Эффект соседства, ослабевший для инфраструктуры, для кадрового потенциала, напротив, усиливается, способствуя поляризации пространства. Полученные результаты свидетельствуют о том, что стихийное развитие цифровизации не нивелирует, а в ряде аспектов воспроизводит и углубляет межрегиональные диспропорции. В этой связи для обеспечения сбалансированной трансформации экономики городов и регионов необходима целенаправленная политика, учитывающая пространственные эффекты и нацеленная на преодоление именно вторичного цифрового разрыва через стимулирование развития человеческого капитала в регионах-аутсайдерах.

Литература

1. Земцов, С. П. Распространение Пнтернета и межрегиональное цифровое неравенство в России: тенденции, факторы и влияние пандемии / С. П. Земцов, К. В. Демидова, Д.Ю. Кичаев // Балтийский регион. – 2022. – Т. 14, № 4. – С. 57-78. – DOI 10.5922/2079-8555-2022-4-4.

2. Горошко Ю. Д., Баглаев С. А. Псследование влияния цифровых технологий на благосостояние населения // Современные научные исследования: актуальные вопросы. – 2024. – С. 36-39.

3. Heeks, R. (2022). Digital inequality beyond the digital divide: conceptualizing adverse digital incorporation in the global South. Information Technology for Development, 28(4), 688-704.

4. Растворцева, С. Н. Причины и тенденции регионального неравенства в России / С.Н. Растворцева // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2024. – Т. 4, № 2. – С. 135-140. – DOI 10.34130/2070-4992-2024-4-2-132

5. Архипова, М. Ю., & Сиротин, В. П. (2019). Региональные аспекты развития информационно-коммуникационных и цифровых технологий в России. Экономика региона, 15(3), 670-683.

6. Zhao, T.; Zhang, Z. Digital economy, entrepreneurial activity and high-quality development: Empirical evidence from Chinese cities. Manag. World 2020, 10, 65–76

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МСП ПРИ ВЫХОДЕ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ

Д. И. Рузиева
г. Ташкент, Узбекистан
Ташкентский государственный экономический университет

Аннотация. *Статья посвящена анализу факторов, влияющих на конкурентоспособность малого и среднего бизнеса (МСП) при выходе на внешние рынки. Рассматриваются внутренние и внешние барьеры, сопутствующие проблемы и международный опыт (Германия, Канада, Корея). Проведён сравнительный анализ ситуации в России и Узбекистане. На основе исследования предложены меры по стимулированию экспорта МСП: цифровизация, кадровая подготовка, развитие кластеров и упрощение процедур. Особое внимание уделено роли государственной поддержки и инфраструктуры.*

Ключевые слова: *МСП, конкурентоспособность, экспорт, внешние рынки, государственная поддержка, Россия, Узбекистан, барьеры, международный опыт, инновации.*

WAYS TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN THE PROCESS OF ENTERING FOREIGN MARKETS

D.I. Ruziyeva
Tashkent, Uzbekistan
Tashkent State University of Economics

Abstract. *The article analyzes the factors influencing the competitiveness of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the process of entering foreign markets. It examines internal and external barriers,*

related challenges, and international experiences (Germany, Canada, South Korea). A comparative analysis of the situation in Russia and Uzbekistan is provided. Based on the study, measures are proposed to stimulate SME exports, including digitalization, workforce development, cluster formation, and regulatory simplification. Particular attention is given to the role of government support and infrastructure.

Key words: *SMEs, competitiveness, export, foreign markets, government support, Russia, Uzbekistan, barriers, international experience, innovation.*

В современных условиях глобализации и интеграции национальных экономик в мировую систему внешний экспортный потенциал малого и среднего бизнеса (МСП) становится важным фактором устойчивого развития страны. Для многих развивающихся государств, включая Россию и Узбекистан, расширение экспорта МСП играет ключевую роль в диверсификации экономики и снижении зависимости от сырьевого экспорта [1].

Согласно данным Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), вклад МСП в экономику стран ОЭСР составляет 50–60 % добавленной стоимости и до 60 % общей занятости [2]. В странах Центральной Азии с ресурсозависимой экономикой (включая Узбекистан) роль МСП исторически была ниже, однако в последние годы она значительно возросла. Это подчёркивает важность повышения конкурентоспособности МСП.

Определение основных факторов и барьеров выхода субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) на международные рынки является одной из приоритетных задач на сегодняшний день. В этом контексте необходимо уделить основное внимание решению следующих вопросов: анализу роли деятельности субъектов МСП в экономике, выявлению внутренних и внешних барьеров внешнеэкономической деятельности МСП, анализу международного опыта поддержки экспортно-ориентированных МСП на примере Германии, Канады, Кореи и других стран, оценке текущего состояния и экспортного потенциала МСП в России и Узбекистане, а также повышению конкурентоспособности МСП при выходе на внешние рынки за счёт улучшения кадрового обеспечения, цифровизации и совершенствования нормативно-правовых реформ.

Как известно, в таких странах, как Россия и Узбекистан, возникает необходимость более активного вовлечения субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) в экспортную деятельность.

Это подтверждается современными статистическими данными. Например, доля субъектов малого бизнеса в ВВП России составляет 21 %, а в общей занятости – 42 %. В Республике Узбекистан эти показатели выше: доля в ВВП – 55 %, в общей занятости – 86 %. Эти цифры сопоставимы с уровнем стран Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), где доля МСП в ВВП также достигает 55 %. Это свидетельствует о создании всех необходимых условий для развития малого и среднего бизнеса в экономике страны.

Кроме того, на сегодняшний день внешнеторговый баланс Республики Узбекистан достиг 44,4 миллиарда долларов.

В структуре экспорта наибольшую долю занимают промышленные и пищевые товары, в то время как основная часть импорта приходится на машины и транспортное оборудование.

Поддержка экспорта малого и среднего бизнеса (МСП) способствует росту несырьевых отраслей экономики. Это является одним из приоритетных направлений экономической политики обеих стран, особенно Узбекистана. Через сектор МСП создаются новые рабочие места, расширяется экспорт отечественной продукции и активизируется региональная экономическая деятельность.

В этом контексте обеспечение конкурентоспособности субъектов МСП на международном рынке имеет решающее значение. Участие в глобальной торговле возможно только для предприятий, обладающих высоким качеством продукции, эффективным управлением и инновационным подходом. Поэтому повышение конкурентоспособности МСП зависит не только от их позиций на внутреннем рынке, но и от способности завоевать прочные позиции на внешнем рынке. Это требует решения вопросов, связанных с качеством продукции и услуг, оптимизацией производственных затрат, а также логистикой, маркетингом и сертификацией при выходе на экспорт.

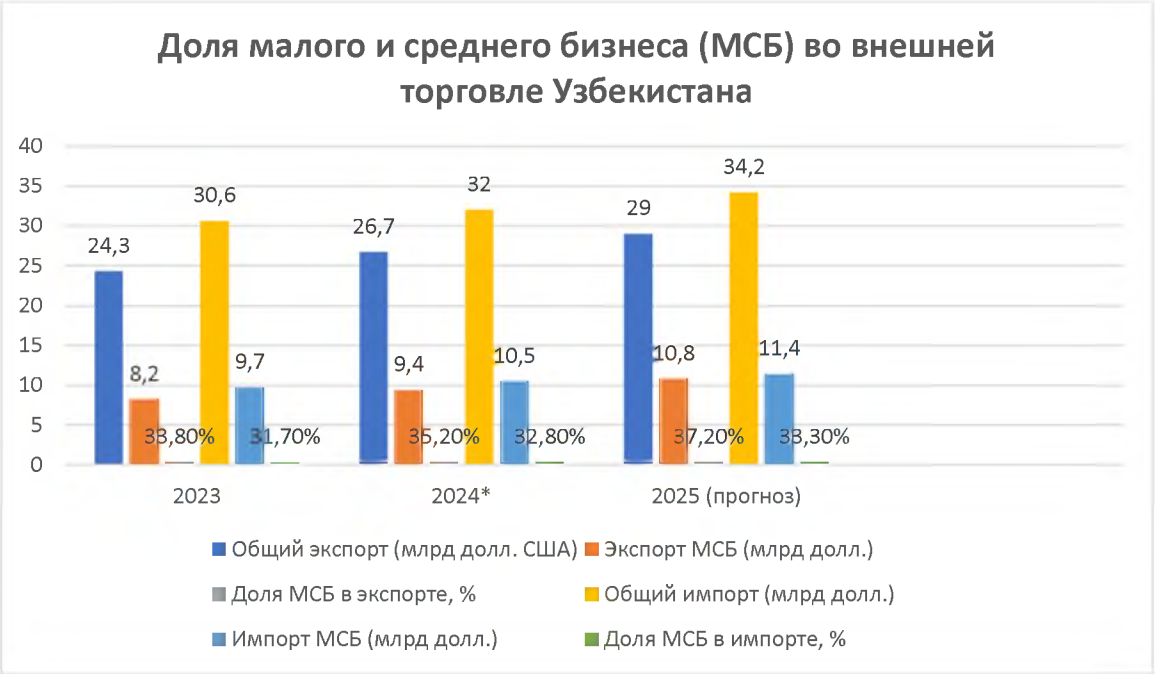


Рис. 1. Доля малого и среднего бизнеса (МСБ) во внешней торговле Узбекистана

В условиях Узбекистана важную роль в формировании конкурентоспособного МСП играют государственные механизмы поддержки, в частности, экспортное кредитование, налоговые льготы, подготовка кадров и реформы, направленные на цифровизацию. Эти меры создают возможности для МСП не только закрепиться на внутреннем рынке, но и найти своё место на международной арене.

Малый и средний бизнес является основной опорой экономики: в развитых странах более 99% компаний – это МСП, на них приходится свыше 50–60% валовой добавленной стоимости и около 70% рабочих мест. Для России и Узбекистана характерны схожие тенденции: МСП обеспечивают 42% занятости в РФ и 86% – в Узбекистане. При этом МСП в Узбекистане уже генерируют более половины ВВП страны.

Экономист Брагин в своих исследованиях подчёркивает, что малый бизнес создаёт новые рабочие места и вносит значительный вклад в ВВП [3]. Однако традиционно доля МСП в ВВП России (примерно 20–21 %) значительно ниже, чем в ряде развитых стран (таких как США, Китай, Узбекистан), где этот показатель составляет около 60–70 %. Это указывает на наличие резервов роста в секторе МСП, а также на необходимость улучшения делового климата и повышения конкурентоспособности.

Конкурентоспособность МСП определяется способностью предприятия эффективно использовать ресурсы и инновации для устойчивой деятельности в условиях рыночной конкуренции. Несмотря на то, что субъекты МСП часто обладают высокой степенью гибкости и инновационным потенциалом, ограниченность ресурсов остаётся их слабым местом: у них меньше финансовых и управленческих возможностей по сравнению с крупными компаниями. Поэтому для успешного выхода на внешние рынки малым предприятиям необходимы специализированные институты поддержки и адаптированные стратегии (например, участие в кластерах, кооперация, доступ к каналам крупных экспортёров).

Таким образом, малый и средний бизнес (МСП) является важным ресурсом экономического роста и диверсификации экономики. Однако для полной реализации их экспортного потенциала необходимо преодолеть ряд организационных, финансовых и инфраструктурных проблем. Эти проблемы особенно проявляются в виде **барьеров** выхода субъектов МСП на внешние рынки.

Кроме того, цифровые технологии и инновации рассматриваются как ключевые элементы повышения конкурентоспособности МСП. Их внедрение позволяет перейти к новым бизнес-моделям, повысить качество продукции и оптимизировать производственные

процессы. Однако, по данным Росстата, доля инновационно-активных предприятий в России составляет лишь около 11%, тогда как в Германии и Швеции этот показатель превышает 50%. Это чётко указывает на необходимость усиления научно-технической поддержки МСП [5].



Рис. 2. Барьеры выхода субъектов МСП на внешние рынки

Малые и средние предприятия при интернационализации сталкиваются с множеством внутренних и внешних барьеров.

К внутренним препятствиям относится нехватка ресурсов:

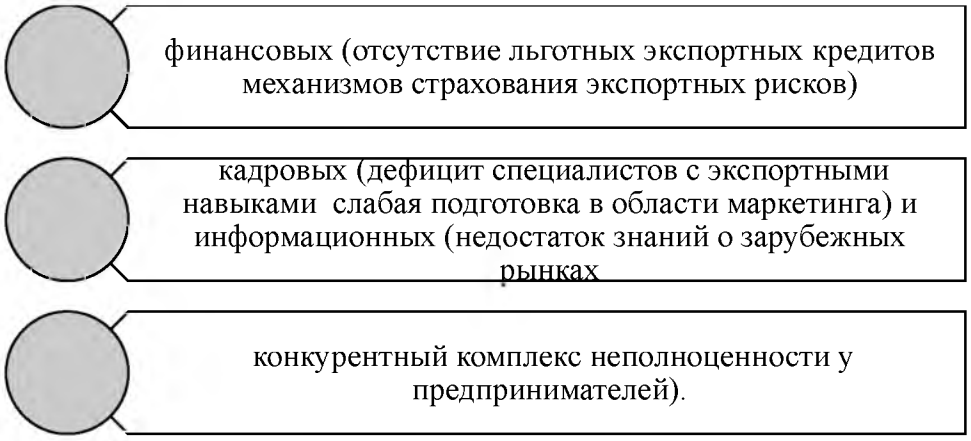


Рис. 3. Внутренним препятствиям нехватка ресурсов

Экономист Королёв в своих исследованиях отмечает, что многие российские предприятия не уделяют достаточного внимания внешним рынкам, испытывая комплекс неполноценности, выраженный в установке «нам нечего предложить» [4]. В то же время их зарубежные аналоги активно осваивают глобальные рынки. По его мнению, это частично связано с менталитетом предпринимателей и слабой экспортной ориентацией системы бизнес-образования.

Кроме того, у субъектов МСП зачастую отсутствует необходимый организационный опыт подготовки к выходу на экспортные рынки. Между тем сам экспортный процесс требует анализа спроса, поиска партнёров и адаптации продукции (её основных характеристик и сопутствующих атрибутов) к требованиям целевого рынка.

Среди внешних барьеров доминируют институциональные и инфраструктурные проблемы.

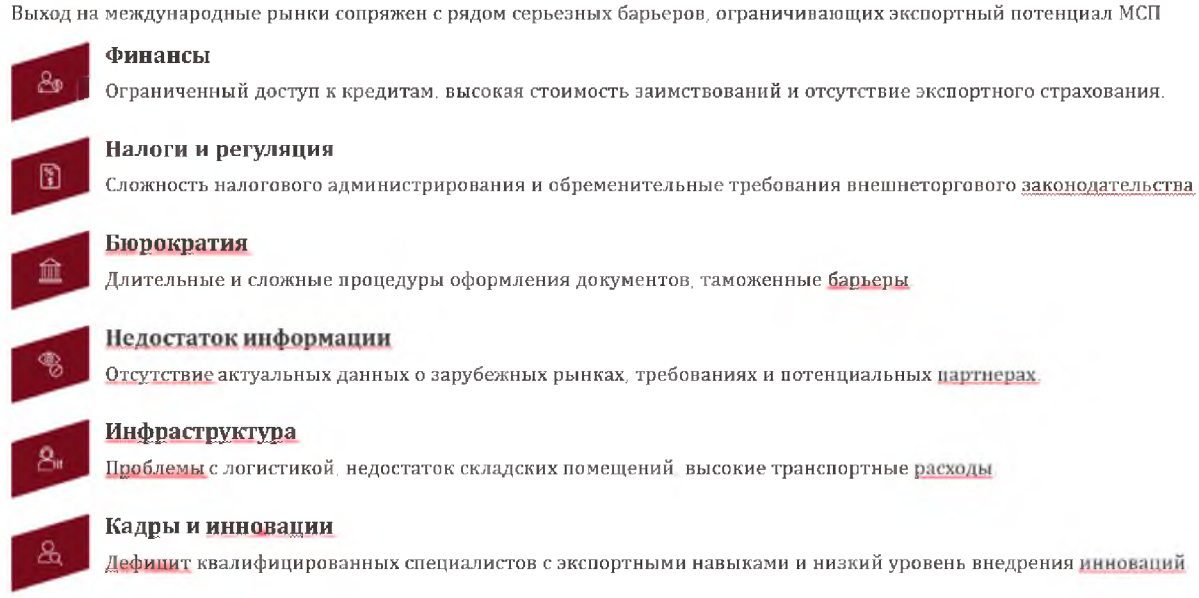


Рис. 4. Препятствия на пути к внешней конкурентоспособности МСП

Основные сдерживающие факторы, влияющие на внешнюю конкурентоспособность субъектов малого и среднего предпринимательства, подтверждаются результатами аналитических исследований Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) [2]. В частности, для стран Центральной Азии, включая Узбекистан, характерны такие инфраструктурные и институциональные проблемы, как низкий уровень материально-технического обеспечения, географическая удалённость от основных рынков, недостаточно развитая транспортная инфраструктура, а также сложность таможенных процедур. Эти факторы рассматриваются как ключевые ограничения внешнеэкономической активности МСП (ОЭСР, 2017).

Кредитный аспект особенно остро сказывается на малых фирмах: им недоступны льготные условия финансирования экспортных операций, а стоимость займов высока. В Узбекистане, например, государство ввело несколько программ микрофинансирования МСП, однако проблемы доступа к долгосрочным кредитам сохраняются. Также барьером выступают недостатки таможенного администрирования и сертификации. Узбекистан в последнее время проводит реформы по упрощению экспортных процедур (создаются «сквозные» таможенные терминалы), но многие МСП испытывают трудности с соответствием стандартам качества (сертификация ISO и др. практически отсутствует).

Таким образом, можно выделить две группы барьеров:

1) внутренние – связанные с ресурсной и организационной слабостью МСП (финансы, кадры, знания, инновации);

2) внешние – институционально-организационные (регулятивная среда, бюрократия, логистика, политика государства).

Преодоление этих барьеров требует как целенаправленной государственной поддержки МСП, так и развития самих компаний: инвестиций в персонал, менеджмент и новые технологии.

Мировой опыт свидетельствует, что успешная интеграция МСП в глобальную экономику невозможна без системной государственной поддержки. Наиболее эффективными элементами такой поддержки являются экспортно-торговые агентства, финансовые инструменты и информационно-консультативные услуги, а также стимулирование инноваций и кластерное сотрудничество.

В развитых странах работают специализированные структуры по продвижению экспорта МСП.

Таблица 1 – Специализированные структуры по продвижению экспорта МСП в разных странах

Страна	Специализированные структуры по продвижению экспорта МСП
Германия	Федеральное бюро по экономическому развитию и внешней торговле (Germany Trade & Invest) и сеть торговых представительств, оказывающих консультации по выходу на рынки
Канада	Export Development Canada (EDC) и канадский центры по экспорту при торговом представительстве, предлагающие гарантии кредитования и страхование экспортных контрактов
Республика Корея	создала агентство KOTRA (Korea Trade-Investment Promotion Agency), которое с 1962 года способствует развитию экспорта, в том числе МСП, через аналитические услуги, поиск партнёров и экспортные субсидии
США	МСП имеют доступ к программам поддержки из SBA (Small Business Administration) и к финансированию через Экспортно-импортный банк США.

Эти институты предоставляют информационную поддержку (тренинги, бизнес-миссии, зарубежные ярмарки), консалтинговые услуги (рыночные исследования, сертификация) и прямую помощь (льготные кредиты, финансовые гарантии).

Особое внимание уделяется также стимулированию инноваций и цифровизации в МСП. Так, в ряде стран вводятся гранты и налоговые стимулы для модернизации производства, развития электронных торговых площадок и использования IT-технологий в международной торговле.

Кластеры и консорциумы МСП являются ещё одним успешным решением: совместные выставки, коллективные переговоры с заказчиками и синергия при разработке продуктов позволяют небольшим компаниям получить доступ к рынкам, недоступным им поодиночке.

Например, в Канаде популярна модель региональных кластеров в аграрном и технологическом секторах: объединённые предприятия совместно финансируют исследования и организуют выход на рынок (Canadian Accelerator Network). В Южной Корее существует программа «Certified Trading Company», поддерживающая объединения МСП-поставщиков оборудования и комплектующих.

Такой опыт указывает на важность коллективных стратегий при интернационализации МСП. В целом, мировая практика подчёркивает, что государство должно не только финансировать МСП, но и выступать партнёром в обучении кадров, упрощении процедур и развитии инфраструктуры (логистических хабов, товарных бирж и т.п.).

В России и Узбекистане предпринимательские сектора МСП формируют существенные, но неоднородные экономические сегменты.

Сравнительная статистика МСП в России и Узбекистане.

Видно из график в России сектор МСП занимает важное место в экономике: в период 2019–2022 годов доля МСП в ВВП колебалась в пределах 20–21%, а уровень занятости оставался стабильным – около 42%. Это указывает на замедленные темпы роста МСП и необходимость активизации их участия во внешнеэкономической деятельности.

В Узбекистане уже к 2015 году доля МСП в ВВП достигла 56%, а уровень занятости в секторе вырос с 78% до 86%. Это свидетельствует о результативности реформ и государственной поддержки, направленной на развитие малого бизнеса в последние годы.

В целом, вклад МСП в экономику Узбекистана выше, чем в России, однако в обоих странах необходимо усиливать конкурентоспособность и экспортный потенциал МСП, особенно с учётом международных стандартов и внешней конкуренции.

Экспортный потенциал МСП в обеих странах остаётся относительно низким. В России МСП сегодня ответственны за не более 15–17 % общего экспорта, тогда как в мировой практике их доля достигает половины.

В Узбекистане в 2000-х годах доля малого и среднего предпринимательства (МСП) в национальном экспорте составляла около 10 %. К 2015 году этот показатель вырос до 28 %, однако при этом доля МСП в ВВП страны оставалась ниже 6 %. Для сравнения, в странах Европейского союза средний показатель составляет порядка 15 %.

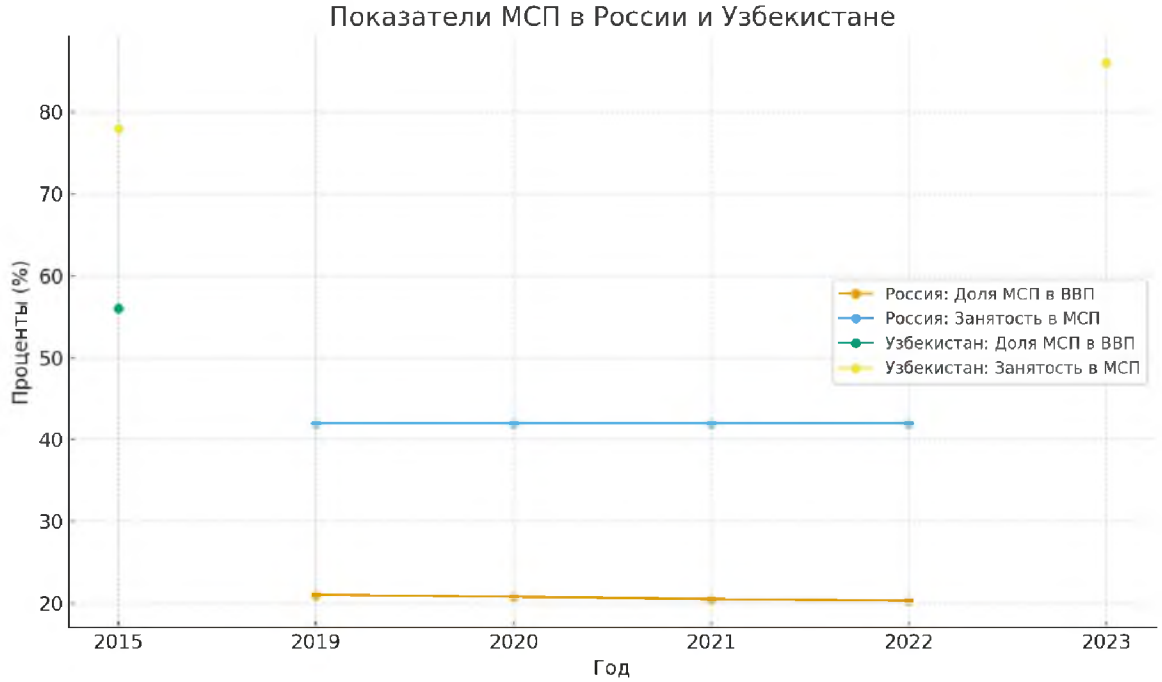


Рис. 5. Сравнительная таблица, в которой отражены показатели доли малого и среднего предпринимательства (МСП) в ВВП и занятости в России и Узбекистане

Согласно статистики до 2024 года, внешняя торговля Узбекистана в 2000-х годах демонстрировала заметный рост. Например, объём экспорта в 2002 году составлял не менее 3,0 млрд долларов США, а к 2024 году достиг 26,17 млрд долларов. Особенно высокий темп роста экспортных показателей наблюдался в период с 2017 по 2024 годы. Так, если в 2019 году экспорт составил 17,06 млрд долларов, то в 2024 году он увеличился до 26,17 млрд долларов.

В обеих странах меры поддержки экспорта малого и среднего предпринимательства (МСП) постепенно развиваются.

В России функционируют институты поддержки экспорта – Российский экспортный центр, Евразийский банк развития (ЕАБР), Корпорация МСП. Они предлагают субсидии на участие в выставках, кредитные гарантии и обучение экспортёров. Однако на практике существуют барьеры, влияющие на возможность воспользоваться этими механизмами, что сдерживает их эффективность.

В Узбекистане, в свою очередь, государство активно реализует реформы в секторе МСП: упрощена процедура регистрации бизнеса, снижена налоговая нагрузка, внедрены программы льготного кредитования (например, Фонд поддержки предпринимательства), запущены цифровые платформы (Портал единого окна), созданы специальные фонды для финансирования экспорта. Эти меры уже дают результат: сектор МСП демонстрирует динамичный рост, его доля в занятости составляет 78 %, а в ВВП – 56 %, что значительно превышает средние мировые показатели.

В совокупности, несмотря на разные стартовые условия, и Россия, и Узбекистан имеют позитивные тенденции по развитию МСП, однако в обоих случаях необходимо систематизировать поддержку экспортно ориентированных МСП.

Ключевыми направлениями являются:

- наращивание финансовых ресурсов для МСП-экспорта (программы гарантирования и льготных кредитов);
- развитие навыков (предпринимательское образование, тренинги по внешней торговле);
- упрощение регуляторных процедур (единые окна, электронные декларации);
- и улучшение инфраструктуры (трансграничные коридоры, поддержка логистических операторов).

В рамках повышения конкурентоспособности МСП во внешнеэкономической деятельности предлагаются следующие меры:

1. Создание единой цифровой экспортной платформы для МСП – с охватом логистики, финансовой и правовой поддержки.
2. Обучение предпринимателей вопросам международного маркетинга, экспортной логистики и электронной торговли.
3. Упрощение процедуры получения международных сертификатов и совместное финансирование затрат на экспертизу за счёт государства.
4. Внедрение системы «экспортного наставничества» с участием предпринимателей, уже добившихся успеха на внешних рынках.
5. Объединение МСП в экспортно-ориентированные кластерные объединения.
6. Развитие экспорта услуг и креативных индустрий – как важного резерва для стран с ограниченным промышленным потенциалом.

В заключение, формирование конкурентоспособной модели участия МСП во внешнеэкономической деятельности требует системного подхода. В этом направлении важна координация усилий государства, бизнеса, образовательных учреждений и операторов инфраструктуры. Основная цель – не просто устранение барьеров, а превращение экспорта в естественную часть стратегии развития малого бизнеса.

Литература

1. Арутюнян А.А. (2025). Пути повышения конкурентоспособности предприятия // *Economy and Business: Theory and Practice*, №1–2, с. 16–25. DOI: 10.24412/2411-0450-2025-1-2-16-19.

2. OECD (2018). *Повышение конкурентоспособности в странах Центральной Азии*. OECD Publishing, Paris.

3. Брагин Л.А., Панкина Т.В., Никишин А.Ф. (2018). Конкурентоспособность организаций малого бизнеса в сфере торговли // *Российское предпринимательство*, 19(11), с. 3493–3502.

4. Королёв В.И. (2016). Проблемы организации выхода компании на внешний рынок // *Российский внешнеэкономический вестник*, №11, с. 70–73.

5. Rosstat, Economy.gov.ru – официальные статистические отчёты о состоянии МСП (2019–2023).

РЕАЛИЗАЦИИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Е.А. Гаращенко
г. Минск, Республика Беларусь
Белорусский государственный экономический университет

Аннотация. *В статье рассматриваются особенности реализации внешнеторговой политики Российской Федерации в условиях глобализации, обусловленные, с одной стороны, развитием процессов экономической интеграции, с другой стороны, многовекторным внешнеторговым взаимодействием стран в мировой экономике. Представлен эволюционный подход.*

Ключевые слова: *внешнеторговая политика, внешняя торговля, тарифное регулирование, единый таможенный тариф, международная экономическая интеграция, глобализация.*

IMPLEMENTATION OF THE FOREIGN TRADE POLICY OF THE RUSSIAN FEDERATION IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

E.A. Garashchenko
Minsk, Republic of Belarus
Belarusian State University of Economics

Abstract. *This article examines the specifics of implementing the Russian Federation's foreign trade policy in the context of globalization, driven by the development of economic integration processes and the*