

## MÜQAYISƏLİ ÜSTÜNLÜK VƏ RƏQABƏTİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİNİN METODOLOJİ ƏSASLARI

**Ş.B.Quliyev**

doktorant, İqtisadiyyat İnstitutu, AMEA

Email: shovqi\_bahlul@mail.ru

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 21 yanvar 2019; Çapa qəbul edilmişdir 19 fevral 2019; online-da çap edilmişdir 27 mart 2019

Received 21 January 2019; accepted 19 February 2019; published online 27 March 2019

### Xülasə

Tədqiqatın əsas məqsədi Azərbaycanda müqayisəli üstünlük və rəqabətin üstünlüklərinin qiymətləndirilməsi zamanı istifadə edilən metodoloji əsasların müəyyən edilməsi və öyrənilməsidir. Tədqiqat işində müqayisəli təhlil və məntiqi ümumiləşdirmə kimi tədqiqat üsullarından istifadə edilmişdir. Tədqiqat nəticəsində ölkənin müqayisəli üstünlük və rəqabət üstünlüklərinin qiymətləndirilməsi üçün metodoloji əsaslar sistemləşdirilmiş və bu məsələnin genişləndirilməsi baxımından müəyyən meyarlar da təklif edilmişdir. Tədqiqatın məhdudiyyətləri konkret hesablamaların həyata keçirilməsi üçün daha geniş praktik informasiya tələbinin olmasıdır. Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti müqayisəli üstünlük və rəqabət üstünlüyü ilə bağlı metodoloji hesablamaların daha konkretləşdirilməsidir.

**Açar sözlər:** müqayisəli üstünlük, rəqabət qabiliyyətlilik, dəyərlər zənciri, Balassa indeksi, ticarət şərti indeksi.

**Jel Classification:** F11; F5 ; F50; H56; D60.

## METHODOLOGICAL BASES OF COMPARATIVE ADVANTAGE AND COMPETITIVENESS ASSESSMENT

**Sh. B. Guliyev**

Doctoral student, Institute of Economics, ANAS

### Summary

The main purpose of the research is to identify and study the methodological foundations that have been abandoned during the evaluation of comparative advantage and competitive advantage in Azerbaijan. Investigative research has been used for comparative analysis and logical summarization. As a result of the research, the methodological framework for the country's comparative advantage and the assessment of the advantages of competition has been systematized and certain criteria have been proposed in terms of expanding this issue. Research restrictions require wider practical information for the implementation of specific calculations. The practical significance of the research is the more specific methodological calculations for comparative advantage and competitive advantage.

**Keywords:** Comparative Advantage, Competitiveness, Value Chain, Balassa Index, Trading Conditional Index.

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

**Ш. Б. Гулиев**

докторант, Институт экономики, НАНА

### Резюме

Основная цель исследования - выявить и изучить методологические основы, которые были использованы при оценке сравнительного преимущества и конкурентного преимущества в Азербайджане. В исследовании были использованы такие методы исследования, как сравнительный анализ и логическое обобщение. В результате исследования была систематизирована методологическая основа для оценки сравнительного преимущества и конкурентные преимущества страны, были предложены определенные критерии для расширения этой проблемы. Ограничения исследования - в потребности более широкой практической информации для осуществления конкретных расчетов. Практическая значимость исследования заключается в более конкретных методологических расчетах для сравнительного преимущества и конкурентного преимущества.

**Ключевые слова:** сравнительное преимущество, конкурентоспособность, цепочка создания стоимости, индекс Баласса, условный индекс торговли.

### Giriş

İqtisadi ədəbiyyatlarda müqayisəli üstünlüklər D.Rikardonun adı ilə tarixə düşsə də, hesab edirik ki, cəmiyyət yaranandan hazırkı dövrümüzə qədər həm təbiətdə, həm də cəmiyyətdə həmişə hər hansı bir hadisənin, prosesin, dəyərin, hətta insanların da belə, birinin digəri ilə müqayisədə müəyyən üstünlüyü mövcud olmuşdur. Məsələn, münbit və ya qeyri-münbit torpaq sahələri, əlverişli və ya qeyri-əlverişli coğrafi şərait, cəmiyyət baxımından isə bir qrup insanın dəqiq elmləri, digər bir qrup insanın isə humanitar fənləri daha yaxşı mənimsəyə bilməsi onu deməyə əsas verir ki, təbiətin və cəmiyyətin yarandığı ilk dövrdən üstünlüklər, fərqliliklər həmişə mövcud olmuşdur. Bu üstünlüyün formalaşmasına və inkişafına dair dövrün tədqiqatçılarının müxtəlif fikirləri olmuş və bunu da kifayət qədər tutarlı arqumentlərlə əsaslandırmışlar. Lakin zaman inkişaf etdikcə, mövcud nəzəriyyələr reallığı tam açıqlaya bilmədiyi üçün, yeni-yeni nəzəriyyələr meydana gəlmişdir.

### **Müqayisəli üstünlük nəzəriyyəsinin qısa icmalı**

Məlumdur ki, hər hansı bir sahənin, məhsul və ya xidmətin müqayisəli üstünlüyü ticarətlə müəyyən edilir. Belə ki, klassik iqtisadçılardan A.Simit ölkələr arasında ticarətin səbəblərini “mütləq üstünlüklər” nəzəriyyəsi ilə açmış və hansı ölkə digəri ilə

müqayisədə daha ucuz məhsul istehsal edirsə, həmin məhsul üzrə ixtisasmalıdır ki, bu da mövcud resurslardan səmərəli istifadə etməni təmin edəcəkdir. A.Smitin məntiqinə görə hər hansı bir məhsulun istehsalında mütləq üstünlüyə malik olmayan ölkə beynəlxalq ticarətdə iştirak edə bilməz. Belə qeyri-müəyyənliyi D.Rikardonun 1817-ci ildə çap olunmuş “On the Principle of Political Economy and Taxation” adlı əsərində İngiltərə ilə Portuqaliya arasında toxuculuq ilə şərab ticarəti nümunəsilə açıqlamışdır [1, s. 33]. D.Rikardoya görə hər iki məhsulu daha bahalı istehsal edən ölkə belə beynəlxalq ticarət müqayisəsində daha üstün mövqedə ola bilər və bu da ticarətdə iştirak edən bütün tərəflər üçün fayda, eləcə də məhsul istehsalı baxımından daha səmərəli ola bilər. Məlumdur ki, istər A.Simit və istərsə də D.Rikardo öz nəzəriyyələrini “əmək-dəyər nəzəriyyəsinə” əsaslanaraq şərh etmiş və istehsal olunan məhsulun dəyəri istifadə edilən əməyin miqdarı ilə müəyyən edilmiş, digər parametrlər zövqlər, texnoloji dəyişikliklər və s. kimi amillər nəzərə alınmamışdır. İstehsal xərclərinin ölkələr arasında nə üçün fərqli olduğu məsələsində klassik iqtisadçılar əmək məhsuldarlığının fərqli olduğundan, başqa bir izah gətirməmişlər.

Müqayisəli üstünlüklər nəzəriyyəsində olan bu çatışmazlıqlar 1919-cu ildə *Eli Hekşer* (Eli Heckscher) və 1930-cu ildə Bertil Olin (Bertil Ohlin) tərəfindən izah edilmiş və bu nəzəriyyə (Factor proportions theory) “Amil nisbətləri nəzəriyyəsi” və ya Hekşer – Olin nəzəriyyəsi də adlandırılır [2, s. 61]. Onlar xarici ticarətin əsas səbəblərini ölkələrdə istehsal amillərinin (torpaq, işçi qüvvəsi, təbii sərvət və kapital) fərqli paylanmasında görmüşlər. Yəni hansı ölkə istehsal amilindən digər ölkələrlə müqayisədə daha boldursa, deməli, həmin amil üzrə ixtisaslaşmalıdır. Bu fikirlər sonralar V.Liontyev tərəfindən 1947-ci ildə sahələrarası balans modeli vasitəsilə ABŞ-dan ixrac olunan məhsullar üçün test edilmiş və məlum olmuşdur ki, ABŞ iqtisadiyyatı əməktutumludur. Bu isə həmin dövrdə ABŞ iqtisadiyyatı üçün paradoks kimi qəbul olunmuşdur. Doğrudur, 1953-cü ildə bu ziddiyyətin səbəbi ABŞ-da işçi qüvvəsinə çəkilən xərclərin yüksək olması ilə izah edilmişdir. Lakin bununla belə, bu nəzəriyyənin heç də reallığı tam əks etdirmədiyi XX əsrin 70-ci illərindən sonra məlum olmuşdur. Belə ki, ixtisaslı işçi qüvvəsinə, kifayət qədər kapitala, dəyərli alimlərə malik olan ABŞ dəzgahqayırma, yarımkeçiricilər, mürəkkəb elektron aparatları sahəsində nəinki dünya bazarından sıxışdırılmış, hətta ABŞ-ın özündə belə təsir dairəsini itirmə müşahidə edilmişdir. Buna görə də, Yaponiyadan idxal olunan elektrotexniki avadanlıqların idxalına yüksək vergilər tətbiq edildiyi dövrlərdə olmuşdur. Bütün bunlar İkinci Dünya müharibəsindən sonra yeni yaranan sahələrdə istehsalın elm tutumunun yüksək olması və rəqabətin xarakterinin dəyişməsi ilə bağlı idi.

#### **Rəqabət nəzəriyyəsinin qısa icmalı**

Əslində isə məhz dünyanın qabaqcıl ölkələri XX əsrin 50-ci illərindən başlayaraq beynəlxalq miqyasda rəqabət qabiliyyətli məhsul, xidmət və ya iqtisadiyyat forma-

laşdırmaq istiqamətlərində ilkin araşdırmalar aparmağa başlamışlar. Bu araşdırmaların iklim əsası kimi isə D.Rikardonun, Hekşer – Olin və V.Leontyevin nəzəriyyələri təşkil etmişdir. Başqa sözlə desək, həmin dövrdən başlayaraq, inkişaf etmiş ölkələr mövcud olduqları üstünlükləri necə rəqabət üstünlüyünə çevirmək barədə düşünmüş və bununla bağlı yeni-yeni nəzəriyyələr yaratmağa başlamışlar.

Bu günə qədər rəqabət qabiliyyətlilik anlayışının hamı tərəfindən qəbul edilmiş tərfi, eyni zamanda rəqabət qabiliyyətliliyi hansı nöqteyi-nəzərdən yanaşılmasına baxmayaraq, rəqabət qabiliyyətliliyi tam izah edən mükəmməl bir nəzəriyyə olmamışdır. Bəzi dünya liderləri olan qabaqcıl firma və ölkələrin xarakteristikaları hərtərəfli təhlil edilsə də, onların içərisindən ən mühümü seçilir və ən vacib ayrı-ayrı amillər göstərilir ki, bu zaman da hansı asılılıqlar olduqda, inkişafın baş verməsi sualına birmənalı cavab tapmaq olmur. Lakin bununla belə, bu sahədə ən mükəmməl elmi araşdırmalar M.Porterə məxsusdur. Belə ki, onun 1980-cı ildə “Rəqabət srtategiyası” (Comparative Strategy), 1985-ci ildə “Rəqabət üstünlüyü” (Comparative Advantage) və 1990-cı ildə “Ölkələrin Rəqabət üstünlüyü” (The Comparative Advantages of Nations) əsərləri dünyada rəqabət sahəsində ən məşhurlardandır. Fikrimcə, M.Porterin rəqabət srtategiyası əsərlərində zəncirin aparıcı halqasını sənaye sektorunda rəqabəti müəyyən edən beş güc, rəqabət strategiyası və dəyər müəyyən etmişdir. Bu baxımdan, sənayedə aparıcı beş gücü aşağıdakı kimi gös-tərmək olar [3, s. 38]:

- əvəzləyici əmtənin meydana gəlməsi;
- mal göndərənlərin bazar gücü;
- mövcud rəqiblər arasında rəqabət;
- müştərilərin bazar gücü;
- yeni rəqiblərin meydana gəlməsi təhlükəsi.

Rəqabəti müəyyən edən beş gücün əhəmiyyəti sahənin strukturunu da müəyyən etməyə imkan verir. İqtisadiyyatın hər bir sahəsində sadalanan bu güclərin əhəmiyyətlilik dərəcəsi dəyişə bilər. Eyni zamanda M.Porter rəqabət strategiyasının və rəqabət üstünlüyü nəzəriyyələrinin təhlilində firmanın strategiyasının 3 (üç) əsas baza amili kimi, aşağıdakıların nəzərə alınmasını zəruri hesab etmişdir [3, s. 73]:

1. Xərclərdə mütləq liderlik və ya məsrəflərdə maksimal dərəcədə qənaətcilik;
2. Məhsul və xidmət istehsalında fərqlilik və ya diferensasiya;
3. Fokuslaşma.

M.Porterə görə hər hansı bir firma öz strategiyasını müəyyən edərkən ilk növbədə qlobal aləmdə rəqabət aparmaq və ya milli bazarlarda yerləşmək zərurətini seçməlidir.

M.Porterin 1985-ci ildə hazırladığı rəqabət üstünlüyü nəzəriyyəsinin əsasını firmanın fəaliyyətinin bütün prosesinin təhlil edilməsi təşkil edir. M.Porter bu fəaliyyət prosesini dəyər zənciri kimi xarakterizə edir. M.Porterə görə dəyər zənciri məhsulun

hazırlanması, onun satılması və satışdan sonrakı xidmətlərini əhatə edir. M.Porter dəyərlər zəncirini yaradan fəaliyyəti iki qrupa bölmüşdür [4, s. 41]:

- əsas fəaliyyətlər;
- dəstəkləyici fəaliyyətlər.

Əsas fəaliyyətlərə aşağıdakılar daxil edilir:

- daxili logistik təchizat;
- istehsal;
- xarici logistik təchizat;
- marketinq və satış;
- satışdan sonrakı xidmət.

Dəstəkləyici fəaliyyətlərə aşağıdakılar daxil edilir:

- firmanın infrastrukturunu;
- insan resurslarının idarə edilməsi;
- texnologiyanın və texnikanın inkişafı;
- maddi-texniki təchizat.

Dəyərlər zənciri firmanın istehsal etdiyi məhsulun xərclərinin hansı hissəsində qənaət etməyi və hansı prosesdə fərqləndirilməsini anlamağa kömək edir. Belə hal isə onu deməyə əsas verir ki, istənilən bir firmanın rəqabət üstünlüyü dəyər zəncirini necə təşkil edə biləcəyi ilə müəyyən edilir.

M.Porter bir sıra sənaye ölkələrində bəzi sənaye məhsulları istehsalının uğurlu, bəzilərinin isə uğursuz olmasını araşdırmaq üçün ABŞ, Cənubi Koreya, İtaliya, Yaponiya, İsveç, İsveçrə, Almaniya, İngiltərə, Danimarka və Sinqapur olmaq üzrə 10 ölkədə bəzi sənaye sahələrini araşdırmış və bunun nəticələrini 1990-cı ildə çap olunan “Ölkələrin rəqabət üstünlüyü” (The Comparative Advantages of Nations) əsərində ifadə etmişdir. M.Porterə görə hər hansı bir ölkə sənayesinin rəqabət üstünlüyü qazanmasının əsas amillərini “Brilliant modeli” ilə izah etmişdir. Həmin amillər aşağıdakılardır [5, s.82]:

- istehsal amilləri ilə təminat şərtləri;
- tələb şərtləri;
- firmanın strategiyası və rəqabətinin strukturu;
- yardımçı və xidmətedici sahələr.

İstehsal amilləri ilə təminat şərtlərinə baxarkən M.Porter ənənəvi amillərlə (torpaq, əmək, sahibkarlıq qabiliyyəti, kapital) yanaşı, elmi-texniki səviyyə, səhiyyə, nəqliyyat, yüksəkixtisaslı işçi qüvvəsi, rabitə sisteminin vəziyyəti, bazar infrastrukturunu, informasiya təminatı kimi amillərin də seçilməsinin vacib olduğunu bildirir. Konkret olaraq, Yaponiyada torpaq amilinin qıtlığı dünya bazarında yığcam texnoloji və elektrotexnika proseslərinin işlənilməsi üçün əsas rol oynaması qeyd edilən

sübut ola bilər. Tələb parametrləri kimi bu sahənin istehsal olunan məhsula tələbinin həcmi, alıcının məhsul və xidmətin keyfiyyətilə bağlı tələbkarlığı, qiymətlərə görə tələbin elastikliyi, milli adət və ənənələr, tələbin həyatı dövrü, yeni ixtiralar və digər parametrlər öyrənilən sahədə istehsal edilən məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsinə gətirə bilər. Firmanın strategiyası və rəqabətlə bağlı yanaşmaya baxdıqda isə M.Porter göstərir ki, hər bir firmanın özünəməxsus strategiyası olmalıdır. Dünya bazarında uğur qazanmaq üçün firma düzgün seçilmiş rəqabət strategiyasını ümumən ölkənin rəqabət üstünlükləri ilə birləşdirməlidir. M.Porterə görə firmalar yardımçı və xidmətedici sahələrlə təmin edilməlidirlər. Bunlar:

- zəruri material və yarımfabrikatlar;
- məmulatların və digər material vasitələrinin komplektləşdirilməsi və s.

Bu sahələr qarşılıqlı tamamlanan məhsullar istehsal edirlər ki, bu da texnoloji, marketing və digər sahələrdə birgə yararlanmağa imkan verir.

Beləliklə, M.Porterə görə rəqabət – dinamik, daim inkişafda olan prosesdir, onun əsasında innovasiya və texnolojinin daim yeniləşməsi durur. Ona görə də dünya bazarında rəqabət üstünlüklərini izah edərkən, firma və ölkələrin amillərin keyfiyyətini necə yaxşılaşdırdıqlarını və onların tətbiqinin səmərəliliyini necə yüksəltmələrini öyrənmək zəruridir.

### **Rəqabət üstünlüyünün qiymətləndirilməsinin metodoloji əsasları**

Müşahidələr təsdiqləyir ki, rəqabət qabiliyyətli iqtisadiyyat ilə həyat səviyyəsi arasında xətti əlaqə mövcuddur. Rəqabət qabiliyyətli iqtisadiyyatın səviyyəsi nə qədər yüksəkdirsə, deməli, həmin ölkədə həyat səviyyəsi bir o qədər yüksəkdir və bu prosesin əksi də doğrudur. Bu baxımdan, təsadüfi deyildir ki, müasir dövrdə ABŞ, İngiltərə, Belçika, İtaliya, Hollandiya, Yaponiya kimi ölkələrdə rəqabət qabiliyyətliliyi müəyyən edən faktorları qiymətləndirmək və genişləndirmək rəsmi dövlət orqanlarının əsas vəzifələrindən biri kimi çıxış edir. Avropa Birliyi və yuxarıda sadalanan bu ölkələrdə rəqabət şuraları fəaliyyət göstərir və dövrü olaraq bununla bağlı hesabatlar hazırlayır və mövcud vəziyyəti qiymətləndirirlər.

Beynəlxalq miqyasda rəqabət qabiliyyətliliyi ölçmək üçün dünya iqtisadi forumu mövcuddur və bu təşkilat 1979-cu ildən başlayaraq hər il qlobal rəqabət üzrə hesabat hazırlayır (World Economic Forum-WEF; Global Competitiveness Index). Qlobal rəqabət qabiliyyətlilik indeksinin hesablanması məqsədilə üç ayrı indeks hesablanır ki, bunlar da: artım rəqabət qabiliyyətlilik indeksi (Growth Competitiveness Index-GCI), biznes mühiti indeksi (Business Competitiveness Index-BCI) və qlobal rəqabət qabiliyyətlilik indeksi (Global Competitiveness Index-GC). Bu indeksləri hesablamaq üçün on iki əsas göstəricidən istifadə olunsa da, hər bir əsas göstəricinin alt qrup göstəriciləri var [6].

Beynəlxalq miqyasda rəqabət qabiliyyətliliyin qiymətləndirilməsi istiqamətində fəaliyyət göstərən təşkilatlardan biri də İsveçrənin Lozan şəhərində yerləşən “Bey-

nəlxalq idarəetmə inkişaf mərkəzi”dir (International Institute for Management Development-İMD). Bu təşkilat 1989-cu ildən başlayaraq dünya rəqabət məcmuəsi (World Competitiveness Yearbook) dərc edir.

İMD rəqabət qabiliyyətliliyini qiymətləndirmək üçün dörd əsas amildən istifadə edir [7].

1. Ölkədə iqtisadi vəziyyət;
2. Hökumətin iqtisadi siyasətinin təsiri;
3. Sahibkarlığın təsiri;
4. İnfrastruktur.

Bu göstəricilərin hesablanması üçün təqribən 300-dən çox alt göstəricilərdən istifadə edilir ki, bunların da 2/3-i statistik, 1/3-i isə idarəetmə əsaslı sorğu araşdırmalarına əsaslanaraq hesablanır.

Qlobal səviyyədə rəqabət qabiliyyətliliyi ölçmək üçün BMT-nin sənaye inkişaf təşkilatı da (The United Industrial Development Organization - UNIDO) ölkələrin sənaye sahələrinin rəqabət indeksini (The Competitive Industrial Performance – CIP-index) hesablayır. Bu indeks dörd əsas göstərici üzrə hesablanarsa da, hər bir göstəricinin alt bölmələri mövcuddur. Əsas dörd indeks aşağıdakılardır [8]:

- Emal sənayesində adambaşına əlavə dəyər;
- Emal sənayesinin adambaşına ixracı;
- Sənayenin sıxlığı;
- İxracın keyfiyyəti.

Təbiidir ki, bu indekslərin hesablanması üçün alt indeks qrupları vardır.

İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı (OECD) isə ölkələrin rəqabət üstünlüyünü 3 növə görə müəyyən edir [1, s. 8]:

- Ölkənin emal sənayesində istehsal olunan hazır məhsulların ixracda payı;
- Emal sənayesində vahid əməyə sərf olunan xərclər;
- Dönərli valyuta ilə istehlakçı qiymətləri arasında əlaqənin səviyyəsi.

Bunlarla yanaşı, İngiltərənin ticarət və sənaye nazirliyi həm İngiltərə, həm də dünyanın ən inkişaf etmiş yeddi ölkəsi (G7-Group of Seven) üçün də rəqabət qabiliyyətlik indeksi hesablanır.

- Ölkədə məhsul və xidmətlərin fəaliyyətinin əhatə dairəsi;
- Ölkənin mənsub olduğu təbii-iqtisadi potensial;
- İnnovasiyanın dövriliyi;
- Ölkənin iqtisadi fəaliyyətinin insanların həyat səviyyəsinə təsiri.

Ölkələrdə rəqabət qabiliyyətliliyi qiymətləndirmək üçün tədqiqatçılar tərəfindən araşdırılan məsələlərdən biri də xarici ticarət göstəriciləri ilə bağlıdır. Bir ölkənin digər ölkələrlə xarici ticarət əlaqələrində müqayisəli üstünlüyünün hesablanmasını ilk dəfə ingilis iqtisadçısı 1958-ci ildə Liesner tərəfindən qeyd edilsə də, onun istifa-

də edilməsi 1965-ci ildə B. Balassa tərəfindən hesablanmışdır və nəzəriyyəyə aşkar müqayisəli üstünlüklər kimi düşmüşdür. Həmin indeksin hesablanması aşağıdakı kimidir [10, s. 208]:

$$RCA_{ij} = (x_{ij} / X_j) / (x_{iw} / X_w)$$

Burada  $RCA_{ij}$  – j ölkəsinin i məhsulu üçün aşkar müqayisəli üstünlüyü,  $x_{ij}$  – j ölkəsinin i-məhsulu ixracını və  $X_j$  isə j ölkəsinin məcmu ixracını,  $x_{iw}$  – i məhsulunun dünya üzrə ixracını,  $X_w$  isə dünya ixracının həcmi göstərir.

ABŞ iqtisadçısı L. Vollrath isə 1991-ci ildə aşkar müqayisəli üstünlük indeksinin yalnız ixracı əhatə etdiyindən bu indeks ticarəti tam əhatə etmədiyini və bunun üçün aşkar ticarət üstünlüyü indeksinin müəyyən olunmasının zəruriliyini bildirmiş (*Relative Trade advantage-RTA*) bu indeksin hesablanması üçün isə bura əlavə üç indeksin tətbiq olunmasını təklif etmişdir. Həmin indekslər kimi nisbi ixrac üstünlüyü (*relative export advantage - RXA*), nisbi idxal üstünlüyü (*relative import advantage - RMA*) və aşkar rəqabət (*revealed competitiveness - RC*) indeksləridir. İlk növbədə bildirək ki, nisbi ixrac indeksi ilə Balassa indeksi demək olar ki, eyni mahiyyəti əks etdirir. Qeyd edilən indekslər aşağıdakılardan ibarətdir [11, s. 21]:

$$RXA_{ij} = (X_{ij} / X_{nj}) / (X_{ir} / X_{nr})$$

$$RMA_{ij} = (M_{ij} / M_{nj}) / (M_{ir} / M_{nr})$$

$$RTA_{ij} = RXA_{ij} - RMA_{ij}$$

$$RC_{ij} = Ln(RXA_{ij}) - Ln(RMA_{ij})$$

Burada:  $RXA_{ij}$  j ölkəsinin i məhsulu üzrə ixracda müqayisəli üstünlüyünü,  $RMA_{ij}$  – j ölkəsinin i məhsulu üzrə idxalda müqayisəli üstünlüyünü,  $RTA_{ij}$  j ölkəsinin i məhsulu üzrə müqayisəli üstünlüyünü,  $RC_{ij}$  isə j ölkəsinin i məhsulu üzrə müqayisəli rəqabət üstünlüyü indeksidir. Həmçinin X – ixracı, M – idxalı, n – digər bütün məhsulları, r isə dünya üzrə digər bütün məhsulları əhatə edir. Vollrasa (Vollrath) görə, göstərilən indekslərin müsbət qiymətləri müqayisəli üstünlüyün, mənfi qiymətləri isə üstünlüyün olmadığını göstərir. Eyni zamanda RC-indeksi ölkənin tələb və təklif amilini də nəzərə aldığından bu istiqamətdə rəqabət üstünlüyünü daha yaxşı göstərir. Ticarət şərti deyilən indeksdə ölkənin ümumən beynəlxalq ticarətdə üstünlüyünü xarakterizə edən göstəricilərdən biridir. Həmin indeks belə ifadə olunur [12, s. 11]:



$$T_i = \frac{I_i}{I_g}$$

Burada  $T_i$  - ticarət şərti indeksi,  $I_i$  - ixrac qiymətləri indeksi,  $I_g$  isə idxal qiymətləri indeksini göstərir. İlk növbədə bildirək ki, bu indeks sənaye üçün tətbiq olduğu zaman daha faydalı olur və  $T_i$  1-dən böyük olması ölkənin ixracının idxalından çox olmasının və ölkə sənayenin digər ölkələrlə müqayisədə daha çox rəqabət qabiliyyətli olmasını göstərir. Beynəlxalq ticarətdə hesablanan digər mühüm göstəricilərdən biri də xalis ixrac indeksidir ( $NET_i$ ). Xalis ixrac indeksi aşağıdakı kimi hesablanır [13, s. 14]:

$$NET_i = \frac{(X_i + M_i)}{(X_i - M_i)} * 100$$

Bu indeksin qiyməti -100 ilə +100 arasında dəyişir. Əgər hesablama zamanı alınan qiymət sıfırırsa, onda ixrac və idxal bərabərdir. Dəyərin müsbət olması nisbi üstünlüyün, mənfi olması isə üstünlüyün olmadığını bildirir.

Beynəlxalq təcrübədə idxalın nüfuz və ya yayılma (İmport Penetration rate) indeksi də hesablanır ki, bu da aşağıdakı kimidir [10, s. 212]:

$$IPR_i = \frac{M}{IST_i + (M_i - X_i)} * 100$$

Burada  $IST_i$  – i sektorunda məcmu istehsalı,  $M_i$  – i sektoru üzrə məcmu idxalı,  $X_i$  – i sektoru üzrə məcmu ixracı göstərir. Bu indeks 0 - 100 arasında qiymət alır və ölkə daxilində tələbin neçə faizinin idxal hesabına ödənildiyini göstərir. İndeks sıfıra bərabərdirsə, idxalın olmadığını, digər hər hansı bir qiymət alması isə idxalın həmin səviyyədə daxili tələbi ödədiyi bildirir.

Müasir dövrdə ölkənin rəqabət üstünlüyünə malik olmasının önəmli şərtlərindən biri də investisiyalarla bağlıdır. İnteraksiyalar ölkədə inkişafın, yeniliyin olmasının əsas şərtlərindən biridir. Məhz investisiyalar ölkədə istehsal olunan məhsulun qiymətinin də formalaşmasında önəmli paya malikdirlər. Digər tərəfdən, ölkələrdə işçilərə çəkilən xərclər, xammalın əldə olunması ilə bağlı qiymətlər, məhsula sərf olunan enerjinin qiyməti, makroiqtisadi sabitlik, iqtisadi mühit, ölkənin tədiyə balansının vəziyyəti, texnoloji üstünlüklər, xarici borclar və s. də ölkənin digər ölkələrlə müqayisədə iqtisadi üstünlüyünün formalaşmasında önəmli paya malikdirlər.

### **Nəticə**

Beləliklə, araşdırmalar göstərir ki, bazar iqtisadiyyatı təbii olaraq, ölkələrin resurslarını o istiqamətə yönəldir ki, o, daha məhsuldar və səmərəli olsun. Deməli, müasir bazar münasibətləri şəraitində ölkələr arasında məhsul və xidmətlərin idxal və ixracı, əslində, onların üstünlüyünü müəyyən edən amillər üzrə ticarət prosesinin baş tutduğundan xəbər verir. Xarici ticarətin baş tutması ilə bu üstünlük müxtəlif amillərlə: ətraf mühitlə, təbii sərvətlə və ölkənin makroiqtisadi vəziyyətilə, texnoloji dəyişik-

liklə, müqayisə olunan amillərin əhəmiyyətilə və s. müəyyən olunsa da ümumən özünü istehsal edilən məhsulda və ya xidmətdə göstərir. Hazırkı cəmiyyətdə müqayisəli üstünlükləri və rəqabət qabiliyyətliliyi qiymətləndirmək üçün müəyyən mexanizmlər, formullar, standartlar və parametrlərin mövcud olmasına baxmayaraq, bəzi üstünlüklərin ölçülməsində müəyyən dərəcədə (məhsulun keyfiyyəti, məhsulun istehlakçıların zövqlərinə cavab vermə qabiliyyəti, yeniliyin səviyyəsi və s.) mübahisəlidir. Lakin bununla belə, istər mikro, istərsə də makrosəviyyədə həm müqayisəli üstünlüyü, həm də rəqabət qabiliyyətliliyi ölçmək üçün müəyyən mexanizmlər mövcuddur.

### Ədəbiyyat

1. Marrewijk Charles Van, International Trade and The World Economy, Oxford University 2017 s 454;
2. Seyidoğlu, Halil Uluslararası İktisat İstanbul - 2003-ci il. - s. 819
3. Porter, M. Konkurentnaə strateqiə: metodika analiza otrasley i konkurentov. M.: Alğpina Biznes Buks, 2005. - 464 s.
4. Porter, M. E. Konkurentnoe preimuhestvo: kak dostiçğ vısokoqo rezulğtata i obespeçitğ eqo ustoyçivostğ.: per. s anql. / M. G. Porter. - M. : Alğpina Biznes Buks, 2005. - 715 s.
5. Porter, M. E. Konkurenüiə: Uçəb. posobie: Per. s anql. M., 2005 c.,608.
6. <https://www.weforum.org>
7. <http://www.imd.org>
8. <https://www.unido.org>
9. Durand, Martine, Christophe Madaschi and Flavia terribile: Trends in OECD Countries International Competitiveness-2002 s. 43
10. Adıgüzel, M. “Uluslararası rəqabət gücü” Nobel Akademik yayıncılık eğitim danışmanlık tic. LTD.Şti. 2011 - s. 276
11. Vollrath, Thomas L. (1991) *Revealed Competitiveness for Wheat*, Economic research service staff Report No: AGES861030;
12. Quliyev, Ş.B. Azərbaycan Respublikasının tədiyə balansinin tənzimlənməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi məsələləri “avtoferat”-Bakı, 2005 - s. 23
13. Guliyev, Sh. B. The study of the potential of Azerbaijan Republic to strengthen commercial and economic relations with CIS Countries Baku-2006 - s. 28