

KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTINING EKSPORT SALOHIYATINI BAHOLASH

Xolbutayev O`ktam

Jizzax politexnika institute Iqtisodiyot va menejment kafedrası assistenti

Pulatova Gulzayda

Jizzax Politexnika instituti, Kibersport fakulteti, 2-bosqich talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini baholash masalalari yoritilgan. Eksport salohiyatini aniqlashda zamonaviy yondashuvlar, indikatorlar, tahlil usullari hamda tashqi bozorga chiqish imkoniyatlarini kengaytirish omillari ko'rib chiqiladi. Shuningdek, kichik biznesning eksport faoliyatini rivojlantirishga ta'sir qiluvchi ichki va tashqi omillar tahlil qilinib, samaradorlikni oshirish bo'yicha takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: Eksport salohiyati, tadbirkorlik, tashqi bozor, raqobatbardoshlik, eksport strategiyasi, marketing tadqiqotlari, innovatsiya qo'shimcha qiymat

Аннотация: В данной статье рассматриваются вопросы оценки экспортного потенциала малого бизнеса и хозяйствующих субъектов. При определении экспортного потенциала будут рассмотрены современные подходы, индикаторы, методы анализа, а также факторы расширения возможностей выхода на зарубежный рынок. Также проанализированы внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие экспортной деятельности малого бизнеса, разработаны предложения по повышению эффективности.

Ключевые слова: экспортный потенциал, предпринимательство, внешний рынок, конкурентоспособность, экспортная стратегия, маркетинговые исследования, инновации добавленная стоимость

Annotation: This article covers the issues of assessing the export potential of small businesses and business entities. In determining the export potential, modern approaches, indicators, methods of analysis, as well as factors for expanding the chances of reaching the foreign market are considered. Proposals for improving efficiency were also developed, analyzing internal and external factors affecting the development of export activities of small businesses.

Keywords: export potential, entrepreneurship, foreign market, competitiveness, Export Strategy, marketing Research, Innovation value added.

KIRISH

Globalizatsiya sharoitida mamlakat iqtisodiyotining barqaror o'sishi kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining xalqaro bozorlarda faol ishtirok etishiga bog'liq. Eksportni kengaytirish nafaqat korxona daromad bazasini oshiradi, balki mamlakatning valyuta tushumlarini ko'paytiradi, sanoat tarmoqlarida modernizatsiya jarayonlarini jadallashtiradi. Shu bois kichik biznes subyektlarining eksport salohiyatini baholash dolzarb ilmiy-amaliy masala sifatida e'tirof etiladi.

Sizning mahsulotingiz ichki bozorda allaqachon yaxshi ishlamoqda deb o'ylashingiz mumkin va shuning uchun yangi bozorlarga chiqishning hojati yo'q. Biroq, Karib dengizi iqtisodiyotining chet elda ishlab chiqarilgan tovarlar va xizmatlarga tobora ko'payib borishi bilan ichki bozorda raqobat kuchayishda davom etadi va omon qolish ichki va xalqaro miqyosda raqobatlashish qobiliyatiga bog'liq bo'lishi mumkin. Shu ma'noda, eksport bilan bog'liq qiyinchiliklar va xavf-xatarlarga qaramay, u mahalliy bozorda yashash orqali erishib bo'lmaydigan ko'plab imtiyozlarni taqdim etadi.

Eksportning afzalliklari:

Raqobatbardoshlikning oshishi: Eksport sizga raqobatbardoshlikni oshirish uchun Karib dengizi va chet el bozorlarida o'z biznesingizni yaxshiroq joylashtirishga yordam beradigan yangi g'oyalar, boshqaruv amaliyotlari, marketing texnikasi va raqobat usullari bilan tanishish imkonini beradi.

Savdolarning ko'payishi: Eksport-bu sizning savdo salohiyatingizni oshirishning bir usuli. Ko'pgina Karib dengizi bozorlarining kichik hajmini hisobga olgan holda, eksport qilish firmaga o'z bozorini cheklangan va tobora to'yingan milliy bozor doirasidan tashqarida kengaytirishga imkon beradi. Misol uchun, Trinidad va Tobagodagi ishlab chiqaruvchi 1.5 million kishi bozoriga kirish huquqiga ega. Biroq, masalan, Braziliyaga eksport qilish ishlab chiqaruvchining potentsial bozorini kengaytiradi. 200 million kishi. Kengaytirilgan bozor bilan eksport savdo hajmini oshirish va kengaytirishga yo'l ochishi mumkin.

Yuqori foyda: Hech bir kompaniya foyda olishni istamasa, eksport qilmaydi. Umuman olganda, katta bozorlardagi xalqaro mijozlar mahalliy xaridorga qaraganda ancha katta buyurtma berishlari mumkin. Ba'zi noyob mahsulotlar (masalan, ba'zi bir maxsus ovqatlar), shuningdek, chet el bozorida, ayniqsa iste'molchi nisbatan boy va premium mahsulot uchun premium narxni to'lashga tayyor bo'lgan bozorda yuqori narxga ega bo'lishi mumkin. Bu omillarning barchasi firmaning foyda marjasiga ijobiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Mahsulotning hayot aylanishini kengaytirish: Ichki bozorda sizning mahsulotingiz hayot siklining oxiriga yaqinlashishi mumkin. Bunday holda, eksport bozorini topish mahsulotning hayot aylanishini uzaytirish uchun ideal bo'ladi.

Chet elda mijozingizni kuzatib boring: Karib dengizidan Yevropaga va ayniqsa Shimoliy Amerikaga tashqi migratsiya juda yuqori. Bu Karib dengizi "ta'mi" va aniq Karib dengizi mahsulotlar uchun bir istagi bilan xorijda kattakon Karib dengizi diasporasi yaratish olib keldi. Siz ushbu vaziyatdan foydalanib, eksport savdosini amalga oshirish uchun diasporik bozorni yo'naltirishingiz mumkin.

Eksport bilan bog'liq muammolar:

Raqobat: Odatda eksport bozorlarida raqobatchilardan qochib bo'lmaydi. Dunyo globaldir va raqobatbardosh bo'lib qolish uchun oziq-ovqat va ichimliklar etkazib beruvchilar raqobatdan oldinda qolish va chet elda muvaffaqiyat qozonish uchun raqobatdosh ustunliklarini tushunishlari kerak.

Qo'shimcha xarajatlar: Eksport bozorini rivojlantirish vaqt talab etadi. Shuningdek, yangi reklama/marketing materiallarini ishlab chiqish, yangi qadoqlarni ishlab chiqish va sayohat qilish va boshqa ma'muriy va operatsion vazifalarni bajarish uchun yangi

xodimlarni tayinlash qimmatga tushishi mumkin. Ular firmalarning, ayniqsa kichik firmalarning moliyaviy resurslariga jiddiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Moliyaviy xatarlar: Eksport bozoridagi iqtisodiy yoki davlat cheklovlari sizning biznesingizga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Valyuta kursining o'zgarishi, ayniqsa, suzuvchi valyuta kursi bo'lgan Karib dengizi mamlakatlari uchun ham muammoli bo'lishi mumkin.

Bozor haqida ma'lumot: Ba'zi bozorlarda ma'lumot topish juda qiyin bo'lishi mumkin. Ma'lumotlarning yetishmasligi sizning raqobatchilaringiz va sizning aniq mahsulotingiz va shunga o'xshash mahsulotlar bilan bog'liq tendentsiyalar haqida yetarli ma'lumotga ega emasligingizni anglatadi. Bu sizning maqsadli bozorda yaxshi ishlash qobiliyatingizga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

2024- yilning yanvar-iyunida kichik tadbirkorlik subyektlari tomonidan amalga oshirilgan mahsulot (ishlar va xizmatlar) eksporti hajmi 3,8 mlrd AQSH dollarini yoki umumiy eksport hajmining 28,9 % ini tashkil etgan. Hududlar bo'yicha kichik tadbirkorlik subyektlari tomonidan amalga oshirilgan mahsulot (ishlar va xizmatlar) eksportining jamiga nisbatan eng ko'p ulushi:

Surxondaryo viloyatida – 84,9 %;

Sirdaryo viloyatida – 61,3 %;

Farg'ona viloyatida – 57,7 %;

Xorazm viloyatida – 57,5 %;

Buxoro viloyatida – 50,5 %;

Jizzax viloyatida – 50,2 % ni tashkil etgan.

Eksport salohiyatini oshirish bo'yicha takliflar:

1) Mahsulotning xalqaro standartlarga moslashtirilishi

Kichik korxonalarga sertifikatlash xarajatlarini qisman qoplash bo'yicha mexanizmlarni kengaytirish zarur.

2) Raqamli eksport infratuzilmasini rivojlantirish

Amazon, Alibaba, ETS kabi platformalar orqali mahsulotni eksport qilish imkoniyatlarini amplifikatsiya qilish.

3) Eksport marketingi va bozor izlanishlarini qo'llab-quvvatlash

Davlat va xususiy sektor hamkorligida mini-grantlar, konsultatsion markazlar tashkil etish maqsadga muvofiq.

4) Logistika va bojxona jarayonlarini soddalashtirish

Xalqaro yuk tashish tariflarini pasaytirish va bojxona integratsiyasini kuchaytirish eksport hajmini oshiradi.

5) Kadrlar salohiyatini rivojlantirish

Natija: Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyati ko'p omilli tizim bo'lib, uning shakllanishi ishlab chiqarish quvvatlari, moliyaviy barqarorlik, marketing imkoniyatlari, boshqaruv malakasi va innovatsion rivojlanish darajasiga bevosita bog'liqdir. Baholash mezonlari asosida olib borilgan tahlillar kichik biznes korxonalarining aksariyatida eksportga tayyorgarlikning past darajasi, xalqaro standartlarga moslashishdagi cheklovlar, bozor haqidagi axborot yetishmovchiligi va logistika xarajatlarining yuqoriligi kabi omillar mavjudligini aniqladi.

Tadqiqotda qo'llanilgan metodlar – SWOT tahlil, eksportga tayyorgarlik indeksi, raqobatbardoshlik indikatorlari va PEST tahlil – kichik korxonalar eksport imkoniyatlarini kompleks baholashda samarali vosita ekanligi aniqlandi. Shu bilan birga, eksport salohiyati yuqori bo'lgan korxonalar, odatda, mahsulotni sertifikatlash, marketingga sarmoya kiritish, yangi texnologiyalarni joriy etish va tashqi bozor talablari bilan moslashish bo'yicha faolroq ekanligi ma'lum bo'ldi. Natijalar korxonaning eksport salohiyatini oshirish uchun davlat tomonidan ko'rsatilayotgan qo'llab-quvvatlash mexanizmlaridan samarali foydalanish, raqamli eksport platformalarini keng joriy etish, eksportga yo'naltirilgan innovatsion yondashuvni kuchaytirish hamda bozor izlanishlari va marketing tadqiqotlariga e'tiborni oshirish zarurligini tasdiqladi. Tadqiqot asosida aniqlanishicha, eksport salohiyatini baholashning tizimli yondashuvi kichik biznesning xalqaro bozorlarga chiqish strategiyasini shakllantirishda muhim amaliy ahamiyatga ega.

Xulosa: Yig'ilgan ilmiy ma'lumotlar, amalga oshirilgan tahlillar va baholash natijalari shuni ko'rsatadiki, kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini shakllantirish va rivojlantirish mamlakat iqtisodiy barqarorligi hamda raqobatbardoshlik darajasini oshirishning muhim omillaridan biridir. Eksport salohiyati korxonaning ishlab chiqarish quvvatlari, moliyaviy barqarorligi, boshqaruv samaradorligi, marketing strategiyalari hamda innovatsion faolligi bilan belgilanadi. Shuning uchun uning holatini baholash ko'p omilli, tizimli yondashuvni talab etadi.

Tadqiqot shuni tasdiqladiki, kichik biznes eksportga chiqish jarayonida xalqaro standartlarga moslashish, tashqi bozor haqidagi axborot yetishmasligi, logistika xarajatlarining yuqoriligi va marketing salohiyatining pastligi kabi cheklovlarga duch keladi. Shu bilan birga, raqamli savdo platformalari, eksportni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmlari va innovatsion texnologiyalar kichik biznes eksport salohiyatini sezilarli oshirish imkonini bermoqda.

Maqolada keltirilgan takliflar — sertifikatlashni soddalashtirish, eksport marketingini kuchaytirish, logistika jarayonlarini optimallashtirish, eksportga tayyorgarlik indeksini amaliyotga keng joriy etish, kadrlar malakasini oshirish — kichik biznesning xalqaro bozorlarda raqobatbardoshligini mustahkamlashga xizmat qiladi. Shuningdek, baholashning ilmiy asoslangan metodologiyasi korxonalar uchun eksport strategiyasini shakllantirishda amaliy yo'nalish beradi.

Umuman olganda, kichik biznes eksport salohiyatini to'g'ri baholash va rivojlantirish nafaqat korxona daromadlarini oshiradi, balki mamlakatning tashqi savdo balansini mustahkamlash, iqtisodiy o'sishni jadallashtirish va xalqaro integratsiyani chuqurlashtirish uchun muhim strategik ahamiyatga ega.

ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Abduqayumov, A. (2021). Tashqi iqtisodiy faoliyat asoslari. Toshkent: "Iqtisodiyot" nashriyoti.
2. Jo'rayev, N., & Mamatqulov, O. (2020). Kichik biznes eksport salohiyatini oshirishning nazariy jihatlar. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, №3, 45–52.

3. Omonov, B. (2022). Kichik tadbirkorlik korxonalarining raqobatbardoshligi va eksport salohiyati. TDIU Ilmiy axboroti, №4, 98–106.
4. To'laganov, X. (2023). Eksport faoliyatini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmlari. O'zbekiston iqtisodiyoti jurnali, №2, 17–25.
5. Karimov, M. (2020). Tadbirkorlik subyektlarida marketing strategiyalarining eksportga ta'siri. Marketing va menejment jurnali, №5, 33–41.
6. Abdullayev, S. (2021). Xalqaro biznes va tashqi bozorlarga chiqish strategiyalari. Toshkent: "Fan va texnologiya".
7. Aaby, N.-E., & Slater, S. F. (1989). Management influences on export performance. International Marketing Review, 6(4), 7–26.
8. World Bank (2023). Global Trade Outlook and Statistics. Washington, D.C.
9. OECD (2022). SME and Entrepreneurship Outlook. Paris: OECD Publishing.
10. Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press.