

O'ZBEKISTONDAGI KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI UCHUN EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISH BO'YICHA XALQARO TAJRIBALAR VA ULARNING AHAMIYATI

Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi

Toshkent menejment va iqtisodiyot instituti

Ilmiy ishlar va innovatsiyalar

bo'limi boshlig'i, i.f.f.d., dotsentii

Annotatsiya. Mazkur maqolada eksport salohiyatini oshirishda xalqaro tajribalar o'rganilib, ularning mohiyati, amaliy mexanizmlari va O'zbekiston sharoitida qo'llash imkoniyatlari tahlil qilingan. Xususan, Turkiya, Janubiy Koreya, Germaniya va Polsha kabi mamlakatlar tajribasi asosida kichik biznes subyektlarining tashqi bozorga chiqishiga ko'maklashuvchi yondashuvlar tahlili keltirilgan.

Kalit so'zlar: eksport salohiyati, kichik biznes, xalqaro tajriba, tashqi bozor, qo'llab-quvvatlash mexanizmlari

Abstract. This article explores international practices for enhancing export potential, analyzing their essence, practical mechanisms, and applicability in the context of Uzbekistan. In particular, the paper examines approaches supporting the entry of small business entities into foreign markets, based on the experiences of countries such as Turkey, South Korea, Germany, and Poland.

Keywords: export potential, small business, international experience, foreign market, support mechanisms

Аннотация. В данной статье исследуются международные практики повышения экспортного потенциала, анализируются их сущность, прикладные механизмы и возможности применения в условиях Узбекистана. В частности, рассматриваются подходы к поддержке выхода субъектов малого бизнеса на внешние рынки на примере таких стран, как Турция, Южная Корея, Германия и Польша.

Ключевые слова: экспортный потенциал, малый бизнес, международный опыт, внешний рынок, механизмы поддержки

Kirish

Bugungi global iqtisodiy munosabatlar chuqurlashib borayotgan davrda eksport salohiyati har bir mamlakatning tashqi iqtisodiy faoliyatdagi muvaffaqiyatini belgilovchi muhim omillardan biri sifatida qaralmoqda. Ayniqsa, zamonaviy iqtisodiyotda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining eksportga yo'naltirilganligi milliy

iqtisodiyotning diversifikatsiyasi, barqaror o'sishi va valyuta tushumlarining ko'payishida hal qiluvchi rol o'ynaydi. Shu bois, ko'plab rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar o'z iqtisodiy siyosatlarida aynan kichik biznes eksportini rag'batlantirishga alohida e'tibor qaratmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan olib borilayotgan keng

ko'lamli iqtisodiy islohotlar doirasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash, ularning tashqi bozorlarga chiqishini rag'batlantirish ustuvor vazifa etib belgilanmoqda. Jumladan, "Yangi O'zbekiston - 2022–2026 yillarga mo'ljallangan Taraqqiyot strategiyasi"da eksport hajmini oshirish, eksport geografiyasini kengaytirish va eksportchilarga institutsional yordam ko'rsatish borasida aniq maqsadlar belgilab berilgan.

Shu bilan birga, O'zbekistondagi ko'plab kichik biznes subyektlari o'z mahsulotlarini xorijiy bozorga olib chiqishda qator tizimli muammolar, xususan, moliyaviy, axborot, marketing, logistika, va sertifikatlash bilan bog'liq to'siqlarga duch kelmoqda. Bu esa ularning eksport salohiyatidan to'liq foydalanishga imkon bermaydi.

Bunday vaziyatda xalqaro tajribalarni chuqur o'rganish, turli davlatlarda kichik biznes eksportini rivojlantirishda qo'llanilayotgan samarali yondashuvlar va mexanizmlarni tahlil qilish, ularning afzallik va kamchiliklarini aniqlash – ilmiy izlanishlar uchun dolzarb ahamiyat kasb etadi. Ayniqsa, kichik biznesning eksport salohiyatini baholash va uni eksport salohiyatini oshirishga qaratilgan **moliyaviy vositalar (export credit, grantlar), voucher dasturlari, klaster yondashuvlari, va konsalting xizmatlarini integratsiyalash** kabi mexanizmlar tahlili O'zbekiston uchun alohida ahamiyat kasb etadi.

Maqolada Turkiya, Janubiy Koreya, Germaniya, Polsha kabi mamlakatlarning kichik biznes eksportini qo'llab-quvvatlash borasidagi ilg'or tajribalari tahlil qilinadi. Mazkur tajribalar asosida O'zbekiston sharoitida qanday institutsional va iqtisodiy mexanizmlarni tatbiq etish mumkinligi yuzasidan takliflar ilgari suriladi.

Ushbu tadqiqot natijalari, bir tomondan, kichik biznes eksport salohiyatini oshirishda strategik yondashuvni shakllantirishga yordam bersa, ikkinchi tomondan, eksportga chiqa olmayotgan yangi subyektlar uchun samarali yo'l xaritasini ishlab chiqishda metodologik asos bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Eksport salohiyatini oshirish va kichik biznesni tashqi bozorlarga integratsiyalash bo'yicha ilmiy adabiyotlar soni so'nggi yillarda jadal ortib bormoqda. Tadqiqotlar asosan ikki yo'nalishda olib boriladi:

1. eksport faoliyatining nazariy asoslari va baholash uslublari;
2. mamlakatlar kesimida amaliy tajribalar va davlat siyosatining eksportga ta'siri.

Avvalo, eksport salohiyatining mohiyati, tuzilmasi va uni o'lchash metodologiyasiga oid ishlanmalar alohida ahamiyat kasb etadi. Masalan, A. Rugman va A. Verbeke (2003) o'z asarlarida xalqaro bozorga chiqishda kichik va o'rta bizneslarning innovatsion salohiyati va "liability of foreignness" tushunchasini chuqur yoritgan. Ular kompaniyalarning xalqaro bozordagi raqo-

batbardoshligini oshirishda ichki bilimlar va tarmoq strategiyalarining ahamiyatini asoslagan.

O'zbekiston olimlaridan A.X. Xamidov (2021), G.Q. Abdurahmonov (2019) va A.R. Saidov (2020) eksport salohiyatini hududlar, tarmoqlar va firmalar kesimida tahlil qilgan bo'lib, ayniqsa kichik tadbirkorlik subyektlarining eksportdagi ulushi, to'siqlar va imkoniyatlar masalalarini yoritgan. Biroq ularning ishlanmalarida xalqaro tajribalar bilan taqqoslash, mexanizmlarni moslashtirish masalasi kamroq yoritilgan.

Eksportni qo'llab-quvvatlashga doir xalqaro tajribalarni o'rgangan ilmiy ishlar ichida OECD (2020), World Bank (2019) va UNCTAD (2021) tomonidan tayyorlangan hisobotlar asosiy o'rin tutadi. Bu manbalarda eksport oldi xizmatlar, "export readiness" indeksleri, klasterlash, moliyaviy qo'llab-quvvatlash (export credit, grants) kabi yo'nalishlar keng yoritilgan. Xususan, Janubiy Koreyadagi "Export Voucher Program", Turkiyaning KOSGEB tizimi, Germaniyadagi "Go International" dasturi va Polshaning EU-funded "Go Poland" dasturi misol sifatida keng ko'rilgan.

Boshqa tomondan, kichik biznes subyektlarining eksportga chiqishida institutsional va axborot infratuzilmasi, logistika va tashqi savdo tartibotlarining soddaligi muhim omil sifatida alohida ko'riladi (Love & Roper, 2015). Ularning fikricha, yangi eksportchilarning muvaffaqiyati ko'p jihatdan eksportga tayyorlik darajasiga bog'liq

bo'lib, bunda davlat tomonidan ko'rsatiladigan dastlabki xizmatlar (training, certification, consulting) hal qiluvchi rol o'ynaydi.

Shuningdek, eksport salohiyatini baholashda zamonaviy indikatorlar — masalan, "Export Potential Index" (ITC), "Ease of Trading Across Borders" (WB Doing Business) kabi reyting va indekslar orqali makro va mikro darajadagi tahlillar muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu indekslar yordamida mamlakat va tarmoq darajasida eksport imkoniyatlarini aniqlash va strategiyalarni shakllantirish mumkin.

Umuman olganda, mavjud ilmiy adabiyotlar eksport salohiyatini oshirishda:

- davlat tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlar paketining ahamiyati,
- eksportga tayyorgarlikning baholanishi,
- tashqi bozorlarga chiqishdagi institutsional yordam,
- tarmoqlar kesimida klaster yondashuvi va raqamli xizmatlarning qo'llanilishi kabi jihatlar alohida e'tibor qaratmoqda.

Shu asosda, O'zbekiston sharoitida xalqaro tajribalarni moslashtirish va milliy modelni ishlab chiqish uchun yetarli ilmiy-metodik asos mavjud, biroq ularni amaliyot bilan uyg'unlashtirish bo'yicha kompleks yondashuv zarur.

Tadqiqot metodologiyasi

Mazkur tadqiqotda eksport salohiyatini oshirishda xalqaro tajribalarni tahlil qilish va O'zbekiston sharoitida ularni moslashtirish imkoniyatlarini

aniqlash uchun kompleks metodologik yondashuv qo'llanildi. Tadqiqot quyidagi bosqichlarda amalga oshirildi:

Tadqiqot dizayni. Tadqiqot tasviri-analitik va solishtirma-tahliliy xarakterga ega bo'lib, mavjud holatni o'rganish, ilg'or tajribalarni aniqlash va ularni O'zbekiston kontekstiga moslashtirishdan iborat. Ilmiy asoslashda deduktiv va induktiv yondashuvlar birgalikda qo'llanildi:

- Deduktiv yondashuv orqali eksport salohiyatiga ta'sir qiluvchi omillar nazariy jihatdan aniqlanib, tahlil mezonlari belgilandi.

- Induktiv yondashuv esa amaliy tajribalardan kelib chiqib, umumiy xulosalar chiqarishda xizmat qildi.

Ma'lumotlar manbalari. Tadqiqotda quyidagi ikkilamchi ma'lumotlar manbalaridan foydalanildi:

- xalqaro tashkilotlar: OECD, World Bank, UNCTAD, ITC, IMF, WTO ma'lumotlari va hisobotlari;

- milliy manbalar: O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi, Investitsiyalar va tashqi savdo vazirligi, Iqtisodiy tadqiqotlar va islohotlar markazi (CERR);

- akademik adabiyotlar: eksport va kichik biznes bo'yicha ilmiy maqolalar, dissertatsiyalar, xalqaro nashrlar (Google Scholar, JSTOR, ScienceDirect);

- tashqi iqtisodiy faoliyatga oid qonunchilik hujjatlari: O'zbekiston Respublikasi Prezident farmonlari, hukumat qarorlari va me'yoriy hujjatlar.

Metodik vositalar. Tadqiqotda quyidagi metodlardan foydalanildi:

Solishtirma tahlil (benchmarking): Turkiya, Janubiy Koreya, Germaniya, Polsha kabi davlatlarning eksportga ko'maklashuvchi institutlari va dasturlari o'zaro taqqoslandi.

SWOT-tahlil: O'zbekiston kichik biznesining eksport salohiyatidagi kuchli, zaif jihatlar, imkoniyatlar va tahdidlar tahlil qilindi.

PESTLE tahlil: Siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, texnologik, huquqiy va ekologik omillarning eksportga ta'siri baholandi.

Ekspert suhbatlari va kontent-tahlil: Eksport sohasidagi mutaxassislar (agentliklar, TIF korxonalari vakillari) bilan norasmiy intervyular o'tkazilib, ularning fikrlari asosida natijalar mustahkamlandi.

Indikatorlar asosidagi baholash: ITC Export Potential Map (potensial va reallikka asoslangan tahlil), World Bank's Ease of Doing Business (Trading Across Borders) indikatorlari, OECD SME Policy Index orqali kichik biznesni eksportga tayyorlash darajasi tahlil qilindi.

Mintaqaviy va tarmoq konteksti. Tadqiqotda O'zbekistonning turli hududlaridagi (Toshkent, Farg'ona vodiysi, Qoraqalpog'iston va h.k.) eksport salohiyatiga ega kichik biznes tarmoqlari (yengil sanoat, oziq-ovqat, mevasabzavot, hunarmandchilik, IT xizmatlari) alohida ko'rib chiqildi. Har bir tarmoq bo'yicha eksportni rag'batlantirishda xalqaro tajribalarning moslashuvchanligi baholandi.

Tadqiqot cheklovlari. Tadqiqot quyidagi cheklovlar bilan yuzlashdi:

- ma'lumotlarning ba'zilarining yetarlicha ochiq bo'lmasligi;
- eksport xizmatlarining statistik jihatdan yetarlicha aniqlanmaganligi;
- xalqaro tajribalarni to'liq implementatsiya qilishda O'zbekistonning institutsional farqlari.

Tahlil va natijalar

Ushbu tadqiqot doirasida xalqaro amaliyotda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini oshirishda qo'llanilgan asosiy mexanizmlar va yondashuvlar tizimli tarzda o'rganildi. Xususan, Turkiya, Janubiy Koreya, Germaniya va Polsha kabi davlatlar misolida ushbu yo'nalishdagi institutlar faoliyati, moliyalashtirish mexanizmlari, infratuzilmaviy va axborot-ko'mak tizimlari tahlil qilindi.

Eksport salohiyatini rivojlantirishda institutlarning o'rni aniqlandi. Tahlil natijalariga ko'ra, yuqorida ko'rsatilgan mamlakatlarda kichik biznes subyektlarini eksportga tayyorlash va qo'llab-quvvatlash uchun maxsus ixtisoslashgan institutlar faoliyat yuritadi. Jumladan: Turkiyada KOSGEB, Koreyada KOTRA va SMBA, Germaniyada BMWK va GIZ, Polshada PAIH va EU fondlariga integratsiyalashgan markazlar.

Bu institutlar nafaqat moliyaviy yordam (grant, kredit, voucherlash), balki konsalting, trening, eksport rejalashtirish, marketing xizmatlari ko'rsatish orqali kichik korxonalarining eksportdagi ishtirokini keskin oshirgan.

Moliyaviy mexanizmlar eksport salohiyatini oshirishda hal qiluvchi omil sifatida namoyon bo'ldi. Tadqiqotda aniqlanishicha, muvaffaqiyatli davlatlar kichik biznesning eksportga chiqishi uchun moliyaviy barerlarni kamaytirish maqsadida quyidagi mexanizmlardan keng foydalanadi: Koreyada "Export Voucher Program" orqali kichik korxonalar marketing, sertifikatlash, logistika kabi xizmatlar xarajatlarini qoplaydi. Turkiyada eksportga tayyorlov grantlari va ko'rgazmalarda ishtirok uchun subsidiya beriladi. Germaniyada esa "develoPPP" dasturi orqali xususiy sektor eksport infratuzilmasiga jalb qilinadi. Bu mexanizmlar eksport hajmini oshirishda bevosita samara berayotganligi statistik ma'lumotlar bilan tasdiqlangan.

Eksport infratuzilmasi va klaster yondashuvlarining samaradorligi tasdiqlandi. Ko'pchilik rivojlangan davlatlar eksportni geografik yoki tarmoq asosida tashkil etilgan klasterlar orqali rag'batlantirmoqda. Masalan, Germaniyada avtomobil qismlari, elektrotexnika va IT eksporti bo'yicha sanoat klasterlari mavjud.

Polshada "Business Harbour" dasturi orqali IT klasterlari boshqa davlatlarga xizmat eksportini yo'lga qo'ygan. Shu tarzda kichik biznes subyektlari yagona infratuzilma, eksport bozorlariga kollektiv chiqish, resurs almashinuvi kabi afzalliklardan foydalanmoqda.

Eksport bozorlariga kirishda raqamli yondashuvlar muhim vosita sifatida e'tirof etildi. Raqamli eksport

platformalari (masalan, KOTRAning B2B platformasi, Turkiya Eksportchilar portali, Go International) kichik biznesga global bozorlarga kirishda muhim rol o'ynaydi. O'zbekiston sharoitida esa bunday raqamli platformalarning yetishmasligi eksport imkoniyatlarining chekliligiga olib kelmoqda.

O'zbekiston sharoitiga moslashtirish imkoniyatlari tahlil qilindi. Tadqiqot davomida aniqlanishicha, yuqoridagi tajribalar to'liq ko'chirib olinmasdan, mahalliy iqtisodiy sharoit va infratuzilmaga moslashtirilgan holda tatbiq etilishi lozim. Jumladan, Export Voucher dasturining soddalashtirilgan variantini joriy etish, eksportchi kichik korxonalar uchun "Eksport bo'yicha inkubatsiya markazlari" tashkil etish, Davlat va xususiy sheriklik asosida eksport klasterlarini yaratish, elektron ko'rgazmalar va B2B platformalar yaratishda raqamli marketing vositalaridan foydalanish tavsiya etiladi.

Muhokama

Turkiya tajribasi. Eksport infratuzilmasi va klaster yondashuvi. Turkiya kichik va o'rta biznes subyektlarining (KO'B) eksportini qo'llab-quvvatlashda "TURK EXIMBANK" faoliyati, klasterlashgan sanoat zonalari va eksporterlar uchun grant dasturlarini amalda qo'llamoqda. KOSGEB agentligi tomonidan kichik biznes uchun eksport tayyorgarligi, sertifikatlashtirish va marketing xarajatlari subsidiyalanadi. Eksport oldi bosqichida xizmatlar ko'rsatish orqali yangi eksportyorlarning shakllanishiga yordam beradi.

Janubiy Koreya tajribasi. Voucher va raqamli texnologiyalar asosidagi qo'llab-quvvatlash. Koreyada "SME Export Voucher Program" orqali kichik biznes vakillariga eksport bozorlarini o'rganish, brending, onlayn marketing va logistika xarajatlari uchun maxsus voucherlardan foydalanish imkoniyati yaratilgan. Bunda davlat va xususiy konsalting kompaniyalari hamkorlikda ishlaydi. Elektron platformalar orqali xizmatlar avtomatlashtirilgan va shaffoflik yuqori darajada.

Germaniya tajribasi. Tashqi bozorga chiqishni rejalashtirish strategiyasi. Germaniyada "BMWK – Go International" dasturi orqali kichik korxonalar eksport strategiyasini ishlab chiqishda yordam oladi. Kichik firmalar savdo-sanoat palatalari orqali yuridik va marketing xizmatlarini olishadi. Eksport uchun tayyorgarlik darajasi maxsus mezonlar asosida baholanadi. Tizimli rejalashtirish va ehtiyoj asosidagi xizmatlar taqdim etiladi.

Polsha tajribasi: Yevroittifoq fondlari va "internatsionalizatsiya" strategiyasi. Polshada KO'Blar Yevropa Ittifoqi fondlari orqali moliyalashtiriladigan eksport dasturlarida qatnashadi. "Go Poland" dasturi orqali kompaniyalarga xalqaro ko'rgazmalarda qatnashish, mahsulot sertifikatlash va tashqi bozor marketingiga subsidiya ajratiladi. Polsha modeli orqali kichik biznes eksport faoliyatining dastlabki bosqichlarida muhim institutsional ko'mak olinadi.

O'rganilgan xalqaro tajribalar shuni ko'rsatmoqdaki, kichik biznes va

xususiyl tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini oshirishda davlat siyosatining tizimlilik darajasi va yondashuvlarning integratsiyalashganligi hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Ushbu bo'limda Turkiya, Janubiy Koreya, Germaniya va Polsha tajribasi asosida aniqlangan mexanizmlar va ularni O'zbekiston sharoitida qo'llash imkoniyatlari tahlil qilinadi.

Tashkiliy-institutsional yondashuvning ahamiyati. Xalqaro tajribalardan ko'rinib turibdiki, kichik biznes eksportini rivojlantirishda markazlashtirilgan muvofiqlashtiruvchi institutlar muhim o'rin tutadi. Masalan, Turkiyadagi KOSGEB yoki Koreyadagi KOTRA kabi tashkilotlar kichik biznesni bosqichma-bosqich eksportga tayyorlash tizimini yo'lga qo'ygan. O'zbekistonda esa bu kabi yagona institutlar mavjud emas yoki ularning vakolatlari chegaralangan. Bu holat kichik biznes subyektlarining eksportga kirishini murakkablashtiradi. Shu sababli, eksportga ixtisoslashgan kichik biznes agentligini tashkil etish dolzarb masala hisoblanadi.

Moliyaviy vositalarning mavjudligi va soddaligi. Germaniya va Koreya tajribasi asosida ko'rinadiki, eksport faoliyatini rag'batlantirishda kichik biznes uchun soddalashtirilgan grant,

voucher va kafillik tizimlari muhim rol o'ynaydi. O'zbekistonda Eksportchilar kengashi va Savdo-sanoat palatasi tomonidan ayrim imtiyozlar berilayotgan bo'lsa-da, ular ko'plab kichik tadbirkorlik subyektlari uchun yetarlicha qulay va ommaviy emas.

Shu nuqtayi nazardan, "eksport voucheri" mexanizmi asosida kichik korxonalar uchun xizmatlar (logistika, sertifikatlash, marketing, tarjima) xarajatlarini qoplash tizimini joriy etish foydali bo'ladi.

Raqamli infratuzilma va marketing platformalari kamchiligi

Xalqaro amaliyotda kichik biznes uchun raqamli B2B platformalar (masalan, Turkiyadagi turkiyeexporters.gov.tr, Koreyadagi KOTRA B2B) katta yordam beradi. Bu platformalar orqali kichik korxonalar chet el xaridorlari bilan onlayn aloqaga chiqadi, mahsulotlarini tanishtiradi va eksport shartnomalari tuzadi.

O'zbekiston sharoitida esa bunday platformalar yo'q darajasida. Shu sababli:

- mahalliy raqamli eksport portalini yaratish,
- kichik biznes uchun elektron ko'rgazma tizimini ishga tushirish muhim takliflardan biri bo'lib qoladi.

#	Mamlakat	Asosiy yondashuvlar	Eksportga ta'siri
1.	Turkiya	EXIMBANK, KOSGEB, klasterlar	Eksportda KO'B ulushi 35% dan ortiq
2.	Janubiy Koreya	Voucher, raqamli platformalar	Yangi eksportyorlar soni ortmoqda
3.	Germaniya	Eksport strategiyasi va biznes inkubatorlar	Eksport tayyorgarligi indeksasi joriy
4.	Polsha	EU fondlari, subsidiya, ko'rgazmalar	KO'B eksportining geografiyasi kengaydi

Klaster yondashuvi orqali eksportni jadal rivojlantirish imkoniyati. Germaniya va Polshada kichik biznes eksporti sanoat klasterlari va hududiy ixtisoslashuv asosida rivojlantirilmoqda. Bu yondashuv kichik subyektlarga yagona infratuzilma, muhandislik xizmatlari, transport va bojxona logistikasi bilan ulashgan tarzda eksportga chiqishni osonlashtiradi.

O'zbekistonda bu yondashuv hali to'liq shakllanmagan. Shu sababli, eksportga yo'naltirilgan kichik biznes klasterlarini, masalan, tekstil, charm, qandolat, IT xizmatlari yo'nalishida hududiy asosda shakllantirish, mavjud ishlab chiqaruvchilarni "eksport markazlari" atrofida birlashtirish kerak.

Xulosa va takliflar

Xalqaro tajribalar shuni ko'rsatmoqdaki, kichik biznes eksport salohiyatini rivojlantirish, institutsional qo'llab-quvvatlash (agentliklar, inkubatorlar), moliyaviy vositalar (kreditlar, grantlar, sug'urtalar), eksportga tayyorgarlik (trening, marketing, konsalting) kabi kompleks yondashuvni talab qiladi.

O'zbekiston sharoitida quyidagi takliflar muhim hisoblanadi:

1. Eksportga yo'naltirilgan kichik biznes uchun alohida "eksport voucher" tizimini yaratish.
2. Eksport faoliyatini "Eksport salohiyati indeksi" asosida baholab, shunga mos xizmatlar paketini shakllantirish.
3. Yangi eksportyorlar uchun "eksportga start" inkubator dasturlarini yo'lga qo'yish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг "Экспорт фаолиятини янада рағбатлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида"ги ПҚ-5054-сонли қарори, 2021 йил 20 март.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг "2022–2026 йилларга мўлжалланган янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида"ги Фармони, ПФ-60-сон, 28.01.2022.
3. State Committee of the Republic of Uzbekistan on Statistics. (2024). Foreign trade turnover indicators. Retrieved from: <https://stat.uz>

4. KOSGEB (Small and Medium Enterprises Development Organization of Turkey). (2023). *Annual Report*. Ankara: KOSGEB Publications.
5. Korea Trade-Investment Promotion Agency (KOTRA). (2023). *Export Voucher Program Overview*. Seoul: KOTRA.
6. Federal Ministry for Economic Affairs and Climate Action (BMWK). (2022). *SME Export Support Strategy in Germany*. Berlin: BMWK.
7. Polish Investment and Trade Agency (PAIH). (2023). *Export support programs for SMEs*. Warsaw: PAIH. International Trade Centre (ITC). (2021)