

## **MINTAQALAR EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISHNING KONSEPTUAL ASOSLARI VA ULARNING RIVOJLANISHI**

**Abstrakt.** Ushbu maqolada mintaqalar eksport salohiyatini oshirishning konseptual asoslari, uning shakllanish bosqichlari va rivojlanish tendensiyalari tahlil qilingan. Tadqiqot doirasida eksport salohiyati tushunchasining iqtisodiy mazmuni klassik, neoklassik va zamonaviy iqtisodiy nazariyalar nuqtai nazaridan yoritilgan hamda uning mintaqaviy rivojlanish omillari bilan o‘zaro bog‘liqligi asoslab berilgan. Xususan, eksport salohiyati ishlab chiqarish resurslari, infratuzilma, innovatsion salohiyat, institutsional muhit va tashqi bozorlarga integratsiya darajasi kabi omillarning uyg‘un tizimi sifatida talqin etilgan. Maqolada eksport salohiyatining evolyutsiyasi resursga asoslangan modeldan innovatsion va raqobatbardosh modelga o‘tish jarayoni sifatida ko‘rib chiqilgan. Shuningdek, globallashuv va raqamli transformatsiya sharoitida mintaqalar eksport salohiyatini oshirishning ustuvor yo‘nalishlari va mexanizmlari aniqlangan.

**Kalit so‘zlar:** mintaqaviy iqtisodiyot, eksport salohiyati, tashqi savdo, raqobatbardoshlik, innovatsiya, infratuzilma, iqtisodiy rivojlanish, institutsional muhit, eksport diversifikatsiyasi.

**Аннотация.** В данной статье исследуются концептуальные основы повышения экспортного потенциала регионов, этапы его формирования и современные тенденции развития. В рамках исследования раскрывается экономическое содержание категории экспортного потенциала с позиций классической, неоклассической и современной экономической теории, а также обосновывается его взаимосвязь с факторами регионального развития. Экспортный потенциал рассматривается как комплексная система факторов, включающая производственные ресурсы, инфраструктуру, инновационный потенциал, институциональную среду и уровень интеграции с внешними рынками. В статье анализируется эволюция экспортного потенциала от ресурсно-ориентированной модели к инновационной и конкурентоспособной. Особое внимание уделяется определению приоритетных направлений и механизмов повышения экспортного потенциала регионов в условиях глобализации и цифровой трансформации экономики.

**Ключевые слова:** региональная экономика, экспортный потенциал, внешняя торговля, конкурентоспособность, инновации, инфраструктура, экономическое развитие, институциональная среда, диверсификация экспорта. Hududlar iqtisodiy salohiyatidan foydalangan holda tashqi savdoni rivojlantirish masalasi qadimdan davlatlar iqtisodiy siyosatining asosiy mazmun-mohichtidan bir bo‘lib kelgan. Tashqi savdo orqali mamlakatlar o‘zlarining siyosiy, harbiy va iqtisodiy qudratini namoyon qilgan, imidjini shakllantirib kelgan.

**Abstract.** This article examines the conceptual foundations for enhancing the export potential of regions, including its formation stages and development trends. The study explores the economic essence of export potential from the perspectives of classical, neoclassical, and modern economic theories, and substantiates its relationship with regional development factors. Export potential is interpreted as a complex system comprising production resources, infrastructure, innovation capacity, institutional environment, and the level of integration into global markets. The paper analyzes the evolution of export potential from a resource-based model to an innovation-driven and competitive model. Furthermore, key directions and mechanisms for improving regional export potential under conditions of globalization and digital transformation are identified.

**Keywords:** regional economy, export potential, foreign trade, competitiveness, innovation, infrastructure, economic development, institutional environment, export diversification.

**Kirish.** Jahon iqtisodiyotida globallashuv jarayonlarining jadallashuvi, xalqaro savdo aloqalarining kengayishi va raqobat muhitining keskinlashuvi sharoitida eksport faoliyati iqtisodiy

o'sishning muhim drayverlaridan biriga aylanmoqda. Ayniqsa, milliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishi va xalqaro bozorlarda mustahkam o'rin egallashda mintaqalar eksport salohiyatidan samarali foydalanish alohida ahamiyat kasb etadi. Shu nuqtai nazardan, mintaqalar eksport salohiyatini oshirishning nazariy-konseptual asoslarini chuqur o'rganish hamda ularning rivojlanish tendensiyalarini aniqlash dolzarb ilmiy-amaliy vazifa hisoblanadi.

Hozirgi kunda eksport salohiyati nafaqat ishlab chiqarish hajmi bilan, balki mahsulotlarning qo'shilgan qiymati, innovatsion darajasi, logistika infratuzilmasi, institutsional muhit va tashqi iqtisodiy integratsiya darajasi bilan ham belgilanadi. Shu bois, eksport salohiyatini baholash va rivojlantirishga oid yondashuvlar evolyutsiyasi resursga asoslangan modeldan innovatsion va raqobatbardosh modelga o'tish bilan tavsiflanadi. Bu jarayon, o'z navbatida, hududlarning ichki imkoniyatlarini samarali safarbar etish va ularni global qiymat zanjirlariga integratsiyalash zaruratini yuzaga keltirmoqda.

O'zbekiston Respublikasida ham so'nggi yillarda eksportni qo'llab-quvvatlash, mintaqalar iqtisodiy salohiyatini oshirish va hududlararo tafovutlarni qisqartirishga qaratilgan keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, "Yangi O'zbekiston – 2022–2026 yillarga mo'ljallangan taraqqiyot strategiyasi", "O'zbekiston – 2030 strategiyasi" kabi muhim dasturiy hujjatlarda eksport hajmini oshirish, mahsulotlar diversifikatsiyasini kengaytirish va hududlarning eksportga yo'naltirilgan rivojlanishini ta'minlash ustuvor vazifalar sifatida belgilangan. Bu esa mintaqalar eksport salohiyatini ilmiy asosda tadqiq etish va amaliy mexanizmlarini takomillashtirish zaruratini yanada kuchaytirmoqda.

Mazkur maqolaning maqsadi mintaqalar eksport salohiyatini oshirishning konseptual asoslarini tizimli ravishda tahlil qilish, uning shakllanishi va rivojlanish bosqichlarini aniqlash hamda zamonaviy sharoitda uni takomillashtirish yo'nalishlarini asoslab berishdan iborat. Ushbu maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar belgilandi: eksport salohiyati tushunchasining nazariy mazmunini ochib berish, uning tarkibiy elementlari va omillarini aniqlash, mintaqaviy rivojlanish bilan o'zaro bog'liqligini asoslash, shuningdek, global va milliy darajadagi rivojlanish tendensiyalarini tahlil qilish.

**Mavzuga oid adabiyotlar sharhi.** Mintaqalar eksport salohiyatini oshirish masalasi iqtisodiy nazariyaning turli bosqichlarida shakllangan va rivojlangan bo'lib, uning nazariy asoslari klassik, neoklassik hamda zamonaviy iqtisodiy yondashuvlar doirasida keng yoritilgan.

Klassik iqtisodiy maktab vakillaridan Adam Smith xalqaro savdoning mohiyatini mutlaq ustunlik nazariyasi orqali asoslab bergan bo'lsa, David Ricardo nisbiy ustunlik nazariyasini ishlab chiqib, mamlakatlar va hududlar o'z resurslaridan samarali foydalanish orqali eksport salohiyatini oshirishi mumkinligini ilmiy jihatdan isbotlagan<sup>1</sup>. Ushbu nazariyalar eksport faoliyatining boshlang'ich konseptual asoslarini shakllantirgan.

Neoklassik yondashuv doirasida Eli Heckscher va Bertil Ohlin tomonidan ishlab chiqilgan omillar nisbati nazariyasi eksport salohiyatini ishlab chiqarish omillari (mehnat, kapital, yer resurslari) taqsimoti bilan bog'laydi<sup>2</sup>. Ushbu yondashuvga ko'ra, hududlarning eksport ixtisoslashuvi ularning resurs bazasi va ishlab chiqarish imkoniyatlariga bevosita bog'liq hisoblanadi.

XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab eksport salohiyatini tushuntirishda zamonaviy nazariyalar muhim ahamiyat kasb eta boshladi. Xususan, Michael Porter tomonidan ilgari surilgan raqobat ustunligi nazariyasida eksport salohiyati milliy va hududiy raqobatbardoshlik darajasi, innovatsiyalar, klasterlashuv va samarali boshqaruv tizimlari orqali izohlanadi. Shu bilan birga,

<sup>1</sup> Smith, A. (1776). An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. <https://www.gutenberg.org/ebooks/3300>; Ricardo, D. (1817). On the Principles of Political Economy and Taxation. <https://www.econlib.org/library/Ricardo/ricP.html>.

<sup>2</sup> Heckscher, E. (1919). The Effect of Foreign Trade on the Distribution of Income. <https://www.jstor.org/stable/3437616>.; Ohlin, B. (1933). Interregional and International Trade. <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.264037>.

Paul Krugmanning yangi savdo nazariyasi iqtisodiy miqyos samaradorligi va bozorlardagi nomukammal raqobat sharoitida eksport faoliyatining rivojlanishini asoslab beradi<sup>1</sup>.

Institutsional iqtisodiyot vakillari eksport salohiyatini oshirishda davlat siyosati, normativ-huquqiy baza va biznes muhiti muhim rol o'ynashini ta'kidlaydi. Jumladan, World Bank tadqiqotlarida eksportni rivojlantirishda infratuzilma, logistika tizimi, savdo xarajatlarini kamaytirish va institutsional islohotlar asosiy omillar sifatida ko'rsatiladi. Shuningdek, UNCTAD hisobotlarida rivojlanayotgan mamlakatlar eksport salohiyatini oshirish uchun diversifikatsiya, sanoat siyosati va global qiymat zanjirlariga integratsiya zarurligi qayd etilgan<sup>2</sup>.

Mintaqaviy iqtisodiyot doirasida eksport salohiyatini o'rganishda Fransua Perrouning "o'sish qutblari" nazariyasi alohida ahamiyatga ega bo'lib, unda iqtisodiy faollik ma'lum hududlarda to'planishi va shu orqali boshqa hududlarga ijobiy ta'sir ko'rsatishi asoslab berilgan<sup>3</sup>. Bu esa eksport salohiyatini oshirishda hududiy ixtisoslashuv va drayver tarmoqlarni rivojlantirish muhimligini ko'rsatadi.

Zamonaviy tadqiqotlarda eksport salohiyati ko'p omilli va kompleks tizim sifatida qaraladi. Jumladan, J. Hausmann, D. Rodrik va R. Hidalgo tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda mamlakat va hududlarning eksport tarkibi va iqtisodiy murakkablik darajasi ularning uzoq muddatli iqtisodiy o'sish sur'atlarini belgilovchi asosiy omillardan biri sifatida talqin etiladi (Hausmann et al., 2014)<sup>4</sup>.

O'zbekistonlik iqtisodchi olimlar tomonidan ham mintaqalar eksport salohiyatini oshirish masalalari bo'yicha qator ilmiy tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, hududiy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni kengaytirish, logistika infratuzilmasini rivojlantirish va eksportni institutsional qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqilgan. Ushbu tadqiqotlarda mintaqalar eksport salohiyatini oshirishda mahalliy resurslardan samarali foydalanish va tashqi bozorlarga chiqish imkoniyatlarini kengaytirish muhim omil sifatida baholanadi.

Shu bilan birga, mavjud ilmiy ishlarda eksport salohiyatini kompleks tizim sifatida baholash, uning tarkibiy elementlari va rivojlanish mexanizmlarini mintaqalar kesimida chuqur tahlil qilish yetarli darajada yoritilmagan. Bu esa mazkur tadqiqot mavzusining dolzarbligini yanada oshiradi.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Mazkur tadqiqotda mintaqalar eksport salohiyatini oshirishning konseptual asoslarini aniqlash va uning rivojlanish tendensiyalarini baholash uchun kompleks ilmiy yondashuvlar tizimidan foydalanildi. Tadqiqot metodologiyasi nazariy, empirik va amaliy tahlil usullarining uyg'unligiga asoslanadi.

Tadqiqotning nazariy asosini klassik, neoklassik va zamonaviy iqtisodiy nazariyalar tashkil etadi. Xususan, xalqaro savdo nazariyalari, raqobat ustunligi konsepsiyasi, yangi savdo nazariyasi hamda institutsional iqtisodiyot yondashuvlari eksport salohiyatini shakllantirish va rivojlantirishning ilmiy asoslarini aniqlashda metodologik baza sifatida xizmat qildi. Ushbu yondashuvlar orqali eksport salohiyatining tarkibiy elementlari va unga ta'sir etuvchi omillar tizimli ravishda o'rganildi.

Tadqiqotda quyidagi asosiy ilmiy tadqiqot usullari qo'llanildi: tizimli tahlil, qiyosiy (komparativ) tahlil, statistik va iqtisodiy tahlil, induktiv va deduktiv yondashuvlar, Iqtisodiy-matematik yondashuv, ekspert baholash.

**Tahlil va natijalar.** Shu o'rinda tashqi savdoni, eksportni va importni tartibga solish, uni samarli rivojlantirish bo'yicha turli davrlarda turlicha yondoshuvlar, ilmiy nazariyalar shakllangan

<sup>1</sup> Porter, M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>.; Krugman, P. (1980). Scale Economies, Product Differentiation, and the Pattern of Trade. <https://www.jstor.org/stable/1805774>.

<sup>2</sup> World Bank. World Development Report (various years). <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr>. UNCTAD. World Investment Report. <https://unctad.org/topic/investment/world-investment-report>.

<sup>3</sup> Perroux, F. (1950). Economic Space: Theory and Applications. <https://www.jstor.org/stable/1814465>.

<sup>4</sup> Hausmann, R., Hidalgo, C. et al. (2014). The Atlas of Economic Complexity. <https://atlas.cid.harvard.edu>.

va takomillashgan. Muallif bu yondoshuvlarni va ilmiy nazariyalarni tasniflab, ularni tizimlashtirishga harakat qildi hamda quyidagi tartibda tadqiq qildi: 1. Klassik va neoklassik nazariyalar. 2. Zamonaviy xalqaro savdo nazariyalari. 3. Mintaqaviy iqtisodiyotning hududiy rivojlanish nazariyalari (1-jadval).

1.1-jadval<sup>1</sup>.

**Tashqi savdo va eksportni rivojlantirish bo'yicha nazariyalar va yondoshuvlarning tasniflanishi**

№	Nazariyalar va yondoshuvlar	Muallifi	Mazmuni
<b>I. Klassik va neoklassik nazariyalar</b>			
1	Mutlaq ustunlik nazariyasi	A. Smith	Har bir hudud resurslaridan samarali foydalanib, arzon ishlab chiqaradigan mahsulotlarni eksport qiladi; Mintaqaning eksport salohiyati: tabiiy resurslar, mehnat unumdorligi va ishlab chiqarish xarajatlari bilan belgilanadi; Ixtisoslashuv va mehnat unumdorligini oshirish evaziga eksportni kengaytiradi.
2	Nisbiy ustunlik nazariyasi	D. Rikardo	Hududlar nisbiy ustunlikka ega mahsulotlarni eksport qiladi. Mintaqa barcha tovarlarda ustun bo'lmasa ham, eng kam imkoniyat xarajati bo'lgan mahsulotni eksport qiladi. Ixtisoslashuv eksport salohiyatining asosiy omili sanaladi.
3	Faktorlar nisbati nazariyasi	Heckscher–Ohlin	Eksport tarkibi mintaqaning resurslari bilan belgilanadi. Mehnat ko'p bo'lganda mehnat talab qiluvchi mahsulotlarni, kapital ko'p bo'lganda kapital talab qiluvchi mahsulotlarni eksport qiladi. Mintaqaviy eksport siyosati resurs bazasini rivojlantirish bilan bog'liq.
<b>II. Zamonaviy xalqaro savdo nazariyalari</b>			
4	Yangi savdo nazariyasi	P. Krugman	Eksport hajmi miqyos samarasi, texnologiya, monopolistik raqobat bilan belgilanadi. Katta ishlab chiqarish markazlari eksportda ustunlikka ega.
5	Mahsulot hayotiy sikli nazariyasi	R. Vernon	Innovatsion mahsulotlar avval rivojlangan hududlarda ishlab chiqariladi. Keyinchalik ishlab chiqarish arzon hududlarga ko'chadi. Mintaqaning innovatsion salohiyati eksportni belgilaydi.
6	Global qiymat zanjiri (GVC) nazariyasi		Eksport yakuniy mahsulot emas, balki qiymat zanjiridagi bosqichlarga bog'liq. Mintaqa xomashyo, yarim tayyor, logistika yoki servis orqali eksportda qatnashishi mumkin.

<sup>1</sup> Муаллиф томонидан тузилган.

III. Mintaqaviy iqtisodiyot nazariyalari			
7	Eksport baza nazariyasi		Mintaqa iqtisodiy o'sishi eksport tarmoqlariga bog'liq. Eksport daromadi ichki talab va bandlikning o'sishiga asos bo'ladi. Eksport sektori "lokomotiv" rolini bajaradi.
8	Klaster nazariyasi	M. Porter	Bir hududda korxonalar, logistika, ilmiy markazlar jamlanishi eksportni oshiradi. Raqobat + hamkorlik → innovatsiya → eksport.
9	O'sish qutblari nazariyasi	F. Perrou	Eksportga yo'naltirilgan sanoat markazlari butun mintaqani rivojlantiradi. Industrial markazlar eksport salohiyatini tortuvchi kuch.
10	Endogen o'sish nazariyasi		Eksport salohiyati inson kapitali, innovatsiya, bilim iqtisodiyoti bilan belgilanadi.
IV. Institutsional va siyosiy iqtisod yondashuvlari			
11	Institutsional nazariya		Eksportni oshirish davlat siyosati, bojxona, logistika, biznes muhitga bog'liq.
12	Industrial siyosat nazariyasi		Davlat eksport tarmoqlarini subsidiyalar, infratuzilma, eksport kreditlari bilan qo'llab-quvvatlaydi,
13	Raqobat ustunligi nazariyasi	Porter	Hudud eksporti resurslar, talab, raqobat muhiti, klasterlar bilan belgilanadi.
V. Innovatsion va barqaror rivojlanish nazariyalari			
14	Innovatsion tizimlar nazariyasi		Mintaqaviy innovatsiya tizimi eksport tarkibini texnologik eksport, yuqori qo'shilgan qiymat orqali murakkablashtiradi.
15	Barqaror eksport rivoji		"Yashil eksport" ekologik standartlar orqali resurs samaradorligini oshiradi.

Mutlaq ustunlik nazariyasi klassik iqtisodchi olim Adam Smit tomonidan XVIII asr oxirida ishlab chiqilgan bo'lib, xalqaro savdo va eksportning dastlabki ilmiy asoslaridan biri hisoblanadi. Ushbu nazariyaga ko'ra, har bir mamlakat yoki hudud o'zida eng samarali ishlab chiqariladigan, ya'ni ishlab chiqarish xarajatlari boshqa mamlakatlarga nisbatan past bo'lgan mahsulotlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashishi va ularni eksport qilishi lozim. Boshqacha aytganda, agar bir mamlakat ma'lum bir tovarni boshqa mamlakatga qaraganda kamroq resurs sarflab ishlab chiqara olsa, u ushbu mahsulot bo'yicha mutlaq ustunlikka ega hisoblanadi.

Nazariyaning asosiy mazmuni shundan iboratki, mamlakatlar o'rtasidagi ixtisoslashuv va savdo jarayoni umumiy ishlab chiqarish hajmini oshiradi va barcha ishtirokchilar uchun iqtisodiy manfaat keltiradi. Mutlaq ustunlik nazariyasi eksportning shakllanishini ishlab chiqarish samaradorligi va tabiiy resurslar bilan bog'laydi. Masalan, tabiiy resurslarga boy hududlar xomashyo eksportida ustunlikka ega bo'lishi mumkin.

Mazkur nazariyaning o'ziga xos jihati, u xalqaro savdoning foydali ekanligini birinchi bo'lib ilmiy jihatdan asoslab berdi va mamlakatlar o'rtasida mehnat taqsimoti zarurligini ko'rsatdi. Biroq nazariya faqat mutlaq ustunlik mavjud bo'lgan holatlarni tushuntira oladi, ya'ni agar bir mamlakat barcha mahsulotlarni samaraliroq ishlab chiqarsa, savdo qanday yuzaga kelishini izohlab bera olmaydi. Shu sababli keyinchalik bu nazariya nisbiy ustunlik nazariyasi bilan to'ldirildi.

Nisbiy ustunlik nazariyasi David Ricardo tomonidan ishlab chiqilgan bo‘lib, xalqaro savdo nazariyasining eng muhim konsepsiyalaridan biri hisoblanadi. Ushbu nazariya mamlakatlar o‘rtasida savdo hatto bir mamlakat barcha mahsulotlarni samaraliroq ishlab chiqargan taqdirda ham yuzaga kelishini tushuntiradi. Nazariyaga ko‘ra, mamlakatlar o‘zlari eng past imkoniyat xarajatiga ega bo‘lgan mahsulotlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashishi va ularni eksport qilishi lozim.

Bunda iqtisodiy samaradorlik mutlaq ustunlikka emas, balki nisbiy ustunlikka bog‘liq. Ya‘ni mamlakat o‘zi boshqa mamlakatga qaraganda kamroq samarali ishlab chiqaradigan mahsulotni ham eksport qilishi mumkin, agar u mahsulotni ishlab chiqarishning imkoniyat xarajati boshqa tovarlarga nisbatan past bo‘lsa. Shu sababli mamlakatlar ixtisoslashuv orqali ishlab chiqarish samaradorligini oshiradi va savdodan foyda ko‘radi.

Nisbiy ustunlik nazariyasining o‘ziga xos jihati shundaki, u xalqaro savdoning universal asosini yaratdi va eksportning iqtisodiy foydasini chuqur tushuntirib berdi. Ushbu model mamlakatlar o‘rtasida mehnat taqsimoti va ixtisoslashuvni kuchaytirish zarurligini ko‘rsatadi. Hozirgi zamon iqtisodiy siyosatida ham ushbu yondoshuv eksport strategiyalarini ishlab chiqishda muhim nazariy asos sifatida qo‘llaniladi.

Faktorlar nisbati nazariyasi shved iqtisodchilari Eli Heckscher va Bertil Ohlinlar tomonidan ishlab chiqilgan bo‘lib, xalqaro savdoni mamlakatlarning resurslari bilan bog‘laydi. Ushbu nazariyaga ko‘ra, mamlakatlar o‘zlarida nisbatan ko‘p mavjud bo‘lgan ishlab chiqarish omillaridan samarali foydalanadigan mahsulotlarni eksport qiladi.

Masalan, agar bir mamlakatda mehnat resurslari ko‘p va arzon bo‘lsa, u mehnat talab qiluvchi mahsulotlarni eksport qiladi. Aksincha, kapital resurslari ko‘p bo‘lgan mamlakatlar kapital talab qiluvchi mahsulotlarni eksport qilishga ixtisoslashadi. Shunday qilib, eksport tarkibi mamlakatning resurs bazasi, texnologik imkoniyatlari va ishlab chiqarish omillari bilan belgilanadi.

Ushbu nazariya xalqaro savdoni faqat mehnat unumdorligi bilan emas, balki ishlab chiqarish omillari taqsimoti bilan izohlaydi. Bu yondashuv iqtisodiy siyosatda resurslardan samarali foydalanish va ishlab chiqarish strukturasi shakllantirishda muhim ahamiyatga ega. Shu bilan birga, amaliyotda ba‘zi holatlarda nazariyaga zid natijalar kuzatilgan (masalan, Leontev paradoksi), bu esa savdo jarayonida texnologiya va innovatsiyalar ham muhim rol o‘ynashini ko‘rsatadi.

**Leontev paradoksi** – xalqaro savdo nazariyasida muhim o‘rin tutadigan iqtisodiy hodisa bo‘lib, u **Heckscher–Ohlin nazariyasining amaliy natijalari bilan mos kelmasligini** ko‘rsatgan. Ushbu paradoks amerikalik iqtisodchi **Vasiliy Leontev** tomonidan 1953-yilda empirik tadqiqot natijasida aniqlangan<sup>1</sup>.

**V. Leontev AQSh iqtisodiyoti misolida olib borgan tadqiqotida** kutilmagan natijani aniqlagan. XX asr o‘rtalarida AQSh kapitalga juda boy mamlakat hisoblanganiga qaramay, uning eksport tarkibi asosan **mehnat talab qiluvchi mahsulotlardan**, importi esa **kapital talab qiluvchi mahsulotlardan** iborat ekanligi aniqlangan. Bu natija Heckscher–Ohlin nazariyasi prognozlariga zid bo‘lganligi sababli iqtisodiyotda “Leontief paradoksi” deb nom olgan.

**Paradoksning sabablari quyidagilarni ko‘rsatish mumkin: AQShda yuqori malakali mehnat resurslari mavjudligi; texnologik ustunlik va innovatsiyalar; tabiiy resurslarning eksport tarkibiga ta’siri; tashqi savdo siyosati va tariflar<sup>2</sup>.**

Leontev paradoksi savdoni tushuntirishda faqat kapital va mehnat omillari yetarli emasligini, balki **texnologiya, inson kapitali, innovatsiya va bilimlar** ham muhim ekanligini asosladi. Shu sababli bu paradoks zamonaviy savdo nazariyalari (yangi savdo nazariyasi, innovatsion yondashuvlar va global qiymat zanjiri nazariyasi) rivojlanishiga katta ta’sir ko‘rsatdi<sup>3</sup>.

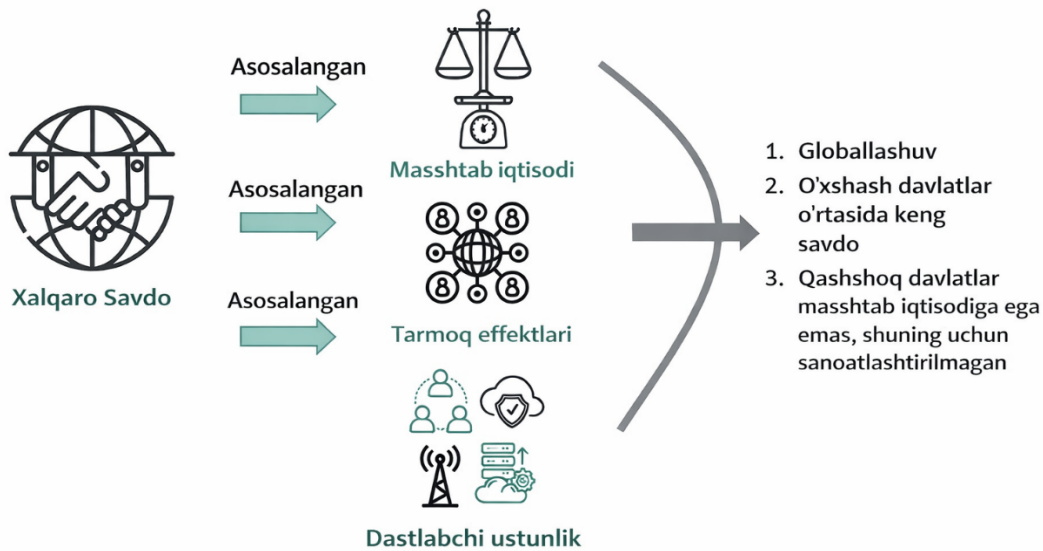
Yangi savdo nazariyasi XX asrning ikkinchi yarmida, ayniqsa iqtisodchi Pol Krugman tomonidan rivojlantirilgan. Bu nazariya klassik savdo nazariyalaridan farqli ravishda xalqaro

<sup>1</sup> <https://www.britannica.com/topic/Leontief-paradox>.

<sup>2</sup> <https://www.investopedia.com/terms/l/leontiefparadox.asp>.

<sup>3</sup> <https://www.sciencedirect.com/topics/economics-econometrics-and-finance/leontief-paradox>.

savdoni faqat resurslar yoki imkoniyat xarajatlari bilan emas, balki miqyos samarasi, texnologiya va bozor tuzilmasi bilan izohlaydi (1 – rasm).



**1-rasm. Yangi savdo nazariyasi.**

Nazariyaga ko'ra, ayrim mamlakatlar eksportda ustunlikka ishlab chiqarish hajmini kengaytirish va texnologik ustunlik orqali erishadi. Yirik ishlab chiqarish korxonalari mahsulotni katta hajmda ishlab chiqarish orqali xarajatlarni kamaytiradi va global bozorlarda raqobatbardosh bo'ladi. Shu sababli ko'plab sanoat tarmoqlarida bir nechta yirik kompaniyalar ustunlikka ega bo'ladi<sup>1</sup>.

Nazariyaning o'ziga xos jihati shundaki, u rivojlangan mamlakatlar o'rtasidagi savdo jarayonini tushuntirib beradi. Masalan, Germaniya va Yaponiya bir xil turdagi avtomobillarni ishlab chiqarib, bir-biriga eksport qilishi mumkin. Bu esa xalqaro savdoda mahsulot differensiasiyasi va brend raqobatining muhimligini ko'rsatadi<sup>2</sup>.

Raqobat ustunligi nazariyasi amerikalik iqtisodchi Maykl Porter tomonidan ishlab chiqilgan bo'lib, zamonaviy eksport strategiyalarining muhim nazariy asoslaridan biridir. Ushbu nazariyaga ko'ra, mamlakatlarning eksportdagi muvaffaqiyati nafaqat resurslarga, balki innovatsiya, texnologiya, boshqaruv sifati va biznes muhitiga ham bog'liq<sup>3</sup>.

Porter nazariyasida "milliy raqobat ustunligi olmosi" modeli mavjud bo'lib, u to'rtta asosiy omildan iborat: ishlab chiqarish omillari, ichki talab sharoiti, bog'liq va yordamchi tarmoqlar, firmalar strategiyasi va raqobat muhiti.

Mazkur nazariya kuchli ichki raqobat va innovatsiyalar eksport salohiyatini oshiradi, deb te'kidlaydi<sup>4</sup>. Mamlakatlar yuqori texnologiyali mahsulotlar ishlab chiqarish orqali global bozorda ustunlikka erishadi. Shu sababli bu nazariya zamonaviy iqtisodiy siyosatda sanoat klasterlari, innovatsion markazlar va eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarishni rivojlantirish bilan bog'liq.

Eksport baza nazariyasi mintaqaviy iqtisodiyot rivojlanishini eksport faoliyati bilan bog'laydigan muhim nazariy yondashuvlardan biridir. Ushbu nazariyaga ko'ra, hudud yoki mamlakat iqtisodiy o'sishining asosiy manbai eksportga yo'naltirilgan tarmoqlar hisoblanadi. Ya'ni, mintaqada ishlab chiqarilgan mahsulotlarning boshqa hududlar yoki mamlakatlarga sotilishi orqali tashqi daromad oqimi shakllanadi va bu daromad ichki iqtisodiyotning boshqa tarmoqlarini ham rivojlantiradi. Eksportdan olingan daromad mahalliy iste'mol, investitsiya va bandlikning oshishiga xizmat qiladi. Shu sababli eksport sektori ko'pincha "asosiy sektor", ichki bozorga xizmat qiluvchi tarmoqlar esa "yordamchi sektor" sifatida qaraladi<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> <https://www.wallstreetmojo.com/new-trade-theory/>.

<sup>2</sup> <https://documents1.worldbank.org/curated/en/205941468764425699/pdf/multi0page.pdf>.

<sup>3</sup> The Competitive Advantage of Nations". <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>.

<sup>4</sup> Porter Diamond Model. <https://www.investopedia.com/terms/p/porter-diamond.asp>.

<sup>5</sup> Economic base theory. <https://www.britannica.com/topic/economic-base-theory>.

Hudud iqtisodiy rivojlanishi uchun eksport hajmini oshirish va eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni kengaytirish zarur<sup>1</sup>. Bu esa yangi ish o'rinlari yaratish, ishlab chiqarish hajmini kengaytirish hamda hududiy iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashga xizmat qiladi. Eksport baza nazariyasi ayniqsa hududlar iqtisodiyotini rivojlantirish strategiyalarini ishlab chiqishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Michael Porter Klaster nazariyasini ishlab chiqqan. Ushbu nazariya mintaqaviy iqtisodiyot va eksport salohiyatini rivojlantirishda muhim nazariy asoslardan biri hisoblanadi. Ushbu nazariyaga ko'ra, iqtisodiy samaradorlik va eksport salohiyati bir hududda o'zaro bog'liq korxonalar, ilmiy markazlar, xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar va infratuzilma obyektlarining jamlanishi orqali shakllanadi<sup>2</sup>. Bunday iqtisodiy tuzilma "klaster" deb ataladi.

Klasterlar korxonalar o'rtasida hamkorlik va raqobat muhitini shakllantiradi, bu esa innovatsiyalarni tezlashtiradi, ishlab chiqarish samaradorligini oshiradi hamda mahsulotlarning global bozorda raqobatbardoshligini ta'minlaydi. Natijada klasterlarda faoliyat yurituvchi korxonalar eksport imkoniyatlarini kengaytiradi<sup>3</sup>. Masalan, dunyoning ko'plab mamlakatlarida avtomobilsozlik, elektronika, IT yoki to'qimachilik sanoati klasterlari eksportning asosiy drayverlari hisoblanadi.

Klaster nazariyasining o'ziga xos jihati shundaki, u eksport salohiyatini faqat resurslar bilan emas, balki innovatsion muhit, biznes aloqalari va infratuzilma rivoji bilan bog'laydi. Shu sababli ko'plab mamlakatlarda hududiy sanoat klasterlarini rivojlantirish eksport strategiyasining muhim elementi hisoblanadi.

Mahsulot hayotiy sikli nazariyasi amerikalik iqtisodchi Raymond Vernon tomonidan ishlab chiqilgan bo'lib, xalqaro savdo va eksport jarayonlarining evolyutsiyasini tushuntirib beradi. Ushbu nazariyaga ko'ra, har bir mahsulot o'z rivojlanish jarayonida bir necha bosqichlarni bosib o'tadi: innovatsiya bosqichi, o'sish bosqichi, yetuklik bosqichi va pasayish bosqichi<sup>4</sup>.

Nazariyaga ko'ra, yangi mahsulotlar dastlab rivojlangan mamlakatlarda ishlab chiqariladi, chunki bu mamlakatlarda ilmiy-tadqiqot salohiyati, texnologiyalar va kapital imkoniyatlari yuqori bo'ladi. Mahsulot keng tarqala boshlagach, ishlab chiqarish jarayoni asta-sekin arzon mehnat resurslariga ega mamlakatlarga ko'chadi<sup>5</sup>. Natijada mahsulot ishlab chiqarish global miqyosda tarqaladi va eksport geografiyasi o'zgaradi.

Ushbu nazariyaga ko'ra, eksport tarkibi vaqt o'tishi bilan o'zgaradi. Shuningdek, u texnologiya va innovatsiyalar xalqaro savdo rivojlanishining muhim omili ekanligini ko'rsatadi<sup>6</sup>.

Global qiymat zanjiri (Global Value Chain – GVC) nazariyasi zamonaviy xalqaro savdo jarayonlarini tushuntirishda muhim o'rin tutadi. Ushbu nazariyaga ko'ra, zamonaviy ishlab chiqarish jarayonlari bir mamlakat doirasida emas, balki bir nechta mamlakatlar o'rtasida taqsimlangan holda amalga oshiriladi<sup>7</sup>. Ya'ni mahsulot yaratish jarayoni ilmiy tadqiqot, dizayn, ishlab chiqarish, logistika va marketing kabi bosqichlardan iborat bo'lib, har bir bosqich turli mamlakatlarda bajarilishi mumkin.

Global qiymat zanjiri yondashuvi eksport tushunchasini ham kengaytiradi. Chunki mamlakatlar nafaqat tayyor mahsulotni, balki ishlab chiqarish jarayonining alohida bosqichlarini ham eksport qilishi mumkin. Masalan, ayrim mamlakatlar xomashyo yetkazib berishga ixtisoslashgan bo'lsa, boshqalari yarim tayyor mahsulot yoki yuqori texnologiyali komponentlar ishlab chiqaradi<sup>8</sup>.

Nazariyaning asosiy ahamiyati shundaki, u mamlakatlarning global iqtisodiyotga integratsiyasini tushuntiradi va eksport salohiyatini oshirish uchun ishlab chiqarish zanjirining yuqori qo'shilgan qiymat yaratiladigan bosqichlariga kirish zarurligini ko'rsatadi.

<sup>1</sup> <https://www.sciencedirect.com/topics/economics-econometrics-and-finance/economic-base-theory>.

<sup>2</sup> <https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition>.

<sup>3</sup> <https://www.isc.hbs.edu/economic-development/Pages/clusters.aspx>.

<sup>4</sup> <https://www.britannica.com/topic/product-life-cycle>.

<sup>5</sup> <https://www.investopedia.com/terms/p/product-life-cycle.asp>

<sup>6</sup> <https://www.investopedia.com/terms/p/product-life-cycle.asp>

<sup>7</sup> <https://www.investopedia.com/terms/p/product-life-cycle.asp>

<sup>8</sup> <https://www.worldbank.org/en/topic/global-value-chains>.

**“O‘sish qutblari nazariyasi” (Growth Pole Theory)** 1950-yillarda fransuz iqtisodchisi Fransua Perrou tomonidan ishlab chiqilgan bo‘lib, iqtisodiy rivojlanish hudud bo‘ylab bir xil tarzda emas, balki ayrim **strategik markazlar yoki “o‘sish qutblari”** orqali amalga oshirishini tushuntiradi<sup>1</sup>.

Perrou nazariyasiga ko‘ra, iqtisodiy rivojlanish barcha hududlarda bir xil darajada sodir bo‘lmaydi. Aksincha, iqtisodiy o‘sish dastlab ayrim tarmoqlar yoki hududlarda shakllanadi va keyinchalik boshqa tarmoqlar hamda hududlarga tarqaladi. Ushbu rivojlanish markazlari “o‘sish qutblari” deb ataladi<sup>2</sup>. Odatda bunday qutblar sanoat markazlari, yirik korxonalar yoki innovatsion ishlab chiqarish markazlari bo‘lishi mumkin.

Nazariyaga ko‘ra, o‘sish qutblarida joylashgan yetakchi korxonalar yoki tarmoqlar iqtisodiyotning boshqa sohalariga kuchli ta‘sir ko‘rsatadi. Bu jarayon iqtisodiy adabiyotlarda **multiplikativ va diffuzion ta‘sir** deb ataladi. Ya‘ni, o‘sish qutbida rivojlangan sanoat tarmoqlari atrofida xizmat ko‘rsatish, logistika, transport va boshqa yordamchi tarmoqlar ham rivojlanadi<sup>3</sup>. Natijada ushbu markaz butun mintaqaning iqtisodiy o‘shirishini rag‘batlantiradi.

O‘sish qutblari nazariyasi iqtisodiy rivojlanishni hududiy markazlashuv jarayoni bilan bog‘laydi. Ya‘ni iqtisodiy o‘sish bir vaqtning o‘zida barcha hududlarda emas, balki eng rivojlangan yoki eng istiqbolli tarmoqlar joylashgan hududlarda boshlanadi. Keyinchalik bu rivojlanish boshqa hududlarga ham tarqaladi. Shu sababli ushbu nazariya ko‘plab mamlakatlarda sanoat zonalari, texnoparklar va industrial klasterlar tashkil etish siyosatini asoslashda keng qo‘llaniladi<sup>4</sup>.

Mazkur nazariya eksport salohiyatini oshirish masalalarida ham muhim ahamiyatga ega. Chunki eksportga yo‘naltirilgan yirik sanoat markazlari mintaqada yangi ishlab chiqarishlar paydo bo‘lishiga, infratuzilma rivojlanishiga va bandlik darajasining oshirishiga xizmat qiladi. Natijada o‘sish qutblari hududiy iqtisodiy rivojlanishning asosiy drayveriga aylanadi.

Fransua Perrouning o‘sish qutblari nazariyasi iqtisodiy rivojlanishning hududiy markazlashgan xarakterini tushuntirib beradi. Nazariyaga ko‘ra, iqtisodiy o‘sish dastlab yirik sanoat markazlari yoki strategik tarmoqlarda shakllanadi va keyinchalik boshqa hududlarga tarqaladi. Shu sababli ushbu nazariya hududiy rivojlanish siyosati, sanoat klasterlari va eksportga yo‘naltirilgan iqtisodiy strategiyalarni ishlab chiqishda muhim nazariy asos hisoblanadi.

**Institutsional nazariya** iqtisodiy jarayonlarni faqat resurslar, ishlab chiqarish omillari yoki bozor mexanizmlari orqali emas, balki **institutlar – ya‘ni qonunlar, qoidalar, tashkilotlar va iqtisodiy muhit** orqali tushuntiradi. Ushbu nazariyaning asosiy vakillari sifatida **Thorstein Veblen, Douglass North, Oliver Williamson** kabi iqtisodchilar e‘tirof etiladi. Institutsional yondashuvga ko‘ra, mamlakatning eksport salohiyati va tashqi savdo natijalari ko‘p jihatdan iqtisodiy institutlarning samaradorligiga bog‘liq bo‘ladi<sup>5</sup>.

Institutsional nazariyaga ko‘ra, eksport hajmi va tarkibi faqat ishlab chiqarish omillariga emas, balki **institutsional muhit sifatiga** ham bog‘liq. Masalan, samarali huquqiy tizim, mulk huquqining himoyasi, shaffof bojxona tartib-qoidalari va rivojlangan logistika infratuzilmasi eksport faoliyatini rag‘batlantiradi. Aksincha, korrupsiya, byurokratik to‘siqlar va tartibga solishning murakkabligi eksport hajmining kamayishiga olib kelishi mumkin.

Institutsional yondashuv eksportni rivojlantirishda davlat siyosati va iqtisodiy institutlarning rolini alohida ta‘kidlaydi. Jumladan, eksportni qo‘llab-quvvatlovchi institutlar (eksport kredit agentliklari, savdo palatalari, eksportni rag‘batlantirish jamg‘armalari) tashqi bozorlarga chiqish jarayonini osonlashtiradi. Shu bilan birga, xalqaro savdo kelishuvlari, bojxona siyosati va transport-logistika tizimi ham eksport salohiyatiga bevosita ta‘sir ko‘rsatadi<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> <https://www.britannica.com/topic/growth-pole>.

<sup>2</sup> <https://www.investopedia.com/terms/g/growth-pole.asp>.

<sup>3</sup> <https://www.investopedia.com/terms/g/growth-pole.asp>.

<sup>4</sup> <https://www.sciencedirect.com/topics/economics-econometrics-and-finance/growth-pole>.

<sup>5</sup> <https://www.britannica.com/topic/institutional-economics>

<sup>6</sup> <https://www.investopedia.com/terms/i/institutional-economics.asp>

Institutsional nazariyaga ko'ra eksportning samarali rivojlanishi quyidagi omillar bilan bog'liq:

- **Huquqiy institutlar** – mulk huquqini himoya qilish va shartnomalar ijrosini ta'minlash;
- **Davlat siyosati** – eksportni rag'batlantirish dasturlari va savdo siyosati;
- **Bozor institutlari** – bank tizimi, sug'urta va moliyaviy xizmatlar;
- **Logistika va infratuzilma** – transport, bojxona va savdo infratuzilmasi;
- **Xalqaro institutlar** – JST (WTO), savdo kelishuvlari va iqtisodiy integratsiya jarayonlari<sup>1</sup>.

Shunday qilib, institutsional nazariya eksport jarayonini iqtisodiy institutlar va davlat siyosati bilan bog'lab tushuntiradi. Bu yondashuvga ko'ra, samarali institutlar mavjud bo'lgan mamlakatlarda eksport faoliyati rivojlanadi va xalqaro bozorlarda raqobatbardoshlik oshadi.

Institutsional nazariya eksport faoliyatining samaradorligini iqtisodiy institutlarning sifati bilan bog'laydi. Huquqiy tizim, savdo siyosati, logistika infratuzilmasi va davlat tomonidan eksportni qo'llab-quvvatlash mexanizmlari mamlakatning xalqaro savdodagi raqobatbardoshligini belgilovchi muhim omillar hisoblanadi.

**Industrial siyosat nazariyasi (Industrial Policy Theory)** davlatning iqtisodiyotda faol rol o'ynashi orqali muayyan sanoat tarmoqlarini rivojlantirish va ularning xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan yondashuvni ifodalaydi. Ushbu nazariyaga ko'ra, eksport salohiyatini oshirishda davlatning strategik aralashuvi, sanoatni qo'llab-quvvatlash va innovatsiyalarni rag'batlantirish muhim ahamiyat kasb etadi<sup>2</sup>.

Industrial siyosat nazariyasiga ko'ra, bozor mexanizmlari har doim ham iqtisodiyotning eng istiqbolli tarmoqlarini rivojlantirish uchun yetarli sharoit yaratib bera olmaydi. Shu sababli davlat strategik ahamiyatga ega tarmoqlarni aniqlab, ularni moliyaviy, institutsional va texnologik jihatdan qo'llab-quvvatlashi zarur<sup>3</sup>. Bunday siyosat ishlab chiqarish hajmini oshirish, yangi texnologiyalarni joriy etish va eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni kengaytirishga xizmat qiladi.

Industrial siyosat eksport bilan bevosita bog'liq bo'lib, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanayotgan tarmoqlar odatda xalqaro bozorlarga yo'naltiriladi. Masalan, ko'plab rivojlangan va yangi industrial mamlakatlarda (Janubiy Koreya, Yaponiya, Singapur kabi) davlat sanoat siyosati orqali avtomobilsozlik, elektronika, kemasozlik kabi eksportga yo'naltirilgan tarmoqlarni rivojlantirgan<sup>4</sup>. Natijada ushbu mamlakatlar qisqa vaqt ichida global savdo tizimida muhim o'rin egallagan.

Industrial siyosat nazariyasiga ko'ra eksportni rag'batlantirish quyidagi vositalar orqali amalga oshiriladi:

- **Davlat subsidiyalari va moliyaviy qo'llab-quvvatlash** – eksportbop mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalarini rag'batlantirish;
- **Eksport kreditlari va sug'urta tizimi** – tashqi savdo operatsiyalarini moliyaviy jihatdan qo'llab-quvvatlash;
- **Sanoat klasterlari va texnoparklar** – innovatsion ishlab chiqarishni rivojlantirish;
- **Texnologiya transferi va ilmiy-tadqiqot faoliyati** – yuqori qo'shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini kengaytirish;
- **Savdo diplomatiyasi va xalqaro kelishuvlar** – yangi bozorlarni ochish<sup>5</sup>.

Shunday qilib, industrial siyosat nazariyasida eksport mamlakat iqtisodiy o'sishining muhim drayveri sifatida qaraladi. Davlat tomonidan olib borilayotgan strategik sanoat siyosati ishlab chiqarishning modernizatsiyasi, yuqori texnologiyali mahsulotlar ulushining oshishi va xalqaro bozorlarda raqobatbardoshlikni kuchaytirishga xizmat qiladi.

<sup>1</sup> <https://www.worldbank.org/en/topic/trade>

<sup>2</sup> <https://www.britannica.com/topic/industrial-policy>.

<sup>3</sup> <https://www.worldbank.org/en/topic/competitiveness/brief/industrial-policy>

<sup>4</sup> <https://www.oecd.org/industry/industrial-policy/>

<sup>5</sup> <https://www.imf.org/en/Publications/fandd/issues/2019/12/industrial-policy-and-development>

Industrial siyosat nazariyasiga ko'ra, davlat tomonidan strategik tarmoqlarni qo'llab-quvvatlash eksport salohiyatini oshirishning muhim vositasidir. Davlat investitsiyalari, innovatsion siyosat va sanoat infratuzilmasining rivojlanishi eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarishni kengaytiradi va mamlakatning global bozordagi raqobatbardoshligini kuchaytiradi.

**Xulosa.** Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, mintaqalar eksport salohiyati iqtisodiy rivojlanishning muhim determinanti sifatida ko'p omilli va tizimli xarakterga ega bo'lib, uning shakllanishi va rivojlanishi ishlab chiqarish resurslari, infratuzilma, innovatsion salohiyat, institutsional muhit hamda tashqi bozorlarga integratsiya darajasining o'zaro uyg'unligiga bog'liqdir. Eksport salohiyati faqat mavjud resurslar yig'indisi emas, balki ularni samarali boshqarish va yuqori qo'shilgan qiymat yaratishga yo'naltirish orqali shakllanuvchi dinamik tizim sifatida namoyon bo'ladi.

Ilmiy tahlillar ko'rsatadiki, eksport salohiyatining evolyutsiyasi resursga asoslangan modeldan innovatsion va raqobatbardosh modelga o'tish jarayoni bilan tavsiflanadi. Mazkur transformatsiya jarayonida texnologik modernizatsiya, raqamli iqtisodiyot elementlarini joriy etish, klasterlashuv va global qiymat zanjirlariga integratsiya asosiy drayver omillar sifatida namoyon bo'ladi. Shu bilan birga, eksportni diversifikatsiya qilish va mahsulotlarning texnologik murakkabligini oshirish hududlarning uzoq muddatli barqaror rivojlanishini ta'minlovchi muhim shartlardan biri hisoblanadi.

Muallif mintaqalar eksport salohiyatini baholashda kompleks yondashuv zarurligini alohida ta'kidlaydi. Ya'ni, eksport hajmi bilan bir qatorda uning tarkibi, diversifikatsiya darajasi, texnologik darajasi va tashqi bozorlarga integratsiya ko'rsatkichlari ham inobatga olinishi lozim. Bu esa eksport salohiyatini baholashning yangi metodologik yondashuvlarini ishlab chiqishni talab etadi.

Amaliy jihatdan, hududiy rivojlanish strategiyalarini ishlab chiqishda eksportga yo'naltirilgan yondashuvni kuchaytirish, mahalliy resurslardan samarali foydalanish va tadbirkorlik faoliyatini qo'llab-quvvatlash ustuvor yo'nalishlar sifatida belgilanishi lozim.

Umuman olganda, mintaqalar eksport salohiyatini oshirish iqtisodiy o'sishni jadallashtirish, bandlikni ta'minlash va aholi farovonligini oshirishning muhim omili bo'lib, uning samarali rivojlanishi ilmiy asoslangan yondashuvlar, kompleks siyosat choralari amalga oshirish va global iqtisodiy jarayonlarga faol integratsiyalashuvni talab etadi.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati;

1. Smith, A. (1776). An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. <https://www.gutenberg.org/ebooks/3300>;
2. Ricardo, D. (1817). On the Principles of Political Economy and Taxation. <https://www.econlib.org/library/Ricardo/ricP.html>.
3. Heckscher, E. (1919). The Effect of Foreign Trade on the Distribution of Income. <https://www.jstor.org/stable/3437616>;
4. Ohlin, B. (1933). Interregional and International Trade. <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.264037>.
5. Porter, M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>;
6. Krugman, P. (1980). Scale Economies, Product Differentiation, and the Pattern of Trade. <https://www.jstor.org/stable/1805774>.
7. World Bank. World Development Report (various years). <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr>. UNCTAD. World Investment Report. <https://unctad.org/topic/investment/world-investment-report>.
8. Perroux, F. (1950). Economic Space: Theory and Applications. <https://www.jstor.org/stable/1814465>.
9. Hausmann, R., Hidalgo, C. et al. (2014). The Atlas of Economic Complexity. <https://atlas.cid.harvard.edu>.
10. <https://www.investopedia.com/terms/l/leontiefparadox.asp>.

11. <https://www.sciencedirect.com/topics/economics-econometrics-and-finance/leontief-paradox>.
12. <https://www.wallstreetmojo.com/new-trade-theory/>.
13. The Competitive Advantage of Nations”. <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>.
14. **PORTER DIAMOND MODEL.**  
<HTTPS://WWW.INVESTOPEDIA.COM/TERMS/P/PORTER-DIAMOND.ASP>.
15. Economic base theory. <https://www.britannica.com/topic/economic-base-theory>.
16. <https://www.sciencedirect.com/topics/economics-econometrics-and-finance/economic-base-theory>.
17. <https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition>.
18. <https://www.isc.hbs.edu/economic-development/Pages/clusters.aspx>.
19. <https://www.oecd.org/industry/industrial-policy/>
20. <https://www.imf.org/en/Publications/fandd/issues/2019/12/industrial-policy-and-development>