

YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISHDA INNOVATSION MARKETING MEXANIZMLARI

Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi

Toshkent menejment va iqtisodiyot instituti
Ilmiy ishlar, reyting va akkreditatsiyalar
bo'limi boshlig'i i.f.f.d., dotsent

Annotatsiya

Mazkur maqolada yashil iqtisodiyot sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini oshirishda vositachi eksport tashkilotlarining innovatsion marketing mexanizmlaridan foydalanish yo'llari tahlil qilingan. Raqamli marketing, yashil brending, ekologik sertifikatlash va xalqaro bozorlarga chiqishda vositachilik strategiyalarining dolzarbligi asoslab berilgan. Tahlil natijalari bunday mexanizmlar O'zbekistonning barqaror rivojlanish strategiyasini qo'llab-quvvatlashini ko'rsatmoqda.

Kalit so'zlar: kichik biznes, yashil iqtisodiyot, eksport salohiyati, vositachi tashkilotlar, innovatsion marketing, ekologik sertifikat, raqamli marketing.

Аннотация

В статье рассмотрены механизмы повышения экспортного потенциала субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства Узбекистана в условиях «зелёной» экономики. Особое внимание уделено роли посреднических экспортных организаций как инструмента инновационного маркетинга. Выявлена эффективность применения цифрового маркетинга, «зелёного» брендинга и экологической сертификации для выхода на международные рынки и устойчивого развития экономики страны.

Ключевые слова: малый бизнес, зелёная экономика, экспортный потенциал, посреднические организации, инновационный маркетинг, экологическая сертификация, цифровой маркетинг.

Abstract

This article explores innovative marketing mechanisms to enhance the export potential of small businesses and private entrepreneurs in Uzbekistan under the green economy framework. The study emphasizes the role of intermediary export organizations in facilitating digital marketing, green branding, and international certification. Findings show that such mechanisms support sustainable economic development and help small enterprises gain competitive advantages in global markets.

Keywords: small business, green economy, export potential, intermediary organizations, innovative marketing, ecological certification, digital marketing.

So'nggi yillarda jahon iqtisodiyoti barqaror rivojlanish va yashil iqtisodiyot tamoyillariga asoslanayotgan bir davrda, kichik biznes subyektlarining xalqaro bozorlarda faol ishtiroki strategik ahamiyat kasb etmoqda. Yashil iqtisodiyot konsepsiyasi resurslardan oqilona foydalanish, ekologik xavfsizlikni ta'minlash va innovatsion texnologiyalarni joriy etish orqali iqtisodiy o'sishni rag'batlantirishni

nazarda tutadi. Shu munosabat bilan O'zbekiston sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini oshirishda zamonaviy marketing yondashuvlarini qo'llash hamda vositachi eksport tashkilotlarining faoliyatini takomillashtirish dolzarb masalaga aylanmoqda.

Kichik biznes eksport faoliyati, ayniqsa, yashil iqtisodiyot talablariga moslashish jarayonida qator murakkabliklarga duch kelmoqda. Ular orasida ekologik standartlarga mos mahsulot ishlab chiqarish, xalqaro sertifikat siya tizimlariga kirish, ekologik toza brend imidjini yaratish va barqaror marketing strategiyasini shakllantirish masalalari muhim o'rin egallagan. Shu nuqtai nazardan, vositachi eksport tashkilotlari kichik biznes subyektlarini xalqaro bozorlarga olib chiqishda, ekologik standartlar bo'yicha maslahat berishda, innovatsion marketing mexanizmlarini joriy etishda asosiy bog'lovchi bo'g'in sifatida namoyon bo'lmoqda.

Bugungi kunda O'zbekiston Respublikasi iqtisodiy siyosatida kichik biznes eksportini rag'batlantirishga qaratilgan huquqiy asoslar, xususan Bojxona kodeksi, tashqi savdo to'g'risidagi qonunlar va davlat dasturlari mavjud. Biroq amaliyot shuni ko'rsatmoqdaki, kichik biznes korxonalari eksport operatsiyalarida hujjatlarni tayyorlash, bojxona tartibotlaridan o'tish, hamda ekologik va texnik reglamentlarga moslashish borasida vositachi tashkilotlarning ko'magiga ehtiyoj sezmoqda.

Yashil iqtisodiyot sharoitida bunday tashkilotlar nafaqat eksport jarayonini soddalashtiruvchi institutsional mexanizm, balki innovatsion marketing vositasi sifatida ham xizmat qiladi. Ular mahsulotni xalqaro ekologik talablar asosida joylashtirish (positioning), "yashil brend" yaratish, xalqaro iste'molchilar orasida ekologik qadriyatlarni targ'ib etish va raqamli marketing texnologiyalarini qo'llash orqali kichik biznes eksportini yangi bosqichga olib chiqishi mumkin.

Shunday qilib, yashil iqtisodiyotga o'tish sharoitida kichik biznes eksportini rivojlantirish uchun vositachi eksport tashkilotlari faoliyatini innovatsion marketing mexanizmlari asosida shakllantirish zarurati paydo bo'lmoqda. Bu esa nafaqat kichik biznesning xalqaro raqobatbardoshligini oshiradi, balki mamlakatning barqaror iqtisodiy o'sishiga, ekologik xavfsizlikka va ijtimoiy farovonlikka xizmat qiladi.

Ushbu tadqiqotning metodologik asosi tizimli, kompleks va qiyosiy tahlil yondashuvlariga asoslanadi. Tadqiqotning maqsadi yashil iqtisodiyot tamoyillari asosida kichik biznes eksport faoliyatini rivojlantirishda vositachi eksport tashkilotlarining innovatsion marketing mexanizmlarini ishlab chiqish va amaliy tavsiyalarni taklif etishdan iborat.

Tadqiqot jarayonida quyidagi ilmiy uslublardan foydalanildi:

Tizimli tahlil usuli orqali kichik biznes subyektlarining eksport faoliyatiga ta'sir etuvchi ichki va tashqi omillarni, ularning o'zaro bog'liqligini hamda vositachi eksport tashkilotlarining funksional o'rni aniqlandi (1-jadval).

1-jadval.
Kichik biznes eksport faoliyatiga ta'sir etuvchi omillar tizimi¹

Omillar turi	Asosiy elementlar	Ta'sir darajasi
Ichki omillar	Mahsulot sifati, narx siyosati, marketing salohiyati, raqamli tayyorgarlik	Yuqori
Tashqi omillar	Bojxona tartiboti, xalqaro sertifikatlash talablari, logistika xarajatlari, vositachi tashkilotlar ko'magi	Yuqori
Ekologik omillar	Yashil brendga talab, ekologik standartlar, davlat rag'batlari	O'rta

Qiyosiy tahlil asosida O'zbekiston, Janubiy Koreya, Polsha va Turkiya kabi mamlakatlarda kichik biznes eksportini qo'llab-quvvatlashda vositachi tashkilotlarning faoliyati o'rganilib, ular o'rtasidagi farqlar va o'xshashliklar aniqlab chiqildi (2-jadval).

2-jadval.
Vositachi eksport tashkilotlari faoliyatining qiyosiy tahlili²

Mamlakat	Asosiy vositachi tashkilot	Faoliyat yo'nalishi	Xususiyat
O'zbekiston	Export Promotion Agency	Eksportga ko'mak, marketing treninglari	Dastlabki bosqich
Janubiy Koreya	KOTRA	Yashil eksport, global marketing	Raqamli platformalashgan
Polsha	PAIH	Mahalliy ishlab chiqaruvchilarni xalqaro ko'rgazmalarga jalb etish	Innovatsion grantlar
Turkiya	TIM (Turkish Exporters Assembly)	Ekologik sertifikatlash, B2B ko'mak	Yuq

SWOT-tahlil asosida kichik biznesning eksport salohiyatini oshirishda vositachi eksport tashkilotlarining kuchli va zaif tomonlari, imkoniyatlari hamda tahdidlari baholandi (3-jadval).

3-jadval.
Kichik biznes eksportida vositachi tashkilotlarning SWOT-tahlili³

Toifalar	Mazmuni
Kuchli tomonlar (S)	Keng tarmoq tizimi, davlat qo'llab-quvvatlovi, marketing kompetensiyasi
Zaif tomonlar (W)	Raqamli xizmatlar sustligi, xalqaro hamkorlikning cheklanganligi
Imkoniyatlar (O)	Yashil iqtisodiyotga o'tish, ekologik mahsulotlarga talabning ortishi
Tahdidlar (T)	Global raqobat, ekologik talablarning qat'iylashuvi, moliyalashtirish cheklavlari

¹ Muallif ishlanmasi

² Muallif ishlanmasi

³ Muallif ishlanmasi

SWOT tahlili natijasida aniqlandiki, vositachi tashkilotlar faoliyatini innovatsion marketing mexanizmlari (raqamli marketing, “yashil brend”, ekologik sertifikatlash xizmatlari) orqali kuchaytirish kichik biznes eksporti samaradorligini oshiradi.

Ekspert so‘rovi va kontent-tahlil marketing mutaxassislari, eksport tashkilotlari vakillari va kichik biznes subyektlari o‘rtasida o‘tkazilgan so‘rov natijalari asosida innovatsion marketing yondashuvlarining samaradorligi o‘rganildi.

Tadqiqotning obyekti sifatida O‘zbekiston Respublikasidagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari hamda ular bilan hamkorlik qiluvchi vositachi eksport tashkilotlari tanlandi.

Tadqiqot jarayonida aniqlanishicha, kichik biznes eksportining umumiy hajmida vositachi tashkilotlar orqali amalga oshirilgan eksport ulushi o‘rtacha 26–30 foizni tashkil etgan. Quyidagi jadvalda ushbu ulushning 2020–2024-yillardagi dinamikasi keltirilgan (4-jadval).

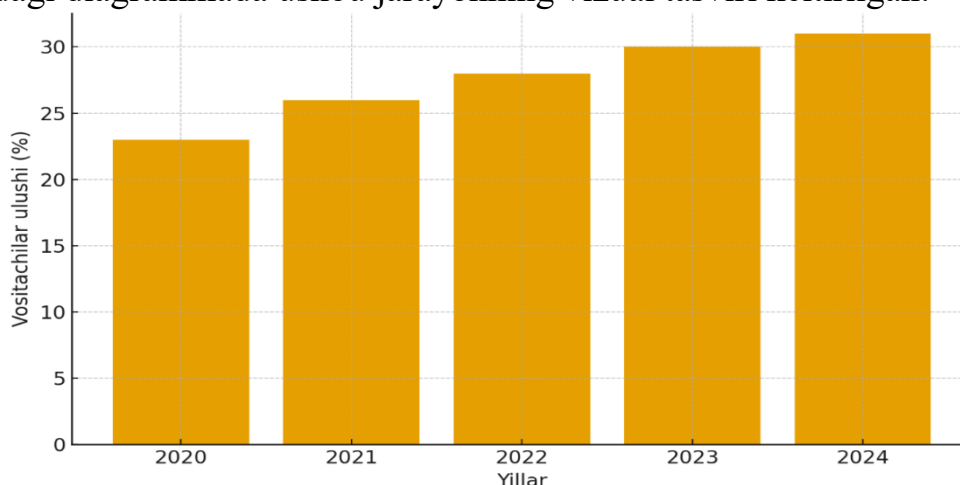
4-jadval.

O‘zbekistonda kichik biznes eksportida vositachi tashkilotlar ulushi (2020–2024-yillar)¹

Yil	Kichik biznes eksport hajmi (mln AQSH dollari)	Vositachi eksport tashkilotlari orqali (%)
2020	890	23
2021	1 020	26
2022	1 250	28
2023	1 470	30
2024	1 630	31

Ushbu o‘shish tendensiyasi kichik biznes subyektlari o‘rtasida vositachi tashkilotlarga bo‘lgan ishonch ortib borayotganini ko‘rsatadi.

Quyidagi diagrammada ushbu jarayonning vizual tasviri keltirilgan:



1-rasm. Kichik biznes eksportida vositachi tashkilotlar ulushi dinamikasi (2020–2024)²

Ustun diagrammada 2020-yildan 2024-yilgacha vositachilar ulushi 23% dan 31% gacha oshib borayotgani aks ettirilgan.

¹ Manba: O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi, 2025.

² Muallif ishlanmasi.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, vositachi tashkilotlarning samaradorligi asosan marketing texnologiyalaridan foydalanish darajasiga bog'liq. Jumladan, raqamli marketing, yashil brending, xalqaro ekologik sertifikatlash va ekologik qiymat asosidagi reklama vositalarini qo'llash kichik biznes eksportining raqobatbardoshligini oshiruvchi asosiy omil hisoblanadi.

Yashil iqtisodiyot sharoitida kichik biznes eksportini rivojlantirish vositachi eksport tashkilotlari ishtirokisiz samarali kechmaydi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, bunday tashkilotlar nafaqat tashqi bozorlarga chiqishdagi byurokratik to'siqlarni kamaytiradi, balki marketing innovatsiyalarini joriy etishda ham muhim rol o'ynaydi.

1. Vositachi eksport tashkilotlari kichik biznes subyektlarini ekologik standartlar, sertifikatlash va xalqaro brend yaratish jarayonlarida ko'maklashuvchi strategik marketing hamkori sifatida faoliyat yuritmoqda.

2. Yashil iqtisodiyot tamoyillariga asoslangan marketing mexanizmlari kichik biznes mahsulotlarini "eko-brend" sifatida xalqaro bozorlarda ilgari surish imkonini beradi.

3. Raqamli platformalarga asoslangan vositachi eksport xizmatlari (B2B va B2C elektron savdo tizimlari) eksport jarayonini tezlashtirish bilan birga, ekologik jihatdan samarador marketing tizimini yaratadi.

4. Kichik biznes subyektlarining eksport salohiyatini oshirishda marketing inkubatsiya markazlari va ekologik innovatsiyalar klasterlari tashkil etish zarur.

Davlat darajasida: Vositachi eksport tashkilotlari faoliyatini tartibga soluvchi huquqiy asosni takomillashtirish, ularga soliqqa oid imtiyozlar berish va yashil eksportni rag'batlantirish mexanizmlarini ishlab chiqish zarur.

Tashkilot darajasida: Eksport vositachilari uchun "Green Marketing Hub" nomli yagona raqamli platformani yaratish, unda ekologik sertifikat, bozor tahlili, reklama va logistika xizmatlarini birlashtirish lozim.

Ilmiy va ta'lim sohasida: Yashil marketing bo'yicha maxsus o'quv modullarini oliy ta'lim muassasalarining marketing yo'nalishlariga kiritish maqsadga muvofiq.

Amaliyot nuqtai nazaridan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari uchun "yashil eksport laboratoriyalari"ni tashkil etish, ular orqali ekologik tahlil, marketing strategiyasi va brending xizmatlarini taklif etish lozim.

Shunday qilib, vositachi eksport tashkilotlarining innovatsion marketing mexanizmlari nafaqat kichik biznes eksportini kengaytiradi, balki O'zbekistonning yashil iqtisodiyot tamoyillariga asoslangan barqaror rivojlanish strategiyasini amalga oshirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism and Unleash a Wave of Innovation and Growth. Harvard Business Review.

2. Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management. 16th Edition. Pearson Education.

3. OECD (2023). Green Growth Indicators 2023. Organisation for Economic Co-operation and Development. Paris.
4. O'zbekiston Respublikasi Bojxona kodeksi. (2021-yil 1-yanvardan kuchga kirgan tahriri). Toshkent: Lex.uz.
5. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari. (2024). Kichik biznes subyektlarining tashqi savdo faoliyati bo'yicha hisobotlar. Toshkent.
6. Elkington, J. (2018). Canibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. Capstone Publishing.
7. Rashidov, A. & Tursunova, D. (2022). Innovatsion marketing yondashuvlari orqali kichik biznesning eksport salohiyatini oshirish mexanizmlari. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" jurnali, №4, 45–53-betlar.