

## РОЛЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Мохларойим Хабибуллаева

Ташкентский Государственный Университет Востоковедения  
Факультет Магистратуры Специальность Внешняя экономическая  
деятельность Группа Внешняя экономическая деятельность

### Аннотация

В большинстве стран мира малые предприятия чаще всего работают на удовлетворение потребностей внутреннего рынка, а крупные предприятия на удовлетворение внешних. Но в последние годы малые предприятия освоили новые формы международного сотрудничества и внедряют инновационные подходы в управлении и производство. Все больше малых предприятий Узбекистана задумываются о ведении внешнеэкономической деятельности как о более выгодной альтернативе развития бизнеса, которая поможет им повысить прибыль, стать более конкурентоспособной (в том числе на внутренних рынках) и устойчивой с долгосрочной точки зрения.

В статье определены условия развития предприятий малого бизнеса Узбекистана. Проведен анализ их деятельности, дана характеристика экспортирующих малых предприятий страны с учетом их возраста, в зависимости от числа стран назначения экспорта и товарным ассортиментом. В результате проведенной оценки выявлены основные проблемы развития внешнеэкономической деятельности малого предпринимательства и определены меры по их устранению на основе оказания эффективной государственной поддержки малому бизнесу, с учетом положительного международного и регионального опыта, а также предложений по взаимодействию малых и крупных предприятий.

**Keywords:** small businesses, foreign economic activity, export potential, state support for small business development

### Abstract

In most countries, small businesses often operate on the needs of the domestic market, and large enterprises for satisfaction of external. But in recent years, small businesses have mastered new forms of international cooperation and are



introducing innovative approaches to management and production. More and more small businesses in Uzbekistan are thinking about conducting foreign economic activity as a more profitable alternative to business development, which will help them increase profits, become more competitive (including in domestic markets) and sustainable from a long-term point of view.

The article defines the conditions for the development of small businesses in Uzbekistan. The analysis of their activities is carried out, the characteristics of exporting small enterprises of the country are given, taking into account their age, depending on the number of countries of export destination and the product range. As a result of the assessment, the main problems of the development of foreign economic activity of small businesses were identified and measures to eliminate them were identified based on effective state support for small businesses, taking into account positive international and regional experience, as well as proposals for interaction between small and large enterprises.

**Ключевые слова:** малые предприятия, внешнеэкономическая деятельность, экспортный потенциал, государственная поддержка развития малого предпринимательства

Проблемные аспекты узбекского малого бизнеса, осуществляющего внешнеэкономическую деятельность, в узбекском и зарубежном научно-аналитическом пространстве поднимались достаточно редко. Во многих научных работах отмечается неготовность большинства малых предприятий Узбекистана к выходу на международный рынок и ориентация малого предпринимательства исключительно на обслуживание узбекского потребителя. В сравнении с развитыми экономиками доля малого бизнеса Республики Узбекистан во внешнеэкономической деятельности очень мала. В настоящее время одной из приоритетных задач Узбекистана является поддержка развития малого и среднего предпринимательства. Проводимая государством политика способствует устойчивому развитию национальной экономики, сделает ее сбалансированной путем создания новых и современных рабочих мест, содействует процессу цифровизации. Одним из эффективных инструментов развития малого и среднего бизнеса в стране является используемый опыт разных государств мира.



Цель исследования заключается в определении роли малых предприятий и определении перспектив расширения их участия во внешнеэкономической деятельности Узбекистана.

Теоретические основы исследования составляют научные труды отечественных ученых, посвященные вопросам развития субъектов малого бизнеса и возможности их участия во внешнеэкономической деятельности страны. Инструментарно-методический аппарат основан на применении общенаучных методов исследования, абстрактно-логического, сравнительного, системного анализа. Информационно-эмпирической базой исследования являются статистические материалы комитета статистики Узбекистана, касающиеся условий развития малого бизнеса, материалы периодических изданий по теме участия во внешнеэкономической деятельности малых предприятий

Малые и средние предприятия являются массовой формой деловой активности. Следует отметить, что малый и средний бизнес во многом определяет темпы экономического роста, структуру и качество внутреннего валового продукта. Главными стимулами для развития малого и среднего бизнеса является то, что, во-первых, небольшие компании имеют больший объем реализации, чем большие; во-вторых, суммы налогов, уплачиваемых субъекты малого и среднего бизнеса, больше; в-третьих, малый и средний бизнес создает значительную количество рабочих мест по сравнению с большим. Для примера, в странах Европы малые и средние предприятия составляют 99% от всех предприятий ЕС, а за последние пять лет они создали около 85% новых рабочих мест [1, с. 50].

Кроме того, малый и средний бизнес в экономике государства выполняет ряд специфических социально-экономических функций:

1. Способствует процессам демонополизации разгосударствления экономики, стимулирование развития экономической конкуренции, формированию многочисленных субъектов рыночного хозяйства, ориентированных на спрос, конкуренцию и т.д.
2. Привлекает к экономическому обороту материальные, природные, финансовые, человеческие и информационные ресурсы, которые «выпадают» из поля зрения крупных компаний.
3. Улучшает положение на рынках путём обеспечения эластичности их структуры, увеличением спроса, предложения и цен, по крайней мере



частичной компенсации потерь предложения на период реструктуризации крупных компаний, индивидуализации предложения и дифференциации спроса, насыщение рынков, удовлетворение специфических местных потребностей.

4. Высвобождает крупные предприятия от производства нерентабельной для них мелкосерийной продукции, удовлетворяющей индивидуальный спрос и тем самым повышает эффективность их деятельности. Большим компаниям заключение кооперационных соглашений с малыми предприятиями дает возможность повысить гибкость производства, уменьшить коммерческий риск.

5. Обеспечивает дополнительные рабочие места работникам, уволенным в процессе реструктуризации крупных предприятий.

6. Стимулирует повышение деловой активности населения и развития среднего класса, который составляет социальную базу экономических реформ и обеспечивает стабильность общества.

7. Смягчает социальное напряжение благодаря ослаблению имущественной дифференциации и повышению уровня доходов населения.

8. Увеличивает гибкость национальной экономики и рыночного предложения в соответствии с современными условиями открытой экономики.

9. Способствует процессу демократизации общества, рационализации системы экономической организации и управления [4, с. 46].

При этом все обозначенные функции применимы и к ведению внешнеэкономической деятельности данных субъектов экономики. Внешнеэкономическая деятельность на предприятиях малого и среднего бизнеса играет достаточно важную роль, особенно в кризисный период, это связано, в том числе, и с тем, что, ограничение внутреннего спроса на продукцию отечественных предприятий заставляет их искать новые рынки сбыта и новых партнеров. Поэтому тщательное планирование и соответствующая организация внешнеэкономической деятельности является залогом успеха предприятия в целом [3, с. 51].

При планировании экспортных и импортных операций цели внешнеэкономической деятельности предприятия детализируются в зависимости от его общих целей. Цели экспорта: расширение производства; увеличение прибыли за счет освоения новых рынков; получение экономии на масштабах производства; повышение или поддержка технико-экономического



уровня производства под влиянием международной конкуренции. Цели импорта: расширение производства; увеличение прибыли за счет новых внутренних рынков; модернизация и расширение производственного потенциала. К основным проблемам узбекских предпринимателей во внешнеэкономической деятельности следует отнести:

- блокирование ценовой конкуренции антидопинговым законодательством;
- сложность кредитования и страхования экспорта;
- необходимость выиграть тендеры;
- низкое качество продукции;
- ограничения, действующие в ряде недружественных стран;
- согласованность действий партнеров разных стран в отношении российских товаров [2, с. 448].

Кроме того, в условиях санкций поставка продукции на внешние рынки затруднена, в том числе и с точки зрения логистики. Какие-то из вышеперечисленных проблем возможно решить с помощью совершенствования законодательства, но проблемы с недружественными странами в настоящее время нивелировать не получится. Решением может быть переориентация на другие, в первую очередь, азиатские рынки. Малый и средний бизнес играет важную роль в обеспечении стабильной ВЭД, поскольку именно субъектам малого и среднего бизнеса характерны высокая мобильность, гибкость, скорость перемещение ресурсов в соответствии с изменяющимся спросом, приспособление к кризисным условиям. Благодаря своим специфическим функциям он способен выступать действенным инструментом стабилизации экономических процессов за счет возможности быстро осваивать инновации и обеспечивать ускоренный кругооборот капитала.

Организация и управление взаимодействием региональных органов государственной власти, коммерческих и общественных организаций, образовательных структур, а также научно-исследовательских учреждений способствует оказанию поддержки ВЭД МП субъекта Республики Узбекистан. Для увеличения объема региональной поддержки ВЭД малого бизнеса со стороны как коммерческих, так и общественных организаций, следует:

- способствовать привлечению страховых кредитных организаций, венчурных фондов для осуществления разработки программы льготного кредитования и финансирования участников ВЭД совместными усилиями;



- организовывать повышение квалификации в отношении ведения ВЭД МП путем прохождения обучения предпринимателям на базе ведущих ВУЗов региона;

- осуществлять стимулирование создания и развития отраслевых объединений экспортеров-импортеров товаров или услуг в целях взаимного обмена опытом между МП путем оказания консультационных услуг друг другу;

- способствовать организации открытия торговых региональных представительств на иностранных рынках в целях определения партнера и места сбыта продукции;

- осуществлять реализацию определенных программ повышения экспортного потенциала через областные и региональные фонды поддержки ВЭД МП;

- помогать активному развитию инструментов Интернет-торговли экспортными товарами ввиду необходимости повышения экспортного потенциала МП и сокращения их издержек производства.

Отсутствие статистической базы ВЭД МП в Узбекистана не позволяет произвести оценку эффективности предложенной комплексной программы в рамках производимого исследования оценки текущей ситуации в стране и прогнозирования возможных результатов от ее реализации.

Примечательно, что наибольший эффект от внедрения такой программы получит МП в виде увеличения прибыли, модернизации производства, а также привлечения иностранных инвесторов. Выгоду получают не только коммерческие предприятия и экономика региона, но и национальная экономика в целом - увеличение доходов региональных и государственного бюджетов, развитие наукоемких производств, улучшение уровня жизни населения.

### Список использованной литературы:

1. Дорошенко, В.А. Формы государственной поддержки внешнеэкономической деятельности малого и среднего бизнеса / В.А. Дорошенко // Современные аспекты экономики. – 2022. – № 2 (294). – С. 50-63.

2. Злобин, А.В. Совершенствование условий и критериев категорирования участников ВЭД, направленных на увеличение доли участников ВЭД низкого уровня риска, являющихся добросовестными субъектами малого и среднего бизнеса // А.В. Злобин, Е.О. Высоцкий // В сборнике: Международный



молодежный симпозиум по управлению, экономике и финансам. Сборник научных статей. Казань, 2019. – С. 448–452.

3. Насиров, Ю.З. Проблематика вовлечения субъектов малого и среднего бизнеса во ВЭД регионов / Ю.З. Насиров, Ж.Н. Моисеенко // В сборнике: Современное состояние и приоритетные направления развития аграрной экономики. Материалы международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 50–53.

4. Руденко, Л.Г. Кластерный подход в государственной поддержке малого и среднего предпринимательства в регионах / Л.Г. Руденко // Московский экономический журнал. – 2022. – Т. 7. № 1. – С. 45–57.

5. ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ (последняя редакция). Точка доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_52144/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/)

6. Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Точка доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_308390/b1966e47d2e2bd57335b5db0de2f348357099c2d/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_308390/b1966e47d2e2bd57335b5db0de2f348357099c2d/)

7. Белова Л. А., Вертий М. В. Роль малого и среднего предпринимательства в экономической безопасности региона / Вопросы современной науки // Материалы II национальной междисциплинарной конференции. – 2019. – С. 27-32.

8. Малое и среднее предпринимательство в Узбекистана. 2019: Стат.сб./ М 19 Росстат. –М., 2019. –87с

9. Скоморощенко А.А. Повышение уровня экономической безопасности субъектов хозяйствования в сфере малого предпринимательства региона // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 12-2. С. 169-176.

10. Адаменко А.А. Основные тенденции развития малого предпринимательства в современной Узбекистана / А.А. Адаменко, О.В. Жердева, О.В. Грабовец // Экономика и предпринимательство. - № 12-3 (65-3). - 2015. - С. 922-926.

11. Петров Д.В. Малое предпринимательство Узбекистана: современное состояние и перспективы развития / Д.В. Петров, Т.Е. Хорольская // Естественно-гуманитарные исследования. - 2020. - № 2 (28). - С. 215-219.

12. Федеральная служба государственной статистики. Точка доступа: <https://www.gks.ru/>

