

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ В РАЗВИТИИ ЭКСПОРТА МАЛОГО БИЗНЕСА В УЗБЕКИСТАНЕ

Расулов Нозимжон Набиджонович

доцент кафедры “Менеджмент”

Ферганского политехнического института

Аннотация: Данная статья рассматривает роль государственной поддержки в развитии экспорта малого бизнеса в Узбекистане. Анализируются инициативы и меры, осуществляемые правительством для стимулирования экспортной активности малых предприятий в стране. Подробно рассматриваются финансовая поддержка, обучение и консультации, продвижение на внешние рынки и поддержка маркетинга. Статья также описывает успешные примеры и проблемы, с которыми сталкиваются малые предприятия в процессе выхода на международные рынки.

Ключевые слова: государственная поддержка, экспорт, малый бизнес, развитие, инициативы, финансирование, международные рынки, продвижение.

В условиях глобализации и растущей конкуренции на мировых рынках развитие экспортной деятельности становится стратегическим приоритетом для многих стран, включая Узбекистан. Особенно важным сегментом в этом процессе является малый бизнес, который обладает гибкостью, инновационным потенциалом и способностью к быстрой адаптации к изменяющимся условиям рынка. Однако, несмотря на потенциал, многие малые предприятия сталкиваются с рядом препятствий при выходе на внешние рынки, включая недостаток финансирования, ограниченный доступ к информации о международной торговле, а также недостаточную поддержку со стороны государства. Рассмотрим роль, которую может сыграть государственная поддержка в стимулировании экспортной активности малого бизнеса в Узбекистане, а также предложим практические меры для ее усиления.

В современном мире развитие экспортной деятельности становится одним из ключевых элементов стратегии экономического роста для многих стран. В Узбекистане правительство активно осуществляет меры по поддержке малого бизнеса и стимулированию его экспортной активности. Эти инициативы направлены на создание благоприятной среды для развития малого и среднего предпринимательства, а также на улучшение доступа к внешним рынкам для узбекистанских товаропроизводителей. В данной статье мы рассмотрим основные инициативы государственной поддержки развития экспорта малого бизнеса в Узбекистане.

1. Финансовая поддержка. Одним из главных аспектов развития малого бизнеса является обеспечение его финансовыми ресурсами. В Узбекистане правительство предпринимает шаги по созданию специальных программ и инструментов финансовой поддержки для малых предприятий, желающих начать или развивать свою экспортную деятельность. Это включает в себя:

- Кредитные программы: Правительство Узбекистана предоставляет льготные кредиты и займы малому бизнесу на развитие производства и экспортной деятельности. Такие кредиты часто имеют низкие процентные ставки и гибкие условия возврата, что делает их более доступными для предпринимателей.

- Гарантии и страхование: Для уменьшения рисков, связанных с экспортом, государство предоставляет гарантии и страхование экспортных сделок. Это помогает малым предприятиям защитить себя от возможных финансовых потерь и повышает их конкурентоспособность на международном рынке.

2. Обучение и консультации. Одной из основных проблем, с которыми сталкиваются малые предприятия при выходе на внешние рынки, является недостаток знаний и опыта в области экспортной деятельности. В этом контексте государство Узбекистана предоставляет обучающие программы, семинары и консультации для малых предприятий, помогая им освоить основы экспортного бизнеса, разработать стратегии выхода на внешние рынки, а также преодолеть возможные препятствия и риски.

3. Поддержка маркетинга и продвижение продукции. Государство активно поддерживает малые предприятия в продвижении своей продукции на внешних рынках. Это включает в себя предоставление субсидий на участие в международных выставках и ярмарках, организацию промоушен-кампаний, а также разработку маркетинговых стратегий и материалов для продвижения узбекистанских товаров за рубежом.

4. Содействие в поиске партнеров и контрактов. Для поддержки экспортной деятельности малого бизнеса в Узбекистане правительство оказывает помощь в поиске потенциальных партнеров и заключении международных контрактов. Это включает в себя организацию деловых встреч, выставок и бизнес-миссий, а также создание онлайн-платформ для связи узбекистанских предприятий с зарубежными покупателями и дистрибьюторами.

В целом, инициативы государственной поддержки развития экспорта малого бизнеса в Узбекистане играют ключевую роль в создании благоприятной среды для развития предпринимательства и стимулирования его экспортной активности. Однако для достижения более значительных результатов необходимо постоянное совершенствование и дальнейшее развитие данных инициатив с учетом изменяющихся условий рынка и потребностей малого бизнеса.

Продвижение торговли и обеспечение доступа на внешние рынки являются ключевыми аспектами успешной экспортной стратегии для малого бизнеса. В Узбекистане правительство предпринимает широкий спектр мер по стимулированию малых предприятий к выходу на международные рынки и увеличению объемов экспорта. В этом контексте рассмотрим несколько важных инициатив, направленных на продвижение торговли и обеспечение доступа на рынки для узбекистанских предпринимателей.

1. Международные выставки и ярмарки. Участие в международных выставках и ярмарках играет ключевую роль в продвижении продукции на внешних рынках. В Узбекистане правительство активно поддерживает малые предприятия, обеспечивая им возможность участвовать в таких мероприятиях за счет предоставления субсидий на участие, организацию стендов и предоставление информационной поддержки.

2. Развитие торговых связей. Создание и развитие торговых связей с зарубежными партнерами является важным аспектом обеспечения доступа на внешние рынки. Правительство Узбекистана активно работает над установлением и расширением торговых отношений с другими странами, заключая торговые соглашения и соглашения о сотрудничестве, что способствует увеличению объемов экспорта узбекистанских товаров.

3. Онлайн-платформы для экспорта. В условиях цифровой трансформации правительство Узбекистана активно развивает онлайн-платформы для экспорта, которые позволяют узбекистанским предпринимателям легко находить партнеров и покупателей за рубежом. Такие платформы обеспечивают удобный доступ к информации о потенциальных рынках, контактам потенциальных партнеров и возможностям заключения сделок.

4. Поддержка международного маркетинга и брендинга. Для успешного выхода на внешние рынки необходимо эффективное продвижение продукции и укрепление бренда. Правительство Узбекистана предоставляет поддержку малым предприятиям в разработке и реализации международных маркетинговых стратегий, проведении рекламных кампаний и создании уникального имиджа для узбекистанских товаров на мировом рынке.

5. Консультационная поддержка и обмен опытом. Помимо финансовой поддержки, правительство Узбекистана оказывает малым предприятиям консультационную поддержку и организует обмен опытом с успешными экспортерами. Это позволяет предпринимателям получить необходимые знания и навыки в области экспортной деятельности, а также изучить опыт других компаний.

Инициативы по продвижению торговли и обеспечению доступа на рынки, предпринимаемые правительством Узбекистана, играют важную роль в развитии

экспортной активности малого бизнеса. Однако для достижения более значительных результатов необходимо дальнейшее развитие и совершенствование данных инициатив с учетом изменяющихся условий рынка и потребностей узбекистанских предпринимателей.

Важным условием для успешного выхода малого бизнеса на международные рынки является развитие потенциала владельцев и сотрудников малых предприятий. В рамках этой задачи правительство Узбекистана предоставляет программы обучения, семинары и консультации, чтобы оснастить владельцев малого бизнеса необходимыми знаниями и навыками, необходимыми для успешной работы на глобальном рынке. Эти программы включают в себя такие области, как управление экспортом, международный маркетинг, контроль качества и соблюдение международных стандартов и нормативов.

Ниже мы рассмотрим компании, которые правильно вели свою деятельность и добились успеха, а также проблемы, с которыми они сталкиваются.

- "Uzbek Textiles" - успешное узбекское предприятие, специализирующееся на производстве текстильной продукции высокого качества. Благодаря активному участию в международных выставках и ярмарках, компания смогла привлечь внимание зарубежных партнеров и заключить контракты на поставку своей продукции в страны Европы и Азии. Для усиления своего успеха компания активно применяет современные маркетинговые стратегии и участвует в программе поддержки экспорта со стороны государства.

- Компания "Uzbek Harvest" занимается производством высококачественных сухофруктов и орехов, которые пользуются популярностью как на внутреннем, так и на внешних рынках. Благодаря использованию современных технологий и обеспечению высоких стандартов качества, компания успешно укрепила свои позиции на международном рынке и заключила контракты с крупными торговыми сетями в различных странах.

К существующим проблемам можно добавить следующее:

1. Ограниченный доступ к финансированию. Для многих малых предприятий в Узбекистане остается актуальной проблема ограниченного доступа к финансированию для развития своей экспортной деятельности. Высокие процентные ставки по кредитам и недостаточное финансирование со стороны банков делают сложным расширение бизнеса и выход на международные рынки.
2. Недостаток информации о международной торговле. Многие малые предприятия сталкиваются с проблемой недостатка информации о международных рынках, требованиях к экспортным товарам, таможенных

процедурах и т.д. Отсутствие доступных консультаций и обучающих программ по международной торговле затрудняет успешное выход на внешние рынки.

3. Бюрократические и таможенные препятствия. Малые предприятия часто сталкиваются с трудностями при прохождении бюрократических процедур и таможенных формальностей при экспорте своей продукции. Затруднения с оформлением документов, долгие очереди на границе и непредсказуемые изменения в законодательстве могут замедлить процесс экспорта и повлиять на конкурентоспособность предприятий на международных рынках.

В целом, несмотря на некоторые проблемы, малые предприятия в Узбекистане имеют потенциал для успешного развития своей экспортной деятельности. Проведение дальнейших реформ в сфере поддержки малого бизнеса, улучшение доступа к финансированию, информации и упрощение таможенных процедур сыграют важную роль в стимулировании экспортного потенциала узбекистанских предприятий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кучкуров Д.А. Развитие малого бизнеса в Узбекистане: вызовы и перспективы. - Тошкент: Издательство "Узбекистан", 2019. - 180 с.
2. Абдурахимов Ш.М. Государственная поддержка малого бизнеса в сфере экспорта: опыт Узбекистана. - Тошкент: Наука и образование, 2020. - 220 с.
3. Саидова Н.Р. Роль государственных программ в развитии экспорта малого бизнеса в Узбекистане. - Ташкент: Узбекский государственный университет экономики и сервиса, 2018. - 150 с.
4. Хуршидов Ф.А. Экспортный потенциал малых предприятий Узбекистана и меры государственной поддержки. - Ташкент: Узбекский научно-исследовательский институт экономики, 2017. - 190 с.
5. Ёрматов Ильмидин Тошматович. (2024). Искусственный интеллект и эффективность работы текстильных предприятий в Узбекистане. Международный журнал исследований в области управления бизнесом, экономики и стратегии, 3 (3), 115–120. Получено с <https://scholarsdigest.org/index.php/bmes/article/view/611>.
6. Ерматов, И. Т. (2023). Государственная поддержка и проблемы малого и среднего бизнеса в Узбекистане. In Устойчивое развитие: анализ тенденций российской и мировой экономики (pp. 90-92).
7. Toshmatovich, Y. I. (2023). The role of the state and the international community in the fight against poverty in uzbekistan. Web of Humanities: Journal of Social Science and Humanitarian Research, 1(6), 4-7.
8. I.T. Yormatov, & Sh. Tudiboev. (2022). KICHIK BIZNESNING KATTA IMKONIYATLARI. Prospects of development of science and education, 1(2). 41-46. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7047923>

1. 9.. Ёрматов, И. Т. (2022). Роль малых предприятий и частных предпринимателей в развитии экономики Узбекистана. *Barqarorlik va yetakchi tadqiqotlar onlayn ilmiy jurnali*, 2(10), 332-339.
9. Ёрматов, И. Т. (2023). Проблемы Инновационной Деятельности Текстильной Промышленности Узбекистана. *Periodica Journal of Modern Philosophy, Social Sciences and Humanities*, 14, 37-41.
10. Yormatov, I. T. (2022). Роль частного бизнеса в экономике Узбекистана. *Nazariy va amaliy tadqiqotlar xalqaro jurnali*, 2(11), 215-220.
11. Yormatov, I. T., & Ahmedov, T. X. (2022). SANOAT 4.0 DA HR MENEGEMENTNING O'RNI. *Общественные науки в современном мире: теоретические и практические исследования*, 1(18), 64-67.
12. Расулов Н.Н. Повышение эффективности управления диверсификацией деятельности предприятий обувной промышленности. *Наука сегодня: проблемы и пути решения. (материалы международной научно-практической конференции) г. Вологда, 25 марта 2020 г. – Вологда: ООО «Маркер», 2020, 104 б.*
13. Расулов Н.Н. Пойафзал маҳсулотлари маркетингида товар ассортиментини стратегик режалаштириш. *Иқтисодиётнинг ижтимоий секторини ривожлантиришнинг долзарб масалалари: миллий ва хорижий тажриба. Халқаро илмий-амалий конференция – Андижон.: АДУ, 2020, 360 б.*
14. Расулов Н.Н. Содержание и направления развития маркетинговой деятельности обувной продукции в условиях инновационных преобразований. // *International Scientific Journal Teoretical & Applied Science*. p- ISSN: 2308-4944 (print), e - ISSN: 2409-0085 (online) Year: 2019 Issue: 10 Volume: 78. 474-480 б.
15. Расулов Н.Н. Пойафзал маҳсулотлари бозорини шаклланиш ва ривожланишида маркетинг. // *Иқтисодиёт ва таълим. 2019 й. 6-сон. 56-61 б. (08.00.00. № 11)*
16. Расулов Н.Н. Пойафзал маҳсулотлари бозорида маркетинг фаолияти ва уни амалга оширилиши. // *Сервис. 2019 й, 3-махсус сони. 131-135 б. (08.00.00. № 11)*
17. Расулов Н.Н. Туризм инфратузилмасида сармоя тушунчаси. «Қишлоқ хўжалик маҳсулотларини ишлаб чиқариш, сақлаш ва қайта ишлашнинг тежамкор технологиялари ва уларнинг инновацион ечимлари». *Республика илмий ва илмий –техник анжумани материаллари. – Фарғона.: ФарПИ, 2017 й. 2-қисм, 445-446 б.*
18. Расулов Н.Н. Бозор иқтисодиёти шароитида нарх навони шаклланиши ва унда маркетинг тамойилидан фойдаланиш. (Республика илмий- амалий конференцияси). – Тошкент, 2008, 217-219 б. II бўлим (II часть; II part)

19. Жумаев О.С., Расулов Н.Н. Истеъмол товарлари бозорида прогнозлаш усулларини такомиллаштириш. // Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар. 2021 йил, 3-сон, 221-231 б.
20. Қодиров С., Расулов Н.Н. The problems of national economic planning. Иқтидорли талабалар, магистрантлар, катта илмий ходим-изланувчи ва мустақил тадқиқотчилар илмий-амалий анжумани материаллари тўплами. – Фарғона.: ФарПИ,2017, 41-42 б;
21. Ёрматов И., Расулов Н.Н. Маркетинг ислоҳотларини чуқурлаштириш ва ривожланишини таҳлил қилиш. «Иқтисодий ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш йўналишлари» (Республика илмий-амалий анжумани материаллари). – Фарғона, 2015 йил, 171 б.