



German
Economic
Team

NO 01 | APR 2024

POLICY BRIEFING
УЗБЕКИСТАН

Экспортный потенциал узбекских текстиля и одежды на мировых рынках

Вероника Мовчан и Вольдемар Вальтер

Резюме

- » Важность узбекского экспорта текстиля и одежды в последнее время возросла: в 2022 году доля сектора достигла 22% от общего объема поставок.
- » Структура экспорта постепенно смещается в сторону готовых изделий, поставляемой потребителям, хотя товары промежуточного потребления до сих пор преобладают.
- » Это контрастирует со структурой мировой торговли текстилем и одеждой, в которой преобладают потребительские товары, поставляемые в основном в ЕС и США.
- » География экспорта Узбекистана преимущественно коррелирует с сетью существующих преференциальных торговых соглашений, включая ЗСТ, односторонние преференции партнеров и двусторонние соглашения о режиме наибольшего благоприятствования.
- » Исследование было направлено на изучение экспортного потенциала Узбекистана в целом в мире для выявления продуктов и рынков с самым высоким потенциалом при существующих условиях доступа к рынку и в случае отмены импортных пошлин (альтернативный сценарий).
- » Анализ показал, что в топ-20 товаров Узбекистана с самым высоким экспортным потенциалом вошли в основном трикотажные ткани и одежда.
- » В настоящее время основными рынками для этих товаров являются ЕАЭС и ЕС. Рынки Ближнего Востока и Южной Азии демонстрируют высокий потенциал, если доступ к ним будет либерализован – в одностороннем порядке или посредством двусторонних соглашений.
- » Для реализации экспортного потенциала, особенно в сфере одежды, Узбекистан должен сосредоточиться на улучшении ценового преимущества за счет снижения издержек производства и торговли и развития собственного бренда, позволяющего запрашивать более высокие цены.

Структура

1. Мотивация
2. Узбекский экспорт текстиля и одежды
3. Мировая торговля текстилем и одеждой
4. Доступ на рынки и торговые издержки для Узбекистана
5. Методика оценки экспортного потенциала
6. Экспортный потенциал на мировых рынках
 - Этап I: Топ 20 товаров
 - Этап II: Ключевые направления
 - Итоги оценки экспортного потенциала

Приложения

1. Мотивация

- » Текстильная и швейная промышленность, традиционная отрасль экономики Узбекистана, всегда была в числе приоритетов государственной политики по продвижению экспорта.
- » В 2019 году Немецкая экономическая группа в Узбекистане (GET) проанализировала экспортный потенциал сектора ([РВ/01/2019](#)). Анализ показал высокий потенциал рынка ЕС, особенно в случае отмены ввозных пошлин.
- » Мы стремимся и дальше содействовать экспорту узбекского текстиля и одежды в условиях меняющегося глобального экономического ландшафта и расширения экспорта Узбекистана.

Цель исследования:

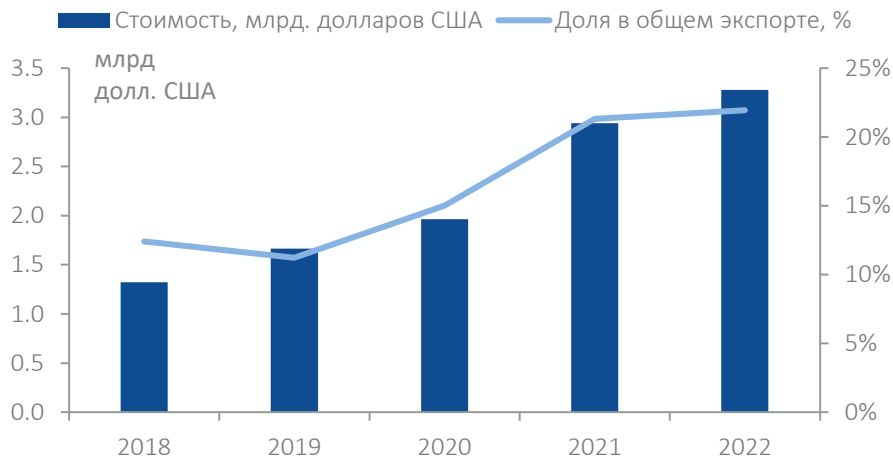
- » Среди текстильной и швейной продукции Узбекистана определить топ 20 товаров с наибольшим экспортным потенциалом на мировом рынке с учетом изменившихся экономических условий и доступных торговых путей.
- » Для каждого из выбранных 20 товаров определите 10 наиболее перспективных направлений торговли в рамках существующего торгового режима.
- » Определить направления, для которых либерализация ввозных пошлин будет наиболее выгодной для экспорта текстиля и одежды из Узбекистана.

Предупреждение: Результаты данного исследования основаны в первую очередь на данных внешней торговли. Рекомендуется провести детальный анализ отдельных рынков для уточнения результатов перед принятием решений об экспорте.

Примечание: GET благодарна Ассоциации развития бизнес-логистики и другим партнерам по интервью за любезную поддержку данного исследования.

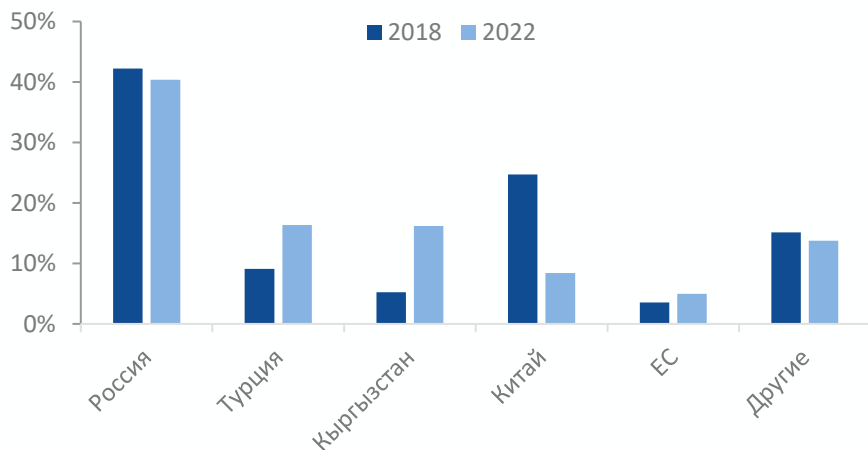
2. Экспорт текстиля и одежды из Узбекистана

Экспорт текстиля и одежды из Узбекистана



Источники: WITS, собственные оценки.

География экспорта текстиля и одежды из Узбекистана



Источник: WITS, собственные оценки.

Экспорт текстиля и одежды Узбекистана*, 2022:

- » Номинал: 3,3 млрд долларов США (+ 2 млрд долларов США к 2018 году)
- » Доля в общем экспорте: 22% (+10 п.п. по сравнению с 2018 годом)
- » Прирост, 2022/2018: +148%
- Сильная экспансия экспорта

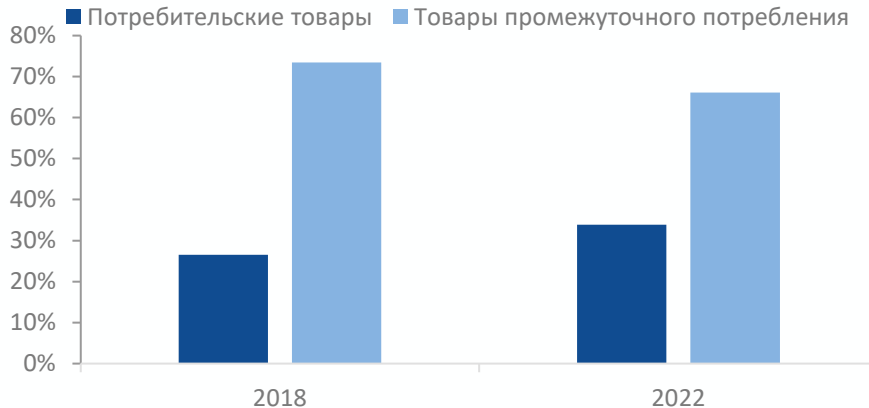
Ключевые направления экспорта, 2022:

- » ЕАЭС: 1,9 млрд долларов США (59% от общего объема), в т.ч.
 - Россия: 1,3 млрд долларов США
 - Кыргызстан: 0,5 млрд долларов США
- » Турция: 0,5 млрд долларов США (16%)
- » Китай: 0,3 млрд долларов США (8%)
- » ЕС: 0,2 млрд долларов США (5%)
- ЕАЭС остается доминирующим направлением

Примечание: коды ТН ВЭД, включенные в анализ, см. в Приложении 1.

Товарная структура экспорта текстиля и одежды

Структура экспорта текстиля и одежды из Узбекистана по использованию



Источники: WITS, собственные оценки с использованием классификации BECS; CONS/INT объединяется с CONS; INT/CONS объединяется с INT

Товарная структура экспорта текстиля и одежды из Узбекистана

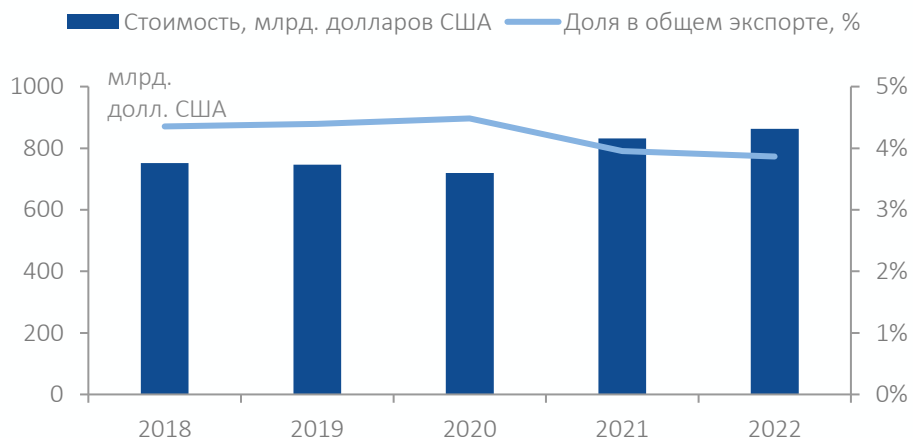
	2018		2022	
	млн долл. США	Доля	млн долл. США	Доля
Хлопковая пряжа	727	55%	1410	43%
Ткани трикотажные	55	4%	290	9%
Футболки	94	7%	269	8%
Ткани из хлопка	66	5%	149	5%
Постельное и столовое белье	29	2%	125	4%
Другие товары	350	27%	1037	32%
Всего	1322	100%	3280	100%

Источники: WITS, собственные оценки.

- » В экспорте текстиля и одежды из Узбекистана происходят постепенные структурные сдвиги.
- » По уровню переработки, 2022 vs 2018:
 - Сырье: 4% (-1 п.п.)
 - Полуфабрикаты: 60% (-6 п.п.)
 - Готовые изделия: 36% (+7 п.п.)
- » По использованию, 2022 vs 2018:
 - Потребительские товары: 34% (+7 п.п.)
 - Промежуточные товары: 66% (-7 п.п.)
- » По товарным позициям, 2022 vs 2018:
 - Хлопчатобумажная пряжа: 43% (-12 п.п.)
 - Трикотажные ткани: 9% (+5 п.п.)
 - Футболки: 8% (+1 п.п.)
- Выросла роль готовой продукции, в основном для конечных потребителей
- Однако основу экспорта составляют товары промежуточного потребления, поставляемые промышленным потребителям

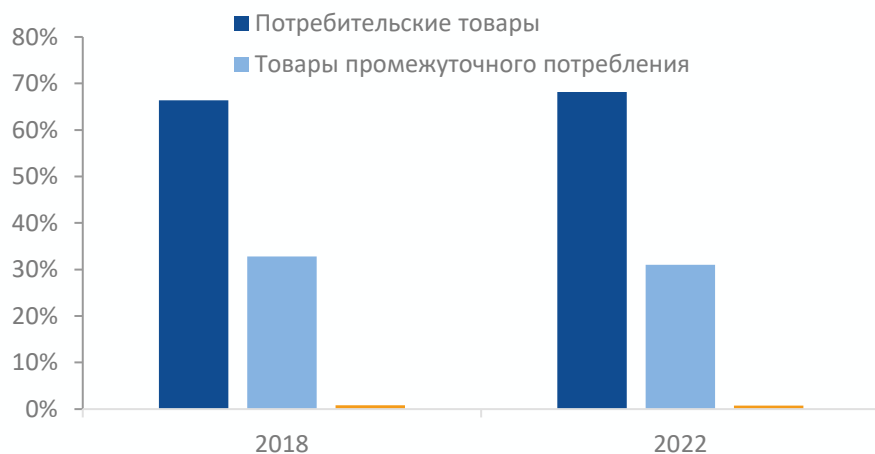
3. Мировая торговля текстилем и одеждой

Мировой экспорт текстиля и одежды



Источники: WITS, собственные оценки.

Структура мировой торговли текстилем и одеждой по использованию



Источник: WITS, собственные оценки; CONS/INT объединяется с CONS; INT/CONS объединяется с INT

Мировая торговля текстилем и одеждой, 2022:

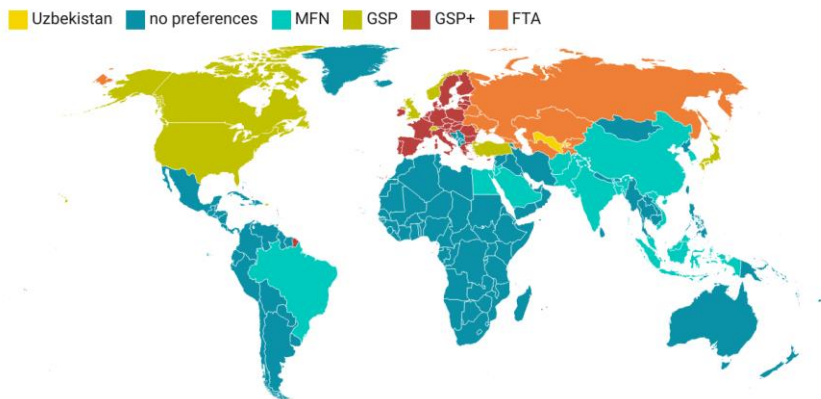
- » Номинал: 863 млрд долларов США
- » Доля в общем экспорте: 4%
- » Прирост, 2022/2018: +15%
- » Топ экспортеры: Китай (39%), ЕС (25%)
- » Топ импортеры: ЕС (36%), США (19%)
- Значительная и растущая торговля

Структура мировой торговли по использованию, 2022 vs 2018:

- » Потребительские товары: 68% (+2 п.п.)
- » Промежуточные продукты: 31% (-2 п.п.)
- » Капитальные продукты: 1% (без изменений)
- Большая часть торговли приходится на потребительские товары.
- Значительное отличие от структуры экспорта из Узбекистана.

4. Доступ на рынки

Карта партнеров Узбекистана: торговые преференции



Created with Datawrapper

Источники: WITS, ВТО.

Экспорт текстиля и одежды из Узбекистана, по торговым режимам



Источники: WITS, собственные оценки; GSP (другие страны) включает Великобританию, США, Канаду, Швейцарию, Японию, Норвегию, Турцию.

- » Экспорт текстиля и одежды из Узбекистана имеет преференциальный доступ на рынки партнеров посредством нескольких механизмов:
 - Зона свободной торговли (ЗСТ), подписанная со странами СНГ, Грузией и Украиной.
 - Односторонние преференции, предоставляемые партнерами: GSP+ со стороны ЕС, GSP со стороны других стран (Великобритания, США, Канада, Швейцария, Япония, Норвегия, Турция)
 - Двусторонние соглашения о режиме наибольшего благоприятствования (Китай, Иран, Бангладеш и т. д.)
- » Экспорт по торговым режимам, 2022 vs 2018:
 - ЗСТ: 65% (+9 п.п.)
 - GSP+ (ЕС): 5% (+1 п.п.)
 - GSP (другие страны): 17% (+7 п.п.)
 - Двусторонний РНБ: 11% (-17 п.п.)
 - Без преференций: 3% (без изменений)
- Збекистан поставляет текстиль и одежду преимущественно на льготные рынки.
- Дальнейшее открытие рынков было бы выгодно Узбекистану

Торговая логистика

- » Военная агрессия России против Украины и противодействующие ей санкции со стороны ЕС, США и других стран существенно повлияли на торговые пути в регионе.
- » Основные изменения включают в себя:
 - Закрытие многих пунктов пересечения границы для автомобильного транспорта между ЕС и Россией, что приводит к увеличению очередей на открытых пунктах пропуска.
 - Более активное использование Среднего коридора через Каспийское море и Кавказ для выхода на рынок ЕС.
 - Активизация использования портов Ирана и Пакистана.
- » Изменение маршрутов привело к увеличению/намного менее предсказуемому времени перевозки, что ведет к росту цен на транспортные услуги. Бизнес оценивает прирост цен на перевозки до +30%
- » Тем не менее, доставка через Россию остается наиболее эффективной.
- » Другое логистическое препятствие: нехватка (современных) складских помещений в Узбекистане.
- Хотя перевозки на дальние расстояния стали более сложными, торговля с Европой не прекратилась.
- Международные коалиции по инвестированию в альтернативные маршруты/виды транспорта помогут снизить долгосрочные риски.

Эффективность упрощения процедур торговли

Индикаторы ОЭСР по упрощению процедур торговли

	Узбекистан 2017	Узбекистан 2019	Узбекистан 2022	Лучшая практика, 2022
Средняя эффективность упрощения процедур торговли	0,60	0,71	0,85	1,66
A – Доступность информации	0,60	0,68	0,79	1,67
B – Вовлечение торгового сообщества	0,86	1,14	1,29	1,75
C – Предварительные решения	1,33	1,33	1,33	1,91
D – Процедуры апелляции	1,29	1,29	1,29	1,62
E – Сборы	0,88	0,92	1,00	1,86
F – Документы	0,13	0,63	0,88	1,78
G – Автоматизация	0,31	0,31	0,31	1,69
H – Процедуры	0,42	0,76	0,86	1,60
I – Сотрудничество между ведомствами в стране	0,36	0,36	0,46	1,27
J – Международное сотрудничество между пограничными ведомствами	0,27	0,27	0,46	1,27
K – Управление и беспристрастность	0,14	0,14	0,75	1,89

Источники: ОЭСР.

- » Узбекистан улучшил показатели содействия торговле по сравнению с 2017 г., при этом наиболее значительный прогресс достигнут в документации и управлении.
- » Тем не менее, Узбекистан по-прежнему сильно отстает от лучших практик, поэтому имеет много возможностей для улучшения таможенных и других процедур и снижения торговых издержек для экспортеров.
- » Ключевые рекомендации ОЭСР включают продвижение развития «единого окна» и предварительную обработку импортной документации; расширение охвата программ авторизованных операторов и применение пост-таможенных аудитов (РСА); дальнейшее упрощение процедур с точки зрения связанных с этим времени и затрат

5. Методика оценки экспортного потенциала (1/2)

- » Оценка охватывает 151 продукт (см. Приложение 1) и 166 стран.
- » Рассматриваются три аспекта оценки экспортного потенциала (см. Приложение 2):
 - i.* *Измерение предложения:* экспортные показатели Узбекистана
 - Индикаторы: Стоимость экспорта продукции, рост экспорта продукции, выявленное сравнительное преимущество, доля мирового рынка и индекс торговой специализации
 - ii.* *Измерение спроса:* показатели импорта партнеров (в глобальном масштабе и по отдельной стране).
 - Индикаторы: Стоимость и темпы прироста мирового рынка и отдельных рынков продукта
 - iii.* *Измерение торговых издержек:* показатели затрат, связанных с экспортом Узбекистана на рынок определенного партнера по сравнению с другими направлениями.
 - Индикаторы: Цена по сравнению с конкурентами, близость к экспортному рынку, относительная близость экспортного рынка, средняя ввозная пошлина для Узбекистана и ее соотношение со средней защитой рынка
- » По каждому показателю на основе рейтинга рассчитывается нормализованный показатель (балл). Оценка варьируется от 0 до 100, причем ранг 1 соответствует баллу = 100.
- » Оценка измерения представляет собой простое среднее значение по совокупности показателей.
- » Период: 2018 – 2022. Источники: WITS, Market Access Map, Trade Map.

5. Методика оценки экспортного потенциала (2/2)

- » Анализ проводится в два этапа:
- » **Этап I (на основе измерений i . и ii. + проверка сектора)**
 - Определение топ продуктов на основе показателей i . и ii.
 - Проверка списка на основе отраслевой информации, например, приоритетов государственной политики .
 - Отбор топ-20 товаров с наибольшим экспортным потенциалом
- » **Этап II (на основе измерений ii и iii)**
 - Определение топ-10 стран-импортеров по каждому из топ-20 товаров
- » Для каждого этапа совокупный балл оценивается как среднее нормализованных баллов по двум параметрам.
- » Продукты (Этап I) и пары «продукт-назначение» (Этап II) ранжируются на основе их совокупного балла, причем более высокий балл указывает на более высокий экспортный потенциал.

6. Экспортный потенциал на мировых рынках

Этап I

- » Определение 20 продуктов с наибольшим экспортным потенциалом на мировых рынках.

II этап

- » Определение 10 лучших направлений в мире для каждого из 20 лучших продуктов.

Два сценария:

- » **Базовый:** оценка проводится по применяемым импортным пошлинам.

Результат: определение экспортного потенциала – основных продуктов и направлений – для существующего торгового режима.

- » **Альтернативный:** выявление экспортного потенциала при предположении, что к продукции Узбекистана применяются нулевые импортные пошлины во всем мире (гипотетические нулевые импортные пошлины применяются на Этапе II)

Результат: определение направлений, которые увеличивают свой потенциал для экспортеров Узбекистана в случае беспошлинного доступа.

Этап I: Топ-20 товаров (1/2)

Ранг	Суммарный балл (макс. = 100)	ТН ВЭД 2017	Описание продукта	Экспорт Узбекистана, 2022, млн долл. США	Мировой экспорт, 2022, млн долл. США
1	90	6109	Майки, фуфайки с рукавами и прочие нательные фуфайки трикотажные	269	47 368
2	89	6006	Трикотажные полотна машинного или ручного вязания прочие	211	16 052
3	89	6103	Костюмы, комплекты, пиджаки, трикотажные, мужские или для мальчиков	70	12 897
4	88	6302	Белье постельное, столовое, туалетное и кухонное	125	21 221
5	87	6104	Костюмы, комплекты, жакеты, трикотажные, женские или для девочек.	77	33 576
6	86	6108	Комбинации, нижние юбки, трусы трикотажные, женские или для девочек	103	13 131
7	85	6110	Свитеры, пуловеры, кардиганы, жилеты и аналогичные изделия, трикотажные	80	66 013
8	85	6107	Кальсоны, трусы, ночные сорочки, трикотажные, мужские или для мальчиков.	39	8 486
9	82	6111	Детская одежда и принадлежности к детской одежде, трикотажные	105	8 549
10	81	6115	Колготы, чулки, гольфы, носки прочие чулочно-носочные изделия, трикотажные	56	13 187

Источники: собственные оценки.

Этап I: Топ-20 продуктов (2/2)

Ранг	Суммарный балл (макс. = 100)	ТН ВЭД 2017	Описание продукта	Экспорт Узбекистана, 2022, млн долл. США	Мировой экспорт, 2022, млн долл. США
11	79	6004	Трикотажные полотна шириной более 30 см, содержащие 5 мас.% или более эластомерных или резиновых нитей.	79	7 257
12	78	6105	Рубашки трикотажные, мужские или для мальчиков.	17	8 913
13	78	6305	Мешки и пакеты упаковочные	16	5 742
14	76	5702	Тканые ковры и прочие текстильные напольные покрытия	24	5 018
15	74	6101	Пальто, полупальто, накидки, плащи, трикотажные, мужские или для мальчиков	4	3 959
16	73	6203	Костюмы, комплекты, пиджаки, мужские или для мальчиков (кроме трикотажных)	30	44 610
17	71	5208	Ткани хлопчатобумажные, содержащие 85 мас.% или более хлопковых волокон, с поверхностной плотностью не более 200 г/м ² .	129	6 289
18	70	6505	Шляпы и прочие головные уборы трикотажные	5	8 312
19	69	5209	Ткани хлопчатобумажные, содержащие 85 мас.% или более хлопковых волокон, с поверхностной плотностью более 200 г/м ²	17	4 778
20	69	6204	Костюмы, комплекты, жакеты, женские или для девочек (кроме трикотажных)	14	61 434

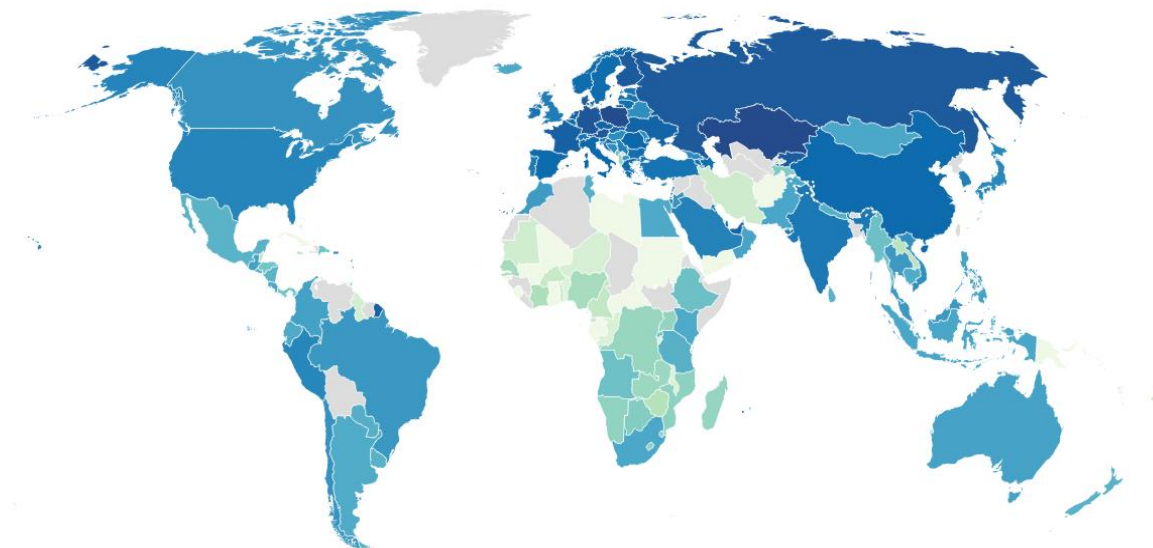
Источники: собственные оценки.

Этап II: Направления с наибольшим потенциалом

Базовый сценарий: применяемые импортные пошлины

Карта распределения стран по экспортному потенциалу

sum of composite score, max = 2000



Created with Datawrapper

Источники: Собственные оценки.

Примечание. Значение, присвоенное каждой стране, представляет собой сумму совокупного балла экспортного потенциала, полученного страной для 20 лучших товаров.

- » В настоящее время ведущие рынки для узбекского текстиля и одежды находятся в ЕАЭС и ЕС.
- » Список топ-рынков изменился по сравнению с РВ/01/2019:
 - Казахстан стал ключевым направлением, обогнав Россию
 - Роль стран ЕС, особенно Польши, существенно усилилась

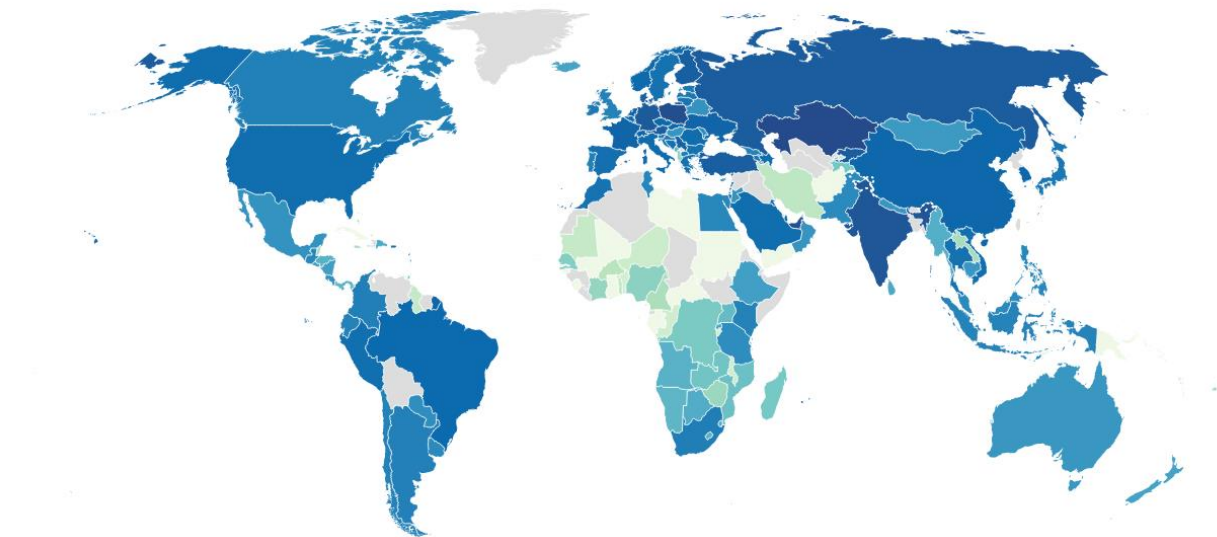
Топ-10 стран	Сумма совокупных баллов
Казахстан	1344
Польша	1331
Германия	1250
Австрия	1227
Россия	1225
Финляндия	1219
Дания	1215
Кыргызстан	1207
Нидерланды	1188
Франция	1183

Этап II: Направления с наибольшим потенциалом

Альтернативный сценарий: нулевые импортные пошлины

Карта распределения стран по экспортному потенциалу

sum of composite score, max = 2000



Created with Datawrapper

Источники: Собственные оценки.

Примечание. Значение, присвоенное каждой стране, представляет собой сумму совокупного балла экспортного потенциала, полученного страной для 20 лучших товаров.

Топ-10 стран	Сумма совокупных баллов
Казахстан	1258
Объединенные Арабские Эмираты	1229
Польша	1229
Индия	1173
Германия	1147
Россия	1137
Кыргызстан	1131
Австрия	1124
Турция	1120
Финляндия	1116

- » Если импортные пошлины на текстиль и одежду из Узбекистана будут отменены, Узбекистан будет иметь гораздо более высокий экспортный потенциал на рынках Ближнего Востока и Южной Азии.

Итоги оценки экспортного потенциала

- » В топ-20 товаров с самым высоким экспортным потенциалом Узбекистана входят в основном трикотажные ткани и одежда из них.
- » При действующем тарифном графике ЕАЭС и ЕС остаются направлениями с самым высоким экспортным потенциалом. Если импортные пошлины будут отменены, привлекательность Ближнего Востока и Южной Азии значительно возрастет.
- » По сравнению с конкурентами УЗБ демонстрирует:
 - » **Хороший уровень для «преимущества расстояния»:** в 40% пар «продукт-назначение» Узбекистан находится ближе к целевому рынку, чем конкуренты (определения см. в Приложении 4).
 - » **Умеренный уровень для «преимущества импортной пошлины»:** импортные пошлины, с которыми сталкивается Узбекистан, ниже, чем у его конкурентов, в 25% пар «продукт-назначение» в базовом сценарии. Эту ситуацию можно улучшить за счет преференциальных торговых соглашений, устанавливающих импортные пошлины на нулевом уровне.
 - » **Низкий уровень для «ценового преимущества»:** УЗБ может предложить лучшую цену, чем конкуренты, только в 13% пар «товар-назначение», в основном по тканям и белью. К основным стратегиям преодоления этой проблемы относятся:
 - » Снижение цен за счет совершенствования технологий, реализации эффекта масштаба и снижения стоимости ресурсов и торговых издержек.
 - » Оправдание более высоких цен путем предложения высококачественных или дизайнерских/нишевых продуктов и соблюдения этического/устойчивого/органического производства.
- » Чтобы реализовать потенциальные экспортные возможности, Узбекистан должен сосредоточиться на улучшении своего ценового преимущества, особенно на одежду.

О немецкой экономической команде

Немецкая экономическая группа (GET), финансируемая Федеральным министерством экономики и борьбы с изменением климата, консультирует правительства Украины, Беларуси*, Молдовы, Косово, Армении, Грузии и Узбекистана по вопросам экономической политики. Компания Berlin Economics получила заказ на проведение консалтинга.

**Консультационная деятельность в Беларуси в настоящее время приостановлена.*

КОНТАКТЫ

Вольдемар Вальтер, руководитель проекта в Узбекистане
[walter @ berlin- Economics .com](mailto:walter@berlin-Economics.com)

Implemented by



Немецкая экономическая группа

c/o BE Berlin Economics GmbH
Schillerstraße 59 | 10627 Берлин
Тел.: +49 30 / 20 61 34 64 0
[info@german- Economic-team.com](mailto:info@german-Economic-team.com)
www.german- Economic-team.com

Наши публикации являются доступный по
<https://www.german- Economic-team.com/moldau/>

Приложение 1: Обзор продукции

- » Анализ проводится по 4-значному коду ТН ВЭД в редакции 2017 года.
- » Выбор кодов ГС основывался на их соответствии следующим классам экономической деятельности согласно ISIC Rev.4:

1311	Подготовка и прядение текстильных волокон
1312	Ткачество текстиля
1391	Производство трикотажных полотен машинной или ручной вязки.
1392	Производство готовых текстильных изделий, кроме одежды
1393	Производство ковров и ковриков
1394	Производство веревок, шпагатов и сетей.
1399	Производство прочих текстильных изделий, не включенных в другие категории
1410	Производство одежды, кроме одежды из меха
1430	Производство одежды из трикотажа
2030	Производство искусственных волокон.

- » Проанализированы следующие коды ТН ВЭД:

5002, 5003, 5004, 5005, 5006, 5007, 5101, 5103, 5104, 5105, 5106, 5107, 5108, 5109, 5110, 5111, 5112, 5113, 5202, 5203, 4, 5205, 5206, 5207, 5208, 5209, 5210, 5211, 5212, 5301, 5302, 5303, 5306, 5307, 5308, 5309, 5310, 5311, 5401, 5402, 5403, 5404, 5405, 5406, 5407, 8, 5501, 5502, 5503, 5504, 5505, 5506, 5507, 5508, 5509, 5510, 5511, 5512, 5513, 5514, 5515, 5516, 5601, 5602, 5603, 5604, 5605, 5606, 5607, 5608, 9, 5701, 5702, 5703, 5704, 5705, 5801, 5802, 5803, 5804, 5805, 5806, 5807, 5808, 5809, 5810, 5811, 5901, 5902, 5903, 5907, 5908, 5909, 5910, 5911, 1, 6002, 6003, 6004, 6005, 6006, 6101, 6102, 6103, 6104, 6105, 6106, 6107, 6108, 6109, 6110, 6111, 6112, 6113, 6114, 6115, 6116, 6117, 6201, 6202, 3, 6204, 6205, 6206, 6207, 6208, 6209, 6210, 6211, 6212, 6213, 6214, 6215, 6216, 6217, 6301, 6302, 6303, 6304, 6305, 6306, 6307, 6308, 6501, 6502, 4, 6505, 6506, 6507, 8804, 9404

Приложение 2.1: Сторона предложения

- » *Общая стоимость экспорта*: чем больше общий объем экспорта страны, тем больше ее потенциал для расширения.
- » *Общий прирост экспорта (в фиксированных ценах)*: чем быстрее растет экспорт, тем лучше для экспортного потенциала.

Товары с отрицательным приростом получают по этому показателю нулевой балл.

- » *Выявленное сравнительное преимущество (RCA)*: традиционно используется для оценки конкурентоспособности экспортеров. RCA определяется как соотношение двух значений. В числителе указана доля экспорта данной продукции страны в общем объеме экспорта, а в знаменателе — доля мирового экспорта того же продукта в общем объеме мирового экспорта. RCA принимает значение от 0 до бесконечности. Страна считается конкурентоспособной по продукции с $RCA \geq 1$.

Продукты с $RCA < 1$ получают по этому показателю нулевой балл.

- » *Доля мирового рынка*: показатель конкурентоспособности продукта. Тогда как общая стоимость экспорта смещена в сторону крупных отраслей, доля мирового рынка может показать потенциал более мелких отраслей.
- » *Индекс торговой специализации (TSI)*: TSI сравнивает чистый поток товаров (экспорт минус импорт) с общим потоком товаров (экспорт плюс импорт). Чем ближе TSI к 1, тем сильнее экспортная специализация.

Продукты с $TSI \leq 0$ получают по этому показателю нулевой балл.

Приложение 2.2: Спрос

- » *Общая стоимость импорта.* Он показывает потенциальный размер рынка.
- » *Прирост импорта (в натуральном выражении).* Более высокий прирост импорта сигнализирует о расширении спроса и, таким образом, может создать больше возможностей для экспортера, чем застойный или сокращающийся рынок.

Товары с отрицательным приростом получают по этому показателю нулевой балл.

- » В этом анализе расчеты выполняются отдельно для:
 - *Этап I* : Мировой рынок в целом.
 - *Этап II*: Отдельные страны с порогом в 1 миллион долларов США. Порог установлен для исключения рынков с маленькими объемами

Приложение 2.3: Торговые издержки

- » *Относительная стоимость единицы продукции.* Он показывает, может ли экспортер поставлять на рынок импортера дешевле, чем его конкуренты.

Чтобы экспортеры оставались конкурентоспособными после покрытия всех торговых и логистических затрат, мы установили минимальный порог на уровне Unit Value Ratio = 2. Максимальный порог установлен на уровне 10.

Продукты, соотношение стоимости единицы продукции которых выходит за пределы порогового значения, получают нулевой балл.

- » *Расстояние до страны из Узбекистана.* Расстояние является важным ориентиром для транспортных расходов.
- » *Преимущество расстояния Узбекистана по сравнению со средним расстоянием импорта по стране.* Он показывает, находится ли Узбекистан в лучшем положении, чем его потенциальные конкуренты, если сравнивать расстояние доставки.
- » *Средний тариф, с которым сталкивается Узбекистан.* Это позволяет сравнивать разные рынки, ставить вверх страны с более либеральными тарифными режимами.
- » *Среднее тарифное преимущество Узбекистана по сравнению со средним тарифом по стране.* Оно показывает относительную конкурентоспособность экспортера на рынке импортера.

Приложение 3.1: Пример оценок этапа I

HS4d 2017	6109	6006	6103	6302	6104
Описание	Майки, фуфайки с рукавами и прочие нательные фуфайки трикотажные	Трикотажные полотна машинного или ручного вязания прочие	Костюмы, комплекты, пиджаки, трикотажные, мужские или для мальчиков	Белье постельное, столовое, туалетное и кухонное	Костюмы, комплекты, жакеты, трикотажные, женские или для девочек.
UZBexp wld score 2022	99	99	93	97	94
UZBexp wld score 2018-2021	99	99	95	97	96
UZBexp wld growth score	74	77	79	75	65
UZB RCA wld score 2022	89	92	86	89	78
UZB RCA wld score 2018-2021	89	93	85	87	80
UZBexp share in WLD score 2022	89	92	86	89	78
UZBexp share in WLD score 2018-2021	90	93	85	87	80
UZB TS score 2022	93	86	89	90	87
UZB TS score 2018-2021	94	82	91	91	89
SCORE SUPPLY	91	90	88	89	83
WLDimp wld score 2022	99	91	89	96	97
WLDimp wld score 2018-2021	99	91	85	96	97
UZBexp wld growth score	72	79	93	66	81
SCORE DEMAND	90	87	89	86	92
COMPOSITE Stage I	94	89	89	91	95
Rank	1	2	3	4	5

Источники: Собственные оценки.

Приложение 3.2: Пример оценок Этапа II

HS4d 2017	6302	6302	6302	6302	6302
Описание	Белье постельное, столовое, туалетное и кухонное	Белье постельное, столовое, туалетное и кухонное	Белье постельное, столовое, туалетное и кухонное	Белье постельное, столовое, туалетное и кухонное	Белье постельное, столовое, туалетное и кухонное
Страна	Казахстан	Финляндия	Кыргызстан	Франция	Дания
score uv ratio 2022	0	0	0	0	0
score uv ratio 2018-2021	0	96	0	87	0
score distance	98	79	99	55	66
score distance advantage	95	69	92	0	68
score duty	100	100	100	100	100
score duty advantage	98	93	99	93	93
SCORE trade barriers	65	73	65	56	55
score imp value average 2018-2021	75	82	54	98	90
score imp value average 2021	86	82	67	99	90
score imp carg 2020/2017	98	67	96	71	68
score imp carg 2021/2020	88	73	95	63	64
SCORE demand	87	76	78	83	78
Composite Stage II	76	74	72	69	66
rank	1	2	3	4	5

Источники: Собственные оценки.

Приложение 4: Терминология, используемая при анализе «продукт-назначение»

» *Преимущество расстояния по сравнению со средним поставщиком* сравнивает две переменные:

- Расстояние между Узбекистаном и страной-партнером
- Среднее расстояние стран-импортеров до страны-партнера, указанное в ITC TradeMap

Считается, что Узбекистан имеет преимущество в расстоянии, если находится ближе к стране-партнеру.

» *Преимущество импортной пошлины по сравнению с применяемой средней пошлиной* сравнивает две переменные:

- Применяемая импортная пошлина для Узбекистана в стране-партнере, в т.ч. все преференциальные режимы
- Средняя пошлина, применяемая страной-партнером, указанная в ITC TradeMap

Считается, что Узбекистан имеет преимущество в отношении импортных пошлин, если он сталкивается с более низкими тарифными барьерами, чем конкуренты.

» *Ценовое преимущество по сравнению со средней ценой импорта* рассчитывается с использованием коэффициента единицы стоимости, сравнивающего стоимость единицы экспорта Узбекистана, скорректированную на транспортные и другие затраты, и стоимость единицы импорта партнера.

Считается, что Узбекистан имеет ценовое преимущество, если коэффициент единицы стоимости превышает два