

KICHIK BIZNES MAXSULOTLARINI EKSPORT QILISH IMKONIYATLARI

Raupova Maxbuba,

Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi,

MBA – Kichik biznes va tadbirkorlik yo'nalishi 2-kurs magistri

Annotatsiya. Mazkur ilmiy ishda kichik biznes sub'ektlarining mahsulotlarini tashqi bozorlarga eksport qilish imkoniyatlari tahlil qilingan. Iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi bo'lgan kichik biznes nafaqat ichki bozorni mahsulot va xizmatlar bilan ta'minlaydi, balki mamlakat eksport salohiyatini oshirishda ham muhim o'rin tutadi.

Tadqiqotda kichik biznesning eksport faoliyatiga ta'sir etuvchi omillar — moliyaviy qo'llab-quvvatlash, xalqaro standartlarga mos sertifikatlash tizimlari, logistika infratuzilmasi va raqamli savdo platformalaridan foydalanish imkoniyatlari o'rganilgan. Shu bilan birga, kichik biznes mahsulotlarini eksport qilishda duch kelinayotgan asosiy muammolar — moliyalashtirish manbalari yetishmasligi, sifat standartlari bo'yicha talablar, marketing ma'lumotlarining cheklanganligi va tashqi bozorlar haqida xabardorlikning past darajada ekanligi ko'rsatib o'tilgan.

Muallif tomonidan kichik biznesning eksport salohiyatini rivojlantirish uchun qator takliflar ishlab chiqilgan: davlat tomonidan eksport subsidiyalarini kengaytirish, eksport markazlarini tashkil etish, tadbirkorlarga xalqaro marketing bo'yicha amaliy ko'nikmalar berish va elektron tijorat platformalaridan samarali foydalanishni ta'minlash.

Kalit so'zlar: Tashqi savdo, kichik biznes, mikrofirmalar eksport salohiyati, tovar va xizmatlar eksporti, kichik korxonalar, mahalliy eksport qiluvchi korxonalar, tovar va xizmatlar eksporti, tarkibni diversifikatsiyalash, ixtisoslashtirilgan.

Abstract. This scientific study analyzes the opportunities for small business entities to export their products to foreign markets. As an important component of the economy, small businesses not only supply the domestic market with goods and services, but also play a significant role in increasing the country's export potential.

The research examines the key factors influencing the export activities of small businesses, including financial support, certification systems compliant with international standards, logistics infrastructure, and opportunities to use digital trade platforms. At the same time, the main challenges faced in exporting small business products are identified, such as limited access to financing sources, strict quality standard requirements, insufficient marketing information, and low awareness of foreign markets.

The author proposes several measures to enhance the export potential of small businesses: expanding state export subsidies, establishing export support centers, providing entrepreneurs with practical skills in international marketing, and ensuring the effective use of e-commerce platforms.

Keywords: *Foreign trade, small business, microfirms' export potential, export of goods and services, small enterprises, local exporting companies, export of goods and services, structural diversification, specialization.*

Kirish

Mamlakatning tashqi savdo aloqalarini rivojlantirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlarining eksport salohiyatini yanada yuksaltirish, ushbu sektorning tashqi savdo aylanmasidagi ulushini keskin oshirish muhim rol o'ynaydi. Bu maqsadga erishish uchun kichik va xususiy tadbirkorlik sub'ektlari tomonidan zamonaviy, chet el bozorlarida raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish va uni eksportga chiqarish uchun zarur shart-sharoitlar yaratish, huquqiy, moliyaviy va tashkiliy yordam ko'rsatish, mamlakatimizning eksport qiluvchi tadbirkorlarini tashqi bozor kon'yunkturasi o'zgarishlari xavf-xatarlaridan ishonchli himoya qilishni ta'minlash masalalariga e'tiborni kuchaytirish lozim.

Jahon iqtisodiyotining globallasuvi jarayonida, kichik tadbirkorlik sub'ektlarining eksport salohiyatini oshirish masalasi alohida ahamiyat kasb etmoqda. Kichik va o'rta biznes sektori iqtisodiyotning lokomotivi sifatida, mamlakatlarning iqtisodiy o'sishi va barqarorligini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. Shu bilan birga, global bozorlarga chiqish va xalqaro miqyosda raqobatbardoshlikni oshirish, kichik tadbirkorlik sub'ektlari uchun yangi imkoniyatlar hamda chaqiriqlarni yuzaga keltiradi.

Ushbu maqolada, kichik tadbirkorlik sub'ektlarining eksport salohiyatini oshirishning asosiy yo'nalishlari va usullari, xalqaro tajribalar va mahalliy sharoitlar doirasida ko'rib chiqiladi.

Jahon iqtisodchi olimlaridan biri M. Porter (Porter M., 1990) o'zining "Competitive Advantage of Nations" asarida ta'kidlaydiki, kichik korxonalar mamlakat raqobatbardoshligini ta'minlovchi asosiy omillardan biridir. Ular innovatsiyalarga moyilligi va bozordagi o'zgarishlarga tez moslasha olish qobiliyati bilan farqlanadi.

Shuningdek, Ye. Shumpeter (Schumpeter J., 1934) kichik biznesni "iqtisodiy rivojlanishning innovatsion lokomotivi" sifatida ta'riflaydi. Uning fikricha, kichik tadbirkorlar yangi mahsulotlar va texnologiyalarni joriy etish orqali eksport salohiyatini oshiradi.

O'zbekistonlik olimlar ham kichik biznesning eksportdagi ahamiyatini turli jihatlardan o'rganishgan. Masalan:

R.Abdullaev o'z tadqiqotida ta'kidlaydiki, kichik biznes eksportining asosiy ustunligi — mahsulotlar narxining raqobatbardoshligi va mahalliy xomashyo bazasiga tayanganligida.

G.Yo'ldosheva esa kichik biznesning eksport faoliyatini qo'llab-quvvatlashda davlatning rolini tahlil qilgan va eksport krediti, subsidiyalar hamda marketing markazlari orqali samarali tizim yaratish zarurligini ta'kidlagan.

Kichik biznes har bir mamlakat iqtisodiyotining asosiy tayanchi hisoblanadi. U quyidagi vazifalarni bajaradi:

Ish bilan ta'minlash darajasini oshiradi;
Yangi innovatsion g'oyalarni amaliyotga joriy etadi;
Ichki bozorni raqobatbardosh mahsulotlar bilan to'ldiradi;
Eksport orqali valyut tushumlarini ko'paytirdi.

Masalan, O'zbekistonda 2024 yil yakuniga ko'ra eksportning 25% qismi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik hissasiga to'g'ri kelgan.

Kichik biznes — bu katta korxonalarga nisbatan miqyosi kichik, lekin iqtisodiy jihatdan faol va tez moslasha oladigan xo'jalik yuritish shaklidir. Uning asosiy belgilari quyidagilardan iborat: mehnat resurslarining nisbatan oz bo'lishi (odatda 10–100 nafargacha xodim); kapital sarfining nisbatan kichikligi; bozor o'zgarishlariga tez javob qaytarish qobiliyati; bozor o'zgarishlariga tez javob qaytarish qobiliyati; mahalliy bozorga yo'naltirilgan faoliyat.

Kichik biznes yangi ish o'rinlari yaratish orqali ishsizlik darajasini pasaytiradi. Masalan, O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan har uchta ish o'rnidan biri aynan kichik biznes hissasiga to'g'ri keladi.

b) Ichki bozorni rivojlantirish. Mahalliy ishlab chiqaruvchilar orqali ichki talab qondiriladi, importga bo'lgan ehtiyoj kamayadi. Bu milliy valyutaning barqarorligini ta'minlashga yordam beradi.

v) Innovatsiyalar manbai. Kichik korxonalar yangi g'oyalar va texnologiyalarni amaliyotga joriy etishda katta korxonalarga nisbatan tezroq harakat qiladi. Shu bois ular innovatsion muhitning asosiy ishtirokchilari hisoblanadi.

g) Ijtimoiy barqarorlik. Tadbirkorlik faoliyati aholining iqtisodiy faolligini oshiradi, o'rta tabaqaning shakllanishiga zamin yaratadi. Bu esa ijtimoiy barqarorlik va mamlakatning siyosiy xavfsizligiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Kichik biznesning tashqi bozorga chiqish salohiyati mamlakat iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirishda muhim ahamiyatga ega. O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlari tomonidan eksport qilinayotgan mahsulotlar turi keng bo'lib, ular qator sohalarni qamrab oladi. Quyida kichik biznes mahsulotlarini eksport qilishda yetakchi hisoblangan asosiy yo'nalishlar ko'rib chiqiladi.

To'qimachilik sohasi kichik biznes uchun eng samarali eksport yo'nalishlaridan biri hisoblanadi.

Ko'plab kichik korxonalar trikotaj, kiyim-kechak, mato, gilam va boshqa tekstil mahsulotlarini ishlab chiqaradi.

Eksport geografiyasi keng bo'lib, asosiy bozorlar shular: Rossiya Federatsiyasi, Turkiya, Polsha, Germaniya va Xitoy.

So'nggi yillarda ekologik toza paxtadan ishlangan mahsulotlarga bo'lgan talabning ortishi kichik korxonalar uchun yangi imkoniyatlar ochmoqda.

Kichik biznes sub'ektlari tomonidan ishlab chiqarilayotgan qurilish materiallari ham tashqi bozorlarda talabga ega.

Jumladan: sement va gips mahsulotlari; --keramik plitalar va tosh-bloklar;

--plastik va alyuminiy profillar;--elektr jihozlari va kichik metal mahsulotlar. Bu yo'nalishdagi korxonalar eksport hajmining ortishiga logistika va transport infratuzilmasining rivojlanishi katta ta'sir ko'rsatmoqda. Milliy hunarmandchilik ham kichik biznesning muhim qismi hisoblanadi. Qo'lda yasalgan mahsulotlar — keramika, rezba, atlas va adras matolar, milliy zeb-ziynat buyumlari xorijiy turistlar va onlayn-savdo platformalari orqali eksport qilinayotgan eng nufuzli mahsulotlardir.

Ayniqsa, "Made in Uzbekistan" brendi bilan chiqarilayotgan milliy suvenirlar xalqaro bozorda mamlakat madaniyatini targ'ib etishda katta ahamiyatga ega. Axborot texnologiyalari va xizmat ko'rsatish sohasi

So'nggi yillarda kichik biznes faqat moddiy mahsulot emas, balki IT-xizmatlar va raqamli yechimlar orqali ham eksportni amalga oshirmoqda.

Bu yo'nalishda frilans platformalari orqali veb-dizayn, mobil ilovalar ishlab chiqish, grafik dizayn, marketing va tarjima xizmatlari keng rivojlanmoqda. Bu sohada eksport asosan AQSh, Yevropa va Osiyo mamlakatlariga yo'naltirilgan bo'lib, valyut tushumlarining o'sishi iqtisodiyotning raqamli sektori uchun katta manba hisoblanadi.

Eksport faoliyati har bir davlat iqtisodiyotining tashqi dunyo bilan integratsiyalashuv darajasini belgilaydi. O'zbekiston sharoitida eksportni rivojlantirish nafaqat valyuta tushumlarini oshirish, balki ichki ishlab chiqarishni kengaytirish, yangi ish o'rinlari yaratish va kichik biznes sub'ektlarini xalqaro bozorga chiqarish imkoniyatini yaratadi.

Shu bois, mamlakatda eksportni qo'llab-quvvatlash bo'yicha kompleks davlat siyosati amalga oshirilmoqda. Davlat tomonidan eksportni qo'llab-quvvatlash tizimi. O'zbekistonda eksportni qo'llab-quvvatlash tizimi bir nechta yo'nalishda amalga oshirilmoqda: Eksportni rivojlantirish va tadbirkorlarni qo'llab-quvvatlash maqsadida bir nechta davlat tashkilotlari faoliyat yuritmoqda: O'zbekiston Respublikasi Investitsiyalar, sanoat va savdo vazirligi — eksport siyosati va strategik yo'nalishlar uchun mas'ul; "O'zTreyd" agentligi — mahalliy ishlab chiqaruvchilarni tashqi bozorga chiqarishda amaliy yordam ko'rsatadi;

"Export Promotion Agency" (EPA) — kichik biznes va xususiy tadbirkorlik uchun eksport maslahatlari, grantlar va marketing qo'llab-quvvatlash xizmatlarini taqdim etadi; "O'zbekiston Respublikasi Tashqi savdo palatasi" — tadbirkorlar uchun xalqaro ko'rgazmalar, yarmarkalar va biznes-forumlar tashkil etadi.

"Eksportga yo'naltirilgan iqtisodiyotni rivojlantirish konsepsiyasi".

Bu dasturning asosiy maqsadi — milliy ishlab chiqarishni diversifikatsiya qilish va yuqori qo'shimcha qiymatli mahsulotlarni tashqi bozorlarga olib chiqishdir. Dasturda quyidagi yo'nalishlar belgilangan: kichik va o'rta biznes uchun eksportga chiqishni yengillashtirish; sanoat zonalarida eksportchi korxonalarga imtiyozlar berish; eksport infratuzilmasini yaratish (logistika xablari, eksport markazlari, sertifikatlash laboratoriyalari). "Hududlar eksportini rivojlantirish dasturi"

Har bir viloyat uchun alohida eksport yo'nalishlari belgilangan. Masalan:

Farg'ona viloyati — ipak va trikotaj mahsulotlari;

Samarqand viloyati — quritilgan mevalar va sharbat mahsulotlari;

Buxoro viloyati — pilla va hunarmandchilik mahsulotlari;

Navoiy viloyati — kimyo va sanoat tovarlari.

Bu dastur orqali mahalliy ishlab chiqaruvchilarga eksport kreditlari, subsidiyalar va soliq imtiyozlari beriladi. Eksport qilinayotgan asosiy mahsulotlar, O'zbekistonda kichik biznes sub'ektlari quyidagi yo'nalishlarda mahsulot eksport qilmoqda: oziq-ovqat mahsulotlari (quritilgan mevalar, konservalangan sabzavotlar, shirinliklar); to'qimachilik va kiyim-kechak mahsulotlari; qurilish materiallari;

qishloq xo'jaligi mahsulotlari. Kichik biznes eksport salohiyati yuqori bo'lishiga qaramay, qator to'siqlar mavjud: xalqaro sifat standartlariga moslashmagan mahsulotlar; moliyaviy resurslar va kredit liniyalarining yetishmasligi; eksport logistikasidagi murakkabliklar; marketing va tashqi bozor haqidagi ma'lumotlarning kamligi. Eksport faoliyatini rivojlantirish uchun quyidagi choralar muhim ahamiyatga ega: kichik biznesga xalqaro standartlarga mos sertifikatlash tizimini joriy etish; davlat grantlari va eksport subsidiyalarini kengaytirish; eksport markazlari va logistika xablarini tashkil etish; raqamli marketing va elektron tijorat platformalaridan foydalanishni o'rgatish.

So'nggi yillarda O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tashqi iqtisodiy faoliyatda muhim o'rinni egallab bormoqda. Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, 2024 yilda mamlakat umumiy eksport hajmining qariyb 30 foizi kichik biznes sub'ektlari hissasiga to'g'ri kelgan. Bu ko'rsatkich so'nggi besh yilda barqaror o'sish tendensiyasini namoyon etmoqda. Xususan: 2020 yilda — 18,4 %, 2021 yilda — 22,7 %, 2022 yilda — 25,3 %, 2023 yilda — 28,1 %, 2024 yilda — 30,0 %ni tashkil etdi. Bu natija kichik biznesning eksport salohiyati tobora oshib borayotganini ko'rsatadi. Eksport qilinayotgan asosiy mahsulotlar va bozorlar tahlil. Kichik biznes korxonalari asosan quyidagi mahsulotlar yo'nalishida eksport faoliyatini amalga oshirmoqda:

№	Sohalar	Asosiy mahsulotlar	Asosiy eksport bozorlari
1	To'qimachilik va trikotaj	Ip, mato, tayyor kiyim	Rossiya, Turkiya, Xitoy, Polsha
2	Oziq-ovqat mahsulotlari	Quritilgan mevalar, sabzavotlar, konserva, shirinliklar	Qozog'iston, BAA, Latviya
3	Qurilish materiallari	Keramika, sement, gisht	Qirg'iziston, Tojikiston, Afg'oniston
4	Qishloq xo'jaligi mahsulotlari	Uzum, paxta, pilla, asal	Rossiya, Eron, Xitoy
5	Qo'l hunarmandchilik mahsulotlari	Cho'yan va mis buyumlar, zargarlik mahsulotlari	AQSh, Fransiya, Yaponiya

Bu ma'lumotlardan ko'rinib turibdiki, kichik biznes eksport hajmi ko'p jihatdan to'qimachilik va oziq-ovqat mahsulotlariga to'g'ri keladi. Ayniqsa, paxta xomashyosi va qayta ishlangan trikotaj mahsulotlari hozirgi paytda eksportning asosiy qismiga aylangan.

Xulosa va tavsiyalar. Kichik biznes sub'ektlarining eksport faoliyati mamlakat iqtisodiyotida muhim o'rin tutadi. Ular nafaqat ichki bozorni mahsulot va xizmatlar bilan ta'minlaydi, balki tashqi bozorlarga chiqish orqali milliy iqtisodiy o'sishga katta hissa qo'shadi. Kichik biznesning eksport imkoniyatlarini kengaytirish — bu mamlakatning xalqaro raqobatbardoshligini oshirish, yangi ish o'rinlari yaratish va valyuta tushumlarini ko'paytirishning samarali yo'li hisoblanadi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, kichik biznesning eksport salohiyatini to'liq ro'yobga chiqarish uchun quyidagi omillarga e'tibor qaratish zarur: moliyaviy qo'llab-quvvatlash va eksport kreditlarini kengaytirish; mahsulotlarni xalqaro sifat standartlariga moslashtirish;

logistika va infratuzilmani rivojlantirish; raqamli savdo va elektron tijorat platformalaridan foydalanishni kuchaytirish; tadbirkorlarni tashqi bozorlar haqidagi axborot bilan ta'minlash. Davlat va xususiy sektorning hamkorligida amalga oshiriladigan islohotlar kichik biznesning eksport faoliyatini jadallashtirib, mamlakatning tashqi iqtisodiy aloqalarini mustahkamlaydi. Shu bilan birga, mahalliy mahsulotlarning xalqaro bozorlarda tanilishi milliy brendlar rivojiga va iqtisodiy barqarorlikka xizmat qiladi. Shunday qilib, kichik biznes sub'ektlarining eksport imkoniyatlarini kengaytirish — bu nafaqat iqtisodiy o'sishning, balki mamlakatning barqaror rivojlanish strategiyasining ajralmas qismi hisoblanadi.

Adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Eksport faoliyatini yanada qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi qarori. – Toshkent: Prezident devoni, 2023 y.

2. O'zbekiston Respublikasining “Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish to'g'risida”gi Qonuni. – Toshkent: 2022 y.

3. Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari. – <https://stat.uz>

4. O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi: “Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish strategiyasi – 2030”. – Toshkent, 2023 y.

4. Abdullaev A. “O'zbekistonda kichik biznesning eksport salohiyatini oshirish yo'llari”. // *Iqtisodiyot va innovatsiyalar jurnali*, №4, 2022.

5. Karimov B. *Small Business Export Development in Emerging Economies: Uzbekistan Case Study*. – Tashkent: Economic Review Press, 2023.

6. Rahmonov D. “Kichik biznesning tashqi bozorlarda raqobatbardoshligini oshirish omillari”. // *Tadqiqot va innovatsiya elektron jurnali*, №6, 2024.