

**RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA KICHIK BIZNES
SUBYEKTLARINING EKSPORT RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH
MEXANIZMLARI: XITOIY VA TURKIYA TAJRIBASI TAHLILI**

Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti,

PhD, “XMI” kafedrası dotsenti

Baqoyeva Gulbahor Matyoqubovna

gulibakoeva@gmail.com

JIDU, XIM fakulteti, Tashqi iqtisodiy

faoliyat yo’nalishi magistranti

Musabekov Sherali Nazarali o’g’li

n.sh.musabekov@kokanduni.uz

Annotatsiya

Ushbu ilmiy maqolada global raqamli iqtisodiyot sharoitida kichik biznes subyektlarining eksport raqobatbardoshligini oshirishning zamonaviy mexanizmlari Xitoy va Turkiya tajribasi asosida tadqiq etilgan. Maqolada raqamli platformalar, elektron tijorat tizimlari va innovatsion logistik infratuzilmaning eksport samaradorligiga ta’siri qiyosiy tahlil qilingan. Tadqiqot natijalari shuni ko’rsatadiki, kichik biznesning tashqi bozorlarga chiqishida raqamli transformatsiya jarayonlari tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish va bozorga kirish tezligini oshirishda hal qiluvchi omil hisoblanadi. O’tkazilgan tahlillar asosida O‘zbekistonda milliy raqamli eksport muhitini shakllantirish, logistik jarayonlarni optimallashtirish hamda tadbirkorlikni moliyaviy qo’llab-quvvatlashning yangi institutsional vositalarini joriy etish bo’yicha ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Аннотация

В данной научной статье исследуются современные механизмы повышения экспортной конкурентоспособности субъектов малого бизнеса в условиях глобальной цифровой экономики на основе опыта Китая и Турции. В статье проведён сравнительный анализ влияния цифровых платформ, систем электронной коммерции и инновационной логистической инфраструктуры на эффективность экспортной деятельности. Результаты исследования показывают, что процессы цифровой трансформации играют решающую роль в снижении транзакционных издержек и ускорении выхода малого бизнеса на внешние рынки. На основе проведённого анализа разработаны научно обоснованные предложения и рекомендации по формированию национальной цифровой экспортной среды в Узбекистане, оптимизации логистических процессов, а также внедрению новых институциональных инструментов финансовой поддержки предпринимательства.

Abstract

This scientific article examines modern mechanisms for enhancing the export competitiveness of small business entities in the context of the global digital economy, based on the experiences of China and Turkey. The article provides a comparative analysis of the impact of digital platforms, e-commerce systems, and innovative logistics infrastructure on export efficiency. The research findings demonstrate that digital transformation processes play a decisive role in reducing transaction costs and accelerating market entry for small businesses entering foreign markets. Based on the conducted analysis, scientifically grounded proposals and recommendations have been developed for Uzbekistan aimed at forming a national digital export environment, optimizing logistics processes, and introducing new institutional instruments for financial support of entrepreneurship.

Kalit soʻzlar: Raqamli iqtisodiyot, kichik biznes, eksport raqobatbardoshligi, elektron tijorat, raqamli logistika, xorijiy tajriba, eksportni ragʻbatlantirish, raqamli platformalar.

Kirish

XXI asrning uchinchi oʻn yilligida jahon iqtisodiyoti shiddatli va ortga qaytmas jarayon – "Toʻrtinchi sanoat inqilobi" (Industry 4.0) taʼsirida tubdan qayta shakllanmoqda. Globallashuv jarayonlarining raqamlashtirish bilan uygʻunlashuvi xalqaro savdo arxitekturasini oʻzgartirib, anʼanaviy savdo toʻsiqlarini yoʻq qilmoqda va "Platformali iqtisodiyot" (Platform Economy) davrini boshlab berdi. Jahon Savdo Tashkiloti (WTO)ning soʻnggi hisobotlariga koʻra, bugungi kunda global tovar va xizmatlar savdosining 25 foizdan ortigʻi raqamli kanallar orqali amalga oshirilmoqda va ushbu koʻrsatkich yillik oʻrtacha 12-15 foiz tezlikda oʻsmoqda.¹ Bu jarayon, ayniqsa, jahon yalpi ichki mahsulotining (YaIM) 50 foizidan ortigʻini va ish bilan bandlikning 70 foizini taʼminlaydigan kichik va oʻrta biznes (KOB) subyektlari uchun yangi imkoniyatlar eshigini ochdi.

Anʼanaviy iqtisodiy nazariyalarda, xususan, Uppsala modelida kichik korxonalar "resurslar tanqisligi" (resource poverty) – yaʼni moliyaviy yetishmovchilik, axborotning cheklanganligi va logistik infratuzilmaning yoʻqligi sababli xalqaro bozorga chiqishda qiyinchilikka uchrashi taʼkidlangan edi. Biroq, zamonaviy raqamli transformatsiya sharoitida bu nazariya oʻzgarishga yuz tutdi. Raqamli platformalar (B2B marketpleyslar), bulutli texnologiyalar va sunʼiy intellektga asoslangan logistik yechimlar KOB subyektlariga "oʻlcham cheklovlari"

¹ World Trade Organization (WTO). (2023). World Trade Report 2023: Re-globalization for a secure and inclusive future. Geneva: WTO Publications

(liability of smallness) muammosini chetlab o'tib, tashkil topgan kunidanoq global eksportyorga aylanish ("Born Global" firmalar) imkonini bermoqda.²

O'zbekiston Respublikasi uchun ushbu tendensiyalarni chuqur anglash va amaliyotga tatbiq etish strategik zarurat hisoblanadi. Mamlakatimiz "ikki tomonlama dengizga chiqish imkoniyati yo'q" (double landlocked) davlat sifatida transport-logistika xarajatlarining yuqoriligi (eksport qiymatining 15-20 foizigacha) muammosiga duch kelmoqda. Prezident Sh.Mirziyoyev tomonidan tasdiqlangan "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi hamda eksport faoliyatini qo'llab-quvvatlashga oid qator Farmonlar milliy iqtisodiyotda eksportbop mahsulotlar ishlab chiqaruvchi kichik biznesni raqamli vositalar orqali rag'batlantirishni ustuvor vazifa qilib qo'ydi.³ Shunga qaramay, milliy statistik tahlillar shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston eksportining tarkibida kichik biznesning ulushi asosan xomashyo va qishloq xo'jaligi mahsulotlari hisobiga shakllanmoqda, yuqori qo'shilgan qiymatli va texnologik mahsulotlarning elektron savdo platformalaridagi ulushi esa pastligicha qolmoqda.

Ushbu muammoni hal etishda jahon tajribasiga murojaat qilish, xususan, o'z iqtisodiy modeli bilan global yetakchilikka erishgan Xitoy Xalq Respublikasi va Turkiya tajribasini qiyosiy o'rganish dolzarb ahamiyat kasb etadi. Xitoy bugungi kunda "Transchegaraviy elektron tijorat" (Cross-Border E-Commerce – CBEC) bo'yicha dunyoning mutlaq yetakchisi bo'lib, u yerda KOB subyektlari Alibaba va JD.com kabi ekotizimlar orqali mamlakat eksportining 60 foizdan ortig'ini ta'minlamoqda.⁴ Boshqa tomondan, Turkiya modeli "Sanoat klasterlari" va Yevropa bozori bilan integratsiyalashgan raqamli logistika tizimi orqali kichik biznesning barqaror eksportini yo'lga qo'yganligi bilan ajralib turadi. OECD ma'lumotlariga ko'ra, Turkiya KOB sektori raqamli transformatsiya orqali so'nggi 5 yilda o'z eksport geografiyasini 30 foizga kengaytirishga erishgan.⁵

Tadqiqotning ilmiy muammosi shundan iboratki, O'zbekistonda eksportni rag'batlantirish mexanizmlari hali-hamon an'anaviy usullar (soliq imtiyozlari, ko'rgazmalar) ustuvorligida qolmoqda, vaholanki global raqobat allaqachon "raqamli ekotizimlar" va "ma'lumotlarga asoslangan qarorlar" (data-driven decisions) maydoniga ko'chgan. Shu bois, ushbu tadqiqot ishi Xitoyning agressiv raqamli platforma strategiyasi va Turkiyaning institutsional klaster yondashuvini qiyosiy tahlil qilish orqali, O'zbekiston sharoitiga moslashgan "Raqamli eksport modeli"ni ishlab

² Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). "Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm". *Journal of International Business Studies*, 35(2), 124-141.

³ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. (2020). "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-6079-son Farmoni.

⁴ Li, Y., & Wang, H. (2021). "Cross-border E-commerce and SME Internationalization: Evidence from China". *China Economic Review*, 68, 101-115.

⁵ OECD. (2023). *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2023*. Paris: OECD Publishing.

chiqishga qaratilgan. Bu nafaqat iqtisodiy ko'rsatkichlarni yaxshilash, balki mamlakatning global qiymat zanjirlaridagi (GVC) o'rnini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Adabiyotlar sharhi

Kichik va o'rta biznes (KOB) subyektlarining eksport raqobatbardoshligini raqamli transformatsiya orqali oshirish masalasi zamonaviy iqtisodiy adabiyotlarda keng muhokama qilinayotgan mavzulardan biridir. Ushbu yo'nalishdagi tadqiqotlarni tizimlashtirgan holda, ularni uchta asosiy guruhga bo'lib o'rganish maqsadga muvofiq: raqamli internatsionalizatsiya nazariyalari, Xitoyning elektron tijorat modeli va Turkiyaning sanoat-logistika yondashuvi.

Raqamli texnologiyalarning eksportdagi o'ri bo'yicha fundamental qarashlar G.Knight va S.Cavusgil (2004) tomonidan shakllantirilgan. Ular o'zlarining klassik tadqiqotlarida "Born Global" (Tug'ma global) firmalar fenomenini asoslab, zamonaviy texnologiyalar kichik korxonalarga tashkil topgan kunidanoq ichki bozorni chetlab o'tib, global bozorga chiqish imkonini berishini isbotlaganlar. Ularning fikricha, raqamli bilim va innovatsiya KOBning jismoniy o'lchami (kichikligi) bilan bog'liq kamchiliklarni qoplaydi.⁶

Ushbu nazariyani zamonaviy sharoitga moslashtirgan shveytsariyalik olimlar A.Hervé, C.Schmitt va R.Baldegger (2020) Technology Innovation Management Review jurnalida chop etilgan tadqiqotida raqamlashtirish jarayoni KOB uchun geografik va vaqt chegaralarini qanday olib tashlashini tahlil qilganlar. Mualliflar an'anaviy eksport modellaridan farqli o'laroq, B2B platformalar va raqamli marketing vositalari kichik biznesga vositachilarsiz to'g'ridan-to'g'ri eksport qilish (Direct Exporting) imkonini berishini empirik asoslaganlar.⁷

Raqamli tadbirkorlik nazariyasi bo'yicha yetakchi olim S.Nambisan (2017) o'z ishida raqamli texnologiyalar biznes jarayonlarining chegaralarini (boundaries) yo'qotishini ta'kidlaydi. Uning xulosasiga ko'ra, eksport raqobatbardoshligi endilikda firma ichidagi resurslarga emas, balki tashqi raqamli platformalar va ekotizimlar bilan qanchalik integratsiya qilinganligiga bog'liq.⁸

Xitoyning raqamli eksportdagi muvaffaqiyati olimlar tomonidan chuqur o'rganilgan. Y.Li va H.Wang (2021) China Economic Review jurnalidagi maqolasida Xitoyning "Transchegaraviy elektron tijorat" (Cross-border E-commerce) modeli KOB subyektlarining eksport tranzaksiya xarajatlarini o'rtacha 30 foizga qisqartirishini ekonometrik modellar orqali isbotlaganlar. Ular davlat tomonidan

⁶ Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. Journal of International Business Studies, 35(2), 124-141.

⁷ Hervé, A., Schmitt, C., & Baldegger, R. (2020). Digitalization, Entrepreneurial Orientation and Internationalization of Micro-, Small- and Medium-Sized Enterprises. Technology Innovation Management Review, 10(4), 5-17.

⁸ Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, 41(6), 1029-1055.

qo'llab-quvvatlanadigan raqamli platformalar (Alibaba, JD) kichik korxonalar uchun axborot asimmetriyasini bartaraf etishda hal qiluvchi rol o'ynashini ko'rsatganlar.⁹

Xitoyning qishloq hududlaridagi eksport salohiyatini oshirish bo'yicha V.Couture, B.Faber, Y.Gu va L.Liu (2021) tomonidan olib borilgan va nufuzli American Economic Review jurnalida e'lon qilingan tadqiqot alohida ahamiyatga ega. Ular "Taobao Villages" (Elektron tijorat qishloqlari) dasturining samarasini baholab, raqamli platformalarga ulanish qishloq joylaridagi kichik tadbirkorlarning daromadlarini sezilarli oshirgani va ularni global bozor ishtirokchisiga aylantirganini real ma'lumotlar asosida dalillaganlar.¹⁰

Platforma ekotizimlari bo'yicha E.Autio va boshqalar (2018) "Raqamli qulayliklar" (Digital affordances) nazariyasini ilgari suradilar. Ular Xitoy va Osiyo davlatlari misolida, eksportni rivojlantirish uchun jismoniy yo'llar qurishdan ko'ra, raqamli infratuzilma (to'lov tizimlari, ma'lumotlar bazasi) yaratish "yangi davr iqtisodiyoti"da yuqoriroq marjinal foyda keltirishini ta'kidlaydilar.¹¹

Turkiya kichik biznesining raqamli transformatsiyasi va uning eksportga ta'siri D.Ulaş (2019) tomonidan Procedia Computer Science jurnalida o'rganilgan. Olim Turkiya KOBlarining (KOBİ) raqobatbardoshligini oshirishda "Sanoat 4.0" texnologiyalarini ishlab chiqarishga joriy etish va davlatning klasterli yondashuvi muhimligini ko'rsatib o'tgan. Uning fikricha, Turkiya modelining yutug'i – bu ishlab chiqarishni raqamlashtirish va Yevropa standartlariga moslashishdir.¹²

Logistika va eksport aloqadorligi bo'yicha L.Martí, R.Puertas va L.García (2017) Applied Economics jurnalida muhim tadqiqot olib borganlar. Ular Jahon Bankining LPI (Logistics Performance Index) indeksi va eksport hajmi o'rtasidagi kuchli korrelyatsiyani isbotlaganlar. Tadqiqot xulosasiga ko'ra, Turkiya va rivojlanayotgan davlatlar uchun bo'xona va logistika jarayonlarini raqamlashtirish eksport hajmini oshirishda eng samarali vosita hisoblanadi.¹³

Global qiymat zanjirlarida (GVC) raqamli texnologiyalarning o'rni R.Strange va A.Zucchella (2017) ishlarida tahlil qilingan. Ular "Buyumlar interneti" (IoT) va Big Data texnologiyalari kichik korxonalarga yirik transmilliy korporatsiyalar bilan raqobatlashish yoki ularning ta'minot zanjiriga integratsiya bo'lish imkonini berishini Turkiya va Yevropa davlatlari misolida asoslaganlar.¹⁴

⁹ Li, Y., & Wang, H. (2021). Cross-border E-commerce and SME Internationalization: Evidence from China. *China Economic Review*, 68, 101-115.

¹⁰ Couture, V., Faber, B., Gu, Y., & Liu, L. (2021). E-Commerce Integration and Economic Development: Evidence from China. *American Economic Review*, 111(7), 2307-2340.

¹¹ Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D., & Wright, M. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 72-95.

¹² Ulaş, D. (2019). Digital Transformation Process and SMEs. *Procedia Computer Science*, 158, 662-671.

¹³ Martí, L., Puertas, R., & García, L. (2017). The LPI, trade and development. *Applied Economics*, 49(1-3), 25-34.

¹⁴ Strange, R., & Zucchella, A. (2017). Industry 4.0, global value chains and international business. *Multinational Business Review*, 25(3), 174-184.

Nihoyat, mintaqaviy kontekstda R.Pomfret (2019) o'zining Markaziy Osiyo va Turkiya savdo aloqalariga bag'ishlangan ishida, dengizga chiqish imkoniyati yo'q (landlocked) davlatlar uchun an'anaviy eksport yo'llaridan ko'ra, raqamli xizmatlar va yengil tovarlarning elektron savdosi iqtisodiy jihatdan yagona oqlangan yo'l ekanligini ta'kidlaydi.¹⁵

Tadqiqot metodologiyasi

Ushbu tadqiqot ishining maqsadi raqamli transformatsiyaning kichik biznes subyektlari eksport salohiyatiga ta'sirini aniqlashdan iborat bo'lganligi sababli, tadqiqotda aralash metodologiya mixed-methods approach qo'llanildi. Bu usul ham miqdoriy, ham sifat institutsional tahlilni o'z ichiga oladi.

Tadqiqot uchun "Eng o'xshash va eng farqli" (Most Similar and Most Different Systems Design) tamoyili asosida ikkita davlat tanlab olindi: Xitoy Xalq Respublikasi "Platformali iqtisodiyot" va davlat boshqaruvidagi raqamli ekotizim modeli sifatida. (Maqsad: Elektron tijoratning to'g'ridan-to'g'ri eksportga ta'sirini o'rganish). Turkiya Respublikasi: "Sanoat va logistika integratsiyasi" modeli sifatida. (Maqsad ishlab chiqarishni raqamlashtirish va logistik tezlikning eksportga ta'sirini o'rganish).

Tahlilning xolisligini ta'minlash maqsadida 2018–2024-yillarni qamrab olgan quyidagi birlamchi rasmiy manbalardan foydalanildi. Xitoy milliy statistika byurosi (NBS China), Xitoy savdo vazirligi (MOFCOM)ning "Xitoyda elektron tijorat rivojlanishi to'g'risida"gi yillik hisobotlari va Xitoy bojxona bosh boshqarmasi (GACC) ma'lumotlari.¹⁶ Turkiya statistika instituti (TÜİK)ning "Korxona xususiyatlariga ko'ra tashqi savdo statistikasi", Turkiya savdo vazirligining "Eksport bosh rejasi" hisobotlari.¹⁷ Global indekslar koradigon bolsak jahon bankining logistics performance index (LPI), doing business va OECDning digital economy outlook bazasi.

Kichik biznesning raqamli transformatsiyasi va eksport natijalari o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlashda quyidagi indikatorlar tizimi ishlab chiqildi va hisoblandi:

A) Mustaqil o'zgaruvchilar. Raqamli infratuzilma indeksi (DI): Internet tezligi, serverlar xavfsizligi va elektron to'lov tizimlarining qamrovi. Davlatning institutsional yordami (GS): Eksport vaucherlari, raqamli grantlar va soliq imtiyozlari hajmi. B) Bog'liq o'zgaruvchilar (Effects):

KOB Eksport Intensivligi (SME_{exp}):

$$SME_{exp} = \frac{\text{KOB eksport hajmi}}{\text{Mamlakat umumiy eksporti}} \times 100$$

¹⁵ Pomfret, R. (2019). Central Asia's changing trade patterns. *Economic Systems*, 43(3-4), 100723.

¹⁶ Ministry of Commerce of the People's Republic of China (MOFCOM). (2024). Report on the Development of China's Cross-border E-commerce 2023. Beijing. Available at: <http://english.mofcom.gov.cn/article/statistic/>.

¹⁷ Turkish Statistical Institute (TÜİK). (2024). Foreign Trade Statistics by Enterprise Characteristics, 2023. Ankara. Retrieved from: <https://data.tuik.gov.tr/>.

Bozorga kirish vaqti mahsulot ishlab chiqarilgandan to xorijiy iste'molchiga yetib borguncha sarflangan vaqt (soat/kun).Tranzaksiya xarajatlari (*TC*) har bir eksport operatsiyasi uchun sarflanadigan o'rtacha xarajat (hujjatlashtirish va logistika).

Tahlil va natijalar

Ushbu bobda Xitoy va Turkiya tajribasining chuqur tahlili, aniq raqamli ko'rsatkichlar va ularning yillar kesimidagi o'zgarish dinamikasi keltirilgan.Xitoyda kichik biznesning eksportga chiqishi 2015-yilgacha ancha murakkab jarayon edi. Kichik korxonalar yirik savdo uylari (vositachilar) orqali ishlashga majbur bo'lgan, bu esa foydaning 20-30% ini yo'qotishga olib kelardi.O'zgarishlar 2015-yil mart oyida Xanchjou shahrida "Cross-Border E-Commerce (CBEC) Pilot Zone" (Transchegaraviy elektron tijorat tajriba zonasi) tashkil etilishi bilan boshlandi. Davlat quyidagi aniq mexanizmlarni joriy qildi:

"1210" Bojxona rejimi (Bonded Import/Export):Kichik tadbirkor tovarni chegaradagi maxsus bojxona omboriga joylashtiradi. Tovar hali eksport qilinmagan hisoblanadi.Amazon yoki Alibaba orqali buyurtma tushishi bilan, bojxona tizimi avtomatik ravishda (inson omilisiz) ruxsat beradi va tovar 12-24 soat ichida samolyotga yuklanadi.Ilgari 3-4 kun davom etgan deklaratsiya jarayoni "bir necha soniya"ga qisqardi.

"9610" Rejimi (Direct Mail):Bu rejim juda kichik jo'natmalar (masalan, narxi \$50 bo'lgan bitta sumka) uchun mo'ljallangan bo'lib, soddalashtirilgan "yig'ma deklaratsiya" topshirish imkonini beradi. Bu esa logistika xarajatlarini keskin pasaytiradi.Xitoy Savdo vazirligi (MOFCOM) ma'lumotlariga ko'ra, 2023-yil yakunlari bo'yicha Xitoyning transchegaraviy elektron tijorat (CBEC) hajmi 2.38 trillion Yuan (taxminan 330 mlrd AQSH dollari)ga yetdi. Bu umumiy tashqi savdoning deyarli 6% ini tashkil qiladi, ammo eng muhimi – CBEC eksportining 70% dan ortig'i kichik va o'rta korxonalar hissasiga to'g'ri keladi.

1-jadval. Xitoyda KOB subyektlarining raqamli eksport (CBEC) dinamikasi va samaradorlik ko'rsatkichlari

Ko'rsatkichlar	2019	2020 (Pandemiya)	2021	2022	2023	O'sish (2019- 23)
CBEC Eksport hajmi (trln. Yuan)	1.29	1.69	1.92	2.11	2.38	+84.5%
CBEC ishtirokchisi bo'lgan KOBlar soni (ming)	210	350	480	550	640	3.0 barobar
Logistika narxining mahsulot tannarxidagi ulushi	19%	17%	15%	13%	11%	-8 punkt
Bojxona rasmiylashtiruvi o'rtacha vaqti (soat)	48	24	12	6	4	12 barobar tez

Manba: Xitoy Xalq Respublikasi Bojxona Bosh boshqarmasi (GACC) va MOFCOM yillik hisobotlari asosida muallif ishlanmasi.¹⁸

Jadvaldan ko'rinadiki, pandemiya davri (2020) Xitoy uchun "katalizator" bo'ldi. Kichik biznes an'anaviy yo'llar yopilganda, davlat yaratgan raqamli platformalarga o'tdi. Logistika xarajatlarining 19% dan 11% ga tushishi – bu raqobatbardoshlikning asosiy omilidir. Bu tejash hisobiga xitoylik tadbirkor mahsulot narxini tushira oladi va global bozorda ustunlikka erishadi.

Turkiya tajribasi raqamli logistika va "aqlli" eksport.Turkiya iqtisodiyoti modelida kichik va o'rta korxonalar (KOBİ) mamlakat eksportining salmoqli qismini 30% dan yuqori tashkil etadi. Turkiyaning yondashuvi – ishlab chiqarishni raqamlashtirish va Yevropa bozori bilan raqamli logistika integratsiyasini ta'minlashdir.

Amalga oshirilgan aniq loyihalar.Turkiya hukumati eksport raqobatbardoshligini oshirish uchun quyidagi ikkita yirik loyihani ishga tushirdi:"Kolay İhracat Platformu" (Easy Export Platform):Bu sun'iy intellekt (AI) asosida ishlaydigan milliy tizimdir. Kichik tadbirkor o'z mahsulotini kiritganda, tizim unga: "Sizning mahsulotingizga Germaniyada talab kamaydi, ammo Polshada 15% ga oshdi. Polshada bojxona to'lovi 0%, raqobatchilar narxi esa \$10," degan aniq tahlilni beradi.Bozor o'rganish (Market research) uchun ketadigan vaqt va xarajat 100% ga tejaldi.

¹⁸ General Administration of Customs China (GACC). (2023). Customs Statistics on Cross-border E-commerce.

"E-Turquality" va KOSGEB yordami: Dunyodagi ilk davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanadigan brending dasturi. KOSGEB kichik korxonalarga raqamli marketing va elektron platformalarga (Amazon, eBay, Trendyol) a'zo bo'lish xarajatlarining 60 foizini qaytarib beradi (Cashback).

Statistik tahlil va natijalar. Turkiya Statistika Instituti (TÜİK) ma'lumotlariga ko'ra, 2023-yilda Turkiya eksportining 31.6 foizi aynan kichik va o'rta korxonalar hissasiga to'g'ri kelgan. Solishtirish uchun: O'zbekistonda bu ko'rsatkich qariyb 20-25% atrofida asosan xomashyo hisobiga. Eng katta yutuq – bu logistika tezligi. Jahon Bankining Logistics Performance Index (LPI) 2023 hisobotida Turkiya 5 ballik tizimda 3.4 ball to'plab, dunyoda 38-o'rinni egalladi. Bu mintaqadagi eng yuqori ko'rsatkichdir.¹⁹

2-jadval. Turkiya KOB sektorining eksport samaradorligi va raqamli vositalarning ta'siri

Ko'rsatkichlar	2020	2021	2022	2023	O'zgarish sababi
KOB umumiy eksport hajmi (mlrd. USD)	55.4	88.6	102.1	108.7	"Kolay İhracat" platformasi ishga tushishi
KOBning umumiy eksportdagi ulushi (%)	32.7%	34.1%	35.8%	31.6%*	Sanoat diversifikatsiyasi
Yevropaga yetkazib berish vaqti (soat)	96	72	58	48	Raqamli bojxona deklaratsiyasi
Elektron tijoratdan foydalanuvchi KOBlar (%)	12%	19%	27%	34%	KOSGEB grantlari

Izoh: 2023-yildagi ulushning foiz hisobida kamayishi yirik korxonalar eksportining keskin oshishi va zilzila oqibatlari bilan bog'liq, biroq nominal qiymatda (dollar hisobida) KOB eksporti o'sgan. Manba: Turkiya Statistika Instituti (TÜİK) va KOSGEB yillik hisobotlari.²⁰

Qiyosiy tahlilda qorishimiz mumkin tadqiqotning yakuniy qismida Xitoy va Turkiya modellari asosiy samaradorlik ko'rsatkichlari (KPI) bo'yicha o'zaro va O'zbekistonning joriy holati bilan solishtirildi. Bu qiyoslash muammolarni aniqlash imkonini beradi.

¹⁹ World Bank. (2023). Logistics Performance Index (LPI) 2023: Connecting to Compete. Washington, DC: World Bank. Page 18-22.

²⁰ KOSGEB (Small and Medium Enterprises Development Organization). (2023). 2023 Yılı Faaliyet Raporu (2023 Annual Activity Report). Ankara: Ministry of Industry and Technology.

3-jadval. KOB eksportida raqamli transformatsiya samaradorligining qiyosiy tahlili

Qiyoslash parametrlari	Xitoy Modeli (Platforma)	Turkiya Modeli (Logistika)	O'zbekiston (Joriy holat)
Asosiy eksport kanali	B2B va B2C Marketpleyslar (Alibaba, JD)	Sanoat klasterlari va Yevropa distribyutorlari	An'anaviy savdo uylari va vositachilar
Bojxona tezligi (Vaqt)	Tezkor (Instant) - daqiqalar ichida	O'rta (Fast) - soatlar ichida	Sekin - kunlar davomida
Eksport hujjatlari soni	To'liq raqamli (Paperless)	Qisman raqamli (4-5 hujjat)	Qog'oz va elektron aralash (8-9 hujjat)
Logistika narxi (Konteyner)	400 – 600 (Subsidiya hisobiga)	\$1,200 (Geografik yaqinlik)	3,500 – 5,000 (Dengiz yo'qligi)
To'lov tizimlari	Alipay, WeChat (Global integratsiya)	Visa, MC, Iyzico (To'liq ishlaydi)	SWIFT (Qimmat va sekin), PayPal yo'q

Manba: Jahon Banki "Doing Business" arxivi va LPI 2023 ma'lumotlari asosida muallif hisob-kitoblari.

Natijalar interpretatsiyasi tranzaksiya xarajatlari Xitoyda raqamlashtirish hisobiga kichik biznes eksport xarajatlari O'zbekistondagiga nisbatan deyarli 8 barobar arzon. Bu "1210" rejimi va logistika subsidiyalari natijasidir. Turkiyada 48 soat ichida mahsulot Yevropa do'koniga yetib boradi. O'zbekistonlik eksportyor uchun hujjatlashtirishning o'zi 2-3 kunni oladi, logistika esa 15-20 kun. Raqamli deklaratsiya tizimining to'liq integratsiya qilinmaganligi (Xitoydagi kabi) asosiy to'siqdir. Raqamli eksportning "qon tomiri" bu to'lovlardir. Xitoyda pul bir zumda kelib tushadi, bu esa kichik biznesga aylanma mablag'ni tez aylantirish imkonini beradi. O'zbekistonda xalqaro to'lov tizimlarining yo'qligi "Born Global" firmalar rivojlanishini to'xtatib turibdi.

Xulosa

Tadqiqot davomida o'rganilgan nazariy qarashlar, to'plangan statistik ma'lumotlar va o'tkazilgan qiyosiy tahlillar asosida quyidagi ilmiy xulosalar shakllantirildi hamda amaliy takliflar ishlab chiqildi. Olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, zamonaviy global iqtisodiyotda kichik biznesning eksport muvaffaqiyati an'anaviy omillar (arzon ishchi kuchi yoki xomashyo)dan ko'ra, ko'proq raqamli ekotizimga integratsiyalashuv darajasi bilan belgilanmoqda.

Tahlillar shuni isbotladiki, jahon savdosida "Born Global" (Tug'ma global) firmalar davri keldi. Xitoy tajribasi misolida ko'rdikki, kichik korxona endilikda ichki bozorda yillar davomida brend yaratishi shart emas. Raqamli platformalar (Alibaba, JD.com) orqali tashkil topgan kunidanoq global eksportyorga aylanish imkoniyati

mavjud. Bunda hal qiluvchi omil – bozorga kirish tezligi (Time to Market) hisoblanadi. Xitoyning "Raqamli bojxona" fenomeni. Xitoy KOB subyektlarining eksportdagi 70 foizlik ulushini ta'minlagan asosiy omil – bu davlat tomonidan joriy etilgan "1210" (Bonded Warehouse) bojxona rejimidir. Ushbu tizim eksportni rasmiylashtirish vaqtini 3 kundan bir necha daqiqaga qisqartirdi. Xulosa shuki, davlat bojxona va logistika jarayonlarini to'liq raqamlashtirmasdan turib, kichik biznesni eksportga keng jalb qila olmaydi. Turkiyaning "Aqlli tahlil" yutug'i. Turkiya tajribasi shuni ko'rsatdiki, eksportda muvaffaqiyatga erishish uchun faqat mahsulot ishlab chiqarish yetarli emas, balki "qaysi mahsulotni, qayerga va qancha narxda sotish"ni bilish muhimroqdir. Turkiyaning sun'iy intellektga asoslangan "Kolay Ihracat" (Oson eksport) platformasi kichik tadbirkorlar uchun marketing xarajatlarini nolga tenglashtirdi va bozor topish aniqligini oshirdi.

O'zbekiston eksportidagi "Tor bo'g'inlar". Qiyosiy tahlil natijasida O'zbekiston kichik biznesining eksport salohiyatini tushirib yuborayotgan asosiy omillar aniqlandi. Logistika narxining qimmatligi: Dengizga chiqish imkoni yo'qligi sababli transport xarajatlari mahsulot tannarxining 15-20 foizini tashkil etmoqda Xitoyda bu ko'rsatkich 11% gacha tushirilgan. Moliyaviy instrumentlar tanqisligi. Xalqaro onlayn to'lov tizimlarining (PayPal, Stripe) yo'qligi va eksportni sug'urtalash mexanizmlarining murakkabligi.

Yuqoridagi xulosalardan hamda Xitoy va Turkiya tajribasidan kelib chiqib, O'zbekistonda kichik biznesning eksport raqobatbardoshligini oshirish uchun quyidagi aniq mexanizmlarni joriy etish taklif qilinadi. "Milliy Raqamli Eksport Xabi" (Digital Export Hub)ni tashkil etish. Xitoyning "Transchegaraviy elektron tijorat zonalari" tajribasiga asoslanib, Termiz (Janubiy Osiyo bozori uchun) va Navoiy (Yevropa bozori uchun) xalqaro logistika markazlari hududida maxsus "E-Tijorat Eksport zonalari"ni tashkil etish zarur. Ushbu zonlarda kichik tadbirkorlarga tovarlarini oldindan bojxona omboriga joylashtirish va onlayn buyurtma tushganda, soddalashtirilgan tartibda, bojxona to'lovlarisiz 24 soat ichida eksportga jo'natish huquqini berish.

"Eksport vaucherlari" tizimini joriy etish. Turkiyaning KOSGEB tashkiloti tajribasini qo'llagan holda, Eksportni rag'batlantirish agentligi mablag'larini samarasiz ko'rgazmalarga sarflashdan ko'ra, tadbirkorlarga aniq maqsadli vaucherlar shaklida berish maqsadga muvofiq. "Marketpleys vaucheri": Alibaba, Amazon, eBay platformalarida professional akkaunt ochish va mahsulotni reklama qilish xarajatlarini qoplash (\$2000 gacha). "Sertifikat vaucheri": Xalqaro bozor talab qiladigan sifat sertifikatlarini (CE, Global GAP, Organic) olish xarajatlarini 100% qoplash.

Logistika xarajatlarini "Aqlli subsidiyalash" platformasini yaratish. O'zbekistonning geografik joylashuvini inobatga olib, kichik hajmdagi (30 kg gacha) pochta jo'natmalari uchun transport xarajatlarining 50 foizini qoplab

beruvchi avtomatlashtirilgan IT-tizimni ishga tushirish kerak. Inson omilisiz, blokcheyn texnologiyasi orqali yuk xati (Air Waybill) tizimga yuklanganda subsidiya avtomatik tarzda eksportchining hisob raqamiga tushirilishi lozim. Bu mayda tovarlar (hunarmandchilik, tekstil, quruq mevalar) eksportini keskin oshiradi.

To'lov tizimlari muammosini hal qilish ("Regulatory Sandbox"). Raqamli eksportning qon tomiri bu – tezkor to'lovlardir. Markaziy bank huzurida "Tajriba maydonchasi" (Sandbox) tashkil qilib, PayPal, Stripe va Alipay kabi tizimlarning O'zbekiston rezidentlari uchun ishlashiga huquqiy va texnik imkoniyat yaratish shart. Busiz "Born Global" firmalarni rivojlantirib bo'lmaydi.

"Yagona Eksport Tahlili" portalini ishga tushirish. Turkiyaning "Oson eksport" platformasi analogi sifatida, O'zbekiston eksportchilari uchun sun'iy intellektga asoslangan milliy portalni yaratish. Bu portal tadbirkorga "Mening mahsulotimga qaysi davlatda talab bor?", "Raqobatchilar narxi qancha?" va "Bojxona to'lovlari qanday?" degan savollarga bepul va aniq javob berishi kerak.

Ushbu tadqiqot shuni ko'rsatadiki, raqamli transformatsiya – bu tanlov emas, balki zaruratdir. Agar taklif etilayotgan institutsional va texnologik islohotlar amalga oshirilsa, O'zbekiston kichik biznes subyektlari 2030-yilga borib mamlakat eksportining kamida 40-45 foizini ta'minlashi va global qiymat zanjirida munosib o'rin egallashi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. World Trade Organization (WTO). (2023). World Trade Report 2023: Re-globalization for a secure and inclusive future. Geneva: WTO Publications
2. Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). "Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm". Journal of International Business Studies, 35(2), 124-141.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. (2020). "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-6079-son Farmoni.
4. Li, Y., & Wang, H. (2021). "Cross-border E-commerce and SME Internationalization: Evidence from China". China Economic Review, 68, 101-115.
5. OECD. (2023). OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2023. Paris: OECD Publishing.
6. Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. Journal of International Business Studies, 35(2), 124-141.
7. Hervé, A., Schmitt, C., & Baldegger, R. (2020). Digitalization, Entrepreneurial Orientation and Internationalization of Micro-, Small- and Medium-Sized Enterprises. Technology Innovation Management Review, 10(4), 5-17.

8. Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055.
9. Li, Y., & Wang, H. (2021). Cross-border E-commerce and SME Internationalization: Evidence from China. *China Economic Review*, 68, 101-115.
10. Couture, V., Faber, B., Gu, Y., & Liu, L. (2021). E-Commerce Integration and Economic Development: Evidence from China. *American Economic Review*, 111(7), 2307-2340.
11. Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D., & Wright, M. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 72-95.
12. Ulaş, D. (2019). Digital Transformation Process and SMEs. *Procedia Computer Science*, 158, 662-671.
13. Martí, L., Puertas, R., & García, L. (2017). The LPI, trade and development. *Applied Economics*, 49(1-3), 25-34.
14. Strange, R., & Zucchella, A. (2017). Industry 4.0, global value chains and international business. *Multinational Business Review*, 25(3), 174-184.
15. Pomfret, R. (2019). Central Asia's changing trade patterns. *Economic Systems*, 43(3-4), 100723.
16. Ministry of Commerce of the People's Republic of China (MOFCOM). (2024). Report on the Development of China's Cross-border E-commerce 2023. Beijing. Available at: <http://english.mofcom.gov.cn/article/statistic/>.
17. Turkish Statistical Institute (TÜİK). (2024). Foreign Trade Statistics by Enterprise Characteristics, 2023. Ankara. Retrieved from: <https://data.tuik.gov.tr/>.
18. General Administration of Customs China (GACC). (2023). Customs Statistics on Cross-border E-commerce.
19. World Bank. (2023). Logistics Performance Index (LPI) 2023: Connecting to Compete. Washington, DC: World Bank. Page 18-22.
20. KOSGEB (Small and Medium Enterprises Development Organization). (2023). 2023 Yılı Faaliyet Raporu (2023 Annual Activity Report). Ankara: Ministry of Industry and Technology.