

ÖLKƏNİN DÜNYA İQTİSADİYYATINDAKI YERİNİN FORMALAŞMASINDA RƏQABƏT QABİLİYYƏTLİLİYİN ROLU

Qalib Qafarlı

Bakı Dövlət Universiteti, Bakı, Azərbaycan
Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti, Gəncə, Azərbaycan
e-mail: qalib.qafar@gmail.com

Xülasə. Məqalədə Azərbaycanın dünya iqtisadiyyatındakı yerinin formalaşmasında rəqabət qabiliyyətliliyin rolu araşdırılır. Hazırda dünya iqtisadiyyatının strukturunu formalaşdıran əsas amillərdən biri ixtisaslaşma və dünya iqtisadi əlaqələrinin subyektləri arasında müşayiət olunan beynəlxalq əmək bölgüsünün dərinləşməsidir. Bunun nəticəsində dünya iqtisadiyyatı bütün strukturunda keyfiyyət dəyişikliklərinə məruz qalmaqdadır. Dünya təsərrüfat sisteminin müasir inkişaf mərhələsi üçün xarakterik olan qloballaşma prosesləri və onun tendensiyaları ölkələrin iqtisadiyyatının məkan strukturunun ən mühüm elementlərinə çevrilmişlər.

Açar sözlər: Rəqabət qabiliyyətlilik, qlobal rəqabət, rəqabət üstünlüyü, beynəlxalq ticarət, bazar payı, dünya bazarı.

THE ROLE OF COMPETITIVENESS IN SHAPING THE COUNTRY'S POSITION IN THE WORLD ECONOMY

Galib Gafarli

*Baku State University, Baku, Azerbaijan
Azerbaijan State Agrarian University, Ganja,
Azerbaijan*

Abstract. The article examines the role of competitiveness in shaping Azerbaijan's place in the world economy. Currently, one of the main factors shaping the structure of the world economy is specialization and the deepening of international division of labor among the subjects of global economic relations. As a result, qualitative changes are occurring in the entire structure of the world economy. The processes of globalization, which are characteristic of the modern stage of development of the global economic system and their trends have become the most important elements in the spatial structure of countries' economies.

Keywords: Competitiveness, global competition, competitive advantage, international trade, market share, world market.

РОЛЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛОЖЕНИЯ СТРАНЫ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Галиб Гафарлы

*Бакинский Государственный Университет, Баку,
Азербайджан
Азербайджанский Государственный Аграрный
Университет, Гянджа, Азербайджан*

Резюме. В статье рассматривается роль конкурентоспособности в формировании места Азербайджана в мировой экономике. В настоящее время одним из основных факторов, формирующих структуру мировой экономики, является специализация и углубление международного разделения труда среди субъектов мировых экономических отношений. В результате этого происходят качественные изменения во всей структуре мировой экономики. Процессы глобализации, характерные для современного этапа развития мировой хозяйственной системы, и их тенденции становятся важнейшими элементами в пространственной структуре экономик стран.

Ключевые слова: Конкурентоспособность, глобальная конкуренция, конкурентное преимущество, международная торговля, доля рынка, мировой рынок.

1. Giriş

İqtisadi sferada beynəlmilləşmə ilə əlaqədar olaraq rəqabətin intensivliyinin artması ölkələrin iqtisadiyyatlarının rəqabət qabiliyyətinin rolunu əhəmiyyətli dərəcədə artır. Beynəlxalq ticarətin miqyasının genişlənməsi ilə əlaqədar olaraq kapitalın ixrac və idxalının həcmnin artması, beynəlxalq ticarətdə ölkələrin sayının artması rəqabətin qlobal xarakterini şərtləndirir. İqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin artırılması problemi ixrac məhsullarının istehsalçıları üçün da çox aktual olsa da, daxili bazarda satılan mallar da beynəlxalq rəqabət prosesinə cəlb olunurlar. Bununla yanaşı, daxili bazarda öz mövqeyini qoruyub-saxlamaq xarici bazarda yüksək rəqabət qabiliyyəti üçün mühüm amillərdən biri hesab edilir.

Araşdırmalar göstərir ki, beynəlxalq bazara çıxmanın şərtləri istehsalın miqyasının artırılması, başqa ölkələrin resurslarına çıxış imkanı, ölkələrarası üstünlüklərdən istifadə etmək istəyi və bazarın coğrafi şaxələndirilməsi ilə bilavasitə bağlıdır. Bu baxımdan xarici iqtisadi fəaliyyət bir sıra xüsusiyyətləri ilə - yüksək risk dərəcəsi ilə, ölkələrin qanunvericiliyinin, o cümlədən vergitutmanın, idxal olunan məhsullara dair tələblərin, gömrük və valyuta tənzimlənməsinin, habelə onların xüsusiyyətlərinin nəzərə alınması zərurəti ilə, eləcə də ölkələrin iqtisadi inkişaf səviyyəsi fərqlənir. Xarici iqtisadi fəaliyyət həyata keçirilərkən mühüm vəzifələrdən biri xarici bazarda iştirak formasını müəyyənləşdirməkdir. Xarici bazarlara çıxış modelləri içərisində ixracı, birgə müəssisələrin yaradılmasını və birbaşa investisiyaları xüsusi qeyd etmək olar. Xarici bazara daxil olma üsulları risk səviyyəsindən, bazara daxil olarkən xərclərin miqdarından, gəlirlilik səviyyəsindən asılı olur.

Xarici bazarlara daxilolma metodunun seçilməsi, xarici bazarların motivlərinə, məhsulun xüsusiyyətlərinə, onların istehsal və satış imkanlarına və bazar şərtlərinə əsaslanaraq ən yaxşı iş şəraitini təmin etməyi hədəfləyir. Birbaşa investisiya bazara girməyin ən riskli yollarından biri kimi özünü göstərir. Eyni zamanda, bazar şərtlərinə daha çevik uyğunlaşma, alıcı ölkədə daha ucuz işçi qüvvəsi və ya mövcud xammal hesabına istehsal xərclərini aşağı sala və buna görə bazarda daha yaxşı mövqe tutmağa imkan yarada bilər.

2. İqtisadiyyatın beynəlxalq rəqabət qabiliyyətliliyin formalaşdırılmasının zəruriliyi

Beynəlxalq rəqabət qabiliyyəti, xarici rəqiblərin müvafiq göstəriciləri ilə müqayisədə dünya bazarında müəyyən edilən strateji üstünlükləri formalaşdırır. Rəqabət üstünlükləri nə qədər çox olarsa və keyfiyyət xüsusiyyətləri nə qədər yüksək olarsa, iqtisadiyyatın qlobal bazarda uğurlu fəaliyyət imkanları bir o qədər səmərəli hesab olunur. Təcrübədə rəqabət qabiliyyəti məhsul, müəssisə, sahə və ölkə səviyyəsində nəzərdən keçirilir [8]. Məhsulun rəqabət qabiliyyəti onun daxili və xarici bazarlarda uğurlu satışını müəyyən edən istehlak, keyfiyyət və qiymət xüsusiyyətlərinin məcmusu kimi xarakterizə edilir. Ümumi formada rəqabət qabiliyyətlilik, əmək bölgüsündə milli iqtisadiyyatların müqayisəli üstünlüklərindən - ucuz işçi qüvvəsi, təbii ehtiyatlar, əlverişli coğrafi, iqlim, infrastruktur şəraiti və s. istifadə prinsiplərinə əsaslanır. Cəmiyyətinin inkişafının əsasını məhz, istehsal amillərinə əsaslanan müqayisəli rəqabət üstünlüyü təşkil edir.

İqtisadiyyatda elmi-texniki tərəqqi və innovasiyaların tətbiqinin genişlənməsi rəqabət üstünlüklərini təmin etməklə dəyər zəncirinin mərhələlərinin səmərəliliyi baxımından daha çox əhəmiyyət kəsb edir. Buna görə də əsas və innovativ rəqabət üstünlükləri və amilləri qlobal rəqabətin əsas meyarlarından birinə çevrilmişdir. Bu çərçivədə ölkənin rəqabət qabiliyyəti qlobal iqtisadi məkanda yeni xüsusiyyətlər qazanır və bir çox hallarda rəqabətqabiliyyətlik yeni formalar alır. Nəticədə çevik ittifaqların yaradılması, ən son elmi və texniki nailiyyətlərin, innovasiyaların qarşılıqlı mübadiləsi tərəfdaşların rəqabət qabiliyyətini gücləndirir.

İqtisadi ədəbiyyatda ölkənin dünya bazarlarında qlobal rəqabət qabiliyyəti, milli bazarda rəqabət qabiliyyəti və mikro səviyyədə rəqabət qabiliyyəti fərqləndirilir [5]. Qlobal rəqabətqabiliyyətliliyə dair elmi araşdırmalarda Dünya İqtisadi Forumunun rəqabətqabiliyyətliliyə (Qlobal Rəqabət Qabiliyyəti) dair illik hesabatlarında dərc olunan inkişaf xüsusi yer alır. Müvafiq metodologiyaya uyğun olaraq, hər bir ölkə üçün orta və uzunmüddətli dövrdə iqtisadi artım üçün ən vacib hesab edilən makroiqtisadi göstəricilər əsasında hesablanan mürəkkəb rəqabətqabiliyyətlik indeksi müəyyən edilir. Ölkənin iqtisadi inkişafı onun beynəlxalq ticarətə açıqlığı, iqtisadi siyasətin keyfiyyəti və maliyyə sisteminin səmərəliliyi ilə sıx bağlıdır. Qlobal rəqabət qabiliyyətinin əsas kompleks amilləri kimi aşağıdakılara üstünlük verilir: institutlar; infrastruktur; makroiqtisadi mühit; daha yüksək təhsil; əmtəə bazarlarının səmərəliliyi; əmək bazarının səmərəliliyi; maliyyə bazarlarının inkişafı; texnoloji vəziyyət; bazarların ölçüsü və s.

Ölkənin rəqabət qabiliyyəti, əsasən, iqtisadiyyatın daim inkişaf etməsi, yeni şəraitə uyğunlaşması, yeni məhsul və texnologiyalar istehsal etmək və tətbiq etmək qabiliyyəti, milli innovasiya prosesinin intensivliyi və səmərəliliyi ilə müəyyən edilir. M. Porterin fikrincə, innovasiyaya əsaslanan rəqabət ölkə iqtisadiyyatının rəqabət qabiliyyətinin inkişafının ən yüksək mərhələsidir və yalnız xarici texnika və texnologiyaların istifadəsi və təkmilləşdirilməsi ilə deyil, həm də innovasiyaların yaradılması ilə xarakterizə olunur [7]. Ölkənin rəqabət qabiliyyətinin müəyyən edilməsi onun iqtisadi inkişafına mane olan amilləri təhlil etməyə, milli strategiyanın işlənilib-hazırlanmasına və dayanıqlı iqtisadi inkişafa nail olmağa töhfə verən iqtisadi siyasətin işlənilib-hazırlanmasına imkan verir.

Dünya iqtisadiyyatında ölkələrin rəqabət qabiliyyətinin əsas amillərinə aşağıdakılar daxildir: dövlətin fəaliyyəti; innovasiya prosesi; ixrac məhsullarının rəqabət qabiliyyəti; birbaşa xarici investisiyalar. Ölkələrin rəqabət qabiliyyəti problemi qlobal iqtisadiyyatda ən aktual problemlərdən biridir və onun həllinə bir çox amillər təsir göstərir - coğrafi yerləşmə, təbii ehtiyatlar, ölkələrin iqtisadi artım templəri, işsizlik səviyyəsi, ölkənin dünya iqtisadiyyatında yeri və s. Hər bir ölkənin dünya iqtisadi sistemində öz yerini tutmaq istəyi, artan qlobal iqtisadi rəqabət şəraitində bu problemin əhəmiyyəti artır.

Dünya bazarında məhsulun keyfiyyətinə, onun yeniliyinə, ekoloji cəhətdən təmizliyinə, bilik intensivliyinə böyük əhəmiyyət verilir. Hazırda dünyanın əksər ölkələri innovasiyalardan istifadə etməklə məhsulun rəqabət qabiliyyətinin artırılmasını təmin etməyə səy göstərir.

Məhsulların keyfiyyəti, əsasən, istehsalın texniki səviyyəsindən və qabaqcıl texnologiyaların tətbiqindən asılıdır. Məhsulların material və enerji tutumunu azaltmaqla istehsalın səmərəliliyinin təmin edilməsində resursa qənaət edən texnologiyaların rolu durmadan artır [6]. Araşdırmalara əsaslanaraq qeyd etmək olar ki, qlobal bazarlarda rəqabətqabiliyyətliliyin mühüm amili qiymət səviyyəsinə və gəlirliliyə təsir edən əmək məhsuldarlığıdır. Rəqabət qabiliyyətlilik, bazarın tələblərinə cavab verən məhsulların istehsalı və marketinqində üstünlüyə nail olmaq və gəlirli əməliyyatları təmin etmək üçün onun öz rəqabət üstünlüklərini hərtərəfli artırmaq qabiliyyətinin müqayisəli xarakteristikası kimi müəyyən edilir.

Müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin amillərinə innovasiyanın xarakteri, əmək məhsuldarlığının səviyyəsi, idarəetmənin səmərəliliyi, resursların mövcudluğu, məhsul satışının təşkili, bazar payı və s. aid edilir. Müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsinin əsasını qabaqcıl istehsal proseslərindən səmərəli istifadə etmək, əmək məhsuldarlığını artırmaq, bazar imkanlarından maksimum istifadə etmək təşkil edir. Sahələrin rəqabət qabiliyyəti müəssisələrin qlobal bazarda uğurlarına təsir göstərir. Konkret sahənin rəqabət qabiliyyəti resursların mövcudluğundan və istifadənin səmərəliliyindən, istehsalın xüsusiyyətlərindən, istifadə olunan texnologiyalardan, mütəxəssislərin ixtisasından, elmi potensialın səviyyəsindən, satış bazarının tutumundan asılıdır.

3. Ölkənin dünya iqtisadiyyatındakı yerini müəyyən edən amillər

İqtisadiyyatın konkret sahələrinin rəqabət qabiliyyətindən asılı olaraq ölkələr dünya bazarında müəyyən məhsulların istehsalı və ixracı üzrə ixtisaslaşırlar. Ölkənin rəqabət qabiliyyəti onun dünya bazarındakı mövqeyini müəyyən edir. Dünya İqtisadi Forumu tərəfindən hazırlanmış ölkələrin rəqabət qabiliyyətinin göstəricisi aşağıdakı məcmu amilləri nəzərə alır: daxili iqtisadi potensial, xarici iqtisadi əlaqələr, dövlət tənzimlənməsi, kredit-maliyyə sistemi, infrastruktur, idarəetmə sistemi, elmi-texniki potensial, əmək resursları və s.

Rəqabət qabiliyyətinin mühüm meyarı - məhsullara tələbatın həcmi hesab edilir. Bu aspektdə ölkələrin xarici ticarətinin göstəricilərinin təhlilində ixracın miqyası və onun strukturu, ölkənin dünya ixracatındakı payı, ticarət balans, beynəlxalq ticarət mərkəzlərinin hər birinə münasibətdə balans, məhsul qrupları üzrə balans xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Ölkələr istehsalçıların daha rəqabətqabiliyyətli olduğu sahə və bazar segmentlərindən məhsulların istehsalı və ixracı üzrə ixtisaslaşır və digər ölkələrin istehsalçılarının üstünlüklərə malik olduğu məhsul və xidmətləri idxal edir. Rəqabət üstünlüklərinin formalaşması onların əldə edilməsi və saxlanması üçün əlverişli və ya əlverişsiz mühit yaradan amillər sistemindən asılıdır.

Rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsi ilk növbədə istifadə olunan texnologiya və resurslardan istifadə istiqaməti ilə müəyyən edilən istehsal amillərindən istifadənin səmərəliliyindən asılıdır. Bazarda sabit mövqe yüksək sifarişli üstünlüklər əsasında, o cümlədən qabaqcıl texnologiya, ixtisaslı mütəxəssislər, unikal məhsullar və s. əldə edilə bilər. Rəqabət üstünlüklərinin formalaşmasına daxili bazarın tələbi böyük təsir göstərir. Tələbin xüsusiyyətləri innovasiyanın həyata keçirilməsinin xarakterini və sürətini müəyyən edir.

Bazarın tutumu miqyas qənaətindən istifadə imkanlarını müəyyənləşdirir və bazarın doyması xarici bazara çıxışı stimullaşdırır, məhsulu təkmilləşdirməyə və çeşidini yeniləməyə məcbur edir. Bu çərçivədə mühüm aspektlər sırasında rəqabət mühitinin formalaşdırılmasını və tələb parametrlərinə təsir etməklə həyata keçirilən rəqabətqabiliyyətliliyə dövlət tənzimlənməsinin təsirini qeyd etmək olar.

Ölkənin ixracının inkişafına dövlət dəstəyi sistemi ciddi kömək edir. Ölkələr dövlət ixracının təşviqi ilə bağlı müxtəlif strategiyalardan istifadə edirlər. İxracatçılar üçün əlverişli makroiqtisadi şəraitin yaradılması ilə yanaşı, ixrac istehsalının stimullaşdırılması və ixracın genişləndirilməsi tədbirləri həyata keçirilir. Bu cür tədbirlərə vergi və gömrük güzəştləri, informasiya və konsaltinq yardımı, ixracatçıların və xarici alıcıların kreditləşdirilməsi, perspektivli investisiya layihələrinin maliyyələşdirilməsi daxildir. Müəssisənin rəqabət qabiliyyətini təmin etmək sistemi resurslardan maksimum səmərəliliklə istifadə etməyə, optimal strategiyanın formalaşdırılmasına və bazar ehtiyaclarının ən yaxşı şəkildə ödənilməsinə yönəlmiş effektiv idarəetmədir. Optimal strategiyanın işlənilib-hazırlanması müəssisənin bazarda uğurlu fəaliyyəti üçün ən mühüm şərtədir. Strategiya seçimi rəqabətin xarakterindən, müəssisənin güclü və zəif tərəflərindən, məhsula tələbatın xarakterindən asılı olaraq həyata keçirilir.

4. Rəqabət üstünlüklərinin təmin edilməsinin əsas cəhətləri

Rəqabət üstünlüyü bütün bazarda və ya onun müəyyən bir segmentində rəqabət aparmaq məqsədilə rəqabət sferasını müəyyən etməyə təşviq edir. Segmentləşdirmə strategiyası müəyyən bir bazar segmentində rəqiblər üzərində üstünlüklər təmin etmək məqsədi daşıyır. Segmentləşdirmə strategiyasını həyata keçirərkən müəssisə bu segmentdə işləmək üçün lazım olan resurslara və keyfiyyətlərə malik olmalıdır. Rəqabət üstünlüyünün mühüm mənbələri yeni məhsul və inkişafı tez təqdim etmək bacarığı və istehlakçı tələbatındakı dəyişikliklərə tez reaksiya vermək bacarığıdır. Qlobal bazarda sabit mövqe tutmaq üçün müəssisə milli bazarda rəqabət üstünlüyünə malik olmalı, mövcud resurslardan səmərəli istifadə etməli və imkanları reallaşdırmalıdır. Müəssisənin yerləşdiyi ölkədəki vəziyyət müəssisənin üstünlükləri əldə etmək və saxlamaq qabiliyyətinə birbaşa təsir göstərir. Üstünlüklərin formalaşması əlverişli və ya əlverişsiz mühit yaradan amillər sistemindən asılıdır: amil şəraiti, strategiya, rəqabət mühitinin mövcudluğu, tələb şərtləri, əlaqəli və dəstəkləyici sahələrin inkişafı, dövlət tənzimlənməsi. Ölkələr öz sahələrinin rəqabətqabiliyyətlilik dərəcəsiindən asılı olaraq qlobal bazarda ixtisaslaşırlar.

Beynəlxalq ixtisaslaşmanın formalaşdırılması üçün istehsal sahələri və müasir texnologiyalardan istifadə, resursların mövcudluğu və səmərəli istifadəsi, inkişaf etmiş nəqliyyat infrastrukturunu, geniş daxili bazar və əlverişli coğrafi mövqe olmalıdır. Müəssisənin xarici bazarda uğurunu şərtləndirən amillər müvafiq sahələrin iş şəraitindən, məhsulun xüsusiyyətlərindən və rəqabətin xüsusiyyətlərindən asılı olaraq dəyişir. Müvəffəqiyyət

amillərinə innovasiya istehsal prosesi, müştəri məmnuniyyəti, məhsulun keyfiyyəti, aşağı qiymət, ixtisaslı işçi qüvvəsi, istehsalın səmərəliliyi, geniş distribütor şəbəkəsi və s. daxildir.

Qeyd etmək lazımdır ki, rəqabət üstünlüyü optimal rəqabət strategiyası əsasında əldə edilir [2]. Strategiyanın formalaşması üçün ilkin şərt bazar vəziyyətinin təhlili və müəssisənin güclü və zəif tərəflərinin, onun imkanlarının qiymətləndirilməsidir. Təcrübədə aşağıdakı əsas rəqabət strategiyalarından geniş istifadə edilir: xərclərin azaldılması, məhsulun differensiallaşdırılması, bazarın seqmentləşdirilməsi, innovasiya, bazar ehtiyaclarına cavab verilməsi və s.

Müxtəlif ölkələrdəki alıcıların məhsula, xidmət səviyyəsinə və əməliyyat şərtlərinə fərqli tələbləri ola bilər. Marketing baxımından bu şərtlərə uyğunlaşmaq üçün iki yanaşma var: milli xüsusiyyətləri nəzərə almaq və ya eyni ehtiyaclara diqqət yetirmək. Müəssisə alternativ variantlardan birini seçə bilər: universal məhsul təklif etmək, ölkə bazarının xüsusiyyətlərini və standartlarını nəzərə alaraq məhsulu uyğunlaşdırmaq, hər bir ölkə üçün məhsul hazırlamaq. Standartlaşdırılmış məhsulların istehsalı və ixracı xərcləri azaltmağa və aşağı istehsal məsrəflərindən əldə edilən üstünlüklərdən istifadə etməyə imkan verir. Marketing strategiyasına uyğunlaşdırmağın üstünlüyü onların ehtiyaclarını daha yaxşı qarşılayaraq istehlakçıların üstünlüklərini qazanmaqdır. Müəssisə tərəfindən yeniliklərin tətbiqi ona xarici bazarda rəqibləri qabaqlamağa və yeni məhsula potensial tələbat olduqda, artıq mənfəət əldə etməyə imkan verir. Müəssisənin bazarda uğur qazanması üçün istehlakçıların üstünlüklərini başa düşmək, rəqiblərə münasibətdə optimal mövqe tutmaq və onların strategiyalarını nəzərə almaq da kifayət deyil. Müəssisənin mövqeyinin xarakterik xüsusiyyəti bazar payını və gəlirlilik səviyyəsini müəyyən edir. Müəssisənin bazar payı rəqabətin nəticələrini və onun üstünlük dərəcəsini əks etdirir. Müəssisənin rəqabətli statusu fəaliyyətin strateji istiqamətlərini müəyyən edir. Ona görə prioritetləri düzgün seçmək, bazar şərtlərinə və müəssisənin potensialına ən uyğun strategiya hazırlamaq vacibdir.

Rəqabət üstünlüklərinə nail olmaq üçün ən mühüm istiqamətlərdən biri innovasiyalardır. Malların yeni istehlak xüsusiyyətlərinin təklif edilməsi yüksək rəqabət qabiliyyətinə nail olmağa imkan verir, eyni zamanda unikal xüsusiyyətlərə malik məhsulun qiymətinə istehlakçıların həssaslığını azaldır. Mütərəqqi resursa qənaət edən texnologiyaların tətbiqi istehsal xərclərini azaltmağa imkan verir.

Xarici bazarda kommersiya fəaliyyətinin özünəməxsus xüsusiyyətləri mövcuddur: xarici ölkələrin qanunlarını bilmək, ticarət adətlərini nəzərə almaq və beynəlxalq standartlara riayət etmək lazımdır. Bu baxımdan xarici iqtisadi sahədə yüksək səriştə və peşəkar biliklərin təkmilləşdirilməsi tələb olunur. Beləliklə, müəssisələr rəqiblərin hərəkətlərinə fəal reaksiya verməli, dəyişən ehtiyacları nəzərə almalı və bazarda yaranan imkanları müəyyən etməli, öz mövqeyini qoruyub saxlamalı və fəaliyyətini təkmilləşdirməlidir. Aşağıdakı istiqamətlərdə həyata keçirilən tədbirlər müəssisələrin rəqabət qabiliyyətini artırmağa bilər:

– Xarici şəraitə daha çevik uyğunlaşmaq üçün bazar şəraitinin və ehtiyaclarının, monitorinqi;

- Bazar liderlərinin fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi yollarını müəyyən etmək üçün onların təcrübələrinin öyrənilməsi;
- Xarici bazarda baş verən dəyişikliklər nəzərə alınmaqla rəqabət qabiliyyətlilik strategiyasının həyata keçirilməsinə nəzarət edilməsi;
- Rəqiblərin davranışındakı dəyişikliklərin təhlili və adekvat fəaliyyətin formalaşdırılması;
- İnnovativ fəallığın artırılması;
- Mövcud texnologiyaların təkmilləşdirilməsi, istehsalın təşkilinin müasir üsullarının tətbiqi;
- Yeni resurs mənbələrinin axtarışı və resurslardan istifadənin optimallaşdırılması;
- Dünya bazarda perspektivli sahələrin inkişafı;
- Rəqabət qabiliyyətini yaxşılaşdırmağa imkan verən perspektivlərin müəyyən edilməsi [5].

Ümumilikdə rəqabət qabiliyyətinin üç əsas sahəsini ayırd etmək olar: rəqabətlik iqtisadi təhlükəsizlik amili kimi; rəqabətli istehsalın ölkənin iqtisadi və sosial sahədə təhlükəsizliyini təmin etməsi; məhsulların və xidmətlərin yüksək rəqabət qabiliyyətinin yüksək mənfəətin mümkünlüyünü təmin etməsi. Rəqabətqabiliyyətlilik, həmçinin idxalı əvəz edən amil kimi mühüm rol oynayır. İdxal əvəzedicisi yerli istehsalçıları qorumaq və xarici malları öz malları ilə əvəz etmək məqsədi daşıyan daxili siyasətin bir növüdür. Bu prosesin uğuru bilavasitə yerli məhsulların rəqabət qabiliyyətindən asılıdır. Ona görə də hazırda müəssisələrin qarşısında istehsalın artırılması və ya yeni istehsal sahələrinin inkişafı kimi vəzifələr durur.

Ümumiyyətlə, xarici ticarət dünya iqtisadi əlaqələrinin ən mühüm formalarından biridir. Ölkələr bir çox səbəblərə görə beynəlxalq ticarət əlaqələrinin genişləndirilməsində maraqlıdırlar. Müəssisələr daxili bazardan kənara çıxmaq, miqyas qənaətindən istifadə etməyə çalışmaq və beynəlxalq ticarət əməliyyatlarından daha yüksək gəlir əldə etmək istəyi ilə əlaqədar məhsullarını xarici bazarda satmaq ehtiyacını hiss edirlər. Bir çox ölkələr üçün xarici ticarət iqtisadi inkişafın ən mühüm amilidir. Bu, xüsusilə xarici ticarət olmadan milli bazarların məhdud olması səbəbindən məhsulların kütləvi istehsalını təşkil etmək imkanı olmayan ölkələrə aiddir. İqtisadiyyatda yüksək texnoloji sahələrin əhəmiyyətli payı olan ölkələr üçün xarici iqtisadi əlaqələrin əhəmiyyəti çox böyükdür, çünki bu ölkələrin iqtisadiyyatlarının inkişafı beynəlxalq ixtisaslaşma və kooperasiyaya əsaslanır. Ölkələrarası əmtəə axınlarının məcmusu beynəlxalq ticarəti təşkil edir. Beynəlxalq ticarətin təşkili və fəaliyyət forması dünya bazarıdır. Qlobal bazarda rəqabət milli bazarlardan daha kəskindir. Ayrı-ayrı ölkələrin ticarətinin strukturuna və istiqamətlərinə onların mallarının dünya bazarda rəqabət qabiliyyətinin dəyişməsi təsir göstərir [1]. Məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyi, bazarın tələblərinə uyğun olaraq onun keyfiyyət və iqtisadi parametrlərinin bütün kompleksinin hərtərəfli qiymətləndirilməsini ehtiva edən məhsulun müqayisəli xarakteristikası kimi başa düşülür. Məhsulun istehlak və qiymət xüsusiyyətlərinin kompleksi onun bazarda uğurunu müəyyən edir.

Bir qayda olaraq, müəssisələr mühüm amillərin mövcudluğu şəraitində effektiv ixracı qurmağa çalışır: miqyas iqtisadiyyatı, qabaqcıl texnologiyalar və məhsulun differensiallaşdırılması.

Nəticə. Beynəlxalq rəqabət qabiliyyəti xarici rəqiblərin müvafiq göstəriciləri ilə müqayisədə dünya bazarında müəyyən edilən strateji üstünlüklərin siyahısından ibarətdir [3]. Müəssisənin üstünlükləri nə qədər çox olarsa və keyfiyyət xüsusiyyətləri nə qədər yüksək olarsa, onun global bazarda uğurlu fəaliyyət imkanları bir o qədər çox olur. Rəqabət üstünlüklərinin formalaşması onların əldə edilməsi və saxlanması üçün əlverişli və ya əlverişsiz mühit yaradan amillər sistemindən asılıdır. Ölkənin istehsal amilləri ilə təchiz olunması, şübhəsiz ki, müəssisələrin rəqabət üstünlüklərinə təsir göstərir. Bununla belə, rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsi istehsal amillərindən istifadənin səmərəliliyindən də asılıdır ki, bu da istifadə olunan texnologiya və resurslardan istifadənin istiqaməti ilə müəyyən edilir. Bazarda sabit mövqe yüksək sifarişli üstünlüklər əsasında əldə edilə bilər: qabaqcıl texnologiya, ixtisaslı mütəxəssislər, unikal məhsullar və s. Aşağı səviyyəli üstünlüklər - ucuz işçi qüvvəsi, təbii ehtiyatlar, miqyasda qənaət və s. rəqiblər tərəfindən əldə edilə bilər. Daha yüksək səviyyəli üstünlüklər daha uzun müddət saxlanıla bilər və daha yüksək səviyyəli rəqabət qabiliyyətini təmin edə bilər.

Rəqabət üstünlüklərinin formalaşmasına daxili bazanın tələbi böyük təsir göstərir. O, innovasiyanın xarakterini və sürətini müəyyən edir, bazar tutumu miqyas qənaətindən istifadə imkanlarını müəyyənləşdirir, bazanın doyması isə müəssisələrin xarici bazara çıxmasını stimullaşdırır və onu məhsulları təkmilləşdirməyə və çeşidi yeniləməyə məcbur edir. Mühüm aspekt rəqabət mühitinin formalaşdırılması, amil şəraitinin gücləndirilməsi, tələb parametrlərinə təsir etməklə həyata keçirilən rəqabətqabiliyyətliliyə dövlət tənzimlənməsinin təsiridir. Ölkələr ixracın təşviqi ilə bağlı müxtəlif strategiyalardan istifadə edirlər. İxracatçılar üçün əlverişli makroiqtisadi şəraitin yaradılması ilə yanaşı, ixrac istehsalının stimullaşdırılması və ixracın genişləndirilməsi tədbirləri həyata keçirilir. Bu cür tədbirlərə vergi və gömrük güzəştləri, məlumat və konsaltinq yardımı, ixracatçılara və xarici alıcılara kreditlərin verilməsi, sığorta daxildir. Rəqabət üstünlüyü uğurlu strateji tədbirlərlə əldə edilir. Üstünlüklər rəqabət qabiliyyətinin mənbəyinin düzgün seçilməsindən irəli gəlir. Rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsi üçün prioritetlər müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi biznes mühitindən asılıdır. Rəqabət üstünlüklərinin xarakteri, əsasən, ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsi ilə müəyyən edilir. Dünyanın aparıcı ölkələri investisiya və innovasiyalar vasitəsilə rəqabət qabiliyyətini qoruyur. Beləliklə, xarici iqtisadi fəaliyyət rəqabət qabiliyyətini və iqtisadi səmərəliliyi əldə etmək üçün vacib bir vasitədir.

Müasir şəraitdə xarici iqtisadi fəaliyyətin strukturuna və əhəmiyyətinə yenidən baxılması, habelə onun milli miqyasda səmərəliliyinin artırılması istiqamətlərinin işlənilib-hazırlanması xüsusi aktualıq kəsb edir. Beynəlxalq ticarətin əmtəə strukturu iqtisadi həyatın beynəlmilləşməsi prosesində ölkələrin iqtisadiyyatlarında baş verən dəyişiklikləri əks etdirir. Beynəlxalq əmək bölgüsünün inkişafı isə iqtisadiyyatın konkret sahəsinin rəqabət qabiliyyətindən asılı olaraq ölkələrin dünya bazarında ixtisaslaşmasına səbəb olur.

Ədəbiyyat

1. Adamkiewicz H.G., Kot S.M. (2015), International competitiveness as the catalyst of productivity. *International Review of Business Research Papers*, Vol.6, No.2, 120-131.
2. Bhawsar P., Chattopadhyay U. (2015), Competitiveness: Review, reflections and directions. *Global Business Review*, Vol.16, No.4, 665-679.
3. Завьялов П.С., Азоев Г.Л., Швандер К.В. (1996), Международная конкурентоспособность и ее оценка (на уровне национальной экономики, отрасли, предприятия, товара). Москва, 5-6.
4. Кондратьев В., Егоров А., Аукуционек С. (2013), Оценки конкурентоспособности стран. *Мировая экономика и международные отношения*, No.2, 12-25.
5. Коротченков А.М., Шаповалов В.Ф., Коваль Г.А. (2022), Конкуренция и конкурентоспособность. Монография. Издательство: Проспект, 69.
6. Лифиц И.М. (2014), Конкурентоспособность товаров и услуг. Москва: Издательство Юрайт, 437.
7. Портер М. (1993), Международная конкуренция. Москва: Международная отношения, 896.
8. Тарануха Ю.В. (2020), Конкуренция и конкурентоспособность. Москва: Русайнс, 334.