

**ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНОЙ
АКАДЕМИИ НАУК
АЗЕРБАЙДЖАНА**

**СОЮЗ ЭКОНОМИСТОВ
АЗЕРБАЙДЖАНА
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
СОЮЗ ЭКОНОМИСТОВ**

**АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

МАТЕРИАЛЫ

РЕСПУБЛИКАНСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

**«ЗАВЕРШЕНИЕ ПЕРЕХОДНОГО ПЕРИОДА В ЭКОНОМИКЕ
АЗЕРБАЙДЖАНА: АНАЛИЗ И ВЫВОДЫ.**

**ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МОДЕЛИ
НАЦИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ»**

БАКУ – 2010

337	BÖLMƏ IX. İKT, İNNOVASIYA İQTİSADIYYATI, ELM VƏ TƏHSİLİN İNKİŞAFI PROBLEMLƏRİ	
	РАЗДЕЛ IX. ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА. ПРОБЛЕМЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА, РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ.....	763
338	H.Şmələev	
	К вопросам о развитии нанотехнологий и вступлении России в ВТО в условиях экономического кризиса.....	766
339	H.Mirələmov	
	XXI əsrin möcüzələri.....	767
340	R.Əliquliyev, Ə.Əliyev	
	E-kommersiya sistemləri – yüksək texnologiyalara əsaslanan yeni iqtisadiyyatın əsas vasitələrindən biri kimi.....	770
341	D.Corokhin	
	Некоторые аспекты инновационного экономического роста в России.....	774
342	K.İmanov	
	Ölkənin inkişafının yeni mərhələsində əqli mülkiyyətin rolü və onun iqtisadi əhəmiyyəti.....	780
343	A.Musayev	
	İnnovasiya siyasəti akademik Ziyad Səmədzadənin elmi tədqiqatlarında.....	788
344	A.Şuluş	
	Человеческий потенциал общества и кризис.....	791
345	A.Hacıyev	
	Biliklərə əsaslanan iqtisadiyyat və Azərbaycanda iqtisadi artımın perspektivləri.....	794
346	Ş.Islamova	
	Elektron informasiya resurslarının inkişafı, istifadə yolları və onların innovasiya sahəsində rolü.....	796
347	A.Dəmirov	
	Azərbaycanda İKT-nin tətbiqinin layihələri və innovasiyalarının iqtisadi inkişafə təsiri.....	798
348	İ.Aslanzadə	
	İnnovasiya proseslərinin proqnozlaşdırılmasının dünya təcrübəsi.....	800
349	Q.Namazov	
	Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafı naminə İKT-nin tətbiqi vasitəsilə elm və iqtisadiyyatın əlaqəli fəaliyyəti.....	802
350	N.Hacıyev	
	İnnovasiya fəaliyyətinin strateji planlaşdırılması və proqnozlaşdırılması.....	803

bərk cisimlər üzərində işləyen fizik nanoqurğularının yaradılması və məşgül olduqda zülal ilə amin turşusu arasında fərqi görmədiyindən bioloji sistemlərdə yeni ideya axtara bilməz. Belə problemlərin ortaya çıxması göstərir ki, artıq nanotexnologiya başqa elmlərlə birlikdə inkişafedə bilər.

Azərbaycan Prezidenti möhtərəm İlham Əliyevin son vaxtlar yeni informasiya texnologiyalarının və nanotexnologiyaların gələcək inkişaf perspektivləri ilə bağlı diqqəti, əlbəttə gələcəkdə respublikamızda bu sahənin inkişafı üçün böyük zəmin yaradır.

E-kommersiya sistemləri - yüksək texnologiyalara əsaslanan yeni iqtisadiyyatın əsas vasitələrindən biri kimi

R.Əliquliyev, prof.,
AMEA-nin müxbir üzvü, İTİ-nin direktoru,
Ə.Əliyev, i.e.n., dos.,
AMEA-nin İformasiya Texnologiyaları
İnstitutunun şöbə müdürü

Müasir bazar iqtisidaiyyatı və qloballaşma şəraitində şirkətlərin rəqabətqabiliyyətli olması üçün əsas istiqamətlər yeni bazarlara çıxməq, istehlakçılarla birbaşa ünsiyyətdə olmaq, onların tələblərini öyrənib bu tələblərə uyğun yüksək keyfiyyətli məhsul və xidmətlər istehsal etmək, bazarda baş verən dəyişikliklərə rəqiblərdən daha çevik reaksiya vermək, etibarlı, qeyri nağd ödənişlər tətbiq etməklə maliyyə vəsaitlərinin sürətli və fasiləsiz dövriyyəsini təmin etmək və s. ola bilər. *Yüksək texnologilərə əsaslanan yeni iqtisadiyyatın əsas vasitələrindən biri olan elektron biznes (e-business) həmin amilləri həyata keçirməyə imkan yaradır.* Belə ki, e-business – yeni texnologiya olmaqla ənənəvi biznes kimi maddi-texniki təchizata, hüquqi-normativ bazaya və müəyyən infrastruktura malikdir. E-business-in əsas aləti Internetdir. Internetdən istifadə iqtisadi-kommersiya əməliyyatlarının həyata keçirilməsinə sərf edilən maliyyə, vaxt, nəqliyyat və s. məsrəfləri nəzərəçarpacaq dərəcədə minimallaşdırmaq imkanı verir.

İformasiya-kommunikasiya texnologiyaları (İKT) sahəsi hazırda dünya iqtisadiyyatında ən çox inkişaf etmiş və gəlir gətirən sahələrdən biridir. O, davamlı iqtisadi inkişafa nail olmaq üçün son dərəcə mühüm vasitə hesab olunur. Hətta bir sıra inkişaf etmiş ölkələrin bündə gəlirlərinin böyük hissəsi bu sektordan əldə olunan vəsaitlərin hesabına formalaşır. Ona görə də, Azərbaycan hökuməti həm İKT sektorunun inkişaf etdirilməsində, həm də iqtisadiyyatın bir çox sahələrində yeni və qabaqcıl texnologiyaların tətbiq edilməsində çox maraqlıdır. Azərbaycan müvafiq olaraq özünün elektron hökumət hazırlığını inkişaf etdirib, habelə qabaqcıl və yeni texnologiyaları tətbiq etməklə çox mühüm təcrübə qazanmışdır.

Iqtisadi və biznes proseslərinin müasir İKT əsasında idarə edilməsi istər konseptual, istərsə də tətbiq baxımından qlobal hadisədir. 2003-2012-ci illəri əhatə edən *İKT üzrə milli strategiyada*, eləcə də «E-Azərbaycan Dövlət Proqramı»nda kütləvi tətbiqi nəzərdə tutulan E-biznesin, E-kommersiyanın iqtisadiyyatın inkişafına təsiri artıq cəmiyyətin bütün sahələrini əhatə etməkdədir.

Ən yeni informasiya və telekommunikasiya texnologiyalarının tətbiqinə əsaslanan *E-kommersiyanın əsas xüsusiyyəti* alıcı ilə satıcı arasındaki bir çox əlaqələrin Internet vasitəsilə həyata keçirilməsidir. Elektron kommersiyanın fərqləndirici xüsusiyyəti olaraq onun bütövlükdə təşkilatın daxili və xarici ələmini xarakterizə edən, o cümlədən təşkilatın əlverişli bazar mühitinin yaradılması ilə bağlı problemlərinin birləşdirilməsini hesab etmək olar. Bu isə elektron biznesin iqtisadi inkişafın mühüm mənbələrindən birinə çevrilməsinə şərait yaradır.

E-kommersiyanın mahiyyəti və tərkib elementləri. İnnovasiya iqtisadiyyatının formallaşmasının və inkişafının indiki səviyyəsində elektron kommersiya iqtisadi inkişafın əsas istiq-

məti hesab edilir. Bir çox xarici mənbələrdə göstərilir ki, elektron kommersiya İKT-dən istifadə etməklə bağlanılan və yerinə yetirilən alqı-satqlardır, yəni elektron kommersiya dedikdə Internet-texnologiyalardan istifadə etməklə subyektlər arasında münasibətlərin elektron şəkildə baş verən biznes-prosesin ixtiyarı forması başa düşülür. Göründüyü kimi, E-kommersiya bilavasitə kommersiya fəaliyyəti ilə qarşılıqlı bağlıdır.

Kommersiya fəaliyyətinin mahiyyəti: Qeyd edək ki, kommersiya təşkilatlarının, müəssisələrin və ayrı-ayrı səxslərin tələblərinin ödənilməsi və gəlirlərin əldə edilməsi məqsədilə malların və xidmətlərin alqı-satqı əməliyyatlarının həyata keçirilməsinə görə olan fəaliyyətidir. Daha geniş mənada kommersiya dedikdə, gəlirin əldə edilməsinə istiqamətlənmiş ixtiyarı sahibkarlıq fəaliyyətini başa düşmək lazımdır.

Yadda saxlamaq lazımdır ki, kommersiya fəaliyyəti təkcə ticarət deyildir, həm də, əhalinin təlabatının yerinə yetirilməsi və gəlir əldə edilməsi məqsədilə təşkilatların, müəssisələrin və xüsusi səxslərin malların və xidmətlərin alqı-satqı əməliyyatlarının həyata keçirilməsinə istiqamətlənmiş fəaliyyətidir. Mal dövriyyəsi sferasında malların alqı-satqı əməliyyatlarının normal həyata keçrilməsini təmin edən bəzi proseslər də kommersiya fəaliyyətinə aiddir: alıcı təlabatının öyrənilməsi, malların tədarükçüləri və alıcıları arasında təsərrüfat əlaqələrinin təşkili, malların reklam olunması, topdan satış və s.

Kommersiya fəaliyyətinin məqsədi mənfeətin (gəlir, qazanc) maksimallaşdırılmasıdır. Konkret şərtlər daxilində hər bir kontragentlə kommersiya fəaliyyətinin bütün prosesləri daim bu məqsədin əldə edilməsi ilə eyni zamanda baş verməlidir. Bu məqsədlərin həyata keçirilməsinə zəminlik mallar və xidmətlər bazarının yaradılması prosesinin öyrənilməsi (tədqiqi), cəmiyyətin və ayrı-ayrı istehlakçıların tələbatlarına uyğun olaraq onların istehsalının inkişaf miqyaslarının və istiqamətlərinin əsaslandırılması, malların istehlakçılara çatdırılması və istehlak prosesinin özünün təşkili, kommersiya vasitəciliyi, mallar və xidmətlər bazarında müqavilə əlaqələrinin təşkilindən ibarət kommersiya fəaliyyətinin mahiyyətidir.

Elektron biznesin mahiyyəti. Elektron iqtisadi fəaliyyəti özünü istehsal-təsərrüfat subyektlərinin sahibkarlıq və qeyri-kommersiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsi gedişində yaranan proseslər toplusu, yəni malların paylanması, mübadilesi və istehlakına, xidmətlərin göstəriməsinə, xidmətlərin təşkilinə istiqamətlənmiş proseslər, eləcə də müasir İKT-nin tətbiqilə istehsal subyektlərinin elektron formada həyata keçirilməsi gedişində yaranan və onların təkrar istehsalının təmin olunmasına istiqamətlənmiş proseslər toplusu kimi göstərir.

Internet iqtisadi, o cümlədən sahibkarlıq fəaliyyətinin müasir informasiya texnologiyaları vasitəsilə həyata keçirilməsinin ideal vasitəsi kimi çıxış edir. Dünya iqtisadiyyatının yeni elektron seqmentinin əsasları özünü istehsal-satış zəncirinin əsas elementlərinin real vaxt rejimində (online) yaranan elektron iqtisadi və hüquqi aləmə keçirilməsi imkanın olmasına göstərir. Başqa sözlə, reklamlar, informasiya məhsullarının istehsalı, xammalın alınması, ödənişlərin həyata keçirilməsi, malların tədarükü və xidmətlərin göstərilməsi Internet qlobal informasiya magistral şəbəkəsi və onunla bağlı olan xüsusi şəbəkələr vasitəsilə elektron üsullarla həyata keçirilə bilərlər.

Daha geniş mənada *elektron satış* – müəssisələrin, ev təsərrüfatlarının, fiziki şəxslərin, hökumət və digər dövlət və ya xüsusi təşkilatların mallarının və xidmətlərinin alqı-satqısının kompüter şəbəkəsi vasitəsilə həyata keçirilməsidir. Bu anlayış avtomatlaşdırılmış satışın həyata keçirilməsində istifadə olunan Internet-əlavələr, EDİ texnologiyaları, interaktiv telefon sistemləri və s. kimi ixtiyarı onlayn-əlavələrindən istifadə etməklə alınan və ya yerləşdirilən sifarişləri özünde birləşdirir.

Baxmayaraq ki, müxtəlif tədqiqatlarda elektron kommersiyaya əsas diqqət verilir, qeyd etmək lazımdır ki, o elektron biznesin aparılmasının çox geniş proseslər yiğiminin ancaq ən mühüm elementlərindən biridir. Eyni zamanda, qeyd etmək lazımdır ki, elektron ticarət də elektron kommersiyanın tərkib hissələrindən biridir.

Elektron kommersiya da biznes-prosesler kimi hem Internet vasitəsilə, hem də istənilən digər kompüter şəbəkələri vasitəsilə həyata keçirilə bilər. Bu sistemlərin tətbiq sahələri kifayət qədər müxtəlifdir. Onlar rəsmi əməliyyatların (biznes - əməliyyatların) və alqı-satçıların geniş spektrini özündə birləşdirir, o cümlədən:

- mallar və xidmətlər bazarının formallaşması proseslerinin öyrənilməsi, kommersiya partnyorunun axtarışı, malların istehlakçılara çatdırılması və stehlak prosesinin təşkili, kommersiya vasitəciliyi mallar və xidmətlər bazarında müqavilə (saziş) əlaqələrinin təşkili elektron kommersiya;
- müştərilərin əldə edilməsi və saxlanılması-müştərilərlə münasibətlərin idarə edilməsi sistemlərinin Customer Relationships Management (CRM) sistemlərinin istifadəsilə;
 - elektron marketinq (Internet-marketing);
 - maliyyələrin, büdcənin və haqq-hesablarının idarə edilməsi elektron banking;
 - insan resurslarının idarə edilməsi Human Resources və ya HR sistemləri-insan resurslarının idarə edilməsi sistemlərinin istifadəsi ilə;
 - zəruri informasiyanın elektron mübadiləsi;
 - elektron sığorta;
 - bilavasitə malların və xidmətlərin satış aktının həyata keçirilməsi.
 - alqının elektron ödənişi (elektron pul köçürməsi, kredit kartoçkası, elektron pul, elektron çek vasitəsilə);
 - məhsulları və xidmətləri əldə etmək imkanlarına malik olmaq üçün müxtəlif növ resurslarını birləşdirən, özlərini müstəqil şirkətlər qrupu kimi göstərən virtual müəssisələrin yaradılması;
 - məhsulların layihələşdirilməsi və hazırlanması;
 - sifarişlərin yerine yetirilməsi və onlara nəzarət olunması;
 - loqistika (daxil olan) və göndərilən (çıxan) və əmtəə və material ehtiyatlarına nəzarət;
 - xidmət, dəstək və satışdan sonrakı dəstək və s.;
 - məhsulun paylanmış birgə istehsalının təşkili;
 - elektron mağazaların təşkilinin maliyyələşdirilməsi və onların sığortalanması;
 - biznesin inzibatilaşması (vergilər, gömrük və s.);
 - nəqliyyat xidmeti, daşınma nəqliyyat texnikası və təchizat üsulları;
 - muhasibat haqq-hesabının aparılması;
 - münaqişəli vəziyyətlərin və mübahisəli məsələlərin həlli.

Elektron biznes həm daxili (firmalardaxili), həm də dünyada mövcud olan (qlobal, lokal, firmalararası və s.) ixtiyari elektron şəbəkə formasından istifadə edərkən gedən daxili biznes prosesləri (kommersiya fəaliyyəti həyata keçirilərkən iqtisadi subyektlərin həyata keçirdikləri biznes-proseslər də daxil olmaqla) də özündə birləşdirir.

Məlum olduğu kimi, funksional təyinatı nöqtəyi-nəzərindən xidmətlər sferasının fəaliyyətini 4 xidmət növünə ayırmak qəbul olunmuşdur: şəxsi xarakterli; ev təsərrüfatına istiqamətlənmiş; ictimai istehsala yönəldilmiş (maddi şöbə); cəmiyyətə istiqamətləndirilmiş. Ancaq praktikada xüsusi funksional istiqamətə malik olan çox az xidmət növləri vardır. Ehtimal ki, elektron xidmətlərin əksəriyyəti çox funksionaldır: istehlakçı kimi burada müəssisələr, idarələr, ictimai təşkilatlar, ev təsərrüfatları, vətəndaşlar çıxış edirlər, kateqoriyalar və xidmət obyektlərinin əlaqələri isə faktorlar yığımindan və şəraitdən (vəziyyətdən) asılı olaraq tez-tez dəyişir. Xidmətlərin böyük hissəsi qarşıq, çox profilli istiqamətə malikdir.

Elektron xidmət sferasında ən mühüm tendensiya biliklərə əsaslanan müəssisələrin inkişafının sürətləndirilməsidir. Bu gün hazırlanacaq, istehsal edilecək, satılacaq və alınacaq hər bir şeyin əsas inqrediyenti bilik olur. Ona görə də biliklərlə idarəetmə - onların axtarışı, intellektual potensialının inkişafi, onun istifadəsi, yayılması, satışçı-sirkətlərin, regionların və dövlətin ən mühüm iqtisadi məsəlesi olur. İndiki müqavilələrdə (şəraitdə) emaledici sənayedə və elektron xidmətlər sferasında yenidən yaranan dəyerin demək olar ki, 75%-nin mənbəyi informasiyadır.

E-kommersiyanın səviyyəsi. Elektron biznes milli və beynəlmiləl səviyyədə həyata keçirilə bilər. Bu səviyyədə rəsmi əməliyyatların aparılmasında fərqlin əsasını texniki və texnoloji (belə ki, elektron kommersiya qlobal xarakterinə görə fərqlənir) tərkibi deyil, qanunvericilik təşkil edir. Elektron kommersiyanın beynəlmiləl səviyyədə aparılması olduqca mürekkebləşir. Bu müxtəlif vergiqoyma sistemlərinin, gömrük yığımları, müxtəlif ölkələr arasında fərdi və bununla bərabər eyni olmayan müqavilələrin qəbulu, bank əməliyyatlarının həyata keçirilməsində qəbul edilmiş qaydaların olduqca fərqli olmasının nəticəsidir. Elektron kommersiya sisteminin milli səviyyədə əsas şəbəkədə firmanın nümayəndiliyi reklamla və satışdan qabaq və satışdan sonrakı dəstəklə bağlıdır.

Elektron kommersiyanın tərkib elementləri. Elektron kommersiyanın müasir modeli dörd tərkib elementindən: 1) *subyektlərdən*, 2) *obyektlərdən*, 3) *biznes – proseslərdən* və 4) *kompüter şəbəkələrindən* idarətdir.

1) *Elektron kommersiyanın subyektləri* (iştirakçıları) arasında dövlət və xüsusi müəssisələr, həmçinin fiziki şəxslər ola bilər. Elektron kommersiya prosesində həmçinin iştirak edirlər: *maliyyə institutları* – maliyyə bazarda xidmət göstərən müəssisələr: banklar, investisiya, sigorta, klirinq şirkətləri və s. *Kommersiya strukturları* – Internet vasitəsilə qarşılıqlı əlaqədə olan müəssisələr. Daha da mənada bu müəssisələr Internet vasitəsilə neyi isə alan və ya satan, yeni kommersiya əməliyyatları həyata keçirən müəssisələrdir. *Sonuncu istehlakçılar* – şəxsi istifadə üçün Internet vasitəsilə mal və xidmətlər əldə edən ayrı-ayrı şəxslər və fərdi təserrüfatlardır.

2) *Elektron kommersiya modelinin obyektləri* informasiya xarakterli mal və xidmətlərdir ki, onların həyata keçirilməsinə subyektlər tərəfindən yönələn müəyyən təsirlər ola bilir. Elektron kommersiya obyektinə aid olan mal və xidmətlərin siyahısı çox genişdir: intellektual mal və xidmətlər satıcının (serverin) kompüterindən alicinin kompüterinə bilavasitə ötürünlən kompüter proqramları, məqalələr, məsləhətlər və digər məlumatlar; poçt və ya kuryer vasitəsilə göndərilə bilən kitablar, musiqi və kompüter – diskləri, filmlər; həmçinin çatdırılması satıcının «çatdırılma» xidmətləri tərəfindən yerinə yetirilən kompüter və iri ölçülü məişət texnikası daxil olmaqla digər şeylər.

3) Subyektin obyekti, həmçinin subyektlərin bir-birinə qarşılıqlı təsiri ilə bağlı əməliyyatlar ayrı-ayrılıqda *biznes - əməliyyatlar* adlanır. Bunlar birlikdə kommersiya fəaliyyətini əmələ gətirir: ticarət (alqı-satqı və mübadilə əməliyyatlarını), sigorta, ödəniş və s.

4) *Kompüter şəbəkələri* – Internet, Intranet və digər şəbəkələr vasitəsilə iştirakçıları əlaqələndirən və əməliyyatları təmin edən şəbəkələrdir.

Şübhəsiz elektron kommersiya modelində bilavasitə iştirak etməyən, lakin onun fəaliyyətinə və inkişafına təsir edən bir sıra faktorlar vardır. İqtisadi, siyasi və coğrafi faktorlar, rəqabət-qabiliyyətliyin vəziyyəti, dövlət – bunlar elektron kommersiya modelinə həm bütövlükdə, həm də onun hər bir elementinə ayrı-ayrılıqda təsir etməyə qadirdirlər.

Internet vasitəsilə həyata keçirilən *elektron kommersiya texnologiyaları* funksional fəaliyyətinə əsasən 4 qrupa bölünür:

1. Məhsul satışı üzrə texnologiyalar (Sale). Buraya istehlakçıdan sorğunun alınması, hesabların yazılıması, pul ödənişlərinin göndərilməsi və s. daxildir.

2. Distant satış (post sale) və ixtisaslı kadrların hazırlanması və seçilməsi. Buraya məhsulun onlayn göndərilişi, istehlakçıların monitorinqi, marketinq və satış üzrə mütəxəssis seçimi daxildir.

3. Məhsulun hərəkəti və reklamı üzrə marketinq texnologiyaları.

4. Alqı prosesi (purchasing). Buraya mümkün istehsalçıların axtarılması, alqı haqqında razılışma müqaviləsi, göndərmənin elektron təsdiqlənməsi, satışdan sonrakı texniki kömək göstərilməsi, məhsulun yeni nümunələri və keyfiyyətləri haqqında qarşılıqlı informasiya mübadiləsi daxildir.

Aparılmış tədqiqatlar göstərmişdir ki, virtual biznes və *elektron kommersiya* sistemlərində iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış idarəetmə, layihə və investisiya məsələlərinin işlənilməsi ilə

bağlı vacib nəzəri və metodiki məsələlər hələ də öz həllini tam olaraq tapmamışdır. Səmərəli işləyən elektron kimmersiya sisteminin formalaşmasının zəruri nəzəri və metodiki əsasları hələ də işlənilməmişdir. Internet-şirkətlərin və onlara daxil olan elektron mağazaların alternativ variantlardan daha səmərəli variantının seçiminin həyata keçirilməsi üçün elmi əsaslandırılmış metodlar, həmçinin virtual biznesin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi metodu yoxdur. Beləliklə, qeyd etmək olar ki, Internet şəbəkədə elektron biznesin əsas komponenti kimi elektron kimmersiya sisteminin formalaşmasının, yaranmasının və inkişafının nəzəri və metodiki məsələləri zəif işlənilmişdir. Onların işlənilməsi və iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinin tətqiqi vacib bir məsələ kimi qarşıda durur. Ona görə də Internet şəbəkədə elektron kimmersiya sisteminin iş prinsiplərinin qurulması ilə bağlı nəzəri və metodiki məsələlər, onların formalaşmasının iqtisadi effektivliyinin əsaslandırılması, tətbiqi, fəaliyyətin son nəticələrinin müəyyən edilməsi, həmçinin müvafiq modellərin qurulması və onların reallaşdırılması üçün metod və alqoritmlərin işlənilməsi kifayət qədər aktual əhəmiyyətə malikdir.

Ümumiyyətlə, İKT infrastrukturunun formalaşması, kartlı ödənişlər üzrə əməliyyat mərkəzlərin yaradılması, müasir elektron ödəniş sistemlərinin inkişaf etdirilməsi, kiçik və orta sahibkarlıqda elektron ticarətin stimullaşdırılması, elektron xidmətlər sisteminin genişlənməsi, elektron biznes və elektron kimmersiya üzrə beynəlxalq informasiya-əməliyyat mərkəzinin yaradılması, elektron xidmətlərin qlobal bazarına çıxış, sənaye malları, xammal və materialların regional elektron birjasının yaradılması və s. kimi tədbirlər elektron-kimmersiya texnologiyalarının perspektiv inkişafını və geniş tətbiqini təmin edir.

Некоторые аспекты инновационного экономического роста в России

*Д.Сорокин, д.э.н., проф.,
член Правления ВЭО России, первый заместитель директора
Института экономики РАН, член-корреспондент РАН,
академик Международной Академии менеджмента*

«Ну, начнем. Дойдя до конца этой истории, мы будем знать больше, чем теперь».

(Г.Х.Андерсен «Снежная королева»)

Для начала рассмотрения проблем инновационного развития экономики России отметим, что сложилась недопустимая зависимость экономического роста страны от конъюнктуры мировых энерго-сырьевых рынков. Даже, если представить, что мировая конъюнктура на нефть в обозримом будущем будет благоприятствовать России, то обеспечить социальное благополучие за счет этого фактора по примеру других стран-нефтетранспортеров все равно не удастся, поскольку для **обеспечения национальных интересов России необходимо развитие собственной производственной базы конкурентоспособных систем и вооружений**.

Высшим руководством осознается сложившееся положение. В. Путин на расширенном заседании Государственного совета Российской Федерации «О стратегии развития России до 2020 года» 8 февраля 2008 г. отметил, что следование сложившемуся энерго-сырьевому сценарию «неизбежно ведет к росту зависимости России от импорта товаров и технологий, к закреплению за нами роли сырьевого придатка мировой экономики, а в дальнейшем может повлечь за собой отставание от ведущих экономик мира, вытеснение страны из числа мировых лидеров. Следуя этому сценарию, руководство страны не добьется необходимого прогресса в повышении качества жизни российских