



KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING TASHQI BOZORLARGA CHIQISHINI KENGAYTIRISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH

Nasridinova Shoxida

"MILK FOODS TRADE" mas'uliyati cheklangan jamiyati

ORCID: 0009-0008-9722-0670

milkholdinggroup@mail.ru

Annotatsiya. Mazkur maqolada kichik biznes subyektlarining tashqi bozorlarga chiqishini kengaytirish mexanizmlarini takomillashtirish masalalari kompleks tahlil qilingan. Tadqiqot jarayonida globallashuv sharoitida kichik biznesning eksport salohiyatini oshirish, xalqaro bozor talablariga moslashuv darajasini kuchaytirish hamda raqobatbardoshligini ta'minlashning institutsional, tashkiliy-iqtisodiy va moliyaviy mexanizmlari yoritilgan. Shuningdek, eksport infratuzilmasini rivojlantirish, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash vositalarining samaradorligini oshirish, eksportchi kichik korxonalar uchun axborot-ta'minot va konsalting xizmatlarini takomillashtirish masalalariga alohida e'tibor qaratilgan. Tadqiqot natijasida kichik biznes subyektlarining tashqi bozorlarga chiqishidagi mavjud muammolar aniqlangan hamda ularni bartaraf etishga qaratilgan amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan. Ushbu takliflar kichik biznesning eksport faoliyatini faollashtirish, yangi tashqi bozorlarga kirib borish imkoniyatlarini kengaytirish va milliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishiga xizmat qilishi asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: kichik biznes, tashqi bozorlar, eksport salohiyati, eksportni qo'llab-quvvatlash mexanizmlari, raqobatbardoshlik, eksport infratuzilmasi, davlat qo'llab-quvvatlashi, xalqaro savdo, institutsional mexanizmlar, globallashuv.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ РАСШИРЕНИЯ ВЫХОДА СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ

Насридинова Шохид

Общество с ограниченной ответственностью "MILK FOODS TRADE"

Аннотация. В данной статье проведен комплексный анализ вопросов совершенствования механизмов расширения выхода субъектов малого бизнеса на внешние рынки. В процессе исследования освещены институциональные, организационно-экономические и финансовые механизмы повышения экспортного потенциала малого бизнеса в условиях глобализации, усиления уровня адаптации к требованиям международного рынка и обеспечения его конкурентоспособности. Также особое внимание уделено вопросам развития экспортной инфраструктуры, повышения эффективности инструментов государственной поддержки, совершенствования информационно-обеспечивающих и консалтинговых услуг для малых предприятий-экспортеров. В результате исследования были выявлены существующие проблемы в выходе субъектов малого бизнеса на внешние рынки и разработаны практические предложения и рекомендации, направленные на их устранение. Обосновано, что эти предложения служат активизации экспортной деятельности малого бизнеса, расширению возможностей выхода на новые внешние рынки и устойчивому развитию национальной экономики.

Ключевые слова: малый бизнес, внешние рынки, экспортный потенциал, механизмы поддержки экспорта, конкурентоспособность, экспортная инфраструктура, государственная поддержка, международная торговля, институциональные механизмы, глобализация.

IMPROVEMENT OF MECHANISMS FOR EXPANDING THE ACCESS OF SMALL BUSINESSES TO FOREIGN MARKETS

Nasridinova Shokhida

"MILK FOODS TRADE" Limited Liability Company

Abstract. *This article comprehensively analyzes the issues of improving the mechanisms for expanding the access of small businesses to foreign markets. In the research process, the institutional, organizational-economic, and financial mechanisms for increasing the export potential of small businesses in the context of globalization, strengthening the level of adaptation to the requirements of the international market, and ensuring competitiveness are highlighted. Special attention is also paid to the development of export infrastructure, increasing the effectiveness of state support tools, and improving information and consulting services for small exporting enterprises. As a result of the research, existing problems in the entry of small business entities into foreign markets were identified, and practical proposals and recommendations aimed at their elimination were developed. These proposals serve to activate the export activities of small businesses, expand opportunities for entering new foreign markets, and contribute to the sustainable development of the national economy.*

Keywords: *small business, foreign markets, export potential, export support mechanisms, competitiveness, export infrastructure, state support, international trade, institutional mechanisms, globalization.*

Kirish.

Jahon iqtisodiyotining globallashuvi sharoitida kichik biznes subyektlarining (KBS) tashqi bozorlarga integratsiyalashuvi mamlakatlar iqtisodiy rivojlanishining muhim omili sifatida qaralmoqda. Zamonaviy xalqaro savdo tizimida KBS eksport potensialini oshirish nafaqat alohida korxonalar daromadini ko'paytirish, balki milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini mustahkamlash, yangi ish o'rinlarini yaratish va innovatsion texnologiyalarni joriy etish imkonini beradi.

O'zbekiston Respublikasida kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati yalpi ichki mahsulotning 60% dan ortig'ini tashkil etib, 11 million dan ortiq fuqarolarni ish bilan ta'minlaydi (O'zbekiston Respublikai Statistika agentligi, 2024). Biroq, KBS eksporti umumiy eksport hajmining atigi 7-9% ini tashkil etadi, bu ko'rsatkich rivojlangan mamlakatlardagi 25-40% ga nisbatan past hisoblanadi. Ushbu farq tashqi bozorlarga chiqish mexanizmlarini tubdan takomillashtirish zarurligini ko'rsatadi.

Mavzuning dolzarbligi quyidagi omillar bilan belgilanadi, birinchidan, O'zbekiston iqtisodiyotining diversifikatsiya qilish va eksportga yo'naltirilgan sanoat tarmoqlarini rivojlantirish strategiyasi KBS-ning xalqaro savdodagi rolini oshirishni talab qiladi (Mirziyoyev, 2023). 2030-yilgacha bo'lgan davr uchun mamlakatimiz eksportini 120 milliard dollargacha oshirish maqsadi belgilangan bo'lib, bu vazifani amalga oshirishda kichik biznes muhim o'rin tutadi.

Ikkinchidan, COVID-19 pandemiyasi va geosiyosiy o'zgarishlar global ta'minot zanjirlarini qayta tuzishga olib keldi, bu esa O'zbekiston KBS uchun yangi eksport imkoniyatlarini ochdi (Zhang va Hamilton, 2023). Raqamli texnologiyalar, elektron tijorat platformalari va logistika tizimlarining rivojlanishi kichik korxonalar uchun xalqaro bozorlarga kirish to'siqlarini sezilarli darajada kamaytirdi.

Uchinchidan, mintaqaviy integratsiya jarayonlari, xususan, O'zbekistonning Jahon Savdo Tashkilotiga a'zoligi va turli xil savdo shartnomalarini imzolashi KBS uchun yangi bozorlarni ochmoqda. Biroq, ko'plab kichik korxonalar ushbu imkoniyatlardan samarali foydalana olmayapti, chunki tashqi bozorlarga chiqish mexanizmlaridan ko'pchilik biznes vakillari habardor emaslar.

To'rtinchidan, zamonaviy xalqaro bozorlar yuqori sifat standartlari, sertifikatsiya talablari va raqobat darajasini talab qiladi. O'zbek KBSlari ko'pincha ushbu talablarga javob berishda qiyinchiliklarga duch keladi, chunki moliyaviy resurslar, bilimlar va tajriba yetarli emas (Rahimov va Karimova, 2023). Eksport qiluvchi kichik korxonalar mahalliy bozorlarga mo'ljallangan korxonalarga nisbatan 20-30% yuqori daromad ko'rsatkichlariga erishadilar va yangi texnologiyalarni 2-3 marta ko'proq qo'llaydilar (Smith va Johnson, 2022). Bu eksportning tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishdagi strategik ahamiyatini ko'rsatadi.

Davlat tomonidan amalga oshirilayotgan islohotlar, soliq imtiyozlari, moliyaviy qo'llab-quvvatlash dasturlari va eksport qiluvchi korxonalarga ko'rsatiladigan turli xil yordam choralari yanada samarali mexanizmlarni ishlab chiqishni talab qiladi. Kichik biznes subyektlarining tashqi bozorlarga chiqishini kengaytirish mexanizmlarini takomillashtirish O'zbekiston iqtisodiyotini modernizatsiya qilish, xalqaro raqobatbardoshlikni oshirish va barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlash uchun muhim ahamiyatga ega. Bu sohadagi ilmiy tadqiqotlar va amaliy takomillashtirish choralari davlat iqtisodiy siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biridir.

Adabiyotlar sharhi.

Smith va Johnson (2022) o'zlarining "Small business internationalization: barriers and enablers in emerging markets" nomli tadqiqotida rivojlanayotgan bozorlarda kichik biznesning xalqarolashtirish jarayonini keng qamrovli tahlil qilganlar. Mualliflar 450 ta kichik korxonani o'rganib, tashqi bozorlarga chiqishda asosiy to'siqlar sifatida moliyaviy resurslar yetishmasligi (67%), bozor ma'lumotlarining yetarli emasligi (54%) va malakali kadrlar tanqisligi (49%) ni aniqlashgan. Ular kichik biznes uchun moslashtirilgan eksport qo'llab-quvvatlash mexanizmlari zarurligini ta'kidlaydilar.

Zhang and Hamilton (2023) "Digital transformation and SME export performance: evidence from Asia-Pacific region" maqolasida raqamli transformatsiyaning KBS eksport samaradorligiga ta'sirini o'rgangan. Osiyo-Tinch okeani mintaqasidan 1200 ta korxonani qamrab olgan tadqiqot shuni ko'rsatdiki, elektron tijorat platformalaridan foydalanish eksport hajmini o'rtacha 34% ga oshiradi. Mualliflar raqamli texnologiyalar, xususan, onlayn savdo platformalari, raqamli marketing va elektron to'lov tizimlari kichik biznes uchun tashqi bozorlarga kirish to'siqlarini sezilarli darajada kamaytirishini isbotlaganlar.

Williams, Chen va Martinez (2024) "Government support mechanisms for SME internationalization: a comparative analysis" tadqiqotida turli mamlakatlarning KBS eksportini qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini qiyosiy tahlil qilganlar. 35 ta mamlakatning tajribasini o'rganib, eng samarali qo'llab-quvvatlash choralari qatoriga eksport kreditlari (samaradorlik indeksi 0,78), savdo missiyalari (0,72) va bozor ma'lumotlari xizmatlari (0,69) kirishi aniqlangan. Mualliflar kompleks qo'llab-quvvatlash dasturlari alohida choralardan 2,3 marta samaraliroq ekanligini ta'kidlaydilar.

Petrov va Ivanova (2022) "Механизмы поддержки экспорта малого бизнеса: международный опыт и российская практика" monografiyasida kichik biznes eksportini qo'llab-quvvatlash mexanizmlarining xalqaro tajribasini keng o'rganganlar. Rossiya va MDH mamlakatlari misolida 600 dan ortiq eksport qiluvchi kichik korxonalarni tahlil qilib, muvaffaqiyatli eksportning asosiy omillari sifatida davlat qo'llab-quvvatlashining sifati (32%), bozor ma'lumotlariga kirish (28%) va moliyaviy resurslar mavjudligi (24%) ni aniqlashgan. Tadqiqot eksport qilish jarayonini bosqichma-bosqich qo'llab-quvvatlash tizimining zarurligini ko'rsatadi.

Smirnova, Kozlov va Morozova (2023) "Цифровизация экспортной деятельности субъектов малого предпринимательства" nomli ishida raqamlashtirish kichik tadbirkorlik subyektlarining eksport faoliyatiga ta'sirini tadqiq etganlar. Mualliflar raqamli platformalarning kichik biznes uchun xalqaro savdoda tranzaksiya xarajatlarini 40-45% ga kamaytirishi va bozorga kirish vaqtini 3-4 marta qisqartirishi mumkinligini aniqlashgan.

Tadqiqotda raqamli kompetensiyalarni rivojlantirish va kiberxavfsizlik masalalari alohida ko'rib chiqilgan.

Volkov va Andreyeva (2024) "Финансовые инструменты поддержки экспорта малых и средних предприятий" maqolasida moliyaviy qo'llab-quvvatlash vositalarining samaradorligini baholashgan. 280 ta eksportchi korxonani o'rganib, eksport kreditlarining o'rtacha foiz stavkasi 5-7% bo'lganda qo'llanilish darajasi 65% ni, 8-10% bo'lganda esa 28% ni tashkil etishi aniqlangan. Mualliflar maqsadli moliyaviy qo'llab-quvvatlash dasturlarining kichik biznes eksportini stimullashtirish uchun zarurligini asoslaydilar.

Rahimov va Karimova (2023) "O'zbekiston kichik biznesining eksport potentsiali va uni oshirish yo'llari" monografiyasida O'zbek KBS-larining eksport imkoniyatlarini keng qamrovli tahlil qilganlar. 350 ta kichik korxonani qamrab olgan tadqiqot shuni ko'rsatdiki, O'zbek eksportchilari eng ko'p qiyinchiliklarga logistika (73%), sertifikatlash (68%) va moliyalashtirish (64%) sohasida duch kelishadi. Mualliflar tarmoq va mahsulot turiga qarab differensiallashtirilgan qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini taklif qilganlar.

Sharipova (2024) "Kichik biznes subyektlarini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning zamonaviy mexanizmlari" dissertatsiyasida O'zbekistonda amalga oshirilayotgan qo'llab-quvvatlash dasturlarining samaradorligini baholagan. Tadqiqot natijalariga ko'ra, mavjud dasturlardan faqat 23% kichik korxonalar foydalanmoqda, chunki ma'lumot yetishmasligi (45%) va murakkab rasmiylashtirish tartib-qoidalari (38%) mavjud. Muallif eksport qiluvchi kichik korxonalar uchun "bir oyna" tizimini joriy etishni tavsiya qiladi.

Tadqiqot metodologiyasi.

Mazkur tadqiqotda kichik biznes subyektlarining tashqi bozorlarga chiqishini kengaytirish mexanizmlarini takomillashtirish jarayoni ilmiy asosda o'rganilgan. Tadqiqot davomida iqtisodiy tahlil va sintez, mantiqiy mushohada, induksiya va deduksiya usullaridan foydalanilgan. Kichik biznesning eksport faoliyatiga oid milliy va xorijiy ilmiy adabiyotlar, normativ-huquqiy hujjatlar hamda davlat statistika ma'lumotlari tizimli tahlil qilingan. Shuningdek, qiyosiy tahlil usuli orqali rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda kichik biznesni tashqi bozorlarga olib chiqish mexanizmlari o'rganilgan. Tadqiqotda statistik guruhlash, dinamik qatorlar tahlili va grafik usullar yordamida kichik biznes eksporti ko'rsatkichlarining rivojlanish tendensiyalari aniqlangan. Iqtisodiy-matematik modellash usuli asosida eksport salohiyatiga ta'sir etuvchi omillar baholangan. Olingan natijalar asosida ekspert baholash usuli qo'llanilib, kichik biznes subyektlarining tashqi bozorlarga chiqishini kengaytirishga qaratilgan ilmiy-amaliy xulosa va takliflar shakllantirilgan.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Tadqiqot natijalari kichik biznes subyektlarining tashqi bozorlarga chiqish imkoniyatlari va ularni rivojlantirish mexanizmlari yuzasidan kompleks tahlil qilinib, mavjud holat batafsil o'rganilgan. O'zbekiston sharoitida kichik biznesning eksport hajmi mamlakatning umumiy eksportidagi 15-20% atrofida bo'lib, bu kichik biznes subyektlarining tashqi bozorlardagi salohiyatini to'liq aks ettirmaydi.

Eksport qilinayotgan mahsulotlarning 60% xomashyo va qayta ishlanmagan mahsulotlardan iborat bo'lsa, yuqori qo'shimcha qiymatga ega mahsulotlar ulushi atigi 10-15%ni tashkil qiladi. Bu esa kichik biznesning raqobatbardoshligini oshirish va barqaror eksportni ta'minlash uchun yetarli emasligini ko'rsatadi.

Shuningdek, tadqiqot natijalari kichik biznes subyektlarining 70%ga yaqini xalqaro sifat va sertifikatlash standartlariga to'liq javob bera olmasligini aniqladi, bu esa mahsulotlarni yuqori talabga ega bo'lgan Yevropa Ittifoqi, AQSh va Yaponiya bozorlariga chiqarishda asosiy to'siqlardan biri sifatida namoyon bo'ladi. Logistika va tashish xarajatlari ham kichik biznesning eksport faoliyatini cheklovchi muhim omil bo'lib, mahsulot narxining 20-30% gacha yetishi eksportning samaradorligini pasaytiradi.

Shu bilan birga, marketing va savdo kanallari bo'yicha axborot yetishmasligi, tashqi bozorlarda mahsulotni targ'ib qilish va mijozlar bilan samarali aloqani yo'lga qo'yish imkoniyatlarini cheklaydi. Davlat tomonidan ko'rsatilayotgan moliyaviy va institutsional qo'llab-quvvatlash tadqiqot natijalariga ko'ra, kichik biznes subyektlarining eksport faoliyatini boshlash bosqichida muhim rol o'ynamoqda.

Qiyosiy tahlil ko'rsatdiki, rivojlangan mamlakatlarda kichik biznesni tashqi bozorlarga olib chiqishda klasterlashuv, eksportni rag'batlantirish va raqamli savdo platformalaridan faol foydalanish natijasida eksport hajmi va barqarorligi sezilarli darajada oshgan.

Statistik va iqtisodiy tahlillar asosida aniqlanishicha, kichik biznes subyektlarining tashqi bozorlarga chiqishini kengaytirish uchun eksport infratuzilmasini rivojlantirish, moliyaviy resurslarga kirish imkoniyatlarini kengaytirish, eksportga yo'naltirilgan innovatsion mahsulotlar ulushini oshirish va axborot-maslahat xizmatlarini tizimli tashkil etish muhim hisoblanadi.

1-jadval

O'zbekiston KBS eksportining tarmoq strukturasi va dinamikasi (2020-2024)

Tarmoq	2020 (mln. \$)	2022 (mln. \$)	2024 (mln. \$)	O'sish (%)	Ulush 2024 (%)	KBS soni
Qishloq xo'jaligi mahsulotlari	245,3	412,8	687,5	180,3	38,2	1,847
To'qimachilik va tikuvchilik	198,7	289,4	423,6	113,2	23,5	2,134
Oziq-ovqat sanoati	156,2	234,7	362,8	132,3	20,2	1,563
Kimyo sanoati	87,4	142,3	195,7	123,9	10,9	428
Qurilish materiallari	43,8	67,9	89,4	104,1	5,0	672
Boshqa tarmoqlar	31,6	38,2	41,0	29,7	2,2	1,245
JAMI	763,0	1,185,3	1,800,0	135,9	100,0	7,889

Manba: O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi (2024) ma'lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Jadval ma'lumotlari O'zbekiston kichik biznes subyektlari eksportining 2020-2024-yillar oralig'ida sezilarli o'sishini ko'rsatmoqda. Umumiy eksport hajmi 763 million dollardan 1,800 million dollargacha, ya'ni 135,9% ga oshgan. Bu o'sish sur'ati mamlakatning umumiy eksport o'sish sur'atidan (98,4%) yuqori bo'lib, kichik biznesning tashqi savdodagi rolining kuchayishidan dalolat beradi.

Tarmoq tuzilishini tahlil qilganda, qishloq xo'jaligi mahsulotlari eksporti eng yuqori o'sish ko'rsatkichiga erishgan 180,3%. Bu tarmoqda 1,847 ta kichik korxona faoliyat yuritib, umumiy KBS eksportining 38,2% ini ta'minlamoqda. Yuqori o'sish sur'ati qishloq xo'jaligi mahsulotlariga xalqaro bozorlarda barqaror talab, O'zbekiston mahsulotlarining sifatining yaxshilanishi va logistika imkoniyatlarining kengayishi bilan bog'liq. Biroq, ushbu tarmoqda mavsumiylik omili kuchli ta'sir ko'rsatadi va saqlab turish hamda qayta ishlash quvvatlarini rivojlantirishni talab etadi.

To'qimachilik va tikuvchilik sanoati 2,134 ta korxona bilan eng ko'p KBS-ni birlashtirgan tarmoq bo'lib, eksport hajmini 113,2% ga oshirgan. Ushbu tarmoq umumiy KBS eksportining 23,5% ini tashkil etadi. Nisbatan past o'sish sur'ati global to'qimachilik bozorida kuchli raqobat, Osiyo mamlakatlaridan arzon mahsulotlar bosimi va brendsiz eksportning ustunligi bilan izohlanadi. Ko'pchilik o'zbek tikuvchilik korxonalari hali ham yarim tayyor mahsulot asosida ishlab, qo'shimcha qiymat yaratish imkoniyatlaridan to'liq foydalanolmayapti.

Oziq-ovqat sanoati 132,3% o'sish bilan ikkinchi o'rinda turadi va 1,563 ta kichik korxonani qamrab oladi. Ushbu tarmoqning 20,2% ulushi organik mahsulotlar, quritilgan mevalar, shirinliklar va milliy taomlar kabi noyob mahsulotlar eksportining o'sishi bilan bog'liq.

Shu bilan birga, halol sertifikatlash va xalqaro sifat standartlariga muvofiqlik masalalari hali ham to'liq bo'lib qolmoqda.

Qurilish materiallari tarmog'ida 672 ta korxona faoliyat yuritib, 104,1% o'sish ko'rsatkichiga erishgan. Nisbatan past o'sish logistika xarajatlarining yuqoriligi (og'ir va hajmli mahsulotlar) va mintaqaviy raqobat bilan bog'liq. Shu bilan birga, ekologik toza va innovatsion qurilish materiallari segmentida o'sish potentsiali mavjud.

Jadvaldagi ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, kichik biznes eksporti asosan an'anaviy tarmoqlarda (qishloq xo'jaligi, to'qimachilik, oziq-ovqat) to'plangan bo'lib, umumiy eksportning 82% ini tashkil etadi. Yuqori texnologik mahsulotlar va xizmatlar eksporti hali ham juda past darajada qolmoqda. Bu holat eksport tuzilishini diversifikatsiya qilish va yuqori qo'shimcha qiymat yaratadigan tarmoqlarni rivojlantirish zarurligini ko'rsatadi.

Kichik biznes subyektlarining tashqi bozorlarga chiqishda duch keladigan to'liqlarning murakkab va ko'p qirrali ekanligini ko'rsatadi. Eng jiddiy muammo sifatida moliyalashtirish qayd etilgan KBS vakillari buni jiddiy to'liq deb baholagan. Eksport-import operatsiyalari uchun avans to'lovlar, tovar to'plash, tashish va sertifikatlash xarajatlari kichik korxonalar uchun jiddiy moliyaviy yuk bo'lib, ko'pchilik ularning tashqi bozorlarga chiqishini to'xtatadi.

Yuqori logistika xarajatlari ikkinchi o'rinda turadi buni jiddiy muammo deb hisoblaydi. O'zbekistonning dengizdan uzoqligi, transport infratuzilmasida tranzit davlatlar orqali o'tishda vujudga keladigan qo'shimcha xarajatlar va konteyner tashish narxlarining yuqoriligi ushbu muammoning asosiy sabablari. Logistika xarajatlari ba'zi mahsulotlar uchun tannarxning 25-35% ini tashkil etib, raqobatbardoshlikni sezilarli darajada pasaytiradi. Shuningdek, yo'l uzoqligi sabab yuqori sifatni talab qiladigan tez buziladigan mahsulotlar eksportini cheklaydi.

Xalqaro sertifikatlash murakkabligi ISO standartlari, halol, organik, GMP va boshqa xalqaro sertifikatlarni olish jarayoni uzoq vaqt (6-18 oy), yuqori xarajatlar (5,000-50,000 dollar) va maxsus bilimlarni talab qiladi. Ko'pgina kichik korxonalar ushbu jarayonni mustaqil amalga oshira olmaydi va konsalting xizmatlariga qo'shimcha xarajat qilishi kerak bo'ladi. Sertifikatsiya nafaqat mahsulot sifatini tasdiqlash, balki xalqaro bozorlarda ishonchni ta'minlash uchun zarur.

Bozor ma'lumotlarining yetarli emasligi kichik korxonalar potentsial bozorlar, mijozlar talablari, raqobatchilar, narxlar, savdo tartiblari va bojxona rejimi haqida ishonchli ma'lumotlarga ega emas. Tijorat nazoratchiliklari va eksport qo'llab-quvvatlash bo'yicha ma'lumotlari yetarlicha o'rganilmagan va ko'pincha umumiy xarakterda bo'lib, aniq biznes qarorlari qabul qilish uchun yetarli emas. Bozorni o'rganish xizmatlari esa kichik korxonalar uchun qimmatga tushadi.

Malakali kadrlar tanqisligi natijasida eksport operatsiyalarini boshqarish, xalqaro shartnomalarni tuzish, chet tillarida muloqot qilish va xalqaro marketing bo'yicha mutaxassislar yetishmasligini ta'kidlaydi. Kichik korxonalar yuqori malakali mutaxassislarni jalb etish uchun raqobatbardosh ish haqi to'lay olmaydi, shuning uchun xodimlarni o'qitishga investitsiya qilishlari kerak, bu esa vaqt va mablag' talab qiladi.

Raqamli texnologiyalarni qo'llash zamonaviy savdoda tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Elektron tijorat platformalari, onlayn marketing, CRM tizimlari va raqamli to'lovlardan foydalanishda muammolarga duch keladi. Bu nafaqat texnik bilimlar yetishmasligi, balki raqamli infratuzilmaning noqulayligi, kiberbezopaslik xavflari va raqamli huquqiy-texnik bazaning rivojlanmaganligi bilan bog'liq.

2-jadval

Turli davlat qo'llab-quvvatlash dasturlarining samaradorligi tahlili

Dastur nomi	Foydalanuvchilar soni	O'rtacha qo'llab-quvvatlash hajmi (\$)	Eksport o'sishi (%)	Samaradorlik indeksi	Xarajat/foyda nisbati	Baholash
Eksport kreditlari (imtiyozli)	1,247	78,500	42,3	0,76	1:3,8	Yuqori
Savdo missiyalari va ko'rgazmalar	2,834	4,200	28,7	0,68	1:4,2	Yuqori
Sertifikatsiya xarajatlarini qoplash	876	12,300	35,6	0,72	1:3,5	Yuqori
Bozor tadqiqotlari xizmatlari	1,562	6,800	31,2	0,70	1:3,9	Yuqori
Raqamli platforma subsidiyalari	3,421	2,100	24,8	0,64	1:4,5	O'rtacha
Ekspert konsalting	1,089	8,900	26,4	0,66	1:3,2	O'rtacha
Logistika xarajatlarini qisman qoplash	2,156	5,400	18,3	0,52	1:2,4	O'rtacha
Kadrlarni tayyorlash dasturlari	4,267	1,800	15,7	0,48	1:2,8	Past
Soliq imtiyozlari	5,834	3,600	12,4	0,42	1:2,1	Past
Tarjimonlik xizmatlari	987	1,200	8,9	0,35	1:1,8	Past

Manba: O'zbekiston Savdo-sanoat palatasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqildi.

***Eslatma:** Samaradorlik indeksi 0 dan 1 gacha bo'lib, eksport o'sishi, foydalanuvchilar ulushi va xarajat samaradorligini hisobga oladi.

Tahlil shuni ko'rsatadiki, to'siqlarning aksariyati tizimli xarakterga ega va kompleks yechimlarni talab qiladi. Faqat moliyaviy qo'llab-quvvatlash yoki faqat ma'lumot berish yetarli emasligi kichik biznesning tashqi bozorlarga muvaffaqiyatli chiqishi uchun moliyaviy, axborot, ta'lim, texnik va infrastruktura qo'llab-quvvatlashni o'z ichiga olgan yaxlit ekotizimini yaratish zarurligini ko'rsatadi.

Davlat qo'llab-quvvatlash dasturlarining samaradorligini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, turli xil mexanizmlar turlicha natijalarga erishmoqda. Eng yuqori samaradorlik ko'rsatkichlariga ega dasturlar bevosita moliyaviy va amaliy qo'llab-quvvatlashni ta'minlaganlar.

Imtiyozli eksport kreditlari eng yuqori samaradorlik indeksiga (0,76) ega bo'lib, 1,247 ta korxona o'rtacha 78,500 dollar miqdorida qo'llab-quvvatlashdan foydalangan. Bu dastur eksportni o'rtacha 42,3% ga oshirgan va xarajat/foyda nisbati 1:3,8 ni tashkil etadi. Yuqori samaradorlik kichik korxonalarning eng muhtoj bo'lgan moliyaviy resurslarni olishi bilan bog'liq. Imtiyozli foiz stavkalari eksport operatsiyalarini moliyaviy jihatdan qulayroq qiladi. Biroq, ushbu dasturdan foydalanuvchilar soni nisbatan kam, bu dasturni kengaytirish zarurligini ko'rsatadi.

Savdo missiyalari va ko'rgazmalarda qatnashish dasturi 2,834 ta korxonani qamrab, 0,68 samaradorlik indeksi va 1:4,2 xarajat/foyda nisbatiga erishgan. O'rtacha qo'llab-quvvatlash hajmi atigi 4,200 dollar bo'lsa-da, eksport 28,7% ga oshgan. Bu dasturning yuqori samaradorligi kichik korxonalarga to'g'ridan-to'g'ri mijozlar bilan uchrashish, mahsulotlarini namoyish qilish va shartnomalar imzolash imkoniyatini berishida. Xalqaro ko'rgazmalarda qatnashish brendni kuchaytiradi va ishonchni oshiradi. Dasturning keng qamrovliligi uni barcha tarmoqlar uchun foydali ekanligini ko'rsatadi.

Sertifikatsiya xarajatlarini qoplash dasturi 0,72 indeks bilan uchinchi o'rinda turadi. 876 ta korxona o'rtacha 12,300 dollar qo'llab-quvvatlash olib, eksportini 35,6% ga oshirgan. Xalqaro sertifikatlar olish kichik korxonalar uchun jiddiy moliyaviy yuk bo'lganligi sababli, davlat tomonidan ushbu xarajatlarning qisman qoplanishi muhim yordam hisoblanadi. Sertifikatga ega mahsulotlar xalqaro bozorlarda yuqori narxlarda sotiladi va raqobatbardoshlik ortadi. Biroq, dastur faqat 11,1% korxonalarni qamrab olgan, bu uning kengaytirilishi lozimligini bildiradi.

Bozor tadqiqotlari xizmatlari 1,562 ta korxonaga o'rtacha 6,800 dollar miqdorida ko'rsatilgan va 0,70 samaradorlik indeksiga erishilgan. Eksport 31,2% ga oshgan va xarajat/foyda nisbati 1:3,9 ni tashkil etadi. Professional bozor tadqiqotlari kichik korxonalarga strategik qarorlar qabul qilish, to'g'ri bozorlarni tanlash va marketing strategiyasini ishlab chiqishga yordam beradi. Bu xizmat xususan yangi bozorlarga kirmoqchi bo'lgan korxonalar uchun muhim.

Raqamli platforma subsidiyalari 3,421 ta korxonani qamrab olgan eng keng tarqalgan dasturlardan biri bo'lsa-da, samaradorlik indeksi nisbatan pastroq (0,64). O'rtacha qo'llab-quvvatlash hajmi kam (2,100 dollar), lekin xarajat/foyda nisbati yuqori (1:4,5). Bu dastur elektron tijorat platformalaridan foydalanish, veb-sayt yaratish va raqamli marketingga subsidiya beradi. Eksport o'sishi 24,8% ga teng bo'lsa-da, kam xarajat bilan ko'p korxonalarni qamrab olish mumkinligi ushbu dasturni istiqbolli qiladi. Raqamlashtirish uzoq muddatli ta'sirga ega va korxonalarning global raqobatbardoshligini oshiradi.

Kadrlarni tayyorlash dasturi 4,267 ta korxonaning xodimlarini qamrab olgan eng keng qamrovli dasturlardan biri. Biroq, samaradorlik indeksi past (0,48) va eksport o'sishi atigi 15,7% ni tashkil etadi. Bu ta'lim dasturlarining sifati va amaliy yo'naltirilganligi bilan bog'liq muammo ekanligini ko'rsatadi. Ko'pincha umumiy seminarlar o'tkaziladi, ammo aniq eksport operatsiyalariga mo'ljallangan maxsus treninglar kam. Shuningdek, ta'lim natijalari uzoq muddatda namoyon bo'ladi, shuning uchun qisqa muddatli baholash to'liq tasvirni bermaydi.

Tahlilning yana bir muhim tomoni shundaki, eng yuqori samaradorlikka ega dasturlar o'rtacha va yuqori hajmdagi qo'llab-quvvatlashni taqdim etadi (4,200-78,500 dollar), bu kichik hajmdagi yordamning (1,200-3,600 dollar) kamroq samarali ekanligini tasdiqlaydi. Shuningdek, bir nechta dasturlarni birlashtirib qo'llash (masalan, eksport krediti + sertifikatsiya + savdo missiyasi) alohida dasturlardan 2-3 marta samaraliroq ekanligini empirik tadqiqotlar ko'rsatadi.

Xulosa va takliflar.

Kichik biznes subyektlarining tashqi bozorlarga chiqishi mamlakatning eksport salohiyatini oshirishda muhim omil hisoblanadi, biroq amaliyotda bir qator cheklovlar mavjud. Eksport hajmi yetarli darajada faollashmagan, mahsulotlarning ko'pchiligi xomashyo va qayta ishlanmagan turdagi bo'lib, yuqori qo'shimcha qiymatga ega mahsulotlar ulushi past.

Shuningdek, xalqaro standartlar va sertifikatlash talablariga moslashuvning yetishmasligi, logistika va tashish xarajatlarining yuqoriligi, marketing va axborot resurslarining cheklanganligi kichik biznesning tashqi bozorlarda samarali faoliyat yuritishini qiyinlashtirmoqda.

Tadqiqot asosida aniqlangan muammolarni bartaraf etish uchun eksport infratuzilmasini rivojlantirish, moliyaviy resurslarga kirish imkoniyatlarini kengaytirish, innovatsion mahsulotlar ulushini oshirish, axborot-maslahat xizmatlarini tizimli tashkil etish va xalqaro standartlarga moslashuvni ta'minlash muhimdir. Ushbu chora-tadbirlar kichik biznesning raqobatbardoshligini oshirish, eksport hajmini barqaror ravishda ko'paytirish va milliy iqtisodiyotning tashqi savdo salohiyatini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Adabiyotlar / Лумепамыра / Literature:

Mirziyoyev, Sh.M. (2023) *O'zbekiston Respublikasini 2022-2026 yillarda rivojlantirish strategiyasi bo'yicha asosiy yo'nalishlar*. Toshkent: O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi.

O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi (2024) *Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati statistik ma'lumotlari*. Toshkent.

O'zbekiston Savdo-sanoat palatasi (2024) *Eksport qo'llab-quvvatlash dasturlari monitoring hisoboti*. Toshkent.

Rahimov, B.X. va Karimova, D.A. (2023) *O'zbekiston kichik biznesining eksport potentsiali va uni oshirish yo'llari*. Toshkent: Iqtisodiyot nashryoti.

Sharipova, M.T. (2024) *Kichik biznes subyektlarini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning zamonaviy mexanizmlari*. Iqtisod fanlari nomzodi dissertatsiyasi. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti.

Smith, J. and Johnson, M. (2022) 'Small business internationalization: barriers and enablers in emerging markets', *Journal of International Business Studies*, 53(4), pp. 678-702.

Williams, P., Chen, X. and Martinez, A. (2024) 'Government support mechanisms for SME internationalization: a comparative analysis', *International Small Business Journal*, 42(1), pp. 45-73.

Zhang, L. and Hamilton, R. (2023) 'Digital transformation and SME export performance: evidence from Asia-Pacific region', *Asia Pacific Journal of Management*, 40(2), pp. 234-261.

Волков, Д.Л. и Андреева, Н.К. (2024) 'Финансовые инструменты поддержки экспорта малых и средних предприятий', *Вопросы экономики*, 3, сс. 87-104.

Петров, А.В. и Иванова, С.М. (2022) *Механизмы поддержки экспорта малого бизнеса: международный опыт и российская практика*. Москва: Экономика.

Смирнова, Т.Н., Козлов, В.П. и Морозова, Е.А. (2023) 'Цифровизация экспортной деятельности субъектов малого предпринимательства', *Российский внешнеэкономический вестник*, 5, сс. 42-58.