

IMPORT STRATEGIYASINING NAZARIY ASOSLARI

Teshaboyev Jasurbek Erkinovich

“O‘zkiymosanoat” AJ, Investitsiya

loyihalarini monitoring qilish bo‘limi boshlig‘i,

j.teshaboev1984@gmail.com

+99894-428-98-99

Kirish

Import strategiyasi milliy iqtisodiyotning rivojlanishi va barqarorligini ta'minlashning asosiy elementlaridan biri hisoblanadi. Import strategiyasi orqali mamlakatning iqtisodiy manfaatlari himoya qilinib, tashqi savdo balansi muvozanatlashtirilishi va ichki bozor talabi qondirilishi uni amalga oshirishning dolzarbligini belgilaydi. Import strategiyasining klassik nazariy asoslari yangi faktorlar va jahon iqtisodiyotining realliklaridan kelib chiqib zamonaviy yondashuvlar bilan to'ldirib borilayotgani ularni o'rganib borish zaruriyatini ko'rsatadi.

Asosiy qism

Import strategiyasi nazariyasining klassik yondashuvlariga “Merkantilizm”, “Absolyut ustunlik” va “Nisbiy ustunlik” nazariyalari kiradi.

Davlatning o'z boylik va qudratini oshirish uchun iqtisodiyotga aktiv aralashuvini nazarda tutuvchi merkantilizm nazariyasi 17-18-asrlarda Angliyada mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo'llab quvvatlash va importni cheklash maqsadida qo'llanilgan (List, 1841). Tarif, kvota va subsidiya kabi proteksionistik choralar ushbu nazariyaning instrumentlari hisoblanadi.

Absolyut ustunlik nazariyasi mamlakat boshqa mamlakatlarga nisbatan kam xarajatlar bilan mahsulot ishlab chiqarganida xalqaro savdodan foyda olishini nazarda tutadi

(Smith, 1776). Xususan, ushbu nazariya 19-asrda AQSHda qishloq xo'jaligi mahsulotlarini eksport qilib, Yevropadan sanoat mahsulotlarini import qilganda qo'llanilgan.

Nisbiy ustunlik nazariyasi mamlakatlar o'zlari ishlab chiqarishi mumkin bo'lgan tovarlar orasida ishlab chiqarish xarajatlari eng past bo'lgan, ya'ni eng yuqori nisbiy ustunlikka ega bo'lgan mahsulotlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashish orqali xalqaro savdodan foyda olishini nazarda tutadi (Ricardo, 1817). Bu nazariyaning qo'llanilishini 19-asrda Angliya vino ishlab chiqarish imkoniyatiga ega bo'lganiga qaramasdan, Portugaliya vino ishlab chiqarishga ixtisoslashib, uni Angliyaga eksport qilganida ko'rish mumkin.

O'z navbatida, import strategiyasining zamonaviy yondashuvlari asosini "Xeksher-Olin", "Tovarning hayot sikli" va "Xalqaro raqobatbardoshlik" nazariyalari tashkil qiladi.

Xeksher-Olin nazariyasi ko'ra mamlakat ishlab chiqarish faktorlari (mehnat, kapital, yer) ortiqcha bo'lgan tovarlarni eksport qilib, ishlab chiqarish faktorlari yetishmaydigan tovarlarni import qilishi lozim (Heckscher, 1919; Ohlin, 1933). Mazkur nazariyaning qo'llanilishini arzon ish kuchiga ega bo'lgan Bangladesh va Vyetnamda tekstil kabi mahsulotlar eksport qilinishi va kapital sig'imi yuqori bo'lgan mashina-uskunalar import qilinganligida ko'rish mumkin.

Tovarning hayot sikli nazariyasiga ko'ra tovarning standartlashganlik darajasi ortishi va uni ishlab chiqarish uchun tajribali mehnat talab qilinishi kamayishi ortidan uni ishlab chiqarish va sotish rivojlangan davlatlardan rivojlanayotgan davlatlarga ko'chib o'tadi (Vernon, 1966). Elektronika mahsulotlarini ishlab chiqarish AQSH va Yaponiya kabi rivojlangan mamlakatlardan Xitoy va Janubiy Koreya davlatlariga ko'chib o'tganligi ushbu nazariyaning amalda qo'llanilishini aks ettiradi.

Xalqaro raqobatbardoshlik nazariyasi mamlakatning jahon bozorida raqobatlashish imkoniyatini belgilab beruvchi sifat, narx, innovatsiya, marketing, infrastruktura va institutsional muhit kabi faktorlarni o'rganishni nazarda tutadi (Porter, 1990). Uni amaliyotda samarali qo'llanilishini mahsulotning yuqori sifati, innovatsiya va rivojlangan infrastruktura orqali raqobatbardoshlikka erishgan Germaniya misolida ko'rish mumkin.

Xulosa

Keltirilgan klassik va zamonaviy nazariyalar ularning amaliyotda qo'llash misollar turli mamlakatlar turli vaqtlarda o'z maqsad, resurslari va imkoniyatlaridan kelib chiqib import strategiyasini amalga oshirishga turlicha yondashganliklarini ko'rsatdi. Shuningdek, samarali import strategiyasi xalqaro savdoning nazariy asoslarini chuqur tushungan holda hamda ko'plab murakkab va ko'p qirrali faktorlardan kelib chiqib amalga oshirilishi lozimligiga alohida e'tibor qaratish talab etiladi.

Barcha mamlakatlar uchun xar qanday sharoitda mos keluvchi universal import strategiyasi mavjud emasligini hamda xar bir mamlakat jahon iqtisodiyotining zamonaviy rivojlanish tendensiyalarini hisobga olgan holda o'z import strategiyasini ishlab chiqishi lozimligini alohida ko'rsatib o'tish lozim.

Import strategiyasi faqatgina egiluvchan va moslashuvchan bo'lishi hamda tashqi muhit va ichki talabning o'zgarishlariga ta'sir ko'rsata olishi ta'minlanganda milliy iqtisodiyotning rivojlanishiga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyot va manbalar:

1. List, F. (1841). The national system of political economy.
2. Ricardo, D. (1817). On the principles of political economy and taxation.

3. Smith, A. (1776). A study on the nature and causes of the wealth of nations.
4. Heckscher, E. F. (1919). The effect of foreign trade on the distribution of income. *Economisk Tidskrift*, 21(1), 1-32.
5. Ohlin, B. (1933). Interregional and international trade. *Harvard University Press*.
6. Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Free Press*.
7. Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product cycle. *The quarterly journal of economics*, 80(2), 190-207.