afrika en China	34
2.8 Samevatting	36
HOOFSTUK 3: METODOLOGIE	38
3.1 Inleiding	38
3.2 Filters	39
3.3 Filter 1: Identifisering van voorlopige markgeleenthede	40
3.4 Filter 2: Identifisering van moontlike geleenthede	42
3.5 Filter 3: Identifisering van waarskynlike en realistiese uitvoergeleenthede	46
3.6 Filter 4: Finale analise en kategorisering van uitvoergeleenthede	49
3.7 Grafiese voorstelling en oorsig van die DSM-metodologie	53
3.8 Tydgeweege gemiddelde	54
3.9 Berekening van potensiële grootte van die uitvoermark	54
3.10 Uitsluiting van geselekteerde HS6-produkgroepe	54
3.11 Uitvoerbevorderingstrategie deur middel van die DSM	55
3.12 Samevatting	56
HOOFSTUK 4: EMPIRIESE RESULTATE	58
4.1 Inleiding	58
4.2 Suid-Afrika: Realistiese geleenthede vir uitvoer na die wêreld	58
4.3 Suid-Afrika: Realistiese geleenthede vir uitvoer na China	60
4.4 Suid-Afrika: Grafiese voorstelling van filterproses	66
4.5 Suid-Afrika: Uitsluiting van geselekteerde HS6-produkgroepe	67
4.6 Suid-Afrika: Top-30 geleenthede vir uitvoer na China	69
4.7 Suid-Afrika: Strategiese fokus vir die bevordering van uitvoer na China	73
4.8 Suid-Afrika: Sektorale en makrosektorale ontleding van realistiese geleenthede vir uitvoer na China	79
4.9 China: Realistiese geleenthede vir uitvoer na die res van die wêreld	93
4.10 China: Realistiese geleenthede vir uitvoer na Suid-Afrika	95
4.11 China: Grafiese voorstelling van filterproses	100
4.12 China: Top-30 geleenthede vir uitvoer na Suid-Afrika	101
4.13 China: Strategiese fokus vir die bevordering van uitvoer na Suid-Afrika	104
4.14 China: Sektorale en makrosektorale ontleding van realistiese geleenthede vir uitvoer na Suid-Afrika	112
4.15 Bilaterale vergelyking van Suid-Afrika en China se totale uitvoergeleenthede	119
4.16 Samevatting	123

HOOFSTUK 5: OPSOMMING, GEVOLGTREKKINGS EN AANBEVELINGS	125
5.1 Inleiding	125
5.2 Opsomming van die studie	125
5.3 Gevolgtrekkings van die studie	129
5.4 Aanbevelings	132
BRONNELYS	134

LYS VAN TABELLE

Tabel 2-1: China as 'n uitvoerbestemming vir Suid-Afrika (1994-2016)	24
Tabel 3-1: Kategorieë ná toetsing in filter 2	45
Tabel 3-2: Kategorisering van geleenthede in filter 4	51
Tabel 3-3: DSM-uitvoerbevorderingstrategie	55
Tabel 4-1: Top-20 lande volgens aantal realistiese uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika	59
Tabel 4-2: Top-20 lande volgens realistiese uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika	60
Tabel 4-3: Aantal realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China	62
Tabel 4-4: Totale potensiele waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China	63
Tabel 4-5: Aantal realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China ná toepassing van toegevoegde kriteria	64
Tabel 4-6: Totale potensiele waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China ná toepassing van toegevoegde kriteria	65
Tabel 4-7: Uitsluiting van geselekteerde HS6-produkgroepe in realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China	67
Tabel 4-8: Aantal realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China ná toepassing van toegevoegde kriteria en uitsluiting van geselekteerde HS6-produkgroepe	68
Tabel 4-9: Totale potensiele waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China ná toepassing van toegevoegde kriteria en uitsluiting van geselekteerde HS6-produkgroepe	69
Tabel 4-10: Top-30 geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China	70
Tabel 4-11: Strategiese fokus vir die bevordering van uitvoer uit Suid-Afrika na China vir alle RUG	73
Tabel 4-12: Suid-Afrika se ontginde uitvoer van nywerheidsrobote en China se totale invoer	74
Tabel 4-13: Suid-Afrika se ontginde uitvoer van dameshemde en China se totale invoer	75
Tabel 4-14: Suid-Afrika se ontginde uitvoer van vervoerbande en China se totale invoer	76
Tabel 4-15: 32 realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China waarop gefokus behoort te word	77
Tabel 4-16: Realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China volgens nywerheidsektor	80
Tabel 4-17: Ontginde en onontginde geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China	83
Tabel 4-18: Realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China volgens nywerheidsektor voor en ná uitsluiting van geselekteerde HS6-produkgroepe	86
Tabel 4-19: Potensiele waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China volgens nywerheidsektor voor en ná uitsluiting van geselekteerde HS6-produkgroepe	87
Tabel 4-20: Aantal, waarde en persentasie van totale waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China ná uitsluiting van geselekteerde HS6-produkgroepe	88
Tabel 4-21: SNK-hoofafdelingwaardes van realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China	92
Tabel 4-22: Top-20 lande ten opsigte van die aantal realistiese uitvoergeleenthede vir China	94
Tabel 4-23: Top-20 lande ten opsigte van die waarde van realistiese uitvoergeleenthede vir China	95
Tabel 4-24: Aantal realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika	97
Tabel 4-25: Totale potensiele waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika	97
Tabel 4-26: Aantal realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika ná toepassing van toegevoegde kriteria	98
Tabel 4-27: Totale potensiele waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika ná toepassing van toegevoegde kriteria	99
Tabel 4-28: Top-30 geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika	101
Tabel 4-29: Strategiese fokus vir die bevordering van uitvoer uit China na Suid-Afrika vir alle RUG	105
Tabel 4-30: China se ontginde uitvoer van appels en Suid-Afrika se totale invoer	107
Tabel 4-31: China se ontginde uitvoer van masjinerie vir papiervervaardiging en Suid-Afrika se totale invoer	107

Tabel 4-32: China se ontginde uitvoer van natriumbikarbonaat en Suid-Afrika se totale invoer	108
Tabel 4-33: Die top-32 realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika.....	110
Tabel 4-34: Realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika volgens nywerheidsektor	112
Tabel 4-35: Ontginde en onontginde uitvoer uit China na Suid-Afrika	116
Tabel 4-36: SNK-hoofafdelings – waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika...	119
Tabel 4-37: TCI (Trade Complementarity Index) vir Suid-Afrika en China.....	121
Tabel 5-1: Doelwitte wat in elke hoofstuk bereik is	126

LYS VAN FIGURE

Figuur 2-1: Uitvoer uit Suid-Afrika na China (2002 en 2017)	25
Figuur 2-2: China se handelsbalans (1995-2016)	27
Figuur 2-3: China: Invoer en uitvoer van goedere en dienste, % van BBP(1960-2017)	28
Figuur 2-4: China se invoer en uitvoer van goedere en dienste, % van BBP (1960-2017)	29
Figuur 2-5: China se BBP, uitvoer en invoer (1992-2016)	30
Figuur 2-6: Mees problematiese faktore vir uitvoer uit Suid-Afrika na die res van die wêreld	34
Figuur 2-7: Mees problematiese faktore vir invoer in China uit die res van die wêreld.....	35
Figuur 2-8: Mees problematiese faktore vir uitvoer uit China na die res van die wêreld	35
Figuur 2-9: Mees problematiese faktore vir invoer in Suid-Afrika uit die res van die wêreld	35
Figuur 4-1: Realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China volgens nywerheidsektor	82
Figuur 4-2: Ontginde en onontginde geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China in USD '000 ná uitsluiting van geselekteerde HS6-produkgroepe.....	85
Figuur 4-3: Realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China volgens nywerheidsektor ná uitsluiting van geselekteerde HS6-produkgroepe.....	90
Figuur 4-4: Waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China per SNK-hoofafdeling ná uitsluiting, in '000 USD en persentasie	93
Figuur 4-5: Realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika volgens nywerheidsektor	114
Figuur 4-6: Ontginde en onontginde geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika in USD '000.....	118
Figuur 4-7: Waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika per SNK-hoofafdeling en persentasie	119
Figuur 4-8: Aantal bilaterale RUG tussen Suid-Afrika en China	120
Figuur 4-9: Potensiële waarde van bilaterale uitvoer tussen Suid-Afrika en China, % van totaal	122

AFKORTINGS

ASEAN	Association of Southeast Asian Nations (ook bekend as die Assosiasie van Suidoos-Asiatiese Nasies)
BACI	Base pour l'Analyse du Commerce International
BBP	bruto binnelandse produk
Bn	Biljoen
BRI	Belt and Road Initiative (ook bekend as die Gordel-en-Weginisiatief of die Nuwe Syroete)
BRICS	Brasilië, Rusland, Indië, China en Suid-Afrika
CEPII	Centre d'Études Prospectives et d'Informations Internationales
KVV	Koste, versekering en vraag
DSM	Decision Support Model, oftewel TRADE-DSM®
VAB	Vry aan boord
FOCAC	Forum on China-Africa Cooperation
GEAR	Growth, Employment and Redistribution Macroeconomic Strategy
HS6	Harmonised System six digits
IPAP	Industrial Policy Action Plan
NGP	New Growth Path
RCA	Revealed Comparative Advantage (ook bekend as bekendgemaakte komparatiewe voordeel)
RCEP	Regional Comprehensive Economic Partnership (ook bekend as die Regionale Omvattende Ekonomiese Vennootskap)
RTA	Revealed Trade Advantage
TCI	Trade Complementarity Index
TPP	Trans-Pacific Partnership (ook bekend as die Trans-Pasifiese Vennootskap)
TPSF	South African Trade Policy and Strategy Framework
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
VK	Verenigde Koninkryk
VSA	Verenigde State van Amerika

Hoofstuk 1: Inleiding

1.1 Agtergrond

Soos vele ander ontwikkelende lande, moet Suid-Afrika talle ekonomiese probleme oorkom. Hierdie probleme is onder meer hoë werkloosheidsvlakke, armoede, die verbetering van die land se beeld as handelsvennoot, en die bewerkstelling van volhoubare ekonomiese groei. Een van die maniere om hierdie probleme aan te spreek in 'n land, is om handel, of spesifiek uitvoer te verhoog (Viviers, Cuyvers & Steenkamp, 2013:2).

Verskeie Suid-Afrikaanse owerheidsdokumente beklemtoon die noodsaak van die industrialisering en diversifikasie van Suid Afrika se uitvoer. Voorbeelde hiervan is die *Growth, Employment and Redistribution Macroeconomic Strategy* (GEAR) (Department of Finance, 1996), die *New Growth Path* (NGP) (Economic Development Department, 2010), die *South African Trade Policy and Strategy Framework* (TPSF) (Department of Trade and Industry, 2010), die *National Development Plan* (NDP) (National Planning Commission, 2011) en die *Industrial Policy Action Plan* (IPAP) (Department of Trade and Industry, 2017).

Uitvoer is kardinaal vir Suid-Afrika se ekonomiese welsyn. In 2018 het uitvoer 30,1% tot die land se BBP bygedra (World Bank, 2019). Soos in afdeling 2.5 aangedui, is Suid Afrika steeds baie afhanklik van primêre kommoditeite (voedsel- en onverwerkte landbouprodukte, brandstof, minerale, ertse en metale) ten spyte van herhaalde pogings om te diversifiseer (Viviers, Cuyvers & Steenkamp, 2013:4).

Die belangrikheid van die bilaterale handelsbetrekkinge tussen China en Suid-Afrika word bespreek, China is Suid-Afrika se grootste handelsvennoot en het die Verenigde State van Amerika (VSA), Duitsland en die Verenigde Koninkryk (VK) as die primêre bestemming van Suid-Afrikaanse uitvoer vervang (World Integrated Trade Solution, 2018). In 2017 het 9,82% van Suid-Afrika se uitvoer na China gegaan, terwyl 7,5% na die VSA en 6,58% na Duitsland gegaan het (World Integrated Trade Solution, 2019).

Uitvoer is insgelyks 'n kernkomponent van China se ekonomiese sukses. In 2006 het uitvoer 36% van China se BBP uitgemaak. Ná die globale finansiële krisis van 2008 het uitvoer as 'n persentasie van sy BBP egter afgeneem tot 24,5% en ná die ekonomiese herstrukturering van China in 2012 het dit verder tot 19,5% in 2018 afgeneem (World Bank, 2019).

China se Belt and Road Initiative (BRI) (ook bekend as die Gordel-en-Weginisiatief of die Nuwe Syroete) wat president Xi Jinping in 2013 bekendgestel het, dui daarop dat, hoewel

uitvoer as 'n persentasie van China se BBP aan die afneem is, uitvoer en deelname aan internasionale handel steeds 'n fokuspunt van die land se ekonomiese beleid is. Onbelemmerde handel is een van die vyf prioriteite van die BRI. Handel tussen China en die ander lande wat aan die BRI deelneem, was teen 2018 1,3 biljoen¹ USD (Xinhuanet, 2019).

Verder is dit duidelik dat China, vanweë die samewerking tussen Suid-Afrika en China in die BRICS-groepering (Brasilië, Rusland, Indië, China en Suid-Afrika), in die Forum on China-Africa Cooperation (FOCAC) en in die South Africa-China Bi-National Commission, Suid-Afrika as 'n belangrike handelsvennoot in Afrika beskou (Alden & Wu, 2014).

1.2 Kort oorsig van die handel tussen Suid-Afrika en China se en die noodsaak van uitvoerbevordering

Suid-Afrika se uitvoer is nie gediversifiseer genoeg nie. Beide die aard van die produkte en die aantal bestemmings is beperk. Dit is nadelig want sonder diversifikasie kan uitvoere nie groei nie. In afdeling 2.5 word duidelik aangetoon dat Suid-Afrika se uitvoer primêr bestaan uit minerale en ander kommoditeite wat in die mynbou en landbou geproduseer word. Afdeling 2.6 toon verder dat die identifisering van markte en kopers vir uitvoerfirmas in sowel Suid-Afrika as China onder die drie grootste uitdagings tel.

Suid Afrika se tradisionele uitvoermarkte is in moeilike ekonomiese tye en is besig om te krimp. Hierdie krimping het 'n verlaagde vraag na Suid-Afrikaanse produkte tot gevolg. Die Suid-Afrikaanse ekonomie is afhanklik van die uitvoer van kommoditeite en die invoer van waardetoegevoegde produkte (World Integrated Trade Solution, 2019).

Sedert die herskikking van China se ekonomie in 2012 van 'n fokus op vervaardiging na 'n fokus op verbruik (kyk afdeling 2.4) het China 'n groter behoefte aan waardetoegevoegde ingevoerde produkte. Die Chinese regering het invoerbevorderingsprogramme, byvoorbeeld die vermindering van invoerbelasting, in werking gestel met die doel om die koste van verbruikersgoedere te verminder (*South China Morning Post*, 2018).

President Xi Jinping het deur die Belt and Road Initiative (BRI) vyf prioriteite gestel om handel te bevorder: beleidskoördinerings, onbelemmerde handel, die fasilitering van skakeling, finansiële integrasie, en die ontwikkeling van bande tussen lande (Konings, 2018).

¹ In hierdie verhandeling word standaard Afrikaans gevolg: "miljard" is 10⁹ en "biljoen" is 10¹²

Konings (2018) vind dat wanneer die BRI daarin slaag om die handelskoste tussen die deelnemers aan die BRI te halveer, dit totale wêreldhandel met tot 12% kan vermeerder.

China se beleid is nie net uitsluitlik daarop gerig om invoer na China te bevorder nie; dit is ook daarop gemik om uitvoer uit China te bevorder. Die handelsoorlog met die VSA, een van die grootste invoerders van Chinese produkte, het tot gevolg dat China nie kleiner markte kan afskep nie. Geen enkele mark kan op sy eie die aankope van die VSA vervang nie. China moet dus ook kleiner handelsvennootskappe bevorder. Sentraal-Asiatiese lande en dele van Afrika kan China help om sy uitvoer mark te diversifiseer (Sun & Payette, 2018).

Sedert die VSA hom aan die Trans-Pasifiese Vennootskap (Trans-Pacific Partnership, TPP) onttrek het, het die Assosiasie van Suidoos-Asiatiese Nasies (Association of Southeast Asian Nations, ASEAN), met die steun van China, nuwe ywer getoon vir die totstandkoming van die Regionale (Streeks-) Omvattende Ekonomiese Vennootskap (Regional Comprehensive Economic Partnership, RCEP). Die RCEP sluit die volgende lande in: Indonesië, Thailand, Maleisië, Singapoer, die Filippyne, Viëtnam, Mianmar, Kambodja, Broenei, Laos, Japan, Suid-Korea, Nieu-Seeland, Indië en China. China word gesien as 'n sleutelrolspeler in hierdie streekshandelsooreenkoms, wat die bevordering van handel tussen die deelnemers as doelstelling het (Leal-Arcas, 2013:294).

Suid-Afrika, as een van die leidende ekonomieë in Afrika, word gesien as 'n toegangsroete na Afrika (Kahn, 2011).

Suid-Afrika se relatief goed ontwikkelde instellings en infrastruktuur, in vergelyking met die res van die kontinent, bring mee dat internasionale maatskappye verkies om dié land te gebruik as toegangsroete na die res van Afrika. Durban is steeds die voorkeurhawe vir invoer, al is talle markte ver daarvandaan geleë. Die OR Tambo-lughawe in Johannesburg is een van die bestes in Afrika. Om hierdie redes beklemtoon China ook dat Suid-Afrika 'n primêre toegangsroete na Afrika is (Games, 2012).

Afgesien van die ekonomiese motivering wat daar vir China is om handelsbetrekkinge met Suid-Afrika uit te bou, is daar ook geskiedkundige kulturele bande. Die grootste en oudste Chinese gemeenskap in Afrika is in Suid-Afrika (Alden & Wu, 2014).

Die unieke bilaterale ooreenkomste tussen Suid-Afrika en China en die multilaterale ooreenkomste waarvan Suid-Afrika en China deel is, word verder bespreek in afdeling 2.2.

Cameron, Viviers en Steenkamp (2017:3) meld dat daar algemeen aanvaar word dat 'n primêre taak van regerings is om te sorg dat die omgewing waarbinne ekonomiese aktiwiteite plaasvind, vir sakebedrywighele bevorderlik is. Die regering moet handelsbeleid met hierdie doel voor oë instel.

Selfs al sou uitvoerders die potensiaal hê om produkte en uitvoer te diversifiseer, is sterk regering en institusionele raamwerke nodig om nuwe ekonomiese aktiwiteite te fasiliteer en te bevorder. Strategiese handelsbeleid kan daartoe bydra om Suid-Afrika se afhanklikheid van kommoditeitgebaseerde produksie te verskuif na waardetoegevoegde produksie (Viviers, Lubbe, Steenkamp & Olivier, 2014:3).

'n Studie deur die Wêreldbank van 88 uitvoerbevorderingsagentskappe in 116 lande het bevind dat uitvoerbevorderingsagentskappe 'n positiewe en statisties beduidende uitwerking het op die nasionale uitvoer van die lande waarin hulle gesetel is (Lederman, Olarreaga & Payton, 2009:3-4).

Uitvoerbevorderingsagentskappe benodig kriteria waarvolgens hulle bedrywighele geprioriseer kan word. Markte en produkte wat die meeste potensiaal toon, behoort geteiken te word. Regerings en organisasies wat uitvoer wil bevorder, moet dus 'n kleiner aantal realistiese uitvoergeleenthede uit die groot aantal moontlike kombinasies identifiseer en uitsonder, aangesien slegs 'n beperkte aantal geleenthede vanweë beperkte hulpbronne ontgin kan word (Cuyvers & Viviers, 2012:2).

Viviers, Lubbe, Steenkamp en Olivier (2014:3) beklemtoon die noodsaaklikheid daarvan dat die ontwikkeling van 'n uitvoerbevorderingstrategie op betroubare kwantitatiewe verwerking van handelsdata gebaseer word.

Die optimalisering van die keuse van watter produkte en markte geteiken moet word, vereis 'n wetenskaplike benadering wat statistiese data analiseer. Deur so 'n proses kan die mees geskikte en genoegsaam gefokusde uitvoerbevorderingstrategie ontwikkel word (Cuyvers, 2012:12).

1.3 Probleemstelling

Sowel Suid-Afrika as China het 'n behoefte aan uitvoerbevordering en is uniek aan mekaar verbind (afdelings 1.1, 1.2, 2.2 en 2.3). Uit die literatuur blyk dit dat die bilaterale handelsbetrekkinge van beide kante deur uitdagings in die gesig gestaar word wat uitvoer kan bedreig (kyk afdeling 2.6). Beide Suid-Afrika en China sal by meer gediversifiseerde en

ontwikkelde handelsbetrekkinge baat vind. Dit word beklemtoon, soos genoem, deur die verandering in die Chinese ekonomie.

Om die handelsbetrekkinge tussen Suid-Afrika en China te ontwikkel, word die volgende navorsingsvraag derhalwe geïdentifiseer:

Watter realistiese bilaterale uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika en China kan geïdentifiseer word sodat Suid-Afrika en China se nasionale uitvoerbeleide en uitvoerbevorderingsaksies optimaal gefokus kan word?

1.4 Navorsingsdoelwitte

Om die navorsingsvraag van die studie te beantwoord, word die navorsingsdoelwitte verdeel in algemene en spesifieke doelwitte.

Die algemene doelwit van hierdie studie is om die realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China en uit China na Suid-Afrika te identifiseer.

Hierdie algemene doelwit word dan verder verdeel en die volgende spesifieke doelwitte word gestel:

- i) Om 'n oorsig van die literatuur oor die belangrikheid van internasionale handel volgens die belangrikste handelsteorieë te gee.
- ii) Om te bepaal wat die aard van die huidige handelsbetrekkinge tussen Suid-Afrika en China is asook wat die lande se betrokkenheid by bilaterale en multilaterale ooreenkomste is.
- iii) Om die samestelling van handel tussen Suid-Afrika en China te ondersoek.
- iv) Om vas te stel hoe China se ekonomie in die laaste dekade verander het.
- v) Om 'n oorsig te gee van die aard van Suid-Afrika se afhanklikheid van kommoditeite.
- vi) Om die moontlike bedreigings vir wedersydse handel tussen Suid-Afrika en China te identifiseer.
- vii) Om die realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China te identifiseer.
- viii) Om die realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika te identifiseer.
- ix) Om aanbevelings te doen oor die produkte en die sektore waarop uitvoerbevorderingsaksies gefokus behoort te word om meer gediversifiseerde bilaterale handel tussen Suid-Afrika en China te bevorder.

1.5 Navorsingsmetode

Om bogenoemde navorsingsdoelwitte te bereik is die studie in twee fases voltooi.

Die eerste fase behels 'n literatuurstudie. Die eerste stap was om uit die literatuur die noodsaaklikheid van internasionale handel en die bevordering van uitvoer te ondersoek aan die hand van die primêre ekonomiese handelsteorieë. 'n Oorsig van elk van die denkskole word gegee.

Vervolgens word die multilaterale en bilaterale handelsooreenkomste tussen China en Suid-Afrika ondersoek en oorsigtelik bespreek. As agtergrond word die ontwikkeling van die handelsbetrekkinge tussen China en Suid-Afrika, die verandering in China se ekonomie, Suid-Afrika se afhanklikheid van kommoditeite, en moontlike bedreigings vir die handel tussen China en Suid-Afrika aan die hand van beskikbare verslae en data geëvalueer.

Die tweede fase behels die empiriese gedeelte van die studie, naamlik die identifisering van realistiese bilaterale uitvoergeleenthede tussen Suid-Afrika en China. Die empiriese navorsing maak gebruik van die besluitondersteuningsmodel wat as die TRADE-DSM®² (*Decision Support Model*) bekendstaan. Vir doeleindes van die studie word die metode die DSM of die besluitondersteuningsmodel genoem. Die DSM is 'n analitiese metode wat uitvoermarkte en -produkte ondersoek en sistematies die potensiele invoerdersmarkte filter om uit al die mark- en produkkombinasies die mees realistiese uitvoergeleenthede vir 'n uitvoerland te identifiseer. Die DSM maak van vier filters gebruik om die mees optimale uitvoergeleenthede te identifiseer.

Die eerste stap in die empiriese ontleding met behulp van die DSM is om relatief “goeie” of “aanvaarbare” handelsvennote (markte) vir Suid-Afrika en China te identifiseer deur die uitskakeling van markte met te hoë politieke en kommersiële risiko, asook die uitskakeling van markte waarvan die ekonomieë te klein is of te lae ekonomiese groei toon. Vir die doeleindes van hierdie studie word slegs die bilaterale uitvoergeleenthede tussen Suid-Afrika en China oorweeg.

In die tweede stap word moontlike uitvoergeleenthede per produk vir Suid-Afrika en China geïdentifiseer volgens Suid-Afrika en China se kort- en langtermyninvoergroeikoerse asook die grootte van die onderskeie invoermarkte³ vir elke produk in hierdie twee lande.

² TRADE-DSM® is 'n geregistreerde handelsmerk van die Noordwes-Universiteit (Potchefstroomkampus), Suid-Afrika, se TRADE-navorsingsfokusarea.

³ Deurgaans word daar in hierdie studie na invoermarkte van Suid-Afrika en China verwys. Die skrywer verwys na die invoermark wat daar vir elke onderskeie produk is, byvoorbeeld die vraag na appels in China skep 'n invoermark vir appels in China.

In die derde stap van die empiriese ontleding word die marktoeganklikheid binne Suid-Afrika vir Chinese produkte en binne China vir Suid-Afrikaanse produkte oorweeg.

Die vierde stap is om die waarskynlike uitvoergeleenthede wat geïdentifiseer is, te kategoriseer ten einde die mees realistiese bilaterale uitvoergeleenthede in meer besonderhede tussen China en Suid-Afrika uit te lig.

Die empiriese resultate van die DSM word dan op sektorale vlak ontleed sodat daar gepaste beleidsaanbevelings gedoen kan word om bilaterale uitvoer tussen Suid-Afrika en China strategies te bevorder.

1.6 Hoofstuk-uitleg

Die studie neem die volgende vorm aan:

Hoofstuk 1 beskryf die agtergrond, motivering en probleemstelling, ook die doelwitte en die oorsig van die studie.

In hoofstuk 2 word die literatuuroorsig beskryf ten einde die belangrikheid van internasionale handel en van uitvoerbevordering te beklemtoon. Tweedens word gefokus op die handelsbetrekkinge tussen Suid-Afrika en China en spesifiek op China as 'n uitvoerbestemming vir Suid-Afrikaanse goedere en Suid-Afrika as bestemming vir Chinese goedere. Die oorsig beskryf ook die handelsbande tussen die twee lande aan die hand van beleids-, bilaterale en multilaterale samewerking. Die hoofstuk stel verder ondersoek in na hoe China se ekonomie sedert 1976 verander het, met spesifieke klem op die herskikking in 2012. Laastens beskou die hoofstuk ook die mate waarin Suid-Afrika van kommoditeite afhanklik is en watter uitdagings daar vir bilaterale handel tussen Suid-Afrika en China is.

Hoofstuk 3 bespreek die metodologie van die DSM, hoe dit in verskillende lande toegepas is en hoe dit in hierdie studie gebruik word.

Hoofstuk 4 gee 'n ontleding van die empiriese resultate wat deur middel van die DSM-metodologie verkry is.

Hoofstuk 5, as die slothoofstuk, gee 'n oorsig van die studie asook beleidsaanbevelings wat uit die resultate voortvloei.

Hoofstuk 2: Literatuurstudie

2.1 Inleiding

Hoofstuk 1 het 'n kort oorsig gegee van Suid-Afrika en China se handel en aangedui waarom dit vir hierdie twee lande nodig is om uitvoer te bevorder. Daar is getoon dat Suid-Afrika se tradisionele uitvoermarkte besig is om te krimp en dat die verandering in China se ekonomiese beleid 'n verandering in die land se vraag na en aanbod van internasionale goedere meegebring het.

Hoofstuk 2 toon eerstens waarom dit noodsaaklik is vir lande om deel te neem aan internasionale handel. Om hierdie vraag te beantwoord, word daar 'n oorsig van die primêre handelsteorieë gegee aan die hand van literatuur. Daarna word die beleid en bilaterale en multilaterale ooreenkomste van Suid-Afrika en China wat ten doel het om bilaterale handel te bevorder, ontleed. Hoofstuk 2 het ten doel om oorsigtelik aan te toon wat die werklike samestelling van die handelsbetrekkinge tussen Suid-Afrika en China is. Daar word verder uitgelig dat Suid-Afrika van die uitvoer van kommoditeite afhanklik is.

Gegewe dat dit vir beide Suid-Afrika en China noodsaaklik is om deel te neem aan internasionale handel en beide lande deur beleid en ooreenkomste bilaterale handel bevorder, ontstaan die vraag wat die uitdagings is om hierdie doelwitte te bereik. Hoofstuk 2 toon onder andere aan dat die identifisering van uitvoergeleenthede vir produkte en potensiële markte vir die produkte vir sowel Suid-Afrika as China van die grootste uitdagings is in hul onderskeie uitvoerbevorderingsinisiatiewe.

2.2 Die noodsaak van internasionale handel

Volgens die klassieke handelsteorie dryf lande met mekaar handel hoofsaaklik om twee redes. Die eerste rede vir internasionale handel is dat lande van mekaar verskil wat onder meer hulpbronne betref, en die tweede is om die voordele van skaalbesparings te verkry (Krugman, Obstfeld & Melitz, 2012:24). Dié ekonomiese teorie postuleer dat, volgens die beginsel van vergelykende voordeel, lande spesialiseer in die vervaardiging van produkte waarvan die geleentheidskoste die minste is in vergelyking met die geleentheidskoste van ander produkte wat die land se ekonomie kan voortbring (Ricardo, 1821:89). Die klassieke handelsteorie, soos primêr deur David Ricardo gestel is, hou dus voor dat ekonomiese groei die resultaat is van deelname aan internasionale handel as gevolg van mededingingsvoordeel.

Volgens die Heckscher-Ohlin-model, wat 'n verbetering en uitbouing van die Ricardiaanse klassieke teorie is, is daar 'n langtermynraamwerk vir die voordele van deelname aan internasionale handel. Op die lang termyn is al die produksiefaktore mobiel. Die Heckscher-Ohlin-model poog om te verduidelik watter uitwerking 'n verskil in produksiefaktortoedeling op internasionale handel het. Mededingingsvoordeel word hoofsaaklik beïnvloed en bepaal deur die relatief oorvloedige produksiefaktore en tegnologie wat gebruik word in die produksieproses. Tegnologie bepaal die intensiteit waarvolgens die produksiefaktore gebruik kan word (Krugman, Obstfeld & Melitz, 2012:80).

As deelname aan internasionale handel tot gevolg het dat 'n land meer uitvoer en die land se ruilvoet (die verhouding tussen die waarde van totale invoer en uitvoer) verbeter, dan sal die deelname aan internasionale handel 'n netto positiewe invloed op die ekonomie van die land hê. Die teenoorgestelde is egter ook waar. Indien die land wat internasionaal handel dryf, se ruilvoet verswak (met ander woorde die land word 'n primêre invoerder van goedere en dienste), dan kan die verswakking van die ruilvoet 'n negatiewe invloed op die ekonomiese groei van die land uitoefen (Krugman, Obstfeld & Melitz, 2012:116). Sou dit die geval wees, is die negatiewe invloed op ekonomiese groei deur deelname aan internasionale handel egter steeds minder as die daling in ekonomiese groei wat 'n land sou ervaar indien hy nie internasionaal handel gedryf het nie.

Die teorie van endogene ekonomiese groei (Romer, 1994) postuleer dat ekonomiese groei hoofsaaklik deur interne faktore beïnvloed word. Ekonomiese groei word bepaal deur 'n ekonomiese sisteem. Die sisteem sluit faktore in soos onderwys en kennis, asook innovasie om mensekapitaal te laat groei. Op die lang termyn is die sisteem afhanklik van ondersteunende beleid. Volgens die teorie is daar in sommige gevalle eksterne faktore, byvoorbeeld mededinging, politieke omstandighede of die wisselkoers, wat die endogene, oftewel interne, faktore positief kan beïnvloed. Hierdie invloed sal 'n positiewe uitwerking hê indien dit lei tot ekonomiese ontwikkeling. Selfs al is die faktore ekstern, word die groeikrag intern gegenereer.

Literatuur oor endogene groei dui daarop dat internasionale handel een van die endogene faktore is wat ekonomiese groei tot gevolg het. Volgens die teorie is groei die resultaat van 'n investering in mensekapitaal. Groei in mensekapitaal verminder die dalende opbrengs wat normale kapitaalberging, byvoorbeeld masjinerie en beleggings, inhou. Dalende opbrengs van kapitaal is die verskynsel dat byvoorbeeld 'n 50%-verhoging in kapitaal die opbrengs met minder as 50% vermeerder. Volgens Lucas (1993:272) blyk verskille in mensekapitaal die hoofverskil in lewenstandaarde te wees. Arbeiders moet uitgedaag word om meer te leer en

daarom sal daar mensekapitaal gebou word wanneer arbeiders en bestuurders take aanpak wat vir hulle nuut en onbekend is. Grossman en Helpman (1991) noem hierdie groei kwaliteitleer. Een van die primêre metodes om hierdie leerkurwes as 'n eksterne invloed te aktiveer, is deur internasionaal handel te dryf en 'n grootskaalse uitvoerder te word (Romer, 1994:18).

Die langtermyn- ekonomiese voordele wat deelname aan internasionale handel vir jong ontwikkelende nywerheidslande inhou, is indringend deur Mitra (2014) bestudeer. Hy het bevind dat uitbreiding van handel tot die internasionale mark sowel weners as verloorders meebring, net soos enige ander beleidsverandering. Hy het tot dieselfde gevolgtrekking gekom as Grossman en Helpman (1991), naamlik dat handel as motivering vir vernuwende denke kan dien deurdat bedryfskoling en daardeur kennis toeneem. Internasionale handel bevorder dus die uitruiling van tegniese inligting. Op sy beurt sal meer gereelde uitruiling van tegniese inligting die doeltreffendheid van navorsing verbeter en plaaslike vervaardigers aanmoedig om ook nuut en innoverend te dink.

Frankel en Romer (1999:380) het geografiese veranderlikes ingesluit by hulle studie, wat die verhouding tussen internasionale handel en ekonomiese groei ondersoek het. Hulle het bevind dat internasionale handel 'n beduidend positiewe uitwerking op ekonomiese groei het. Hul resultate toon aan dat daar vir elke persentasiepunt vermeerdering in die verhouding tussen handel en bruto binnelandse produk (BBP) 'n verhoging van die *per capita*-inkomste van tussen 0,5% en 2% sal wees. Dit blyk dat internasionale handel inkomste deur twee kanale verhoog, naamlik deur die opbou van fisiese en mensekapitaal aan te moedig en deur die produktiwiteitsvlakke van fisiese en mensekapitaal te verhoog (Frankel & Romer, 1999:394). Om tot hierdie gevolgtrekking te kom, het hulle studie spesifiek die geografiese kenmerke van lande en in die besonder die afstand tussen elke land en sy handelsvennote ondersoek.

In 'n ander studie, deur Brückner en Lederman (2012) oor Afrika suid van die Sahara, is gevind dat vir elke een persentasiepunt vermeerdering in die verhouding tussen internasionale handel en BBP daar op die kort termyn groei van ongeveer 0,5% in die ekonomie is. Ná tien jaar is die ekonomiese groei wat met deelname aan internasionale handel verband hou, ongeveer 0,8%. Hierdie resultate wys dat handelsoopheid 'n positiewe uitwerking gehad het op ekonomiese groei in die Afrikalande suid van die Sahara wat deel van die studie was. Die resultate van Brückner en Lederman (2012) vir Afrika suid van die Sahara stem dus ooreen met bogenoemde resultate van Frankel en Romer (1999).

Grossman en Helpman (1990:91) toon ook aan dat minder ontwikkelde lande en ontwikkelende lande selfs meer baat by oop handelsbetrekkinge kan vind as meer ontwikkelde lande. Die rede hiervoor is dat hierdie lande voordeel kan trek uit die kennis wat reeds in die ontwikkelde nywerheidslande opgebou is.

Empiriese analyses toon aan dat 'n uitvoergeoriënteerde beleid 'n positiewe uitwerking op die ekonomie van Suid-Afrika sal hê. Cipamba (2015) het koïntegrasie en Grange-kousaliteit gebruik om tot die gevolgtrekking te kom dat uitvoer inderdaad die BBP van Suid-Afrika in die tydperk tussen 1970 en 2012 laat groei het. Verder merk die studie op dat beleid wat ten doel het om produksie vir uitvoer en die diversifisering van uitvoerprodukte te stimuleer, noodsaaklik is (Cipamba, 2015:30).

Die resultate van Cipamba is in 2018 deur Malefane en Odhiambo met 'n outoregressiewe verspreide vertragingstoets bevestig. Hulle bevind dat Suid-Afrika met 'n beleid wat handelsoopheid bevorder, moet voortgaan en dat daar spesifieke aandag aan uitvoerbevordering geskenk behoort te word (Odhiambo & Malefane, 2018:27).

Uitvoerbevordering is vir die welvaart van sowel die makro- as die mikroëkonomie van 'n land nodig. Een van die primêre makroëkonomiese voordele van uitvoer is werkskepping. Uitvoer van veral vervaardigde produkte is bekend as 'n bron van werkverskaffing (Dinh, Rawski & Zafar, 2013). In die lopende rekening van 'n land se betalingsbalans speel die versterking van uitvoer 'n primêre rol. Buitelandse valuta word deur uitvoer verdien en is noodsaaklik om die koste van noodsaaklike invoer te dek. Die vergroting van die invloed van buitelandse valuta is veral in Suid-Afrika baie belangrik, aangesien die gaping in die lopende rekening uit die finansiële rekening gefinansier moet word (Strauss, 2015).

'n Toename in uitvoer is ook op die firma- en mikroëkonomiese vlak voordelig. Na gelang firmas die internasionale mark betree, moet hulle op 'n optimale vlak funksioneer om te kan meeding. 'n Toename in die vraag en gepaardgaande verkope sal ook lei tot hoër winste, 'n verhoging in gehalte, 'n vermindering van eenheidskoste as gevolg van die aanwending van onbenutte kapasiteit en die voordele van skaalbesparings (Girma, Greenaway & Kneller, 2004).

Dit is om onder andere hierdie redes dat die Suid-Afrikaanse regering 'n beleid nastreef wat uitvoer bevorder. Hierdie taak is opgedra aan die Departement van Handel en Nywerheid. Volgens die *Integrated National Export Strategy* moet die fokus in die besonder wees om

goedere en dienste met meer toegevoegde waarde⁴ uit te voer. Hierdie strategie het ten doel om die uitvoeromgewing te bemagtig, die institusionele raamwerk van uitvoer te versterk en die vraag na Suid-Afrikaanse goedere en dienste te vermeerder deur onder andere markdiversifisering (TIPS, 2013). Die *Integrated National Export Strategy* het verder ten doel om die uitvoer van vervaardigde produkte jaarliks met 7% te laat groei. Hierdie doel sal deur onder meer die prioritisering van markte, die diversifisering van markte, die bevordering van marktoeganklikheid en strategiese uitvoerbevordering bereik word (Department of Trade and Industry, 2017).

2.3 Suid Afrika teenoor China: Beleid en bilaterale en multilaterale ooreenkomste

Suid-Afrika het, as 'n ontwikkelende ekonomie, van die 1920's tot die 1970's verkies om 'n meer beperkende invoervervangingsbeleid te volg. In 1970 het Suid-Afrika begin om na 'n uitvoergebaseerde ekonomie oor te skakel. Die doel van die beleidsverandering was om die land se afhanklikheid van goud en ander primêre hulpbronne te verminder en uitvoer te diversifiseer (Bell, 1992). Die diversifiseringspogings het egter as gevolg van die kwantitatiewe beperkings wat deur die Suid-Afrikaanse regering ingestel is en ook sanksies wat die wêreld op Suid-Afrika geplaas het, grootliks misluk. In die 1980's het Suid-Afrika baie beperkte toegang tot internasionale handel gehad (Bell, 1997).

'n Merkbare en duidelike skuif het in die 1990's saam met 'n verandering in die politieke sfeer plaasgevind, en Suid-Afrika het na 'n mededingende uitwaartsgebaseerde ekonomie geskuif. Hierdie beleid is vasgelê in die sogenaamde *Growth, Employment and Redistribution Macroeconomic Strategy* (GEAR) (Department of Finance, 1996).

Die Suid-Afrikaanse handelsbeleid is vandag nog hoofsaaklik op uitvoerbevordering gefokus. Een van die sleutelriglyne van die *Industrial Policy Action Plan* (IPAP) van die Departement van Handel en Nywerheid is om te poog om Suid-Afrika se uitvoer ter wille van die positiewe ekonomiese en werkskeppende waardetoevoeging wat aan uitvoer gekoppel is, te vermeerder (Department of Trade and Industry, 2017). Dit sluit aan by een van die doelstellings van die *National Development Plan 2030: Our future – make it work*, te wete om die Suid-Afrikaanse ekonomie te transformeer deur uitvoer te verhoog (National Planning Commission, 2011:39).

⁴ Toegevoegde waarde moet hier verstaan word in die sin waarin dit deur Coltrain en andere (2000) sowel as United States Department of Agriculture (Agricultural Marketing Resource Center, 2019) gebruik word: "waarde word toegevoeg tot produkte na gelang dit deur die produksieketting beweeg. Hierdie proses behels dat 'n produk se huidige karaktereienskappe ten opsigte van plek, toestand en vorm verander word terwyl daar ekonomiese waarde tot die produk toegevoeg word. Voorbeelde hiervan is die verwerking van koring tot meel en aarbeie tot konfyt. Hierdie proses word dikwels geassosieer met die verwerking van produkte wat in die primêre ekonomie (bv. landbou en mynbou) geproduseer word, tot produkte van die sekondêre ekonomie".

Die multilaterale en bilaterale ooreenkomste tussen Suid-Afrika en China eggo die kommersiële en politieke ooreenkomste wat tussen die twee lande bestaan en weerspieël die pogings van Suid-Afrika om ook in China markte vir sy uitvoer te vind. Dit kan die beste waargeneem word deur Suid-Afrika se aansluiting by die BRICS-groepering (Brasilië, Rusland, Indië, China en Suid-Afrika) in 2010. Hierdie BRICS-groepering was die resultaat van onderhandelinge deur die voormalige Suid-Afrikaanse president, mn. Zuma, van sy ministers en 370 Suid-Afrikaanse sake- en nywerheidsverteenwoordigers met China vroeër in 2010. Hierdie onderhandelinge is voorafgegaan deur 'n Gesamentlike Interministeriële Werkgroep oor samewerking tussen China en Suid-Afrika. China, as een van die dominante lede van BRIC, het druk uitgeoefen dat Suid-Afrika by die BRIC-groepering aansluit (Stuenkel, 2013).

Hierdie inskakeling van Suid-Afrika by die BRIC-groepering, wat toe BRICS geword het, moet ook gesien word in die lig van die erns waarmee sowel Suid-Afrika as China hulle gesamentlike handelsooreenkomste aan die einde van die eerste dekade van die nuwe millennium beskou het. Met die inskakeling van Suid-Afrika by die BRIC-groepering het die twee lande ook die doelwitte van kommersiële, politieke en kulturele samewerking aangemoedig (Stuenkel, 2013).

Die stigting van die Forum on China-Africa Cooperation (FOCAC) reeds in 2000 toon met watter erns China en die Afrika-kontinent hulle gedeelde ekonomiese belange beskou het. Alhoewel die presidentskap van mn. Mbeki nie in die besonder 'n noue verhouding met China beklemtoon het nie, het hy wel die FOCAC-proses ondersteun. Pres. Mbeki het al in 2006 'n Memorandum van Verstandhouding onderteken om bilaterale handel en ekonomiese samewerking tussen China en Suid-Afrika te bevorder (Alden & Wu, 2014).

Die bilaterale ooreenkomste tussen Suid-Afrika en China is deur 'n aantal samewerkings tussen die twee regerings bevestig en beklemtoon. 'n Voorbeeld hiervan is die South Africa-China Bi-National Commission, wat in 2002 gestig is. Een van die primêre doelwitte van Suid-Afrika in hierdie kommissie is om al hoe meer duursame produkte van toegevoegde waarde na China uit te voer, soos wat op die derde Binasionale Kommissie in 2007 ooreengekom is. Die kommissie wou 'n meer gebalanseerde bilaterale handelsverhouding met China bevorder (The Presidency, 2007).

Pres. Mbeki was egter besorg dat Suid-Afrika nie bloot 'n uitvoerder van grondstowwe na en 'n invoerder van goedere uit China word nie. Die China-Suid Afrika-verhouding het aansienlik verbeter tydens die Zuma-presidentskap (Alden & Wu, 2014). Pres. Zuma was gretig om die

Asiatiese ontwikkelingsmodel aan te moedig om maatskaplike transformasie te bevorder. Maatskaplike transformasie sluit in transformasie van die gesondheids- en die opvoedingsektor, die stryd teen misdaad en landelike en landbouhervorming (Mail & Guardian, 2008). Van China se kant was pres. Hu ook ernstig om die politieke en ekonomiese verhouding met Suid-Afrika te verbeter (Alden & Wu, 2014).

Die Nasionale Raad van Provinsies se Komitee oor Handel en Internasionale Betrekkinge van die Suid-Afrikaanse parlement het aangedui dat die uitdagings in die handelsverhoudinge tussen Suid-Afrika en China primêr die volgende is: i) die veredeling van Suid-Afrika se minerale; ii) die diversifikasie van Suid-Afrika se uitvoerprodukte; iii) die waardetoevoeging in die Suid-Afrikaanse vervaardigingsektor; en iv) marktoegang in China vir landbouprodukte met toegevoegde waarde (Parliamentary Monitoring Group, 2010).

Op die vyfde ministeriële konferensie van FOCAC in 2012 is die Beijing-Aksieplan gesamentlik opgestel en aanvaar. Die aksieplan handel oor politieke samewerking, streeksvrede, internasionale sake, ontwikkeling, kultuur en, van die grootste belang vir hierdie studie, ekonomiese samewerking. China het hom daartoe verbind om die invoerprodukte van Afrika te diversifiseer, om sy markte oop te maak vir Afrikalande en om uitstallings te hou om Afrikalande te help om hulle goedere na China uit te voer (The 5th Ministerial FOCAC Conference, 2012).

Die bevordering van uitvoer van verwerkte Suid-Afrikaanse produkte is telkens op vergaderings van die Binasionale Kommissie beklemtoon. Die sesde sessie van hierdie kommissie, wat in November 2016 in Kaapstad gehou is, het veral die klem op die belangrikheid van die industrialisering van die Suid-Afrikaanse ekonomie geplaas (Department of International Relations and Cooperation, 2016).

Een van die sektorale komitees van die *South Africa-China Bi-National Commission* is die *Joint Economic and Trade Committee* (JETC). Die komitee fokus op die uitbouing van samewerking op ministeriële vlak om onder andere 'n vennootskap vir groei en ontwikkeling (Partnership for Growth and Development – PGD) te bevorder. Hierdie vennootskapsproses het in 2007 begin en het beoog om die wanbalanse in die ekonomiese verhouding tussen China en Suid-Afrika reg te stel. Die vennootskap het drie fokuspunkte gehad: i) verbeterde marktoegang vir waardetoegevoegde uitvoerprodukte uit Suid-Afrika, ii) die veredeling van minerale hulpbronne in Suid-Afrika; en iii) meer belegging in Suid-Afrika se infrastruktuur (Patel, 2009).

'n Hoogtepunt in die Suid-Afrikaans-Chinese betrekkinge was die staatsbesoek van pres. Xi Jinping aan Suid-Afrika in 2015. Verskeie bilaterale ooreenkomste is tydens hierdie besoek onderteken. Een van die ooreenkomste is die *Action Plan on the Strengthening of the Joint Working Group* tussen China en Suid-Afrika, sowel as 'n *Memorandum of Understanding on Jointly Building the Silk Road Economic Belt and the 21st Century Maritime Silk Road*. Dié aksieplan fokus op onder meer die bevordering van die uitvoer van Suid-Afrikaanse produkte na China. Suid-Afrika het hom ook daartoe verbind om aan te sluit by die bevordering van die Syroete. Hierdie inisiatief het ten doel om die Syroete te laat herleef, wat samewerking in gesamentlike leer en meer handel in goedere, tegnologie, kapitaal en kennis sal aanmoedig (The Presidency, 2015).

Die bilaterale *Memorandum of Understanding on Jointly Building the Silk Road Economic Belt and the 21st Century Maritime Silk Road* maak deel van China se multilaterale *Belt and Road Initiative* (BRI) uit. Hierdie memorandum het samewerking binne die raamwerk van die BRI beloof en staaf die wettigheid van die inisiatief (Hielscher & Ibold, 2018). Die doel van die BRI is om ontwikkeling en ekonomiese samewerking oor die hele wêreld te bevorder, met spesifieke fokus op Asië, Europa en Afrika. Die inisiatief bou op die ideale van die Syroete. Terreine van samewerking is beleidskoördinasie, skakeling van infrastruktuur, onbelemmerde handel, finansiële integrasie, en nuwe kultuur- en handelsbande tussen die betrokke volke (Cao, 2019).

Hierdie bilaterale en multilaterale bande toon hoe die regerings van Suid-Afrika en China saamwerk om handel tussen die twee lande aan te moedig. Van besondere belang is die fokus op die bevordering van die uitvoer van goedere met toegevoegde waarde uit Suid-Afrika na China. Die ooreenkomste tussen China en Suid-Afrika en hulle beleide teenoor mekaar, as ook die data oor die handel tussen Suid-Afrika en China, toon ook die versterking van en toename in handelsbetrekkinge tussen die twee lande oor die laaste tien jaar. Hierdie ooreenkomste word in die volgende paragraaf bespreek.

2.4 Die handelsbetrekkinge tussen Suid Afrika en China: groei en samestelling

Uit die Suid-Afrikaanse handelsdata is dit duidelik dat China oor die afgelope twee dekades as die belangrikste of grootste handelsvennoot van Suid-Afrika te voorskyn getree het. In 1994 was China Suid-Afrika se twee-en-twintigste grootste uitvoerbestemming; die waarde van die uitvoer was toe 0,64 miljard USD. In 2016 was China Suid-Afrika se grootste uitvoerbestemming met uitvoer ter waarde van 6,8 miljard USD. Die enigste ander twee Suid-Afrikaanse uitvoerbestemmings wat naby aan hierdie bedrag gekom het, was die Verenigde State met 5,4 miljard USD en Duitsland met 5,2 miljard USD.

Tabel 2-1: China as 'n uitvoerbestemming vir Suid-Afrika (1994-2016)

JAAR	% VAN TOTALE UITVOER (USD)	RANGORDE
1994	0,64	22
2000	1,27	21
2005	2,91	9
2006	4,01	6
2007	6,51	5
2008	5,83	5
2009	10,53	1
2010	9,80	1
2011	11,57	1
2012	10,46	1
2013	12,67	1
2014	9,58	1
2015	8,33	1
2016	9,19	1

Bron: World Integrated Trade Solution, 2019

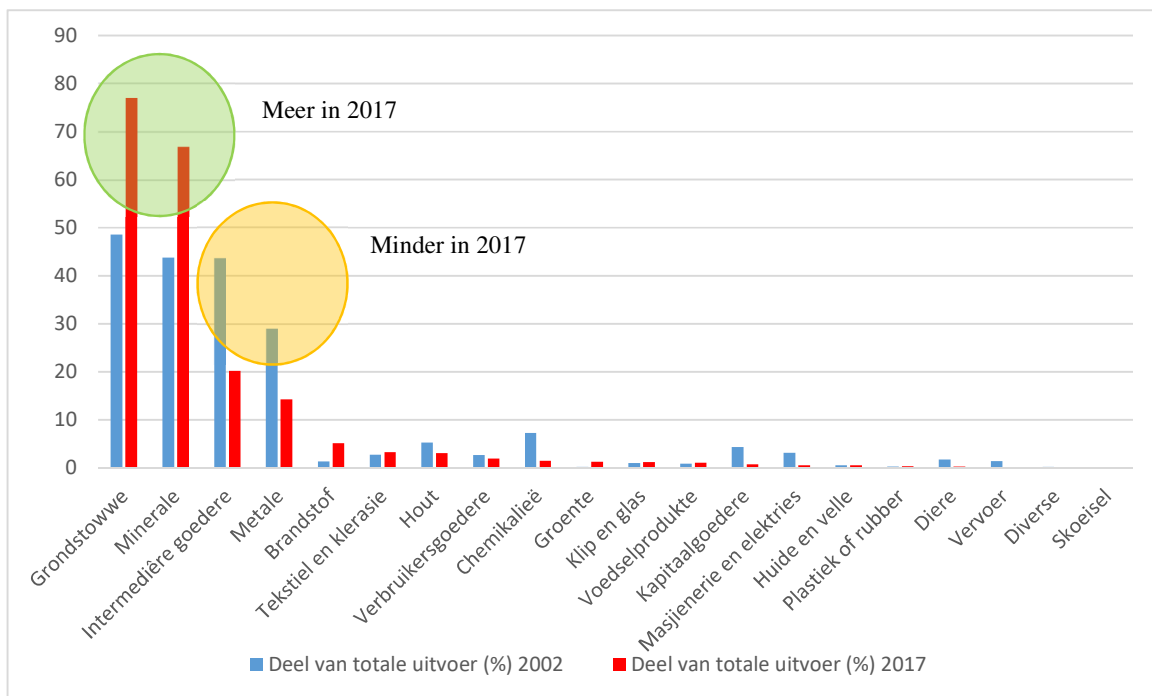
Uit Tabel 2-1 is dit duidelik dat China reeds in 2009 Suid-Afrika se grootste uitvoerbestemming geword het met 'n uitvoerwaarde van ongeveer 10% per jaar. China het ontwikkel van 'n klein uitvoerbestemming (0,64%) in 1994 tot die primêre bestemming van Suid-Afrikaanse goedere (9,19%). (World Integrated Trade Solution, 2019).

Brittanje se nywerheidsomwenteling het sedert die 1890's vir die land se bevolking van ongeveer 40 miljoen grondstowwe uit die land se kolonies getrek. Die VSA kon vir die land se bevolking van 150 miljoen mense uit sy eie uitgestrekte natuurlike hulpbronne grondstowwe onttrek. Daarteenoor het die nywerheidsomwenteling van China, met 'n bevolking van meer as 1,3 miljard, hoofsaaklik op die invoer van grondstowwe staatgemaak. Dit het tot gevolg dat die land sy betrekkinge met grondstofryke lande soos Suid-Afrika moes versterk (Van der Merwe, 2008).

China het tussen 1991 en 2015 'n gemiddelde jaarlikse BBP-groeikoers van 9,98% gehad (World Bank Data, 2018). Dit het tot gevolg dat China 'n skynbaar onversadigbare honger of vraag het na 'n groot verskeidenheid van produkte om aan die groot binnelandse vraag te voldoen. Om hierdie behoefte te bevredig, voer Suid-Afrika hoofsaaklik produkte wat in konstruksie en vervaardiging gebruik word, na China uit (Kabia, Huang, Xing & Kargbo, 2016:87).

Figuur 2-1 dui die produkroepe aan wat Suid-Afrika in 2012 en 2017 na China uitgevoer het. Produkroepe word geklassifiseer volgens 'n sessyfer-HS (*Harmonised System, HS6*) kode. Dit is die mees gedetailleerde vlak van produkroepering wat oor die wêreld heen gestandaardiseer is (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:74).

Figuur 2-1: Uitvoer uit Suid-Afrika na China (2002 en 2017)



Bron: Strydom se berekenings

Data: World Integrated Trade Solution, 2019

Dit blyk uit figuur 2-1 dat grondstowwe, minerale, intermediêre goedere, metale en brandstof die hoofprodukte is wat Suid-Afrika na China uitvoer. Die tendens wys dat Suid-Afrika sedert 2002, relatief gesproke, meer primêre goedere soos grondstowwe, minerale en brandstof uitgevoer het. In plaas daarvan dat uitvoer vanuit Suid-Afrika gediversifiseer het na produkte met toegevoegde waarde, was uitvoer meer in die primêre sektor gekonsentreer. Dit is dus die teenoorgestelde situasie as wat deur die South Africa-China Bi-National Commission van die Joint Economic and Trade Committee beplan is (kyk afdeling 2.2).

Vervolgens word die aard van die Chinese ekonomie en hoe die ekonomie sedert 1978 tot op hede verander het, bespreek.

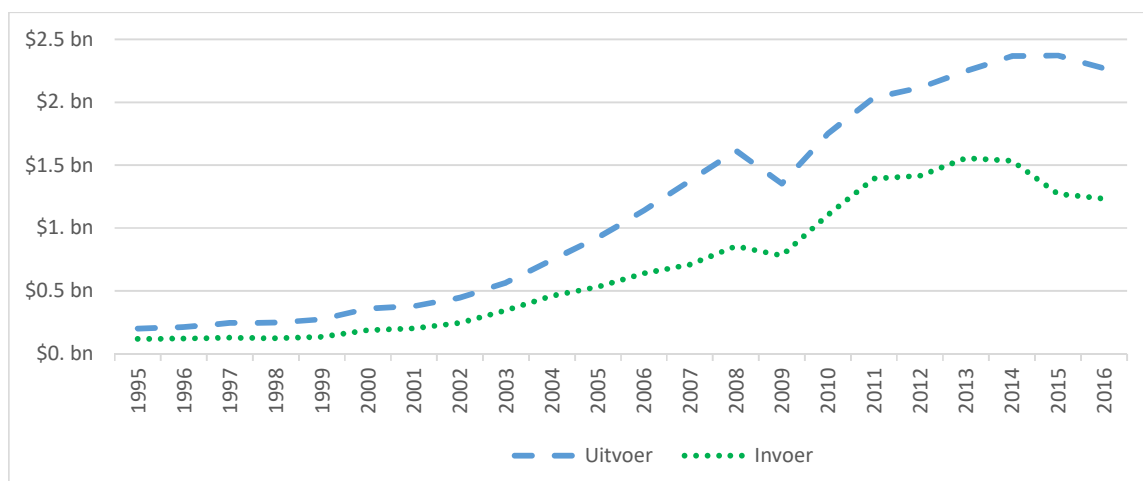
2.5 China se veranderende ekonomie

Ná pres. Mao Zedong se dood in 1976 het Deng Xiaoping president geword. In 1978 het hy 'n beleid in werking gestel om China se ekonomie vir internasionale handel en beleggings oop te stel. Die hervormingsbeleid het beoog om die natuurlike markmeganismes 'n groter rol te gee en die regering se beheer oor die ekonomie te verminder (Zhang, 2010:59). Dit het voorts ten doel gehad om entrepreneurskap te bevorder, privaat eienaarskap te vermeerder, groter deelname aan internasionale handel te bewerkstellig en die werwing van buitelandse belegging te bevorder (Hu, 2011). Die aansluiting van China by die Internasionale Monetêre Fonds en die Wêreldbank in 1980 is 'n direkte gevolg van sy binnelandse politieke en ekonomiese hervorming (Qu, 2010:26).

Daar word beweer dat die belangrikste faktor in die vestiging van die groeiende ekonomie van China die afgelope 20 tot 30 jaar die doelbewuste hervorming van die land se instellings as die sentrale punt van volhoubare ekonomiese groei was. China het nie slegs op stabilisering, liberalisering en privatisering gefokus nie, maar ook instellings soos markte, firmas, banke en die wyse van regering vir hervorming geteiken (Qian, 2003:297-362).

Alhoewel die privatisering en likwidasië van maatskappye in staatsbesit deur pres. Jiang in die vroeë 1990's werkloosheid verhoog het, het hy voortgegaan met die beleid van die hervorming van instellings en die oopstelling van die land vir die internasionale markte en beleggings. Al hierdie hervormings het bygedra tot sterk ekonomiese groei (Hasan, Wachtel & Zhou, 2006). China het onder sy leiding in 2001 ook by die Wêreldhandelsorganisasie (WHO) aangesluit. China se lidmaatskap van die WHO het die land se integrasie in die wêreld ekonomie gesimboliseer, maar ook die land se bereidwilligheid om sy tuis ekonomie te hervorm. Terselfdertyd het dit die prominente rol wat China in die internasionale markte speel, begin aandui (Baihua, s.j.). China het begin ontwikkel tot die primêre sentrum van vervaardiging in die wêreld (Zafar, 2007:115). Die uitvoer van vervaardigde produkte het geleidelik daartoe gelei dat die land se handelsbalans verstewig het, en in 1995 het China 'n positiewe handelsbalans van 78 miljard USD gehad. In 2016 was die handelsbalans meer as 1 biljoen USD (Observatory of Economic Complexity, 2018).

Figuur 2-2: China se handelsbalans (1995-2016)

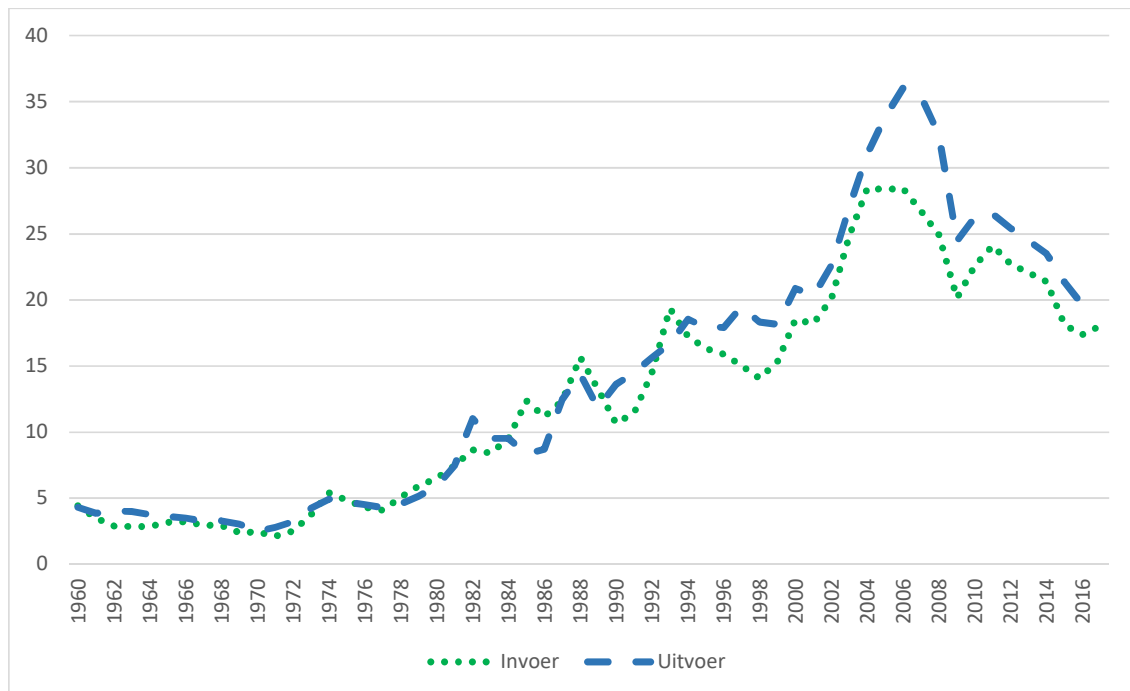


Bron: Skrywer se berekening

Data: Observatory of Economic Complexity, 2018

Groei in uitvoer was van 1970 tot 2006 aggressief. In 1970 was uitvoer slegs 2,5% van BBP en in 2006 was dit 36% (World Bank Data, 2018). Hierdie groei is die direkte gevolg van China se uitvoergebaseerde groeimodel en die geleidelike en konstante hervorming en oopstelling van sy ekonomie (Lin & Wang, 2008:7-16). Die toename in uitvoer is egter nie volgehou nie. In 2017 het uitvoer 19% van China se BBP uitgemaak. Invoer na China het 'n soortgelyke tendens gevolg. In 1971 het invoer 2% van die BBP beloop, en teen 2006 28% van die BBP. Daarna het dit ook stelselmatig afgeneem tot 18% in 2017 (World Integrated Trade Solution, 2018).

Figuur 2-3: China: Invoer en uitvoer van goedere en dienste, % van BBP(1960-2017)



Bron: Skrywer se berekening

Data: World Integrated Trade Solution, 2018

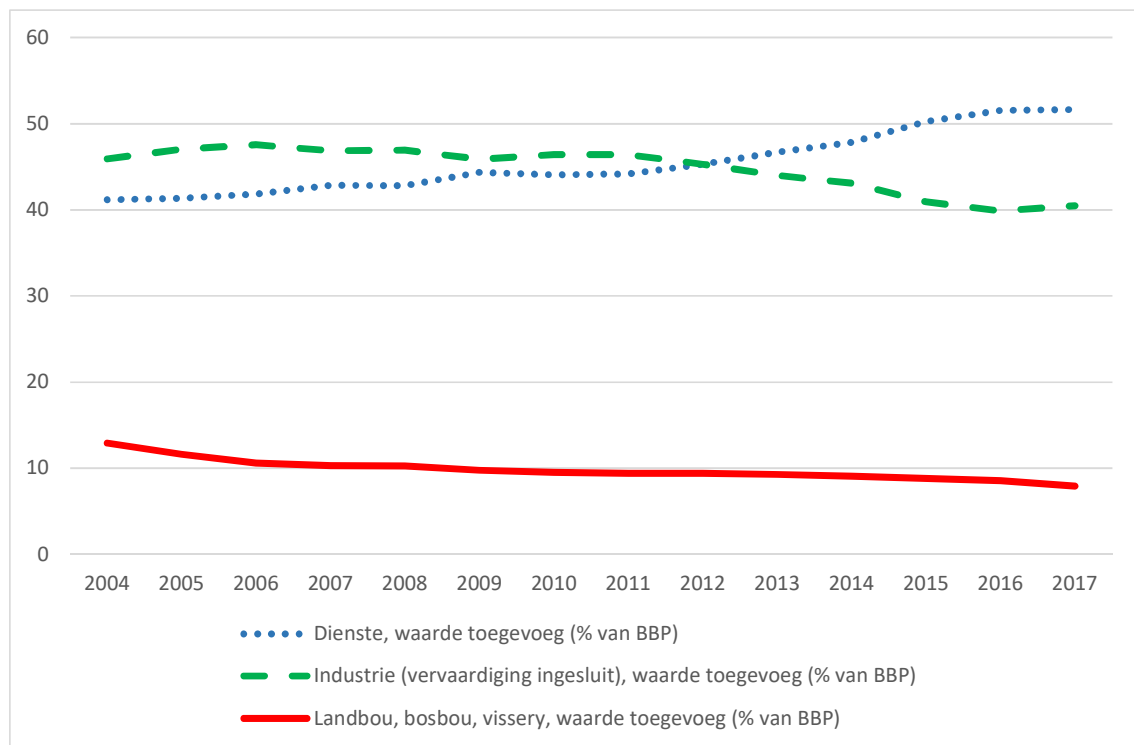
Teen 2014 het die groeisiklus van kommoditeite wêreldwyd tot 'n einde begin kom. Die afname in kommoditeitsinvoer deur China het gedeeltelik bygedra tot die afname in kommoditeitspryse en die beëindiging van hierdie siklus (Erdem & Ünalms, 2016:139). Die afkoeling van konstruksie-investering en die verandering in die gekose groeimodel, naamlik van 'n uitvoer-na 'n verbruikersgebaseerde model, gedurende hierdie tydperk is gedeeltelik die oorsaak van die afname in kommoditeitsinvoer. Dit het gepaardgegaan met die twaalfde vyfjaarplan van die Nasionale Volkskongres van China, wat van 2011 tot 2015 gestrek het. Die beleidsriglyn spesifiseer onder meer dat die afhanklikheid van uitvoer uit China na die res van die wêreld vervang moet word deur 'n meer gebalanseerde groeimodel (China, 17th Central Committee of the Communist Party of China, Fifth Plenary Session: Part 7, 2011).

In die dertiende vyfjaarplan is daar weer klem gelê daarop dat invoer in beide kwaliteit en kwantiteit vermeerder moet word (China, 18th Central Committee of the Communist Party of China, Fourth Plenary Session: Part 6, Chapter 49, 2016).

Die herstrukturering wat in 2012 begin het, het die oorskakeling van primêre en sekondêre nywerheid na tersiêre nywerheid beteken. Hierdie strukturele transformasie dui aan dat China

besig is om sy fokus van vervaardiging na dienslewering te verskuif. Investering het afgeneem, terwyl openbare en privaat-verbruik toegeneem het. Die dienstesektor se bydrae tot die BBP het begin toeneem. In 2017 was die dienstesektor se bydrae 51,6% van die BBP en die nywerheidssektor se bydrae 40,5%. In teenstelling hiermee was die nywerheidssektor se bydrae tot die BBP in 2004 ongeveer 5 persentasiepunte meer as dié van die tersiêre sektor (World Bank Data, 2018).

Figuur 2-4: China se invoer en uitvoer van goedere en dienste, % van BBP (1960-2017)



Bron: Skrywer se berekening

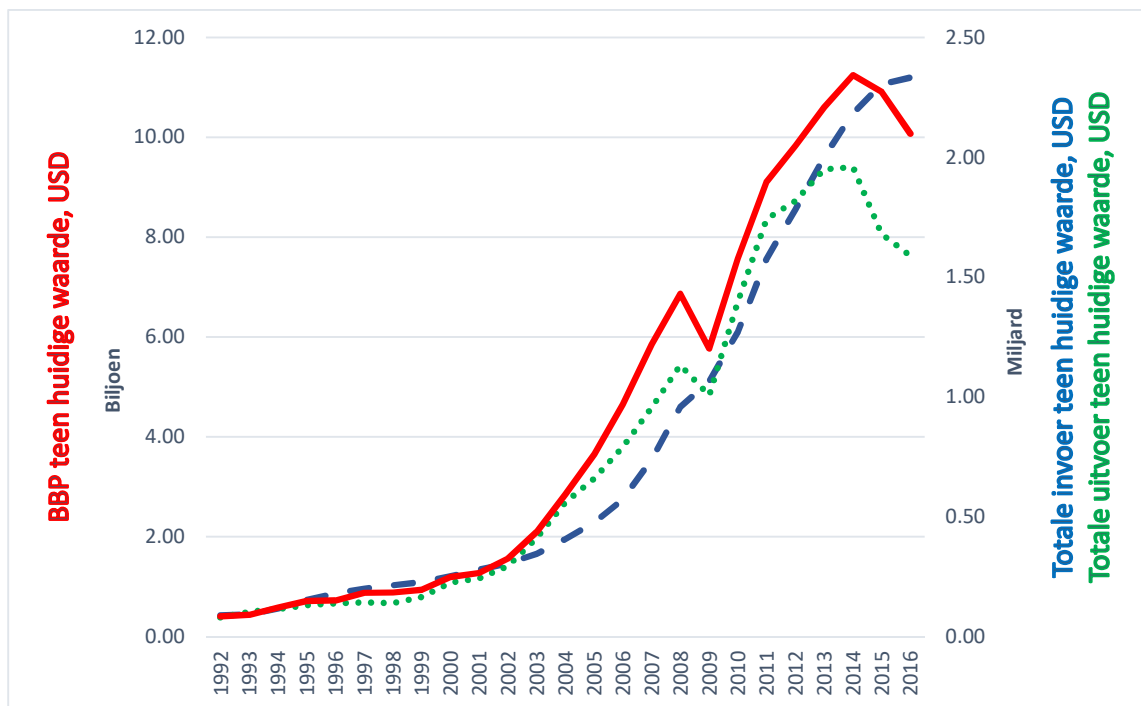
Data: World Integrated Trade Solution, 2018

China se herstrukturering en die afkoeling van die ekonomie sedert 2012 het ook deur internasionale handel 'n direkte invloed op die ekonomieë van China se handelsvennote. Beide die samestelling en die volume van China se invoer en uitvoer is aan die verander en sal nog meer verander na gelang China op hierdie nuwe pad ontwikkel en beweeg. Uitvoerders van kommoditeite, grondstowwe en olie sal negatief beïnvloed word namate China se invoer-aanvraag na investeringsgoedere afneem. Daarteenoor kan uitvoerders van verbruikersgoedere baat vind by die toenemende vraag na verbruikersgoedere in China (Lacatos, Maliszewska, Osorio-Rodarte & Go, 2017:759-803).

Soos blyk uit bostaande bespreking, het China se model, wat op binnelandse beleggings en groei voortspruitende uit uitvoer gefokus is, die land een van die grootste invoerders van kommoditeite gemaak. Teen 2014 het China reeds meer as 40% van die wêreld se metaalproduksie gebruik. Hierdie verhoogde vraag het die pryse van kommoditeite verhoog, internasionale handel laat toeneem en die land die grootste bestemming van uitvoer gemaak (World Bank, 2016).

Dit is duidelik dat China besig is om van 'n uitvoer- en beleggingsgroeimodel na 'n verbruiksgroeimodel oor te gaan. Hierdie verandering in die plaaslike ekonomie van China het 'n uitwerking op die res van die wêreld, hoofsaaklik deur internasionale handel (International Monetary Fund, 2016). Die noue verwantskap tussen China se ekonomiese groei en internasionale handel word in figuur 2-5 aangetoon.

Figuur 2-5: China se BBP, uitvoer en invoer (1992-2016)



Bron: Skrywer se berekening

Data: World Integrated Trade Solution, 2018

Die skerp daling in onder andere beide konstruksie en eiendomsontwikkeling wat in China waargeneem kan word sedert die herstrukturering in 2012 begin het, het daartoe gelei dat sy vraag na die primêre kommoditeite wat in hierdie sektore gebruik word, begin daal het. Minder

plaaslike beleggings het ook tot gevolg dat daar 'n algehele afname in die vraag na primêre goedere is, in die besonder na grondstowwe. Tegelykertyd het China se plaaslike ekonomiese groei as verbruiker tot gevolg dat daar 'n toename in vraag in die landbou- en voedselbedryf is (Chen & Nord, 2017). Die uitvoerders van kommoditeite moet hierdie oorgang van China se ekonomie as 'n bedreiging sien, maar terselfdertyd is daar 'n geleentheid vir groei vir die lande wat toegevoegdewaardeprodukte en landbouprodukte uitvoer (International Monetary Fund, 2016).

Die verskuiwing in China se vraag na produkte wat in die primêre sektor geproduseer word, na verbruikersprodukte wat in die sekondêre sektor geproduseer word, beïnvloed nie net die tipe produkte wat Suid-Afrika uitvoer en behoort uit te voer nie, maar kan ook ekonomiese groei in Suid-Afrika beïnvloed. Drummond en Liu (2013) het die invloed wat die ekonomie van China op Afrika suid van die Sahara het, ondersoek. Soos reeds gemeld in afdeling 2.2, het hulle bevind dat 'n toename of afname van een persentasiepunt in China se plaaslike beleggingsgroei korreleer met 'n gemiddelde toename of afname van 0,6 persentasiepunte in die uitvoergroei van Afrika suid van die Sahara.

Die hipotese dat die uitvoerders van beleggingsgedrewe kommoditeite, soos ertse en metale, in Afrika suid van die Sahara negatief beïnvloed word, terwyl die uitvoerders van verbruikersgedrewe kommoditeite in die streek positief beïnvloed word deur hierdie verandering van groeimodel in China, is in 2017 deur Chen en Nord (2017) getoets. Daar is in die studie bevind dat 'n 1%-toename in China se ekonomiese groei in Afrika suid van die Sahara groei van meer as 1% sal meebring. Hierdie effek kan tot so hoog as 2% wees vir Afrikalande in die streek wat beleggingsgedrewe produkte uitvoer. Die studie het ook bevind dat daar in verbruikersgedrewe kommoditeitsuitvoer nie dieselfde direkte verhouding in die streek is nie (Chen & Nord, 2017).

Die Wêreldbank het ook bereken dat 'n 1%-verlaging in China se groei 'n 0,37%-verlaging in BBP-uitsetgroei in Suid-Afrika tot gevolg het. Die skrywers het 'n strukturele vektor-outoregressiewe model met data vir die periode 2000 tot en met 2014 gebruik (World Bank, 2015).

Soos wat die uitvoergedrewe groeimodel van China die Suid-Afrikaanse ekonomie bevoordeel en die uitvoerpatrone van Suid-Afrika beïnvloed het, so beïnvloed die afkoeling en herbalansering van die Chinese ekonomie ook die Suid-Afrikaanse ekonomie en die land se uitvoer deur 'n verandering in die invoervraag uit China (Angomoko, 2017).

In 2015 het die sekretaris van die Bedryfs- en Handelsafdeling van die Chinese ambassade in Suid-Afrika, mnr. Hou Yi, op die FOCAC-beraad gesê: “We are ready to deepen the economic and trade relationship between the two countries. This will include the import of more value-added products from South Africa” (Naik, 2015).

2.6 Suid-Afrika se afhanklikheid van kommoditeite

’n Land se afhanklikheid van die uitvoer van kommoditeite word deur UNCTAD gedefinieer as die persentasieverhouding tussen die waarde van die kommoditeitsuitvoer en die waarde van die land se totale goedere-uitvoer. Hierdie persentasie word deur UNCTAD vir elke land bereken en staan bekend as ’n land se kommoditeitsuitvoerafhanklikheid (Laurent, 2016:19-29).

Suid-Afrika se uitvoer wentel om kommoditeite. Van 1995 tot 2015 het Suid-Afrika se kommoditeitsuitvoerafhanklikheid toegeneem. Vir die tydperk 2009-2010 was Suid-Afrika se kommoditeitsuitvoerafhanklikheid 54%. Vir die tydperk 2014-2015 was Suid-Afrika se kommoditeitsuitvoerafhanklikheid 55%. Dit beteken 55% van die produkte wat Suid-Afrika uitgevoer het, was kommoditeite, oftewel produkte wat geproduseer word in die primêre sektor van die ekonomie (Laurent, 2016:88). Suid-Afrika se afhanklikheid van kommoditeitsuitvoer word in perspektief geplaas deur dit te vergelyk met China se kommoditeitsuitvoerafhanklikheid van 8% vir beide bogenoemde tydperke (Laurent, 2016:151).

Afhanklikheid van kommoditeite en die uitvoer daarvan is dikwels nadelig vir ’n land. Armoede en laer vlakke van menslike ontwikkeling is meer geneig om voor te kom in kommoditeitsafhanklike ontwikkelende ekonomieë. Volgens die Trade and Development Board (2017:4-5) het die volgende faktore ’n uitwerking op ontwikkeling in kommoditeitsafhanklike ekonomieë:

- i) Die Prebisch-Singer-hipotese, waarvolgens die ruilvoet oor die lang termyn verswak weens die relatief vinniger daling in kommoditeitspryse teenoor die pryse van vervaardigde goedere. Hierdie daling, gepaard met wisselvalligheid in die ruilvoet, bring mee dat kommoditeitsuitvoerafhanklikheid nie ’n lewensvatbare ekonomiese ontwikkelingstrategie is nie.
- ii) Die onstabiliteit van kommoditeitspryse beïnvloed die staat se inkomste en die land se betalingsbalans. Dit skep onsekerheid en verminder die regering se beleidsmoontlikhede.
- iii) Die wisselvalligheid van kommoditeitspryse maak dit ook op mikroëkonomiese vlak moeilik om te beplan vir die toekoms.

Dit is dus uiters noodsaaklik vir 'n ontwikkelende land wat primêr afhanklik is van kommoditeite of 'n uitvoer diversifikasie strategie te volg. Binne hierdie strategie is daar primêr drie diversifikasiemoontlikhede binne die raamwerk van kommoditeitsafhanklikheid, naamlik horisontale diversifikasie, vertikale diversifikasie en niekommoditeitsgedrewe diversifikasie (Trade and Development Board, 2017:15).

'n Studie deur Ocran en Biekpe (2008) bevestig die noodsaaklikheid van diversifikasie vir Afrikalande suid van die Sahara, soos Suid-Afrika. Die skrywers het die uitwerking van onstabiele kommoditeitspryse en kommoditeitsuitvoerafhanklikheid op ekonomiese groei in Afrika suid van die Sahara deur middel van 'n vaste-effekte-paneel-databank-ondersoek. Volgens navorsing behoort kommoditeitsafhanklike lande indringende pogings aan te wend om uitvoer te diversifiseer. Daar moet spesifiek gefokus word daarop om diversifikasie na vervaardiging aan te moedig (Ocran & Biekpe, 2008:472).

Alhoewel Suid-Afrika in Afrika voorloop wat ekonomiese diversifikasie betref, stel Suid-Afrika se volgehoue afhanklikheid van die kommoditeitsektore die land steeds bloot aan bogenoemde negatiewe faktore, wat ontwikkeling belemmer. Suid-Afrika het wel in die twintigste eeu 'n goed gevestigde vervaardigingsektor daargestel, maar daar is steeds 'n deurlopende en primêre afhanklikheid van die tradisionele kommoditeitsgedrewe sektore (OECD/United Nations, 2011:28).

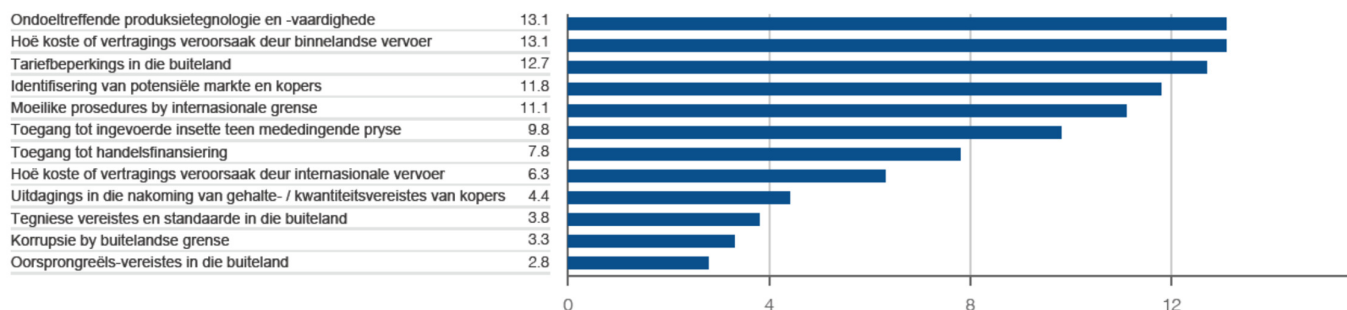
Ten einde die waarde van diversifikasie te bepaal het Tregenna (2008) die bydrae wat die vervaardigingsektore tot diensverskaffing en ekonomiese groei lewer, geanaliseer. Deur middel van 'n analise van die skakeling tussen die koëffisiënte en vermenigvuldigers van die insette en uitsette van elke sektor bevestig die navorsing dat vervaardiging 'n prominente rol in die ekonomie vervul. Vervaardiging skep vraag na goedere in die primêre sektor sowel as 'n vraag na dienste. Vervaardiging skep dus stroomopwaarts en stroomafwaarts ekonomiese groei vir Suid-Afrika.

Mutambara (2017:101) identifiseer ook Suid-Afrika se afhanklikheid van kommoditeite in sy handel met China as 'n knelpunt. Suid-Afrika se uitvoer na China bestaan hoofsaaklik uit primêre kommoditeite. Suid-Afrika voer hoë vaardigheid en tegnologies intensiewe vervaardigde produkte uit China in. Suid-Afrika verskaf dus 'n mark vir China se vervaardigde produkte met hoë toegevoegde waarde, terwyl China vir Suid-Afrika 'n mark gee vir kommoditeite. Hierdie verhouding bied tans dus nie vir Suid-Afrika die geleentheid in China om sy eie vervaardigde produkte met toegevoegde waarde daarheen uit te voer nie.

2.7 Uitdagings vir handel tussen Suid-Afrika en China

Geiger, Di Battista, Doherty en Soininen (2016:48) lig in die *Global Enabling Trade Report* die uitdagings uit wat besighede in internasionale handel ervaar. Respondente is gevra, eerstens, om die vyf (uit agt) mees problematiese faktore of uitdagings vir invoer uit 'n spesifieke land te identifiseer, en, tweedens, om die vyf mees problematiese faktore of uitdagings (uit twaalf) vir uitvoer na 'n bepaalde land te identifiseer. Hierdie twee groepe faktore is dan in volgorde geplaas. Die antwoorde van die respondente word vir elkeen van die lande onder die verskillende faktore getabuleer. Die uitdagings vir invoer en uitvoer wat Geiger *et al.* (2016) vir die Wêreld- Ekonomiese Forum geïdentifiseer het, geld elke land se uitvoer na enige ander land ter wêreld. Wanneer Suid-Afrika goedere na China uitvoer, is daar twee kategorieë van uitdagings, naamlik die probleme verbonde aan die uitvoer uit Suid-Afrika, sowel as die probleme verbonde aan die invoer in China in. Net so is daar vir China se uitvoer na Suid-Afrika uitdagings ten opsigte van binnelandse probleme om uit China uit te voer en om in Suid-Afrika in te voer.

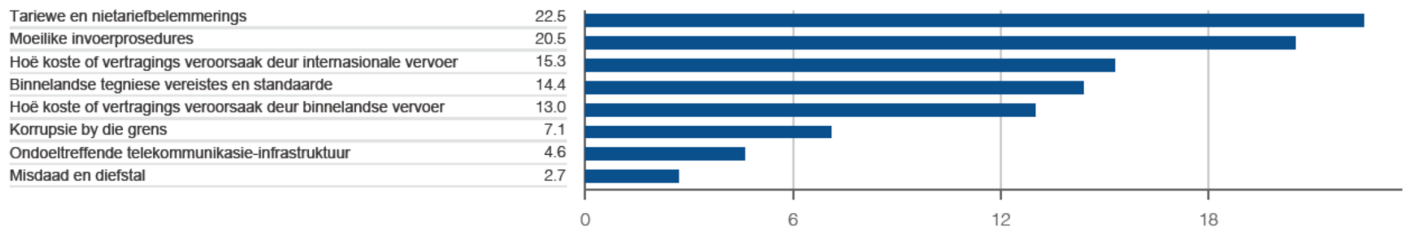
Figuur 2-6: Mees problematiese faktore vir uitvoer uit Suid-Afrika na die res van die wêreld



Bron: Geiger *et al.*, 2016:277

Uit figuur 2-6 blyk dat die grootste uitdaging wat uitvoerders van Suid-Afrika in die gesig staar, die ondoeltreffende produksietegnologie en -vaardighede in Suid-Afrika is. Naas die hindernisse van binnelandse vervoer en die invoertariewe in die buiteland is die identifisering van potensiële markte en kopers die vierde grootste probleem vir Suid-Afrikaanse uitvoerders.

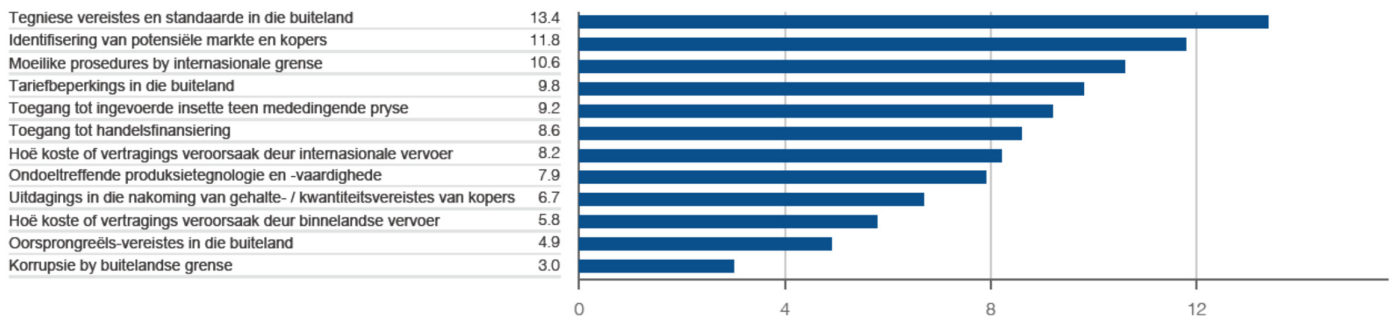
Figuur 2-7: Mees problematiese faktore vir invoer in China uit die res van die wêreld



Bron: Geiger *et al.*, 2016:99

Die studie toon ook aan dat, wat China betref, die grootste problematiese faktor vir invoerders die tariewe en nietariefbeperkings is wat die Chinese regering op invoer plaas. Die tweede grootste probleem is die komplekse invoerprosedures in China.

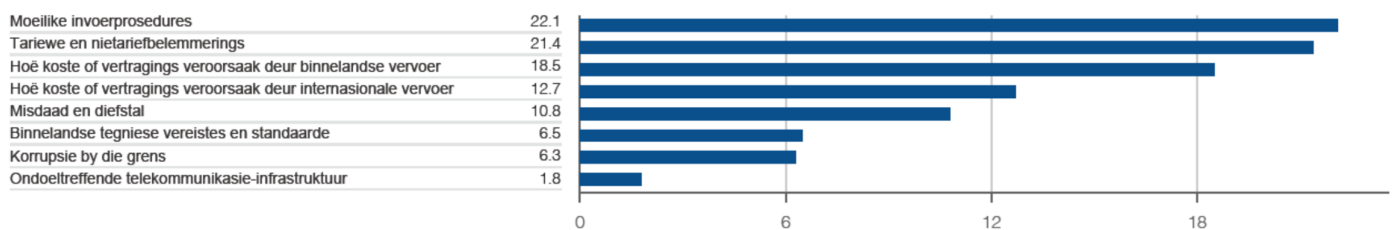
Figuur 2-8: Mees problematiese faktore vir uitvoer uit China na die res van die wêreld



Bron: Geiger *et al.*, 2016:99

Uit figuur 2-8 blyk dat tegniese vereistes en standaarde in die buiteland die grootste uitdagings vir uitvoer uit China na die res van die wêreld is. Die tweede grootste uitdaging vir China se uitvoer is die identifisering van potensiële markte en kopers.

Figuur 2-9: Mees problematiese faktore vir invoer in Suid-Afrika uit die res van die wêreld



Bron: Geiger *et al.*, 2016:277

Uit figuur 2-9 is dit duidelik dat die grootste uitdagings wat daar vir uitvoerders is om produkte aan invoerders in Suid-Afrika te lewer, Suid-Afrika se moeilike invoerprosedures, invoertariewe en nietariefbelemmerings⁵ is.

Dit is uit Geiger *et al.* (2016) se studie duidelik dat die identifisering van potensiële markte en kopers, tariewe en nietariefbelemmerings sowel as moeilike en komplekse invoerprosedures drie van die grootste uitdagings vir handel tussen Suid-Afrika en China is.

Crul (2013:11-14) meld dat Suid-Afrika versigtig moet wees met die verhoging van invoertariewe en kwotas op veral China se produkte. Dit kan die geleenthede bedreig wat die verandering in die Chinese ekonomie en die groter openheid vir samewerking tussen China en Suid-Afrika kan bied (Crul, 2013:11-14).

Reddy (2004), in 'n ontleding van die moontlikheid van 'n vryhandelsooreenkoms tussen China en Suid-Afrika, wys egter ook op die noodsaaklikheid daarvan dat hierdie vermindering van die handelsbelemmerings nie eensydig moes wees nie, maar eerder gesamentlik deur China en Suid-Afrika beding en geïmplementeer behoort te word.

2.8 Samevatting

In hierdie hoofstuk word eerstens uit die literatuur aangetoon dat deelname aan internasionale handel voordelig is vir ekonomiese groei. Die Ricardiaanse klassieke teorie hou voor dat die mededingingsvoordeel wat internasionale handel inhou, ekonomiese groei tot gevolg het. Die teorie van endogene ekonomiese groei stel dat groei die resultaat van 'n belegging in mensekapitaal is wat bevorder word deur die deelname aan internasionale handel. Uitvoerbevordering is vir die welvaart van sowel die makro- as die mikroëkonomie van 'n land nodig. Uitvoer van vervaardigde produkte is belangrik vir werkskepping. Uitvoerbevordering is ook voordelig op mikroëkonomiese vlak. Na gelang firmas internasionale markte betree, moet hulle op 'n optimale vlak funksioneer om te kan meeding.

Tweedens is verder ondersoek ingestel na die beleide in Suid-Afrika en China en na die bilaterale en multilaterale ooreenkomste waarby die twee lande partye is en wat ten doel het om onderlinge handel te bevorder. Die ondersoek het aan die lig gebring dat beide lande ten doel het om die uitvoer van produkte met toegevoegde waarde uit Suid-Afrika na China aan te moedig.

⁵ Byvoorbeeld kwotas, embargo's en sanksies.

Derdens is die handelsbetrekkinge tussen Suid-Afrika en China aan die hand van handelsdata bestudeer. Die afdeling het aangetoon dat alhoewel beide China en Suid-Afrika die uitvoer van produkte met toegevoegde waarde uit Suid-Afrika na China aanmoedig, dit nie in die praktyk gerealiseer het nie. Verder is aangetoon dat China se ekonomiese herstrukturering van 2012 af die land se fokus van vervaardiging na dienslewering verskuif het. Hierdie herstrukturering het ook 'n verandering in China se invoervraag teweeggebring

Suid-Afrika se afhanklikheid aan kommoditeite is vierdens ondersoek. 'n Kernstrategie vir ontwikkelende lande wat van kommoditeite afhanklik is, is diversifikasie en dit is daarom ook Suid-Afrika se uitvoerstrategie en handelsbeleid.

Om uitvoer te bevorder met die doel om markte te diversifiseer, om aan die veranderde invoervraag van China te voldoen, en om Suid-Afrika minder afhanklik van kommoditeite te maak, stel egter uitdagings. Hierdie uitdagings is vervolgens aan die hand van die *Global Enabling Trade Report* uitgelig. Hierdie verslag het getoon dat die identifisering van potensiële markte en kopers, tariewe en nietariefbelemmerings, asook moeilike en komplekse invoerprosedures drie van die grootste uitdagings vir handel tussen Suid-Afrika en China is.

Die navorsingsvraag van hierdie studie is naamlik watter realistiese bilaterale uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika en China geïdentifiseer kan word sodat Suid-Afrika en China se nasionale uitvoerbeleide en uitvoerbevorderingsaksies optimaal gefokus kan word. Die metodologie wat gevolg word om 'n empiriese antwoord vir hierdie vraag te kry, word vervolgens in hoofstuk 3 bespreek.

Hoofstuk 3: Metodologie

3.1 Inleiding

Nadat die unieke handelsverhouding tussen Suid-Afrika en China in hoofstuk 2 bespreek is en die identifisering van uitvoergeleenthede vir beide lande as 'n uitdaging uitgewys is, word die DSM-metodologie in hierdie hoofstuk beskryf. Eerstens word die filterproses om die realistiese uitvoergeleenthede te identifiseer uiteengesit en grafies voorgestel. Die belangrikheid van die gebruik van berekeninge van die tydgeweege gemiddelde word bespreek. Om die fokus op realistiese uitvoergeleenthede van produkte met toegevoegde waarde te plaas, word die realistiese uitvoergeleenthede vir mynbouprodukte vervolgens uitgeskakel.

Hierdie studie se navorsingsvraag behels die identifisering van realistiese bilaterale uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika en China. Om hierdie vraag te beantwoord word gebruik gemaak van 'n besluitondersteuningsmodel wat as die TRADE-DSM®⁶ (*Decision Support Model*) bekend staan. Soos in afdeling 1.5 gemeld, word die betrokke besluitondersteuningsmodel vir die doeleindes van hierdie studie die DSM genoem.

Die DSM is aanvanklik ontwikkel om realistiese uitvoergeleenthede vir België te identifiseer. Die doel van die model was om *Export Vlaandere*, die uitvoerbevorderingsorganisasie van Vlaandere in België, in sy uitvoerbevordering te ondersteun (Cuyvers *et al.*, 1995). Sederdien is dit aangepas en gebruik om uitvoergeleenthede ook in ander lande te identifiseer (Cuyvers, 1997), byvoorbeeld vir Thailand (Cuyvers, 2004) en Suid-Afrika (Viviers Cuyvers & Steenkamp, 2013; Steenkamp, Grater & Viviers, 2016). Die DSM-metodologie is ook toegepas deur Urban, Mejstřík en Chvalkovská (2014) vir die Tsjeggiese Republiek, Kanellopoulos en Skintzi (2016) vir Griekeland, Cuyvers, Steenkamp, Viviers, Rossouw en Cameron (2017) vir Suid-Afrika, Cameron en Viviers (2017) vir Rwanda, Oluwade vir Louisiana in die VSA (2018), en Jansen Van Rensburg, Viviers, Cameron en Parry (2019) vir Thailand en Suid-Afrika.

Die DSM is 'n analitiese metode wat uitvoermarkte en -produkte ondersoek en sistematies die potensiële invoerdersmarkte filter om volgens die optimale mark- en produkkombinasies die mees realistiese uitvoergeleenthede vir 'n uitvoerland te identifiseer. Die doel hiervan is om sowel firmas as uitvoerbevorderingsorganisasies behulpsaam te wees met hulle strategiese

⁶ TRADE-DSM is 'n geregistreerde handelsmerk van die Noordwes-Universiteit (Potchefstroomkampus), Suid-Afrika, se TRADE-navorsingsfokusarea.

uitvoerbesluite. Verder ondersteun hierdie sistematiese en metodiese identifisering van potensiële uitvoergeleenthede ook die vorming van regeringsbeleid deur realistiese uitvoergeleenthede wat die grootste kans op sukses het, uit te wys (Cameron & Viviers, 2017).

Buiten van die DSM-metode om uitvoergeleenthede te identifiseer, is daar die *International Trade Centre se Export Potential Assessment Methodology*. Hierdie metodologie analiseer potensiële uitvoergeleenthede aan die hand van drie faktore: aanbod, vraag en gemak van handel (International Trade Centre, 2017:1). Firms gebruik verskillende metodes om uitvoergeleenthede te bepaal maar volgens die *International Trade Centre* is die *Export Potential Assessment Methodology* en die DSM die enigste twee metodologieë wat tans beskikbaar is om vir 'n land uitvoergeleenthede op produkvlak na die res van die wêreld te identifiseer: “*To the best of our knowledge, the DSM is the only other approach that combines supply, demand and market access conditions in order to provide advice on export opportunities at a detailed product level*” (International Trade Centre, 2017:4).

Soos in afdeling 1.5 gemeld, word die DSM se metodologie vir hierdie studie gebruik. Alhoewel die DSM alle moontlike produk- en markkombinasies kan identifiseer wat daar binne die raamwerk van die metodologie van die DSM vir 'n uitvoerland kan wees, word daar in hierdie studie slegs gekonsentreer op die realistiese uitvoergeleenthede vir die Volksrepubliek China en die Republiek van Suid-Afrika wat as bilateraal geïdentifiseer kan word.

Die DSM gebruik vier groepe filters om die mees optimale potensiële uitvoergeleenthede te identifiseer. Die model voorveronderstel dat al die invoermarkte van die wêreld potensiële geleenthede vir 'n uitvoerland inhou. Om hierdie rede word alle moontlike produk-land-kombinasies deur die filters gevoer (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012).

3.2 Filters

Die eerste filtergroep waardeur lande gevoer word, is 'n ontleding van die lande se algemene markpotensiaal. Die filtergroep se doel is om relatief “goeie” of “aanvaarbare” handelsvennote (markte) vir Suid-Afrika en China te identifiseer deur die uitskakeling van markte met te hoë politieke en kommersiële risiko, asook die uitskakeling van markte waarvan die ekonomieë te klein is of te lae ekonomiese groei toon. Die lande wat nie aan die filtermaatstawwe voldoen nie, word uitgehaal. Soos hier bo genoem, word daar vir die doeleindes van hierdie studie slegs bilaterale uitvoergeleenthede tussen Suid-Afrika en China oorweeg. Filter 2 evalueer die markpotensiaal van die oorblywende lande vir al die moontlike produkte. Die filter gebruik die grootte en die groei per produk van die invoermarkte om te identifiseer watter mark-produk-kombinasies realisties is om te behou vir verdere ontleding. Al die geleenthede (gedefinieer

as mark- en produkkombinasies) wat aan die filtermaatstawwe van filter 2 voldoen, word deur filter 3 verder ontleed vir marktoeganklikheid volgens die maatstaf vir handelshindernisse (sommige net op markvlak, byvoorbeeld die koste van logistiek, en sommige op mark-produkvlak, byvoorbeeld invoertariewe op produkvlak), en die mate van invoerkonsentrasie per produk in die mark. Die laaste filter kategoriseer die oorblywende potensiële geleenthede sonder om die geleenthede verder te verminder. Die kategorisering vind plaas volgens die mededingingsvoordeel vir die uitvoerland in die invoerland se markte vir elke individuele produk. Die doel hiervan is om die sterk of swak punte van die uitvoerland se posisie in die invoerland aan die lig te bring. Die eerste drie filters dien om minder aantreklike geleenthede uit te skakel. Die finale kategorisering toon die mees realistiese uitvoergeleenthede wat daar vir die uitvoerland is (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012).

Hier onder word elke filter afsonderlik in meer besonderhede bespreek.

3.3 Filter 1: Identifisering van voorlopige markgeleenthede

Die eerste filtergroep het ten doel om markte waarvoor uitvoergeleenthede kan bestaan, voorlopig te identifiseer. Die filtergroep het twee onderafdelings. Die eerste subfilter sif invoermarkte volgens politieke en kommersiële risiko (filter 1.1). Die tweede subfilter sif die potensiële markte volgens makroëkonomiese groei en grootte (filter 1.2).

Die eerste subfilter 1 evalueer die politieke (filter 1.1.1) en kommersiële (filter 1.1.2) risiko vir uitvoerders as hulle deur middel van uitvoer met die verskillende lande sake sou doen. Die DSM maak gebruik van die risikogradering van die Belgiese openbare kredietversekeraar, naamlik die Office National du Ducroire/Nationale Delcreditedienst (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:56), wat sedert 2013 onder die nuwe naam Credendo Group handel dryf (Credendo Group, 2013).

Die Credendo-risikoklassifikasie stem ooreen met die Organisasie vir Ekonomiese Samewerking en Ontwikkeling (OESO) se premiumklassifikasie (Credendo Group, s.j.) en voldoen aan die OESO se *Arrangement on Guidelines for Officially Supported Export Credits* (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:58).

Politiese risiko (wat gebruik word as filter 1.1.1) word deur die Credendo Group (2019) gedefinieer as enige onvoorsienbare gebeurtenis in die invoerland wat dit vir die invoerder onmoontlik maak om sy kontrak te vervul en dus versekeringseise tot gevolg het. Dit sluit onder meer in 'n tekort aan buitelandse valuta, oorlog, revolusie, opstande, natuurrampe en arbitrêre staatsinmenging.

Die lande se risikoklassifikasie word nie gegradeer vanuit die oogpunt van 'n spesifieke land nie, maar eerder onafhanklik van mekaar volgens kategorieë. Hierdie indeling is verteenwoordigend van hoe groot die risiko is wat voorspruit uit politieke en ander verbandhoudende gebeure. Politieke risiko word geëvalueer volgens 'n reeks van sewe kategorieë. Die eerste kategorie sluit die lande in wat die laagste risiko het en kategorie 7 dié met die hoogste risiko (Credendo, 2019).

Die sewe kategorieë waarin lande geplaas word, word volgens die volgende drie aanwysers bepaal: evaluering van die land se i) ekonomiese en finansiële situasie, ii) politieke situasie en iii) betalingsservaring. Lande kry hiervolgens drie politieke risikograderings tussen 1 en 7 vir onderskeidelik die kort termyn, die mediumtermyn en die lang termyn (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:57).

Kommersiële risiko (wat gebruik word as filter 1.1.2) word deur die Credendo Group geëvalueer volgens die volgende drie aanwysers: i) Ekonomiese en finansiële aanduiders wat alle maatskappye in 'n land beïnvloed deur die uitwerking daarvan op korporatiewe sukses en balansstate. Voorbeelde hiervan is onstabiliteit van die wisselkoers, finansieringskoste, die ekonomiese siklus en inflasie. ii) Aanwysers wat aandui hoe debiteureverstek die land se terugbetalings beïnvloed. iii) Aanwysers wat die institusionele omgewing beskryf waarin maatskappye funksioneer. Voorbeelde hiervan is korrupsie en die gehalte van die regstelsel. Ook in hierdie afdeling word lande onafhanklik van mekaar gegradeer en nie vanuit die oogpunt van 'n spesifieke land nie (Credendo, 2019).

Die Credendo Group gradeer lande volgens hierdie aanwysers in drie kategorieë (Credendo, 2019). Kategorie A verteenwoordig lande wat 'n lae kommersiële risiko het. Kategorie B is lande waarvan die risiko gesien word as normaal en kategorie C is lande wat 'n bogemiddelde kommersiële risiko het.

Vir die doel van die DSM word die Credendo Group se drie politieke risikograderings (kort, medium- en lang termyn) vir 'n land omgeskakel van sewe kategorieë na tien. Die kommersiële risikogradering van die Credendo Group word omgeskakel van A, B en C na 'n punt uit 10. 3,33 word gegee vir lande met 'n A-gradering deur Credendo. 6,67 word toegeken aan lande met 'n B-gradering en 10 word toegeken aan lande met 'n C-gradering. Die gemiddelde waarde van die drie politieke risikograderings word bereken. Die gemiddelde politieke risikogradering en die kommersiële risikogradering word gekombineer en dra dieselfde gewig. Hierdie gekombineerde gradering is die algehele risikogradering vir die land

onder oorweging. Lande wat 'n gradering van 6C, 7A, 7B of 7C het, dit wil sê die hoogste risikograderings, word uitgeskakel en nie verder oorweeg nie (Cameron & Viviers, 2017:143).

Die tweede deel van filtergroep 1 evalueer makroëkonomiese groei en grootte (wat gebruik word as filter 1.2). Die aanwysers wat hiervoor gebruik word, is bruto binnelandse produk (BBP) en BBP *per capita*. Die filter bepaal of die verskillende moontlike invoerlande genoegsame markgrootte en groeipotensiaal het (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:58). Data van die Wêreldbank word gebruik (Cameron & Viviers, 2017:143).

Die 20ste persentiel van die BBP- en BBP-*per capita*-waardes van al die lande wat oorweeg word, word as afsnypunt gebruik vir elke jaar onder oorweging. As die BBP- en BBP-*per capita*-waardes hoër is as die 20ste persentiel-snypunt vir ten minste twee opeenvolgende jare in die mees onlangse driejaarperiode waarvoor daar data beskikbaar is, dan word die land verder oorweeg (Cameron & Viviers, 2017:144).

Slegs as 'n land aan beide filter 1.1 en filter 1.2 voldoen, word die land deurgelaat na filter 2. As 'n invoerland dus minder politieke en ekonomiese risiko het as die vereiste van filter 1.1 en 'n groter ekonomie of meer ekonomiese groei het as die vereiste van filter 1.2, dan word daardie land in filter 2 in ag geneem. Hierdie invoermarkte dien as voorlopige geleenthede vir verdere oorweging (Cameron & Viviers, 2017:144).

3.4 Filter 2: Identifisering van moontlike geleenthede

In hierdie filter word die oorblywende moontlike markte met die verskillende produkroepe gekombineer en geëvalueer. Produkroepe word geklassifiseer volgens 'n sessyfer-HS (HS6). Die oorblywende markte moet beskik oor voldoende invoergrootte en aan die groeikriteria voldoen om vir die volgende filter te kwalifiseer. Die groeikoers van invoer van elke gegewe produkroep deur elke aanvanklike invoerland word geëvalueer. Verder word die invoerwaarde van elke produkroep na die betrokke land geëvalueer. Produkroep-land-kombinasies word uitgeskakel as hulle nie die afsnypunt vir hierdie filter haal nie (Cuyvers, 2004:257).

Die invoergroeikoers (korttermyn- en langtermyn-groeikoers) en invoermarkgrootte word bepaal deur die internasionale invoerdata van die CEPII (Centre d'Études Prospectives et d'Informations Internationales) se BACI (*Base pour l'Analyse du Commerce International*) te gebruik. Die BACI-databasis word saamgestel uit die Comtrade-databasis van die statistiese afdeling van die Verenigde Nasies. Die Comtrade-databasis is 'n rekonsiliasie van

gerapporteerde handelsdata van ongeveer 150 lande. Die KVV-invoerwaardes⁷ en die VAB-uitvoerwaardes⁸ word gerekonsilieer sodat daar net een waarde vir bilaterale handel is. Die betroubaarheid van die data soos dit deur die verskillende lande gerapporteer word, word ook in ag geneem wanneer hierdie rekonsiliasie gedoen word (Gaulier & Zignago, 2010).

Die drie veranderlikes (aanwysers) van filter 2 wat vir elke produkgroep-land-kombinasie bereken word, is i) korttermyninvoergroei, ii) langtermyninvoergroei en iii) relatiewe invoermarkgrootte. Volgens Cuyvers (2004) word korttermyninvoergroei gedefinieer as die groeikoerspersentasie (eenvoudig bereken) van die invoer van elke produkgroep (sessyfer-HS) volgens die mees onlangse data beskikbaar (jongste twee jaar). Die langtermyninvoergroei is die saamgestelde jaarlikse groeikoerspersentasie van invoer oor 'n tydperk van vyf jaar (Cameron & Viviers, 2017:144).

Relatiewe invoermarkgrootte word bereken as die verhouding van die invoer van 'n spesifieke produkkategorie na 'n spesifieke land tot die totale invoer van daardie produkkategorie oor die wêreld heen (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:61).

Cuyvers *et al.* (1995:178) wys egter daarop dat lande wat reeds in die uitvoer van 'n produkkategorie gespesialiseer is, bevoordeel word bo lande wat nog min of geen van hierdie produkte uitvoer nie. Om hierdie rede word die afsnypunt vir hierdie markte nie so streng bereken nie. Die metode waarvolgens hierdie voordeel bereken word, is die bekendgemaakte komparatiewe voordeel oftewel RCA (*revealed comparative advantage*).

Die RCA word soos volg bereken (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:61):

$$RCA = \frac{\left(\frac{X_{i,j}}{X_{wêreld,j}} \right)}{\left(\frac{X_{i,t}}{X_{wêreld,t}} \right)}$$

waar:

i die land is waarvoor daar realistiese uitvoergeleenthede geïdentifiseer word vir elke produkkategorie;

j die produkkategorie is wat oorweeg word;

wêreld die wêreld is;

⁷ KVV (koste, versekering en vrag): Die koste wat die uitvoerder aangaan om die goedere tot by die invoerder te bring.

⁸ VAB (vry aan boord): Die invoerder neem die verantwoordelikheid van die goedere oor wanneer die goedere die hawe van die uitvoerder verlaat.

$X_{i,j}$ die uitvoer deur land i van produkkategorie j is;
 $X_{wêreld,j}$ die totale uitvoer van produk j in die wêreld is;
 $X_{i,t}$ die totale uitvoer deur land i vir alle produkkategorieë is; en
 $X_{wêreld,t}$ die totale uitvoer in die wêreld van alle produkkategorieë is.

As die RCA gelyk aan nul is, dui dit aan dat die uitvoerland slegs marginaal of glad nie van die produkgroep uitvoer nie (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:61). So 'n produkgroep word uitgeskakel (Cuyvers *et al.*, 1995:179). 'n RCA wat groter as of gelyk aan 1 is, dui daarop dat die uitvoerland redelik gespesialiseerd in die uitvoer van die betrokke produkgroep is, gemeet teen die relatiewe bydrae van die uitvoerland tot die wêreld se totale uitvoer van die betrokke produkgroep (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:61).

Die metode gebruik die afsnypunte vir filter 2, wat soos volg bereken word:

Vir kort- en langtermyninvoergroei word 'n s -graderingsfaktor afgelei met die doel om die uitvoerland se vlak van spesialisasie in ag te neem (Cuyvers, 2004:259-260):

$$s_j = 0.8 + \frac{1}{(RCA_j + 0.85)uitv^{(RCA_j - 0.01)}}$$

waar:

s_j die graderingsfaktor vir spesialisasie in uitvoer van produkgroep j is; en
 OKV_j die bekendgemaakte mededingingsvoordeel vir produkgroep j is.

Dan word die afsnypunt vir beide die kort- en die langtermynngroei soos volg bereken (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:62):

$$g_{i,j} \geq G_j$$

waar:

j die produkkategorie is wat oorweeg word;
 i die uitvoerland is wat oorweeg word;
 $g_{i,j}$ die groeikoers van invoere van produkkategorie j in land i is;
 $G_j = g_{wêreld,j} s_j$ as $g_{wêreld,j} \geq 0$; of
 $G_j = \frac{g_{wêreld,j}}{s_j}$ as $g_{wêreld,j} < 0$; en
 $g_{wêreld,j}$ die totale wêreldinvoer van produkkategorie j is.

Die afsnypunt vir relatiewe markgrootte word soos volg bereken (Cuyvers, 2004:260):

$$M_{i,j} \geq S_j$$

waar:

j die produkkategorie is wat oorweeg word;

i die invoerland is wat oorweeg word;

$M_{i,j}$ die relatiewe markgrootte van die invoerland vir produkkategorie j in land i is;

$S_j = 0.02M_{wêreld,j}$ as $RCA_j \geq 1$; of

$S_j = \left[\frac{(3 - OKV_j)}{100} \right] M_{wêreld,j}$ as $RCA_j < 1$; en

$M_{wêreld,j}$ die totale wêreldmarkgrootte van produkkategorie j is.

Die moontlike kombinasies van resultate van die toetsing van die drie aanwysers word soos volg uitgebeeld:

Tabel 3-1: Kategorieë ná toetsing in filter 2

Kategorieë	Korttermyn- invoermarkgroei	Langtermyn- Invoermarkgroei	Relatiewe invoermarkgrootte
0	0	0	0
1	1	0	0
2	0	1	0
3	0	0	1
4	1	1	0
5	1	0	1
6	0	1	1
7	1	1	1

Bron: Cuyvers 1997:7

In tabel 3-1 word 0 toegeken as die produkgroepland nie voldoen aan die vereistes van een van die kategorieë nie en 1 as die land wel voldoen aan die vereistes van daardie betrokke kategorie.

As 'n produkgroep-land-kombinasie wat nie aan die vereistes van enige van die drie aanwysers (korttermyn-groeikoers, langtermyn-groeikoers en markgrootte) voldoen nie (kategorie 0), of slegs aan die vereistes van die korttermyn-groeikoers voldoen (kategorie 1), of slegs aan die vereistes van die langtermyn-invoergroeikoers voldoen (kategorie 2), dan val die betrokke kombinasie uit en word dit nie in filter 3 verder oorweeg nie. As die produkgroep-

land-kombinasie egter voldoen aan die markgroottevereiste (kategorie 3) of voldoen aan groei op beide die kort en die lang termyn (kategorie 4), of aan korttermyn groei en markgrootte (kategorie 5), of aan langtermyn groei en markgrootte (kategorie 6), of aan al drie die kategorieë (kategorie 7), dan word dit in filter 3 verder oorweeg (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:64, 65).

Hierdie kombinasies van lande en produkkategorieë (3, 4, 5, 6 en 7) dui op moontlike geleenthede vir verdere oorweging en dus op moontlike “realistiese” uitvoergeleenthede (Steenkamp, Grater & Viviers, 2016:60).

3.5 Filter 3: Identifisering van waarskynlike en realistiese uitvoergeleenthede

Filter 1 dui 'n land as 'n aanvanklike geleentheid aan wanneer dit aan die nodige vereistes van 'n lae politieke en ekonomiese risiko en genoegsame ekonomiese groei en grootte voldoen. Filter 2 identifiseer kombinasies van invoermarkte en produkroepe wat moontlike geleenthede aandui as hierdie markte genoegsame invoerwaarde en ook genoegsame groei in invoerwaarde van die betrokke produkroepe toon. Uitvoerlande wat reeds in die vervaardiging van 'n produkroepe 'n voorsprong het, word nie volgens dieselfde standaard beoordeel as lande wat relatief min of geen ervaring in die vervaardiging van die produkroepe het nie.

Tog is dit nie genoegsame filtrering nie. Volgens Cuyvers *et al.* (1995:179) is bogenoemde filters nog nie 'n aanduiding van die gemak of kompleksiteit waarmee toegang tot die markte wat geïdentifiseer is, verkry kan word nie. Daarom word daar in filter 3 getoets vir twee elemente wat toegang tot 'n mark kan verhinder. Filter 3.1 toets vir die vlak van invoerkonsentrasie wat reeds binne 'n mark is, en filter 3.2 toets vir handelsbeperkings wat die invoerland in die mark of produkroepe het.

Cuyvers *et al.* (1995:180) toon dat daar 'n hoë vlak van konsentrasie in 'n invoermark is as 'n relatief klein aantal uitvoerlande 'n relatief groot marktaandeel in die invoermark het. Hierdie uitvoerders het dus 'n mededingingsvoordeel bo kleiner uitvoerders, aangesien hulle goed bekend is by die plaaslike aankopers en hulle reeds 'n basis van kennis van die mark het.

Die DSM gebruik in filter 3.1 die Herfindahl-Hirschmann-indeks (HHI) om te toets vir die graad van konsentrasie in 'n mark wat toegang sal beperk (Cameron & Viviers, 2017:148). Die indeks word soos volg bereken:

$$HHI_{i,j} = \sum \left(\frac{Z_{k,i,j}}{Z_{tot,i,j}} \right)^2$$

waar:

k die uitvoerland is wat oorweeg word;

i die invoerland is wat oorweeg word;

j die produkkategorie is wat oorweeg word;

$Z_{k,i,j}$ die totale invoer van produkkategorie j uit land k^9 na land i is; en

$Z_{tot,i,j}$ die totale invoer van produkkategorie j na land i is.

'n HHI-waarde wat nader aan 0 is, dui daarop dat die mark minder gekonsentreerd is. Daar is relatief meer verskaffers wat elkeen 'n min of meer gelyke markaandeel het. Wanneer die HHI-waarde nader aan 1 is, dui dit daarop dat 'n klein aantal verskaffers 'n markaandeel het. 'n HHI-waarde van 1 toon dat daar net een verskaffer is wat die hele markaandeel het (Steenkamp, Grater & Viviers, 2016:62).

In die gebruik van die HHI word daar ook onderskei tussen markte wat groot is en/of groei toon, en markte wat gestagneer het en/of klein is (Cuyvers *et al.*, 1995:180). Daar word weer gebruik gemaak van die kriteria in filter 2, en die volgende afsnypunte word gebruik (Cameron & Viviers 2017:148):

$$h_k \geq HHI_{i,j}$$

Kategorie 3: $h_k = 0.4$

Kategorie 4,5 en 6: $h_k = 0.5$

Kategorie 7: $h_k = 0.6$

waar:

h_k die gemiddelde van die HHI-waardes van al die produkgroep-land-kombinasies is wat ondersoek word.

Hoër konsentrasies in die mark word toegelaat vir markte wat groter is en besig is om te groei (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:67). In kategorie 3-markte – dit is markte wat relatief groot is – word daar dus konsentrasievlakke van hoogstens 40% toegelaat. In Kategorieë 4-, 5- en 6-markte – dit is markte wat relatief groot en groeiend is – word konsentrasievlakke van

⁹ Invoer van die land waarop die land toegepas word, is van die teller van hierdie vergelyking uitgesluit.

hoogstens 50% toegelaat. Markte wat relatief groot groei op die kort en lang termyn toon, word konsentrasievlakke van hoogstens 6% toegelaat (Cameron & Viviers 2017:149).

Filter 3.2 toets vir handelsbelemmerings wat toegang tot die mark sal beperk. Voorbeelde van belemmerings is vervoerkoste, invoerbelasting, nietariefbelemmerings, kwantitatiewe invoerbeperking, en die tyd wat daar by die toegangspoort bestee word om die goedere toegelaat te kry tot die binneland. Dieselfde samestelling van filter 3.2 as wat Cameron en Viviers (2017) beskryf, word in hierdie studie gebruik.

Volgens hierdie metode word drie veranderlikes getoets, naamlik i) tariewe, ii) internasionale verskepingkoste, binnelandse en internasionale transitotye, en transito-grenskostebenaderings, en laastens iii) die plaaslike koste van invoer. Hierdie drie veranderlikes word bereken as 'n *ad valorem*-ekwivalent van die waarde van die goedere en word bymekaargetel om 'n totale *ad valorem*-ekwivalent van handelskoste per produkgroep-land-kombinasie te bereken (Cameron & Viviers, 2017:26).

Die totale *ad valorem*-ekwivalentpersentasie van die koste van die vervoer van produkte van die toegangspoort van die uitvoerland tot by die finale bestemming in die invoerland word 'n saamgestelde relatiewe marktoegangindeks genoem, oftewel MAI_{ij} . Hierdie indeks word vir elke potensiële produkkategorie-land-kombinasie vir die uitvoerland bereken. Die saamgestelde relatiewe marktoegangindeks word soos volg bereken (Cameron & Viviers, 2017:29):

$$MAI_{ij} = (avet \times AVET_{ijk} + aves \times AVES_{ij} + aveh \times AVEH + aved \times AVED_j)$$

waar:

k die uitvoerland is wat oorweeg word;

i die invoerland is wat oorweeg word;

j die produkkategorie is wat oorweeg word;

$AVET$ die *ad valorem*-ekwivalenttarief is;

$avet$ die geweegde koëffisiënt van $AVET_{ijk}$ is vir al die moontlike kombinasies wat oorweeg word;

$AVES$ die *ad valorem*-ekwivalent vir internasionale verskepingkoste is;

$aves$ die geweegde koëffisiënt van $AVES_{ij}$ is vir al die moontlike kombinasies wat oorweeg word;

$AVEH$ Hummels se *ad valorem*-ekwivalent vir koste van verskepingstyl is;

aveh die geweegde koëffisiënt van AVEH is vir al die moontlike kombinasies wat oorweeg word;

AVED die *ad valorem*-ekwivalent vir die plaaslike binnelandse koste van invoer is; en

aved die geweegde koëffisiënt van $AVED_j$ is vir al die moontlike kombinasies wat oorweeg word.

Die afsnypunt wat gebruik word, is:

$$MAI_{ij} \leq C_{MAI}$$

waar:

C_{MAI} die Pareto-ingeligte afsnypunt vir die relatiewe marktoegangindeks is.

Die Pareto-beginsel is die sogenaamde 80:20-beginsel. Daarvolgens moet die produkkategorie-land-kombinasies 'n *ad valorem*-ekwivalentpersentasie van die algehele vervoerkoste hê van minder of gelyk aan die 80ste persentiel van die totale *ad valorem*-koste van die kombinasies wat oorweeg word (Cameron & Viviers, 2017:29).

Produkkategorie-land-kombinasies wat aan die maatstawwe van beide filter 3.1 (lae relatiewe konsentrasie in die invoermark) en filter 3.2 (lae relatiewe beperkinge op handel in die invoermark) voldoen, word deurgelaat na filter 4 en maak waarskynlike uitvoergeleenthede uit (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:68).

3.6 Filter 4: Finale analise en kategorisering van uitvoergeleenthede

In hierdie filter word geen uitvoergeleenthede uitgeskakel nie. Die invoermarkte en geleenthede wat in filters 1 tot 3 geïdentifiseer is, word gekategoriseer en geprioritiseer om die realistiese uitvoergeleenthede te identifiseer. Hierdie kategorisering berus op invoermarkgrootte en groeikoers (soos volgens filter 2) en die uitvoerland se huidige marktaandeel, vergeleke met die ses grootste mededingers (uitvoerders) in daardie mark (Steenkamp, Grater & Viviers, 2016:64).

Die motivering vir laasgenoemde lê daarin dat, indien 'n land suksesvol is om 'n relatief sterk posisie in 'n mark te kry, die land 'n voordeel bo ander lande het om sake in die betrokke mark te doen (Cuyvers *et al.*, 1995:182). Vir elke produkgroep, oftewel mark, wat na filter 4 deurgelaat is, word die volgende bereken (Cameron & Viviers, 2017:150):

$$\mu_{n,ij} = \frac{(X_{n,i,j})}{(X_{ses,i,j})}$$

waar:

$\mu_{n,ij}$ die relatiewe markaandeel is van land n vir produkkategorie j in land i ;

$X_{n,ij}$ land n se uitvoer van produkkategorie j na land i is; en

$X_{ses,ij}$ die totale uitvoer van die ses grootste uitvoerlande van produkkategorie j na land i is.

Daar word dus 'n vergelyking getref tussen die markaandeel van land n vir produkkategorie j in land i en die ses grootste mededingers om 'n relatiewe markaandeel ($\mu_{n,ij}$) te bereken (Cameron & Viviers, 2017:151).

Die volgende vier kategorieë vir hierdie relatiewe verhouding van land n se markaandeel word geïdentifiseer (Cameron & Viviers, 2017:151):

$0 < \mu_{n,ij} < 0,05$	Die relatiewe markaandeel van land n vir produkkategorie j in land i is relatief klein (groter as 0% maar kleiner as 5%) in vergelyking met die ses grootste mededingers.
$0,05 \leq \mu_{n,ij} < 0,15$	Die relatiewe markaandeel van land n vir produkkategorie j in land i is intermediêr klein (groter as of gelyk aan 5% maar kleiner as 15%) in vergelyking met die ses grootste mededingers.
$0,15 \leq \mu_{n,ij} < 0,25$	Die relatiewe markaandeel van land n vir produkkategorie j in land i is intermediêr groot (groter as of gelyk aan 15% maar kleiner as 25%) in vergelyking met die ses grootste mededingers.
$\mu_{n,ij} \geq 0,25$	Die relatiewe markaandeel van land n vir produkkategorie j in land i is relatief groot (groter as of gelyk aan 25%) in vergelyking met die ses grootste mededingers.

Hierdie filterproses word gebruik om die realistiese uitvoergeleenthede wat geïdentifiseer is, te kategoriseer soos in die volgende tabel:

Tabel 3-2: Kategorisering van geleenthede in filter 4

Grootte en groei van invoermark	Marktaandeel van land n (filter 4)			
	Relatief klein	Intermediêr klein	Intermediêr groot	Relatief groot
Groot mark	Sel 1	Sel 6	Sel 11	Sel 16
Groeiende mark (kort en lang termyn)	Sel 2	Sel 7	Sel 12	Sel 17
Groot mark met korttermyn groei	Sel 3	Sel 8	Sel 13	Sel 18
Groot mark met langtermyn groei	Sel 4	Sel 9	Sel 14	Sel 19
Groot mark met kort- en langtermyn groei	Sel 5	Sel 10	Sel 15	Sel 20

Bron: Cameron en Viviers, 2017:151

Daar word dus 20 verskillende selle geïdentifiseer en al die markte wat toegang tot filter 4 kry, word in hierdie 20 selle ingedeel. Elke produkkategorie-land-kombinasie word tussen sel 1 en sel 20 ingedeel. Daaruit kan afgelei word wat die potensiele vraag in die aankoopmark is (grootte en groei van invoermark) en die huidige benutting van hierdie geleenthede deur die uitvoermark (relatiewe marktaandeel) vir elk van die produkkategorie-land-kombinasies (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:69).

Ná die kategorisering in filter 4 word die land se vermoë om 'n produk te produseer (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:75) sowel as die waarskynlikheid dat die produk bloot 'n heruitvoer is, ook in ag geneem as twee toegevoegde kriteria (Cameron & Viviers, 2017:3).

Vir eersgenoemde toegevoegde kriterium word daar gebruik gemaak van die RCA van die uitvoerland in die vervaardiging en uitvoer van 'n produk sodat die fokus geplaas word op realistiese uitvoergeleenthede waarvoor die uitvoerland relatief gespesialiseerd is. Die kriterium word as volg bereken (Cuyvers, Steenkamp & Viviers, 2012:75):

$$RCA_j = \frac{\left(\frac{X_{n,j}}{X_{wêreld,j}} \right)}{\left(\frac{X_{n,totaal}}{X_{wêreld,totaal}} \right)}$$

waar:

$X_{n,j}$ land n se uitvoer van produkkategorie j is;

$X_{wêreld,j}$ die totale uitvoer wêreldwyd van produkkategorie j is;

$X_{n,totaal}$ land n se totale uitvoer van alle produkkategorieë is; en

$X_{wêreld,totaal}$ die totale uitvoer van alle produkkategorieë in die wêreld is.

In navolging van Cameron (2018:28) word dié kriterium gebruik om die fokus te plaas op alle realistiese uitvoergeleenthede waarvan die $RCA_j \geq 1$.

Die tweede toegevoegde kriterium poog om verder te bepaal of 'n produk plaaslik in die uitvoerland vervaardig word of 'n heruitvoer is. Die RCA neem slegs uitvoer in ag. Vir hierdie kriterium word die RCA aangepas om invoer uit te sluit en sodoende die bekendgemaakte handelsvoordeel (RTA – *revealed trade advantage*) te identifiseer. Dit word soos volg bereken (Cameron, 2018:31):

$$RTA_{i,j} = RCA_{i,j} - RMA_{i,j}$$

waar:

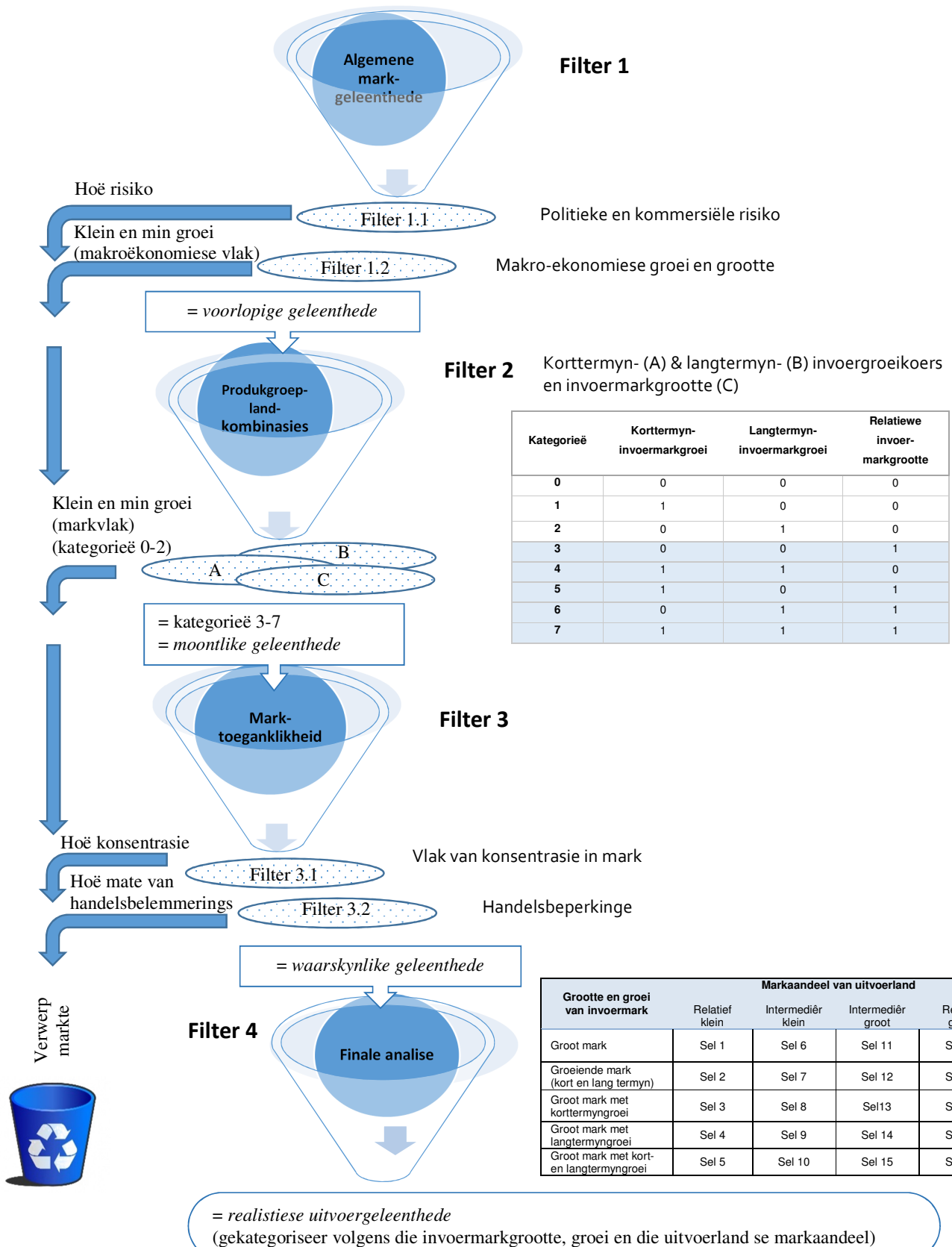
$RTA_{i,j}$ land i se bekendgemaakte handelsvoordeel vir die uitvoer van produkkategorie j is;

$RCA_{i,j}$ land i se bekendgemaakte komparatiewe voordeel vir die uitvoer van produkkategorie j is; en

$RMA_{i,j}$ land i se bekendgemaakte invoer van produkkategorie j is.

Cameron en Viviers (2017:3) se metode word gevolg in die aanname dat 'n $RTA \geq 0$ aandui dat die meeste van die produkte plaaslik vervaardig word en heruitvoer uitgesluit word.

3.7 Grafiese voorstelling en oorsig van die DSM-metodologie



3.8 Tydgeweegde gemiddelde

In Cuyvers *et al.* (2016) se aanwending van die DSM word die berekeninge nie slegs gedoen met die beskikbare internasionale handelsdata van die betrokke jaar nie. Die vyfjaar- tydgeweegde gemiddelde word bereken deur die jongste handelsdata te gebruik. Vir die 2016-studie is data van 2016 terugwerkend tot 2012 gebruik. Vir die bepaling van werklike teenoor potensiele realistiese uitvoergeleenthede word die vyfjaar- tydgeweegde gemiddelde bereken vir die grootte van die invoermark (filter 2), die vlak van konsentrasie (filter 3.1), die bekendgemaakte afwesigheid van handelsbelemmerings (filter 3.2), die gebruik van die RCA en die bekendgemaakte handelsvoordeel

Die motivering hiervoor is om uitskietjare wat ongewoon lae of hoë waardes toon, te verdiskonteer. 'n Groter gewig word gegee aan die meer onlangse handelsdata (Cuyvers *et al.*, 2016:1).

3.9 Berekening van potensiele grootte van die uitvoermark

Die potensiele uitvoerwaarde van elke produkgroep-land kombinasie wat in die filterproses deurgelaat is, oftewel realistiese uitvoergeleenthede, word soos volg bereken (Cameron & Viviers, 2017:155):

$$Pot_{uitv_{i,j}} = gemiddelde(Z_{ses1,i,j}, Z_{ses2,i,j}, \dots, Z_{ses6,i,j})$$

waar:

$Z_{ses,i,j}$ invoerland i se invoer van produkgroep i van elk van die ses grootste mededingers is (uitgesluit die uitvoerland waarop die model van toepassing gemaak word).

Die potensiele waarde van die realistiese uitvoergeleenthede is die gemiddelde van die gemiddelde markwaarde van die 6 grootse mededingers. Hierdie waarde sal baie meer wees as die werklike uitvoerwaarde van die land onder oorweging indien die geleentheid in sel 1 tot 10 val, aangesien die uitvoerland 'n relatief klein marktaandeel hou. Geleentheid in sel 11 tot 20 sal meer ooreenstem met die werklike uitvoerwaarde. Die werklike uitvoerwaarde kan ook meer wees as hierdie potensiele waarde. In so 'n geval is die uitvoerland een van die primêre uitvoerders in die betrokke mark en voer hy dus meer uit as die gemiddelde markwaarde van die ses grootste mededingers (Cameron & Viviers, 2017:155).

3.10 Uitsluiting van geselekteerde HS6-produkroepe

Suid-Afrika is in beduidende mate afhanklik van die uitvoer van produkte wat in die primêre sektor vervaardig word, oftewel kommoditeite (kyk afdeling 2.6). Produkte wat hieronder val, is byvoorbeeld goud, diamante, koper, platinum, petroleum, steenkool en ander

mynbouprodukte. In 2017 het goudprodukte 15,6%, diamante 9%, platinum 8,3% en steenkool 5,8% van alle uitvoer van Suid-Afrika uitgemaak (Observatory of Economic Complexity, 2017).

Gegewe die gewig wat hierdie primêre produkte in die totale volume van Suid-Afrika se uitvoer dra, word die HS6-produksgroepkodes geïdentifiseer van produkte wat in bogenoemde kategorieë is (kyk ook afdeling 2.5). Daar is 172 HS6-produkkodes geïdentifiseer van groepe produkte wat primêr in die mynbou- en energiebedryf geproduseer word. Vir doeleindes van die empiriese ontleding van Suid-Afrika se uitvoergeleenthede in hierdie studie word hierdie kommoditeite in afdelings 4.5, 4.6, 4.7 en 4.8 ook uitgesluit ten einde uitvoergeleenthede vir produkte met toegevoegde waarde uit te lig (kyk afdeling 2.6).

3.11 Uitvoerbevorderingstrategie deur middel van die DSM

Afdeling 3.1 het die ontwikkeling van die DSM aangetoon. Een van hierdie ontwikkelinge is dat die kategorisering van realistiese uitvoergeleenthede ook gebruik kan word om 'n uitvoerbevorderingstrategie daar te ste.

Tabel 3-3: DSM-uitvoerbevorderingstrategie

Grootte en groei van invoermark	Markaandeel van land n (Filter 4)			
	Relatief klein	Intermediêr klein	Intermediêr groot	Relatief groot
Groot mark	Sel 1	Sel 6	Sel 11	Sel 16
Groeiende mark (kort en lang termyn)	Sel 2	Sel 7	Sel 12	Sel 17
Groot mark met korttermyn groei	Sel 3	Sel 8	Sel 13	Sel 18
Groot mark met langtermyn groei	Sel 4	Sel 9	Sel 14	Sel 19
Groot mark met kort- en langtermyn groei	Sel 5	Sel 10	Sel 15	Sel 20
Strategie:	Aanvallend: verken	Aanvallend: brei uit	Verdedigend: behou en hou in stand	

Bron: Cameron en Viviers, 2017:152

Selle 1 tot 10 dui geleenthede aan wat offensiewe markverkenning vra. Die uitvoerland (n) behou tans 'n relatief klein aandeel van die invoermarkte. Om van hierdie geleenthede gebruik te maak, moet die uitvoerland aanvallend die geïdentifiseerde geleenthede begin ontgin en bevorder. Die realistiese uitvoergeleenthede in selle 11 tot 15 verteenwoordig geleenthede waarin die uitvoerland reeds 'n groter markaandeel, relatief gesproke, gevestig het. Aanvallende uitbreiding van hierdie geleenthede word aanbeveel. Die strategie het ten doel

om die reeds gevestigde marktaandeel van die geïdentifiseerde geleenthede uit te bou. Laastens het die uitvoerland vir die geleenthede in selle 16 tot 20 reeds 'n relatief prominente teenwoordigheid in invoermarkte. 'n Verdedigende strategie is geskik om die huidige marktaandeel te behou en in stand te hou. Dus as 'n uitvoergeleenthede in sel 1 val, dui dit dat die uitvoerland tans 'n relatief klein marktaandeel het van die groot invoermark wat daar in land *n* is. Sou die uitvoerland hierdie geleenthede wou ontgin, sal hy 'n aanvallende uitvoerstrategie moet volg om hierdie mark te verken (Cuyvers *et al.*, 1995:183-184).

3.12 Samevatting

Om realistiese bilaterale uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika en China te identifiseer word van die DSM-metode gebruik gemaak. Die DSM is 'n analitiese metode wat uitvoermarkte en -produkte ondersoek en sistematies die potensiele invoermarkte filter om volgens die optimale mark- en produkkombinasies die mees realistiese uitvoergeleenthede vir 'n uitvoerland te identifiseer. Vir meer inligting oor die DSM metode kan verwys word na die toepassing daarvan op Rwanda deur Cameron en Viviers (2017).

Die filterproses van die DSM bestaan uit vier filtergroepe. Filtergroep 1 identifiseer voorlopige markgeleenthede, oftewel relatief “goeie” of “aanvaarbare” handelsvennote (markte) vir Suid-Afrika en China deur die uitskakeling van markte met te hoë politieke en kommersiële risiko.

In die tweede filtergroep word die oorblywende moontlike markte met die verskillende produk-groepe gekombineer en geëvalueer. Produk-groepe word geklassifiseer volgens die sessyfer-HS (HS6)-sisteem. Die oorblywende markte moet beskik oor voldoende invoergrootte en aan die groeikriteria voldoen om vir die volgende filter te kwalifiseer.

Die derde filter identifiseer waarskynlike uitvoergeleenthede deur markte te toets vir elemente wat toegang tot die mark kan verhinder. Die vlak van invoerkonsentrasie wat reeds binne 'n mark bestaan en die handelsbeperkinge wat die invoerland in die mark of produk-groep het, word gebruik.

In filter 4 word uitvoergeleenthede nie uitgeskakel nie, maar die finale kategorisering van die realistiese uitvoergeleenthede word gedoen. Hierdie kategorisering berus op invoermarkgrootte en groeikoers asook die uitvoerland se huidige marktaandeel, vergeleke met die ses grootste mededingers in daardie mark. Hierdie kategorisering is veral van belang vir uitvoerbevoororderingsorganisasies, soos wat in hoofstuk 4 verder bespreek word.

Die resultate van die DSM-filterproses vir beide Suid-Afrika en China, asook die implikasies vir die lande se uitvoerstrategieë, word vervolgens in hoofstuk 4 bespreek.

Hoofstuk 4: Empiriese resultate

4.1 Inleiding

Hoofstuk 3 het die metodologie van die DSM bespreek, asook die proses waarvolgens lande en produkte aan die hand van vier filtergroepeerings gefilter is. Die filterproses het die doel om minder haalbare geleenthede uit te skakel en die mees realistiese geleenthede te identifiseer en te kategoriseer.

Soos aangetoon in die bespreking van filter 1 van die model in hoofstuk 3, word alle moontlike lande waarvoor daar data beskikbaar is, in ag geneem. Die empiriese resultate wat uit die toepassing van die DSM vir beide China en Suid-Afrika gelewer word, sluit dus meer as net die realistiese uitvoergeleenthede tussen China en Suid-Afrika in, maar die studie fokus slegs op die realistiese bilaterale uitvoergeleenthede tussen Suid-Afrika en Suid-Afrika.

Alhoewel die bespreking in hierdie hoofstuk slegs op die realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China en uit China na Suid-Afrika fokus, word alle moontlike invoerlande vir sowel Suid-Afrika as China in die toepassing van die DSM in berekening gebring aangesien dit die standaardmetode van die DSM is. Die filterproses word toegepas op alle lande en produkroepe (op sessyfvlak, HS6) waarvoor daar data beskikbaar is. Hierdie bilaterale aanwending van die besluitondersteuningsmodel vir China en Suid-Afrika is soortgelyk aan die aanwending van die besluitondersteuningsmodel vir Thailand en die Assosiasie van Suidoos-Asiatiese Nasies +3 (ASEAN + 3) in die studie van Cuyvers *et al.* (2017), en in die studie oor die uitvoergeleenthede tussen Suid-Afrika en Thailand (Jansen van Rensburg, Viviers, Cameron & Parry, 2018.)

In hierdie hoofstuk word die resultate van die toepassing van die DSM vir onderskeidelik Suid-Afrika en China bespreek. Eerstens word die analyses van Suid-Afrika en China se realistiese uitvoergeleenthede stapsgewys aan die hand van die filterproses van die DSM gedoen, waarna die grootste geleenthede ten opsigte van potensiële waarde uitgelig word. Vervolgens word aanbevelings oor die toepaslike uitvoerstrategie aan die hand van enkele voorbeelde gemaak. Hierna word die realistiese uitvoergeleenthede aan die hand van die Standaardnywerheidsklassifikasie ontleed. Laastens word die bilaterale uitvoergeleenthede tussen Suid-Afrika en China met mekaar vergelyk.

4.2 Suid-Afrika: Realistiese geleenthede vir uitvoer na die wêreld

Deur die toepassing van filters 1 tot 4, sowel as die uitskakeling van genoemde HS6-kodes soos bespreek in afdeling 3.10, is daar vir Suid-Afrika 28 186 uitvoergeleenthede na die hele

wêreld geïdentifiseer. Daar is altesaam 159 verskillende lande geïdentifiseer wat realistiese uitvoergeleenthede bied. Dit is 'n gemiddelde van 177 geleenthede per land. Van hierdie geleenthede is 425 in China (kyk berekeninge in afdeling 4.3).

Die totale realistiese uitvoerpotensiaal hiervoor is 107 923 975 000 USD. Dit is geleenthede ter waarde van gemiddeld 678 767 000 USD per land. Van hierdie potensiele waarde in uitvoergeleenthede is 7 174 722 000 USD in China (kyk berekeninge in afdeling 4.3).

Die verspreiding van Suid-Afrika se realistiese geleenthede vir uitvoer na die top-20 lande is soos volg:

Tabel 4-1: Top-20 lande volgens aantal realistiese uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika

Rangorde	Land	Aantal realistiese uitvoergeleenthede
1	Duitsland	580
2	VSA	539
3	Frankryk	536
4	Verenigde Koninkryk	512
5	Italië	480
6	Spanje	464
7	Nederland	455
8	China	425
9	België-Luxemburg	418
10	Pole	366
11	Japan	340
12	Roemenië	338
13	Hongarye	328
14	Kroasië	325
15	Oostenryk	317
15	Tsjeggiese Republiek	317
17	Slowenië	316
18	Republiek Korea (Suid-Korea)	311
19	Griekeland	305
20	Denemarke	304

Volgens die besluitondersteuningsmodel is China die agtste grootste bestemming vir Suid-Afrikaanse uitvoergoedere volgens die aantal geleenthede.

Wanneer die potensiele waarde van hierdie geleenthede oorweeg word, word China egter 'n groter rolspeler en skuif China van die 8ste plek na die 3de plek as dit kom by lande met die meeste hoeveelheid realistiese uitvoergeleenthede. Die eerste 20 bestemmings volgens die potensiele waarde van Suid-Afrika se realistiese uitvoergeleenthede is soos volg:

Tabel 4-2: Top-20 lande volgens realistiese uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika

Rangorde	Land	Potensiële waarde van realistiese uitvoergeleenthede, in USD '000
1	VSA	15 576 932
2	Duitsland	9 873 748
3	China	7 174 722
4	Frankryk	6 147 225
5	Verenigde Koninkryk	5 400 086
6	Nederland	4 065 729
7	Italië	3 665 662
8	België-Luxemburg	3 483 955
9	Japan	3 207 007
10	Russiese Federasie	3 083 588
11	Spanje	3 048 615
12	Kanada	2 795 963
13	Republiek Korea (Suid-Korea)	2 505 242
14	Australië	2 201 520
15	Mexiko	2 189 765
15	Pole	2 184 450
17	Indië	1 817 299
18	Singapoer	1 395 002
19	Thailand	1 388 784
20	Verenigde Arabiese Emirate	1 358 777

Die VSA en Duitsland bly egter SA se grootste potensiële invoerders volgens die waarde van die realistiese uitvoergeleenthede.

Vervolgens word die berekening en resultate van Suid-Afrika se realistiese geleenthede vir uitvoer na China bespreek.

4.3 Suid-Afrika: Realistiese geleenthede vir uitvoer na China

Soos vermeld in hoofstuk 3, die resultate van die besluitondersteuningsmodel vir uitvoer uit Suid-Afrika na China word gedoen aan die hand van die vier filters. Dit is belangrik om te noem dat alhoewel die fokus spesifiek op die realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China geplaas word, China as invoerland wel aan die vereistes van die eerste filter voldoen.

Filter een toets die invoermarkte vir politieke en ekonomiese risiko en vir makroëkonomiese prestasie volgens die Credendo Group se gradering. As 'n potensiële invoermarkgeleentheid vir Suid-Afrikaanse produkte voldoen China aan die kriteria (kritieke waarde hoër as 9,286) beskryf in afdeling 3.3. Daarvolgens word China goedgekeur vir verdere oorweging.

Filter 2 (kyk afdeling 3.4) toets al die moontlike produkgroep-land-kombinasies. In hierdie geval word alle moontlike produkroepe waarvoor daar op HS6-vlak data beskikbaar is, in kombinasie met die produkroepe se onderskeie produkmarkte in China, getoets volgens groeikoers en grootte van die mark aan die hand van CEPPII BACI-data. Aangesien slegs een land, naamlik China, oorweeg word, is 'n moontlike produkgroep-land-kombinasie dieselfde as 'n produkgroep. Daar is 5 001 moontlike produkroepe wat China na Suid-Afrika kan uitvoer, met 'n totale potensiële waarde van 184 530 291 000 USD. 'n Produkgroep word deurgelaat vir oorweging in die volgende filter as China se invoermark vir daardie produkgroep genoegsame grootte en groei toon, soos uiteengesit in afdeling 3.4.

Invoermarkte in China vir 3 817 produkroepe, met 'n totale potensiële waarde van 180 799 258 000 USD, voldoen aan die vereistes van die afsnypunt vir, en word gebruik in, verdere oorweging. Hierdie produkroepe val in kategorieë 3 tot 7. Altesaam 1 196 produkroepe word uitgeskakel van verdere oorweging aangesien die invoermarkte vir hierdie produkroepe in China te klein is of te min groei toon volgens die afsnypunt van filter 2.

Vervolgens word die produkroepe in filter 3 getoets vir konsentrasie en toeganklikheid in die Chinese invoermark.

Filter 3.1 (afdeling 3.5) toets, aan die hand van die Herfindahl-Hirshmann-indeks, hoe sterk mededingende uitvoerders reeds in China gekonsentreer is. Die invoermarkte vir 3 225 produkroepe in China toon genoegsaam lae vlakke van konsentrasie om verder oorweeg te word teen 'n potensiële waarde van 156 953 133 000 USD. Altesaam 592 produkroepe het 'n HHI-lesing wat kleiner is as die afsnypunt geïdentifiseer in afdeling 3.5. Hierdie produkroepe word nie verder as moontlike uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika oorweeg nie aangesien dit waarskynlik vir Suid-Afrika moeilik sal wees om hierdie mark te betree. Daar is reeds ander uitvoerlande wat so 'n groot mededingingsvoordeel bo Suid-Afrika het dat hy dit moeilik sal oorkom.

Die invoermarkte van hierdie 3 225 produkroepe in China word in filter 3.2 (afdeling 3.5) getoets vir handelsbeperkinge soos vervoerkoste, invoerbelasting, nietariefbelemmerings, kwantitatiewe invoerbeperking, die tyd wat daar by die toegangspoort deurgebring word om die goedere toegelaat te kry.

Wanneer hierdie kriteria toegepas word, word van die 3 225 produkroepe 2 927, met 'n potensiële waarde van 147 501 798 000 USD, deur filter 3.2 deurgelaat (waarskynlike geleenthede) en dus verder oorweeg in filter 4. Vanweë die bekendgemaakte belemmerings

word 298 produkroepe dus in die markte vir daardie produkte in China uitgeskakel. Altesaam 890 produkroepe is in filter 3 vir verdere oorweging verwyder. Vir die 2 927 produkroepe is daar 'n relatief mededingende invoermark in China, met ander woorde daar is lae vlakke van konsentrasie, sowel as relatief min invoerbelemmerings.

In filter 4 (afdeling 3.6) word die 2 927 produkroepe gekategoriseer om die realistiese uitvoergeleenthede (RUG) uit te lig. Volgens die metodologie (afdeling 3.6) word hierdie realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China gekategoriseer volgens die grootte en groeikoers van die invoermarkte van China, sowel as die relatiewe marktaandeel wat Suid-Afrika in hierdie markte hou:

Tabel 4-3: Aantal realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China

Grootte en groei van China se invoermarkte	Relatiewe marktaandeel van Suid-Afrika in China se invoermarkte				Totale RUG
	Relatief klein	Intermediêr klein	Intermediêr groot	Relatief groot	
Groot mark	672	103	17	9	801
Groeiende mark (kort en lang termyn)	291	179	75	135	680
Groot mark met korttermyn groei	130	15	5	2	152
Groot mark met langtermyn groei	192	30	5	15	242
Groot mark met kort- en langtermyn groei	883	117	25	27	1 052
Totale RUG	2 168	444	127	188	2 927

Die potensiële waarde van die gekategoriseerde realistiese uitvoergeleenthede is soos volg:

Tabel 4-4: Totale potensiële waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China

Grootte en groei van China se invoermarkte	Relatiewe marktaandeel van Suid-Afrika in China se invoermarkte				Totale potensiële waarde van RUG in USD '000
	Relatief klein	Intermediêr klein	Intermediêr groot	Relatief groot	
Groot mark	41 800 749	1 685 715	87 462	3 617	43 577 542
Groeiende mark (kort en lang termyn)	1 189 486	665 639	219 868	333 708	2 408 702
Groot mark met korttermyn groei	13 000 655	74 887	79 984	28 852	13 184 378
Groot mark met langtermyn groei	8 374 388	199 751	35 474	21 203	8 630 816
Groot mark met kort- en langtermyn groei	70 782 909	8 327 433	292 946	297 072	79 700 361
Totale potensiële waarde van RUG	135 148 187	10 953 425	715 734	684 452	147 501 798

Vervolgens word die toegevoegde kriteria, naamlik die produksievermoë van Suid-Afrika en die waarskynlikheid dat 'n geleentheid vir die uitvoer van 'n produkgroep moontlik slegs deur Suid-Afrika heruitgevoer word en nie in Suid-Afrika produseer word nie, in ag geneem.

Tabel 4-5: Aantal realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China ná toepassing van toegevoegde kriteria

Grootte en groei van China se invoermarkte	Relatiewe marktaandeel van Suid-Afrika in China se invoermarkte				Totale RUG
	Relatief klein	Intermediêr klein	Intermediêr groot	Relatief groot	
Groot mark	79	40	7	4	130
Groeiende mark (kort en lang termyn)	21	15	9	32	77
Groot mark met korttermyn groei	18	7	2	1	28
Groot mark met langtermyn groei	18	8	4	8	38
Groot mark met kort- en langtermyn groei	114	33	10	14	171
Totale RUG	250	103	32	59	444

Die potensiële waarde van hierdie realistiese uitvoergeleenthede en die persentasie daarvan in elke markkombinasie word soos volg gekategoriseer:

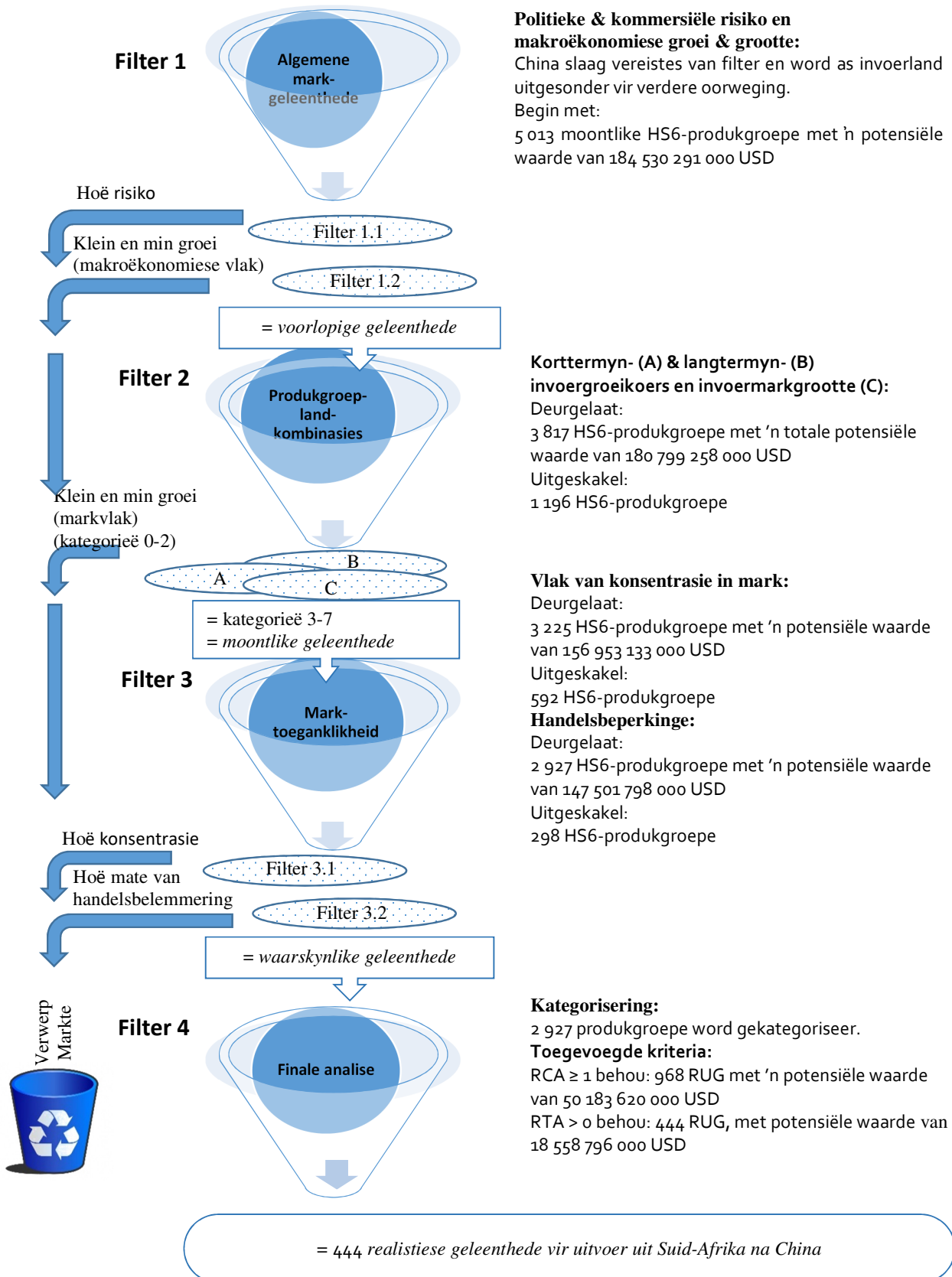
Tabel 4-6: Totale potensiele waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China ná toepassing van toegevoegde kriteria

Grootte en groei van China se invoermarkte	Relatiewe marktaandeel van Suid-Afrika in China se invoermarkte				Totale potensiele waarde van RUG in USD '000 en % van totaal
	Relatief klein	Intermediêr klein	Intermediêr groot	Relatief groot	
Groot mark	Sel 1 5 210 784 28,08%	Sel 6 309 029 1,67%	Sel 11 18 430 0,10%	Sel 16 1 529 0,01%	5 539 772 29,85%
Groeiende mark (kort en lang termyn)	Sel 2 79 642 0,43%	Sel 7 17 173 0,09%	Sel 12 4 578 0,02%	Sel 17 27 661 0,15%	129 054 0,70%
Groot mark met korttermyn groei	Sel 3 745 759 4,02%	Sel 8 39 714 0,21%	Sel 13 3 685 0,02%	Sel 18 - 0,00%	789 157 4,25%
Groot mark met langtermyn groei	Sel 4 350 410 1,89%	Sel 9 97 394 0,52%	Sel 14 21 721 0,12%	Sel 19 15 874 0,09%	485 398 2,62%
Groot mark met kort- en langtermyn groei	Sel 5 4 220 839 22,47%	Sel 10 7 259 365 39,12%	Sel 15 69 769 0,38%	Sel 20 65 442 0,35%	11 615 415 62,59%
Totale potensiele waarde van RUG en % van totaal	10 607 433 57,16%	7 722 675 41,61%	118 182 0,64%	110 505 0,60%	18 558 796 100%

Die waarnemings van bogenoemde kategorisering word bespreek ná die uitsluiting van mynbougerigte produkte in die volgende afdeling.

In die illustrasie hier onder word die stap-vir-stap-identifisering van realistiese en onontginde uitvoergeleenthede vir China na Suid-Afrika aangetoon.

4.4 Suid-Afrika: Grafiese voorstelling van filterproses



4.5 Suid-Afrika: Uitsluiting van geselekteerde HS6-produkgroepe

Suid-Afrika is 'n mineraalryk land. In 19 van die 444 realistiese uitvoergeleenthede wat in filter 4 geïdentifiseer is, is minerale, ertse en petroleumprodukte betrokke. Hierdie 19 geleenthede verteenwoordig egter meer as die helfte (61%) van die potensiele realistiese uitvoerwaarde. Ná toepassing van die toegevoegde kriteria in filter 4 (RCA en RTA) is die potensiele realistiese uitvoerwaarde 18,5 miljard USD. Die 19 HS6-produkgroepe in die tabel hier onder verteenwoordig 11,4 miljard USD daarvan.

Tabel 4-7: Uitsluiting van geselekteerde HS6-produkgroepe in realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China

SNK-sektor	HS6	HS6-omskrywing	Potensiele realistiese uitvoergeleenthede: waarde in '000 USD
S32	HS710812	Goud (insluitende met platinum verguld), in onbehandelde vorms (uitgesluit poeier)	7 064 181
S23	HS740311	Katodes en dele van katodes, van verfynde koper, onverwerk	2 063 613
S23	HS740400	Koperafval en -skroot	781 935
S23	HS740200	Ongeraffineerde koper; koperanodes vir elektrolitiese raffinering	504 788
S04	HS260400	Nikkelerts en -konsentrate	362 851
S04	HS260800	Sinkerts en -konsentrate	187 063
S04	HS261690	Edelmetaalerts en -konsentrate (uitgesluit silwererts en -konsentrate)	148 812
S23	HS790111	Sink, ongelegeer, onverwerk, met 'n gehalte van 99,99% of meer sink	130 367
S04	HS711011	Platinum, onverwerk of in poeivorm	63 042
S04	HS253090	Mineraalplaasvervangers, nie in Hoofstuk 25 van die HS gespesifiseer nie	41 781
S15	HS271290	Mikrokristallyne petroleumwas, olieryk was, osokeriet, bruinkoolwas, turfwas, ander minerale wasse, en soortgelyke produkte verkry deur sintese of ander prosesse, gekleur al dan nie	8 599
S23	HS740322	Koper-tin-legerings (brons), onverwerk	8 570
S23	HS790112	Sink, ongelegeer, onbewerk, wat volgens gehalte <99,99% sink bevat	8 328
S32	HS710510	Stof en poeier van natuurlike of sintetiese diamante	3 216
S15	HS270400	Kooks en halfkooks van steenkool, bruinkool of turf, geagglomereer al dan nie; retortkool	3 098
S04	HS251200	Silikabevattende fossielmeel (bv. kieselgoer, tripoliet & diatomiet) en soortgelyke silikabevattende grond, gekalsineer al dan nie, van 'n oënskynlike soortlike gewig van 1 of minder	1 271
S04	HS710221	Nywerheidsdiamante, onverwerk/eenvoudig gesny, gesplyt / gebreek	1 253
S03	HS261210	Uraanerts en -konsentrate	1 250
S33	HS270500	Steenkoolgas, watergas, generatorgas en soortgelyke gasse (uitgesonderd petroleumgasse en ander gasvormige koolwaterstowwe)	55
Totaal			11 384 073

Hierdie 19 HS6-produkgroepe is deel van die lys van 172 HS6-produkgroepe wat in afdeling 3.11 geïdentifiseer is as produkgroepe wat uit mynbou-aktiwiteite geproduseer word. Die natuurlike filterproses van die besluitondersteuningsmodel het die meeste van hierdie HS6-produkgroepe uitgefiltreer en hierdie 19 HS6-produkgroepe het oorgebly.

Die prominensie van goud (HS710812) en koper (HS740311, HS740400, HS740200 en HS740322) is duidelik. Goud wat nie in poeiervorm is nie en koper verteenwoordig onderskeidelik 7 miljard USD (goud 38%) en 3,4 miljard USD (koper 18%) en gesamentlik 10,4 miljard USD (56%) van die totale potensiële waarde van uitvoer na China.

Vervolgens word hierdie oorheersing van goud en koper saam met die res van die 19 HS6-produkgroepe uitgelaat in verdere ontleding ter wille van diversifikasie en die beligting van uitvoergeleenthede met meer toegevoegde waarde.

Die 19 HS6-produkgroepe uitgeslote, word die aantal realistiese geleenthede nou gekategoriseer:

Tabel 4-8: Aantal realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China ná toepassing van toegevoegde kriteria en uitsluiting van geselekteerde HS6-produkgroepe

Grootte en groei van China se invoermarkte	Relatiewe marktaandeel van Suid-Afrika in China se invoermarkte				Totale RUG
	Relatief klein	Intermediêr klein	Intermediêr groot	Relatief groot	
Groot mark	74	39	7	4	124
Groeiende mark (kort en lang termyn)	19	15	9	31	74
Groot mark met korttermyn groei	18	7	2	1	28
Groot mark met langtermyn groei	18	8	4	7	37
Groot mark met kort- en langtermyn groei	109	31	10	12	162
Totale RUG	238	100	32	55	425

Die potensiële waarde van hierdie realistiese uitvoergeleenthede en die persentasie daarvan in elke markkombinasie word soos volg gekategoriseer (koper is in sel 1 gekategoriseer en goud in sel 10):

Tabel 4-9: Totale potensiele waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China ná toepassing van toegevoegde kriteria en uitsluiting van geselekteerde HS6-produkroepe

Grootte en groei van China se invoermarkte	Relatiewe marktaandeel van Suid-Afrika in China se invoermarkte				Totale potensiele waarde van RUG in USD '000 en % van totaal
	Relatief klein	Intermediêr klein	Intermediêr groot	Relatief groot	
Groot mark	Sel 1 2 039 236 28,42%	Sel 6 305 814 4,26%	Sel 11 18 430 0,26%	Sel 16 1 529 0,02%	2 365 008 32,96%
Groeiende mark (kort en lang termyn)	Sel 2 70 061 0,98%	Sel 7 17 173 0,24%	Sel 12 4 578 0,06%	Sel 17 24 562 0,34%	116 374 1,62%
Groot mark met korttermyn groei	Sel 3 745 759 10,39%	Sel 8 39 714 0,55%	Sel 13 3 685 0,05%	Sel 18 - 0%	789 157 11%
Groot mark met langtermyn groei	Sel 4 350 410 4,88%	Sel 9 97 394 1,36%	Sel 14 21 721 0,3%	Sel 19 14 624 0,2%	484 148 6,75%
Groot mark met kort- en langtermyn groei	Sel 5 3 161 335 44,06%	Sel 10 186 585 2,6%	Sel 15 69 769 0,97%	Sel 20 2 345 0,03%	3420 034 47,67%
Totale potensiele waarde van RUG en % van totaal	6 366 801 88,74%	646 679 9,01%	118 182 1,65%	43 060 0,6%	7 174 722 100%

4.6 Suid-Afrika: Top-30 geleenthede vir uitvoer na China

Die top-30 uitvoergeleenthede wat potensiele uitvoerwaarde betref, word hier op HS6-vlak aangedui. Dit is die 30 geleenthede met die hoogste potensiele uitvoerwaarde nadat die 19 HS6-kodes (goud, koper en ander) uitgesluit is.

Tabel 4-10: Top-30 geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China

HS6-kode	HS6-beskrywing	Werklike uitvoer in 2016: waarde in '000 USD	Potensiële realistiese uitvoer-geleenthede: waarde in '000 USD	% van die totale potensiële uitvoerwaarde wat gerealiseer word in werklike uitvoer	RUGxy (Filter 4-selklassifikasie)
HS750210	Nikkel, nie gelegeer nie, onverwerk	25 494	496 841	5,13%	RUG1,5 (Sel 5)
HS391990	Plakke, plate, film-, foelie-, band-, strook- en ander plat vorm, van plastiek, in rolle al dan nie (uitgesonderd 3919.10)	14 927	294 638	5,07%	RUG1,1 (Sel 1)
HS284410	Natuurlike uraan en sy verbindings; legerings, dispersies (insluitende kermets), keramiekprodukte en mengsels met natuurlike uraan of natuurlike uraanverbindinge	59 202	258 972	22,86%	RUG1,5 (Sel 5)
HS440122	Hout, in skyfies of deeltjies, nienaaldhout	3 521	236 241	1,49%	RUG1,5 (Sel 5)
HS840890	Binnebrandsuierenjin (diesel- of semidieselenjins) (uitgesluit 8408.10 & 8408.20)	5 301	206 092	2,57%	RUG1,3 (Sel 3)
HS382200	Saamgestelde diagnostiese of laboratoriumreageermiddel (uitgesluit farmaseutiese preparate onder die hoofde 30.02/30.06)	9 221	185 401	4,97%	RUG1,5 (Sel 5)
HS281820	Aluminiumoksied (uitgesluit kunsmatige korund)	3 977	181 065	2,20%	RUG1,1 (Sel 1)
HS030379	Vis nie elders gespesifiseer nie, bevrore (uitgesluit filette of ander visvleis van 03.04 / lewende wesens)	3 556	180 926	1,97%	RUG1,1 (Sel 1)
HS390690	Ander akrielpolimere as polimeer (metielmetakrilaat), in primêre vorms	21 589	177 819	12,14%	RUG1,5 (Sel 5)
HS848390	Tandwiele, kettingwiele en ander transmissie-elemente wat afsonderlik aangebied word; onderdele	6 814	152 477	4,47%	RUG1,4 (Sel 4)
HS390720	Ander poliëtileen as poliasetileen, in primêre vorms	15 945	142 876	11,16%	RUG1,1 (Sel 1)
HS381121	Bymiddels vir smeerolies wat petroleumolies of olies bevat wat uit bitumineuse minerale verkry word.	0.07	136 125	0,00%	RUG1,5 (Sel 5)
HS847950	Nywerheidsrobote, nie elders in Hoofstuk 84 van die HS vermeld nie	800	122 419	0,65%	RUG1,5 (Sel 5)
HS842199	Dele van die filter- of suiweringmasjinerie en -apparaat van 84.21 (sentrifuges uitgesluit maar sentrifugale droogmiddels ingesluit)	7 715	120 197	6,42%	RUG1,1 (Sel 1)
HS240120	Tabak, dele of heeltemal ontstingel of gestroop	1 395	110 942	1,26%	RUG1,3 (Sel 3)
HS843149	Onderdele geskik vir gebruik uitsluitlik of hoofsaaklik met die masjinerie van 84.26 / 84.29 / 84.30 (uitgesluit 8431.41-8431.43)	33 023	103 600	31,88%	RUG1,3 (Sel 3)

HS6-kode	HS6-beskrywing	Werklike uitvoer in 2016: waarde in '000 USD	Potensiële realistiese uitvoer-geleenthede: waarde in '000 USD	% van die totale potensiële uitvoerwaarde wat gerealiseer word in werklike uitvoer	RUGxy (Filter 4-selklassifikasie)
HS150710	Sojaboonolie, ru al dan nie, verdig, nie chemies gewysig nie	-	99 610	-	RUG1,1 (Sel 1)
HS842230	Masjinerie vir die vul of sluiting, verseëling of etikettering van bottels, blikkies, bokse, sakke of ander houers; masjinerie om doppies op bottels, potte, buise en soortgelyke houers aan te bring; masjinerie vir die belugting van drankies	4 357	85 477	5,10%	RUG1,1 (Sel 1)
HS842240	Verpakkings- of wikkemasjien, insluitende hittekrimp-wikkemasjien (uitgesonderd 8422.30)	6 124	82 258	7,44%	RUG1,1 (Sel 1)
HS340399	Smeerpreparate (uitgesonderd dié wat petroleumolie of olies bevat, verkry van bitumineuse myne), buiten die behandeling van tekstielmateriale, leer, pelsvelle of ander materiale	293	78 564	0,37%	RUG1,4 (Sel 4)
HS390950	Poliuretane, in primêre vorms	2 044	74 172	2,76%	RUG1,5 (Sel 5)
HS843143	Onderdele geskik vir gebruik uitsluitlik of hoofsaaklik met die boor- of sinkmasjinerie van 8430.41 / 8430.49	2 632	69 665	3,78%	RUG1,1 (Sel 1)
HS850152	WS-motors (uitgesluit 8501.10 & 8501.20), meerfasig, met 'n uitset > 750 W maar nie > 75 kW	14 012	68 225	20,54%	RUG1,5 (Sel 5)
HS251511	Marmer en travertyn, ru of grof gesny	0.13	63 210	0,00%	RUG1,3 (Sel 3)
HS852352	Halfgeleiermedia, slimkaarte	20 860	62 856	33,19%	RUG2,4 (Sel 9)
HS846210	Smee- of stempelmassiene (insluitende perse) en hamers vir metaalwerk	515	56 738	0,91%	RUG1,3 (Sel 3)
HS340213	Nie-ioniese oppervlakaktiewe middels	1 976	55 290	3,57%	RUG1,3 (Sel 3)
HS293090	Organoswaelverbindinge (uitgesluit 2930.10-2930.40)	10 262	54 007	19,00%	RUG1,5 (Sel 5)
HS901850	Oftalmiese instrumente en toestelle nie elders in 90.18 vermeld nie	582	53 147	1,10%	RUG1,5 (Sel 5)
HS847720	Ekstrusiemassiene vir die verwerking van rubber of plastiek of vir die vervaardiging van produkte uit hierdie materiale, nie elders in Hoofstuk 84 van die HS vermeld nie	3 689	53 127	6,94%	RUG1,1 (Sel 1)

Uit Tabel 4-10 is dit duidelik dat die 30 geleenthede, met uitsondering van slimkaarte (HS852352), almal op die RUGx-as van 1 gekategoriseer word. Dit is sel 1 tot 5. Al die 30 grootste geleenthede vir Suid-Afrika, ná die verrekening van die 19 HS6-produkroepe, is met

ander woorde geleenthede waarvan Suid-Afrika tans 'n relatief klein marktaandeel in China het.

Dit word voorts bevestig deur 'n vergelyking van die potensiële waarde van hierdie geleenthede en die werklike uitvoer van die produkte na China in 2016. Die werklike uitvoerwaarde (ontginde waarde) van al 30 geleenthede is aansienlik minder as die waarde van die potensiële realistiese uitvoergeleenthede (onontginde waarde). Dit weerspieël die groot waarneembare vraag wat daar in China na hierdie produkroepe is en die huidige relatief lae produksievermoë of huidige marktaandeel wat Suid-Afrika het.

Produkroeperings wat prominent voorkom, is metale (nikkel, uraan), plastiek (plat vorms, polimere, poliëtilene en poliuretane), landbouprodukte (bevrore vis, tabak en sojaboonolie), enjins en masjinerie (dieselenjins, nywerheidsrobotte, verpakkings- en verseëlingsmasjinerie, staalsmeemasjinerie, masjinerie vir die verwerking van plastiek en rubber, en 'n verskeidenheid van onderdele) en chemikalieë (laboratoriumreageermiddels, aluminiumoksied, bymiddels vir smeerolie, swael en seep).

Vir enkele produkroepe, naamlik sojaboonolie, bymiddels vir smeerolie, nywerheidsrobotte, smeermiddels, marmer, smeemasjinerie en oftalmiese instrumente, het Suid-Afrika in 2016 die uitvoergeleenthede nog skaars begin ontgin.

Suid-Afrika het wel voor 2016 aansienlik meer bymiddels vir smeerolie en smeemasjinerie uitgevoer as in 2016, maar dit was steeds baie min in vergelyking met die geïdentifiseerde potensiële uitvoergeleenthede.

Behalwe in 2013 het Suid-Afrika in die vyf jaar onder oorweging geen sojaboonolie na China uitgevoer nie.

Die enigste produk wat in die top-30 voorkom en waarvoor Suid-Afrika reeds 'n bietjie groter marktaandeel het, is slimkaarte (HS852352). Hierdie produkroepe word gekategoriseer in sel 9 in filter 4. Die RUG2,4 dui aan dat daar in China oor die lang termyn 'n groot groeiende mark vir hierdie produk is ($y=4$) en dat Suid-Afrika reeds 'n mate van verteenwoordiging in die mark het, al is dit steeds intermediêr klein ($x=2$).

Suid-Afrika sal sy produksievermoë drasties moet uitbou en aggressief met die relatief klein marktaandeel in China moet woeker om hierdie geleenthede suksesvol te ontgin.

4.7 Suid-Afrika: Strategiese fokus vir die bevordering van uitvoer na China

Ten einde al die potensiele uitvoergeleenthede strategies te ontleed moet tabel 4-11 oorweeg word. Die realistiese uitvoergeleenthede word volgens filter 4-kategorisering weergegee en elke sel dui die volgende aan:

Sel 1	RUG-selnommer
2 039 236	Potensiele waarde van die geleenthede
28,42%	% van potensiele waarde van al die geleenthede
(74)	Aantal geleenthede

Hierdie kategorisering sluit die 19 HS6-produksgroepe uit.

Tabel 4-11: Strategiese fokus vir die bevordering van uitvoer uit Suid-Afrika na China vir alle RUG

Grootte en groei van China se invoermarkte	Relatiewe marktaandeel van Suid-Afrika in China se invoermarkte				Totale potensiele waarde van RUG in USD '000 en % van totaal
	Relatief klein	Intermediêr klein	Intermediêr groot	Relatief groot	
Groot mark	Sel 1 2 039 236 28,42% (74)	Sel 6 305 814 4,26% (39)	Sel 11 18 430 0,26% (7)	Sel 16 1 529 0,02% (4)	2 365 008 32,96% (124)
Groeiende mark (kort en lang termyn)	Sel 2 70 061 0,98% (19)	Sel 7 17 173 0,24% (15)	Sel 12 4 578 0,06% (9)	Sel 17 24 562 0,34% (31)	116 374 1,62% (74)
Groot mark met korttermyn groei	Sel 3 745 759 10,39% (18)	Sel 8 39 714 0,55% (7)	Sel 13 3 685 0,05% (2)	Sel 18 - 0% (1)	789 157 11% (28)
Groot mark met langtermyn groei	Sel 4 350 410 4,88% (18)	Sel 9 97 394 1,36% (8)	Sel 14 21 721 0,3% (4)	Sel 19 14 624 0,2% (7)	484 148 6,75% (37)
Groot mark met kort- en langtermyn groei	Sel 5 3 161 335 44,06% (109)	Sel 10 186 585 2,6% (31)	Sel 15 69 769 0,97% (10)	Sel 20 2 345 0,03% (12)	3 420 034 47,67% (162)
Totale potensiele waarde van RUG en % van totaal	6 366 801 88,74% (238)	646 679 9,01% (100)	118 182 1,65% (32)	43 060 0,6% (55)	7 174 722 100% (425)
Strategie:	Aanvallend: verken	Aanvallend: brei uit	Verdedigend: behou en hou in stand		

Vir die grootste aantal realistiese geleenthede (238) vir uitvoer na China sowel as die hoogste potensiële waarde van uitvoergeleenthede (6,4 miljard USD, 88,74%) het Suid-Afrika tans 'n relatief klein marktaandeel (sel 1-5) (kyk afdeling 3.6).

Wat bemoedigend is, is dat hoewel Suid-Afrika tans vir hierdie geleenthede 'n klein marktaandeel in China het, die meeste van die realistiese geleenthede (162) en die grootste deel van die potensiële waarde van die geleenthede (3,4 miljard USD) in groot markte is wat sowel kort- as langtermyn-groeipotensiaal toon (sel 5, 10, 15 en 20). Suid-Afrika sal dus ook in hierdie geleenthede kan ingroei as die benutting daarvan bevorder word.

Soos aangedui in afdeling 3.10, verg sel 1 tot 10 'n aggressiewe of aanvallende uitvoerbevorderingstrategie om die relatief onbekende en onontginde markte te benut. Die geleenthede wat uit sel 11 tot 15 blyk, word reeds relatief goed deur Suid-Afrika ontgin. Suid-Afrika kan 'n aggressiewe strategie formuleer om die huidige marktaandeel te vergroot. Suid-Afrika hou reeds die oorheersende marktaandeel ten opsigte van sel 16 tot 20. Daar hoef slegs op die behoud van hierdie marktaandeel gefokus te word.

Vervolgens word daar na een voorbeeld van 'n HS6-produkgroep in elk van die drie strategieë gekyk.

1. Aggressiewe verkennende strategie: HS847950, Nywerheidsrobotte

Vir hierdie produkgroep het Suid-Afrika tans 'n relatief klein marktaandeel in China. Dit is in sel 5 (RUG1,5), wat verder toon dat China 'n groot mark het wat sowel korttermyn- as langtermyn-groeipotensiaal het. Ná die uitskakeling van die HS19-produkroepe is HS847950 volgens potensiële waarde die dertiende grootste realistiese geleentheid vir uitvoer uit Suid-Afrika na China.

Die besluitondersteuningsmodel identifiseer 'n realistiese potensiële uitvoerwaarde van 122,4 miljoen USD, ongeveer 150 keer meer as die ontginde uitvoer in 2016, toe Suid-Afrika nywerheidsrobotte ter waarde van 800 000 USD na China uitgevoer het. Die waarde van Suid-Afrika se ontginde uitvoer van nywerheidsrobotte vir die vyf jaar onder oorweging (2012–2016), in vergelyking met China se totale invoer in USD '000 vir dieselfde tydperk, is soos volg:

Tabel 4-12: Suid-Afrika se ontginde uitvoer van nywerheidsrobotte en China se totale invoer

Jaar:	2012	2013	2014	2015	2016
Suid-Afrika: uitvoer	519	720	205	309	800
China: invoer	740 340	721 090	857 635	796 245	846 842

Soos uit tabel 4-12 blyk, is die relatief lae RCA-telling ook aan dat Suid-Afrika die vervaardiging van nywerheidsrobotte baie aktief sal moet bevorder. Suid-Afrika voer tans baie min nywerheidsrobotte na China uit in vergelyking met China se invoer daarvan.

Cuyvers *et al.* (1995:183) stel voor dat verkenning van sulke geleenthede gedoen word in samewerking met Suid-Afrika se uitvoerbevorderingsorganisasies en die aangewese handelsverteenwoordigers en -attachés in China.

2. Aggressiewe uitbreidende strategie: HS620690, Dames-/meisiesbloese en -hemde (uitgesluit gebrei of hekelwerk), van tekstielmateriaal, maar nie van sy, syafval, wol, fyn dierehaar, katoen of kunsvesel nie.

Suid-Afrika het tans 'n intermediêr groot marktaandeel in China. Die produkgroep word in sel 15 (RUG3,5) gekategoriseer. Ook vir hierdie produkgroep is China 'n groot mark wat korttermyn- én langtermyn-groeipotensiaal het.

Die besluitondersteuningsmodel identifiseer 'n realistiese potensiele uitvoerwaarde van 2,5 miljoen USD wat nog nie deur Suid-Afrika ontgin word nie. In 2016 het Suid-Afrika dameshemde ter waarde van 6 miljoen USD uitgevoer. Suid-Afrika se ontginde uitvoerwaarde van dameshemde vir die vyf jaar onder oorweging (2012–2016), in vergelyking met China se totale invoer in USD '000 vir dieselfde tydperk, is soos volg:

Tabel 4-13: Suid-Afrika se ontginde uitvoer van dameshemde en China se totale invoer

Jaar:	2012	2013	2014	2015	2016
Suid-Afrika: uitvoer	4 069	3 683	3 965	4 123	6 071
China: invoer	7 263	11 337	17 714	18 038	29 170

Die potensiele waarde is opmerklik minder as in die geval van nywerheidsrobotte, maar Suid-Afrika het reeds 'n gevestigde marktaandeel van ongeveer 20% van die mark, en hierdie potensiele waarde is waarskynlik makliker om te ontgin.

Aangesien die privaat sektor van Suid-Afrika reeds 'n substansiële betrokkenheid by die uitvoer van produkte soos dié het, stel Cuyvers *et al.* (1995:184) voor dat die ondervinding van die huidige uitvoerders in ag geneem word. Daar behoort noue samewerking te wees tussen die betrokke uitvoerbevorderingsagentskappe en die

agente van die privaat sektor wat reeds by die uitvoer van hemde vir dames betrokke is.

3. Verdedigende instandhoudingstrategie: HS401019, Vervoerbande of -belde (uitgesluit 010.11-4010.13) gemaak van gevulkaniseerde rubber.

Suid-Afrika is een van die grootste rolspelers in die invoermark vir vervoerbande in China. Hierdie geleentheid word gekategoriseer in sel 20. Dit is ook 'n geleentheid wat uit ry 5 van die kategorisering van in filter 4 gekies word, want China het 'n groot mark wat sowel korttermyn- as langtermynegroei potensiaal toon.

Die besluitondersteuningsmodel identifiseer 'n realistiese potensiele uitvoerwaarde van 1 miljoen USD wat nog nie deur Suid-Afrika nie ontgin word. In 2016 het Suid-Afrika vervoerbande ter waarde van 6,9 miljoen USD uitgevoer. Suid-Afrika se ontginde uitvoerwaarde van vervoerbande vir die vyf jaar onder oorweging (2012–2016), in vergelyking met China se totale invoer in USD '000 vir dieselfde tydperk, is soos volg:

Tabel 4-14: Suid-Afrika se ontginde uitvoer van vervoerbande en China se totale invoer

Jaar:	2012	2013	2014	2015	2016
Suid-Afrika: uitvoer	7 344	12 497	13 291	6 068	6 935
China: invoer	22 038	24 392	22 860	13 825	14 625

Suid-Afrika behou byna die helfte van die invoermark in China, en het dus vir hierdie produkgroep 'n hoë RCA-telling (7,3). Vir hierdie produk behoort Suid-Afrika op die verdediging van die huidige marktaandeel sowel as op die bevordering van uitvoer te fokus.

Cuyvers *et al.* (1995:184) dui aan dat minimale betrokkenheid van openbare instellings soos uitvoerbevorderingsorganisasies en handelsverteenwoordigers vir die bewaring en instandhouding van marke soos dié vereis word. Die uitvoerders weet die beste hoe om die marktaandeel vir rubbervervoerbande in stand te hou en indien moontlik te vergroot.

Cuyvers *et al.* (1995:183) en Cuyvers (1997:14-15; 2004:270) stel voor dat lande met min hulpbronne op uitvoerbevordering van die uitvoergeleenthede in selle 11 tot 15 fokus. Steenkamp en Viviers (2012:150) volg ook hierdie aanbeveling in die identifisering van

geskikte uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika waarop uitvoerbevoorderingstrategieë gefokus behoort te word.

Die 32 realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China wat in sel 11 tot 15 val, is soos volg:

Tabel 4-15: 32 realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China waarop gefokus behoort te word

HS6-kode	HS6-beskrywing	Werklike uitvoer, 2016: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000	Totale potensiële “onbenutte” uitvoerwaarde as % van bestaande uitvoer
HS844331	Masjiene wat in staat is om twee of meer van die funksies van drukwerk, kopiëring of faksimile-oordrag te verrig	94 366	41 209	229%
HS850720	Elektriese akkumulators, insluitende skeiers daarvoor, lood-suur (uitgesluit 8507.10)	22 021	19 486	113%
HS841780	Industriële of laboratoriumoonde en ander oonde (uitgesluit 8147.10 & 8417.20), insluitende nie-elektriese verbrandingsoonde	40 120	9 921	404%
HS846789	Gereedskap vir handwerk, hidroulies of met selfstandige nie-elektriese motor, nie elders in 84.67 vermeld nie	9 570	6 772	141%
HS730791	Flense van yster of staal (uitgesluit gietyster of vlekvrystaal)	11 907	5 211	228%
HS540754	Geweefde materiale (uitgesluit 5407.10-5407.30) wat 85% of meer per gewig tekstuurpoliësterfilamente bevat, bedruk	13 163	4 349	303%
HS690290	Vuurvaste stene, blokke, teëls en soortgelyke vuurvaste keramiekkonstruksiegoedere (uitgesluit silikahoudende fossielmeel of soortgelyke silikabevattende ertse, uitgesluit 6902.10 & 6902.20)	5 091	3 078	165%
HS551422	Geweefde materiale van poliësterstapelwesels, met 'n gewig van < 85 gewigpersentasie van sulke wesels, gemeng hoofsaaklik of uitsluitlik met katoen, met 'n gewig van > 170 g/m ² , 3/4-draadkeper	6 405	2 899	221%
HS820713	Rots- of grondboorgereedskap wat met keramiek werk, vir handgereedskap of vir masjiengereedskap	8 056	2 718	296%
HS851539	Masjiene en toerusting vir boog- (insluitende plasmaboog-) sweiswerk van metale	8 225	2 714	303%
HS620690	Dames-/meisiesbloese, -hemde (uitgesluit gebrei of van hekelwerk), van tekstielmateriale behalwe sy, syafval, wol, fyn dierehaar, katoen of kunsvesel	6 071	2 516	241%

HS6-kode	HS6-beskrywing	Werklike uitvoer, 2016: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000	Totale potensiële "onbenutte" uitvoerwaarde as % van bestaande uitvoer
HS760691	Plate, velle en stroke, behalwe reghoekig (insluitende vierkante), met 'n dikte > 0.2 mm, van aluminium, nie gelegeer nie	5 198	2 301	226%
HS290349	Gehalogeneerde derivate van asikliese koolwaterstowwe wat 2 of meer verskillende halogene bevat (uitgesluit 2903.41-2903.47)	5 299	2 152	246%
HS401163	Nuwe pneumatiese bande van rubber, met 'n visgraat- of soortgelyke loopvlak, van 'n soort wat gebruik word vir konstruksie- of industriële voertuie en masjiene en 'n randgrootte > 61 cm het	4 021	2 116	190%
HS283539	Ander polifosfate as natriumtrifosfaat	3 460	1 670	207%
HS731589	Ketting, van yster of staal, nie elders in 73.15 gespesifiseer nie	2 520	1 384	182%
HS610349	Mansoorklere, werksklere, buiteklere (uitgesonderd swemdrag), gebrei of gehekel, van ander tekstielmateriale (uitgesonderd 6103.41-6103.43)	1 282	919	139%
HS520841	Geweefde materiale van katoen, met 85% of meer katoen per gewig, van garings van verskillende kleure, gladde weef, weeg nie > 100 g/m ²	2 104	917	229%
HS500790	Weefsels van sy of syafval (uitgesonderd 5007.10 & 5007.20)	1 402	741	189%
HS440921	Wishout, plafonbord en vloerplanke; stroke en friese vir parketvloer, nie saamgestel nie	1 066	674	158%
HS950420	Artikels en bykomstighede vir biljart	914	628	146%
HS721699	Hoeke, vorms en seksies van yster of niegeledeerde staal, nie elders in 72.16 vermeld nie	2 738	617	444%
HS610339	Mans- en seunsbaadjies, gebrei of van hekelwerk, van ander tekstielmateriale (uitgesonderd 6103.31-6103.33)	1 092	575	190%
HS401390	Binnebande, van rubber (uitgesluit 4013.10 & 4013.20)	899	452	199%
HS630640	Ander kampeerprodukte	754	420	180%
HS551429	Geweefde stowwe van ander sintetiese stapelweefsel (uitgesonderd 5514.21-5514.23), bevattende < 85 gewigspersentasie van sulke vesels, gemeng hoofsaaklik of uitsluitlik met katoen, met 'n gewig van > 170 g/m ² , bestryk	685	391	175%
HS540774	Weefsels (uitgesonderd 5407.10-5407.30), wat 85% of meer volgens gewig sintetiese filamentte bevat, bedruk	1 137	380	299%
HS950669	Balle, behalwe gholf-, tafeltennis-, tennis- en opblaasbare balle	902	366	246%

HS6-kode	HS6-beskrywing	Werklike uitvoer, 2016: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000	Totale potensiële “onbenutte” uitvoerwaarde as % van bestaande uitvoer
HS830400	Liasseerkabinette, kartonkabinette, papierstoorplek, papierplate, penneblikkies, kantoorstempels en soortgelyke kantoor- en lessenaaruitrusting, van onedel metaal (uitgesonderd kantoormeubels van 94.03)	568	249	228%
HS283525	Kalsiumwaterstofortofosfaat (dikalsiumfosfaat)	915	244	375%
HS283220	Sulfiete (uitgesonderd natrium)	302	108	280%
HS460193	Vlegsels en soortgelyke produkte van plantmateriaal, in stroke versamel al dan nie; geweefde materiaal, vlegsels en soortgelyke voorwerpe van plantaardige materiaal [kyk volledige teks # 55], geweef	19	6	317%

Daar word in hierdie kolom (selle 11 tot 15) altesaam 32 realistiese uitvoergeleenthede geïdentifiseer met 'n potensiële waarde van 118 miljoen USD. In 2016 het Suid-Afrika 262 miljoen USD van hierdie produkroepe na China uitgevoer. Die potensiële waarde is die waarde wat die ses grootste mededingers van Suid-Afrika aan China lewer (dus uitgesluit wat Suid-Afrika reeds aan China) lewer. As die persentasie dus meer as 100% is, dui dit daarop dat die “onbenutte” potensiaal groter is as die deel wat Suid-Afrika tans van die bestaande uitvoer verskaf.

4.8 Suid-Afrika: Sektorale en makrosectorale ontleding van realistiese geleenthede vir uitvoer na China

Om die navorsingsdoelwit, naamlik om aanbevelings te doen oor die produkte en die sektore waarop uitvoerbevorderingsaksies gefokus behoort te word, te voldoen, word die realistiese uitvoergeleenthede nou in hulle verskillende nywerheidsektore ingedeel. Hierdie indeling gee dus op sektorale vlak 'n oorsig van die realistiese geleenthede vir Suid-Afrika in China. Waar uitvoerbevordering op sektorale vlak geskied, dui hierdie afdeling aan watter sektore op gefokus behoort te word. Vir hierdie doeleindes word die Standaardnywerheidsklassifikasie (SNK) van ekonomiese bedrywighede van Statistieke Suid-Afrika gebruik. Die SNK is 'n klassifikasie van ekonomiese bedrywighede van nywerhede. 'n Nywerheid word geag organisasies te wees wat met dieselfde of soortgelyke ekonomiese bedrywighede gemoeid is. Die vyfde uitgawe van die SNK deur Statistieke Suid-Afrika word gebruik (South Africa, Statistics South Africa, s.j.).

In hierdie ontleding word eerstens gefokus op die SNK-kategorieë wat uitvoerbare produkte op twee vlakke inhou. Die eerste vlak is die realistiese uitvoergeleenthede wat op sektorale vlak gekategoriseer is. Daar is 33 sektore (hoofnywerhede). Tweedens word die geleenthede volgens vier makrosektore (hoofafdelings) binne die ekonomie gegroepeer.

Die sektorale kategorisering van die waarde en die aantal geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China word in Tabel 4-16 getoon. Hierdie kategorisering sluit nog die 19 mynbou-HS6-produksgroepe (goud, koper, ens.) in.

Tabel 4-16: Realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China volgens nywerheidsektor

Nywerheidsektor (SNK-kode)	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: aantal	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: % van totale waarde
S01: Landbou, bosbou en visserij (11-13)	11	303 917	1,64%
S02: Steenkoolmynbou (21)	-	-	0,00%
S03: Goud- en uraanertsmynbou (23)	1	1 250	0,01%
S04: Ander mynbou (22, 24, 25, 29, 39)	9	883 388	4,76%
S05: Voedsel (301-304)	20	391 938	2,11%
S06: Dranke (305)	2	23 803	0,13%
S07: Tabak (306)	1	110 942	0,60%
S08: Tekstiele (311, 312)	29	77 960	0,42%
S09: Klerasie (313-315)	19	40 675	0,22%
S10: Leer en leerprodukte (316)	2	35 411	0,19%
S11: Skoeisel (317)	2	3 275	0,02%
S12: Hout en houtprodukte (321, 322)	4	11 001	0,06%
S13: Papier en papierprodukte (323)	15	70 053	0,38%
S14: Drukwerk, uitgawery en opgeneemde media (324-326)	1	43 881	0,24%
S15: Kooks en geraffineerde petroleumprodukte (331-333)	5	402 114	2,17%
S16: Basiese chemikalieë (334)	44	832 895	4,49%
S17: Ander chemikalieë en kunsvesels (335, 336)	29	717 572	3,87%
S18: Rubberprodukte (337)	14	54 325	0,29%
S19: Plastiekprodukte (338)	4	307 194	1,66%
S20: Glas en glasprodukte (341)	3	5 312	0,03%
S21: Nietmetaalhoudende minerale (342)	16	80 923	0,44%

Nywerheidsektor (SNK-kode)	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: aantal	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: % van totale waarde
S22: Basiese yster en staal (351)	22	115 538	0,62%
S23: Basiese nie-ysterhoudende metale (352)	17	4 042 111	21,78%
S24: Metaalprodukte, uitgesluit masjinerie (353-355)	28	220 027	1,19%
S25: Masjinerie en toerusting (356-359)	82	2 005 929	10,81%
S26: Elektriese masjinerie (361-366)	20	263 542	1,42%
S27: Televisie-, radio- en kommunikasietoerusting (371-373)	5	102 789	0,55%
S28: Professionele en wetenskaplike toerusting (374-376)	19	193 605	1,04%
S29: Motorvoertuie, onderdele en toebehore (381-383)	2	17 383	0,09%
S30: Ander vervoertoerusting (384-387)	10	118 578	0,64%
S31: Meubels (391)	1	12 374	0,07%
S32: Ander nywerhede (392)	6	7 069 035	38,09%
S33: Elektrisiteit, gas en stoom (41)	1	55	0,00%
Totaal	444	18 558 796	100,00%

Die huidige toegepaste kriteria van die besluitondersteuningsmodel identifiseer geen potensiële uitvoergeleenthede in die steenkoolsektor nie.

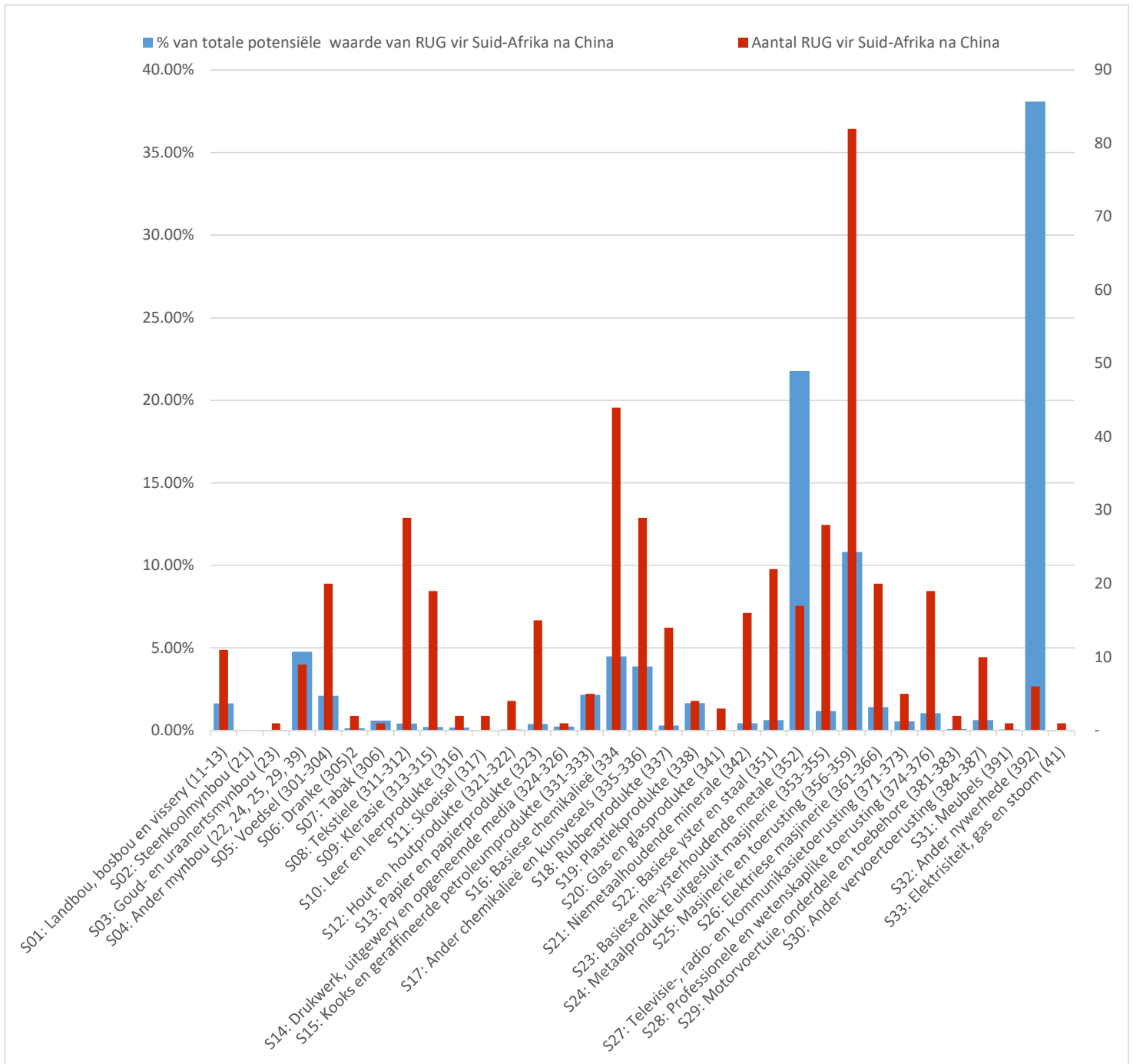
Die kleinste aantal realistiese uitvoergeleenthede is in die volgende sektore: goud- en uraanertsmynbou (S03), tabak (S07), uitgewery en media (S14), en elektrisiteit, gas en stoom (S33). Die meeste geleenthede is in masjinerie en toerusting (S25), basiese chemikalieë (S16), tekstiele (S08), ander chemikalieë en kunsvesels (S17), metaalprodukte wat nie masjinerie insluit nie (S24), basiese yster en staal (S22), voedsel (S05) en elektriese masjinerie (S26).

Die sektorale nywerhede waarin die potensiële uitvoergeleenthede die laagste waarde het, is elektrisiteit, gas en stoom (S33), goud- en uraanertsmynbou (S03), skoeisel (S11), en glas en glasprodukte (S20). Die sektorale nywerhede met die hoogste potensiële waarde is ander nywerhede (S32), basiese nie-ysterhoudende metale (S23), masjinerie en toerusting (S25), ander mynbou (S04), basiese chemikalieë (S16), ander chemikalieë en kunsvesels (S17), kooks en geraffineerde petroleumprodukte (S15), en voedsel (S05).

Die hoë potensiële waarde van goud en koper wat in bogenoemde tabulering ingesluit is, word deur Statistieke Suid-Afrika gelys onder ander nywerhede (HS710812 – goud wat nie in poeivorm is nie) en basiese nie-ysterhoudende metale (HS740311 – koper), en nie onder

byvoorbeeld sektore S02 (goud- en uraanerts) of S03 (ander mynbou) nie. Dit verklaar waarom S03 onder die sektore met die minste potensiele waarde gelys word en S32 onder die sektore met die meeste potensiele waarde.

Figuur 4-1: Realistiese geleentheid vir uitvoer uit Suid-Afrika na China volgens nywerheidsektor



Om te bepaal watter nywerheidsektore 'n groot aantal geleenthede sowel as 'n hoë potensiële waarde inhou, word ondersoek ingestel waar die nywerheid op beide punte kruis. Die vier nywerhede wat daarvolgens as die nywerhede met die meeste potensiële waarde en die grootste diversifikasie van geleenthede uitstaan, is:

1. Voedsel (S05), met 20 geleenthede en 'n potensiële uitvoerwaarde van 390 miljoen USD, wat 2,11% van alle potensiële waarde van uitvoer na China verteenwoordig.
2. Ander chemikalieë en kunsvesels (S17), met 29 geleenthede en 'n potensiële uitvoerwaarde van 717 miljoen USD, wat 3,87% van alle potensiële waarde van uitvoer na China verteenwoordig.
3. Basiese chemikalieë (S16), met 44 geleenthede en 'n potensiële uitvoerwaarde van 832 miljoen USD, wat 4,49% van alle potensiële waarde van uitvoer na China verteenwoordig.
4. Masjinerie en toerusting (S25), met 82 geleenthede en 'n potensiële uitvoerwaarde van 2 miljard USD, wat 10,81% van alle potensiële waarde van uitvoer na China verteenwoordig.

Die potensiële onontginde waarde van uitvoergeleenthede moet ook geïnterpreteer word saam met die waarde van Suid-Afrika se werklike, oftewel reeds ontginde, uitvoer na China. In tabel 4-17 word die potensiële realistiese uitvoergeleenthede langs die huidige ontginning van die geleenthede per SNK-sektor gelys. Die persentasie van ontginning word ook aangedui. 'n Persentasie wat meer as 100% is, dui daarop dat die “onbenutte” potensiaal groter is as die deel wat Suid-Afrika tans van die bestaande uitvoer verskaf.

Tabel 4-17: Ontginde en onontginde geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China

Nywerheidsektor (SNK-kode)	Werklike uitvoer, 2016: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000	Totale potensiële “onbenutte” uitvoerwaarde as % van bestaande uitvoer
S01: Landbou, bosbou en vissery (11-13)	100 025	303 917	33%
S02: Steenkoolmynbou (21)	2 060	-	-
S03: Goud- en uraanertsmynbou (23)	52 685	1 250	4 215%
S04: Ander mynbou (22, 24, 25, 29, 39)	2 701 067	883 388	306%
S05: Voedsel (301-304)	242 599	391 938	62%
S06: Dranke (305)	1 525	23 803	6%
S07: Tabak (306)	1 578	110 942	1%
S08: Tekstiele (311, 312)	369 015	77 960	473%
S09: Klerasie (313-315)	864 682	40 675	2 126%
S10: Leer en leerprodukte (316)	150 335	35 411	425%

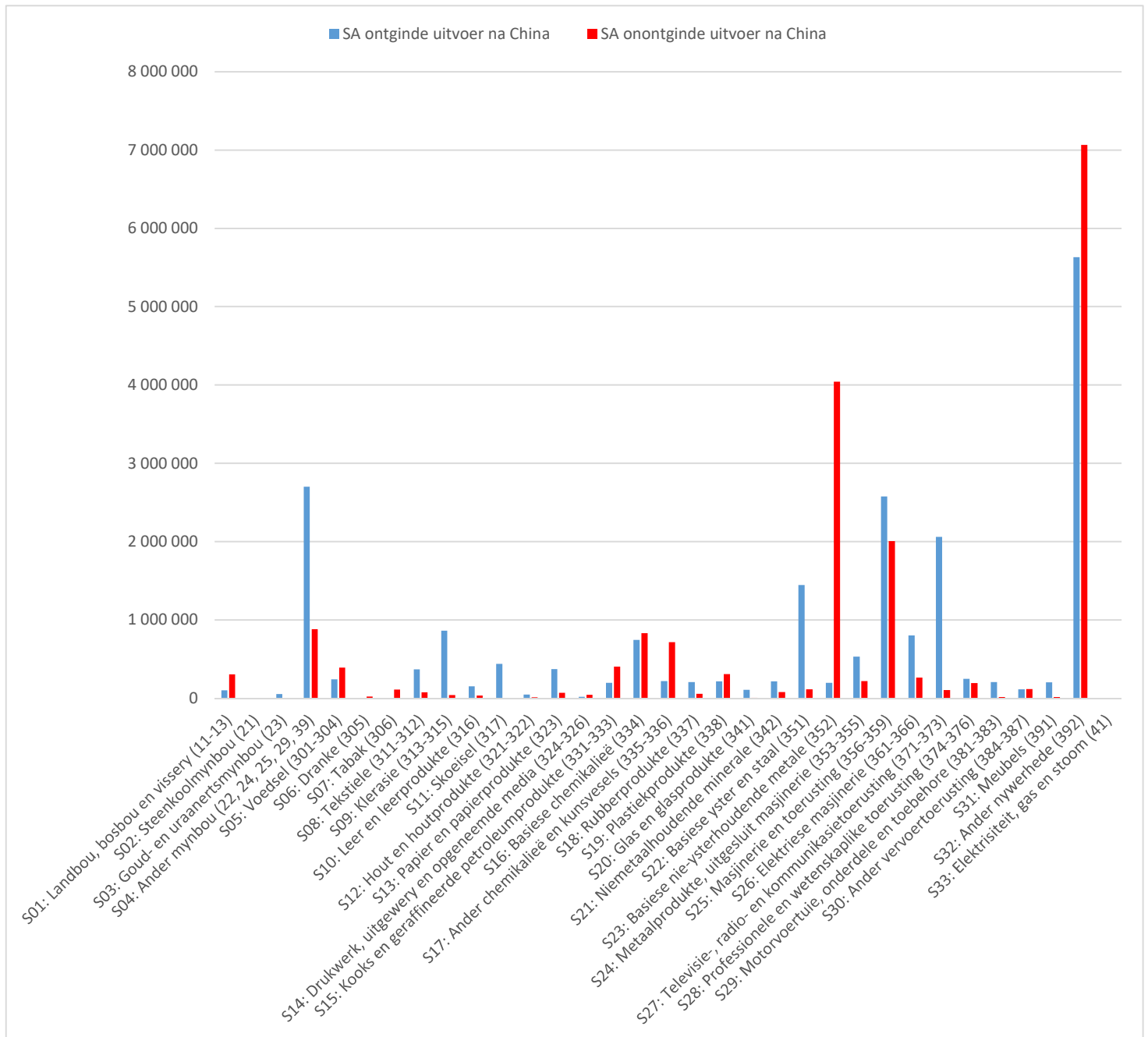
Nywerheidsektor (SNK-kode)	Werklike uitvoer, 2016: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000	Totale potensiële "onbenutte" uitvoerwaarde as % van bestaande uitvoer
S11: Skoeisel (317)	439 852	3 275	13 431%
S12: Hout en houtprodukte (321, 322)	48 244	11 001	439%
S13: Papier en papierprodukte (323)	371 996	70 053	531%
S14: Drukwerk, uitgewery en opgeneemde media (324-326)	18 316	43 881	42%
S15: Kooks en geraffineerde petroleumprodukte (331-333)	197 638	402 114	49%
S16: Basiese chemikalieë (334)	743 405	832 895	89%
S17: Ander chemikalieë en handgemaakte vesels (335, 336)	221 068	717 572	31%
S18: Rubberprodukte (337)	204 214	54 325	376%
S19: Plastiekprodukte (338)	217 117	307 194	71%
S20: Glas en glasprodukte (341)	105 653	5 312	1 989%
S21: Niemetaalhoudende minerale (342)	218 418	80 923	270%
S22: Basiese yster en staal (351)	1 444 534	115 538	1 250%
S23: Basiese nie-ysterhoudende metale (352)	195 831	4 042 111	5%
S24: Metaalprodukte, uitgesluit masjinerie (353-355)	531 488	220 027	242%
S25: Masjinerie en toerusting (356-359)	2 576 986	2 005 929	128%
S26: Elektriese masjinerie (361-366)	800 260	263 542	304%
S27: Televisie-, radio- en kommunikasietoerusting (371-373)	2 060 980	102 789	2 005%
S28: Professionele en wetenskaplike toerusting (374-376)	248 185	193 605	128%
S29: Motorvoertuie, onderdele en toebehore (381-383)	205 401	17 383	1 182%
S30: Ander vervoertoerusting (384-387)	111 702	118 578	94%
S31: Meubels (391)	201 831	12 374	1 631%
S32: Ander nywerhede (392)	5 632 927	7 069 035	80%
S33: Elektrisiteit, gas en stoom (41)	245	55	445%
Totaal	21 281 859	18 558 796	115%

Hierdie relatiewe verskille word ook in figuur 4-2 hier onder beklemtoon. Tabel 4-17 toon dat die nywerheidsektore waarin Suid-Afrika nog die minste die land se uitvoerpotensiaal ontgin het, tabak (S07), basiese nie-ysterhoudende metale (S23) en drankie (S06) is. In hierdie sektore moet dus die meeste uitvoerbevordering gedoen word om die potensiële uitvoerwaarde te ontgin en uitvoer te bevorder.

In skoeisel (S11), goud- en uraanertsmynbou (S03), klerasie (S09), televisie-, radio- en kommunikasietoerusting (S27), glas en glasprodukte (S20), meubels (S32), basiese yster en staal (S22) en motorvoertuie, onderdele en toebehore (S29) word reeds meer as 1 000% van

die geïdentifiseerde onontginde realistiese uitvoergeleenthede ontgin. In hierdie sektore sal daar dus minder aandag aan uitvoerbevordering gegee kan word om die uitvoergeleenthede te benut.

Figuur 4-2: Ontginde en onontginde geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China in USD '000 ná uitsluiting van geselekteerde HS6-produkroepe



Die HS6-produksgroepe wat in afdeling 4.4 hier bo geïdentifiseer is, word ook op sektorale vlak uitgesluit, soos gedoen is met die identifisering van die top-30 geleenthede. Van die 19 produksgroepe kom een voor in goud- en uraanertsmynbou (S03), sewe in ander mynbou (S04), twee in kooks en geraffineerde petroleumprodukte (S15), ses in basiese nie-ysterhoudende metale (S23), twee in ander nywerhede (S32) en een in elektrisiteit, gas en stoom (S33).

Tabel 4-18: Realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China volgens nywerheidsektor voor en ná uitsluiting van geselekteerde HS6-produksgroepe

Nywerheidsektor (SNK-kode)	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: aantal	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: aantal ná uitsluiting
S01: Landbou, bosbou en vissery (11-13)	11	11
S02: Steenkoolmynbou (21)	-	-
S03: Goud- en uraanertsmynbou (23)	1	-
S04: Ander mynbou (22, 24, 25, 29, 39)	9	2
S05: Voedsel (301-304)	20	20
S06: Dranke (305)	2	2
S07: Tabak (306)	1	1
S08: Tekstiele (311, 312)	29	29
S09: Klerasie (313-315)	19	19
S10: Leer en leerprodukte (316)	2	2
S11: Skoeisel (317)	2	2
S12: Hout en houtprodukte (321, 322)	4	4
S13: Papier en papierprodukte (323)	15	15
S14: Drukwerk, uitgewery en opgeneemde media (324-326)	1	1
S15: Kooks en geraffineerde petroleumprodukte (331-333)	5	3
S16: Basiese chemikalieë (334)	44	44
S17: Ander chemikalieë en handgemaakte vesels (335, 336)	29	29
S18: Rubberprodukte (337)	14	14
S19: Plastiekprodukte (338)	4	4
S20: Glas en glasprodukte (341)	3	3
S21: Niemetaalhoudende minerale (342)	16	16
S22: Basiese yster en staal (351)	22	22
S23: Basiese nie-ysterhoudende metale (352)	17	11
S24: Metaalprodukte, uitgesluit masjinerie (353-355)	28	28
S25: Masjinerie en toerusting (356-359)	82	82
S26: Elektriese masjinerie (361-366)	20	20
S27: Televisie-, radio- en kommunikasietoerusting (371-373)	5	5
S28: Professionele en wetenskaplike toerusting (374-376)	19	19
S29: Motorvoertuie, onderdele en toebehore (381-383)	2	2
S30: Ander vervoertoerusting (384-387)	10	10
S31: Meubels (391)	1	1
S32: Ander nywerhede (392)	6	4
S33: Elektrisiteit, gas en stoom (41)	1	-
Totaal	444	425

Behalwe die goud- en uraanertsmynbou (S03) en elektrisiteit, gas en stoom (S33), wat nou geen geleenthede inhou nie, word ander mynbou (S04), basiese nie-ysterhoudende metale (S23) en ander nywerhede (S32) die meeste deur hierdie uitsluiting beïnvloed. Goud wat nie in poeiervorm is nie (HS710812), word uitgesluit uit ander nywerhede (S32), en koper

(HS740311) word uitgesluit uit basiese nie-ysterhoudende metale (S23), en is die prominentste.

Die uitsluiting van die ander 17 HS6-produksgroepe het 'n aansienlik kleiner invloed op die waarde van potensiële uitvoer in elke sektor. Van die 11,4 miljard USD wat uitgesluit word, verteenwoordig goud en koper 10,4 miljard USD. Goud en koper verteenwoordig dus meer as die helfte van die realistiese uitvoergeleenthede (18,5 miljard USD) voor uitsluiting.

Tabel 4-19: Potensiële waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China volgens nywerheidsektor voor en ná uitsluiting van geselekteerde HS6-produksgroepe

Nywerheidsektor (SNK-kode)	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000 ná uitsluiting
S01: Landbou, bosbou en vissery (11-13)	303 917	303 917
S02: Steenkoolmynbou (21)	-	-
S03: Goud- en uraanertsmynbou (23)	1 250	-
S04: Ander mynbou (22, 24, 25, 29, 39)	883 388	77 314
S05: Voedsel (301-304)	391 938	391 938
S06: Dranke (305)	23 803	23 803
S07: Tabak (306)	110 942	110 942
S08: Tekstiele (311, 312)	77 960	77 960
S09: Klerasie (313-315)	40 675	40 675
S10: Leer en leerprodukte (316)	35 411	35 411
S11: Skoeisel (317)	3 275	3 275
S12: Hout en houtprodukte (321, 322)	11 001	11 001
S13: Papier en papierprodukte (323)	70 053	70 053
S14: Drukkerwerk, uitgewery en opgeneemde media (324-326)	43 881	43 881
S15: Kooks en geraffineerde petroleumprodukte (331-333)	402 114	390 417
S16: Basiese chemikalieë (334)	832 895	832 895
S17: Ander chemikalieë en handgemaakte vesels (335, 336)	717 572	717 572
S18: Rubberprodukte (337)	54 325	54 325
S19: Plastiekprodukte (338)	307 194	307 194
S20: Glas en glasprodukte (341)	5 312	5 312
S21: Nietmetaalhoudende minerale (342)	80 923	80 923
S22: Basiese yster en staal (351)	115 538	115 538
S23: Basiese nie-ysterhoudende metale (352)	4 042 111	544 509
S24: Metaalprodukte, uitgesluit masjinerie (353-355)	220 027	220 027
S25: Masjinerie en toerusting (356-359)	2 005 929	2 005 929
S26: Elektriese masjinerie (361-366)	263 542	263 542
S27: Televisie-, radio- en kommunikasietoerusting (371-373)	102 789	102 789
S28: Professionele en wetenskaplike toerusting (374-376)	193 605	193 605
S29: Motorvoertuie, onderdele en toebehore (381-383)	17 383	17 383

Nywerheidsektor (SNK-kode)	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000 ná uitsluiting
S30: Ander vervoertoerusting (384-387)	118 578	118 578
S31: Meubels (391)	12 374	12 374
S32: Ander nywerhede (392)	7 069 035	1 638
S33: Elektrisiteit, gas en stoom (41)	55	-
Totaal	18 558 796	7 174 722

Die uitsluiting van mynbouprodukte (kyk afdeling 3.10 en 4.5) vereis dat die sektorale tabulering van geleenthede en die persentasies wat elke sektor van die totale potensiële uitvoergeleenthede verteenwoordig, weer bestudeer word. In stede van 38,09% verteenwoordig ander nywerhede (S32) nou slegs 0,02% van die totale potensiële waarde van uitvoergeleenthede na China. Basiese nie-ysterhoudende metale (S23) het 21,78% van die totale potensiële waarde van uitvoergeleenthede verteenwoordig. Ná uitsluiting verteenwoordig S23 nou slegs 7,59%.

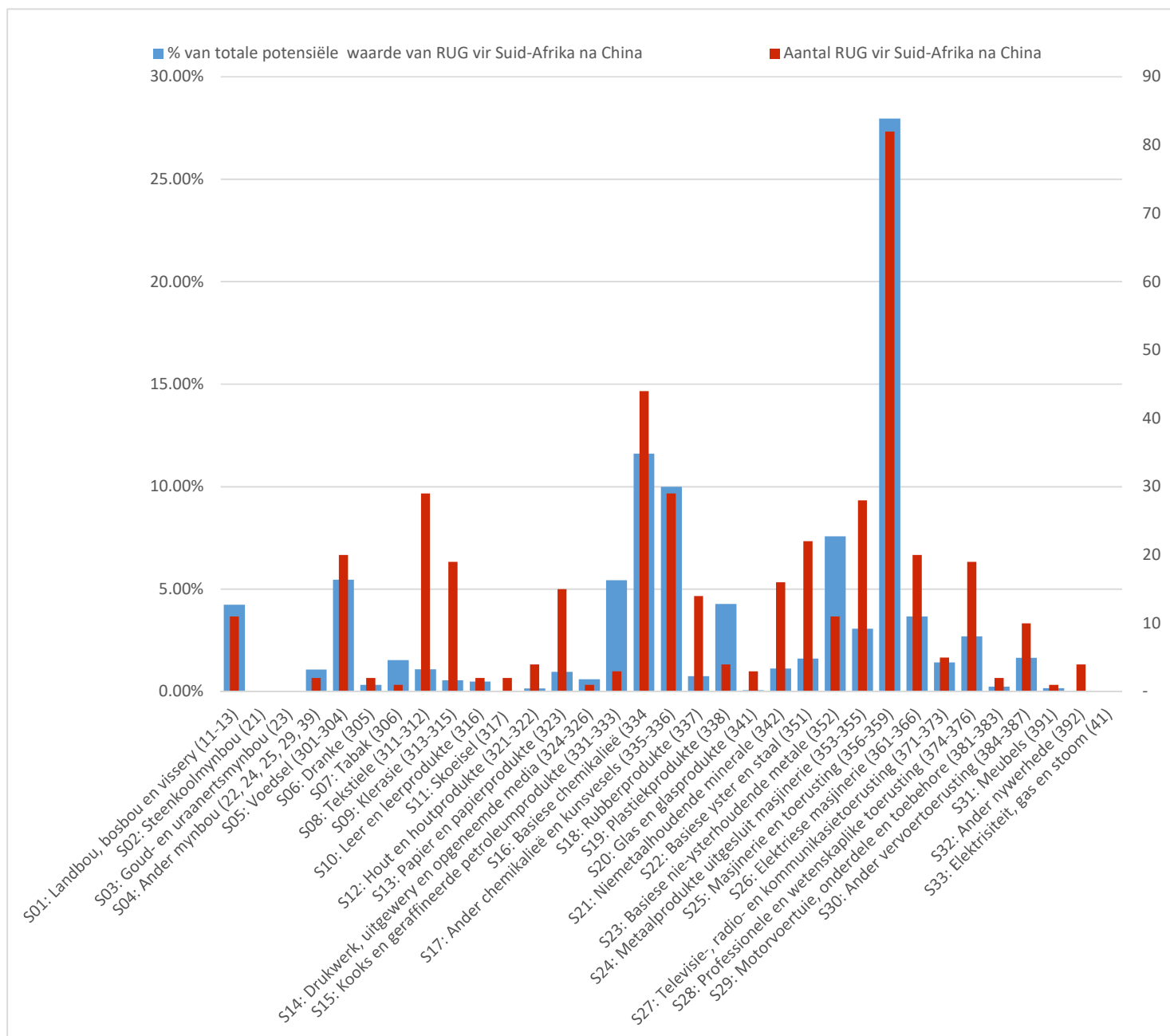
Tabel 4-20: Aantal, waarde en persentasie van totale waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China ná uitsluiting van geselekteerde HS6-produkgroepe

Nywerheidsektor (SNK-kode)	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: aantal ná uitsluiting	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000 ná uitsluiting	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: % van totale waarde ná uitsluiting
S01: Landbou, bosbou en visserij (11-13)	11	303 917	4,24%
S02: Steenkoolmynbou (21)	-	-	0,00%
S03: Goud- en uraanertsmynbou (23)	-	-	0,00%
S04: Ander mynbou (22, 24, 25, 29, 39)	2	77 314	1,08%
S05: Voedsel (301-304)	20	391 938	5,46%
S06: Dranke (305)	2	23 803	0,33%
S07: Tabak (306)	1	110 942	1,55%
S08: Tekstiele (311, 312)	29	77 960	1,09%
S09: Klerasie (313-315)	19	40 675	0,57%
S10: Leer en leerprodukte (316)	2	35 411	0,49%
S11: Skoeisel (317)	2	3 275	0,05%
S12: Hout en houtprodukte (321, 322)	4	11 001	0,15%
S13: Papier en papierprodukte (323)	15	70 053	0,98%
S14: Drukwerk, uitgewery en opgeneemde media (324-326)	1	43 881	0,61%

Nywerheidsektor (SNK-kode)	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: aantal ná uitsluiting	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000 ná uitsluiting	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: % van totale waarde ná uitsluiting
S15: Kooks en geraffineerde petroleumprodukte (331-333)	3	390 417	5,44%
S16: Basiese chemikalieë (334)	44	832 895	11,61%
S17: Ander chemikalieë en handgemaakte vesels (335, 336)	29	717 572	10,00%
S18: Rubberprodukte (337)	14	54 325	0,76%
S19: Plastiekprodukte (338)	4	307 194	4,28%
S20: Glas en glasprodukte (341)	3	5 312	0,07%
S21: Niemetaalhoudende minerale (342)	16	80 923	1,13%
S22: Basiese yster en staal (351)	22	115 538	1,61%
S23: Basiese nie-ysterhoudende metale (352)	11	544 509	7,59%
S24: Metaalprodukte, uitgesluit masjinerie (353-355)	28	220 027	3,07%
S25: Masjinerie en toerusting (356-359)	82	2 005 929	27,96%
S26: Elektriese masjinerie (361-366)	20	263 542	3,67%
S27: Televisie-, radio- en kommunikasietoerusting (371-373)	5	102 789	1,43%
S28: Professionele en wetenskaplike toerusting (374-376)	19	193 605	2,70%
S29: Motorvoertuie, onderdele en toebehore (381-383)	2	17 383	0,24%
S30: Ander vervoertoerusting (384-387)	10	118 578	1,65%
S31: Meubels (391)	1	12 374	0,17%
S32: Ander nywerhede (392)	4	1 638	0,02%
S33: Elektrisiteit, gas en stoom (41)	-	-	0,00%
Totaal	425	7 174 722	100,00%

Relatief tot mekaar word die persentasie van die waarde van die totale potensiële uitvoerwaarde en die aantal geleenthede in elke sektor opnuut uitgebeeld. Figuur 4-3 moet in vergelyking met figuur 4-1 oorweeg word.

Figuur 4-3: Realistiese geleentheid vir uitvoer uit Suid-Afrika na China volgens nywerheidsektor ná uitsluiting van geselekteerde HS6-produkgroepe



Die vier nywerheidsektore wat uitstaan as die nywerhede met die meeste potensiele waarde en ook die grootste diversifikasie van geleentheid, is steeds dieselfde as voor uitsluiting:

1. Voedsel (S05), wat nou 5,46% in stede van 2,11% van die totale potensiele waarde van uitvoer na China verteenwoordig.
2. Ander chemikalieë en kunsvasele (S17), wat nou 10% in stede van 3,87% van die totale potensiele waarde van uitvoer na China verteenwoordig.

-
3. Basiese chemikalieë (S16), wat 11,61% in stede van 4,49% van die totale potensiële waarde van uitvoer na China verteenwoordig.
 4. Masjinerie en toerusting (S25), wat 27,96% in stede van 10,81% van die totale potensiële waarde van uitvoer na China verteenwoordig.

Voedsel (S05) sluit onder meer bevrore vis, sojaboonolie, dekstrien en ander gewysigde stysels, pasta, weekdiere en ongewerwelde diere, melkpoeier, melk en room, gedroogde vis, sap en koffie in.

Voorbeelde van geleenthede in die sektor ander chemikalieë en kunsvesels (S17) is diagnostiese reagentse, bymiddels vir smeerolies, nie-ioniese oppervlakaktiewe (skoonmaak-) middels, inentings vir diere, gomme, ink, seep en verf.

Die sektor basiese chemikalieë (S16) hou byvoorbeeld geleenthede in vir aluminiumoksied, akrielpolimere, poliëtilene en poliuretane wat gebruik word om plastieke te vervaardig, organoswaelverbindinge, chloor, soute en sitroensuur.

Die sektor met verreweg die beste geleentheid wat beide diversifikasie en waarde betref, is masjinerie en toerusting (S25). Enkele voorbeelde van produkte wat in hierdie sektor geproduseer word, is enjins, nywerheidsrobotte, onderdele, verpakkings- en seëlmasjinerie, papiersnymasjinerie, masjinerie vir die maak van macaroni en ander pastas, industriële masjiene vir die produksie van koffie en ander drankke, handgereedskap, naaldwerkmasjiene, vurkhyssers, mikrogolfoonde en naaldwerknaalde.

Nie net behou hierdie vier nywerhede die hoogste kombinasie van uitvoergeleenthede en potensiële uitvoerwaarde nie, maar nou, ná uitsluiting van die 19 HS6-produkgroepe, hou drie van hulle ook die algehele hoogste waarde van potensiële uitvoergeleenthede in. Basiese nysterrhoudende metale (S23) hou effens meer potensiële uitvoerwaarde as voedsel (S05) in, maar daar is heelwat minder diversifikasie moontlikhede in S23 (11 HS6-produkgroepe) as in S05 (20 HS6-produkgroepe).

Deur die 19 HS6-produkgroepe uit te sluit, is daar dus meer ooreenstemming tussen die uitvoergeleenthede met die potensiële uitvoerwaarde van daardie geleenthede. Indien daar 'n groot aantal geleenthede is, is die potensiële waarde van die geleenthede hoog, en omgekeerd. Verder is dit ook 'n duidelike bevestiging van die vier sektore waarop uitvoerbevordering sinvol gefokus behoort te word. Hierdie vier sektore (uit 33) hou

gesamentlik 175 geleenthede (uit 425) in en 'n potensiële waarde van 3,9 miljard USD (uit 7,2 m USD).

Dus, ná die uitsluiting van die mynbouprodukgroepe het vier nywerheidsektore byna 50% van al die uitvoergeleenthede en 52% van die potensiële uitvoerwaarde.

Statistieke Suid-Afrika groepeer die 33 nywerheidsektore verder in vier makrosektore, oftewel hoofafdelings. Dit is die vier hoofbedryfstakke waarin alle produksiegeoriënteerde werksaamhede in die ekonomie plaasvind.

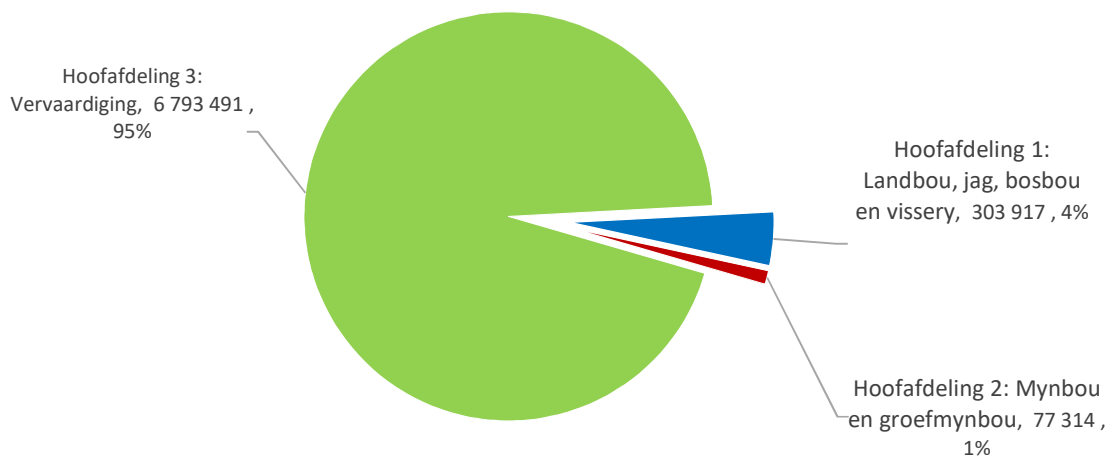
Die kategorisering van die realistiese potensiële waarde van uitvoergeleenthede wat deur die besluitondersteuningsmodel geïdentifiseer word, met en sonder die 19 HS6-produkgroepe, word in tabel 4-21 gegee.

Tabel 4-21: SNK-hoofafdelingwaardes van realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China

Makrosektor	Waarde van RUG in '000 USD	Waarde van RUG ná uitsluiting, in '000 USD
Hoofafdeling 1: Landbou, jag, bosbou en visserij	303 917	303 917
Hoofafdeling 2: Mynbou en groefmynbou	884 638	77 314
Hoofafdeling 3: Vervaardiging	17 370 186	6 793 491
Hoofafdeling 4: Elektrisiteit, gas en watervoorsiening	55	-
	18 558 796	7 174 722

Ná uitsluiting van die 19 HS6-produkgroepe is 93% van die potensiële waarde van uitvoergeleenthede in die hoofgroep vervaardiging, 5% in mynbou en groefmynbou, en 2% in die primêre sektor, soos in figuur 4-4 hier onder getoon word.

Figuur 4-4: Waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China per SNK-hoofafdeling ná uitsluiting, in '000 USD en persentasie



Vervolgens word die realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na die res van die wêreld bespreek.

4.9 China: Realistiese geleenthede vir uitvoer na die res van die wêreld

Vir die analise om China se realistiese uitvoergeleenthede te bepaal, word dieselfde stappe as in afdeling 4.2 gevolg. Ná die filterproses voltooi is, blyk dit dat Chinese mynbou 'n weglaatbare bydrae maak in die aantal realistiese onontginde geleenthede en in die potensiele uitvoerwaarde daarvan. Daar word dus nie vir die ontleding van China se uitvoergeleenthede enige HS6-produkroepe verwant aan mynbou by die analise uitgesluit nie.

Die besluitondersteuningsmodel identifiseer 162 lande wat altesaam 97 502 realistiese uitvoergeleenthede vir China bied. Daar is 'n gemiddelde van 601 realistiese uitvoergeleenthede per land. Tabel 4-22 toon dat daar 494 uitvoergeleenthede na Suid-Afrika is.

Die totale realistiese uitvoerpotensiaal vir hierdie 97 502 onontginde geleenthede is 300 083 510 000 USD, wat dui op 'n gemiddelde van 1 852 367 345 USD per land. Die

geïdentifiseerde potensiële geleentheid vir uitvoer uit China na Suid-Afrika is 546 643 000 USD (kyk tabel 4-22).

Die verspreiding van China se realistiese geleentheid vir uitvoer na die 20 lande met die grootste potensiaal, sowel as na Suid-Afrika, is soos volg:

Tabel 4-22: Top-20 lande ten opsigte van die aantal realistiese uitvoergeleentheid vir China

Rangorde	Land	Aantal realistiese uitvoergeleentheid
1	VSA	1 950
2	Duitsland	1 865
3	Frankryk	1 726
4	Verenigde Koninkryk	1 634
5	Italië	1 615
6	Japan	1 567
7	Nederland	1 490
8	Spanje	1 471
9	Republiek Korea (Suid-Korea)	1 431
10	Viëtnam	1 358
11	Indonesië	1 249
12	België-Luxemburg	1 232
13	Pole	1 230
14	Thailand	1 224
15	Roemenië	1 211
15	Hongkong	1 192
17	Kanada	1 192
18	Indië	1 184
19	Tsjeggiese Republiek	1 148
20	Slowenië	1 119
...95	Suid-Afrika	494

Uit die aantal realistiese uitvoergeleentheid vir China, is Suid-Afrika die 95ste uit 196 bestemmings.

Wanneer die potensiële waarde van hierdie geleentheid oorweeg word, is Suid-Afrika as bestemming vir China se uitvoer egter 'n groter rolspeler. Die top-20 bestemmings vir China volgens potensiële uitvoerwaarde van die realistiese uitvoergeleentheid wat nog nie ontgin is nie, sowel as Suid-Afrika, is die volgende:

Tabel 4-23: Top-20 lande ten opsigte van die waarde van realistiese uitvoergeleenthede vir China

Rangorde	Land	Potensiële waarde van realistiese uitvoergeleenthede, USD '000
1	VSA	59 785 783
2	Duitsland	27 547 048
3	Verenigde Koninkryk	17 026 670
4	Frankryk	16 884 764
5	Nederland	12 440 869
6	Mexiko	11 381 859
7	Japan	11 286 083
8	Italië	9 855 460
9	Hongkong	9 212 522
10	Kanada	8 029 355
11	Spanje	7 451 004
12	België-Luxemburg	7 053 510
13	Republiek Korea (Suid-Korea)	6 427 286
14	Pole	5 354 899
15	Viëtnam	5 016 038
15	Oostenryk	4 784 935
17	Singapoer	4 633 012
18	Tsjeggiese Republiek	3 912 712
19	Thailand	3 868 338
20	Russiese Federasie	3 618 222
...51	Suid Afrika	546 643

Suid-Afrika is die 53ste grootste bestemming uit die 196 onontginde uitvoermarkte.

Vervolgens word die berekening en resultate van China se realistiese geleenthede vir uitvoer na Suid-Afrika bespreek.

4.10 China: Realistiese geleenthede vir uitvoer na Suid-Afrika

Soos met die resultate vir Suid-Afrika se uitvoergeleenthede, word die resultate vir China volgens elke filter behandel. Weereens word die fokus spesifiek geplaas op die realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika wat nog nie ontgin is nie. Alhoewel Suid-Afrika in hierdie studie uitgesonder word as bestemming vir Chinese uitvoergeleenthede, word Suid-Afrika steeds gemeet aan die vereistes van filter 1, waarin al die moontlike lande ondersoek en geweeg word.

Suid-Afrika, as 'n potensiële invoermark vir China se produkte, voldoen aan die kriteria vir politieke en ekonomiese risiko sowel as die makroëkonomiese prestasiekriteria van filter 1 aan die hand van die Credendo Group se gradering. Daarvolgens word Suid-Afrika goedgekeur vir verdere oorweging in filter 2.

Filter 2 (afdeling 3.4) toets al die moontlike produkgroep-land-kombinasies vir groeikoers en grootte van die markte. In hierdie geval word alle produkgroep- invoermark-kombinasies getoets waarvoor daar op HS6-vlak data beskikbaar is. Weer word CEPPII BACI-data gebruik. Daar word 5 001 voorlopige produkroepe geïdentifiseer, met 'n totale potensiële waarde van 9 215 400 000 USD, wat China moontlik na Suid-Afrika kan uitvoer. 'n Produkroep word deurgelaat vir oorweging in die volgende filter as Suid-Afrika se invoermark vir daardie produkroep genoegsame grootte en groei toon, soos uiteengesit in afdeling 3.4.

Volgens die kriteria van filter 2 word 1 805 produkroepe, met 'n totale potensiële waarde van 5 114 921 000 USD, wat China moontlik na Suid-Afrika kan uitvoer, deurgelaat vir verdere oorweging in filter 3. Die invoermarkte van 3 196 HS6-produkroepe in Suid-Afrika toon nie genoegsame grootte en groei nie en word derhalwe uitgelaat in die verdere analises.

Filter 3 (kyk afdeling 3.5) toets die produkroepe wat filter 2 deurgelaat het, vir konsentrasie en vir toeganklikheid vanaf China in die Suid-Afrikaanse mark.

Die eerste stap in filter 3 is om die produkroepe aan die hand van die Herfindahl-Hirshmann-indeks te meet. Daarvolgens kan bepaal word hoe sterk mededingende uitvoerders reeds in Suid-Afrika gekonsentreer is. Die invoermarkte van 1 472 produkroepe in Suid-Afrika toon teen 'n potensiële waarde van 4 574 421 000 USD genoegsame lae vlakke van konsentrasie om verder oorweeg te word. Altesaam 333 produkroepe word nie verder as moontlike uitvoergeleenthede vir China oorweeg nie aangesien dit waarskynlik vir China moeilik sal wees om hierdie markte in Suid-Afrika te betree aangesien die mededinging te sterk is.

Die tweede stap in filter 3 is om die 1 472 produkroepe te toets vir handelsbeperkinge wat moontlik vir China in Suid-Afrika sal geld. Altesaam 1 187 waarskynlike geleenthede met 'n potensiële uitvoerwaarde van 4 250 948 000 USD word deurgelaat deur filter 3.2 en word verder in filter 4 gekategoriseer.

In filter 4 (kyk afdeling 3.6) word die 1 187 produkroepe gekategoriseer om die realistiese uitvoergeleenthede uit te lig volgens die grootte en groeikoers van die invoermarkte in Suid-Afrika en die relatiewe markaandeel wat China reeds in hierdie markte het.

Tabel 4-24: Aantal realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika

Grootte en groei van Suid-Afrika se invoermarkte	Relatiewe marktaandeel van China in Suid-Afrika se invoermarkte				Totale RUG
	Relatief klein	Intermediêr klein	Intermediêr groot	Relatief groot	
Groot mark	41	10	4	13	68
Groeiende mark (kort en lang termyn)	418	232	117	235	1 002
Groot mark met korttermyn groei	9	2		1	12
Groot mark met langtermyn groei	17	7	3	6	33
Groot mark met kort- en langtermyn groei	36	17	6	13	72
Totale RUG	521	268	130	268	1 187

Die potensiële waarde van hierdie realistiese en onontginde uitvoergeleenthede, in USD '000, gekategoriseer volgens filter 4, is die volgende:

Tabel 4-25: Totale potensiële waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika

Grootte en groei van Suid-Afrika se invoermarkte	Relatiewe marktaandeel van China in Suid-Afrika se invoermarkte				Totale potensiële waarde van RUG in USD '000
	Relatief klein	Intermediêr klein	Intermediêr groot	Relatief groot	
Groot mark	938 115	93 676	7 503	266 684	1 305 978
Groeiende mark (kort en lang termyn)	1 124 177	217 439	60 486	101 946	1 504 048
Groot mark met korttermyn groei	433 780	10 122		755	444 657
Groot mark met langtermyn groei	208 021	285 713	4 363	4 855	502 951
Groot mark met kort- en langtermyn groei	196 143	57 830	13 791	225 551	493 314
Totale potensiële waarde van RUG	2 900 236	664 780	86 143	599 790	4 250 948

In die toepassing van die metodologie van die besluitondersteuningsmodel in hierdie studie is daar gekies om die fokus te plaas op die geleenthede wat aan die strengste kriteria voldoen. Daarom word die kategorisering van die uitvoergeleenthede vir China, net soos vir Suid-Afrika,

verder verfyn deur die toepassing van die toegevoegde kriteria soos uiteengesit in afdeling 3.6. Hiervolgens word die produksievermoë van China en die waarskynlikheid dat China slegs 'n produk heruitvoer, in ag geneem. Ná toepassing van hierdie toegevoegde kriteria bly die volgende realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika oor wat dus tans nog nie ontgin word nie:

Tabel 4-26: Aantal realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika ná toepassing van toegevoegde kriteria

Grootte en groei van China se invoermarkte	Relatiewe marktaandeel van China in Suid-Afrika se invoermarkte				Totale RUG
	Relatief klein	Intermediêr klein	Intermediêr groot	Relatief groot	
Groot mark	10	2	2	8	22
Groeiende mark (kort en lang termyn)	91	97	58	181	427
Groot mark met korttermyn groei	3	2	-	-	5
Groot mark met langtermyn groei	3	2	1	3	9
Groot mark met kort- en langtermyn groei	13	9	3	6	31
Totale RUG	120	112	64	198	494

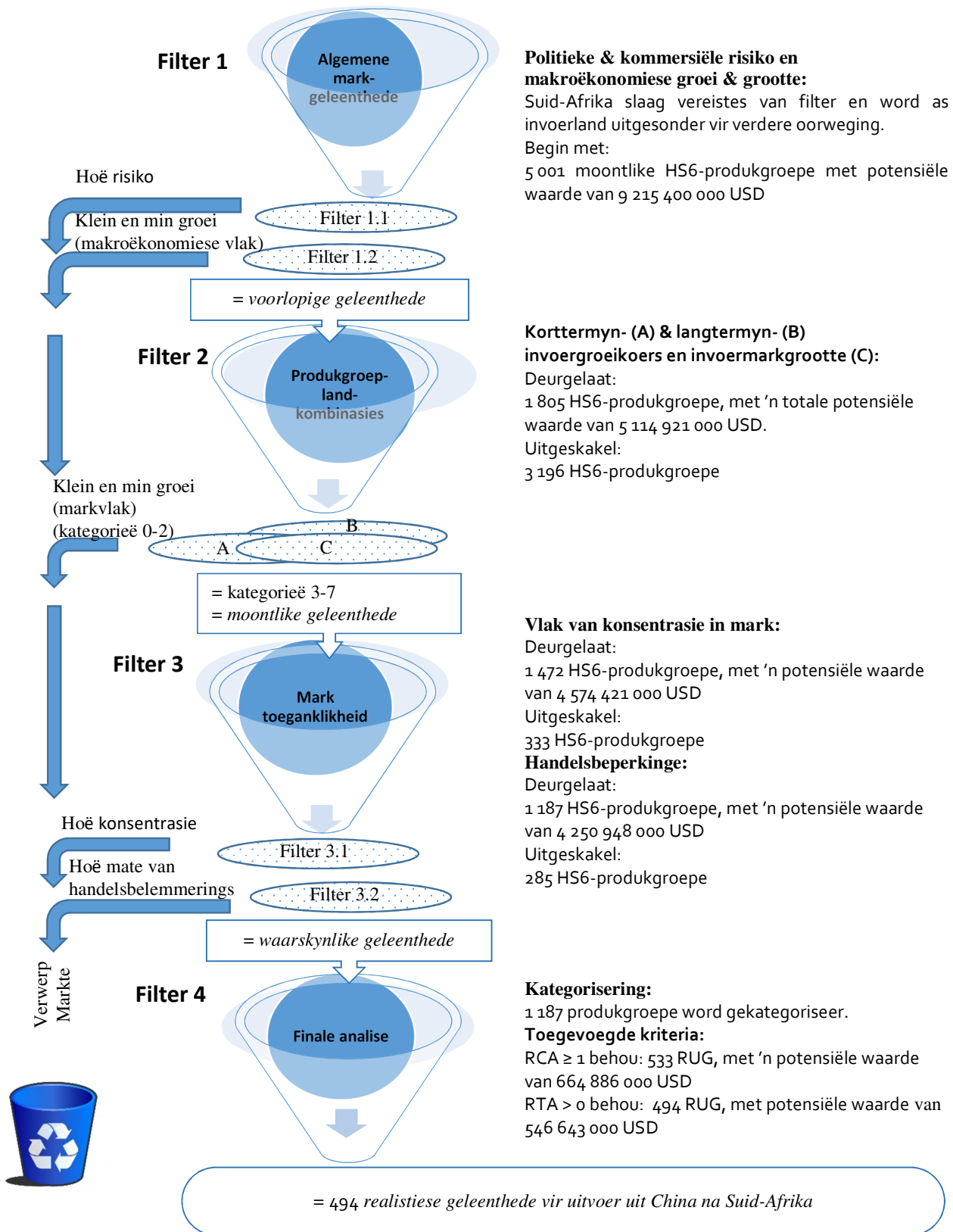
Die potensiële waarde van bogenoemde uitvoergeleenthede vir China word getabuleer, met aanduiding van die persentasie van die totale potensiële waarde wat die besluitondersteuningsmodel identifiseer:

Tabel 4-27: Totale potensiele waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika ná toepassing van toegevoegde kriteria

Grootte en groei van China se invoermarkte	Relatiewe marktaandeel van China in Suid-Afrika se invoermarkte				Totale potensiele waarde van RUG in USD '000 en % van totaal
	Relatief klein	Intermediêr klein	Intermediêr groot	Relatief groot	
Groot mark	Sel 1 38 810 7,1%	Sel 6 16 119 2,95%	Sel 11 6 172 1,13%	Sel 16 8 175 1,5%	69 276 12,67%
Groeiende mark (kort en lang termyn)	Sel 2 167 430 30,63%	Sel 7 95 021 17,38%	Sel 12 20 956 3,83%	Sel 17 32 239 5,9%	315 644 57,74%
Groot mark met korttermyn groei	Sel 3 7 684 1,41%	Sel 8 10 122 1,85%	Sel 13 - 0%	Sel 18 - 0%	17 807 3,26%
Groot mark met langtermyn groei	Sel 4 16 376 3%	Sel 9 16 438 3,01%	Sel 14 4 127 0,75%	Sel 19 1 736 0,32%	38 677 7,08%
Groot mark met kort- en langtermyn groei	Sel 5 60 148 11%	Sel 10 28 253 5,17%	Sel 15 5 785 1,06%	Sel 20 11 053 2,02%	105 239 19,25%
Totale potensiele waarde van RUG en % van totaal	290 448 53,13%	165 954 30,36%	37 039 6,78%	53 202 9,73%	546 643 100%

Vervolgens word die stap-vir-stap-identifisering van realistiese en onontginde geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika getoon.

4.11 China: Grafiese voorstelling van filterproses



4.12 China: Top-30 geleenthede vir uitvoer na Suid-Afrika

Die 30 grootste realistiese onontginde geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika, volgens die bekendgemaakte vraag, oftewel die potensiële waarde, word vervolgens geïdentifiseer. Hierdie geleenthede word op HS6-produksgroepvlak aangedui en die plasing van elke produksgroep binne die kategorisering van filter 4 word ook gegee (RUGxy / selnommer). Daarby word ook die waarde wat reeds deur China (huidige uitvoer) ontgin word, aangedui deur middel van China se werklike uitvoer van die produksgroep na Suid-Afrika in 2016.

Tabel 4-28: Top-30 geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika

HS6-kode	HS6-beskrywing	Werklike uitvoer, 2016: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoer-geleenthede: waarde in USD '000	% van die totale potensiële uitvoerwaarde wat gerealiseer word in werklike uitvoer	RUGxy (Filter 4: selklassifikasie)
HS080810	Appels, vars	388 463	24 346	1,59%	RUG1,5 (Sel 5)
HS310210	Ureum, in wateroplossing al dan nie	217 727	23 298	0,94%	RUG2,2 (Sel 7)
HS730890	Strukture ... en dele van strukture ... van yster of staal (uitgesluit 7308.10-7308.40); plate, stawe ... en so meer, voorberei vir gebruik in strukture, van yster of staal [kyk volledige teks # 129]	167 004	16 596	1,01%	RUG1,2 (Sel 2)
HS860900	Houers (insluitende houers vir die vervoer van vloeistowwe) spesiaal ontwerp en toegerus vir vrag op een of meer wyses van spoorvervoer	3 284 909	16 279	20,18%	RUG1,4 (Sel 4)
HS843149	Onderdele geskik vir gebruik uitsluitlik of hoofsaaklik met die masjiene van 84.26 / 84.29 / 84.30 (uitgesluit 8431.41-8431.43)	416 338	15 814	2,63%	RUG1,2 (Sel 2)
HS721049	Platgewalste produkte van yster of niegelegeerde staal, met 'n breedte van 600 mm of meer, anders geplateer of bedek met sink (uitgesonderd elektrolities), uitgesluit geriffel	3 440	15 099	0,02%	RUG1,2 (Sel 2)
HS271220	Paraffienwas wat < 0,5% olie bevat	3 716 091	13 661	27,20%	RUG2,4 (Sel 9)
HS080820	Pere en kwepers, vars	34 050	13 557	0,25%	RUG1,5 (Sel 5)
HS847490	Dele van die masjiene van 84.74	369 207	12 391	2,98%	RUG1,1 (Sel 1)
HS732690	Artikels van yster of staal nie elders gespesifiseer nie	2 340 067	12 263	19,08%	RUG1,2 (Sel 2)
HS310540	Ammoniumdiwaterstofortofosfate (monoammoniumfosfaat) en mengsels daarvan met diammoniumwaterstofortofosfaat (diammoniumfosfaat)	5 341 871	11 389	46,90%	RUG2,1 (Sel 6)

HS6-kode	HS6-beskrywing	Werklike uitvoer, 2016: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoer-geleenthede: waarde in USD '000	% van die totale potensiële uitvoerwaarde wat gerealiseer word in werklike uitvoer	RUGxy (Filter 4: selklassifikasie)
HS844399	Ander (onder fleksografiese drukkers)	118 721	11 059	1,08%	RUG1,2 (Sel 2)
HS030429	Ander (onder visfilette en ander visvleis)	39 321	10 617	0,37%	RUG1,2 (Sel 2)
HS750220	Nikkellegerings, onbewerk	102 768 426	10 065	1 021,04%	RUG4,5 (Sel 20)
HS847130	Draagbare digitale outomatiese dataverwerkingsmasjiene, weeg nie > 10 kg nie, wat bestaan uit ten minste 'n sentrale verwerkingseenheid, 'n sleutelbord en 'n skerm	139 668	9 502	1,47%	RUG1,2 (Sel 2)
HS854140	Fotosensitiewe halfgeleiertoestelle, insluitende fotovoltaiiese selle, in modules of panele saamgestel al dan nie; ligemissiediodes	10 719 708	9 205	116,46%	RUG2,2 (Sel 7)
HS030749	Inkvis (<i>Sepia officinalis</i> , <i>Rossia macrosoma</i> , <i>Sepiola</i> -spp.) en pylinkvis (<i>Ommastrephes</i> -spp., <i>Loligo</i> -spp., <i>Nototodarus</i> -spp., <i>Sepioteuthis</i> -spp.), uitgesluit lewendig, vars of verkoel	6 750 826	9 166	73,65%	RUG2,2 (Sel 7)
HS271312	Petroleumkooks, gekalsineer	4 577 132	8 638	52,99%	RUG2,3
HS811100	Mangaan en artikels daarvan, insluitende afval en skroot	392 310	8 579	4,57%	RUG1,1 (Sel 1)
HS080540	Pomelo's, vars of gedroog	8 934 120	8 202	108,92%	RUG2,5 (Sel 10)
HS840690	Dele van die stoomturbines en ander damperturbines van 8406.10-8406.82	9 994 085	7 835	127,56%	RUG2,2 (Sel 7)
HS721912	Platgewalste produkte van vlekvrystaal, met 'n wydte van 600 mm of meer, nie verder bewerk as warmgewals, in rolle, van 'n dikte van 4,75 mm of meer maar nie > 10 mm nie	858 229	7 346	11,68%	RUG1,5 (Sel 5)
HS282530	Vanadiumoksiede en hidroksiede	93 086	6 174	1,51%	RUG1,1 (Sel 1)
HS840681	Stoomturbines en ander damperturbines (uitgesluit vir skeepsaandrywing), met 'n uitset > 40 MW	152 803	5 590	2,74%	RUG2,5 (Sel 10)
HS291412	Butanoon (metietielketoon)	-	5 266	0,00%	RUG1,5 (Sel 5)
HS721070	Platgewalste produkte van yster of niegelegeerde staal, met 'n breedte van 600 mm of meer, geveel, gelak of bedek met plastiek	-	5 218	0,00%	RUG1,2 (Sel 2)
HS852872	Platskermtelevisie, met 'n skermgrootte van hoogstens 3 m x 4 m (onder ontvangsapparatuur vir televisie, insluitende radiuuitsendingontvangers of klank- of video-opname- of -reproduseerapparaat, al dan nie)	9 296	4 943	0,18%	RUG1,2 (Sel 2)

HS6-kode	HS6-beskrywing	Werklike uitvoer, 2016: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoer-geleenthede: waarde in USD '000	% van die totale potensiële uitvoerwaarde wat gerealiseer word in werklike uitvoer	RUGxy (Filter 4: selklassifikasie)
HS284990	Karbiede, uitgesluit koolstof of silikon, chemies gedefinieer al dan nie	1 652 831	4 870	33,94%	RUG2,5 (Sel 10)
HS732591	Meulballe en soortgelyke gegote artikels vir meulens, van yster of staal	7 407 830	4 731	156,58%	RUG2,1 (Sel 6)
HS852871	Ander (onder ontvangsapparatuur vir televisie, insluitende radiuuitsendingontvangers of klank- of video-opname- of -reproduseerapparaat, al dan nie)	-	4 627	0,00%	RUG2,2 (Sel 7)

Al die 30 topgeleenthede, behalwe onbewerkte nikkellegerings, word gevind in kolom 1 en 2, dit wil sê sel 1 tot 10 van filter 4 se kategorisering. China dus hou tans 'n relatief klein marktaandeel vir hierdie produkte in Suid-Afrika.

China hou 'n intermediêr groot marktaandeel vir onbewerkte nikkellegerings (HS750220) maar ontgin reeds hierdie geleenthede byna ten volle, soos blyk uit die vergelyking van die ontginde uitvoer daarvan (2016) en die realistiese onontginde uitvoer.

Wanneer die produkgroepe vergelyk word ten opsigte van werklike uitvoer en die realistiese uitvoergeleenthede, blyk dit dat vir 25 van die produkgroepe die ontginde waarde (2016-uitvoerwaarde) minder is as die potensiële waarde (onontginde waarde). Daar is 'n duidelik waarneembare vraag na hierdie 25 geleenthede in Suid-Afrika, maar China voldoen aan net 'n klein deel van hierdie vraag en, in die geval van drie van die produkgroepe, voldoen China glad nie aan die vraag nie. Die drie produkgroepe waarvan China in 2016 geen uitvoer na Suid-Afrika gehad het nie, is butanoon (HS291412), platgewalste yster met plastiek bedek (HS721070), en diverse radio- en televisieprodukte (HS852871). China het wel in vorige jare van hierdie produkgroepe na Suid-Afrika uitgevoer.

Produkgroeperings wat uitstaan, is vrugte (appels, pere en kwepers, en pomelo's), kunsmis (ureum en ammoniumdiwaterstofortofosfate), yster en staal sowel as produkte daarvan (strukture en artikels van staal, meulballe en platgewalste produkte van staal), minerale brandstof (paraffienwas en petroleumkooks), masjinerie en meganiese toestelle en die onderdele daarvoor, asook onderdele vir die ontvangs van radio- en televisie, elektriese toestelle en verwante produkte.

Geleenthede in die top-30 produkroepe wat ten opsigte van uitvoer tans baie swak ontgin word (werklike uitvoer in 2016 < 1% van potensiële waarde van die realistiese uitvoergeleentheid), is ureum (HS310210), platgewalste ysterprodukte (HS721049 en HS721070), pere en kwepers (HS080820), ander soorte visvleis (HS030429), butanoon (HS291412) en platskermtelevisionies en ander televisieprodukte (HS852872 en HS852871).

China ontgin reeds etlike van die top-30 produkroepe goed (werklike uitvoer van China in 2016 is meer as 100% van potensiële waarde van die realistiese uitvoergeleentheid). Hierdie produkte is nikkel (HS750220), fotosensitiewe halfgeleiertoeestelle (HS854140) en meulballe (HS732591).

4.13 China: Strategiese fokus vir die bevordering van uitvoer na Suid-Afrika

Soos aangedui deur die ontleding van Suid-Afrika se uitvoergeleenthede, is dit nie noodwendig die beste strategie vir China om sy uitvoerbevordering te fokus op die lys realistiese geleenthede met die hoogste potensiële waarde nie. Daar moet eerder teruggekeer word na die tabulering volgens filter 4, wat in tabel 4-29 gegee word, met ontleding van gepaardgaande strategie.

Soos in afdeling 4.6 word die volgende waardes aangedui:

Sel 1	RUG-selnommer
38 810	Potensiële waarde van die geleenthede
7,1%	Persentasie van potensiële waarde van totale geleenthede
(10)	Aantal geleenthede

Tabel 4-29: Strategiese fokus vir die bevordering van uitvoer uit China na Suid-Afrika vir alle RUG

Grootte en groei van Suid-Afrika se invoermarkte	Relatiewe marktaandeel van China in Suid-Afrika se invoermarkte				Totale potensiële waarde van RUG in USD '000 en % van totaal
	Relatief klein	Intermediêr klein	Intermediêr groot	Relatief groot	
Groot mark	Sel 1 38 810 7,1% (10)	Sel 6 16 119 2,95% (2)	Sel 11 6 172 1,13% (2)	Sel 16 8 175 1,5% (8)	69 276 12,67% (22)
Groeiende mark (kort en lang termyn)	Sel 2 167 430 30,63% (91)	Sel 7 95 021 17,38 (97)	Sel 12 20 956 3,83% (58)	Sel 17 32 239 5,9% (181)	315 644 57,74% (427)
Groot mark met korttermyn groei	Sel 3 7 684 1,41% (3)	Sel 8 10 122 1,85% (2)	Sel 13 0% (0)	Sel 18 0% (0)	17 807 3,26% (5)
Groot mark met langtermyn groei	Sel 4 16 376 3% (3)	Sel 9 16 438 3,01% (2)	Sel 14 4 127 0,75% (1)	Sel 19 1 736 0,32% (3)	38 677 7,08% (9)
Groot mark met kort- en langtermyn groei	Sel 5 60 148 11% (13)	Sel 10 28 253 5,17% (9)	Sel 15 5 785 1,06% (3)	Sel 20 11 053 2,02% (6)	105 239 19,25% (31)
Totale potensiële waarde van RUG en % van totaal	290 448 53,13% (120)	165 954 30,36% (112)	37 039 6,78% (64)	53 202 9,73% (198)	546 643 100% (494)
Strategie:	Aanvallend: verken		Aanvallend: brei uit	Verdedigend: behou en hou in stand	

Vir die grootste aantal van die realistiese geleenthede vir uitvoer na Suid-Afrika (198) van al 494 uitvoergeleenthede het China reeds 'n relatief groot marktaandeel, maar hierdie geleenthede maak nie 'n groot deel (53 miljoen USD – 9,73%) van die totale waarde van die potensiële uitvoerwaarde van die geleenthede uit nie. Alhoewel China baie realistiese geleenthede in kolom 4 (sel 16-20) het, is die geleenthede in groot mate reeds ontgin. Die

potensiële uitvoerwaarde in hierdie kategorie is dus nie so hoog nie, maar moet wel behou en in stand gebou word.

Die tweede meeste (120) realistiese geleenthede word gevind in kolom 1 (sel 1-5), waar China tans 'n relatief klein marktaandeel in Suid-Afrika het. Hierdie realistiese uitvoergeleenthede is dus in groter mate onontgin en die potensiële waarde daarvan is die grootste (290 miljoen USD – 53,13%). Hierdie geleenthede hou dus meer geleenthede en voordeel in vir China om te ontwikkel. Dit sal egter meer moeite kos om te ontgin.

Wat ook uit die ontleding van die rye van tabel 4-29 aan die lig kom, is dat die grootste aantal realistiese geleenthede vir China (427) gekategoriseer word as markte waarvoor daar sowel korttermyn- as langtermyn groei in Suid-Afrika is (sel 2, 7, 12 en 17). Die markte is nie groot nie, maar beloop tog 315,6 miljoen USD (57,74%) van die totale potensiële uitvoerwaarde van die geleenthede vir China.

Een voorbeeld van 'n uitvoergeleentheid in elk van die voorgestelde uitvoerstrategieë word vervolgens vir China uitgelig.

1. Aggressiewe verkennende strategie: HS080810 – Appels

China het tans 'n relatief lae marktaandeel in die invoermark van Suid-Afrika. Die uitvoergeleentheid val in sel 5 (RUG1,5), wat toon dat Suid-Afrika 'n groot mark is wat sowel korttermyn- as langtermyn groeipotensiaal het. Hierdie realistiese uitvoergeleentheid is ook die heel grootste geleentheid volgens potensiële waarde van uitvoer uit China na Suid-Afrika.

Die besluitondersteuningsmodel identifiseer 'n realistiese addisionele potensiële uitvoerwaarde van 24 miljoen USD. China het reeds in 2016 appels ter waarde van 388 miljoen USD na Suid-Afrika uitgevoer; China het dus die kapasiteit, maar het steeds net 'n klein marktaandeel. China se ontginde uitvoerwaarde in die geval van appels vir die vyf jaar onder oorweging (2012–2016), in vergelyking met Suid-Afrika se totale invoer in USD '000 in dieselfde tydperk, is soos volg:

Tabel 4-30: China se ontginde uitvoer van appels en Suid-Afrika se totale invoer

Jaar:	2012	2013	2014	2015	2016
China: uitvoer	–	41 647	19 207	298 255	388 463
Suid-Afrika: invoer	254 399 414	323 976 170	254 814 737	236 953 426	254 425 470

Hieruit kan gesien word dat China se uitvoer van appels besig is om sterk te groei. Die relatief lae RCA-telling (1,05) dui egter aan dat China die uitvoer van appels na Suid-Afrika nog redelik aktief sal moet bevorder.

Soos vermeld in die bespreking van die realistiese uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika, stel Cuyvers *et al.* (1995:183) voor dat verkenning van sulke geleenthede gedoen moet word in samewerking met China se uitvoerbevorderingsorganisasies en die aangewese handelsverteenwoordigers en attachés in Suid Afrika.

2. Aggressiewe uitbreidende strategie: HS844180 – Masjinerie vir die maak van papierpulp, papier of karton (uitsluitende 8441.10-8441.40).

China hou tans 'n intermediêr groot marktaandeel in Suid-Afrika. Die produkgroep word gekategoriseer in sel 12 (RUG3,2). Vir hierdie produkgroep is daar in Suid-Afrika 'n mark wat sowel korttermyn- as langtermyn-groeipotensiaal het, alhoewel dit tans nie groot is nie.

Die besluitondersteuningsmodel identifiseer 'n realistiese potensiële uitvoerwaarde van 1 miljoen USD wat nog nie deur China ontgin word nie. In 2016 het China pulpmasjinerie ter waarde van 4 miljoen USD uitgevoer. China se ontginde uitvoerwaarde van masjinerie vir die vervaardiging van pulp vir die vyf jaar onder oorweging (2012–2016), in vergelyking met Suid-Afrika se totale invoer in USD '000 vir dieselfde tydperk, is soos volg:

Tabel 4-31: China se ontginde uitvoer van masjinerie vir papiervervaardiging en Suid-Afrika se totale invoer

Jaar:	2012	2013	2014	2015	2016
China: uitvoer	140	-	4 527	876	4 023
Suid-Afrika: invoer	10 324	8 491	7 754	13 357	14 968

Die potensiële waarde van die realistiese uitvoergeleentheid vir China is 25% van sy huidige uitvoer na Suid-Afrika en ongeveer 7% van die huidige invoermark in Suid-Afrika.

Soos voorheen genoem, het die privaat sektor in China reeds 'n substansiële betrokkenheid by die uitvoer van produkte soos dié. Daarom is die gepaste strategie volgens Cuyvers *et al.* (1995:184) dat die ondervinding van die huidige uitvoerders in ag geneem behoort te word. Daar behoort noue samewerking te wees tussen die betrokke uitvoerbevorderingsagentskappe en die agente van die privaat sektor wat reeds betrokke is by die uitvoer van masjinerie wat pulp maak vir gebruik in papier- en kartonvervaardiging.

3. Verdedigende instandhoudingstrategie: HS283630 – Natriumbikarbonaat

China is een van die grootste rolspelers in die invoermark vir natriumbikarbonaat in Suid-Afrika. Hierdie geleentheid word gekategoriseer in sel 6 (RUG4,1). Dit is dus 'n produk waarvoor daar in Suid-Afrika 'n groot mark is, maar nie noodwendig korttermyn- of langtermyn-groei-potensiaal nie.

Die besluitondersteuningsmodel identifiseer 'n realistiese potensiële uitvoerwaarde van 1,5 miljoen USD wat nog nie deur China ontgin word nie. In 2016 het China natriumbikarbonaat ter waarde van 1,7 miljoen USD uitgevoer, maar dit is opmerklik minder as die voorafgaande vier jaar. China se ontginde uitvoerwaarde van natriumbikarbonaat vir die vyf jaar onder oorweging (2012–2016), in vergelyking met Suid-Afrika se totale invoer in USD '000 vir dieselfde tydperk, is soos volg:

Tabel 4-32: China se ontginde uitvoer van natriumbikarbonaat en Suid-Afrika se totale invoer

Jaar:	2012	2013	2014	2015	2016
China: uitvoer	13 896	16 479	11 736	4 633	1 751
Suid-Afrika: invoer	30 552	25 506	23 371	16 667	11 206

China behou byna die helfte van die invoermark in Suid-Afrika (behalwe in 2015 en 2016). In die geval van natriumbikarbonaat kan China dus slegs op die verdediging van die huidige marktaandeel fokus eerder as op die aktiewe bevordering van uitvoer. Selfs vir 2015 en 2016 behou China onderskeidelik ongeveer 'n kwart en 'n vyfde van die mark in Suid-Afrika. Italië, Turkye en Swaziland is die drie grootste mededingers vir China wat besig is om hulle marktaandeel in die Suid-Afrikaanse mark te vergroot

ten koste van China. Aangesien China egter 'n geskiedkundige voorsprong het en steeds die grootste uitvoerder is, moet China daarop fokus om sy marktaandeel te verdedig en nie verder af te staan nie.

Soos voorheen vermeld, beveel Cuyvers *et al.* (1995:184) minimale betrokkenheid van openbare instansies soos uitvoerbevorderingsorganisasies en handelsverteenwoordigers by die bewaring en instandhouding van markte soos hierdie aan. Die uitvoerders weet die beste hoe om die marktaandeel vir natriumbikarbonate te behou en in stand te hou.

Net soos in Suid-Afrika se geval (kyk afdeling 4.7) word vir China ook die strategie gevolg om die klem te plaas op die realistiese geleenthede in selle 11 tot 15 (RUGx=3). Hoewel China moontlik nie soortgelyke beperkte hulpbronne vir die bevordering van uitvoer as Suid-Afrika het nie, verteenwoordig geleenthede in selle 11 tot 15 wel die geleenthede wat potensieel die meeste waarde kan oplewer in vergelyking met die moeite en fondse wat nodig is om die geleentheid te verwesenlik. Daar is 64 realistiese uitvoergeleenthede in selle 11 tot 15. Die grootste 32 volgens potensieële uitvoerwaarde word vervolgens in tabel 4-33 gegee:

Tabel 4-33: Die top-32 realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika

HS6-kode	HS6-beskrywing	Werklike uitvoer, 2016: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000	Totale potensiële waarde van RUG in USD '000 en % van totaal
HS841940	Distilleringsuitrusting, elektries verhit al dan nie	25 082	4 558	550,29%
HS200870	Perskes, insluitende nektariene, verwerk of gepreserveer, suiker, ander versoeters of alkohol bygevoeg al dan nie, nie elders aangedui nie	9 877	4 127	239,33%
HS720249	Ferrochroom, uitgesluit met 'n koolstofwaarde van > 4%, in korrel- of poeivorm	4 753	3 287	144,60%
HS732611	Meulballe en soortgelyke artikels vir meulens, van yster of staal, gesmee of gestempel maar nie verder versag nie	6 405	2 885	222,01%
HS251990	Saamgesmelte magnesia; gesinterde magnesia, met klein hoeveelhede ander oksiede bygevoeg voordat dit gesinter word al dan nie; ander magnesiumoksied, hetsy suiwer of nie	5 078	2 539	200,00%
HS310221	Ammoniumsulfaat	8 235	1 764	466,84%
HS370130	Fotografiese plate en film in plat vorm (uitgesluit film vir X-strale, kitsdrukfilm), sensitief, nie belig nie, van enige materiaal behalwe papier, karton of tekstiele, met enige kant > 255 mm	3 410	1 733	196,77%
HS844180	Masjinerie vir die maak van papierpulp, papier of karton (uitgesluit 8441.10-8441.40)	4 023	1 147	350,74%
HS481940	Sakke en tasse (uitgesluit dié met 'n basisbreedte van 40 cm of meer), insluitende kegels	3 562	1 109	321,19%
HS720916	Platgewalste produkte van yster of niegeleëerde staal, met 'n breedte van 600 mm of meer, in rolle, nie verder bewerk as koudgewals (verkoel) nie, bekleed of geplateer of bedek met 'n dikte > 1 mm maar <3 mm	1 647	1 055	156,11%
HS510130	Wol, nie geeraard of gekam nie, gekarboniseer	3 046	1 042	292,32%
HS850610	Primêre selle en primêre batterye, mangaandioksied	2 423	688	352,18%
HS320420	Sintetiese organiese penne van 'n soort wat gebruik word as fluoresserende verhelderingsmiddels	2 353	653	360,34%
HS391390	Natuurlike polimere en gewysigde natuurlike polimere (bv. verharde proteïene, chemiese derivate van natuurlike rubber), behalwe algiensuur, die soute en esters daarvan, in primêre vorms	1 242	621	200,00%
HS391220	Sellulosenitrate (insluitende kollodium), in primêre vorms	976	614	158,96%
HS284610	Seriumverbindings	1 685	498	338,35%

HS6-kode	HS6-beskrywing	Werklike uitvoer, 2016: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000	Totale potensiële waarde van RUG in USD '000 en % van totaal
HS732510	Gegote artikels van niesmeerbare gietyster nie elders gespesifiseer nie	1 501	459	327,02%
HS900510	Verkykers	-	444	0,00 %
HS847940	Masjiene vir die maak van tou of kabel	1 835	432	424,77%
HS730792	Ingerygde elmboë, krommings en hulse van yster of staal (uitgesluit gietyster en vlekvrystaal)	2 145	417	514,39%
HS320620	Pigmente en preparate gebaseer op chroomverbindings	25	398	6,28%
HS540244	Geweefde materiaal, maar nie met 'n hoë kleefdigtheid of getekstureerde garing (uitgesluit naaldraad, uitgesonderd 5412.42), enkel of ongedraaid of met 'n draaiing van hoogstens > 50 draaiings per meter, van poliuretaan, nie opgemaak vir kleinhandelverkope nie	-	384	0,00%
HS701959	Geweefde materiaal van glasvesel (uitgesluit 7019.40), nie elders in 70.19 vermeld nie	1 101	371	296,77%
HS845929	Boormasjiene, buiten slee-tipe masjiene, vir die bewerking van metaal, maar nie numeries of handmatig beheer nie	1 295	358	361,73%
HS831130	Bedekte penne en koperdraad, van onedel metaal, vir soldeer, braseer of sweis met behulp van 'n vlam	1 862	341	546,04%
HS760529	Draad van aluminiumlegerings (uitgesluit 7605.21)	651	315	206,67%
HS847090	Posfrankeringsmasjiene, kaartjie-uitreikmasjiene en soortgelyke masjiene, insluitende 'n berekeningstoestel	595	311	191,32%
HS961310	Sakaanstekers, gas aangedryf, nie hervulbaar nie	595	298	199,66%
HS291533	n-Butielasetaat	847	290	292,07%
HS761490	Gerolde draad, kabels, gevlegte bande en so meer, van aluminium, nie elektries geïsoleer nie (uitgesluit 7614.10)	810	268	302,24%
HS560391	Niegeweefde materiaal, geïmpregneer al dan nie, bekleed, oordek of gelamineer (uitgesluit 5603.11-5603.14), gewig nie > 25 g/m ²	604	254	237,80%
HS380610	Harpuis- en harssuur	343	252	136,11%

Daar is altesaam 64 realistiese uitvoergeleenthede in RUGx=3. Die addisionele potensiële uitvoerwaarde daarvan is 37 miljoen USD. China het in 2016 reeds produkroepe uit hierdie kolom ter waarde van 107 miljoen USD na Suid-Afrika uitgevoer.

4.14 China: Sektorale en makrosektorale ontleding van realistiese geleenthede vir uitvoer na Suid-Afrika

Die Standaardnywerheidsklassifikasie van ekonomiese bedrywighede van Statistieke Suid-Afrika word weereens gebruik om China se realistiese uitvoergeleenthede volgens verskillende nywerheidsektore te kategoriseer. Hierdie kategorisering identifiseer nywerhede volgens sektorale vlak.

Soos vir Suid-Afrika word die ontleding gedoen volgens die 33 sektore (hoofnywerhede), waarna dit volgens die vier makrosektore, oftewel hoofafdelings, ingedeel word..

Tabel 4-34: Realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika volgens nywerheidsektor

Nywerheidsektor (SNK-kode)	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: aantal	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: % van totale waarde
S01: Landbou, bosbou en visserij (11-13)	17	56 946	10,42%
S02: Steenkoolmynbou (21)	-	-	0%
S03: Goud- en uraanertsmynbou (23)	-	-	0 %
S04: Ander mynbou (22, 24, 25, 29, 39)	9	14 635	2,68%
S05: Voedsel (301-304)	19	28 734	5,26%
S06: Dranke (305)	1	69	0,01%
S07: Tabak (306)	-	-	0 %
S08: Tekstiele (311, 312)	44	10 954	2,00%
S09: Klerasie (313-315)	8	1 257	0,23%
S10: Leer en leerprodukte (316)	-	-	0 %
S11: Skoeisel (317)	1	128	0,02%
S12: Hout en houtprodukte (321, 322)	2	2 530	0,46%
S13: Papier en papierprodukte (323)	8	1 970	0,36%
S14: Drukwerk, uitgewery en opgeneemde media (324-326)	-	-	0 %
S15: Kooks en geraffineerde petroleumprodukte (331-333)	2	22 299	4,08%
S16: Basiese chemikalieë (334)	108	93 706	17,14%
S17: Ander chemikalieë en kunsvesels (335, 336)	17	10 309	1,89%
S18: Rubberprodukte (337)	7	2 817	0,52%
S19: Plastiekprodukte (338)	3	5 230	0,96%
S20: Glas en glasprodukte (341)	8	1 252	0,23%

Nywerheidsektor (SNK-kode)	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: aantal	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: % van totale waarde
S21: Niemetaalhoudende minerale (342)	10	5 608	1,03%
S22: Basiese yster en staal (351)	29	45 820	8,38%
S23: Basiese nie-ysterhoudende metale (352)	14	28 587	5,23%
S24: Metaalprodukte, uitgesluit masjinerie (353-355)	39	55 090	10,08%
S25: Masjinerie en toerusting (356-359)	63	94 323	17,26%
S26: Elektriese masjinerie (361-366)	19	9 277	1,70%
S27: Televisie-, radio- en kommunikasietoerusting (371-373)	14	27 010	4,94%
S28: Professionele en wetenskaplike toerusting (374-376)	22	5 874	1,07%
S29: Motorvoertuie, onderdele en toebehore (381-383)	1	215	0,04%
S30: Ander vervoertoerusting (384-387)	11	18 424	3,37%
S31: Meubels (391)	1	1 055	0,19%
S32: Ander nywerhede (392)	17	2 525	0,46%
S33: Elektrisiteit, gas en stoom (41)	-	-	0%
Totaal	494	546 643	100,00%

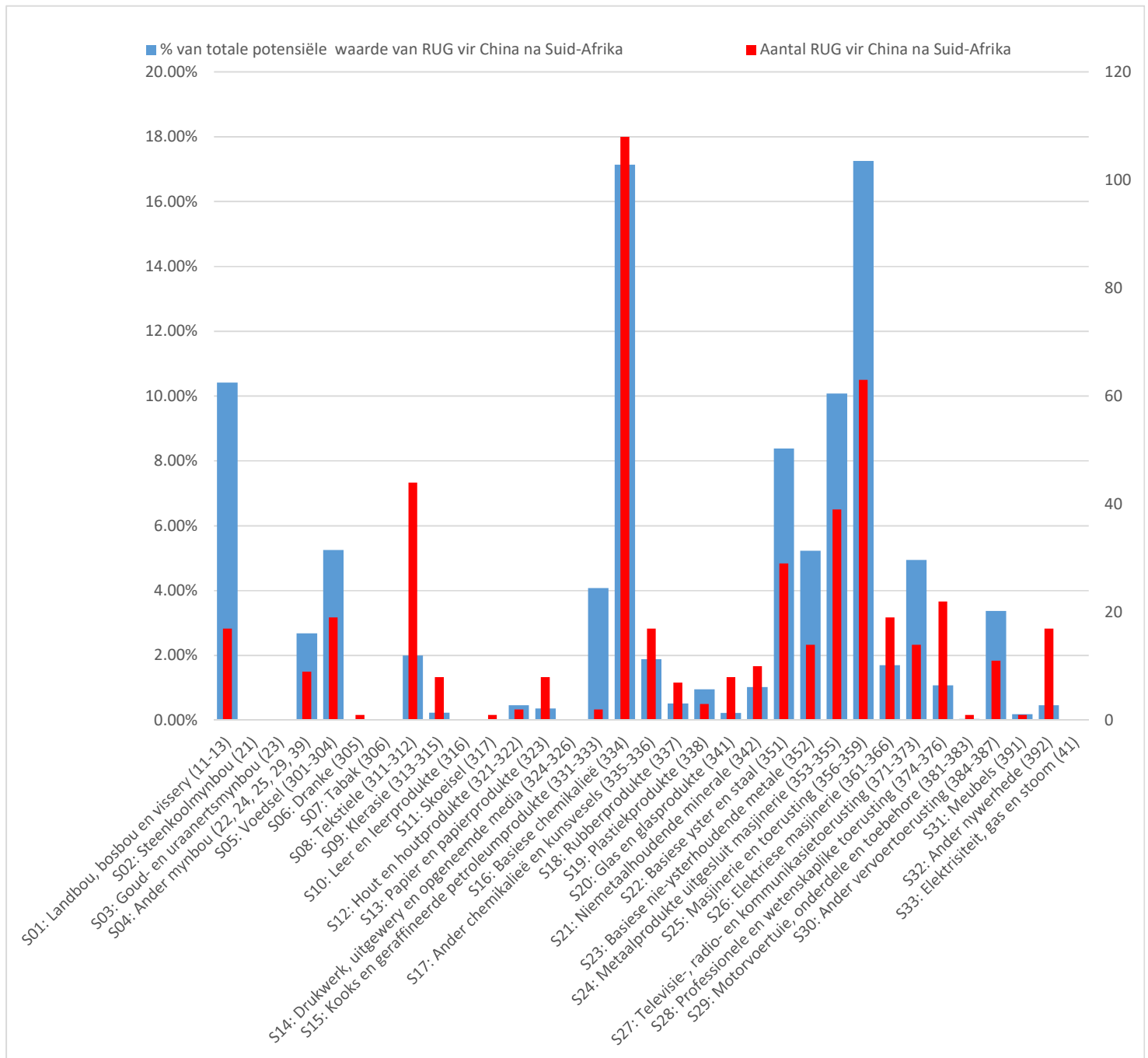
Hierdie tabel moet saam met figuur 4-5 beskou word.

Die steenkoolmynbou (S02), goud- en uraanertsmynbou (S03), tabak (S07), leer en leerprodukte (S10), drukwerk, uitgewery en opgeneemde media (S14), en elektrisiteit, gas en stoom (S33) bied geen uitvoergeleenthede vir China volgens die toegepaste kriteria van die besluitondersteuningsmodel nie.

Die kleinste verskeidenheid van geleenthede (aantal geleenthede) word gevind in die sektore drank (S06), skoeisel (S11), hout en hout produkte (S12), kooks en geraffineerde petroleumprodukte (S15), plastiekprodukte (S19), motorvoertuie, onderdele en toebehore (S29), en meubels (S31).

Die sektore met die minste potensiële uitvoerwaarde is drank (S06), tekstiele (S08), klerasie (S09), skoeisel (S11), hout en houtprodukte (S12), papier en papierprodukte (S13), rubberprodukte (S18), plastiekprodukte (S19), glas en glasprodukte (S20), motorvoertuie, onderdele en toebehore (S29), meubels (S31) en ander nywerhede (S32).

Figuur 4-5: Realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika volgens nywerheidsektor



Die nywerhede waarop China kan konsentreer om uitvoer na Suid-Afrika te bevorder en waarop hierdie studie in die besonder fokus, is dié wat 'n hoë aantal realistiese geleenthede inhou (dit wil sê goeie potensiaal vir diversifikasie) en hoë potensiële uitvoerwaarde het. Die

volgende vier nywerhede hou die beste kombinasie van diversifikasie en potensiële uitvoerwaarde in:

1. Basiese yster en staal (S22), met 29 geleenthede en 'n potensiële waarde van 46 miljoen USD, wat 8,38% van die waarde van die geïdentifiseerde geleenthede vir uitvoer na Suid Afrika verteenwoordig.
2. Metaalprodukte (uitgesluit masjinerie) (S24), met 39 geleenthede en 'n potensiële waarde van 55 miljoen USD, wat 10,08% van die potensiële waarde van die geïdentifiseerde geleenthede vir uitvoer na Suid-Afrika verteenwoordig.
3. Masjinerie en toerusting (S25), met 63 geleenthede en 'n potensiële waarde van 94 miljoen USD, wat 17,26% van die potensiële waarde van die geïdentifiseerde geleenthede vir uitvoer na Suid-Afrika verteenwoordig.
4. Basiese chemikalieë (S16), met 108 geleenthede en 'n potensiële waarde van 94 miljoen USD, wat 17,14% van die potensiële waarde van die geïdentifiseerde geleenthede vir uitvoer na Suid-Afrika verteenwoordig.

Basiese yster en staal (S22) sluit onder meer in platgewalste yster- en staalplate en -produkte, basisplate, pype, hoekysters, ferrochroom, sinkplate, sweistoebehore van vlekvrystaal, en staal- en yster-pypkoppelings.

Enkele voorbeelde van metaalprodukte (S24) is yster- en staalstrukture, meulballe, steierwerk, lemmetjiesdraad, omheining, spykers, skroewe en wasters, voorafvervaardigde dele van brûe, tange en soortgelyke gereedskap, en wolframdraad en -produkte.

Onder masjinerie en toerusting word onder meer ingesluit onderdele, stoom- en hidrouliese turbines, yskaste en vrieskaste, masjinerie vir die maak van pulp vir papier en karton, boorgat- en ander boormasjiene, industriële oonde, lugverkoelingstelsels en masjiene vir die maak van tou en kabel.

Enkele voorbeelde van produkte wat onder basiese chemikalieë (S16) gegroepeer word, is ureum, ammoniumdiwaterstofortofosfate, butanoon, karbiede, nitrate, ammoniumsulfate, natriumbikarbonaat, nitriete, wynsteensuur, vanadiumoksiede en -hidroksiede, serumverbindings en n-butilasetaat.

Hierdie vier sektore verteenwoordig byna die helfte (239) van die realistiese geleenthede en meer as die helfte (52%) van die totale potensiële uitvoerwaarde van die geleenthede wat die besluitondersteuningsmodel volgens die toegepaste kriteria vir uitvoer uit China na Suid-Afrika identifiseer.

Die potensiële onontginde (addisionele) waarde van uitvoergeleenthede op sektorale vlak moet ook geïnterpreteer word saam met die waarde van China se werklike, oftewel reeds ontginde, uitvoer na Suid-Afrika. Hier onder word die potensiële realistiese uitvoergeleenthede gelys, met vermelding van die huidige ontginning van die geleenthede per SNK-sektor daarnaas. Die persentasie van ontginning word ook aangedui.

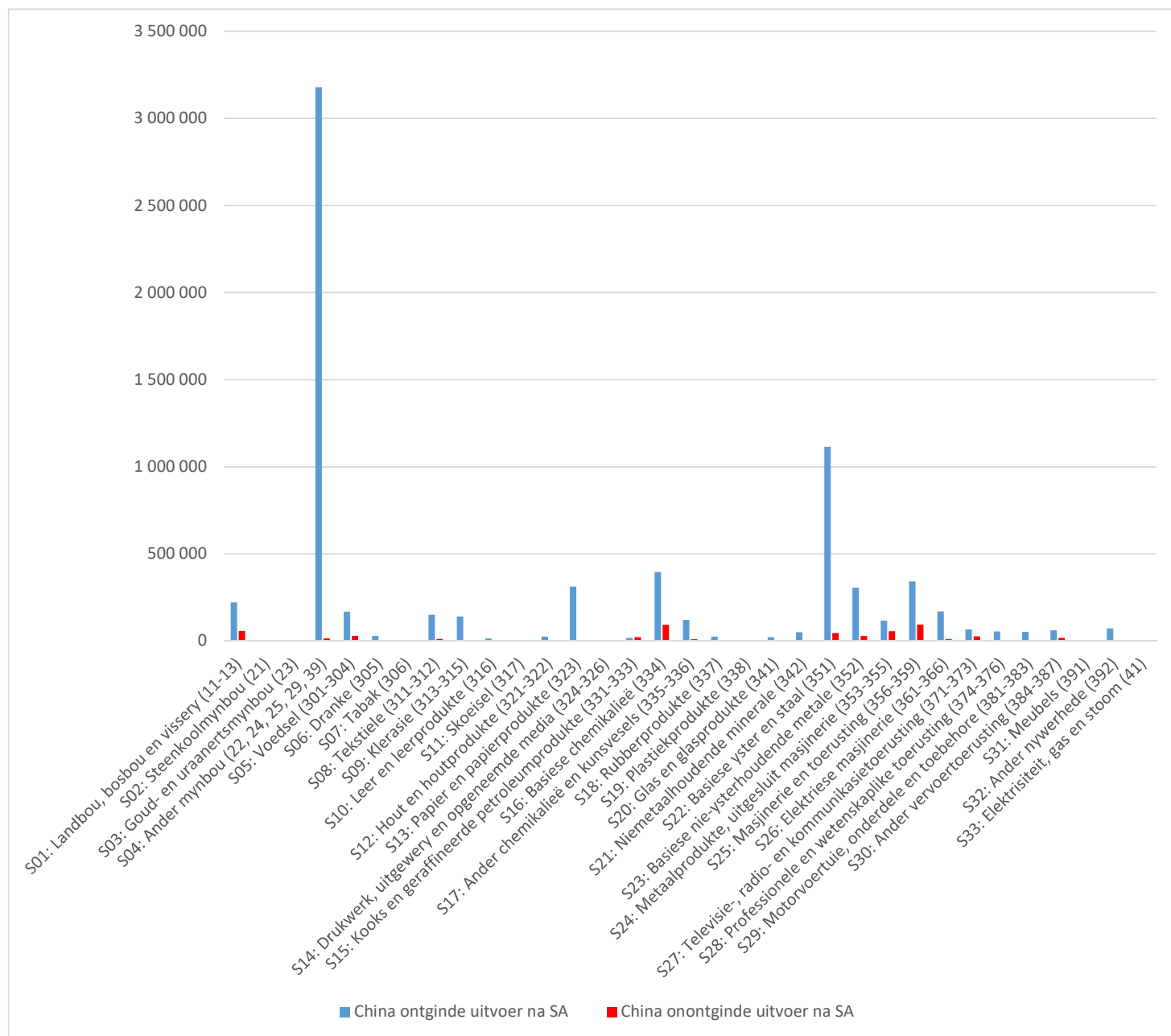
Tabel 4-35: Ontginde en onontginde uitvoer uit China na Suid-Afrika

Nywerheidsektor (SNK-kode)	Werklike uitvoer, 2016: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000	Totale potensiële waarde van RUG in USD '000 en % van totaal
S01: Landbou, bosbou en vissery (11-13)	221 252	56 946	389%
S02: Steenkoolmynbou (21)	1 920	-	-
S03: Goud- en uraanertsmynbou (23)		-	-
S04: Ander mynbou (22, 24, 25, 29, 39)	3 178 937	14 635	21 721%
S05: Voedsel (301-304)	168 448	28 734	586%
S06: Dranke (305)	29 237	69	42 372%
S07: Tabak (306)	4 446	-	-
S08: Tekstiele (311-312)	150 699	10 954	1 376%
S09: Klerasie (313-315)	139 822	1 257	11 123%
S10: Leer en leerprodukte (316)	14 868	-	-
S11: Skoeisel (317)	2 906	128	2 270%
S12: Hout en houtprodukte (321, 322)	25 149	2 530	994%
S13: Papier en papierprodukte (323)	311 391	1 970	15 807%
S14: Drukwerk, uitgewery en opgeneemde media (324-326)	685	-	-
S15: Kooks en geraffineerde petroleumprodukte (331-333)	17 709	22 299	79%
S16: Basiese chemikalieë (334)	396 564	93 706	423%
S17: Ander chemikalieë en kunsvesels (335-336)	121 403	10 309	1 178%
S18: Rubberprodukte (337)	24 481	2 817	869%
S19: Plastiekprodukte (338)	4 853	5 230	93%
S20: Glas en glasprodukte (341)	22 046	1 252	1 761%
S21: Niemetaalhoudende minerale (342)	49 461	5 608	882%
S22: Basiese yster en staal (351)	1 115 040	45 820	2 434%
S23: Basiese nie-ysterhoudende metale (352)	306 229	28 587	1 071%
S24: Metaalprodukte, uitgesluit masjinerie (353-355)	117 308	55 090	213%
S25: Masjinerie en toerusting (356-359)	341 908	94 323	362%
S26: Elektriese masjinerie (361-366)	169 007	9 277	1 822%
S27: Televisie-, radio- en kommunikasietoerusting (371-373)	67 129	27 010	249%

Nywerheidsektor (SNK-kode)	Werklike uitvoer, 2016: waarde in USD '000	Potensiële realistiese uitvoergeleenthede: waarde in USD '000	Totale potensiële waarde van RUG in USD '000 en % van totaal
S28: Professionele en wetenskaplike toerusting (374-376)	54 349	5 874	925%
S29: Motorvoertuie, onderdele en toebehore (381-383)	50 831	215	23 642%
S30: Ander vervoertoerusting (384-387)	63 231	18 424	343%
S31: Meubels (391)	2 538	1 055	241%
S32: Ander nywerhede (392)	72 687	2 525	2 879%
S33: Elektrisiteit, gas en stoom (41)	206	-	-
Totaal	7 246 743	546 643	1 326%

Uit tabel 4-35 en figuur 4-6, wat die ontginde uitvoer (werklike 2016-uitvoer) en die onontginde uitvoergeleenthede (realistiese uitvoergeleenthede) op nywerheidsektorale vlak vergelyk, blyk dit dat China reeds baie suksesvol sy uitvoergeleenthede na Suid-Afrika ontgin. Die enigste twee sektore waarin daar tans minder as 100% van die realistiese uitvoergeleenthede ontgin word, is kooks en geraffineerde petroleumprodukte (S15) en plastiekprodukte (S19). Ander mynbou (S04), drank (S06), tekstiele (S08), klerasie (S09), skoesel (S11), papier en papierprodukte (S13), ander chemikalieë en kunsvesels (S17), glas en glasprodukte (S20), basiese yster en staal (S22), basiese nie-ysterhoudende metale (S23), elektriese masjinerie (S25), motorvoertuie, onderdele en toebehore (S29) en ander nywerhede (S32) word tans met meer as 1 000% van die realistiese uitvoerpotensiaal ontgin. Hierdie sektore verg minimale aggressiewe uitvoerbevordering om die addisionele geleenthede op sektorale vlak uit te bou.

Figuur 4-6: Ontginde en onontginde geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika in USD '000



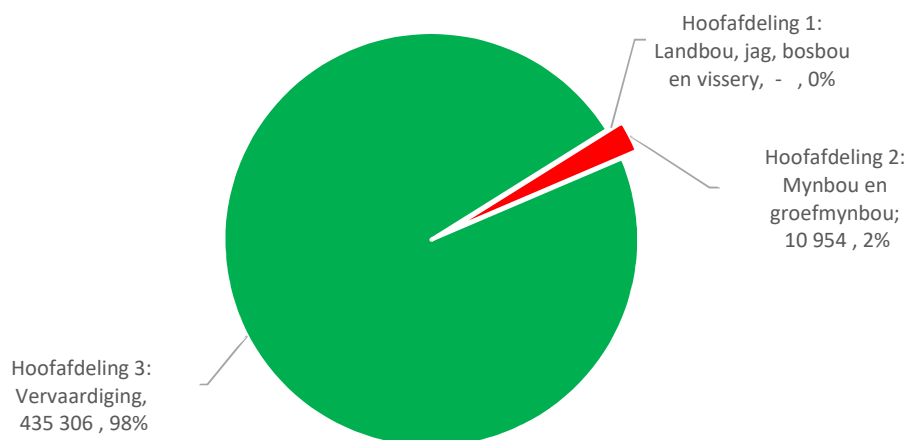
Vervolgens word die realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika wat die besluitondersteuningsmodel identifiseer, gegroepeer volgens die makrosektore, oftewel hoofafdelings, soos deur Statistiek Suid-Afrika geïdentifiseer.

Tabel 4-36: SNK-hoofafdelings – waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika

Makrosektor	Waarde van RUG in USD '000
Hoofafdeling 1: Landbou, jag, bosbou en vissery	27 010
Hoofafdeling 2: Mynbou en groefmynbou	9 277
Hoofafdeling 3: Vervaardiging	482 262
Hoofafdeling 4: Elektrisiteit, gas en watervoorsiening	
	518 549

Vyf persent van die geïdentifiseerde potensiële uitvoerwaarde word gekategoriseer onder Hoofafdeling 1: Landbou, jag, bosbou en vissery, en 2% onder Hoofafdeling 2: Mynbou en groefmynbou. Die meeste onontginde realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika is in Hoofafdeling 3: Vervaardiging.

Figuur 4-7: Waarde van realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika per SNK-hoofafdeling en persentasie



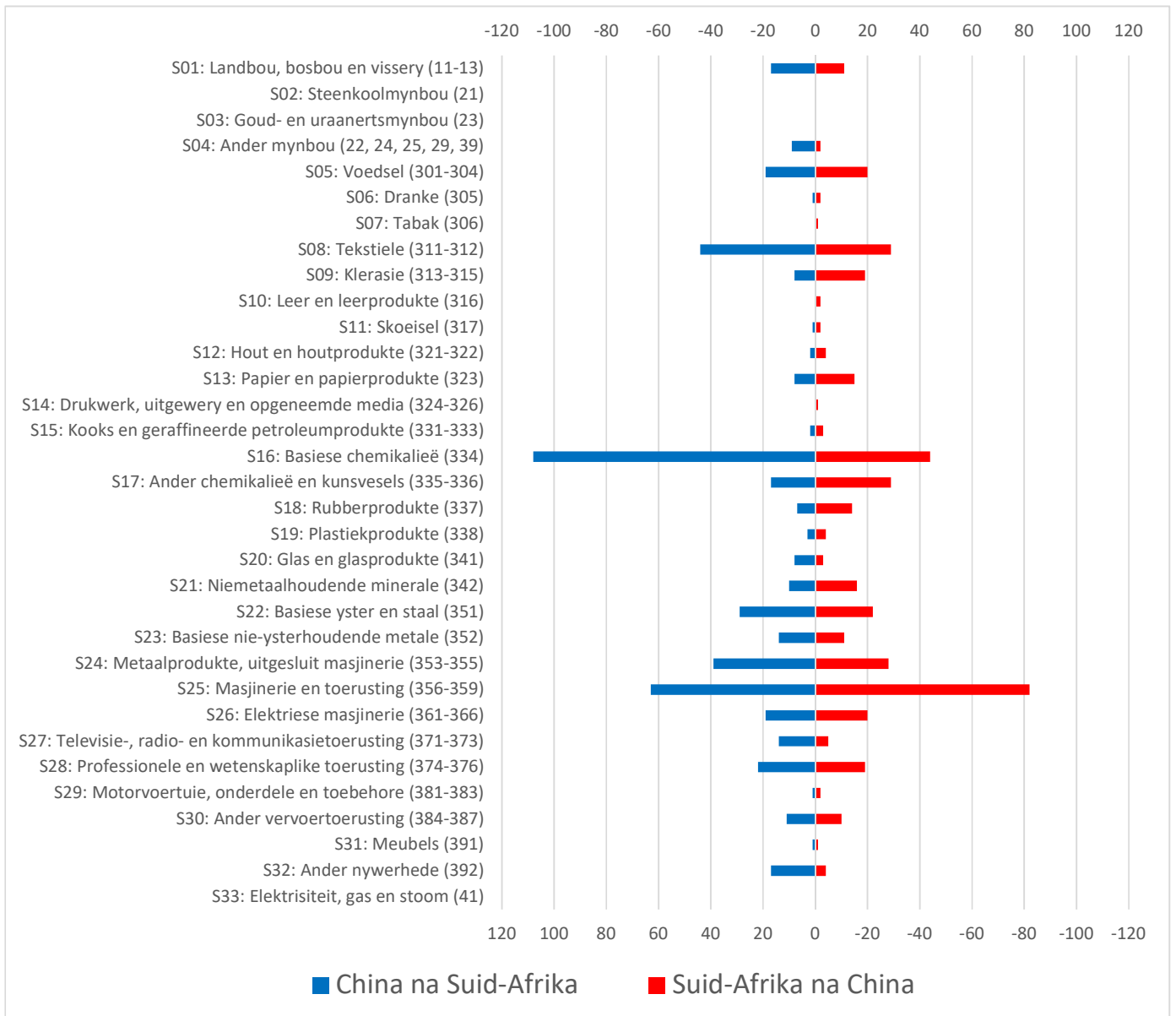
4.15 Bilaterale vergelyking van Suid-Afrika en China se totale uitvoergeleenthede

China se ekonomie is aansienlik groter as die ekonomie van Suid Afrika. Dit volg dus vanselfsprekend dat daar groter uitvoergeleenthede uit Suid-Afrika na China sal wees as omgekeerd.

Suid-Afrika het 425 realistiese geleenthede vir uitvoer na China ná uitsluiting van die 19 HS6-produksgroepe. China het 494 realistiese geleenthede vir uitvoer na Suid-Afrika.¹⁰

¹⁰ Die volledige resultate van die DSM-resultate op produkvlak (425 vir Suid-Afrika na China en 494 van China na Suid-Afrika) is by die outeur beskikbaar.

Figuur 4-8: Aantal bilaterale RUG tussen Suid-Afrika en China



Figuur 4-8 dui aan dat baie van hierdie geleenthede in dieselfde nywerheidsektore val. Hoewel hierdie nywerhede, wat op die oog af lyk of hulle ooreenstem, die indruk kan wek dat Suid-Afrika en China met mekaar meeding, wys die TCI (Trade Complementarity Index – tabel 4-37) egter dat dit nie die geval is nie.

Tabel 4-37: TCI (Trade Complementarity Index) vir Suid-Afrika en China

Uitvoerland	Invoerland	2014	2015	2016	2017
Suid Afrika	China	54,28	55,68	55,67	55,02
China	Suid Afrika	57,52	61,83	62,85	61,32

Bron: World Integrated Trade Solution, 2019

Die TCI vergelyk die handel van die uitvoerland met dié van die invoerland om die komplementariteit van die vraag en aanbod van die twee lande te bepaal. 'n Nulwaarde dui daarop dat daar geen ooreenstemming is nie en 100 dat daar algehele komplementariteit is. Die waardes van hierdie indeks het van 2014 tot 2017 vir beide lande relatief konstant gebly en selfs verbeter (tussen 54% en 61%) en toon dat daar nog genoegsame ruimte vir bilaterale uitvoer tussen Suid-Afrika en China is.

Die waarde van die DSM-analise lê egter daarin dat die realistiese uitvoergeleenthede op produkvlak vir Suid-Afrika en China geïdentifiseer is en nie slegs op sektorale vlak nie. Die verskillende breë nywerheidssektore kan dus verder op produkvlak ontleed word.

Ter illustrasie word die volgende voorbeelde uitgelig:

S01: Landbou, bosbou en vissery (11-13)

Die DSM identifiseer 'n realistiese uitvoergeleentheid vir Suid-Afrika om swart gefermenteerde tee (HS090240) uit te voer na China. In dieselfde nywerheidssektor identifiseer die DSM 'n realistiese uitvoergeleentheid vir China om groen tee, wat nie gefermenteer is nie (HS090210), na Suid-Afrika uit te voer.

S30: Ander vervoertoerusting (384-387)

'n Realistiese uitvoergeleentheid word vir China geïdentifiseer vir die uitvoer van motorfietse (HS871110) na Suid-Afrika. Die DSM identifiseer ook in hierdie nywerheidssektor 'n realistiese uitvoergeleentheid vir Suid-Afrika om motorfietssale (HS871411), wat gebruik kan word in die vervaardiging van motorfietse, na China uit te voer.

Gegewe die TCI van beide Suid-Afrika en China asook die resultate van die DSM soos weergegee in figuur 4-8 is daar duidelik geïdentifiseerde geleenthede vir Suid-Afrika en China wat tot die bevordering van bilaterale uitvoer van beide lande se produkte kan bydra.

Wat die waarde van die potensiële uitvoer betref, identifiseer die DSM verder 'n bilaterale uitvoerwaarde van 7,7 miljard USD wat nog nie ontgin word nie, waarvan 7,1 miljard USD

(92,92%) vir uitvoer uit Suid-Afrika na China en 547 miljoen USD (7,08%) vir uitvoer uit China na Suid-Afrika is. Vir Suid-Afrika is daar dus 'n baie groter waardemotivering om die uitvoergeleenthede na China te bevorder.

Die relatiewe verhoudings volgens nywerheidsektor is soos volg:

Figuur 4-9: Potensiële waarde van bilaterale uitvoer tussen Suid-Afrika en China, % van totaal



4.16 Samevatting

In hierdie hoofstuk is die realistiese bilaterale uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika en China geïdentifiseer deur die vier filtergroepe van die DSM op alle produkgroepe toe te pas.

Eerstens het die hoofstuk die resultate vir Suid-Afrika uitgelig. 444 realistiese uitvoergeleenthede, met 'n potensiële waarde van 18,5 miljard USD, is vir uitvoer uit Suid-Afrika na China geïdentifiseer. Goud wat nie in poeivorm is nie en koper verteenwoordig onderskeidelik 7 miljard USD (goud 38%) en 3,4 miljard USD (koper 18%); gesamentlik beloop dit 10,4 miljard USD (56%) van die totale potensiële waarde van uitvoer na China. Omdat die mynbouprodukte nie waardetoegevoegde produkte is nie, is dié produkte in hierdie studie uitgelaat. Daarna het 425 realistiese uitvoergeleenthede, met 'n potensiële waarde van 7,2 miljard USD, oorgebly. In Tabel 4-10 word die 30 grootste geleenthede getoon.

Tweedens is die geleenthede in selle 11 tot 15 geïdentifiseer om aan te toon op watter uitvoergeleenthede daar vir strategiese uitvoerbevordering gefokus behoort te word. Die potensiële waarde van hierdie geleenthede beloop 118 miljoen USD. In 2016 het Suid-Afrika produkte ter waarde van 262 miljoen USD uit hierdie produkgroepe na China uitgevoer. Verder is die realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China op sektorale vlak ontleed. Die nywerheidsektore wat die meeste potensiële uitvoerwaarde en ook die grootste diversifikasie van geleenthede inhou, is voedsel (S05), ander chemikalieë en kunsvesels (S17), basiese chemikalieë (S16), en masjinerie en toerusting (S25). Ná uitsluiting van die 19 HS6-produkgroepe wat deur mynbou produseer word, is 93% van die potensiële waarde van uitvoergeleenthede in die hoofgroep vervaardiging, 5% in mynbou en groefmynbou en 2% in die primêre sektor.

In die derde plek is die realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika uiteengesit. Daar is 494 realistiese uitvoergeleenthede, met 'n potensiële uitvoerwaarde van 547 miljoen USD, geïdentifiseer. Tabel 4-28 het die 30 grootstes van hierdie geleenthede aangetoon. Ook vir China is fokus op die geleenthede in selle 11 tot 15 geplaas om daarvolgens vas te stel waarop daar vir strategiese uitvoerbevordering klem geplaas behoort te word. Die potensiële uitvoerwaarde van hierdie geleenthede is 37 miljoen USD. In 2016 het China produkte ter waarde van 107 miljoen USD uit hierdie produkgroepe na Suid-Afrika uitgevoer.

Vierdens toon die sektorale analise van China se realistiese geleenthede vir uitvoer na Suid-Afrika aan dat basiese yster en staal (S22), metaalprodukte (uitgesluit masjinerie) (S24), masjinerie en toerusting (S25), en basiese chemikalieë (S16) die nywerheidsektore is wat die meeste potensiële uitvoerwaarde en ook die grootste diversifikasie van geleenthede inhou.

Laastens is 'n bilaterale vergelyking gedoen van die sektorale realistiese uitvoergeleenthede van Suid-Afrika en China. Daar is bevind dat daar tussennywerheid-ooreenstemming is in die uitvoergeleenthede, wat dit kan laat lyk asof daar hoe komplementariteit in die geleenthede is – dit wil sê dat Suid-Afrika en China dieselfde produkte uitvoer. Die ooreenstemming lê egter slegs op sektorale vlak en nie noodwendig op produkvlak nie. Aan die hand van twee voorbeelde, naamlik tee en motorfietse, is getoon dat China en Suid-Afrika mekaar nie soseer op produkvlak komplementeer nie, maar eerder dat daar geleenthede binne dieselfde sektor is wat mekaar komplementeer. Die TCI van Suid-Afrika-China en China-Suid-Afrika bevestig dit. Daar is dus geleentheid vir tussennywerheid-uitvoerbevordering tussen Suid-Afrika en China. Die bilaterale vergelyking het ook getoon dat die grootste deel (92,92%) van die uitvoerwaarde van die totale bilaterale potensiele uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika geïdentifiseer is.

Hoofstuk 5: Opsomming, gevolgtrekkings en aanbevelings

5.1 Inleiding

In hoofstukke 1 tot 4 is die motivering, doelwitte, literatuur, metodologie en empiriese resultate van hierdie studie bespreek. Hierdie hoofstuk gee ook 'n opsomming van die voorafgaande hoofstukke, doen 'n aantal aanbevelings, wys op tekortkominge en noem moontlike verdere studies wat uit hierdie studie kan voortspruit.

5.2 Opsomming van die studie

Suid-Afrika se uitvoer is ongediversifiseer. Die land voer hoofsaaklik natuurlike grondstowwe soos minerale uit. China is sedert 2009 Suid-Afrika se grootste handelsvennoot, en poog voortdurend om die veranderende plaaslike en wêreld ekonomie te akkommodeer. China het sy ekonomie geherstruktureer en daardeur die kernfokus van ekonomiese aktiwiteite geskuif van vervaardiging na diensverskaffing. Verder word die moontlikheid van 'n volskaalse handelsoorlog met die VSA al hoe groter. Om hierdie uitdaging die hoof te bied, moet China die markte waarheen hy uitvoer, diversifiseer. Suid-Afrika bied in hierdie opsig unieke geleenthede – onder meer vanweë sy goed ontwikkelde instellings en infrastruktuur in vergelyking met die res van Afrika. Verder is daar ook goed ontwikkelde en sterk geskiedkundige handelsbetrekkinge tussen China en Suid-Afrika.

China, as Suid-Afrika se grootste handelsvennoot, is 'n natuurlike beginpunt vir 'n ondersoek na die moontlikhede van diversifikasie in die uitvoer van Suid-Afrika se produkte. Om dit te bewerkstellig is dit van kardinale belang dat Suid-Afrika, in ag genome die verandering in die binnelandse ekonomie van China, op die bevordering van die mees realistiese uitvoergeleenthede fokus.

Om bogenoemde redes was die doel van hierdie studie om die realistiese geleenthede vir wedersydse uitvoer tussen Suid-Afrika en China te identifiseer.

Die eerste hoofstuk het die agtergrond van en die motivering vir hierdie studie, sowel as die probleemstelling en 'n inleiding tot die metodologie wat in die navorsing gebruik is, bespreek. Hoofstuk 2 het 'n literatuuroorsig gegee, met spesifieke fokus op die noodsaaklikheid van internasionale handel en die voordele van uitvoer vir lande. Daarbenewens is die handelsverhouding tussen Suid-Afrika en China ondersoek, sowel as veranderinge in die Chinese ekonomie, Suid-Afrika se afhanklikheid van kommoditeite en die vraag na wat die

grootste uitdagings in die bevordering van uitvoer tussen China en Suid-Afrika is. In die derde hoofstuk is die metodologie, naamlik die besluitondersteuningsmodel (oftewel die DSM) wat gebruik is om die navorsingsvraag te beantwoord, in meer besonderhede bespreek. Die resultate, te wete die identifisering van realistiese bilaterale uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika en China, is in hoofstuk 4 behandel en ontleed.

Om die oorhoofse navorsingsdoelwit te bereik, is spesifieke doelwitte gestel, wat in die verskillende hoofstukke bereik is. Hierdie doelwitte word hier onder in Tabel 5-1 gegee, en daar word aangedui in watter hoofstuk die betrokke doelwit bereik is.

Tabel 5-1: Doelwitte wat in elke hoofstuk bereik is

	Doelwitte (afdeling 1.4)	Primêre bevinding	Afdeling waarin die doelwit bereik is
i)	Gee 'n oorsig van die literatuur oor die belangrikheid van internasionale handel volgens die belangrikste handelsteorieë.	Die belangrikste handelsteorieë stel die volgende: i) Internasionale handel het ekonomiese groei tot gevolg omdat dit mededingingsvoordele inhou. ii) Ekonomiese groei vind plaas as interne faktore, soos menslike kapitaal, ontwikkel word. Internasionale handel kan endogeniese faktore positief beïnvloed, byvoorbeeld deur arbeiders uit te daag om meer te leer en daardeur ekonomiese groei te stimuleer. iii) Ontwikkelende lande kan selfs meer by die oordrag van kennis baat vind as ontwikkelde lande. iv) Uitvoerbevordering hou makro- en mikroëkonomiese voordele in – op makrovlak deur byvoorbeeld werkskepping en op mikrovlak deur byvoorbeeld firmas te dwing om internasionaal mededingend te wees.	Hoofstuk 2.1
ii)	Bepaal uit die literatuur wat die aard van die huidige handelsbetrekkinge tussen Suid-Afrika en China ten opsigte van beleid en multilaterale en bilaterale betrekkinge is.	Multilateraal: i) In 2000 word FOCAC gestig, wat China en Afrika se wedersydse erns toon om mekaar te betrek. ii) In 2010 sluit Suid-Afrika, met die ondersteuning van China, by BRICS aan om onderlinge kommersiële, politieke en kulturele samewerking aan te moedig. iii) In 2012 beklemtoon die vyfde ministeriële konferensie van	Hoofstuk 2.2

		FOCAC 'n gesamentlike strategie om uitvoerhandel van Afrika na China te diversifiseer. Bilateraal: i) In 2002 word die South Africa-China Bi-National Commission ingestel, wat ten doel het om uitvoer van meer duursame produkte met toegevoegde waarde uit Suid-Afrika na China te bevorder. ii) Die Joint Economic and Trade Committee (JETC), wat in 2007 ingestel is, fokus daarop om die wanbalans in die ekonomiese verhouding tussen Suid-Afrika en China te verbeter. iii) In 2015 besoek president Xi Jinping Suid-Afrika, en die <i>Action Plan on the Strengthening of the Joint Working Group</i> sowel as die <i>Memorandum of Understanding on Jointly Building the Silk Road Economic Belt and the 21st Century Maritime Silk Road</i> word onderteken. iv) In 2016 plaas die sesde sessie van die South Africa-China Bi-National Commission die klem op die belangrikheid van die industrialisering van die Suid-Afrikaanse ekonomie.	
iii)	Ondersoek wat die samestelling van handel tussen Suid-Afrika en China is.	China het in 2009 Suid-Afrika se grootste uitvoerbestemming geword. Grondstowwe, minerale, intermediêre goedere, metale en brandstof is die belangrikste produkte wat Suid-Afrika na China uitvoer. Die tendens wys dat Suid-Afrika sedert 2012, relatief gesproke, meer primêre goedere soos grondstowwe, minerale en brandstof uitvoer in stede daarvan dat uitvoer uit Suid-Afrika gediversifiseer het na produkte met toegevoegde waarde.	Hoofstuk 2.3
iv)	Stel vas hoe China se ekonomie besig is om te verander.	In 2012 het daar 'n herstrukturering in China se ekonomie plaasgevind. Hierdie transformasie toon aan dat China besig is om sy fokus van vervaardiging na dienslewering te verskuif en dat internasionale handel 'n direkte invloed op die ekonomieë van China se handelsvennote, insluitende Suid-Afrika, uitoefen.	Hoofstuk 2.4

v)	Gee 'n oorsig van die aard van Suid-Afrika se afhanklikheid van kommoditeite.	Suid-Afrika se uitvoer wentel om die produksie van kommoditeite. 'n Kernstrategie vir ontwikkelende lande wat van kommoditeite afhanklik is, is diversifikasie.	Hoofstuk 2.5
vi)	Identifiseer uit die literatuur watter moontlike uitdagings daar vir uitvoer van die een na die ander tussen Suid-Afrika en China is.	Uitvoer uit Suid-Afrika: Die identifisering van potensiële markte en kopers is die vierde grootste uitdaging vir Suid-Afrikaanse uitvoerders. Invoer na Suid-Afrika: Suid-Afrika se moeilike invoerprosedures en invoertariewe en nietariefbelemmerings is die grootste uitdaging vir Suid-Afrikaanse invoerders. Invoer na China: Die tariewe en nietariefbeperkings wat die Chinese regering op invoer plaas, is die grootste uitdaging wat Chinese invoerders moet oorkom. Uitvoer uit China: Die tweede grootste uitdaging vir uitvoerbevoordering is die identifisering van potensiële markte en kopers.	Hoofstuk 2.6
vii)	Identifiseer realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China.	Daar is 444 realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China geïdentifiseer wat aan al die kriteria van die DSM-metodologie voldoen. Die 30 grootstes van hierdie geleenthede word in tabel 4-10 gegee. Die vier nywerheidsektore wat die meeste potensiële waarde en ook die grootste diversifikasie van geleenthede inhou, is: voedsel (S05), ander chemikalieë en kunsvesels (S17), basiese chemikalieë (S16) en masjinerie en toerusting (S25).	Hoofstuk 4.3, 4.6 en 4.8
viii)	Identifiseer realistiese geleenthede vir uitvoer uit China na Suid-Afrika.	Daar is 494 realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China geïdentifiseer wat aan al die kriteria van die DSM-metodologie voldoen. Die 30 grootstes van hierdie geleenthede word in tabel 4-28 gegee. Die volgende vier nywerheidsektore hou die beste kombinasie van diversifikasie en waarde in: basiese yster en staal (S22), metaalprodukte (uitsluitende masjinerie) (S24), masjinerie en	Hoofstuk 4.10, 4.12 en 4.14

		toerusting (S25), en basiese chemikalieë (S16).	
ix).	Doen aanbevelings oor die produkte en sektore in die ekonomie waarop uitvoerbevorderingsaksies moet fokus om gediversifiseerde bilaterale handel tussen Suid-Afrika en China te bevorder.	Suid-Afrika na China: Aggressiewe verkennende strategie: HS847950, nywerheidsrobotte. Aggressiewe uitbreidingstrategie: HS620690, dames-/meisiesbloese en -hemde. Verdedigende onderhoudende strategie: HS401019, vervoerbande / -belde. 32 RUG met die hoogste waarde waarop gefokus behoort te word, word in tabel 4-15 gegee. China na Suid-Afrika: Aggressiewe verkennende strategie: HS080810, appels. Aggressiewe uitbreidende strategie: HS844180, masjinerie vir die maak van papierpulp, papier/karton. Verdedigende onderhoudende strategie: HS283630, natriumbikarbonate. 32 realistiese uitvoergeleenthede met die hoogste waarde waarop gefokus behoort te word, word in tabel 4-33 gegee.	Hoofstuk 4.7, 4.8, 4.13, en 4.14

5.3 Gevolgtrekkings van die studie

In hoofstuk 2 is gefokus op 'n ondersoek om vas te stel of internasionale handel volgens die primêre ekonomiese handelsteorieë noodsaaklik is. Die literatuur het die noodsaaklikheid van deelname aan en die bevordering van internasionale handel vir ekonomiese groei uitgelig. Volgens die klassieke handelsteorie het internasionale handel ekonomiese groei tot gevolg vanweë die mededingingsvoordeel.

Die teorie van endogeniese ekonomiese groei dui ook daarop dat deelname aan internasionale handel ekonomiese groei bevorder. Hierdie skakeling is egter indirek. Volgens hierdie teorie word ekonomiese groei hoofsaaklik beïnvloed deur interne faktore, soos die ontwikkeling van menslike kapitaal. Deelname aan internasionale handel beïnvloed hierdie interne faktore positief.

Uit die literatuurstudie het dit geblyk dat 'n beleid wat handelsooptheid in Suid-Afrika bevorder, 'n positiewe effek op die land se ekonomie sal hê, maar ook dat ontwikkelende lande meer baat by oop handelsverhoudinge kan vind as meer ontwikkelde lande.

Die toepassing van hierdie teorie het in verskeie bilaterale ooreenkomste tussen Suid-Afrika en China en multilaterale ooreenkomste waarby Suid-Afrika en China partye is, geskied. Die kernfokus van verskeie van hierdie ooreenkomste is om vertikale en horisontale diversifikasie van uitvoerprodukte te bevorder. Hoofstuk 2 het ook getoon dat Suid-Afrika se handelsverhoudinge met China dermate versterk het dat China sedert 2009 die primêre handelsvennoot van Suid-Afrika is. Die studie toon dat Suid-Afrika afhanklik is van kommoditeitsuitvoer en dat die diversifikasiebeleid tot dusver nog nie baie suksesvol was nie. Terselfdertyd het daar 'n duidelike verandering in die ekonomie van China ingetree. Sedert 2012 is China se ekonomie herskik van 'n vervaardigerseconomie na 'n verbruikerseconomie. Die geleenthede vir diversifikasie van uitvoer en hierdie noodsaaklike geleenthede self word egter bemoeilik deur onder meer die uitdaging om potensiële markte en kopers te identifiseer. Die belangrikheid van die identifisering van uitvoergeleenthede vir uitvoerders is ook in studies aangetoon.

In hoofstuk 3 is die metodologie van die studie beskryf. Om die navorsingsvraag te beantwoord is gebruik gemaak van 'n besluitondersteuningsmodel wat as die DSM bekendstaan. Vir doeleindes van die studie is die term DSM (*Decision Support Model*) of besluitondersteuningsmodel deurgaans gebruik. Die DSM gebruik vier filters om die mees optimale potensiële uitvoergeleenthede te identifiseer. Die eerste filter sif invoermarkte ten einde markte te identifiseer wat lae politieke en ekonomiese risiko inhou en terselfdertyd genoegsame ekonomiese groei en grootte toon. Die tweede filter sif individuele markte volgens invoergrootte en groeikriteria. In filter 3 word markte getoets vir toeganklikheid, en ten laaste word die vierde filter aangewend om die uitvoergeleenthede wat geïdentifiseer is, te kategoriseer en te prioriseer.

In hoofstuk 4 is die empiriese resultate van die metodologie wat gebruik is om realistiese bilaterale uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika en China te identifiseer, bespreek en geanaliseer.

In die eerste stap is China as 'n uitvoerbestemming vir Suid-Afrika geïsoleer. China voldoen aan die vereistes van filter 1 en is deurgelaat na filter 2. Filter 2 toets al die HS6-vlak-produksgroepe in kombinasie met die produksgroepe se onderskeie produkmarkte in China op grond van die groeikoers en grootte van die markte volgens CEPPII BACI-data. Die invoermarkte in China van altesaam 3 817 produksgroepe, met 'n totale potensiële waarde van 180 799 258 000 USD, voldoen aan die vereistes van die afsnypunt vir en word gebruik in verdere oorweging. Filter 3 het die produksgroepe vir konsentrasie getoets (Herfindahl-Hirshmann-indeks) en handelsbeperkinge oorweeg, soos vervoerkoste, invoerbelasting, nietariefbelemmerings, kwantitatiewe invoerbeperking en die tyd bestee by die toegangspoort

om die goedere toegelaat te kry. Altesaam 2 927 produkroepe, met 'n potensiële waarde van 147 501 798 000 USD, is in hierdie stap deurgelaat. In filter 4 is hierdie geleenthede gekategoriseer volgens die grootte en groeikoers van die invoermarkte van China, en volgens die relatiewe markaandeel wat Suid-Afrika in hierdie markte hou. Wanneer Suid-Afrika se produksievermoë in ag geneem word, asook die moontlikheid dat 'n produkroep deur Suid-Afrika slegs heruitgevoer word, bly daar vir Suid-Afrika 444 realistiese geleenthede vir uitvoer na China oor, met 'n totale potensiële waarde van 18 558 796 000 USD.

Laastens is minerale, ertse en petroleumprodukte uit hierdie geleenthede verwyder in ooreenstemming met die doelwit van die studie, naamlik om klem te plaas op diversifikasiegeleenthede. Van die potensiële waarde van 18,5 miljard USD vir die geleenthede wat in filter 4 geïdentifiseer is, is vasgestel dat goud 7 miljard USD en koper 2 miljard USD uitgemaak het. Wanneer hierdie primêre kommoditeite verdiskonteer word, het daar 425 realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China oorgebly wat 'n potensiële waarde van 7 174 722 000 USD het volgens die metodologie wat gebruik is.

Die metodologie wys China dus uit as die land in die wêreld met die agtste meeste realistiese uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika, en die potensiële waarde van hierdie geleenthede is die derde hoogste van alle lande.

Die 30 grootste geleenthede volgens potensiële waarde is in afdeling 4.6 bespreek; dit het geblyk dat nikkel die grootste geleentheid bied. Volgens die metodologie van die DSM is die grootste geleenthede nie noodwendig die sinvolste fokuspunt nie. Cuyvers *et al.* (1995:183) en Cuyvers (1997:14-15; 2004:270) doen aan die hand dat lande met min hulpbronne vir uitvoerbevordering moet fokus op die geleenthede in RUGx=3, selle 11-15, soos bespreek in afdeling 4.7. Hierdie realistiese uitvoergeleenthede word in tabel 4-15 weergegee.

In afdeling 4.8 is die realistiese geleenthede vir uitvoer uit Suid-Afrika na China volgens nywerheidsektor ontleed. Die vier sektore wat die beste kombinasie van aantal geleenthede en potensiële waarde inhou, is voedsel (S05), ander chemikalieë en kunsvesels (S17), basiese chemikalieë (S16), en masjinerie en toerusting (S25).

Dieselfde proses is gevolg met Suid-Afrika as bestemming vir uitvoer uit China. Suid-Afrika voldoen aan die vereistes van filter 1 en is deurgelaat na filter 2. Volgens die kriteria van filter 2 (groeikoers en grootte) word 1 805 produkroepe, met 'n totale potensiële waarde van 5 114 921 000 USD, wat China moontlik na Suid-Afrika kan uitvoer, deurgelaat vir verdere oorweging in filter 3. Filter 3, wat produkroepe toets vir konsentrasie in die mark en

handelsbeperkings, het 1 187 waarskynlike geleenthede, met 'n potensiële waarde van 4 250 948 000 USD, vir kategorisering deurgelaat na filter 4. As China se produksievermoë en die waarskynlikheid dat China 'n produk heruitvoer, in ag geneem word, is 94 realistiese geleenthede, met 'n totale potensiële waarde van 546 643 000 USD, vir uitvoer uit China na Suid-Afrika geïdentifiseer.

Die 30 grootste geleenthede volgens potensiële waarde is in afdeling 4.12 bespreek, waar dit geblyk het dat die grootste geleentheid in vars appels lê. Volgens die metodologie van DSM word aanbeveel dat uitvoerbevordering gefokus word op produkroepe in selle 11-15. Hierdie geleenthede is in afdeling 4.13 bespreek. Afdeling 4.14 het die realistiese uitvoergeleenthede na Suid-Afrika ontleed volgens sektor. Die vier sektore wat die beste balans van aantal geleenthede (diversifikasie) en potensiële waarde het, is basiese yster en staal (S22), metaalprodukte (S24), masjinerie en toerusting (S25), en basiese chemikalieë (S16).

Laastens het die studie in afdeling 4.16 die bilaterale geleenthede volgens aantal en potensiële waarde met mekaar vergelyk.

5.4 Aanbevelings

5.4.1 Aanbeveling vir uitvoerbevordering

Op grond van hierdie studie kan aanbevelings aan uitvoerbevorderingsorganisasies, staatsamptenare wat verantwoordelik is vir die formulering van beleid en die bedinging van handelsooreenkomste, en uitvoerders gedoen word. Die primêre fokus van hierdie studie was om te bepaal watter realistiese bilaterale uitvoergeleenthede vir Suid-Afrika en China geïdentifiseer kan word. Nasionale beleid en instansies wat daarmee gemoeid is om in sowel Suid-Afrika as China uitvoer te bevorder, kan inisiatiewe fokus op die geleenthede wat in afdelings 4.7 en 4.13 geïdentifiseer is. Uitvoerbevorderingsinisiatiewe op sektorale vlak kan fokus op die geleenthede wat in afdelings 4.8 en 4.14 uitgelig word.

Suid-Afrikaanse en Chinese nuwe en bestaande uitvoerders kan die produkroepe wat in hierdie studie geïdentifiseer word, gebruik as 'n beginpunt vir marknavorsing en -ontleding om, in samehang met ervaring wat reeds opgedoen is, ingeligte strategiese besluite oor ontwikkelings- en uitvoerstrategieë te neem.

5.4.2 Aanbevelings vir verdere studies

Gegewe die verandering in China se ekonomie van 'n fokus op produksie na 'n fokus op verbruik, word aanbeveel dat verdere navorsing onderneem word om te bepaal hoe hierdie

verandering bilaterale handel tussen Suid-Afrika en China in die toekoms kan beïnvloed en hoe Suid-Afrikaanse nywerhede ontwikkel moet word om die nuwe geleenthede te benut.

Verder word aanbeveel dat navorsing gedoen word oor waarom handelsbeleid en bilaterale en multilaterale ooreenkomste nie goed daarin kon slaag om groter diversifisering van produkte en groter klem op produkte met toegevoegde waarde in Suid-Afrika se uitvoer na China te bewerkstellig nie.

Verdere studies kan deur navorsers saam met die regering se uitvoerbevorderingsdepartemente en nywerheidsassosiasies gedoen word om op die bevordering van spesifieke produkte en/of sektoruitvoergeleenthede te fokus. Die regerings kan ook die resultate gebruik in die bepaling van hulle lande se uitvoerbeleide en/of -strategieë, en in die ondersteuning van spesifieke uitvoerders om na sektorale handelskoue of buitelandse handelsmissies te gaan.

Bronnelys

Agricultural Marketing Resource Center. 2019. *USDA Value-added Ag Definition*. <https://www.agmrc.org/business-development/getting-prepared/valueadded-agriculture/articles/usda-value-added-ag-definition> Besoek: 3 Mei 2019.

Alden, C. & Wu, Y. 2014 South Africa & China: The Making of a Partnership. *SAILA Occasional Paper*, 199:1–41.

Angomoko, B.B. 2017. *The effect of Chinese economic growth on South Africa's exports to China* (master's degree dissertation). Pretoria: University of South Africa.

Baihua, G. (s.a.) *Shanghai's WTO Affairs Consultation Center: Working Together to Take Advantage of WTO Membership*. https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/casestudies_e/case11_e.htm. Besoek: 17 Augustus 2018.

Bell, T. 1993. Should South Africa further liberalise its foreign trade? in Lipton, M., Brückner, M. & Lederman, D. 2012. Trade Causes Growth in Sub-Saharan Africa. *World Bank Policy Research Working Paper Series*, 6007:1-36. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2027300. Besoek: 15 Maart 2018.

Bell, T. 1997. "Trade Policy" in Michie, J. & Padayachee, V. (eds) *The Political Economy of South Africa's Transition*. London: Dryden Press.

Cameron, M. 2018. Towards expanding intra-Indian Ocean Rim Association (IORA) trade: a TRADE-DSM analysis of bilateral realistic export opportunities between Thailand and South Africa. Centurion: Trade Research Advisory (Pty) Ltd.

Cameron, M. & Viviers, W. 2017. Identifying realistic export opportunities for Rwanda based on the TRADE-DSM approach. Potchefstroom. https://www.theigc.org/wp-content/uploads/2017/10/Viviers_and_cameron_2017_Final_report.pdf

Cameron, M., Viviers, M. & Steenkamp, E. 2017. Breaking the 'big data' barrier when selecting agricultural export markets: an innovative approach. *Agrekon*, 56(2):139-157.

CEPII. 2017. BACI. http://www.cepii.fr/CEPII/en/bdd_modele/download.asp?id=1#sthash.iCRBRqXk.dpuf.

Chen, W. & Nord, R. 2017. "A Rebalancing Act for China & Africa: The Effects of China's Rebalancing on Sub-Saharan Africa's Trade & Growth." *The African Departmental Paper Series*. International Monetary Fund, 1–32. <https://www.imf.org/en/Publications/Departmental-Papers-Policy-Papers/Issues/2017/04/07/A-Rebalancing-Act-for-China-&-Africa-The-Effects-of-Chinas-Rebalancing-on-Sub-Saharan-44711>. Besoek: 6 April 2018.

China. 2011. 17th Central Committee of the Communist Party of China, Fifth Plenary Session. Twelfth Five Year Plan 2011-2015. Beijing.

China. 2016. 18th Central Committee of the Communist Party of China, Fourth Plenary Session. Thirteenth Five Year Plan 2016-2020. Beijing.

Cipamba, P.C.W. 2015. The Export-Output Relationship in South Africa: An Empirical Investigation. *Journal for Studies in Economics & Econometrics*, 39(1):25–46. <https://journals.co.za/content/bersee/39/1/EJC170385>. Besoek: 21 Oktober 2018.

Coltrain, D., Barton, D.G. & Boland, M. 2000. *Value added: Opportunities and Strategies*. Arther Capper Cooperative Center. Kansas State University.

Credendo Group, (s.a.) *Credendo's Country Risk Assessment*. Credendo Group. <https://www.credendo.com/rating-explanation#politicalrisk>. Besoek: 22 April 2019.

Credendo Group, 2013. *The ONDD Group becomes Credendo Group*. Credendo Group. <https://www.credendo.com/press/ondd-group-becomes-credendo-group>. Besoek: 22 April 2019.

Crul, F. 2013. China & South Africa on their way to sustainable trade relations. *Tralac Working Paper*, S13IPO2/2013. <http://www.tralac.org/files/2013/05/S13IPO22013-Crul-China-and-SA-on-their-way-to-sustainable-trade-relations-20130529-fin.pdf>. Besoek: 2 Januarie 2019.

Cuyvers, L. 1997. Export opportunities of Thailand: a decision support model approach. *CAS discussion paper*, (9). https://www.researchgate.net/publication/237702495_Export_Opportunities_of_Thailand_A_Decision_Support_Model_Approach1. Besoek: 22 April 2019.

Cuyvers, L. 2004. Identifying export opportunities: the case of Thailand. *International Marketing Review*, 21(3):255-278.

Cuyvers, L. 2012. "The political economy of public export promotion: the case of the Flemish region" in Cuyvers, L. & Viviers, W. (eds) *Export Promotion: A Decision Support Model Approach*. Johannesburg: Sun Press. 12-25.

Cuyvers, L., de Pelsmacker, P., Rayp, G. & Roozen, I.T.M. 1995. A decision support model for the planning and the assessment of export promotion activities: the Belgian case. *International Journal of Research in Marketing*, 12(2):173–185.

Cuyvers, L., Steenkamp, E., Viviers, W., Rossouw, R. & Cameron, M. 2017. Identifying Thailand's high-potential export opportunities in ASEAN+3 countries. *Journal of International Trade Law & Policy*, 16(1):2–33.

Cuyvers, L., Steenkamp, E. & Viviers, W. 2012. "The Methodology of the decision support model." in Cuyvers, L. & Viviers, W. (eds) *Export Promotion: A Decision Support Model Approach*. Johannesburg: Sun Press. 2–6.

Cuyvers, L. & Viviers, W. 2012. "Introduction" in Cuyvers, L. & Viviers, W. (eds) *Export Promotion: A Decision Support Model Approach*. Johannesburg: Sun Press. 54–80.

Department for International Relations and Cooperation. 2016. *The 6th Plenary Session of South Africa-China Bi-National Commission, held in Cape Town, South Africa*. <http://www.dirco.gov.za/docs/2016/chin1125.htm>. Besoek: 7 Julie 2019.

Department of Finance. 1996. *Growth, Employment & Redistribution: A macroeconomic strategy*. <http://www.treasury.gov.za/publications/other/gear/chapters.pdf>. Besoek: 7 Julie 2019.

Department of Trade and Industry. 2017. *Industrial Policy Action Plan 2017/18 - 2019/20*. <https://www.gov.za/documents/industrial-policy-action-plan-ipap-201718-201920-26-apr-2017-0000>. Besoek: 9 Maart 2018.

Department of Trade and Industry. 2010. *The South African trade policy and strategy framework*. <http://www.tralac.org/files/2012/12/Trade-Policy-and-Strategy-Framework-2010.pdf>

Dinh, H.T., Rawski, T.G. & Zafar, A. 2013. *Tales from the Development Frontier: How China and Other Countries Harness Light Manufacturing to Create Jobs and Prosperity*. Washington, DC: The World Bank.

Drummond, P. & Liu, E.X. 2013. Africa's Rising Exposure to China: How Large Are Spillovers Through Trade? *IMF Working Paper*, WP/13/250.

Erdem, F.P. & Ünalmış, I. 2016. Revisiting super-cycles in commodity prices. Central Bank of the Republic of Turkey, İstiklal. *Central Bank Review* 16:137-142.

Frankel, J.A. & Romer, D.H. 1999. Does Trade Cause Growth? *American Economic Review*, 89(3):379–399.

Games, D. 2012. South Africa as Africa's Gateway: A Perspective from Business. *SAIIA Policy Briefing*, 46:1-4.

Gaulier, G. & Zignago, S. 2010. BACI: International Trade Database at the Product Level. The 1994-2007 Version. *CEPII Working Paper*, N°2010-23. http://www.cepii.fr/PDF_PUB/wp/2010/wp2010-23.pdf

Geiger, T., Di Battista, A., Doherty, S. & Soininen, I. 2016. The Global Enabling Trade Report. World Economic Forum/Global Alliance for Trade Facilitation. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GETR_2016_report.pdf. Besoek: 1 Mei 2019.

Girma, S., Greenaway, A. & Kneller, R. 2004. Does Exporting Increase Productivity? A Microeconomic Analysis of Matched Firms. *Review of International Economics*, 12(5): 855–866.

Grossman, G.M. & Helpman, E. 1990. Trade, Innovation, and Growth. *The American Economic Review*, 80(2):86–91.

Grossman, G.M. & Helpman, E. 1991. Quality Ladders in the Theory of Growth. *The Review of Economic Studies*, 58(1):43–61.

Hasan, I. Wachtel, P. & Zhou, M. 2006. Institutional development, financial deepening and economic growth: Evidence from China. Bank of Finland Institute for Economies in Transition. Multiprint Oy, Helsinki. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=921624. Besoek: 20 November 2017.

Hielscher, L. & Ibold, S. 2018. Belt and Road Initiative. <https://www.beltroad-initiative.com/belt-and-road/>.

Hu, Y. 2011. Report to the 12th National Congress of the Communist Party of China by the 11th Central Committee of the Communist Party of China of 1982. *Beijing Review*. <http://www.bjreview.com.cn>. Besoek: 16 Augustus 2018.

International Monetary Fund. 2016. World Economic Outlook: Subdued Demand-Symptoms & Remedies, International Monetary Fund. Washington. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/>. Besoek: 17 Augustus 2018.

International Trade Centre. 2017. Export Potential Assessments. https://umbraco.exportpotential.intracen.org/media/1089/epa-methodology_141216.pdf. Besoek: 15 November 2019.

Jansen van Rensburg, S., Viviers, W., Cameron, M. & Parry, A. 2018. Identifying export opportunities between IORA member states using the TRADE-DSM® methodology: a case study involving South Africa and Thailand. *Journal of the Indian Ocean Region*, 15(1):78–96.

Kabia, A.B., Huang, J., Xing, Y.Y. & Kargbo, A.A. 2016. An Assessment of Sino-Africa Trade Co-Operation and its Impact in Africa. *International Journal of Management Sciences & Business Research*, 5(4):86–138.

Kahn, M.J. 2011. The BRICS and South Africa as the Gateway to Africa. *The Journal of The Southern African Institute of Mining and Metallurgy*, 111:1-4.
https://www.researchgate.net/publication/262458541_The_BRICs_and_South_Africa_as_the_Gateway_to_Africa.

Kanellopoulos, N.C. & Skintzi, G.D. 2016. Identifying export opportunities for Greece. *International Economics & Economic Policy*, 13(3):69–386.

Konings, J. 2018. Trade impacts of the Belt and Road Initiative.
https://www.researchgate.net/publication/325644499_Trade_impacts_of_the_Belt_and_Road_Initiative.

Krugman, P., Obstfeld, M. & Melitz, M. 2012. *International Economics. Theory & Policy*. Boston: Addison-Wesley.

Lacatos, C., Maliszewska, M., Osorio-Rodarte, I & Go, D. 2017. China's Slowdown and Rebalancing: Impacts on Sub-Saharan Africa. *Journal of Economic Integration*, 32(4):759-803.

Laurent, A. 2016. United Nations Conference on Trade & Development: State of Commodity Dependence 2016, Geneva, October, 2016. United Nations Special Unit on Commodities.
<https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1883>. Besoek: 6 Augustus 2019.

Leal-Arcas, R. 2013. China and the Regional Comprehensive Economic Partnership. *Journal of Global Policy and Governance*, 2(2):287-304.

Lin, J.Y. & Wang, Y. 2008. China's Integration with the World: Development as a Process of Learning & Industrial Upgrading. *World Bank Policy Research Working Paper Series*, WPS4799.

Lucas, R. 1993. Making a Miracle. *Econometrica*, 61(2):251–272.

Mail & Guardian. 2008. Zuma looks to 'effective, developmental state'. 29 November 2008. :
<https://mg.co.za/article/2008-11-29-zuma-looks-to-effective-developmental-state>. Besoek: 13 Mei 2019.

Mitra, D. 2014. *Trade, Poverty & Inequality*. Syracuse University.

Mutambara, T.E. 2017. How has trade between South Africa and China evolved over the past decade? *Transnational Corporations Review*, 9(2):97-111.

Naik, S. 2015. SA exports to China to flourish, *BusinessReport*, 5 December.
<https://www.iol.co.za/business-report/economy/sa-exports-to-china-to-flourish-1955734>.

National Planning Commission. 2011. National Development Plan 2030: Our future – make it work.
<https://www.gov.za/issues/national-development-plan-2030>.

Observatory of Economic Complexity. 2017. <https://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/zaf/>. Besoek: 22 April 2019.

Observatory of Economic Complexity. 2018.
https://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/chn/#Trade_Balance. Besoek: 17 Augustus 2018.

Ocran, M.K. & Biekpe, N. 2008. Primary Commodity Export & Economic Growth in Sub Sahara Africa: Evidence from Panel Data Analysis. *South African Journal of Economic & Management Sciences* 11(4):465-474.

Odhiambo, N.M. & Malefane, M.R. 2018. Impact of Trade Openness on Economic Growth: Empirical Evidence From South Africa. *UNISA Economic Research Working Paper Series*, 05/2018.

OECD/United Nations. 2011. Economic Diversification in Africa: A Review of Selected Countries. <https://www.oecd.org/countries/tunisia/economicdiversificationinafricaareviewofselectedcountries.htm>.

Oluwade, B.B. 2018. An Application of the Decision Support Model to Louisiana's Exports. *The International Journal of Social Sciences & Humanities Invention*, 5(1):4307–4313.

Parliamentary Monitoring Group. 2010. Briefings on political and economic relations between South Africa and China. <https://pmg.org.za/committee-meeting/11659/>.

Patel, E. 2009. Defining the Strategic Partnership between South Africa. Paper read at GIBS Business School, Pretoria. 23 November 2009.

Qian, Y. 2003. "How Reform Worked in China" in Dani Kodrik (ed) *In Search of Prosperity*. Princeton: Princeton University Press. 297-326.

Qu, B. 2010. Dynamic Engagement: China's Preference to the International Monetary Cooperation. Oxford-Princeton GLF Program Second GLF Colloquium, 3 May. Woodrow Wilson School, Princeton University. New Jersey: Princeton.

Ricardo, D. 1821. *On principles of political economy and taxation*. 3rd edn. London: John Murray.

Romer, P.M. 1994. The origins of endogenous growth. *The Journal of Economic Perspectives*, 8(1):3-22.

South China Morning Post. 2018. China cuts tariffs on more than 700 goods in bid to open up economy and lower domestic consumer costs. <https://www.scmp.com/economy/china-economy/article/2179491/china-cuts-tariffs-more-700-goods-bid-open-economy-and-lower>.

South China Morning Post. 2019. China pushing for world's largest regional trade deal without US, hailing 'momentum' with Asian partners. <https://www.scmp.com/economy/china-economy/article/3020200/china-pushing-worlds-largest-regional-trade-deal-without-us>.

Statistics South Africa. (s.a.) SIC Introduction. http://www.statSub-SaharanAfrica.gov.za/additional_services/sic/introduc.htm. Besoek: 22 April 2019.

Steenkamp, E. & Viviers, W. 2008. "The identification of export opportunities for South Africa in the rest of the African content" in Cuyvers, L. & Viviers, W. (eds) *Export Promotion: A Decision Support Model Approach*. Johannesburg: Sun Press. 31–154.

Steenkamp, E., Grater, S. & Viviers, W. 2016. "Streamlining South Africa's export development efforts in sub-Saharan Africa: A Decision Support Model approach" in Teh, R., Smeets, M., Jallab, M.S. & Chaudhri, F. (eds) *Trade costs and inclusive growth: case studies presented by WTO chair-holders*. Geneva: World Trade Organisation. 49-82.

Strauss, I. 2015. Understanding South Africa's current account deficit: The role of foreign direct investment income. *Transnational Corporations*, 23(2):49-80.

Stuenkel, O. 2013. South Africa's BRICS membership: A win-win situation? *African Journal of Political Science & International Relations*, 7(7):310–319.

Sun, G. & Payette, A. 2018. The Sino-US Trade War: Survival, Domestic Reforms and the Belt and Road Initiative. *Contemporary Chinese Political Economy and Strategic Relations: An International Journal*, 4(3):781-81.

The 5th Ministerial FOCAC Conference. 2012. Beijing Action Plan (2013-2015). <http://www.focac.org/eng/dwjbzjyhys/hywj/t954620.htm>.

The Presidency. 2015. More than twenty agreements signed as President Zuma hosts President Xi Jinping on a State Visit. Pretoria. <http://www.thepresidency.gov.za/content/more-twenty-agreements-signed-president-zuma-hosts-president-xi-jinping-state-visit>.

TIPS. 2013. National Export Strategy: Summary of the Research Findings. http://www.thedti.gov.za/invitations/SA_Exports2013.pdf.

Trade and Development Commission. 2016. United Nations Conference on Trade & Development: Commodity Dependence & the Sustainable Development Goals 2017. https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/suc2017d1_en.pdf.

Tregenna, F. 2008. The contributions of manufacturing and services to employment creation and growth in South Africa. *South African Journal of Economics*, 76(s2):175-204.

Urban, M., Mejstřík, M. & Chvalkovská, J.G. 2014. Application of the Decision Support Model to Czech Exports. *Acta Oeconomica Pragensia*, (2):33–47.

Van der Merwe, P. 2008. To win in business, you must lie down with the “dragon”. *LeaderEx*, March, pp. 2–4. <http://www.leader.co.za/printarticle.aspx?s=5&f=1&a=490>.

Viviers, W., Cuyvers, L. & Steenkamp, E. 2013. *Identifying New Product and Service Export Opportunities for South Africa Using a Decision Support Model*. Research presented at the UNCTAD Virtual Institute Research Seminar, October 2013.

Viviers, W., Lubbe, M., Steenkamp, E. & Olivier, D. 2014. The identification of realistic export opportunities for the South African pharmaceutical industry. <https://www.researchgate.net/publication/260427927>.

World Bank 2018a. Commodity Markets Outlook. <http://pubdocs.worldbank.org/en/271041524326092667/CMO-April-2018-Full-Report.pdf>.

World Bank Data. 2018b. <http://data.worldbank.org>.

World Bank Data. 2019. <https://data.worldbank.org/country/south-africa>.

World Bank. 2015. Global Economic Prospects, June 2015: the global economy in transition. <http://documents.worldbank.org/curated/en/264521468179081631/Global-economic-prospects-June-2015-the-global-economy-in-transition>.

World Integrated Solutions. 2019. <https://wits.worldbank.org>.

Xinhuanet. 2019. http://www.xinhuanet.com/english/2019-04/22/c_137998513.htm.

Zafar, A. 2007. The Growing Relationship between China and Sub-Saharan Africa: Macroeconomic, Trade, Investment, and Aid Links. *The World Bank Research Observer*, 22(1):103-130.

Zhang, W. 2010. *Ideology and Economic Reform under Deng Xiaoping, 1978-1993*. New York: Routledge.