



INNOVATION STRATEGIYALARNI QO‘LLASH ORQALI MAMLAKAT EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISH USULLARI

Toshkent menejment va iqtisodiyot instituti o‘qituvchisi
Tursunqulov Shoxrux Rabbimqul o‘g‘li

Annotatsiya.

Bugungi kun dolzarb masalalardan biri bu mamlakatning eksport operatsiyalarini takomillashtirish hisoblanadi. Mamlakatimizda so‘ngi yillarda qabul qilingan bir qator farmonlar, qarorlar, nizomlar eksport operatsiyalarini yangi pog‘onaga chiqarish vazifalarni belgilab beradi. Maqolada mamlakatning eksport salohiyatini oshirish usullari va yo‘nalishlari, eksportni tashkil etish xususiyatlari, eksport salohiyatini oshirishda innovatsion strategiyalarni qo‘llash ahamiyati va zarurligi misollar tarzda ko‘rsatib berilgan. Shu bilan birga muammolar aniqlanib ularga tegishli tarzda xulosa va takliflar keltirib o‘tilgan.

***Kalit so‘zlar:** innovatsiya, korxonalar, eksport, strategiya, iqtisodiyot, mehnat tadbirkor, xarajat, tadqiqot, bozor.*

METHODS OF INCREASING THE EXPORT AUTHORITY OF THE COUNTRY BY USING INNOVATIVE STRATEGIES

Abstract.

One of the urgent issues today is the improvement of the country's export operations. A number of decrees, decisions and regulations adopted in our country in recent years determine the tasks of taking export operations to a new level. The article shows the ways and directions of increasing the export potential of the country, the features of export organization, the importance and necessity of using innovative strategies in increasing the export potential. At the same time, problems were identified and conclusions and suggestions were made accordingly.

***Key words:** innovation, enterprise, export, strategy, economy, labor, entrepreneur, cost, research, market.*

МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭКСПОРТНОГО АВТОРСТВА СТРАНЫ С ПОМОЩЬЮ ИННОВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ





Аннотация

Одним из актуальных вопросов сегодня является совершенствование экспортных операций страны. Ряд указов, решений и постановлений, принятых в нашей стране в последние годы, определяют задачи вывода экспортных операций на новый уровень. В статье показаны пути и направления повышения экспортного потенциала страны, особенности организации экспорта, важность и необходимость использования инновационных стратегий в повышении экспортного потенциала. При этом были выявлены проблемы и сделаны соответствующие выводы и предложения.

Ключевые слова: инновация, предприятие, экспорт, стратегия, экономика, труд, предприниматель, затраты, исследования, рынок.

Jahon iqtisodiyotining globallashuvi sharoitida mamlakatlarning tashqi savdosi va uni boshqarish xalqaro iqtisodiy munosabatlarning eng jadal rivojlanayotgan shakli hisoblanadi. Tashqi savdo operatsiyalarining tobora ortib borayotganligining asosiy jihati avvalambor, mamlakatlarning milliy mahsulotlarni tashqi bozorlarda sotishga bo'lgan intilishlari, xorijiy mamlakatlardan esa ma'lum tovarlarni olish ehtiyojlari va nihoyat, xalqaro mehnat taqsimoti tufayli yuqori daromad olish istagi bilan bog'liq. Zamonaviy tashqi savdo operatsiyalari juda xilma-xildir, shuning uchun ularni to'liq tasniflash uchun ma'lum bir mezonlarni taklif qilish juda murakkabdir. Zamonaviy bozor mexanizmlarini joriy etish va mahsulotlarni eksport qilish tartibini soddalashtirish bo'yicha keng ko'lamli ishlar amalga oshirilayotganligiga qaramasdan, mahsulotlarning eksporti hajmini ko'paytirish va turlarini kengaytirishga to'sqinlik qiluvchi omillar mavjud.

Xususan, bugungi kunda birgina eksportga yo'naltirilayotgan meva-sabzavot mahsulotlarining 90 foizidan ortig'i kichik ishlab chiqaruvchilar tomonidan yordamchi xo'jaliklarda, shu jumladan tomorqa uchastkalarida yetishtirilmoqda. Aksariyat ishlab chiqaruvchilar xorijiy bozorlarni o'rganish, shartnomalar tuzish va innovatsion tadqiqotlarini o'tkazish tajribasiga ega emasliklari sababli o'z mahsulotlarini mustaqil ravishda eksport qilish imkoniyatiga ega emas.

Mamlakatning eksport faoliyatiga tashqi muhitning rag'batlantiruvchi va cheklovchi omillari ta'sir qiladi. Rag'batlantiruvchi omillar sifatida eksport qiluvchi tadbirkor faoliyat ko'rsatadigan mamlakatning qulay geografik joylashuvi, shuningdek





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

xodimlarning malakasi, iqtisodiy integratsiya holati va import qiluvchi mamlakat aholisining to'lov qobiliyati kabilardir. Cheklovchi omillar orasida bozor ma'lumotlarning noaniqligi, moliyaviy resurslarning yetishmasligi, zamonaviy uskunalar va texnologiyalarning yetishmasligi, soliq va bojxona cheklovlari va boshqalar kiradi. Kerakli resurslarga ega bo'lgan tadbirkorlik subyektlari to'g'ridan-to'g'ri (mustaqil) eksportni amalga oshirishi, xorijiy xaridorlar bilan to'g'ridan-to'g'ri xalqaro savdo shartnomalarini tuzishi uchun avvalo, eksport bo'limini yaratishi va uni xalqaro savdo, bojxona hujjatlari, sug'urtani tushunadigan malakali kadrlar bilan ta'minlashi kerak. Shuningdek, eksport mutaxassislari mamlakatda xalqaro transport operatsiyalarini tahlil qila oladigan, strategik marketingni rejalashtirishda juda tajribali bo'lishi talab etiladi. Bularning barchasi mamlakatlar uchun katta xarajatlarni talab qiladi va doimiy katta hajmda eksportni amalga oshirilgandagina samarali bo'ladi.

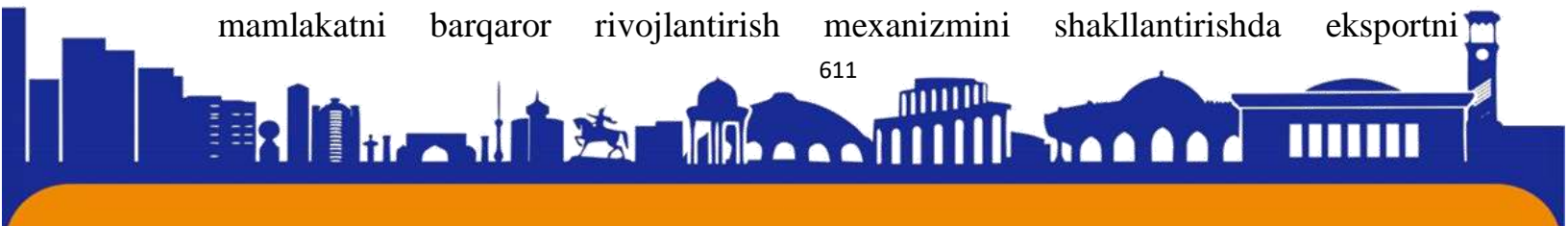
Mamlakatlar to'g'ridan-to'g'ri eksportning amalga oshirishda yana quyidagilarga alohida e'tibor qaratishi lozim:

- mumkin bo'lgan risklarni oldini olish yoki vositachilarning vakolatlari doirasini aniq bilishi;

- tashqi bozorda doimiy ishtirok etishi, bozor bo'yicha doimiy innovatsion tadqiqotlarni o'tkazib borishi, o'zgarishlarni hisobga olishi va ularga o'z vaqtida javob berishi.

Yuqoridagi holatlardan kelib chiqib, eksportni rivojlantirish innovatsion strategiyasini ishlab chiqishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish bilan bog'liq ilmiy-amaliy muammolarni chuqur tadqiq etish, mazkur bozorni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlarini aniqlashni talab etadi.

Doyl (2022) mamlakatning zamonaviy boshqaruvi va marketingning barcha asosiy yo'nalishlarini, ya'ni strategik bozorni rejalashtirish, brending, innovatsiyalar, narxni boshqarish, inqirozni boshqarishning dolzarbligiga katta e'tibor qaratishni ko'rib chiqqan. Uolker, Boyd, Larshe hamda Mallinzlar (2021) o'z tadqiqotlarida eksport nazariyasi orqali strategik tahlil, rejalashtirish va nazorat tushunchalarini batafsil ko'rib chiqqan. Asosiysi esa, dunyoning turli joylarida faoliyat yurituvchi yirik kompaniyalarda bilimlarni muayyan strategik qarorlar ishlab chiqish jarayonida qo'llashni, uning maxsus vositalari va ushbu qarorlarni qabul qilish modellarini misollar tariqasida taklif etishgan. Shu bilan birga Agarkova (2020) o'z tadqiqotida mamlakatni barqaror rivojlantirish mexanizmini shakllantirishda eksportni





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

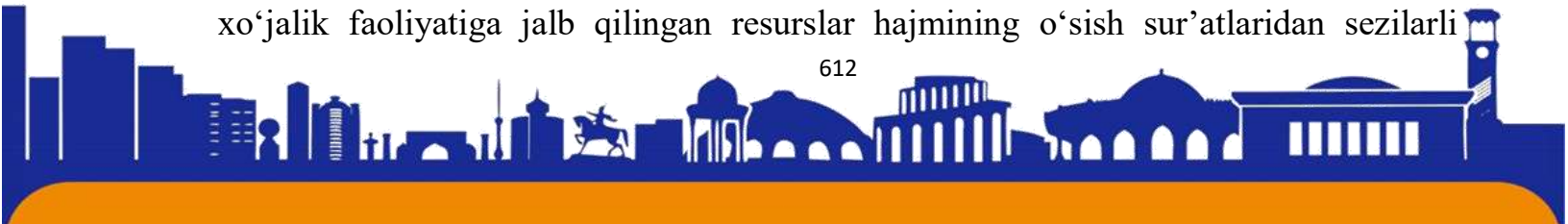
rivojlantirish strategiyalarini qo‘llashning ahamiyatini o‘rgangan va nazariy, uslubiy asoslarini ishlab chiqqan, shuningdek uning ishtirokchilari o‘rtasidagi ilmiy aloqalarni rivojlantirish, ishlab chiqarish salohiyatidan unumli foydalanishni tahminlash bo‘yicha taklif va tavsiyalar berilgan. Sadcheko va boshqalar (2020) Korxonalarda, innovatsiya raqobatbardoshlikning kalitidir. Innovatsiya innovatsion faoliyat natijasidir. Korxonalarining innovatsion innovatsion marketing faoliyati innovatsion faoliyatni tashkil etish ko‘rsatkichi bo‘lib, u korxonaning maqsadlari, rivojlanishi, eksporti va yakuniy natijalari o‘rtasidagi bog‘liqlik xususiyatini aks ettiradi. Iqtisodchi olimlarimizdan Boltaboyev (2023) eksportni rivojlantirishga muddatli maqsadlarini ifodalash va mavjud resurslarini ochilayotgan imkoniyatlar bilan taqqoslab ko‘rish yo‘li bilan ishlab chiqarishni strategik rejalashtirish jarayoni sifatida yondashadi.

Mamlakatlar tomonidan eksport qilinadigan mahsulotlarning katta qismi chuqur qayta ishlanmagan va yuqori qo‘shimcha qiymatga ega bo‘lmagan xom-ashyolar hisoblanadi. Bunday vaziyat mamlakatda eksportga yuqori texnologiyali mahsulotlarni sotishga yo‘naltirishga qaratilgan keskin choralar ishlab chiqishni talab etadi. Eksport holati, mamlakatlarni tashqi bozorga chiqish yo‘llari xalqaro marketing tizimining asosidir.

Ko‘pgina mamlakatlar ichki bozorga ishlashni ma‘qul ko‘radilar, chunki unda ish olib borish osonroq kechadi. Biroq ba‘zi omilarning ta‘siri mamlakatlarni tashqi bozorga yetaklaydi, bular:

- ichki bozor yaxshiroq yoki arzonroq mahsulotlar taklif qiladigan global kompaniyalar tomonidan xujumga uchrash xavfi;
- ba‘zi chet el bozorlarida yuqoriroq daromad olishga imkonlar yaratishi;
- ishlab chiqarish masshtablarida iqtisod qilishga erishi uchun mamlakat bozorini kengaytirilishi;
- tavakkalchilikni kamaytirish maqsadida mamlakat bir bozorga bog‘lanib qolmasligiga harakat qilishi;
- mamlakatning chegara orti mijozlari ulardan milliy chegara ortida ham faoliyat olib borishligini talab qilib qolishi

Rivojlanishning intensiv shakli eksport salohiyatidan samarali foydalanish va o‘shishiga uning tarkibini tashkil etuvchi elementlarini sifat jihatidan o‘zgartirish orqali erishilganda yuzaga keladi. Bunda mamlakatning rivojlanish sur‘ati ishlab chiqarish va xo‘jalik faoliyatiga jalb qilingan resurslar hajmining o‘shish sur‘atlaridan sezilarli





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

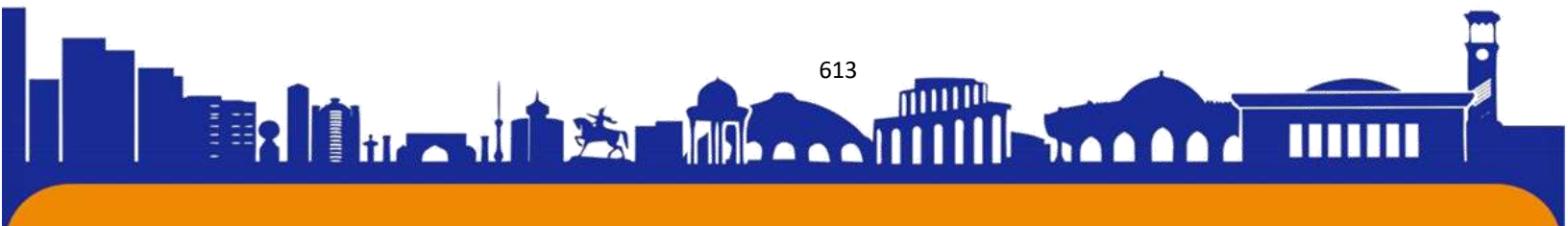
darajada yuqori bo‘ladi. Ekstensiv rivojlanish intensiv rivojlanishdan farqli o‘laroq, uning tarkibiy qismlarining miqdoriy o‘zgarishi hisobiga ishlab chiqarish salohiyatidan foydalanish darajasini oshirishdan iborat.

Tadbirkorlik subyekti tashqi bozorga kirishda barcha alternativlarni hisobga olishi va belgilangan maqsadlarni hisobga olgan holda eng oqilona usulni tanlashi kerak. Ma‘lumki mamlakatimizda va dunyoning ko‘plab mamlakatlarida kichik tadbirkorlik subyektlarining eksport operatsiyalarida passiv ishtiroki mavjud. Bu kichik va o‘rta biznesning eksport salohiyatini rivojlanishiga to‘sqinlik qiladigan ko‘plab muammolar bilan bog‘liq bo‘lib ular quyidagilar:

- kichik va o‘rta biznesning tashqi bozordagi raqobatbardoshlik darajasi;
- kichik mamlakatlarning samarasiz marketingi;
- tashqi bozor ehtiyojlari to‘g‘risida ma‘lumotlarning yetishmasligi;
- eksportni tashkil etish uchun moliyaviy resurslarning yetishmasligi;
- korxonalarining bilim darajasi pastligi;
- eksportni tashkil etishning murakkab jarayoni;
- tashqi bozor uchun unchalik katta bo‘lmagan ishlab chiqarish hajmi;
- davriy yetkazib berishni amalga oshira olmaslik va x.k.

Kichik korxonalar uchun mahsulotlarini xalqaro standartlarga moslashtirish murakkab va qimmat jarayonlardan biridir. Xalqaro bozorlarda mahsulotlarni ilgari surish va yetkazib berishda ham muammolar uchrab turadi. Mamlakatlarning eksport faoliyatini kengaytirish uchun zarur bo‘lgan moliyaviy resurslarga ega emasligi, eksport bozorlari va xalqaro savdo qoidalari haqida yetarli ma‘lumot va ta‘limning yetishmasligi natijasida mamlakatlar yetarli darajada bozorlarga kirib bora olmayadi.

O‘zbekiston Respublikasida korxonalarining eksport salohiyatini ko‘rsatuvchi eng muhim mezonlar qiymati,%da





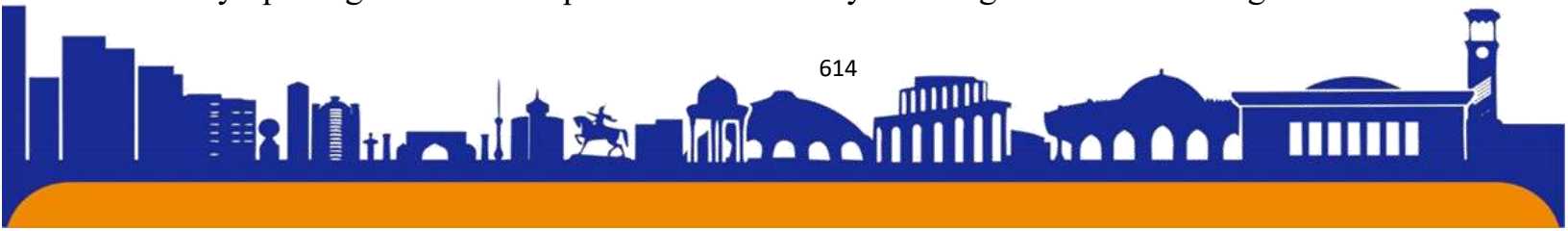
Nº	Mezonlar	Mezonni tavsiflovchi ko'rsatkichlar
1.	Ishlab chiqarish resurslarining holati	1. Ishlab chiqarish quvvati
		2. Sifatni boshqarish tizimi
		3. Ishonchli ta'minotchilar bilan aloqalar
		4. Ishlab chiqarish uskunalarning holati
2.	Ishlab chiqarish va sotish munosabatlarini tashkil etish (logistika)	1. Bojxona operatsiyalarini amalga oshirish buyicha bilimlar
		2. Xalqaro savdo qoidalarini bilish (Inkotermis)
		3. Subpudratchilarning ishonchliliigi va samaradorligi
		4. Mahsulotlarni qadoqlash sifatining xalqaro standartlarga muvofiqligi
3.	Moliyaviy resurslar holati	1. Ishchi kapital (Pul oboroti)
		2. Kredit ta'minoti
		3. Mijozlar tomonidan to'lanmaslik xavfidan himoya qilish choralari
		4. Valyuta xavfidan himoyalaniish
4.	Axborot resurslarining sifati	1. Veb-saytning eksport bozori normalariga muvofiqligi
		2. Intellektual mulk va axborot huquqlarini himoya qilish
		3. Ta'minotchilar va mijozlarning ma'lumotlar bazasini yaratish
		4. Mijozlar fikri bilan ishlash
		5. Mahsulot ma'lumotlarini tashqi bozorlar talablariga moslashtirish
5.	Inson resurslari holati	1. Chet tillarini bilish
		2. Xodimlarning eksport sohasidagi malakasi (tajribasi)
		3. Eksport faoliyatini olib borish uchun rahbar hodimlarining mavjudligi
6.	Marketing tizimini tashkil etish	1. Raqobatchilarning xalqaro bozorlardagi faoliyati tahlili
		2. Reklama kampaniyalari
		3. Xalqaro ko'rgazma va seminarlarda ishtirok etishi
7.		Korxonalar umumiy savdosida eksportning ulushi (salmog'i)
8.		Korxonalar umumiy savdosida Xalqaro standartlarga muvofiqlik sertifikatiga ega bo'lgan mahsulotlar ulushi (salmog'i)
Bu mezonlar guruhlariga bo'linib hisoblandi: 1. 20% dan kamroq; 2. 20 - 40%; 3. 40 - 60%; 4. 60 - 80%; 5. 80% dan yuqori.		

Hozirgi kunda korxonalarining "Eksport salohiyati" kategoriyasini belgilashda turlicha yondashuvlar mavjud. Eksport salohiyati tushunchasi ostida biz mavjud resurlarni yoki ishlab chiqarilgan mahsulotlarning eksport qilish imkoniyatini tushunamiz. Eksport salohiyatini zamonaviy uslublar asosida o'rganib, sinflarga bo'lish mumkin. Bizning fikrimizcha, korxonalarining eksport salohiyatini 2 sinfga ajratish mumkin:

➤ Tarkibiy –eksport salohiyatining tarkibiy elementlarini o'rganib, olingan natijalarga ko'ra;

➤ Qiyosiy –raqobatdosh mahsulotlar ishlab chiqaruvchi korxonalarining ish faoliyatini baholab, eksport salohiyatini taqqoslash asosida olingan natijalarga ko'ra;

Quyidagi jadvalda mamlakatimiz korxonalarining eksport salohiyati ko'rsatkichlari o'rganilib 8 ta eng muhim mezonlar keltirib o'tilgan. Tadqiqotimizda yuqoridagi mezonlar orqali korxonalar faoliyatini o'rganishda olib borilgan izlanishlar





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

ma'lumotlar asosida eksportga yo'naltirilgan korxonalarining faqat 6 foizi yuqori darajadagi eksport salohiyatiga, ya'ni eksport faoliyati o'tkazish uchun qulay sharoit va imkoniyatlarga ega. Barcha korxonalarining 43 foiziga eksport faoliyatini olib borish imkoniyatlari cheklangan bo'lib, 51 foiz korxonalar esa yetarli darajada eksport salohiyatiga ega emas, shuning uchun ularning bozor raqobati sharoitida faoliyati qiyinlashadi degan xulosaga kelindi. Export tarkibi ham kuzatilganda nooziq-ovqat xomashyo, mineral yoqilg'i, yog'lash moylari vashunga o'xshash materiallar ekport hajmi yillar kesimida kamayganini kuzatish mumkin

Eksport tarkibi (XSST-2008) (mln.AQSH.doll.)¹

XSST kodi	XSST nomi	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	Jami:	12 534,2	13 990,4	17 458,7	15 102,3	16 662,8	19 293,7
1	Oziq-ovqat mahsulotlari va tirik hayvonlar	817,9	1 029,9	1 436,4	1 336,2	1 371,8	1 631,5
2	Ichimliklar va tamaki	23,4	22,3	29,8	27,1	36,0	111,0
3	Nooziq-ovqat xomashyo, yoqilg'idan tashqari	626,6	427,5	591,2	456,1	509,5	393,6
4	Mineral yoqilg'i, yog'lash moylari va shunga o'xshash materiallar	1 607,6	2 666,8	2 528,9	659,0	914,8	1 215,2
5	Hayvonlar va usimliklar moylari (yog'lari), yoglar va mumlar	0,0	0,1	12,4	26,8	1,5	21,2
6	Kimyoviy vositalar va boshqa toifalarga kiritilmagan shunga o'xshash mahsulotlar	860,7	881,3	836,5	820,9	1 131,2	1 301,3
7	Asosan material turiga qarab klassifikatsiyalangan sanoat tovarlari	2 200,7	2 411,8	2 752,9	2 906,4	4 333,1	4 383,7
8	Mashinalar va transport asbob-uskunalar	350,8	204,1	421,8	434,4	693,6	973,6
9	Turli xil tayyor buyumlar	311,8	337,6	435,7	617,3	785,6	1 112,4
10	Boshqa tovarlar	3 260,0	2 939,0	4 978,2	5 813,1	4 303,9	4 132,3
11	Xizmatlar	2 474,5	3 070,0	3 434,8	2 005,0	2 581,7	4 017,8

Yuqoridagi jadval ma'lumotlari asosida aytish mumkinki mamlakatimizda eksportni rivojlantirish va bu borada olib borilishi lozim bo'lgan innovatsion innovatsion strategiyalari hali hamom to'laligicha qo'llanilmayapti. Mamlakatimizning eksportga nisbatan import ko'rsatkichi yuqoriligicha qolmoqda. Korxonalarda innovatsion innovatsion strategiyalarini qo'llash xalqaro bozor talablariga mos tovarlar ishlab chiqarish va iste'molni tahlil qilish juda muhimdir. Bu borada innovatsion innovatsion strategiyalaridan samarali foydalanish, xorijiy iste'molchilar bilan

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi davlat Statistika Agentligi ma'lumoti





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

shartnomalar imzolashni kengaytirish va tadqiqotlarda sun'iy intellektni qo'llash orqali strategiyalarni ishlab chiqib uni amalga oshirish juda ahamiyatlidir.



Eksportning o'sish sur'ati (yillik, foizda)²

Yuqoridagi ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, mamlakatimizda eksport uchun shart sharoitlar yaratilgan ammo ulardan raqamli iqtisodiyot sharoitida to'g'ri foydalanish mos innovatsion strategiyasi tanlash kelajakda korxonalar va mamlakat iqtisodiyotida naf keltirgan bo'lar edi. 2019-yilda eksportning eng yuqori ko'rsatkichi 24,8 % o'sish kuzatilgan bo'lsa, mamlakat tashkilotlarning an'anaviy usulda tashkil etilganligi natijasida 2020-yilda 86,5 % gacha tushdi va 2022-yilga kelib 15,8 % o'sishni kuzatishimiz mumkin.

Mamlakatlarda innovatsion innovatsion strategiyalarini qo'llash orqali eksport salohiyatini oshirish, O'zbekiston iqtisodiyotining global bozorlarda raqobatbardoshligini oshirish va mamlakatning tashqi savdo saldosini yaxshilashda muhim ahamiyatga ega. Ushbu maqolada ko'rsatilgan tahlil va tavsiyalar, mamlakatlar eksport faoliyatini kengaytirish va ularning xalqaro bozorlardagi muvaffaqiyatini ta'minlash uchun zarur chora-tadbirlarni ko'rsatib beradi. Shu bilan birga, davlat va xususiy sektorlarning birgalikdagi harakatlari mamlakatlarning eksport salohiyatini oshirishda muhim rol o'ynaydi. Mamlakatlarda innovatsion innovatsion strategiyalarini qo'llashda quyidagilarni e'tiborga olish ma'qul bo'lar edi: - mahsulotlarni xalqaro standartlarga moslashtirish bo'yicha maslahat va ko'mak ko'rsatish; - mamlakatlar

² O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi davlat Statistika Agentligi ma'lumoti





boshqaruvida innovatsiyalarni bosqichma-bosqich qo'llash; - qaramli vositalardan MASS Media vositalaridan kengroq foydalanish; - xalqaro bozorlar uchun innovatsion va logistika strategiyalarini korxonalar tomonidan ishlab chiqish; - kichik korxonalar uchun eksport faoliyatini kengaytirish uchun zarur bo'lgan moliyaviy resurslarga kirishni kengaytirish; - eksport bozorlari va xalqaro savdo qoidalari haqida ta'lim va ma'lumotni oshirish; - joylardagi mamlakatlarning samarali faoliyatiga xalal berayotgan, to'sqinlik qilayotgan yoki qilishi mumkin bo'lgan muammolarni muntazam ravishda o'rganib borish va o'z vaqtida bartaraf etish chora-tadbirlarini ko'rish; – hududdagi bo'sh yoki samarali foydalanilmayotgan bino va inshootlar to'g'risidagi aniq ma'lumotlarning qisqa muddatlarda olish hamda ularni korxonalariga taqdim etilishi jarayonlarini samarali tashkil etish; – korxonalar faoliyati uchun yanada qulay muhit yaratish borasida har bir hududdagi o'ziga xos xususiyatlarni aniqlash va ulardan kelib chiqqan holda mavjud barcha imkoniyatlarni safarbar etish; – hududdagi korxonalariga energiya, gaz, suv va kanalizatsiya, issiqlik ta'minoti va boshqa shu kabi muhandislik kommunikatsiya tarmoqlariga ulanishi jarayonlariga e'tibor qaratish hamda bu boradagi ilg'or xorijiy tajribalarni qo'llash; – mahallalarda oilaviy biznesni rivojlantirish bo'yicha mavjud imkoniyatlar va ularni ro'yobga chiqarish yo'llarini aniqlash, shu asosda oilaviy biznesni tashkil etishning namunaviy shakllarini tavsiya etish va qo'llab-quvvatlash; – hududdagi eksportga mahsulot chiqaruvchi korxonalariga yordam ko'rsatish va rag'batlantirish orqali ularning tashqi iqtisodiy faoliyat sohasidagi ishtirokini kengaytirish; – korxonalarini har tomonlama qo'llab-quvvatlab, ularni ichki va tashqi bozorda raqobatlasha oladigan, sifatli mahsulot ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatishini izchil yo'lga qo'ya oladigan mustahkam iqtisodiy sohaga aylanishini ta'minlash lozim.

