



**RIVOJLANAYOTGAN VA RIVOJLANGAN MAMLAKATLARDA
KICHIK BIZNESNING EKSPORT IMKONIYATLARINI TAHLIL
QILISH: GERMANIYA VA JANUBIY KOREYA MISOLIDA**

Ishmuradov Bahodir Sunnatovich

*JIDU, Xalqaro moliya va
investitsiyalar kafedrasi o`qituvchisi*

+998909863538

[*ishmuradov@uwed.uz*](mailto:ishmuradov@uwed.uz)

*JIDU, XIM fakulteti, Tashqi iqtisodiy
faoliyat yo`nalishi magistranti*

Musabekov Sherali Nazarali o`g`li

n.sh.musabekov@kokanduni.uz

Annotatsiya

Ushbu tadqiqot kichik va o'rta biznesning (KO'B) xalqaro savdodagi rolini va eksport salohiyatini ochib berishga qaratilgan. Unda ikki qutbli yondashuv – Germaniyaning evolyutsion, sanoatga asoslangan "Mittelstand" modeli va Janubiy Koreyaning davlat tomonidan faol rag'batlantiriladigan, texnologik va bozorga yo'naltirilgan modeli chuqur qiyosiy tahlil qilinadi. Tadqiqotda rasmiy statistik ma'lumotlar, davlat dasturlarining aniq mexanizmlari va ularning iqtisodiy samaradorligi (ishtirokchi kompaniyalar soni, eksport o'sishi, yaratilgan qiymat) kabi miqdoriy ko'rsatkichlarga alohida e'tibor qaratilgan. Maqsad – ushbu muvaffaqiyatli modellarning asosiy harakatlantiruvchi kuchlarini aniqlash va rivojlanayotgan mamlakatlar uchun amaliy, dalillarga asoslangan tavsiyalar ishlab chiqishdir.



Аннотация

Данное исследование направлено на раскрытие роли малого и среднего бизнеса (МСБ) во внешней торговле и его экспортного потенциала. Анализ осуществлён на основе двух ключевых подходов — эволюционной, промышленно ориентированной модели Германии «Mittelstand» и государственно стимулируемой, технологически и рыночно направленной модели Республики Корея. В работе уделено особое внимание количественным показателям: официальной статистике, механизмам государственных программ, их экономической эффективности (число участвующих компаний, рост экспорта, созданная добавленная стоимость). Цель исследования — выявить основные движущие силы указанных успешных моделей и разработать практические, доказательные рекомендации для развивающихся стран.

Abstract

This study explores the role of small and medium-sized enterprises (SMEs) in international trade and their export potential. It provides a comparative analysis of two prominent approaches: Germany's evolutionary, industry-driven Mittelstand model and South Korea's state-supported, technology- and market-oriented model. Special emphasis is placed on quantitative indicators, including official statistical data, mechanisms of government programs, and their economic effectiveness (number of participating firms, export growth, and value added). The objective is to identify the key driving forces behind these successful models and to formulate practical, evidence-based recommendations for developing countries.

Kalit so'zlar

Kichik va o'rta biznes (KO'B), eksport strategiyasi, IMRAD, Germaniya, Mittelstand, yashirin chempionlar, Janubiy Koreya, eksport vaucheri, davlat siyosati, iqtisodiy samaradorlik.

Kirish



Jahon iqtisodiyotida kichik va o'rta biznes (KO'B) yalpi ichki mahsulot (YAIM) yaratish va aholi bandligini ta'minlashning fundamental asosi hisoblanadi. Jahon banki ma'lumotlariga ko'ra, KO'Blar dunyodagi biznes sub'ektlarining qariyb 90 foizini va ish o'rinlarining 50 foizdan ortig'ini tashkil qiladi¹. Ularning eksport faoliyatiga jalb etilishi nafaqat alohida korxonalarning o'sishini, balki milliy iqtisodiyotning diversifikatsiyasi, innovatsion salohiyatining oshishi va tashqi iqtisodiy shoklarga chidamliligini ta'minlaydigan strategik vazifadir. KO'Blar yirik korporatsiyalarga qaraganda ancha moslashuvchan bo'lib, bozorning yangi va tor segmentlarini (niche markets) egallashda yuqori salohiyatga ega.

Biroq, KO'Blar xalqarolashuv yo'lida jiddiy to'siqlarga duch kelishadi. Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (OECD) tadqiqotlariga ko'ra, bu to'siqlar asosan uch guruhga bo'linadi: (1) Ichki to'siqlar: moliyaviy resurslar va eksport tajribasiga ega kadrlar yetishmasligi; (2) Tashqi bozor to'siqlari: xorijiy bozorlar, raqobatchilar va iste'molchilar preferensiyalari haqida ma'lumotlar kamligi; (3) Institutsional to'siqlar: murakkab bojxona tartib-taomillari, savdo to'siqlari va xorijiy sertifikatlarni olishdagi qiyinchiliklar.² Ushbu to'siqlarni bartaraf etishda davlatning maqsadli va samarali qo'llab-quvvatlash siyosati hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi.

Ushbu tadqiqotning dolzarbligi shundaki, ko'plab rivojlanayotgan mamlakatlar KO'B eksportini rag'batlantirishga harakat qilmoqda, biroq ko'pincha tizimli va ilmiy asoslangan yondashuv yetishmaydi. Shu maqsadda, ushbu maqolada ikki muvaffaqiyatli, ammo fundamental farqlarga ega bo'lgan model – Germaniya va Janubiy Koreya tajribasi chuqur tahlil qilinadi. Germaniya o'zining tarixan shakllangan, sanoatga yo'naltirilgan, yuqori sifat va ixtisoslashuvga asoslangan "Mittelstand" modeli orqali barqaror global yetakchilikka erishgan. Janubiy Koreya

¹World Bank Group. (2023). Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance. Washington, D.C.
<https://www.worldbank.org/en/topic/sme/finance>

² Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2021). SME and Entrepreneurship Outlook 2021. Paris: OECD Publishing.



esa Ikkinchi jahon urushidan keyin qoloq agrar mamlakatdan yuqori texnologiyali sanoat gigantiga aylanish jarayonida davlatning faol va strategik aralashuvi orqali o'z KO'Blarini jahon bozorlariga olib chiqdi.

Germaniya va Janubiy Koreyada KO'B eksportini rag'batlantirishning qaysi aniq siyosat vositalari va institutsional mexanizmlari ularning yuqori iqtisodiy samaradorligini ta'minladi va bu tajribadan rivojlanayotgan mamlakatlar qanday amaliy saboqlar olishi mumkin. Shu savolga javob berishga harakat qilamiz.

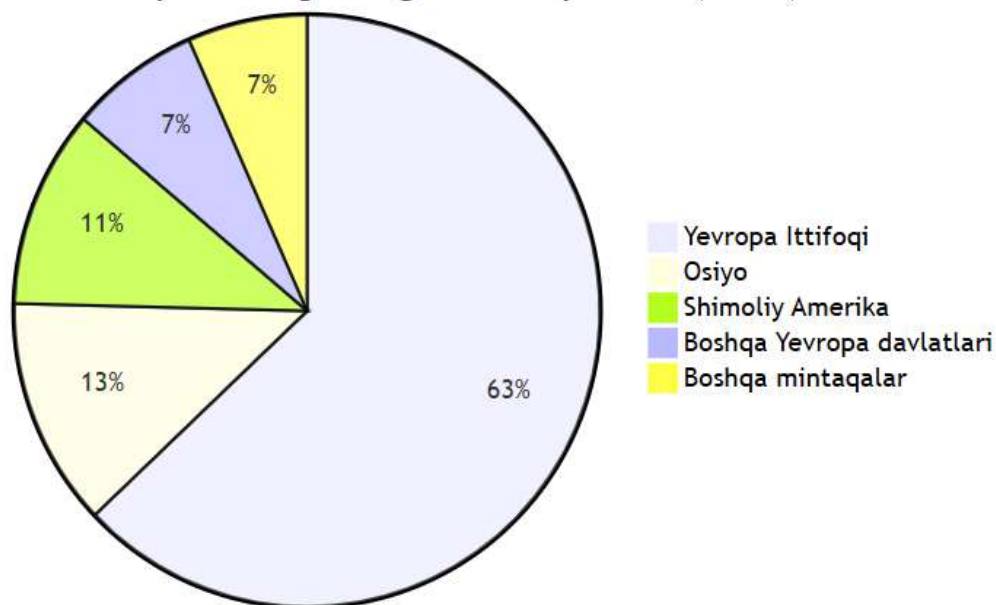
Metodologiya

Ushbu tadqiqot sifat va miqdoriy tahlil usullarini birlashtirgan qiyosiy keys-stadi (comparative case study) metodologiyasiga asoslanadi. Tanlangan keyslar – Germaniya va Janubiy Koreya – KO'B eksportini qo'llab-quvvatlash bo'yicha "eng yaxshi amaliyotlar" sifatida e'tirof etilgani uchun tanlandi, biroq ularning yondashuvlari bir-biridan keskin farq qiladi, bu esa chuqur va mazmunli taqqoslash imkonini beradi. Ikki mamlakat modeli quyidagi to'rtta asosiy mezon bo'yicha tizimli ravishda taqqoslanadi. KO'Bning YAIM va bandlikdagi ulushi, eksport hajmi, eksport qiluvchi kompaniyalar soni, asosiy eksport bozorlari va mahsulotlari. KO'B siyosati uchun mas'ul bo'lgan vazirlik va agentliklar, qabul qilingan strategik hujjatlar. Moliyaviy (imtiyozli kreditlar, subsidiyalar, kafolatlar) va nomoliyaviy (konsalting, trening, bozorga kirish, sertifikatlash) dasturlarning aniq tahlili. Dasturlarda ishtirok etgan kompaniyalar soni, ularning eksport o'sish sur'atlari va muvaffaqiyatga erishgan kompaniyalarning real misollari (keys-stadilari).

Tadqiqotda faqat rasmiy va ishonchli manbalardan foydalanildi. Germaniya Federal statistika ofisi (Destatis), KfW Bankengruppe, Janubiy Koreya statistika boshqarmasi (KOSTAT), Janubiy Koreya kichik va o'rta biznes va startaplar vazirligi (MSS). Germaniya iqtisodiyot va iqlimni himoya qilish federal vazirligi (BMWK) va Janubiy Koreya KOSME agentligining yillik hisobotlari va dasturiy hujjatlari. Ushbu metodologiya har ikki mamlakatning muvaffaqiyat omillarini shunchaki tasvirlab berish bilan cheklanmay, balki aniq siyosat vositalari va ularning



Germaniya KOB Eksportining Geografik Taqsimoti (2023)



iqtisodiy natijalari o'rtasidagi sabab-oqibat bog'liqligini ochib berishga imkon beradi.

Natijalar

Ushbu bo'limda har bir mamlakatning KO'B eksporti bo'yicha erishgan aniq natijalari va ularni ta'minlagan davlat dasturlarining amaliy mexanizmlari batafsil ko'rib chiqiladi. Germaniyaning "Mittelstand"i nafaqat mamlakat, balki jahon iqtisodiyotining muhim ustunidir. Ular o'z sohalarida global bozorning katta qismini egallagan, lekin keng ommaga unchalik tanish bo'lmagan "yashirin chempionlar" (Hidden Champions) fenomeni bilan mashhur.³

Miqdoriy ko'rsatkichlar va iqtisodiy ta'sir. Germaniyadagi barcha korxonalarning 99.5%i KO'B toifasiga kiradi, ular mamlakat YAIMning 53%ini yaratadi va jami ishchi kuchining 56%ini ish bilan ta'minlaydi.⁴ Eksport hajmi 2023-yilda Germaniya umumiy eksporti 1.56 trillion yevroni tashkil etgan bo'lsa, shundan

³ Simon, H. (2009). Hidden Champions of the 21st Century: Success Strategies of Unknown World Market Leaders. Springer.

⁴ Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK). (2023). Die wirtschaftliche Lage der KMU in Deutschland. Berlin, Germany.



bevosita va bilvosita "Mittelstand" hissasiga taxminan 700 milliard yevro to'g'ri keldi. Bu ularning nafaqat ichki, balki tashqi iqtisodiy faoliyatdagi ulkan rolini ko'rsatadi.⁵

Real misol - "Yashirin Chempion". TRUMPF GmbH Co. KG kompaniyasi. Bu oilaviy korxona sanoat lazerlari va dastgohlari bozorida dunyo yetakchisi hisoblanadi. 2022/23 moliyaviy yilda uning daromadi 5.4 milliard yevroni tashkil etdi va bu daromadning qariyb 90%i Germaniyadan tashqaridagi bozorlardan olingan. Ushbu kompaniya o'z daromadining 10% dan ortig'ini (taxminan 500 million yevro) har yili R&Dga sarflaydi.⁶

Samarali davlat dasturlari va ularning mexanizmlari. Germaniya hukumati "yordamchi" tamoyili asosida ishlaydi, ya'ni bozorga bevosita aralashmaydi, balki KO'Blar mustaqil rivojlanishi uchun qulay sharoit va infratuzilma yaratadi. Eksport kredit kafolatlari ("Hermes" qoplamasi). Bu eng muhim vositalardan biridir. Hukumat KO'B'larni xorijiy xaridorlarning to'lov qobiliyatsizligi yoki siyosiy xavflardan (urush, valyuta cheklovlari) himoya qiladi. Iqtisodiy samara 2023-yilda Germaniya hukumati "Hermes" orqali umumiy qiymati 21.1 milliard yevro bo'lgan eksport bitimlarini kafolatlaydi. Shundan 45%i bevosita KO'Blar eksportiga to'g'ri keldi. Bu kafolatlar bo'lmaganida, ko'plab KO'Blar rivojlanayotgan mamlakatlardagi xavfli bozorlarga kirishdan voz kechgan bo'lar edi.⁷

KfW bankining xalqaro moliyalashtirish dasturlari. Davlat taraqqiyot banki bo'lgan KfW eksportga yo'naltirilgan loyihalar uchun uzoq muddatli va past foizli kreditlar ajratadi. KfW to'g'ridan-to'g'ri kompaniyaga emas, balki uning tijorat bankiga kredit beradi ("on-lending principle"), bu esa risklarni taqsimlaydi. Masalan, "KfW-Unternehmerkredit" dasturi orqali eksport shartnomasini amalga

⁵ Destatis (Statistisches Bundesamt). (2024). Außenhandel: Deutsche Exporte und Importe im Jahr 2023. Wiesbaden, Germany.

⁶ TRUMPF GmbH + Co. KG. (2023). Annual Report 2022/2023. Ditzingen, Germany.

⁷ Euler Hermes. (2024). Annual Report on Export Credit Guarantees of the Federal Republic of Germany. Hamburg, Germany.



oshirish uchun zarur bo'lgan aylanma mablag'larni moliyalashtirish mumkin. Iqtisodiy samarasi 2023-yilda KfW tomonidan KO'Blarning eksport va xalqaro loyihalarini qo'llab-quvvatlash uchun 15 milliard yevrodan ortiq mablag' ajratildi.⁸ "Mittelstand-Global" xalqaro yarmarkalar dasturi BMWK vazirligi dunyoning eng nufuzli sanoat ko'rgazmalarida (masalan, Hannover Messe, Bauma) yagona "Made in Germany" milliy pavilyonini tashkil qiladi. KO'Blar ushbu pavilyondan joyni bozor narxidan 40-50% arzonroqqa ijaraga oladi, shuningdek, tashkiliy va marketing xizmatlaridan bepul foydalanadi.

Iqtisodiy samarasi har yili ushbu dasturda 5000 dan ortiq nemis kompaniyasi ishtirok etadi. Dastur ishtirokchilaridan olingan so'rovnomalar shuni ko'rsatadiki, ularning 70% dan ortig'i yarmarka natijasida yangi eksport shartnomalarini tuzgan va o'rtacha eksport hajmini 15-20% ga oshirgan. Janubiy Koreya modeli davlatning iqtisodiy rivojlanishdagi faol, "dirijyorlik" rolini yaqqol namoyon etadi. Hukumat nafaqat sharoit yaratadi, balki istiqbolli sohalarni aniqlab, resurslarni o'sha yerga yo'naltiradi.

Miqdoriy ko'rsatkichlar va iqtisodiy ta'siri iqtisodiyotdagi o'rni. Koreyadagi KO'Blar mamlakatdagi jami korxonalarining 99.9%ini, bandlikning esa 81%ini tashkil etadi, biroq YAIMdagi ulushi 47% atrofida. Bu ularning mehnat unumdorligi yirik "chaebol"lardan pastligini ko'rsatadi, shuning uchun hukumat ularning eksport orqali qiymat zanjirida yuqorilashiga katta e'tibor qaratmoqda.⁹

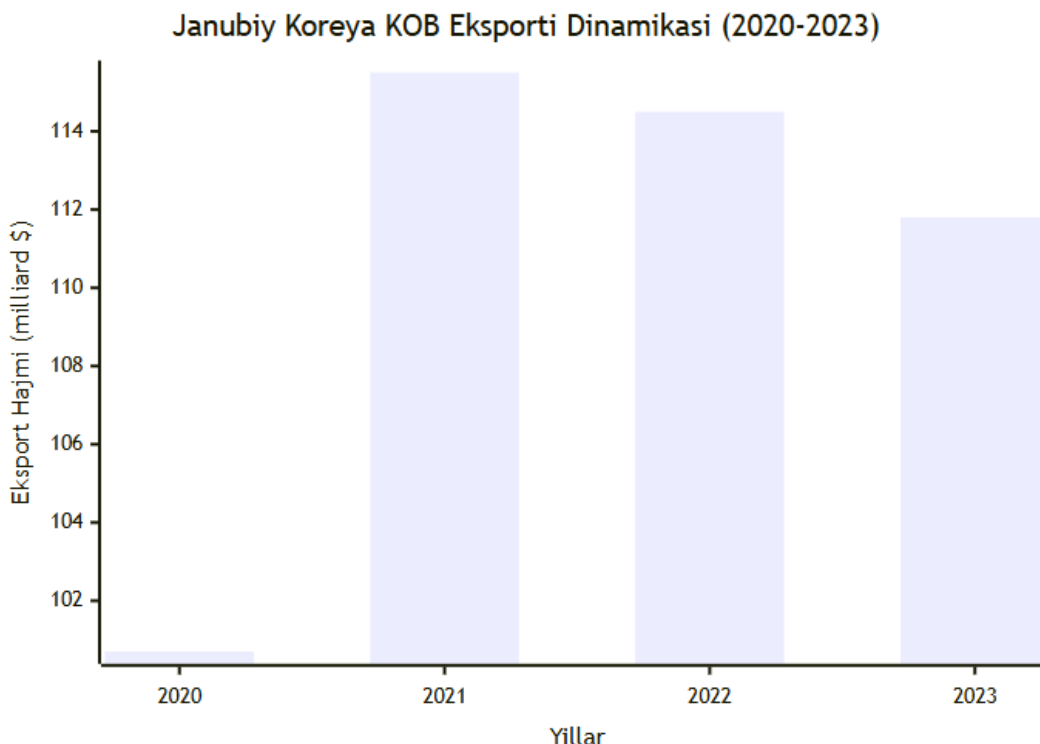
Eksport hajmi 2023-yilda KO'B eksporti 111.8 milliard dollarni tashkil etdi. So'nggi 10 yilda KO'B eksportining eng tez o'sgan sohasi bu kosmetika ("K-Beauty") bo'ldi. 2013-yilda atigi 1 milliard dollar bo'lgan kosmetika eksporti 2023-yilga kelib 8.5 milliard dollarga yetdi va uning 75% dan ortig'i KO'Blar hissasiga

⁸ KfW Bankengruppe. (2024). KfW Annual Report 2023. Frankfurt am Main, Germany.

⁹ Ministry of SMEs and Startups (MSS), Republic of Korea. (2024). 2024 White Paper on SMEs and Startups Policies. Sejong, South Korea.



to'g'ri keladi.¹⁰Real misol - "K-Beauty" Muvaffaqiyati: COSRX brendi. 2013-yilda



asos solingan bu kichik kompaniya onlayn platformalar va ijtimoiy tarmoqlar orqali o'zining muammoli teri uchun mo'ljallangan mahsulotlarini global miqyosda targ'ib qildi. Hozirda u 140 dan ortiq mamlakatga mahsulot eksport qiladi va yillik savdosi 300 million dollardan oshadi. Kompaniya o'zining dastlabki bosqichlarida KOSME'ning onlayn marketing va xalqaro sertifikatlash dasturlaridan faol foydalangan.¹¹

Samarali davlat dasturlari va ularning mexanizmlari eksport vaucherlari dasturi (eng samarali vosita).Hukumat KO'Blarga to'g'ridan-to'g'ri pul bermaydi, balki belgilangan miqdordagi (kompaniya hajmiga qarab 30,000 dan 100,000 dollargacha) vaucher taqdim etadi. Kompaniya ushbu vaucherni MSS tomonidan akkreditatsiyadan o'tgan 1,000 dan ortiq xizmat ko'rsatuvchi provayderlarning

¹⁰ Korea Customs Service. (2024). Export and Import Trade Statistics. Daejeon, South Korea.

¹¹ The Korea Herald. (2023). How COSRX became a global K-beauty powerhouse. Seoul, South Korea.



"menu"sidan o'ziga kerakli xizmatni (masalan, xorijiy tilda veb-sayt yaratish, Amazon'da mahsulotni listing qilish, Yevropa Idoralaridan sertifikat olish, xalqaro marketing kampaniyasi o'tkazish) "sotib olish" uchun ishlatadi. Hukumat xizmat narxining 70%ini qoplaydi. 2023-yilda ushbu dasturdan 3,500 dan ortiq kompaniya foydalandi. Dasturda ishtirok etgan kompaniyalarning o'rtacha yillik eksport o'sishi ishtirok etmaganlarga qaraganda 25% yuqori ekanligi aniqlangan. Dasturga sarflangan har 1 dollar byudjet mablag'i 18 dollarlik qo'shimcha eksport tushumini generatsiya qilgan.

Onlayn eksport va global E-tijoratni qo'llab-quvvatlash. KOSME agentligi KO'Blarga Amazon, Alibaba, Qoo10 kabi global platformalarda o'z "do'kon"larini ochish va yuritishda to'liq yordam beradi. Bu yordam mahsulotni suratga olish, tavsifini yozish, kalit so'zlarni optimallashtirish, dastlabki reklama xarajatlarini qoplash va logistika masalalarini hal qilishni o'z ichiga oladi. Har yili 2,000 ga yaqin kompaniya ushbu dastur orqali global e-tijorat platformalariga chiqadi. Bu dastur, ayniqsa, K-Beauty va K-Pop bilan bog'liq iste'mol tovarlari eksportining keskin o'sishiga sabab bo'ldi.

"Brand K" milliy brendi dasturi. Hukumat har yili eng innovatsion va eksportbop 100 ta KO'B mahsulotini tanlab oladi va ularga "Brand K" nishonini beradi. Ushbu mahsulotlar davlat hisobidan xalqaro ko'rgazmalarda, Koreya elchixonalarida va hatto K-Pop yulduzlari ishtirokidagi global reklama kampaniyalarida targ'ib qilinadi. "Brand K" nishonini olgan kompaniyalarning o'rtacha eksport hajmi keyingi bir yil ichida 50% ga oshgan. Bu dastur kichik kompaniyalarga yirik xalqaro distribyutorlar va chakana savdo tarmoqlarining ishonchini qozonishga yordam beradi.¹²

Munozara va tahlil

¹² Korea SMEs and Startups Agency (KOSME). (2023). Performance Report on SME Export Support Programs. Jinju, South Korea.



Natijalar shuni ko'rsatadiki, Germaniya va Janubiy Koreyaning muvaffaqiyati bir-biridan tubdan farq qiluvchi falsafaga asoslanadi. Germaniya modelining mohiyati – bu evolyutsion rivojlanish va organik o'sish. Hukumat "bog'bon" rolini o'ynaydi: u urug'ni o'zi ekmaydi, lekin tuproqni yumshatadi, sug'oradi va zararkunandalardan himoya qiladi. "Hermes" kafolatlari va KfW kreditlari kabi vositalar risklarni kamaytirishga qaratilgan bo'lib, ular kompaniyalarga qanday mahsulot ishlab chiqarish yoki qaysi bozorga kirishni aytmaydi. Bu yondashuv mustahkam sanoat bazasi va uzoq yillik muhandislik an'analari ega bo'lgan mamlakatlar uchun juda mos keladi. U barqarorlikni ta'minlaydi, lekin keskin sakrashlarga olib kelmaydi. Janubiy Koreya modelining mohiyati – bu strategik intervensiya va tezkor mobilizatsiya. Hukumat "dirijyor" rolini o'ynaydi: u orkestrga qaysi asarni, qanday tempda va qanday urg'u bilan ijro etishni ko'rsatib beradi. "Eksport vaucherlari" va "Brand K" kabi dasturlar shunchaki yordam emas, balki aniq maqsadga yo'naltirilgan rag'batlantirishdir. Masalan, vaucher menyusida raqamli marketing va e-tijorat kabi xizmatlarga ustuvorlik berilishi hukumatning KO'Blarni raqamli iqtisodiyotga o'tkazish niyatini bildiradi. Bu yondashuv sanoat bazasini noldan qurayotgan yoki iqtisodiyotni tezda modernizatsiya qilishga intilayotgan mamlakatlar uchun samaralidir. Biroq, u hukumatning bozor tendentsiyalarini to'g'ri bashorat qila olishiga va byurokratiyaning samarali ishlashiga bog'liq.

Rivojlanayotgan mamlakatlar uchun strategik implikatsiyalar. Rivojlanayotgan mamlakatlar uchun bu ikki modelning sintezi eng maqbul yo'l bo'lishi mumkin. Fundamental bosqich (Germaniya tajribasi). Avvalo, sifat infratuzilmasini yaratish kerak. Bu xalqaro standartlashtirish va sertifikatlashtirish markazlarini tashkil etish, texnik kasb-hunar ta'limini isloh qilish va sanoat klasterlarini rivojlantirishni o'z ichiga oladi. Sifatsiz mahsulotni hech qanday marketing dasturi bilan muvaffaqiyatli eksport qilib bo'lmaydi.



Katalizator bosqichi (Janubiy Koreya tajribasi). Sifat poydevori yaratilgach, Janubiy Koreyaning maqsadli va moslashuvchan vositalarini joriy etish mumkin. Ayniqsa, eksport vaucherlari dasturi rivojlanayotgan mamlakatlar uchun juda samarali bo'lishi mumkin, chunki u korrupsiyani kamaytiradi (pul to'g'ridan-to'g'ri berilmaydi) va kompaniyalarga o'zlarining real ehtiyojlaridan kelib chiqib yordam turini tanlash imkonini beradi. Rivojlanayotgan mamlakatlar an'anaviy eksport yo'llarini chetlab o'tib, to'g'ridan-to'g'ri global e-tijorat platformalariga chiqishi mumkin. Hukumat Koreyaning onlayn eksportni qo'llab-quvvatlash modelini o'rganib, milliy operatorni tayinlashi va KO'Blarga ushbu platformalarga kirish xarajatlarini qoplashi kerak.

Xulosa

Ushbu tadqiqot Germaniya va Janubiy Koreya misolida KO'B eksportini rivojlantirishning ikki muvaffaqiyatli, ammo turlicha modelini tahlil qildi. Germaniya barqaror institutsional muhit, risklarni kamaytirish va sanoatning organik o'sishiga tayansa, Janubiy Koreya davlatning faol strategik aralashuvi, tezkor moslashuvchanlik va raqamli texnologiyalardan unumli foydalanish orqali yuqori natijalarga erishgan. Tadqiqotning asosiy xulosasi shundan iboratki, KO'B eksportini rag'batlantirish siyosati shunchaki moliyaviy yordamdan iborat bo'lmasligi kerak. U quyidagi elementlarni o'z ichiga olgan kompleks ekotizimni yaratishi lozim: (a) ma'lumotga ega bo'lishni ta'minlash (bozor tahlili, potentsial hamkorlar), (b) salohiyatni oshirish (treninglar, konsalting), (c) moliyaviy resurslardan foydalanishni osonlashtirish (kreditlar, kafolatlar, subsidiyalar) va (d) risklarni kamaytirish (sug'urta, yuridik yordam). Janubiy Koreyaning vaucher tizimi ushbu elementlarning ko'pini bitta samarali vositada birlashtira olgani bilan e'tiborga loyiqdir.

Rivojlanayotgan mamlakatlar uchun tavsiya – bu modellarni ko'r-ko'rona ko'chirish emas, balki ularning asosidagi tamoyillarni o'rganib, o'zlarining iqtisodiy tuzilmasi, sanoat salohiyati va institutsional imkoniyatlariga moslashtirilgan gibrid



strategiyani ishlab chiqishdir. Faqat shundagina kichik va o'rta biznes milliy iqtisodiyotning haqiqiy drayveriga va global iqtisodiyotning to'laqonli ishtirokchisiga aylanishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. World Bank Group. (2023). Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance. Washington, D.C. <https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance>
2. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2021). SME and Entrepreneurship Outlook 2021. Paris: OECD Publishing.
3. Simon, H. (2009). Hidden Champions of the 21st Century: Success Strategies of Unknown World Market Leaders. Springer.
4. Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK). (2023). Die wirtschaftliche Lage der KMU in Deutschland. Berlin, Germany.
5. Destatis (Statistisches Bundesamt). (2024). Außenhandel: Deutsche Exporte und Importe im Jahr 2023. Wiesbaden, Germany.
6. TRUMPF GmbH + Co. KG. (2023). Annual Report 2022/2023. Ditzingen, Germany.
7. Euler Hermes. (2024). Annual Report on Export Credit Guarantees of the Federal Republic of Germany. Hamburg, Germany.
8. KfW Bankengruppe. (2024). KfW Annual Report 2023. Frankfurt am Main, Germany.
9. Ministry of SMEs and Startups (MSS), Republic of Korea. (2024). 2024 White Paper on SMEs and Startups Policies. Sejong, South Korea.
10. Korea Customs Service. (2024). Export and Import Trade Statistics. Daejeon, South Korea.
11. The Korea Herald. (2023). How COSRX became a global K-beauty powerhouse. Seoul, South Korea.
12. Korea SMEs and Startups Agency (KOSME). (2023). Performance Report on SME Export Support Programs. Jinju, South Korea.