



Asya Studies

Academic Social Studies / Akademik Sosyal Arařtırmalar
Year: 7 - Number: 24 p. 329-338, Summer 2023

Özbekistan Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün İhracat Performansının Değerlendirilmesi: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Yaklaşımı*

Evaluation of Export Performance of Uzbekistan Textile and Clothing Industry: A Revealed Comparative Advantage Approach

DOI: <https://doi.org/10.31455/asya.1246249>

Arařtırma Makalesi /
Research Article

Makale Geliř Tarihi /
Article Arrival Date
01.02.2023

Makale Kabul Tarihi /
Article Accepted Date
21.05.2023

Makale Yayın Tarihi /
Article Publication Date
30.06.2023

Asya Studies

Dr. Güçgeldi Bashimov
guyc55@gmail.com
ORCID: 0000-0003-3944-5499

Öz

Özbekistan son yıllarda ihracat potansiyelini sürekli geliştirmektedir. Ülkenin enerji ve pamuk ihracatına olan bağımlılığı azalırken, nispeten katma değeri yüksek ürünlerin ihracat hacmi giderek artmaktadır. Ülkede özellikle tekstil ve hazır giyim ürünlerinin ihracatında büyük bir ilerleme kaydedilmektedir. Günümüzde tekstil ve hazır giyim sektörü Özbekistan ekonomisinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, Özbekistan ekonomisi açısından önemli bir yere sahip olan tekstil ve hazır giyim sektörünün karşılaştırmalı üstünlüğünün değerlendirilmesini yapmaktır. Çalışmada, Özbekistan'ın tekstil ve hazır giyim sektörünün ihracat performansı ve uzmanlaşma düzeyi Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi kullanılarak ölçülmüştür. Çalışmanın ana materyalini BM Comtrade istatistiki veri tabanından elde edilen ikincil veriler oluşturmaktadır. Söz konusu veriler 2000-2021 yıllarını kapsamaktadır. Araştırma sonucuna göre, Özbekistan tekstil ve hazır giyim ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Tekstil ihracatında yüksek düzeyde karşılaştırmalı üstünlük söz konusu iken, hazır giyim ihracatında ise zayıf bir karşılaştırmalı üstünlük mevcuttur. Özbekistan'da tekstil ve hazır giyim ihracatı son yıllarda önemli bir gelişme göstermesine rağmen ihracatta hâlen istenilen düzeye ulaşılamamıştır. Gelecekte ihracattan sağlanan gelirin artırılması için ürün ve pazar çeşitlendirmesine daha fazla ağırlık verilmesi uygun olacaktır. Bununla birlikte, ihraç edilen ürünlerin kaliteli, sağlıklı, güvenilir ve uygun fiyattan sunulmasına özen gösterilmesi gerekmektedir. Bunlara ilave olarak dış pazarlarda ürün tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi sektörün gelişmesine önemli ölçüde katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: İhracat, Karşılaştırmalı Üstünlük, Özbekistan, Rekabet, Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü

Abstract

Uzbekistan has been increasing its export potential in recent years. While the dependency on energy and raw cotton exports is decreasing, the export volume of products with high added value is gradually increasing. A great progress has been made especially in the export of textile and clothing products. Today, textile and clothing industry occupies an important place in the Uzbek economy. The purpose of this study is to assess the comparative advantages of the textile and clothing industry, which occupies an important place in the economy of Uzbekistan. In the study, the export performance and level of specialization of Uzbekistan's textile and clothing industry was measured using a Revealed Comparative Advantage index. In this study the secondary data used were obtained from the database of UN Comtrade. The data covers the period from 2000 to 2021. According to the results of the study, Uzbekistan has a comparative advantage in the export of textiles and clothing. While there is a high level of comparative advantage in textile exports, there is a weak comparative advantage in clothing exports. Despite a significant improvement in the export of textiles and clothing in recent years, the desired level of exports has not yet been reached. To increase the income received from export, it is necessary to diversify products and markets. However, care should be taken to ensure that the exported products are of high quality, healthy, reliable and reasonably priced.

Keywords: Export, Comparative Advantage, Uzbekistan, Competition, Textile and Clothing Industry

Citation Information/Kaynakça Bilgisi

Güçgeldi, B. (2023). Özbekistan Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün İhracat Performansının Değerlendirilmesi: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Yaklaşımı. *Asya Studies-Academic Social Studies / Akademik Sosyal Araştırmalar*, 7(24), 329-338.

* "COPE-Dergi Editörleri İçin Davranış Kuralları ve En İyi Uygulama İlkeleri" beyanları: Bu makale için herhangi bir çıkar çatışması bildirilmemiştir. Bu makale, İntihâl.net tarafından taranmıştır. Bu makale, Creative Commons lisansı altındadır. Bu makale için etik kurul onayı gerekmemektedir.

GİRİŞ

Uluslararası ticaretteki serbestleşme ve küreselleşme, tüm sektörlerde rekabetin artmasına neden olmaktadır. Bu durum ülkelerin ve firmaların küresel pazarlardaki rekabet avantajlarını sürekli gözden geçirmelerini zorunlu kılmaktadır. Rekabet avantajı, küresel ekonomik sistemde tüm sektörlerin uzun vadede sürdürülebilirliği için bir gerekliliktir (Van Rooyen, Esterhuizen ve Stroebe, 2011). Bugün küresel rekabette en çok etkilenen sektörlerin başında tekstil ve hazır giyim sektörü gelmektedir. Tekstil ve hazır giyim sektörü bugüne kadar Çin, Hindistan, Bangladeş, Vietnam, Türkiye, Sri Lanka ve Pakistan'ın da aralarında bulunduğu pek çok gelişmekte olan ülkelerin kalkınmasında önemli rol üstlenmiştir. Dolayısıyla tekstil ve hazır giyim ürünleri az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ihracat sepetinin en önemli bileşenini oluşturmaktadır. Tekstil ve hazır giyim sektörü küresel ekonomi ile bütünleşme sürecinde olan Özbekistan için de stratejik öneme haiz bir sektördür. Sektör üretim, istihdam ve ihracat olmak üzere birçok kanallardan ülkenin ekonomik gelişme sürecine önemli katkıda bulunmaktadır. Küresel pazarlarda başarılı bir şekilde ticarete devam edebilmek ve ekonomik büyümenin sürdürülebilmesi için sektörün uluslararası rekabet gücünün artırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Ülkelerin belirli bir sektördeki veya üründeki karşılaştırmalı üstünlüğü ve uzmanlaşma düzeyi çeşitli yöntemler ile ölçülebilmektedir. Bir ülkenin uzmanlaşma düzeyini ölçmek için kullanılan yöntemler arasında en popüler olanı Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksidir. Literatürde Özbekistan'ın sektörel karşılaştırmalı üstünlüğünü ve uzmanlaşma düzeyini araştıran çalışmalar olmasına rağmen (Bashimov, 2015; Mamadjanova, 2017; Yurttaçıkılmaz vd., 2018; Bashimov, 2019), tekstil ve hazır giyim sektörünün karşılaştırmalı üstünlüğünü konu alan çalışmalar yok denecek kadardır. Daha önce yapılmış olan çalışmaların daha çok Özbekistan'da tekstil ve hazır giyim sektörünün ekonomik gelişimi, firmaların karşılaştıkları sorunlar ve sektöre yönelik izlenen politikalar üzerine odaklandığı görülmektedir (Kim ve Park, 2019; Olimov ve Hamzayeva, 2022). Mevcut durumda ülkenin tekstil ve hazır giyim sektöründeki ihracat performansı ile rekabet gücünü inceleyen çalışmalar yeterli sayıda değildir. Özbekistan ekonomisinde stratejik öneme sahip olan tekstil ve hazır giyim sektörünün küresel pazarlarda rekabet gücünün ne kadar yüksek olduğunun belirlenmesi sektöre yönelik stratejilerin geliştirilmesinde yararlı bilgiler sunacaktır. Tekstil ve hazır giyim sektörünün ulusal ekonomilerdeki konumu ve küresel ekonomide yaşanan gelişmeler nedeniyle sektörün ihracat rekabet gücünü konu alan çalışmalar bilim insanları, yöneticiler ve politika yapıcılar tarafından ilgi görmektedir. Mevcut küreselleşme sürecinde ihracat rekabet gücü, herhangi bir ülkenin gelecekteki büyümesini belirleyen temel unsurlardan biri hâline gelmiştir (Nguyen ve Kieu, 2019). Bu çalışmanın temel amacı, Özbekistan'ın tekstil ve hazır giyim sektörünün karşılaştırmalı üstünlüğünü ölçmektir. Kantitatif açıdan incelenen sektörün karşılaştırmalı üstünlüğü Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksi kullanılarak ölçülmüştür. Mevcut çalışmanın Özbekistan'ın küresel tekstil ve hazır giyim pazarında rekabet edebilirliği ile ilgili bilgiler sunarak literatüre önemli katkı sağlaması beklenmektedir.

YÖNTEM

Bu çalışmada, tekstil ve hazır giyim sektörünün Uluslararası Standart Ticaret Sınıflandırmasına (SITC Rev.3) göre iki basamaklı ürün grubu dikkate alınmıştır. İstatistik veriler Birleşmiş Milletler İstatistik Bölümü'nün (Comtrade) ve Özbekistan Devlet İstatistik Komitesi'nin veri tabanından derlenmiştir. Çalışma SITC 65 (tekstil) ve SITC 84 (hazır giyim) ürün gruplarını kapsamaktadır. Çalışmada kullanılan veriler 2000-2021 yıllarını kapsamakta ve verilerin analizinde MS Excel yazılımı kullanılmıştır.

Bu çalışmada Özbekistan'ın tekstil ve hazır giyim sektörünün karşılaştırmalı üstünlüğü belirlenmeye çalışılmıştır. Klasik iktisatçılardan biri olan D. Ricardo tarafından geliştirilen karşılaştırmalı üstünlük kavramı, uluslararası ticaretin temel teorilerinden biridir. Karşılaştırmalı üstünlüğü belirlemeye yönelik ilk pratik girişimlerden biri B. Balassa tarafından geliştirilen Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksidir. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi ilk olarak Liesner (1958) tarafından ortaya atılmış ise de B. Balassa (1965) tarafından işlevsel hâle getirilmiştir. Genellikle Balassa indeksi olarak anılan AKÜ indeksi, şimdiye kadar birçok bilim insanı tarafından ülkelerin sektörel rekabet avantajını ve uzmanlaşma düzeyini ölçmek için kullanılmıştır (Van Rooyen, Esterhuizen ve Stroebe, 2011; Bashimov, 2015). Bu gösterge, karşılaştırmalı üstünlüğün kaynağını göstermemekle birlikte, bir ülkenin belirli bir ürünün ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığını ortaya koyması bakımından önemlidir. Bir ülkenin belirli bir üründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olması durumunda, ülkenin söz konusu ürünün ihracatında uzmanlaşmış olduğu ifade edilmektedir. AKÜ indeksi Eşitlik 1'de sunulmuştur:

$$AKÜ_{ij} = \frac{X_{ij}/X_{it}}{X_{wj}/X_{wt}} \quad (1)$$

Burada X_{ij} 'i' ülkesinden 'j' ürünü ihracatını, X_{it} 'i' ülkesinden yapılan toplam ihracatı, X_{wj} 'j' ürününün dünya ihracatını, X_{wt} ise toplam dünya ihracatını ifade etmektedir. İndeks değerinin 1'den büyük olması ülkenin söz konusu ürünün ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu (uzmanlaşmış olduğu) anlamına gelmektedir. İndeks değeri ne kadar yüksek ise ülkenin ihracat fırsatları o kadar yüksek demektir. İndeks değeri 1'den küçük olduğunda, i ülkesinin j ürününde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığı anlaşılmaktadır (Bashimov, 2015; Susanto ve Sukadwilinda, 2020). Hinloopen ve Marrewijk (2001) AKÜ indeksinin önemini göstermek amacıyla dört kategoride sınıflandırmıştır (Tablo 1).

Tablo 1: AKÜ İndeksinin Sınıflandırılması

| Sıra No | Sınıf | Değer | Açıklama |
|---------|-------|------------------|--|
| 1 | a | $0 < AKÜ \leq 1$ | Karşılaştırmalı üstünlük bulunmamakta |
| 2 | b | $1 < AKÜ \leq 2$ | Zayıf bir karşılaştırmalı üstünlük bulunmakta |
| 3 | c | $2 < AKÜ \leq 4$ | Orta düzeyde karşılaştırmalı üstünlük bulunmakta |
| 4 | d | $AKÜ > 4$ | Güçlü bir karşılaştırmalı üstünlük bulunmakta |

Kaynak: Hinloopen ve Marrewijk, 2001

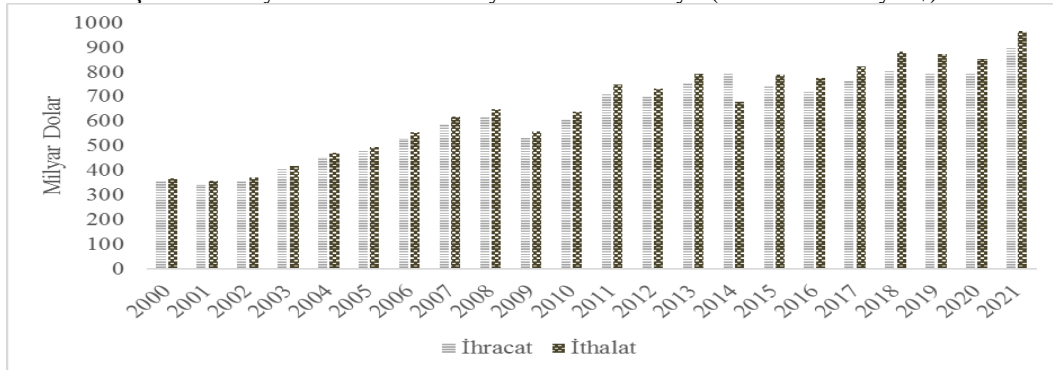
DÜNYADA VE ÖZBEKİSTAN'DA TEKSTİL VE HAZIR GİYİM ÜRÜNLERİ TİCARETİ

Bu bölümde, 2000-2021 yılları arasında dünyada ve Özbekistan'da tekstil ve hazır giyim ticaretinin gelişimi genel hatları ile değerlendirilmiştir.

Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Ürünleri Ticaretinin Mevcut Durumu

Küreselleşme süreci ile birlikte son yıllarda ülkeler arası mal, hizmet, sermaye, emek ve bilgi akışı katlanarak artmıştır. Diğer birçok sektör gibi tekstil ve hazır giyim sektörünün de küreselleşme olgusundan büyük ölçüde etkilendiği söylenebilir. Nitekim 21. yüzyılın üçüncü on yılının başlarında tekstil ve hazır giyim sektörü dünya ekonomisinin en küreselleşmiş sektörlerinden biri hâline gelmiştir. Bu nedenle küresel rekabet koşullarından en çok etkilenen sektörlerden biri de kuşkusuz tekstil ve hazır giyim sektörüdür. Bugün tekstil ve hazır giyim ürünleri özellikle gelişmekte olan ülkelerde istihdama, ekonomik büyümeye ve dış ticarete önemli katkılar sağlamaktadır. Dünya tekstil ve hazır giyim sektörü son 20 yılda ciddi bir gelişme göstermektedir. Dünya tekstil ve hazır giyim ihracatı 2000 yılında 350 milyar dolar seviyesinde iken, bu miktar 2018 yılında 820 milyar dolara ulaşmıştır. İlerleyen yıllarda ise küresel ticarete uygulanan korumacı politikalar, siyasi ve jeopolitik gerilimler, yüksek enflasyon nedeniyle dünya ekonomisi daralmıştır. Bunun sonucunda dünya tekstil ve hazır giyim ihracatında da daralma meydana gelmiştir. 2020 yılında ise dünya tekstil ve hazır giyim ticareti küresel salgından olumsuz etkilenmiştir. 2020 yılında dünya tekstil ve hazır giyim ihracatı 800 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. Salgın sonrası dünya ekonomisinde yaşanan toparlanma ve tüketici taleplerinde yaşanan iyileşme sonucu 2021 yılında dünya tekstil ürünleri ihracatı bir önceki yıla göre %7,8 oranında artarak 354,2 milyar dolara ulaşmıştır. Dünya hazır giyim ihracatı ise bir önceki yıla göre %21,9 oranında artarak 548,8 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Buna göre dünya toplam tekstil ve hazır giyim ihracatı 900 milyar doları aşmıştır (DTÖ, 2022). 2022 yılı itibarıyla küresel tekstil ve hazır giyim ihracat hacminin bir trilyon doları aşması beklenmektedir. Bu büyümede, özellikle Çin, Hindistan, Bangladeş ve Meksika gibi gelişmekte olan ülkelerde nüfus artışının bir sonucu olarak hazır giyim ürünlerine olan talebin etkili olacağı tahmin edilmektedir. Nitekim söz konusu ülkelerde harcanabilir gelir düzeyi ve kentleşme sürecindeki hızlı artış, hazır giyim ürünlerine duyulan talepte artışa yol açmıştır (Olimov ve Hamzayeva, 2022).

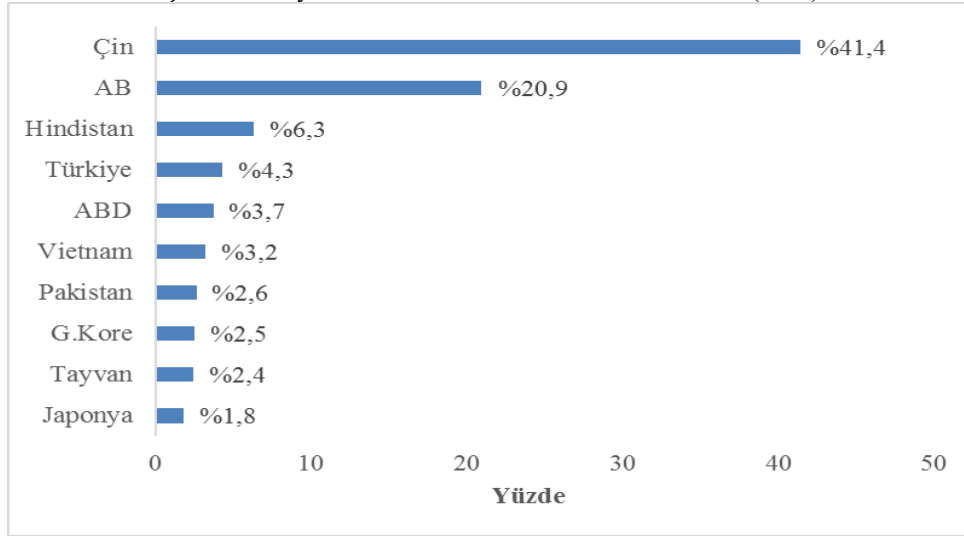
Şekil 1: Dünya Tekstil ve Hazır Giyim İhracatının Seyri (2001-2021: Milyar \$)



Kaynak: www.comtrade.un.org

Dünya tekstil pazarında Çin, AB ve Hindistan önemli ihracatçı ülkelerdir. Söz konusu üç ülke dünya tekstil ürünleri ihracatının 2/3'ünü gerçekleştirmektedir. Tekstil ürünleri ihracatında önemli paya sahip ülkeler arasında Türkiye, Vietnam ve Pakistan gibi gelişmekte olan ülkeler yer almaktadır. Son 20 yılda AB, ABD ve Japonya'nın dünya tekstil ihracatındaki payları önemli düzeyde azalırken, Çin, Hindistan, Türkiye ve Vietnam'ın payları ise istikrarlı bir şekilde artış göstermiştir. Özellikle Çin dünya pazarındaki payını ciddi anlamda artıran ülke olmuştur. 2000-2021 yılları arasında Çin'in tekstil ürünleri ihracatındaki payı %10'dan %40'lara yükselmiştir. Aynı dönemde AB ülkelerinin dünya tekstil ihracatından aldığı pay %33,4'den %20,9'a gerilemiştir. Geçen süre zarfında Hindistan, Türkiye, Vietnam ve Pakistan dünya tekstil ihracatındaki paylarını önemli düzeyde artıran ülkeler arasında yer almaktadır. Dünya tekstil ürünleri ithalatında ise ilk sırada AB (%20,5) yer alırken, bunu ABD (%10,2), Vietnam (%4,9), Çin (%4,2), Bangladeş (%3,9), Japonya (%2,4) ve İngiltere (%2,1) izlemektedir (DTÖ, 2022).

Şekil 2: Dünya Tekstil İhracatında Yer Alan İlk On Ülke (2021)



Kaynak: www.comtrade.un.org

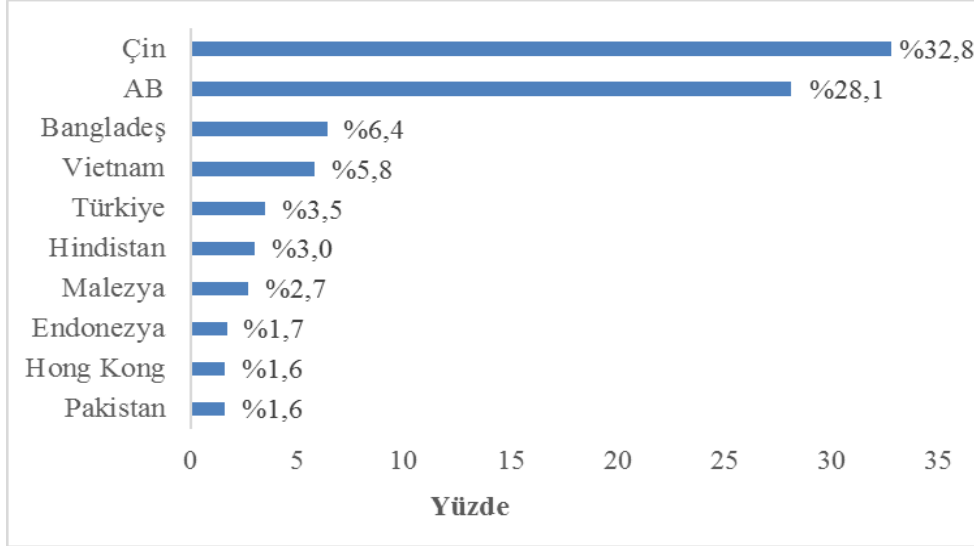
Küreselleşme ve devam eden liberalleşme sürecinde düşük işgücü maliyetine sahip Asya ülkelerinin dünya tekstil ve hazır giyim pazarındaki paylarını giderek artırmaktadır. Şekil 3'de görüldüğü gibi dünya hazır giyim ürünleri ihracatında Asya ülkelerinin önemli bir paya sahip olduğu anlaşılmaktadır. Çin %32,8'lik pay ile dünya hazır giyim ürünleri ihracatında ilk sırada yer almaktadır. Bunu AB (%28,1), Bangladeş (%6,4), Vietnam (%5,8), Türkiye (%3,5), Hindistan (%3,0) ve Malezya (%2,7) takip etmektedir. 2000-2021 yılları arasında Çin, Bangladeş ve Vietnam dünya hazır giyim pazarındaki paylarını ciddi anlamda artıran ülkeler olmuştur. Asya ülkeleri başta Kuzey Amerika ve AB ülkeleri olmak üzere dünyanın dört bir yanına tekstil ve hazır giyim ürünleri ihraç etmektedir. Dolayısıyla Asya kıtası, tekstil ve hazır giyim ürünlerinin üretim merkezi olarak tarif edilebilir.

Bugün Çin dünya tekstil ve hazır giyim pazarında söz sahibi ülkelerden biridir (Olimov ve Hamzayeva, 2022). Çin, aynı kalitede benzer ürünleri çok daha düşük fiyattan ihraç etmektedir. Çin'in daha düşük işgücü maliyetine sahip olması ona bu imkânı sağlamıştır. Aynı zamanda son 40 yılda sektöre yönelik uygulanan bir dizi politikalar ve yatırımlar sayesinde Çin küresel pazardaki rekabet gücünü büyük ölçüde artırabilmiştir. Son yıllarda diğer gelişmekte olan ülkelerin işgücü maliyeti açısından daha rekabetçi hâle gelmesiyle Çin işgücü maliyetindeki avantajını kaybetmektedir. Buna rağmen Çin küresel tekstil ve hazır giyim pazarındaki liderlik konumunu başarıyla sürdürmekte ve tedarik zincirinde kilit bir rol oynamaktadır (Pepermans, 2019; Rahman ve Moazzem, 2022). Çin'den sonra dünya tekstil ve hazır giyim pazarında önemli rol oynayan ülkeler arasında Bangladeş, Vietnam, Türkiye ve Hindistan yer almaktadır. Tekstil ve hazır giyim ürünleri söz konusu ülkelerin ihracat ürün sepetinde önemli yer tutmaktadır. Örneğin, Bangladeş'te toplam ihracatın %88'ini, Pakistan'da %60'ını, Kamboçya'da %53'ünü, Nepal'de %34'ünü, Türkiye'de %16'sını tekstil ve hazır giyim ürünleri oluşturmaktadır (Anonim, 2021; Razzaque, 2022). Bununla birlikte, söz konusu ülkeler küresel tekstil ve hazır giyim ihracatında pazar payı açısından Çin'in çok gerisinde kalmaktadır.

İstatistikî veriler incelendiğinde dünya tekstil ve hazır giyim pazarında AB ülkelerinin de önemli paya sahip olduğu görülmektedir. Avrupa ülkeleri yüksek işgücü maliyetlerine rağmen yenilik, kalite, moda ve tasarım gibi konularda ilerleme kaydetmiş ve küresel pazarda önemli aktör olmaya devam etmektedirler.

Örneğin dünya hâli ihracatında Belçika ve Hollanda, giyim ihracatında ise İtalya, Almanya ve İspanya önemli paya sahiptir (Olimov ve Hamzayeva, 2022). Bununla birlikte, ticaretin serbestleştirilmesi ile başta Çin olmak üzere Asya ülkelerinden gelen şiddetli rekabet AB ülkelerinin küresel pazardaki konumunu zayıflatmaktadır.

Şekil 3: Dünya Hazır Giyim İhracatında Yer Alan İlk On Ülke (2021)



Kaynak: www.comtrade.un.org

2021 yılında dünya tekstil ve hazır giyim ürünleri ithalatının yarısından fazlası AB ve ABD tarafından gerçekleştirilmektedir. Bununla birlikte Japonya, İngiltere, Çin, Vietnam, Bangladeş ve Güney Kore önemli ithalatçı ülkeler arasında yer almaktadır. Vietnam, Bangladeş, Çin gibi Asya ülkeleri hazır giyim üretiminde kullanılan iplik, kumaş gibi ürünleri ithal etmektedirler. 2021 yılında dünya tekstil ve hazır giyim ithalatı 966 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (DTÖ, 2022).

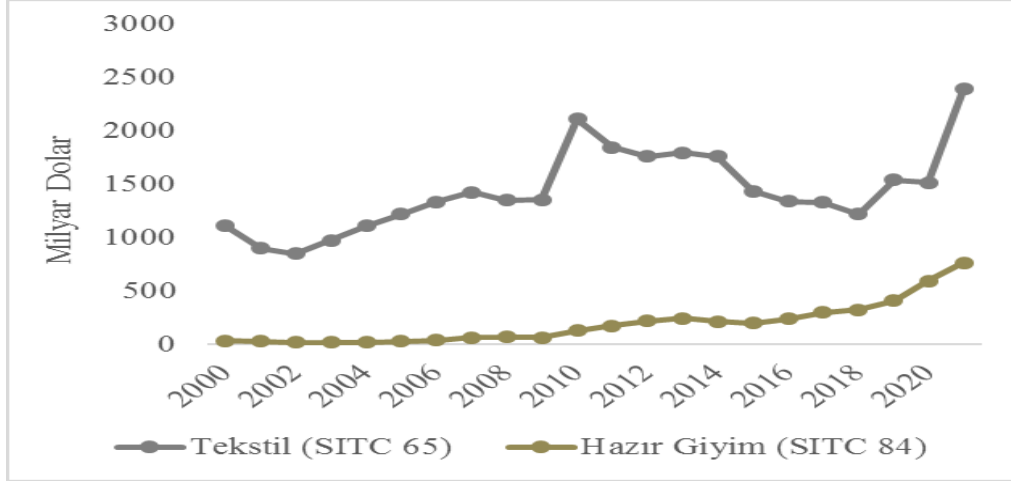
Özbekistan'da Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dış Ticareti

Özbekistan Cumhuriyeti diğer Orta Asya ülkeleri gibi sosyalizm sonrası piyasa ekonomisine geçiş aşamasında zorlu bir dönüşüm süreci yaşamıştır. 1991 yılından itibaren piyasa ekonomisine geçişin ardından ticari faaliyetlerin serbestleştirilmesine yönelik bir dizi reformlar hayata geçirilmiş, bunun sonucunda ihracat kademeli olarak gelişme göstermiştir. Bu süreçte ülkenin üretim ve dış ticaret yapısında da önemli değişiklikler yaşanmıştır. Dünya ekonomisinin küreselleşmesi ve uluslararası şirketlerin yarattığı zorlu rekabet ortamından Özbek ekonomisi de ciddi anlamda etkilenmektedir. Diğer sektörler gibi tekstil ve hazır giyim sektörü de yaşanan bu değişimlerden daha fazla etkilenmektedir. Tekstil ve hazır giyim sektörü birçok ülkede olduğu gibi Özbekistan ekonomisinin de sanayileşme sürecine geçişte önemli rol üstlenmektedir. Özbekistan'daki tekstil endüstrisinin uzun bir geçmişi bulunmaktadır. Orta Çağ'da yerel ustalar tarafından üretilen çeşitli tekstil ürünleri Avrupa ve Orta Doğu'ya ihraç edilmiştir. Bugün tekstil ve hazır giyim sektörü Özbek ekonomisinin lokomotif sektörlerinden biridir. 2021 yılı itibariyle sektörün Özbekistan'da toplam sanayi üretimi içerisindeki payı %13,8 ve sektör toplam endüstriyel işgücünün 1/3'üne istihdam sağlamaktadır (Yuldashev, Azimova ve Akbarxujayeva, 2021; Uzstat, 2022). Tekstil ve hazır giyim sektörü nispeten emek yoğun sektör olup, sektörün gelişimi istihdam sorunlarının çözülmesine ve toplum refahının yükseltilmesine ciddi anlamda katkı sağlamaktadır. Günümüzde tekstil ve hazır giyim sektörü ülkede hafif sanayinin önde gelen koludur. Sektörün gelişmesini hızlandırmak için hükümet tarafından son yıllarda ciddi yatırımlar yapılmış ve pek çok fabrika faaliyete geçirilmiştir. Bunun sonucunda tekstil ve hazır giyim ürünlerinin üretim ve ihracatında büyük ilerleme kaydedilmiştir. Daha önce ülkede üretilen pamuk lifinin büyük bir kısmı hammadde olarak yurtdışına ihraç edilirken, günümüzde üretilen pamuğun neredeyse tamamı yurt içinde pamuk ipliğine işlenmektedir. Dolayısıyla 2020 yılında iplik üretimi 2016 yılına göre 3 kat artmıştır (Khozhâlepesov ve Ismailov, 2022; Olimov ve Abdukarimova, 2022).

Özbekistan'ın tekstil ve hazır giyim ürünleri, ülkenin ihracat gelirlerine büyük katkı sağlamaktadır. Son yıllarda tekstil ve hazır giyim üretim ve ihracatının geliştirilmesine yönelik verilen bir takım teşvik ve destekler sonucu sektörün ihracatı önemli gelişme göstermiştir. 2000'li yıllarda bir milyar dolar seviyesinde olan tekstil ve hazır giyim ürünleri ihracatı, 2020 yılında iki milyar dolara ulaşmıştır. 2021 yılında ise sektörün ihracatı 3 milyar dolara geçmiştir. Sektörün toplam ihracattaki payı ise %18'dir. (Uzstat, 2022). Tekstil ve hazır

giyim sektörü tüm dünyayı etkisi altına alan salgına rağmen büyümeye devam ederek ülkenin en dinamik sektörlerinden biri olmaya devam etmektedir. Tekstil ve hazır giyim ürünleri ihracatının 2025 yılına kadar 7 milyar dolara çıkarılması planlanmaktadır. Bu bağlamda, 2019-2025 dönemi için tekstil ve hazır giyim sektörünün geliştirilmesine yönelik konsept kabul edilmiştir.

Şekil 4: Özbekistan’da Tekstil ve Hazır Giyim İhracatının Gelişim Seyri



Kaynak: www.comtrade.un.org

Özbekistan’ın tekstil ve hazır giyim ihracatının yapısı incelendiğinde pamuk ipliğinin toplam tekstil ve hazır giyim ürünleri ihracatı içerisindeki payının zamanla azaldığı görülmektedir. Örneğin, 2017 yılında pamuk ipliğinin toplam ihracattaki payı %61 iken, 2020 yılında bu oran %38,5’e gerilemiştir. Buna karşın hazır giyim, pamuklu kumaş ve örme kumaşın ihracattaki payları ise artmıştır (Tablo 2).

Tablo 2: Özbekistan’da Tekstil ve Hazır Giyim İhracatının Yapısı (%)

| Yıllar | Pamuk ipliği | Hazır giyim | Pamuklu kumaş | Örme kumaş | Çoraplar |
|--------|--------------|-------------|---------------|------------|----------|
| 2017 | 61,0 | 18,5 | 7,0 | 11,7 | 1,8 |
| 2018 | 59,0 | 25,0 | 7,0 | 7,8 | 1,2 |
| 2019 | 44,2 | 33,8 | 6,6 | 14,4 | 1,5 |
| 2020 | 38,5 | 35,2 | 9,6 | 15,5 | 2,0 |

Kaynak: Razikov, 2021

Özbekistan’ın tekstil ve hazır giyim ürünleri ihracatında ana pazarı Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) ülkeleri oluşturmaktadır. Bununla birlikte, Orta Doğu (BAE, İran), Uzak Doğu Asya (Çin, Güney Kore) ve Avrupa (Polonya, İtalya) ülkelerine de ihracat yapılmaktadır. 2021 yılında tekstil ve hazır giyim ihracatında Rusya (%39,8) ilk sırada yer alırken, onu Çin (%22,8), Türkiye (%16,3) ve Kırgızistan (%14,8) takip etmiştir. Diğer BDT ülkelerinin payı %9 ve Avrupa Birliği ülkelerinin payı ise yaklaşık %5-6’dır (Uzstat, 2022). Buna göre 2021 yılında ihracatın %90’dan fazlası dört ülkeye gerçekleştirilmiştir. Bu durum ülke ihracatında ülke bazında yoğunlaşma düzeyinin çok yüksek olduğunu ve pazar çeşitliliği açısından dengeli bir dağılımın olmadığını göstermektedir.

Son yıllarda Özbek firmalarının üretilen tekstil ve hazır giyim ürünleri dış pazarlarda rağbet görmekte ve yabancı tüketiciler arasında giderek daha popüler hâle gelmektedir. Özbekistan’ın Cotton Campaign Uluslararası Koalisyonu ile sağlanan iş birliği sonucu küresel markalar tarafından Özbek pamuğuna yönelik uygulanan boykot kaldırılmış ve bu durum ülkenin uluslararası firmalar ile ticari ilişkisinin geliştirilmesine yeni bir ivme kazandırmıştır. Bu süreçte Uluslararası Çalışma Örgütü’nün Özbekistan’daki pamuk hasadı sırasında çocukların işgücü olarak kullanılmadığını ve istihdam edilmediğini doğrulayan raporu dış pazarlarda ülke imajının güçlendirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Günümüzde Özbekistan, Avrupa’nın önemli tekstil ve hazır giyim tedarikçilerinden biri olma fırsatına sahiptir. Özbekistan’ın 2020 yılında AB’nin Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi içerisinde “GSP+” programı ile 2021 yılında İngiltere’nin “GSP Gelişmiş Çerçeve” programı kapsamında yararlanıcı ülke statüsünü kazanması ülkeye önemli fırsatlar sunmaktadır. Nitekim söz konusu programlar Özbekistan’ın başta tekstil ve hazır giyim ürünleri olmak üzere 6.200 ürünü AB ülkelerine ve İngiltere’ye vergisiz ihraç etme imkânı sunmaktadır. Bu

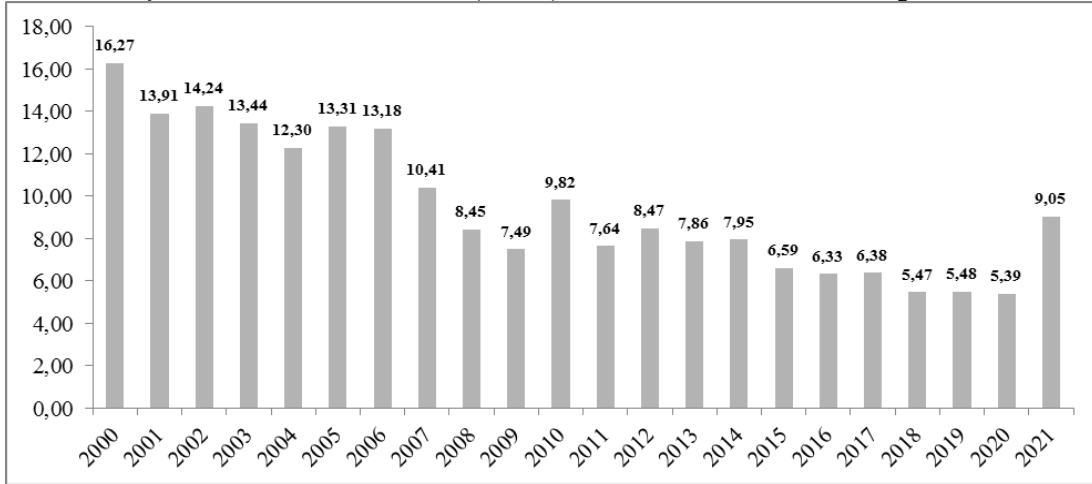
durum ihracatın sürdürülebilir büyümesi ve çeşitlendirilmesi için sağlam bir temel oluşturacak ve gelecekte Avrupa pazarında rekabet gücünü artırmasına imkân sağlayacaktır (Olimov ve Xasanboyev, 2022).

Özbek üreticiler için özellikle tekstil ürünlerinin ihracatı için önemli potansiyel arz eden destinasyonlardan biri de Güneydoğu ve Güney Asya bölgeleridir. Söz konusu bölge ülkelerinin çoğu hammadde ve ara ürünlere bağımlıdır. Örneğin, Bangladeş, Kamboçya, Nepal, Vietnam ve Sri Lanka özellikle elyaf, iplik ve kumaş gibi ürünleri büyük ölçüde dış pazarlardan temin etmektedir (Rahman ve Moazzem, 2022; Razzaque, 2022). Özbekistan sahip olduğu maliyet avantajını kullanarak söz konusu ülkelerin hammadde gereksinimlerini zamanında ve uygun maliyetle karşılayarak ihracat pazarını genişletebilir.

BULGULAR

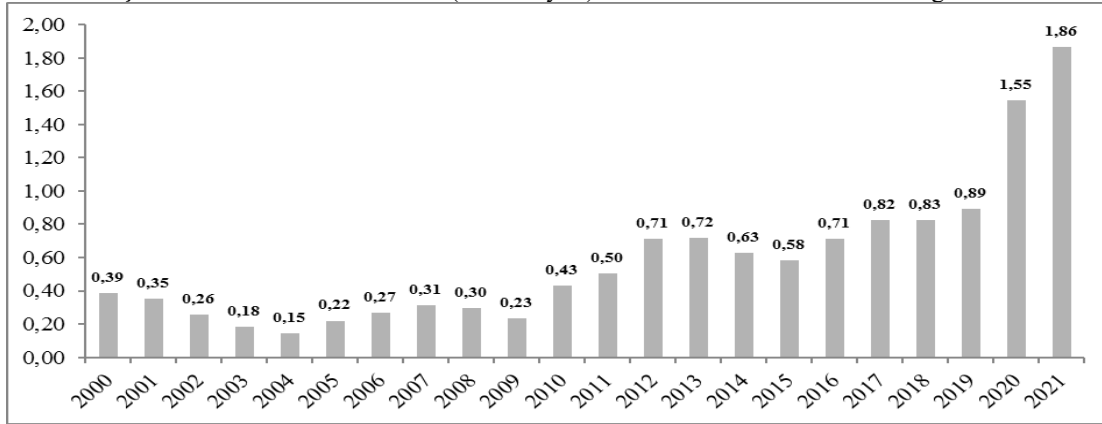
Bu bölümde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi kullanılarak Özbekistan'ın tekstil ve hazır giyim sektöründeki karşılaştırmalı üstünlüğü ölçülmüştür. AKÜ indeksi SITC 65 (Tekstil) ve SITC 84 (Hazır giyim) ürün grupları için ayrı ayrı hesaplanmıştır. SITC 65 (Tekstil) ürün grubu için hesaplanan AKÜ indeks değerleri Şekil 5'de sunulmaktadır. 2000 yılında 16,27 olan indeks değeri ilerleyen yıllarda gerilemiştir. 2020 yılında AKÜ katsayısı en düşük değeri almıştır. Nitekim tüm dünyayı etkisi altına alan salgın küresel ticareti ve Özbekistan'ın ihracatını da olumsuz etkilemiştir. Salgının etkisiyle birlikte 2020 yılında dünya ihracat hacmi %8 oranında daralmış ve Özbekistan'ın tekstil ürünleri ihracatında az da olsa düşüş yaşanmıştır. 2021 yılında ise ihracatta bir önceki yıla göre önemli düzeyde artış elde edilmiş ve AKÜ indeks değeri tekrar yükselerek 9,05'e ulaşmıştır. Bu, Özbekistan'ın tekstil ürünlerinde sahip olduğu rekabet gücünü yeniden sürdürme yeteneğine sahip olduğunu göstermektedir. Ele alınan dönemde AKÜ indeks değerleri incelendiğinde Özbekistan'ın tekstil ürünleri ihracatında güçlü bir karşılaştırmalı üstünlük sergilediği görülmektedir. Diğer bir deyişle Özbekistan'ın tekstil ürünleri ihracatında uzmanlaşma düzeyinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Şekil 5'de sunulan verileri genel olarak değerlendirdiğimizde Özbekistan'ın tekstil ihracatındaki karşılaştırmalı üstünlüğünün hâla yüksek olduğu ancak rekabet gücünün son 20 yılda düşüş eğiliminde olduğu görülmektedir.

Şekil 5: Özbekistan'ın SITC 65 (Tekstil) Ürün Grubunda AKÜ İndeks Değerleri



SITC 84 (Hazır giyim) ürün grubu için hesaplanan AKÜ indeks değerleri Şekil 6'da sunulmaktadır. Buna göre 2020 yılına kadar Özbekistan SITC 84 ürün grubunda karşılaştırmalı dezavantaja sahipken, bu yıldan itibaren karşılaştırmalı avantaja sahip olmuştur. Yani, 2000-2019 yılları arasında SITC 84 ürün grubu için hesaplanan AKÜ indeks değeri 1'in altında değer almışken, bu değer 2020 yılı için 1,55 ve 2021 yılı için 1,86 olarak hesaplanmıştır. İndeks değerleri Şekil 6'dan da görüldüğü gibi özellikle son beş yıllık dönemde istikrarlı bir şekilde artış göstermektedir. Hesaplanan AKÜ indeks değerlerine göre Özbekistan SITC 84 ürün grubunda zayıf bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Son yıllarda hükümet tekstil ve hazır giyim sektörünü geliştirmeye yönelik yatırımlara yoğunlaşmış ve uygulanan politikaların yavaş yavaş etkisini göstermeye başladığı söylenebilir. Özellikle katma değeri nispeten yüksek olan hazır giyim ürünlerinin üretim ve ihracatında ciddi anlamda artış yaşanmıştır. İstatistikî verilere göre, 2017-2021 yılları arasında Özbekistan'da hazır giyim ürünlerinin ihracatı 2 kat artmıştır (Uzstat, 2022).

Şekil 6: Özbekistan'ın SITC 84 (Hazır Giyim) Ürün Grubunda AKÜ İndeks Değerleri



Günümüzde dünya tekstil ve hazır giyim pazarı son derece rekabetçi bir yapıya sahiptir. Tekstil ve hammaddeler ihracatına bakıldığında Çin, Hindistan, Pakistan'ın daha baskın olduğu görülürken, hazır giyim ürünleri ihracatında ise daha çok Çin, Bangladeş, Vietnam, Türkiye ve Avrupa ülkeleri söz sahibidir. Benzer ihracat sepetlerine sahip Çin, Vietnam, Bangladeş, Hindistan, Almanya, İtalya ve Türkiye gibi üretici ülkeler ihracatta aynı pazarları hedeflediğinden rekabet daha da şiddetlenmektedir. Özbekistan, Orta Asya'daki en büyük pamuk üreticisi ve dünyanın önemli ihracatçısı iken (Çiçek ve Bashimov, 2016), aynı zamanda ülke önemli miktarda petrol ve doğal gaz kaynaklarına sahiptir. Ayrıca, ülke genç ve dinamik işgücüne sahiptir. Bu durum hammadde, enerji ve işgücü konusunda ülkeye bazı avantajlar sunmakta ve rekabet olanağı sağlamaktadır (Kim ve Park, 2019; Alimxodjaeva ve Radjabov, 2020).

Örnek verecek olursak 2019 yılında Özbekistan'da tekstil sektöründe saatlik ortalama iş gücü maliyeti 0,41 \$ iken, bu miktar Vietnam'da 0,50 \$, Pakistan'da 0,68 \$, Çin'de 1,17 \$, Türkiye'de 5,80 \$, gelişmiş Batı Avrupa ülkeleri ve ABD'de ise bu rakam birkaç kat daha yükseklere ulaşmaktadır (Olimov ve Hamzayeva, 2022). Yine, bir litre mazotun fiyatı Özbekistan'da 0,60 \$ iken, Çin, Pakistan ve Hindistan'da 0,90 \$, Batı Avrupa ülkelerinde ise 1,5-2 \$ düzeyindedir. Özbekistan'da elektrik enerjisinin maliyeti bir kW/h başına 0,04 \$ iken, bu miktar diğer rakip ülkelerde 0,04 \$ ile 0,09 \$ arasında değişmektedir. AB ülkelerinde ise 0,30 \$ kadar çıkmaktadır (Alimxodjaeva ve Radjabov, 2020). Özbekistan enerji ve işgücü kaynakları sayesinde sahip olduğu maliyet avantajını kullanarak küresel pazarlarda rekabet üstünlüğü elde edebilir. Bununla birlikte, değişen küresel rekabet ortamı göz önüne alındığında üretimde teknoloji ve AR-GE yoğun üretim sistemlerinin desteklenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda sektöre yönelik yatırımların özellikle de doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artırılması özel önem arz etmektedir.

Bugün Özbek üreticiler küresel pazarlarda zorlu bir rekabet ortamı ile karşı karşıyadır. Özbekistan'da rekabet gücü yüksek bir tekstil ve hazır giyim sektörünü oluşturmanın önünde hâlen birtakım sorunlar bulunmaktadır. Özbekistan'ın tekstil ve hazır giyim ürünleri ihracatı ülkeler bazında incelendiğinde belirli ülkelerin ağırlıkta olduğu görülmektedir. İhracatın belirli sayıdaki ülkelerde yoğunlaşması, söz konusu ülkelerde oluşabilecek olası bir iktisadi veya siyasi kriz ülkeyi doğrudan etkileyecektir. Ayrıca Özbekistan'ın önemli ticaret ortaklarına yönelik olası ekonomik yaptırımlar ülkenin ihracatını olumsuz etkileyebilir. Bu bakımdan ihracatın pazar bazında çeşitlendirilmesine daha fazla önem verilmesi ihracat hacminin artırılması açısından büyük önem arz etmektedir. Özbekistan'ın büyük pazar konumunda olan ülkelere coğrafi yakınlığı tekstil ve hazır giyim ihracat hacmini artırmak için ek avantaja sahip olduğunu göstermektedir. Günümüzde Çin başta olmak üzere Japonya, Güney Kore, Vietnam gibi Uzak Doğu Asya ülkeleri önemli tekstil ve hazır giyim ürünleri tüketicisidir. Bununla birlikte, AB ülkeleri de Özbekistan için potansiyel arz eden pazarlardan biridir. Ancak, AB pazarında Çin, Türkiye, Bangladeş gibi ihracatçı ülkeler önemli oyuncular olarak karşımıza çıkmakta ve söz konusu ülkeler arasında yoğun bir mücadele yaşanmaktadır. Sürekli büyüyerek ekonomik anlamda yüksek fayda sağlayan dünya tekstil ve hazır giyim pazarında rakip ülkelerle rekabet edebilmek için moda ve tasarım odaklı yeni ürünlerin üretim ve ihracatına ağırlık verilmesi gerekmektedir. Dünya pazarında artan rekabet koşullarında modern teknolojiler kullanmadan, yenilikçi ürünler üretmeden ve üretim süreçlerini iyileştirmeden tekstil ve hazır giyim ürünleri ihracatında istikrarlı bir büyümenin sağlanması neredeyse imkânsızdır (Razikov, 2021). Dolayısıyla pamuk ipliği üretiminden hazır giyim üretimine kadar tüm süreçte yüksek teknolojilerin kullanımı yaygınlaştırılarak rekabetçi ve uluslararası standartların gerekliliğini karşılayan yüksek katma değerli ürünler piyasaya sunulmalı ve üretim zincirinin her aşamasında kalite yönetim sistemleri oluşturulmalıdır.

Yukarıda bahsedildiği gibi, tekstil ve hazır giyim sektörü hâla önemli zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Sektörün gelişimini kısıtlayan diğer önemli sorunlar olarak modern teknolojilerin kullanım düzeyinin düşük olması, kalifiyeli işgücünün yetersiz olması, verimliliğin düşük olması, işletmelerde kapasite kullanım oranının düşük olması, işletmelerin yeterli sermayeye sahip olmaması, kredi maliyetlerinin yüksek olması, üreticiler ile finansal kuruluşlar arasındaki etkileşimin zayıf olması, doğrudan yabancı yatırımların eksikliği, bürokratik müdahâleler gösterilebilir (Mamadiyev, 2007; Davranov, 2016; Olimov ve Xasanboyev, 2022). Söz konusu sorunlar ve zorluklar, Özbekistan'ın küresel tekstil ve hazır giyim ticaretindeki rekabet gücü üzerinde ciddi bir baskı oluşturmaktadır. Konuyu genel olarak toparlayacak olursak, ihraç edilen ürünler üstün kalite ve uluslararası standartlara uygun olarak üretilirse, ihracatta ürün ve pazar çeşitliliği sağlanırsa rakip ülkeler karşısında önemli avantaj sağlanabilir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Son yıllarda Özbekistan ihracatının yapısında ekonomik açıdan karlı ve verimli olan tekstil ve hazır giyim ürünleri ihracatının büyümesinde olumlu bir eğilim göze çarpmaktadır. Bu çalışmada Özbekistan'ın tekstil ve hazır giyim sektöründeki uzmanlaşma düzeyi ve karşılaştırmalı üstünlüğü Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi kullanılarak analiz edilmiştir. 2000-2021 yıllarına ait istatistiki veriler kullanılarak yapılan analiz sonucunda Özbekistan'ın SITC 65 (tekstil) ürün grubunda güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu belirlenmiştir. Buna karşın SITC 84 (hazır giyim) ürün grubunda ise zayıf bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Hesaplamalar sonucunda elde edilen bulgulara göre SITC 65 ürün grubunda sahip olunan rekabet gücünde belirgin bir azalma gözlemlenmiştir. SITC 84 ürün grubunda ise geçen zaman zarfında karşılaştırmalı üstünlüğün arttığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Özbekistan, günümüzde sosyo-ekonomik dönüşüm sürecinden geçmektedir. Özbekistan tekstil ve hazır giyim ürünleri ihracatını artırmak ve küresel pazardaki rekabet gücünü daha da güçlendirmek için önemli kaynaklara sahiptir. Bugün Özbekistan tekstil sektörünün ana hammaddesini oluşturan pamuk, ipek ve yün üretimi bakımından önemli potansiyele sahip olmasına rağmen, tekstil ve hazır giyim ürünleri üretimi ve ihracatı henüz istenen seviyeye ulaşamamıştır. Tekstil ve hazır giyim ürünlerinin ihracatı parasal olarak artmasına rağmen, ülkenin küresel pazardan aldığı pay %1'in altında kalmaktadır. Bu durum, Özbekistan gibi yeterli hammadde, enerji ve işgücü kaynaklarına sahip bir ülkenin ihracat düzeyinin ulaşabileceği potansiyelin altında kaldığını göstermektedir. Dolayısıyla sahip olunan kaynakların sektörün gelişmesi için belirleyici hâle gelmesine yol açacak reformların hayata geçirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Ekonomik reformların temel amacı ülkenin uluslararası rekabet edebilirliğini artırmaya yönelik olmalıdır. Özbekistan'ın küresel pazarlarda daha iyi performans sergileyebilmesi tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek yüksek katma değerli ürünlerin üretimine bağlıdır. Hammadde niteliğindeki ürünlerin yerine işlenmiş ürünlerin özellikle hazır giyim ürünlerinin ihraç ürün sepetindeki payının artırılması ihracattaki başarının sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir. Bunun için de yüksek teknik donanıma sahip işletme sayısının artırılması gerekmektedir. Ayrıca sektörün üretkenliğini artırmaya yönelik mali ve teknik destekler sunulmalı, sektöre yönelik bürokratik müdahâleler en aza indirilmeli, kamu ve özel sektör arasındaki iş birliği güçlendirilmelidir. Bununla birlikte, Özbekistan'ın küresel pazarlardaki pazar payını genişletmesi için ihracatta ürün ve pazar çeşitlendirmesine gidilmelidir. Yeni coğrafi pazarlara açılarak büyük fırsatlar yakalanabilir. Bu süreçte iyi bir dış imaj oluşturmak için tutundurma, konumlandırma, dağıtım vb. faaliyetlere daha fazla önem verilmesi gerekmektedir.

İleride yapılacak çalışmalarda Özbekistan'ın tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabet gücünün makroekonomik büyüklükler ile ilişkisi ekonometrik yöntemler ile analiz edilebilir. Ayrıca, sektörde faaliyet gösteren işletmelerin rekabet gücünü araştırmaya yönelik anket içeren çalışmalar yapılabilir. Bununla birlikte, tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet edebilirliği ile ilgili literatürü güncel tutmak için gelecekte benzer çalışmaların yapılması önerilmektedir.

Yazarlık Katkısı

Bu çalışma tek yazarlı olarak hazırlanmış ve yazarın katkı oranı %100.

Etik Kurul Beyanı

Bu çalışma ikincil verilere dayalı olarak hazırlandığı için etik kurul beyanı gerekmemektedir.

KAYNAKÇA

- Alimxodjaeva, N. E. & Radjabov, B. A. (2020). Trends in Enhancing Uzbekistan's Competitiveness in the Textile Market. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*, 2(1), 8-16.
- Anonim. (2021). Sector Brief Côte d'Ivoire: Textile, Confection and Fashion, GIZ, Germany.

- Balassa, B. (1965). Trade Liberalization and 'Revealed' Comparative Advantage. *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 33(2), 99-123.
- Bashimov, G. (2015). Özbekistan Pamuk Sektörünün Rekabet Gücünün Belirlenmesi. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 2(1), 99-104.
- Bashimov, G. (2019). Özbekistan Bakır Sektörünün Rekabet Gücü: Seçilmiş Ülkelerle Karşılaştırmalı Bir Analizi. *Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies*, 6(3), 164-180.
- Çiçek, R. ve Bashimov, G. (2016). Orta Asya'nın Pamuk Ticaretindeki Karşılaştırmalı Üstünlüğünün Belirlenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(28), 1-14.
- Davranov, O. A. (2016). Uzbekistan's Textile Industry Economic Potential Increasing Based on Forming of Cotton-Textile Cluster. *International Journal of Contemporary Applied Sciences*, 3(6), 69-77.
- DTÖ. (2021). World Trade Statistical Review 2021. <https://stats.wto.org> adresinden 26.12.2022 tarihinde erişildi.
- DTÖ. (2022). World Trade Statistical Review 2022. <https://stats.wto.org> adresinden 26.12.2022 tarihinde erişildi.
- Hinloopen, J. & Marrewijk C. V. (2001). On the Empirical Distribution of the Balassa Index. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 137(1), 1-35.
- Khozahlepesov, P. Z. & İsmailov, T. K. (2022). The Main Issues of the Development of Cotton and Textile Industry in the Republic of Uzbekistan. *International Scientific Journal Theoretical & Applied Science*, 7(111), 158-160.
- Kim, Y. J. & Park, J. (2019). A Sustainable Development Strategy for the Uzbekistan Textile Industry: The Results of a SWOT-AHP Analysis. *Sustainability*, 11(17), 1-22.
- Liesner, H. H. (1958). The European Common Market and British industry. *The Economic Journal*, 68(270), 302-316.
- Mamadjanova, T. (2017). Uzbekistan's Agricultural Export Competitiveness in Russia. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 5(5), 327-335.
- Mamadiyev, G. (2007). An Investigation into the Textile Industry of Uzbekistan: Pros and Cons. Master's Thesis, Ajou University, Korea.
- Nguyen, T. M. A. & Kieu, T. M. T. (2019). The Competitiveness of Garment Exportation of Vietnam: A Case Study. *International Journal of Innovative Science, Engineering & Technology*, 6(3), 65-73.
- Olimov, A. A. & Abdukarimova, M. A. (2022). Development Strategies of the Textile Industry of Uzbekistan. *Texas Journal of Engineering and Technology*, 15, 210-219.
- Olimov, A. A. & Hamzayeva, U. I. (2022). Prospects for the Development of the Textile Industry of Uzbekistan. *Texas Journal of Engineering and Technology*, 15, 227-232.
- Olimov, A. A. & Xasanboyev, A. F. (2022). Textile Industry of Uzbekistan: Achievements and Problems. *Texas Journal of Engineering and Technology*, 15, 220-226.
- Pepermans, A. (2019). China as a Textile Giant Preserving its Leading Position in the World, and What it Means for the EU. *Political Science Review*, 80, 63-103.
- Rahman, M. & Moazzem, K. G. (2022). Enhancing Global Market Competitiveness of Textile and Garment Exports of South Asia, South and South-West Asia Development Papers 22-04, UN ESCAP, India.
- Razikov, A. E. (2021). Scientific and Methodological Aspects of Organizing the Production of Export-Oriented Textile Products. *Tematics Journal of Social Sciences*, 8(5), 18-29.
- Razzaque, M. A. (2022). Textiles and Clothing in Asian Graduating LDCs: Challenges and Options, World Trade Organization, Switzerland.
- Susanto, B. & Sukadwilinda. (2020). Analysis of Export Competitiveness Textile and Apparel Indonesia, China, India. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(1), 64-70.
- UN Comtrade. (2022). United Nations Trade Statistics Data Base. www.comtrade.un.org. (Erişim tarihi: 09.11.2022).
- Uzstat. (2022). Özbekistan Devlet İstatistik Komitesi, <https://stat.uz/en/> adresinden 09.12.2022 tarihinde erişildi.
- Van Rooyen, J., Esterhuizen, D. & Stroebel, L. (2011). Analyzing the Competitive Performance of the South African Wine Industry. *International Food and Agribusiness Management Review*, 14(4), 179-200.
- Yuldashev, S. N., Azimova, F. P. & Akbarxujayeva, N. A. (2021). Analysis of the Effectiveness of the Textile Industry. *Journal of Hunan University (Natural Sciences)*, 48(12), 1587-1597.
- Yurttançıkmaç, Z. Ç, Sarı, S., Karaköy, Ç. ve Emsen, Ö. S. (2018). Özbekistan Ekonomisinin Dış Ticareti ve Rekabet Gücünde Gelişmeler, International Conference on Eurasian Economies-Bildiriler Kitabı 18-20 Haziran 2018 (s. 211-217), Taşkent, Özbekistan.