

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ  
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ  
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA  
MƏRKƏZİ**

**Əlyazması hüququnda**

**Məmmədrəhimova Ülviyyə Mahir qızı**

**“Kommersiya fəaliyyətində informasiya texnologiyalarının tətbiqinin  
strateji istiqamətləri” mövzusunda**

# **MAGİSTR DİSSERTASIYASI**

<b>İxtisasın şifri və adı:</b>	<b>060411 “Kommersiya”</b>
<b>İxtisaslaşma:</b>	<b>Kommersiya fəaliyyəti</b>
<b>Elmi Rəhbər:</b>	<b>Magistr proqramının rəhbəri:</b>
<b>i.e.n., dos. P.T.Xudiyeva</b>	<b>dos.N.T.Quliyeva</b>
<b>Kafedra müdiri:</b>	<b>prof. A.Ş.Şəkərəliyev</b>

**Bakı 2018**

# Mündəricat

Giriş .....	3
<b>Fəsil I. KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNDƏ İNFORMASIYA TEKNOLOGİYALARININ TƏTBİQİNİN NƏZƏRİ METODOLOJİ ƏSASLARI .....</b>	<b>8</b>
1.1 İnformasiya texnologiyalarının mahiyyəti və tətbiqi istiqamətləri .....	8
1.2 İnformasiya texnologiyalarının tətbiqinin kommersiya fəaliyyətinin bazar iqtisadi sistemində səmərəli təşkilinin rolu.....	17
1.3 Elektron ticarət – kommersiya fəaliyyətinin spesifik sahəsi olaraq.....	27
<b>Fəsil II. AZƏRBAYCANDA KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNİN TƏŞKİLİNDƏ İNFORMASIYA TEKNOLOGİYALARININ TƏTBİQİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ.....</b>	<b>39</b>
2.1 Azərbaycanda kommersiya fəaliyyətində İnformasiya Texnologiyalarının tətbiqinin mövcud durumu.....	39
2.2 Elektron-kommersiya texnologiyalarının tətbiqi və inkişaf etdirilməsi.....	48
2.3 Azərbaycanda kommersiya fəaliyyətində İnformasiya Texnologiyalarının tətbiqində dünya təcrübəsindən istifadə.....	59
<b>Fəsil III. MÜASİR DÖVRDƏ KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNDƏ İNFORMASIYA TEKNOLOGİYALARININ TƏTBİQİNİN STRATEGİYASI.....</b>	<b>71</b>
3.1 İnformasiya Texnologiyaları kommersiya fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsinin elementi kimi.....	71
3.2 Kommersiya fəaliyyətində İnformasiya Texnologiyalarının tətbiqinin strateji istiqamətləri və onun kommersiya işinə təsiri.....	80
<b>NƏTİCƏ.....</b>	<b>90</b>
<b>İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT.....</b>	<b>92</b>
<b>XÜLASƏ.....</b>	<b>94</b>
<b>PEZIOME.....</b>	<b>95</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>96</b>

## GİRİŞ

**Tədqiqat mövzusunun aktuallığı.** Son on il ərzində informasiya və kommunikasiya texnologiyaları (İKT) biznesdə struktur dəyişikliyinə gətirib çıxaran, əməyin şəraitində və xarakterində dəyişikliklərə səbəb olan, iqtisadi və sosial çevrilmə prosesinin əsasını təşkil edən iqtisadi dəyişikliklərin hərəkətverici qüvvəsinə çevrilmişdir. İKT sahəsində baş verən inqilab yeni oyunçular, yeni qaydalar və yeni iqtisadi imkanlarla mal, xidmət və ideyalar üçün qlobal bazarların ortaya çıxmasına şərait yaradaraq bütün dünya üzrə misilsiz miqdarda mövcud informasiyaların təqdim olunmasına imkan verir. Böyük miqyasda qloballaşma prosesləri və rəqabətin artması bütün ölkələrdə firmalara yeni İKT əsaslı strategiyaları və iş təcrübələrini tətbiq etməyə məcbur edir. Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması şəbəkə informasiya cəmiyyəti və dünya kiberməkanının sürətli kommersionlaşdırılması ilə sıx əlaqəlidir. İqtisadiyyat və cəmiyyət bir bütün olaraq keyfiyyətə fəaliyyətin yeni funksiyalarını və mexanizmlərini əldə edirlər. Dünya iqtisadiyyatı tədricən informasiya iqtisadiyyatına çevrilir. İKT-nin yeni imkanlarının iqtisadi və sosial nəticələri ancaq indi-indi özünü göstərməyə başlayır.

İKT-nin iqtisadi təsirinin öyrənilməsi Azərbaycan üçün xüsusi maraq doğurur. Bu tədqiqatın vacibliyi bir sıra amillərlə izah olunur ki, bunların arasında ilk növbədə aşağıdakı amilləri vurğulamalıyıq:

- İKT-nin təsiri altında dəyişikliklərin getməsinin başa düşülməsi Azərbaycan üçün dünya iqtisadiyyatına (burada informasiya texnologiyaları əsasında biznes modelləri üstünlük təşkil edir) daha yaxşı inteqrasiya olunmasına kömək edə bilər. İKT-nin geniş istifadəsinin təsirlərini anlamaq həm biznes, həm də cəmiyyət üçün vacibdir;

- İKT-nin iqtisadi təsirinin təhlili milli İKT inkişaf strategiyasının həyata keçirilməsində strateji təlimatların müəyyən edilməsi üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bununla yanaşı, Azərbaycanda informasiya cəmiyyətinin qurulması prioritet milli vəzifələrdən birinə yüksəlmiş, 2005-2008-ci illər üçün Azərbaycanda İKT-nin

inkişafı üzrə Dövlət Proqramı həyata keçirilmiş, rabitə və informasiya texnologiyaları sahəsində islahatlar, informasiya iqtisadiyyatının qurulması üçün şərait yaradılmışdır;

▪ Azərbaycanca informasiya cəmiyyəti və informasiya iqtisadiyyatının qurulması məsələsi, ilk növbədə, ölkənin beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinin və xalqın rifahının yüksəlməsidir, enerji resurslarının ixracına əsaslanan iqtisadiyyatdan informasiya yönümlü iqtisadiyyata keçiddir;

▪ İKT-nin istifadəsində dünyanın ən yaxşı təcrübələrinin təhlili Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişafı üçün potensialını maksimum dərəcədə artıracaq, davamlı inkişaf və inkişafın təmin edilməsi baxımından informasiya texnologiyalarından istifadə etmək üçün ən təsirli yolları müəyyənləşdirəcəkdir.

Bu problemlərin aktuallığı dissertasiya tədqiqatının mövzusunun, seçilən məsələlərin aralığını və xarakterini seçməyi öncədən müəyyən etmişdir.

**Tədqiqatın predmeti:** Azərbaycanda informasiya iqtisadiyyatının formalaşması problemləri, dövlət idarəetmə sahəsində elektron strategiyaların prioritet istiqamətləri və əsas komponentlərinin müəyyən edilməsi, Azərbaycanda elektron biznesin inkişafı strategiyasını əhatə edir.

**Tədqiqatın obyektı** İKT-nin dünya iqtisadiyyatına iqtisadi təsirinin və İKT-nin səmərəli istifadəsində dünya üzrə innovasiya təcrübəsinin öyrənilməsidir.

**Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri.** Bu tədqiqatın məqsədi iqtisadi inkişaf prosesində İKT-nin rolunu təhlil etmək, İKT-nin hansı mexanizmlərinin və hansı şəraitinin iqtisadi inkişafa təsir göstərdiyini müəyyənləşdirmək, Azərbaycanda İKT-nin səmərəli tətbiqi üçün mütərəqqi dünyəvi təcrübələr kontekstində konkret praktiki təklifləri işləyib hazırlamaqdır. Dissertasiyada qoyulmuş məqsədlərə müvafiq olaraq onun məntiqini və daxili strukturunu müəyyənləşdirən aşağıdakı vəzifələr qarşıya qoyulmuşdur:

1. İnformasiya iqtisadiyyatının yaranması və formalaşmasında İKT-nin rolunun araşdırılması;
2. İKT-nin iqtisadiyyatın inkişafına necə təsir etdiyinin tədqiq edilməsi;

3. Əmək və məşğulluğun öz şəklini dəyişdirməsində İKT-nin rolunun təhlil olunması;
4. Elektron kommersiyanın iqtisadiyyatın informasiya yönümlü sektorlarına təsirinin öyrənilməsi;
5. Elektron kommersiyanın iqtisadi səmərəliliyinin faktorlarının öyrənilməsi;
6. İnformasiya iqtisadiyyatının inkişafının bir aləti kimi firmalararası elektron ticarətin potensialının araşdırılması;
7. Təhsil və insan potensialının gücləndirilməsi üçün yeni mexanizm qismində İKT-nin potensialının öyrənilməsi;
8. E-biznesin inkişafında elektron hökumətin idarə olunmasının rolunun araşdırılması;
9. Qlobal elektron ticarətdə iştirak edərkən kiçik və orta müəssisələrin (KOM) qarşılaşdıqları potensial fayda və məhdudiyyətlərin araşdırılması və sistemləşdirməsi.

**Tədqiqatın nəzəri və metodoloji əsasları.** Dissertasiya tədqiqatının nəzəri əsasları kimi, tədqiq olunan problemlə bağlı Rusiya dövrü mətbuatında nəşr edilən elmi məqalələr və əsərlər, xarici iqtisadçıların işləri, İnformasiya cəmiyyəti üzrə (Cenevrə 2003) BMT-nin Ümumdünya Sammitinin materialları istifadə edilmişdir. OECD, UNCTAD, Beynəlxalq Telekomunikasiya İttifaqı, YUNESKO-nun analitik və metodiki materialları mövzunun açıqlanması üçün çox vacibdir.

Elmi tədqiqat zamanı sistemin və faktor analizinin metodları, sistemli funksional analiz, “case studies”( "nümunə tədqiqatları"), “comparative studies” ("müqayisəli tədqiqatlar") tətbiq edilmiş və tədqiqatın nəzəri və praktiki aspektləri bir-biri ilə əlaqələndirilmişdir.

Tədqiqatın məlumat bazası OECD (İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı) ölkələrinin, Avropa Birliyi ölkələrinin ( Eurostate Pilot Survey) baza verilənlərindən, OECD-nin statistik baza verilənlərindən ( Structural Analytical Database, STAN) və Beynəlxalq Telekomunikasiya İttifaqının baza verilənlərindən ibarətdir.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi**, iqtisadi inkişaf prosesində İKT-nin rolunun araşdırılmasını, Azərbaycanda İKT-nin səmərəli tətbiqi üçün mütərəqqi dünyəvi təcrübələr kontekstində konkret praktiki təkliflərin işlənilib hazırlanmasını özünə daxil edir. Araşdırmanın elmi yeniliyini xarakterizə edən ən vacib nəticələr və yekunlar aşağıdakıları əhatə edir:

➤ İKT-nin hansı mexanizmlərinin və hansı şəraitinin iqtisadi inkişafa təsir göstərdiyi öyrənilmiş və sistemləşdirilmişdir;

➤ İKT-nin iqtisadi inkişafa qatqısını maksimallaşdırmaq məqsədi ilə təşkilati, idarəetmə və mədəni dəyişikliklərin, əlverişli biznes mühitinin yaradılmasının və insan potensialının gücləndirilməsinin həyata keçirilməsinə olan ehtiyac əsaslandırılmışdır;

➤ Elektron kommersionun iqtisadi səmərəliliyinin mənbələrinin təhlil edilmiş və sistemləşdirilmişdir, elektron kommersionun inkişafına mane olan hərəkətverici qüvvələr və maneələr nəzərə alınmışdır;

➤ Azərbaycanda elektron kommersionun iqtisadiyyatın informasiya yönümlü sektorlarına iqtisadi təsirinin təhlil edilməsi əsasında, elektron kommersionun (elektron turizm, elektron maliyyələşdirmə) inkişafı üzrə prioritet sahələr müəyyən edilmişdir;

➤ İnformasiya iqtisadiyyatının inkişafı üzrə əsas element kimi firmalararası elektron ticarətin inkişafına olan ehtiyaclar əsaslandırılmışdır;

➤ Təhsil sahəsində mövcud tendensiyaları gücləndirməkdə İKT-nin rolu araşdırılmışdır. Elektron təhsilin reallaşdırılması üçün innovativ beynəlxalq və milli praktikaların təhlilinə əsaslanaraq, təhsilin yeni məzmununa adaptasiya olmaq üçün konkret təkliflər və tövsiyələr işlənilib hazırlanmışdır;

➤ E-biznesin inkişafında elektron hökumətin idarə olunmasının rolu araşdırılmışdır. Beynəlxalq və milli təcrübənin müqayisəli tədqiq edilməsi əsasında, İnternetin onlayn dövlət xidmətlərinin göstərilməsində rolu təhlil edilmişdir;

➤ Qlobal elektron ticarətdə iştirak edərkən kiçik və orta müəssisələrin (KOM) qarşılaşdıqları potensial üstünlüklər araşdırılmışdır və sistemləşdirilmişdir, Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı strategiyasının əsas komponenti kimi KOM-

ların rolu vurğulandı, Azərbaycanda KOM-ların elektron kommersionda iştirakını stimullaşdırmaq üçün mütərəqqi beynəlxalq praktika kontekstində konkret təkliflər və tövsiyyələr işlənilib hazırlandı.

**Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti** aşağıdakılardır:

❖ Dissertasiyanın nəzəri mövqeləri və nəticələri "İnformasiya iqtisadiyyatı", "Elektron kommersion", "Elektron dövlət idarəçiliyi" təlimlərinin öyrənilməsi və tədrisində, eləcə də tədris və metodiki təlimatların hazırlanmasında istifadə edilə bilər;

❖ Verilən konkret praktiki təkliflər elektron kommersionın inkişaf strategiyası, dövlət idarəçiliyi və təhsil sahəsində elektron startegiyaların həyata keçirilməsi zamanı müvafiq dövlət qurumları və təşkilatlar, təhsil müəssisələri tərəfindən istifadə oluna bilər. Praktiki faydalar və tövsiyyələr özəl sektorlar tərəfindən, xüsusilə də kiçik və orta müəssisələr (KOM) tərəfindən öz elektron biznes-strategiyalarının həyata keçirilməsi zamanı istifadə oluna bilər.

**İşin strukturu.** İşin strukturu tədqiqatın məqsəd və vəzifələri ilə müəyyənləşdirilir və giriş, 3 fəsil, 8 paragraf, nəticə və ədəbiyyat siyahısından ibarətdir. Dissertasiya ümumilikdə 103 səhifədən ibarətdir və özündə 8 sxemi birləşdirir.

# FƏSİL I. KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNDƏ İNFORMASIYA TEKNOLOGİYALARININ TƏTBİQİNİN NƏZƏRİ METODOLOJİ ƏSASLARI

## 1.1 İnformasiya texnologiyalarının mahiyyəti və tətbiqi istiqamətləri

XX əsrin son 10 illiyini əhatə edən dövr qlobal inkişaf prosesində dönüm nöqtəsi hesab olunur. 19-cu əsrin sənaye inqilabı və 20-ci əsrin elmi inqilabı bilik yönümlü iqtisadiyyatın yaranması üçün şərait yaratdı. Hal hazırda baş verən dəyişikliklər maşının ixtirası və bundan sonra buxar mühərrikinin kəşf olunmasından sonra baş verən proseslərlə müqayisə olunacaq həddədir. Buxar maşınları, dlm tamamilə ortadan qalxmasına, ümumiyyətlə yeni sahələrin , məhsulların və xidmətlərin yaranmasına və ən əsası, müəssisələrə daha səmərəli işləmək və fəaliyyətlərini diversifikasiya etmək imkanı vermişdir. Bu dəyişikliklər hər zaman texnoloji dəyişikliklərdən ilk təsirlənmiş sektorlardan, iqtisadiyyatın qalan sektorlarına texnoloji yeniliklərin yayılması üçün uzunmüddətli, hətta 10 illikləri tələb edən məhsuldarlığın artmasına səbəb olmuşdur. Əvvəlcə bu texnoloji innovasiyaların ilk tətbiq olunduğu ölkələrdə , daha sonra isə bu yeniliklər tədricən bütün dünyaya yayıldı. İqtisadiyyatda ictimai, siyasi və mədəni həyatda müxtəlif dəyişikliklərə səbəb olan möhtəşəm yeniliklər baş verdi.

Elmi və innovasiya fəaliyyəti, təhsil, iqtisadiyyatın elm yönümlü və informasiya texnologiyaları, və cəmiyyətin təsirinin gücləndirilməsi nəticəsində ümumiyyətlə, fəaliyyətlərin keyfiyyətcə yeni xüsusiyyətli mexanizmləri əldə edilir. İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları iqtisadi və sosial dəyişilmə prosesinin əsasını təşkil edir, yeni iqtisadiyyatın əmələ gəlməsində həlledici rol oynayır və bütövlükdə iqtisadiyyatın və müəssisələrin fəaliyyət mexanizmlərinin dəyişilməsində əsas forma hesab edilir. Bəşəriyyət öz elmi ilə müasir dünyada sosial, iqtisadi və mədəni inkişafın əsas mühərriki olaraq, həmçinin öz inkişafının da yeni və innovativ mərhələsinə qədəm qoydu, istehsalın daha çox əhəmiyyətli və vacib olan resursuna çevrildi.



İnformasiya və elm hər zaman iqtisadi böyümənin vacib bir hissəsidir. Lakin yeni texnologiyalar yalnız iqtisadi fəaliyyətin bütün sistemlərində informasiyanın emal edilməsinə əsaslanaraq məlumat yaydıqda, məhsuldarlıq və rəqabət qabiliyyətinin əsas amilinə çevrildi. Yeni İKT- lərin və İnternetin ortaya çıxması elm və texnoloji yeniliklərə tələbatın artmasına, bu sahəyə vençur kapitalının cəlb edilməsinə kömək etdi. Nəticədə, müəssisələrin aktivlərinin artan payı biliyin müxtəlif formalarında təcəssüm etdirildi (patent, nou-hau) .

İnformasiya, bilik və şəbəkələr arasında gedən dəyişmələr və qarşılıqlı əlaqələr vasitəsilə baş verən makro və mikroiqtisadi dəyişikliklər seriyası bir çox tədqiqatçıların - “Yeni iqtisadiyyat” , “ İnformasiya iqtisadiyyatı” , “ Elm üzərində qurulmuş iqtisadiyyat” , “ Şəbəkə iqtisadiyyatı” kimi terminlər yaratmasına təkan verdi. Bilik iqtisadiyyatı bizim fikrimizcə, sənaye və post-sənaye cəmiyyətinin iqtisadiyyatından əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir, burada isə, ilk növbədə elmi tədqiqatlar və inkişafının, patentlərin, yüksək ixtisaslı mütəxəssislərin idarəetmə və digər təcrübələrinin , nou-hau və məlumatların nəticəsi kimi elm tutumlu aktivlər ön plana çıxır.

İngilis iqtisadçısı Stounayr qeyd edir ki ,informasiya iqtisadiyyatının təsərrüfat fəaliyyəti əsasən istehsalın bütün digər formalarını daha məhsuldar etmək və daha çox maddi sərvət yaratmaq üçün məlumatların istehsalı və tətbiqində əsas rol oynayır. Burada məhdudlaşdırılan faktor məlumatların olması ya da olmamasıdır. Baxmayaraq ki, sənaye iqtisadiyyatının fəaliyyət məqsədi əsasən məhsulların istehsal edilməsidirsə, burada kapital isə limit təyin edən faktor rolunu oynayır.

Əvvəllər iqtisad elmində ənənəvi olaraq iqtisadiyyatın böyüməsinin 3 əsas amildən asılı olduğu hesab edilirdi : torpaq və digər təbii sərvətlər, əmək və kapital: onlara yeni amil - lazımlı məlumatları generasiya etmək və informasiyanı emal etmək qabiliyyəti olan məhsuldarlıq və rəqabətqabiliyyətinin əsas mənbəyinə çevrilən informasiya amili əlavə olundu.

İnformasiya- informasiya iqtisadiyyatının inkişafının əsas mənbəyi kimi. Artıq , ötən əsrin 20-ci illərində rus alimi N.Kondratyev uzun dalğalar teoremini işləyib

hazırladı (sonradan Kondratyevin uzun dalğaları adlandırıldı), əsaslı şəkildə göstərdi ki, qısa və orta ölçülü dalğalardan savayı, 40 – 60 il arasındakı periodu əhatə edən daha uzun konyuktura dövrləri mövcuddur. Alim belə bir nəticəyə gəldi ki, uzunmüddətli mexanizmlər təşkilati strukturun yenidən qurulmasının, istehsal aparatının, iqtisadi sistemin, onun texnoloji bazasının periodik yenilənməsini şərtləndirən bir amildir. XVIII əsrin 80-ci illərinin sonlarından başlayaraq, Kondratyev dalğaları 3 dövrə böldü və diqqətini, böyük silsilələrin yüksələn dalğalarının əsasının yeni texnologiyaların tətbiq edilməsi və yeni texnoloji ixtiraların meydana gəlməsindən asılılığı üzərində cəmləşdirdi.

Hər böyük dövrənin yüksələn dalğalarının başlanmasından əvvəl və bəzən başlanğıcda, cəmiyyətin iqtisadi həyat şəraitində ciddi dəyişikliklər baş verir. Bu dəyişikliklər, ümumiyyətlə, əhəmiyyətli ixtiralar və kəşflər, istehsal və mübadilə üsullarında köklü dəyişmələr, dünya ölkələrinin iqtisadi həyatında yeni ölkələrin rolunun gücləndirilməsi ilə ifadə edilir. Kondratyevin ideyaları, innovasiyaların uzunmüddətli konyuktur dövrlərinə əsaslandığını göstərən Y.Şumpeter tərəfindən götürülmüş və inkişaf etdirilmişdir.

Yeni Kondratyev dövrlərinin başlanmasına səbəb olan yeniliklər bütün iqtisadi sistem üçün geniş nəticələrə səbəb olmuşdur və L.Nefedovun əsas yeniliklər adlandırdığı bütün texniki-iqtisadi innovasiyalar şəbəkəsini özündə cəmləşdirmişdir. Nefedovun sözlərinə görə, Kondratyevin hər bir dövrünün əsasını başlıca innovasiyalar – 1-ci dövrün buxar mühərrikindən müasir -5-ci dövrün informasiya texnologiyalarına qədər yeniliklər təşkil edir. Nefedova görə, əsas innovasiyalar aşağıdakı 3 şərti yerinə yetirməlidir:

1. Texnoloji səviyyədə yenilik prosesinin sürəti və istiqaməti müəyyən edilməlidir;
2. İqtisadi səviyyədə yüksəliş mərhələsində ümumi iqtisadi inkişaf müəyənləşdirilməlidir (bu səbəbdən dolayı yeniliklər iqtisadi inkişafa böyük təsir göstərir) ;

3. İctimai səviyyədə isə yeniliklər geniş şəkildə yenidən qurulmaya səbəb olmalıdır.

İqtisad elminin professoru Rolf Bayberin (Almaniya) sözlərinə görə, müasir silsilələrdə informasiya iqtisadi inkişafın təməli kimi, rəqəmsal və komputer texnikaları isə bazis innovasiyaların məğzi kimi qəbul edilir. İnformasiya və telekommunikasiya texnologiyaları arasında Kondratyevin beşinci silsiləsini əhatə edən, iqtisadi inkişaf tempinin mənbəyi kimi çıxış edən bir texnoloji şəbəkə formalaşır.

Beləliklə, bilik iqtisadiyyatı əsasında deyə bilərik ki, bilik və informasiya istehsal amilləri içərisində əsas rol oynayır. Bəs informasiya iqtisadiyyatının hansı xüsusiyyətləri və başlıca xassələri vardır? Bu iqtisadiyyata xas olan əsas xüsusiyyətləri təhlil edək.

İnformasiya iqtisadiyyatının qurulmasında şəbəkə formasının rolu. İnformasiya-müxtəlif qaynaqlar tərəfindən saxlanılan, ötürülən və qəbul edilən hər hansı bir məlumatdır. Həmçinin informasiyaya belə bir tərif də vermək olar: informasiya-özündə canlı orqanizmlər, elektron maşınlar və digər informasiya sistemləri haqqında bütün mümkün prosesləri özündə birləşdirən, dünyanı əhatə edən mühit haqqında məcmu məlumatdır. İnformasiya iqtisadiyyatı - bu şəbəkə iqtisadiyyatıdır, daha doğrusu, istehsal, bölüşdürücü qovşaqların və onların idarəolunmasının şəbəkə prinsipinə əsaslandığı bir iqtisadiyyatdır. Bu iqtisadiyyat qlobal xarakter daşıyır və biznes şəbəkələrinə, həmçinin real zaman kəsiyində və qlobal miqyasda reallaşan əsas komponentlərə (maliyyə bazarları, elm və texnologiya, informasiya və kommunikasiya, beynəlxalq ticarət, transmilli korporasiyalar, yüksəkixtisaslı işçi qüvvəsi, yüksək əlavə dəyərli mal və xidmətlərin istehsalçıları və distribyutorları) əsaslanır. Qlobal şəbəkə iqtisadiyyatını yaradan investisiya, istehsal, idarəetmə və bölüşdürmə prosesləri telekommunikasiya və informasiya sistemləri əsasında fəaliyyət göstərən vahid bir blokdir. Bu sistemlər eləcə də, sürətli aviasiya, quru və dəniz nəqliyyat vasitələri coğrafi məhdudiyyətləri aradan qaldırmaq üçün həyata keçirilən tədbirləri birləşdirməyə imkan verir. Texnoloji yeniliklər beynəlxalq

Əməliyyatların həyata keçirilməsini xeyli asanlaşdırdı, ucuzlaşdırdı, və sürətləndirdi. Onlar o dərəcədə vaxt və məsafə məsrəflərini azaltdılar ki, əksər kommertiya əməliyyatlarında bu xərclər artıq əhəmiyyətsizləşməyə başladılar. Nəticədə, bir çox mal və xidmətlər üçün bütün yer kürəsi bazar məkanına çevrildi. Beləliklə, qlobal miqyasda dünya iqtisadiyyatı bütün dünyanı əhatə edən telekommunikasiya infrastrukturunu, hava nəqliyyatı və sürətli nəqliyyat və çatdırılma sistemi sayəsində mümkündür. Əməliyyatlar və kommunikasiyaların sürəti və mürəkkəbliyi isə yalnız mikroelektronikaya əsaslanan texnologiyalar sayəsində mümkündür. Belə ki, dünya iqtisadiyyatının qloballaşması cəmiyyətin informasiyalaşması şəbəkəsi ilə və ümumdünya kiberməkanının sürətli kommertiyalanması ilə sıx bağlıdır. İKT-nin sürətli inkişafı səbəbilə telekommunikasiya və şəbəkələr insan fəaliyyətinin bütün sahələrinə daxil olur və onları tamamilə yeni şəraitdə işləməyə və yeni fəaliyyət sahələrini yaratmağa sövq edir.

İKT – İnformasiya İqtisadiyyatının inkişafı üçün əsas vasitə kimi. İnformasiya texnologiyaları- məlumatların toplanması, saxlanması, emalı və ötürülməsi üçün istifadə edilən metod və vasitələrin məcmusudur. İndiki dövrdə insanların fəaliyyətinin əksər hissəsi bu texnologiyalardan çox asılıdır və onlar daimi yeniliklərə ehtiyac duyurlar. İnformasiya elmləri sahəsində işlərinin bu və ya digər formada kompyuterdən asılı olduğu, “İT mütəxəssislər” adlandırılan çoxlu sayda mütəxəssislər işləyir. Bu mütəxəssisləri aşağıdakı qruplara bölmək olar:

- 1.Kompyuter avadanlıqları və digər texniki işlərlə məşğul olan mütəxəssislər;
- 2.Kompyuter və digər hesablama qurğuları üçün proqram hazırlayan mütəxəssislər;
- 3.Hazırlanmış informasiya məhsulları ilə işləyən mütəxəssislər.

İlk iki kateqoriyaya daxil edilən nümayəndələrdə gələcək üçün kompyuter texnologiyaları mövcud olduğuna görə, gələcəkdə insanların bir-birlərinə məlumat ötürməsi və qəbul etməsi bu texnologiyalardan asılı olacaqdır. Bunlara məsələn, kompyuter təchizatı mühəndisləri, sistem administratorları, müxtəlif profillərin proqramçıları, proqram təchizatının test ediciləri, sayt işləyiciləri, informasiya təhlükəsizliyi mütəxəssisləri daxildir.

İnformasiya iqtisadiyyatı inkişafın güclü texnoloji gücünə - informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının intensiv artımına malikdir. İnformasiya texnologiyaları dəyişib inkişaf edən bir mühitdir, orada daim bir çox yeniliklər baş verir. Burada demək olar ki hər gün müxtəlif layihələr hazırlanır. Məsələn; telekommunikasiya sahəsində gələcəkdə onun irəliləməsinə səbəb olacaq çoxsaylı xidmət şəbəkələri, üçüncü nəsil mobil rabitə şəbəkələri var. Analitiklərin fikrincə, İT sahəsində texnologiyaların işlənilib hazırlanması və inkişafında istifadə olunacaq ayrıca bir ixtisas yaranacaqdır. Beynəlxalq standartlar sisteminə tam şəkildə keçid isə “İT insan”- na qlobal miqyasda mütəxəssis olmaq imkanı da vermiş olur. Hər üç-dörd ildən bir İKT-lərin yeni nəsilləri ortaya çıxır. Texnoloji qanunauyğunluğa görə (Q.Murun qanunu) – kompyuterin gücü hər 18 aydan bir, daha doğrusu, informasiyanın mikroprosessorunda saxlanma sıxlığı hər 18 aydan bir 2 dəfə artır, bununla yanaşı kompyuter texnikasının qiyməti 2 dəfə enir. Hesablama qabiliyyətinin artması daim kompyuterlərin istifadəsini genişləndirir və kommunikasiya xərclərinin azalması çoxlu sayda kompyuterlərin bir- birilə əlaqələndirilməsinə gətirib çıxarır. Digər tərəfdən, informasiya şəbəkələrinin inkişafının belə bir qanunauyğunluğu vardır ( R. Metkalfın qanunu) – bir cəmiyyət üçün şəbəkənin dəyəri istifadəçilərin sayının kvadratına mütənasibdir. Abonentlərin sayının artması hesabına, şəbəkə effekti kimi istifadəçiləri təmin edə bilən dəyərin artımı aşağıdakı düstur ilə ifadə olunur:

$$CC=K^2 -K$$

Burada, CC- şəbəkə dəyəri (стоимость сети), K- abonentlərin sayı (количество абонентов) .

Şəbəkənin dəyəri bütün istifadəçilər arasındakı mümkün əlaqələrin sayına görə təyin olunur: Şəbəkə ölçüsündə 10 dəfə artım olduqda, onun dəyəri 100 dəfə artır, daha doğrusu istehlakçı üçün şəbəkənin dəyəri şəbəkəyə qoşulmuş abonentlərin sayından birbaşa asılıdır. İnternet şəbəkələrdə eyni zamanda bir neçə bölməni birləşdirmək mümkün olduğuna görə bu rəqəm əhəmiyyətli dərəcədə artır. Texnoloji şəbəkələrin yaradılması üçün baza rolunu oynayan kommunikasiya texnologiyası

sənaye və beynəlxalq infrastrukturun, xüsusilə İnternetin yaradılmasında son dərəcə mühüm rol oynayır. Axı, məhz telekommunikasiyaların köməyiylə, beynəlxalq miqyasda informasiyaların ötürülməsi prosesinin iqtisadi inkişafın və buna görə də şəbəkə iqtisadiyyatına keçidin əsasına çevrilməsi mümkün olmuşdur. C.Gilder kommunikasiya infrastrukturunda gücün artım tendensiyasını analiz edərək aşağıdakı qanunauyğunluğu aşkar etmişdir: məlumatların ötürülmə sürəti komputerlərin gücündən ən azı üç dəfə daha sürətlə artır, yəni , komputerlərin gücü hər 18 ayda iki dəfə artırsa, məlumatların ötürülmə sürəti hər 6 ayda iki dəfə artır. Ekspertlərin fikrinə əsasən demək olar ki, Gilderin qanunu yaxın 10-25 il ərzində, Murun qanunu isə təxminən 20 il ərzində qüvvədə qalacaq və bunları demək üçün səbəblər var ki, bu sahələrdə məhsuldarlığın artımı qismüddətli proseslər deyil, uzunmüddətli tendensiyalarla əks olunur.

Əvvəlki dövrlərin texnoloji inqilablarına nisbətən müasir dövrdə reallaşan İKT-lərin daha sürətlə ucuzlaşması texnoloji inkişafın əyani artım dərəcəsi kimi götürülə bilər. Yeni texnologiyaların, kompyuterlərin və internetin dəyərinin daha sürətli şəkildə azaldılması sayəsində buxar maşınları və elektrik enerjisi ilə işləyən dövrdən daha çox istehlakçı tərəfindən geniş miqyasda qəbul edilmişdir. Digər tərəfdən, yeni texnologiyalar öz növbəsində texnoloji inkişafın gələcək proseslərini sürətləndirməyə kömək edir, yeni məhsullar yaratmaq üçün labüd olan informasiyaların və məlumatların işlənilməsini daha asan və daha ucuz hala gətirir. Əmək, kapital və elmi-texniki inqilab (ETİ) ənənəvi olaraq iqtisadi artımı təmin edən qüvvələr hesab edilir. Lakin əvvəllər ənənəvi böyümə modelləri istehsalın ənənəvi amillərinin daha effektiv istifadə edilməsi üzərində izah edərək əmək və kapitalın əhəmiyyətinin önəmli olduğuna diqqəti yönəldirdi və müasir dövrdə iqtisadçıların ETİ dövründə əsas yer tutmasına qədər praktiki olaraq texnoloji tərəqqinin amili hesab olunurdu. Robert Solounun sözlərinə görə, iqtisadi artımın əhəmiyyətli dərəcədə böyük bir hissəsi texnoloji yeniliklərə aid edilə bilər. R.Solou, D.Romer və onların ardıcıllarının əsərləri ilə təqdim olunan müasir böyümə nəzəriyyələri insan kapitalının toplanmasına və yeni texnologiyaların yayılmasına xüsusi önəm verir. Romerə görə, elmin inkişafı endogen xarakter daşıyır və mənfəətin yaxud da təhsilin inkişafının

əldə edilməsi üçün imkanların yaxşılaşdırılması ilə əlaqədardır. Romer hesab edir ki, son illərdə texnoloji inkişaf üçün ən yaxşı şərait yaranıb (innovativ fəaliyyətin maliyyələşdirilməsi üçün mənbələri tapmaq daha asandır, bazarın qlobalaşması bu investisiyaların qaytarılması üçün daha yaxşı şərait yaradıb).

Təqdim edilən texnoloji tendensiyalar və normativlər bazar tərəfdaşlarının fiziki cəhətdən birləşməsinə gətirib çıxarır, həmçinin virtual şəbəkələr təsərrüfat fəaliyyətində və təşkilati proseslərdə daha geniş mövqe tutur. İnformasiya və kommunikasiya vasitələrinin təşkili və işlənməsi sahəsində elmi və texnoloji tərəqqi, bölüşdürücü, çevik idarəetmə sistemindən istifadə etməyə imkan yaradır. Kommunikasiya texnologiyaları ilə qurulan şəbəkələrə əsaslanan biznesin təşkil olunmasının yeni forma və metodları mövcuddur. İqtisadi qovşaqların təşkil edilməsinin şəbəkə prinsipi inkişaf edən qlobal iqtisadi mühitdə tələbat, texnologiya, istehsal və məhsulların daimi dəyişikliklərə uyğunlaşması üçün lazım olan çevikliyi və bacarığı təmin etməyə imkan yaradır. Bu şəbəkələr tədricən müəssisə və onun müştəriləri, işçiləri və biznes tərəfdaşları arasındakı əsas istehsal münasibətinə çevrilir. Belə şəbəkələrdə idarəetmə yeni idarəetmə yanaşmaları və səlahiyyətləri tələb edir. Keçmiş zamanlarda da şəbəkə istehsalı və idarə olunmasının mövcud olmasına baxmayaraq, onların çevikliyi resursların lazımsız formada yığılması səbəbilə zəiflədi, bununla da, öz əhatə etdikləri iqtisadi sahə və miqyaslarını itirdi. Mikroelektronikaya (mikroprosessorlar, kompyuterlər, telekommunikasiyalar, optoelektronika) əsaslanan yeni informasiya texnologiyaları qərarların qəbul edilməsi prosesinin təmərküzləşməsinin və fəaliyyətin mərkəzləşdirilməsinin eyni zamanda həyata keçirilməsinə imkan verir, dünyanın müxtəlif ölkələrində yerləşən ayrı-ayrı ərazilərin böyük istehsal komplekslərinin bir mərkəzdən idarə olunmasına şərait yaradır. Beləliklə, məsafə və çeviklik arasındakı ənənəvi ziddiyyət öz həll yolunu tapır. Şəbəkələr müxtəlif qovşaqların resurslarını birgə birləşdirmək və bu resursları firmalararası əməkdaşlıq çərçivəsində yeniliklər üçün yeni imkanlar, strateji ittifaqlar yaradılması və inkişaf edən qlobal iqtisadi mühitdə tələbat, texnologiya, istehsal və məhsulların daimi dəyişən mühitə uyğunlaşdırılması üçün vacib olan çeviklik və bacarıqla əhatə olunmuş xüsusi bir biznes layihəsinə yönəltməyə imkan verir. Buna

nümunə olaraq, virtual sahibkarlıq adlandırılan, müxtəlif məkanlarda yerləşən resursları birləşdirən, kompyutərə inteqralizə olunmuş şəbəkə əsaslı təşkilatı strukturu göstərmək olar. Bu zaman elektron yolla süni cəmiyyət (toplum) yaranır. Virtual sahibkarlığın klassik nümunəsi kimi geniş miqyaslı tanınmış aerobuslar istehsal edən avropanın “Airbus Industries” konsorsiumunu misal vermək olar. İnformasiya iqtisadiyyatı korporativ quruculuq strategiyasında müxtəlif dəyişikliklərə səbəb olur. Virtual korporasiyaların təşkil olunmasında isə korporativ struktur və keçidlərində fiziki cəhətdən birləşdirilmə prosesi gedir.

Texnoloji dəyişikliklərin olduqca sürətlə inkişaf etməsini nəzərə alaraq, demək olar ki, telekommunikasiya xidmətlərinin geniş spektri ilə innovativ və yüksək səmərəli telekommunikasiya texnikalarının birləşməsi bir şirkət üçün beynəlxalq rəqabətdə uğur qazanmağa təminat verir. Rabitə bazarı özünə görə ümumi təsərrüfatın inkişafında avanqard rolunu oynayır, məcmu istehsalatda aparıcı sektora çevrilir. Qeyd etmək lazımdır ki, dünyanın aparıcı sənaye ölkələrində informasiya iqtisadiyyatının formalaşması əsasən innovasiyaların iqtisadi rolu, yenilikçi proseslərin həyata keçirilməsi tempi, istiqamətləri və mexanizmləri ilə bağlı əhəmiyyətli ölçüdə dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Bununla bağlı, yeni bir peşənin- “İnnovasiya Menecmenti”- nin yaranması bir təsadüf deyil. İnformasiya iqtisadiyyatı isə məhsulları elm və texnologiyanın müxtəlif sahələrinin kəsişməsində yaradan innovasiya iqtisadiyyatı kimi təcəssüm olunur.

Dünya iqtisadiyyatı tədricən İKT əsasında iqtisadiyyata çevrilir. İKT hələ də iqtisadi dəyişikliyin əsasını təşkil etməyə davam edir, biznesdə struktur dəyişikliklərə gətirib çıxarır, əməyin xarakteri və əmək şəraitinin dəyişməsinə səbəb olur və ölkənin iqtisadi artımına və rifahına əhəmiyyətli töhfə verir.

Bununla yanaşı, 2002-ci ilin mart ayında beynəlxalq fond bazarlarında kəskin azalma və bu proseslərdən sonra da iqtisadi inkişafın artım tempinin yavaşlaması İKT və İnternetin iqtisadi inkişafa təsirinin uzunmüddətli xarakteri haqqında hadisələri sual altında qoydu. Birja kotirovkalarının zəifləməsi İKT sektoruna vençur kapitalı və digər investisiya axınlarının müvəqqəti azaldılmasına gətirib çıxardı, böyük



ehtimalla, digər sektorlarla müqayisədə İKT sektoruna investisiya qoyuluşunun azalmasına səbəb oldu. Bir çox analitiklər, iş adamları və biznes dairələrinin İKT və İnternetin uzunmüddətli iqtisadi inkişafa təsirinə olduqca optimist yanaşmalarına baxmayaraq, rəqiblərin və yeni texnologiyaların tərəfdarları tez-tez onların qiymətləndirilməsində həddindən artıq dərəcədə ziddiyyət təşkil etdiklərinə və onların qərarlarının üst-üstə düşmədiklərinə və obyektiv xarakter daşmadığına görə, bu problemin detallı, güclü bir təhlili lazımdır.

Mövcud elmi ədəbiyyatın təhlili İKT-lərin iqtisadi artım və müəssisələrin fəaliyyətinə təsirinin 3 növünü müəyyən etməyə imkan verir:

- 1.İKT-yə sərmayə qoyuluşu səbəbindən kapital bazasının artırılması
- 2.İKT-nin istifadəsi
- 3.İKT məhsul və xidmətlər istehsalı sektoru.

İKT-nin iqtisadiyyatda tətbiqi yeni iqtisadiyyatın yaranmasına, onun qloballaşmasına, təsiredici faktorların tərkibinin dəyişməsinə, iqtisadiyyatın inkişaf amillərinin daha müasir, geniş müstəvini əhatə etməsinə səbəb olur. Məhz İKT-nin tətbiqi ilə yaradılmış effektiv informasiya sistemləri müəssisə daxilində avtomatlaşdırılmış sistemlərlə idarəetmə və istehsalı təşkil etməklə, həm də xarici informasiya resurslarına yol açır.

## **1.2    İnformasiya texnologiyalarının tətbiqinin kommersion fəaliyyətinin bazar iqtisadi sistemində səmərəli təşkilinin rolu**

İnformasiya texnologiyaları insan həyatının bütün sahələrinə təsir göstərmişdir. Bu, informasiya ehtiyaclarının ümumi artımının və informasiya xidmətlərinin inkişafının nəticəsidir. Buna görə, müəssisənin uğurlu fəaliyyəti etibarlı məlumat əldə etmədən mümkün deyildir. Yeni reallıqlar yeni prioritetləri nəzərdə tutur və yeni idarəetmə metodlarını tələb edir.

Müasir şəraitdə effektiv idarəetmə maliyyə, maddi, insan və digər resurslarla bərabər olaraq təşkilat üçün dəyərli bir qaynaqdır. Nəticədə, idarəetmə fəaliyyətinin

səmərəliliyinin artırılması müəssisənin bütövlükdə fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi istiqamətlərindən birinə çevrilir. İş axınının səmərəliliyinin artırılmasının ən açıq yolu onun avtomatlaşdırılmasıdır. Ancaq bu deyilənlər idarəetmə kimi incə(dəqiq) sferaya deyil, ciddi formalaşdırılmış istehsal prosesinə aiddir.

İdarəçilik işlərinə avtomatlaşdırılmış dəstək probleminin həllində yaranan çətinliklər onun spesifikliyi ilə bağlıdır. İdarəetmə işləri mürəkkəbliyi və müxtəlifliyi, çox sayda forma və növlərin olması, müxtəlif fenomenlərlə və proseslərlə çoxtərəfli əlaqələri ilə xarakterizə olunur. Bu əsasən yaradıcı və intellektual işdir. İdarəetmə fəaliyyətlərinin avtomatlaşdırılması ilk növbədə bəzi köməkçi, müntəzəm əməliyyatların avtomatlaşdırılması ilə əlaqələndirilmişdir. Amma informasiya kompüter texnologiyalarının sürətli inkişafı, texniki platformanın təkmilləşdirilməsi və program məhsullarının əsaslı yeni siniflərinin ortaya çıxması bu gün istehsalın avtomatlaşdırılmasına yanaşmaların dəyişməsinə gətirib çıxardı.

İnformasiya idarəetmə sistemləri imkan verir:

- informasiyanın toplanması, ötürülməsi və emalı vasitəsilə qəbul edilmiş qərarların etibarlılığının dərəcəsini artırmaq;
- bazar iqtisadiyyatında təşkilatın idarə edilməsinə dair vaxtında qərar qəbul edilməsini təmin etmək;
- idarəetmənin bütün səviyyələrində menecerlərə lazımi məlumatların vaxtında təqdim edilməsi ilə idarəetmə səmərəliliyinin artmasına nail olmaq;
- müxtəlif idarəetmə səviyyələrində və müxtəlif struktur bölmələrində qəbul edilmiş qərarları əlaqələndirmək;
- idarə heyətinin təsərrüfat subyektinin mövcud vəziyyəti barədə məlumatlandırılması hesabına əmək məhsuldarlığının artmasını, qeyri-məhsuldar itkilərin azalmasını və s. təmin etmək.

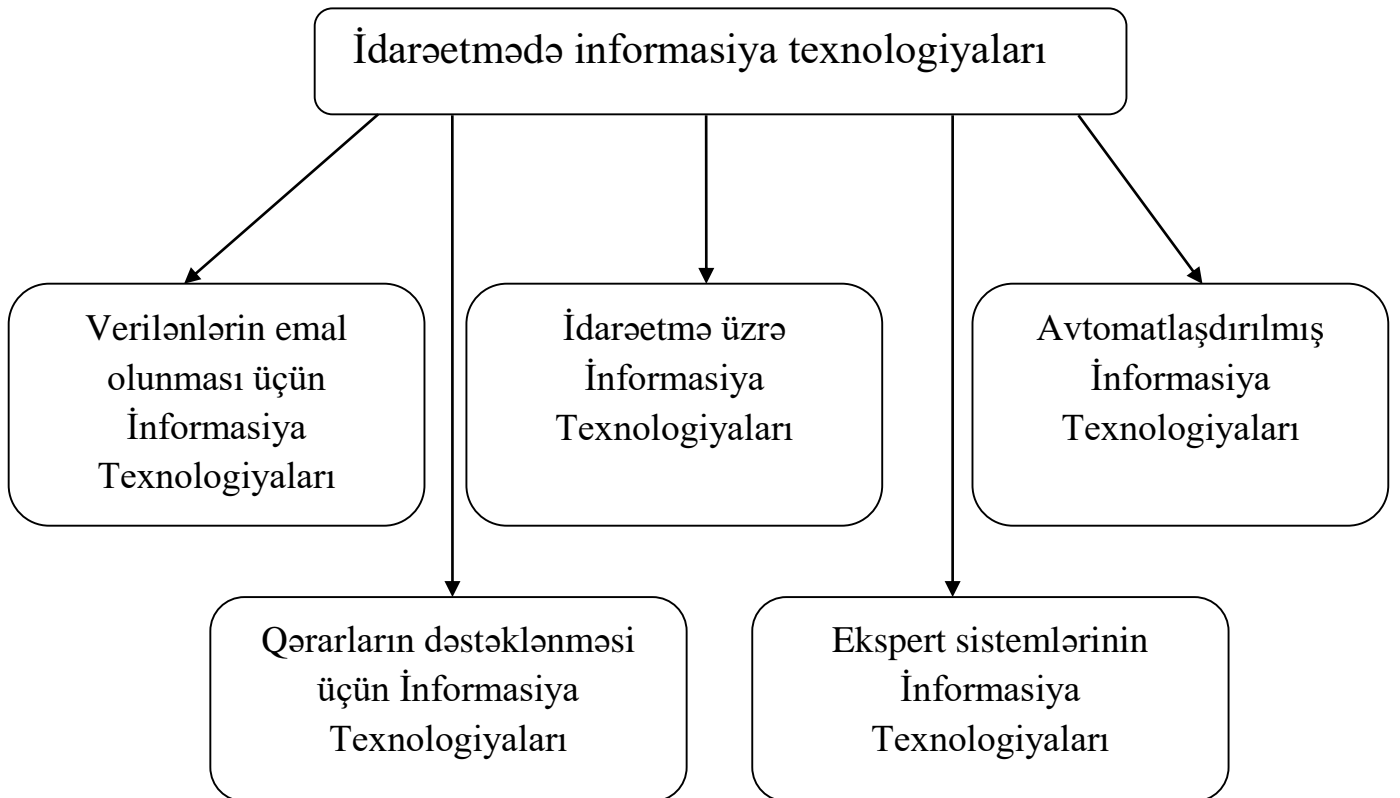
Kommersiya fəaliyyəti idarəetmə qərarlarının hazırlanması, qəbul edilməsi və həyata keçirilməsi ilə bağlıdır. Qərarların hazırlanması və qəbul olunması mövcud məlumatlar əsasında həyata keçirilir, tamlıq və ehtiyatlılıq nöqtəyi nəzərdən isə

qərarların keyfiyyəti ölçüsündən asılı olur. Kommersiya fəaliyyətində uğur birbaşa informasiya dəstəyindən asılıdır.

Avtomatlaşdırılmış informasiya sistemlərinin əsas təsnifat xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

- dövlət idarəetmə sistemi səviyyəsi;
- təsərrüfat subyektinin fəaliyyət sahəsi;
- idarəetmə proseslərinin növləri;
- informasiya proseslərinin avtomatlaşdırılması dərəcəsi.

İnformasiya idarəetmə sistemlərinin təsnifatı idarəetmə proseslərinin növləri, idarəetmə səviyyəsi, iqtisadi obyektin fəaliyyət göstərdiyi sahə və onun təşkilatı, idarəetmənin avtomatlaşdırılması dərəcəsindən asılıdır. (Şəkil 1) .



**Şəkil 1.1 Kommersiya müəssisəsinin idarə olunmasında istifadə olunan informasiya texnologiyalarının növləri [ 4, səh. 92 ]**

Müasir şəraitdə məlumatların həcmi daim artır, onun toplanması və emalı çətinləşir. Effektiv kommersionya fəaliyyəti kompüter qurğuları və müasir informasiya texnologiyalarından istifadə etmədən mümkün deyil.

Müxtəlif növlərdə olan, o cümlədən, elmi, texniki, iqtisadi məlumatlara tələbatın sürətli böyüməsi və fərqləndirilməsi ayrı bir bazar segmentinin- informasiya xidmətləri və texnologiyaları bazasının ayrılmasına gətirib çıxardı. Artan istifadəçi ehtiyaclarının ödənməsi yeni sahə-informasiya biznesi sahəsi müəssisələr, firmalar qarşısında duran əsas vəzifələrdən birinə çevrildi.

İnformasiyanın toplanması, transformasiyası və köçürülməsi üçün kifayət qədər vəsait və üsulları tətbiq etmək bacarığı ilə yanaşı, etibarlı və müasir məlumatların əldə edilməsi, onların təşkilati-hüquqi formaları və mülkiyyət formasından asılı olmayaraq, hər hansı bir müəssisənin və təşkilatın müvəffəqiyyətli kommersionya fəaliyyətində əsas rol oynayır.

İqtisadi mühitdə birbaşa dəyişikliklər, bazar münasibətlərinə keçid, sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı, mövcud vəziyyətin unikalığı və idarəetmə qərarlarının sürətli qəbul olunmasına olan ehtiyac məlumat axını, təşkilati formaları, emal üsulları və məlumatların ötürülməsində əhəmiyyətli dəyişikliklərə səbəb olmuşdur.

Çox istifadəçi olduqca yaxın keçmişə qədər kompüter texnologiyasından istifadə etmək üçün ənənəvi təşkilati forma olan kompüter mərkəzləri tərəfindən verilən məhsul və xidmətləri rədd etdi. Bu, bir sıra obyektiv səbəblər- təşkilati, texniki və iqtisadi səbəblərə görə baş verib. Aşağıdakı amillər Rusiyada informasiya işi sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafına obyektiv təsir göstərir:

1. Kompüter qurğularının texniki bazasının formalaşdırılmasında mövcud dünya təcrübəsinin effektiv istifadəsindən və informasiya köçürməsindən, həmçinin müvafiq proqram təminatından səmərəli istifadə.

2. İdeal informasiya biznes sistemi yaratmaq üçün ən yaxşı dünya nümunələrinə yönəldilməsi.

3. Daxili bazanın informasiya məhsulları və xidmətlərinin xüsusiyyətlərinin nəzərə alınması.

Verilmiş vəzifələrin həll olunması aktuallığı Rusiyada bazar iqtisadiyyatına səmərəli girmək üçün zəruri olan vahid təşkilati, hüquqi və iqtisadi tədbirlər qrupundan kənarında inkişaf edən informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının komponentləri ilə müəyyən edilir. Mövcud problemlər vahid texniki, təşkilati və sosial-iqtisadi inkişaf modeli xaricində parçalanmış şəkildə həll olunur.

Dünya iqtisadiyyatında texnoloji dəyişikliklərin müasir mərhələsinin xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, müstəqil iqtisadi əlaqələr sahəsində texnologiyaların tədavülü və dövriyyənin iqtisadi və hüquqi ayrılması prosesi daha çox aktiv və geniş miqyasda gedir, onların ənənəvi istifadəsini əhəmiyyətli dərəcədə tamamlayan yeni texnologiyaların yaranma prosesi isə sürətlənir.

İnformasiya texnologiyaları sahəsində davamlı dəyişikliklər olduğu üçün müəssisə və bazar arasındakı məsafə azalır, kiçik və orta müəssisələrin beynəlxalq bazarlara çıxması üçün kanallar genişlənir. Hal-hazırda elektron ticarət fəaliyyətinin aparılmasının müxtəlif modelləri demək olar ki, bütün ölkələrdə, iqtisadiyyatın müxtəlif sektorlarında, müxtəlif ölçülü müəssisələrdə yayılır.

İnternet şəbəkəsində bugün firmaların istənilən kommersiya fəaliyyətini özündə birləşdirən elektron biznes firmalara əsas və ya əlavə gəlir əldə etməsinə kömək edir. Tədqiqatların nəticələri göstərir ki, kiçik və orta müəssisələrin əksəriyyəti malların fərqləndirilməsi (BC Code BC), anbar idarəçiliyi sistemi (WMS), elektron məlumat mübadiləsi (EDI) və digər məlumatların işlənilib hazırlanması üçün kodlaşdırılmış İnternet sistemindən aktiv istifadə edir. "EuroInforCenter" şəbəkəsi kiçik və orta müəssisələrə geniş məsələlər dairəsi ilə bağlı kommersiya məlumatı vermək kimi ciddi imkanlar yaradır. Belə ki, XX əsrin 60-cı illərindən etibarən ABŞ-da bəzi nəqliyyat şirkətləri bilet sifariş etmək və uçuşlar hazırlayarkən məlumat mübadiləsi üçün elektron ticarət sistemlərini istifadə etməyə başladılar. 1970-ci ildən hesablama palatalarının CHIPS adlı Nyu-York beynəlxalq ödəniş (ödəmə) sistemi fəaliyyət göstərir. Həmin sistem Nyu-York banklarına müvafiq sənədləri elektron mesaj şəklində klirinq mexanizmindən istifadə etməklə yerləşdirdikdən sonra kifayət

qədər (mümkün qədər) tez zamanda beynəlxalq hesablaşmaları aparmağa imkan verir.

Birincisi, kiçik və orta müəssisələrin müasir informasiya cəmiyyətindəki fəaliyyətindən danışarkən, qeyd etmək lazımdır ki, informasiya texnologiyaları və bilik sahibi olan firmalar və fərdlər, ticarət qaydaları və həm də elektron ticarət müxtəlif elektron vasitələrdən və İnternetdən istifadə etmək prosesinə, onların məhsuldarlığının artmasına və istehsal xərclərinin azaldılmasına sistemli şəkildə kömək edə bilər. Məsələn, bir şirkət öz yazışmalarında elektron poçtdan istifadə edərsə, ənənəvi üsul olan poçt vasitəsilə göndərmə ilə müqayisədə 20 dəfə, əgər şəhərlərarası və beynəlxalq ünsiyyət üçün İnternet telefoniyadan (danışığın paket kommutasiyası şəbəkələri, o cümlədən İnternetlə ötürülməsi üçün IP protokolu bazasında qurulmuş texnologiya) istifadə edərsə, 2,5-3 dəfə xərcləri azalır.

Kiçik və orta müəssisələrdə E-ticarət “3 S” adlanan üç səviyyəyə bölünür: Show (nümayiş) ; Sale (satış); Serve (xidmət). İnternetdə müəssisələr öz məhsulları barədə məlumatlar yayı, reklam fəaliyyətlərini həyata keçirər, şirkətlərinin imicini yarada və onların tanınmasını stimullaşdırır, məhsul və xidmətlər haqqında informasiya verir, yeni ticarət tərəfdaşları axtara və digər məlumatları yerləşdirə bilər. Satış, İnternetdə elektron üsullardan istifadə etməklə ənənəvi kommersiya əməliyyatlarının bağlanması üçün bütün prosesin həyata keçirilməsini (məsələn, internet vasitəsi ilə mal almaq) nəzərdə tutur. İnternet vasitəsilə ticarət əməliyyatları ilə bağlı satışdan əvvəlki və satış sonrası xidmətlərin təmin edilməsi kiçik və orta müəssisələrə öz e-ticarət sistemini inkişaf etdirməyə, köhnə müştəriləri birləşdirməyə və yeni müştərilərin cəlb edilməsinə imkan verir və bununla da onların fəaliyyətinin əhatəsini genişləndirir. Kiçik və orta müəssisələr elektron ticarət vasitələrindən istifadə etməklə böyük iqtisadi və sosial səmərə əldə etmək üçün təchizatçı və istehlakçılarla əlaqələrini gücləndirər, müəyyən malların tələb və tədarükü haqqında məlumat toplaya, informasiya texnologiyalarının üstünlüklərindən istifadə edərək, kapitalın dövriyyəsini sürətləndirə biləcəklər.

İkincisi, e-ticarət kiçik və orta müəssisələri bazarda baş verən dəyişikliklərə uyğun hərəkət etməyə təşviq edir. Məhsulların istehsalı ilə əlaqəli hazırlanma prosesinə müasir kompyuter texnologiyasının və İnternet şəbəkəsinin tətbiq olunmasının uyğunlaşdırılması müəssisələrin bazarın ehtiyaclarına daha yaxın olmasına imkan verir, istehsalın çevikliyinin və uyğunlaşdırılmasını artırır, vaxtında çatdırılmış və xidmət göstərilmiş məhsullarla yüksək keyfiyyətli maya dəyəri ucuz olan məhsulları bir-birilə əlaqələndirir ki, bunlar da kiçik və orta müəssisələrə rəqabət üstünlüyü əldə etməyə, çeviklik və manevretmə qabiliyyətini tamamlamağa kömək edir.

Üçüncüsü, kiçik və orta müəssisələr(KOM) böyük müəssisələrin istifadə etdiyi informasiya mənbələrindən yararlanma bildiklərinə görə, kompüter texnologiyasından vasitəsilə ticarət fəaliyyətinin həyata keçirilməsi KOM-lar üçün böyük müəssisələrlə rəqabətdə bərabər imkanlar təmin edir. Bu, kiçik müəssisələrə bazarı daha yaxşı təhlil etməsinə, yeni məhsullar yaratmasına, dünya bazarlarına hakim olmasına kömək edir.

Dördüncüsü, elektron ticarətin inkişafı KOM-lar üçün əməliyyat xərclərini azaltmağa imkan verir. Məhz bu, ənənəvi ticarət texnologiyalarını onların daha çox məlumatlandırılması istiqamətində, onlara elektron və rəqəmsal komponentləri əlavə edərək, insan, maddi, maliyyə və digər resursların istifadəsini və əməliyyat xərclərini əhəmiyyətli dərəcədə azaldaraq dəyişdirir. İnternet vasitəsilə xammal əldə etmək yolu ilə, KOM-lar öz vəsaitlərinə qənaət edirlər, satınalma zamanı isə təchizatçılarla online-danışıqların aparılması böyük miqdarda əmtəələrin anbarda saxlanılmasının qarşısını almağa imkan verir. İnternet vasitəsilə, KOM-lar rəqiblər haqqında dəyərli məlumat əldə etmək imkanına malikdirlər ki, bu da onların daha yaxşı rəqabət qabiliyyətli olmasına gətirib çıxarır.

Beşinci, ticarətdə kompyuter texnologiyalarının tətbiqi KOM-larda təşkilati dəyişiklikləri stimullaşdırır və onların idarə edilməsinin effektivliyini artırır.

İnformasiya dövrü başladıqca və rəqabət gücləndikcə, KOM-lar qarşısında bir çox vacib məsələlər yarandı: müəssisədə idarəetmənin təkmilləşdirilməsi, texniki yeniliklərin inkişafını stimullaşdırmaq üçün informasiya texnologiyalarından necə

istifadə etmək lazımdır? Rəqabətliyinin artırılması üçün informasiyalaşdırma baxımından müəssisənin inkişaf strategiyasını necə müəyyənləşdirmək olar? Müəssisənin rentabelliğini artırmaq üçün gündəlik idarəetmə işlərində telekommunikasiya sistemlərindən necə istifadə etmək lazımdır?

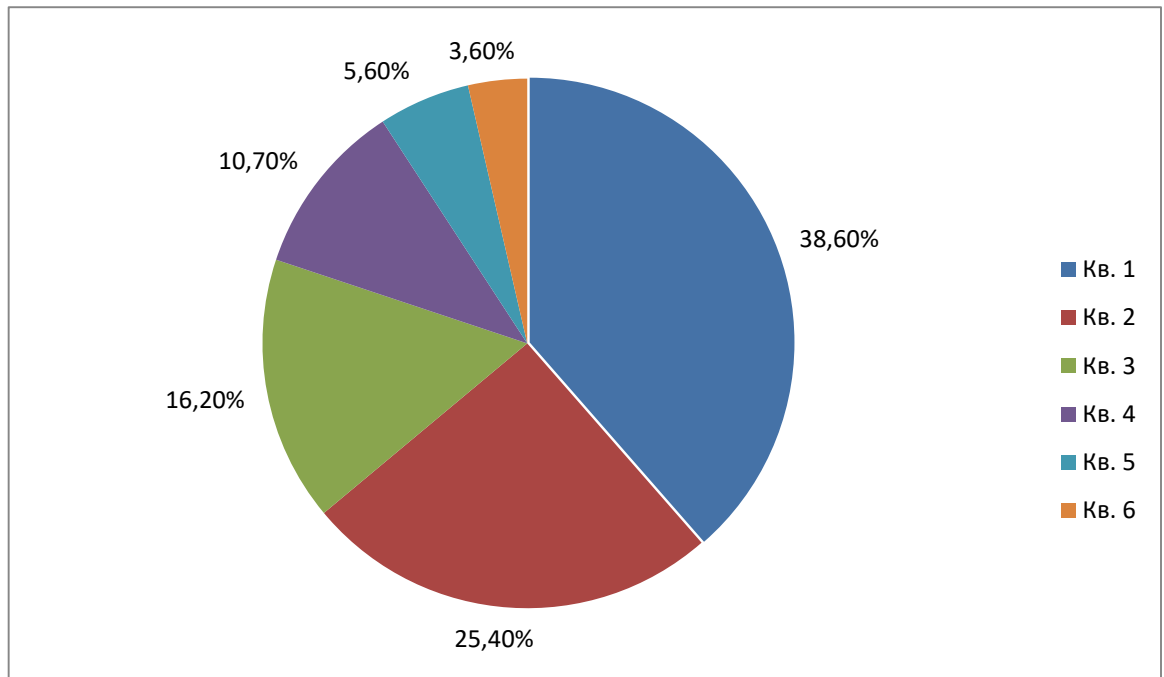
Sorğunun nəticələri göstərir ki, KOM-ların əksəriyyəti malların fərqləndirilməsi, anbar idarəçiliyinin avtomatlaşdırılması və məlumat mübadiləsi üçün bir elektron sistemdən (kodlaşdırma sistemi) istifadə edirlər. KOM-ları daha da inkişaf etdirmək hədəfləri mərkəzi və yerli səviyyədə səmərəli dövlət dəstəyi olmadan mümkün hesab olunmur. Hökumət tərəfindən qəbul edilmiş effektiv qərarları qəbul etmək üçün, xüsusi yığma, saxlama və emal etmə vasitələrinin işlənilib hazırlanmasını, kiçik biznesə dair məlumatların qurulmasını nəzərdə tutan əməliyyat informasiya dəstəyi və mövcud vəziyyəti təhlil etmək gərəkdir. Buna görə də, bu gün yalnız telekommunikasiyaya və İnternet inkişafına deyil, həm də təhsilə maddi vəsaitlər sərf etmək lazımdır, çünki yaxın gələcəkdə, hər hansı müəssisədə ən çox istənilən elektron biznes sahəsində mütəxəssislər olacaqdır. Dünya iqtisadiyyatının liderləri - ABŞ və Böyük Britaniya - hətta 2005-ci ildə bu sahədə mütəxəssislərin çatışmazlığı müvafiq olaraq 30% və 50% olduğunu bildirmişdir.

Son 20 il ərzində Çində, yalnız maliyyə sahəsində kompyuterləşdirmədən inzibati proqram təminatının kompleks istifadəsinə tədricən keçid baş vermişdir ki, bu da müəssisənin idarə olunmasında müsbət təsirlərə gətirib çıxarmışdır. Çin hökuməti on ikinci beşillik plan dövründə(2010-2015-ci illər) KOM-ların informasiyalaşdırılması prosesinin inkişafın mühüm bir yolu kimi müəyyənləşdirmiş,və müəssisələrin informasiyalaşdırılması üzrə layihələri aktiv şəkildə həyata keçirmişdir. Hazırda Çində KOM-ların informasiyalaşdırılması prosesi aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir:

Birincisi, Çində KOM-ların məlumatlandırılması onun inkişafının ilkin mərhələsini təşkil edir. Kəmiyyət baxımından KOM-ların Çindəki bütün müəssisələrin 99%-ni təşkil etməsinə baxmayaraq,inzibati proqram təminatından istifadə edən müəssisələr yalnız 60%- ni əhatə edir. Qeyd edək ki, statistik



məlumatlara əsasən, Çin üzrə KOM-lar tərəfindən texniki avadanlıqların, proqram təminatı və xidmət sahələrinin inkişafına yatırılan investisiyalar müvafiq olaraq 54,2%, 18,3%, 27,5% təşkil edir. Bu da o deməkdir ki, Çinin kiçik müəssisələrində istehsalın informasiyalaşdırılması nöqteyi-nəzərindən müəssisələrin texniki təchizatına böyük miqyaslı investisiyalardan proqram təminatının inkişafına qoyulan sərmayələrə keçid olmuşdur və təmin edilmiş informasiya xidmətlərinin səviyyəsi artmışdır. Çində informasiya texnologiyalarından istifadə nisbəti şəkil 1-də əks olunur.



- 1.Qeyri-dövlət müəssisələri
- 2.Dövlət müəssisələri
- 3.Anonim şirkətlər
- 4.Xarici sərmayəli müəssisələr və tamamilə xarici sərmayəli xarici müəssisələr
- 5.Kollektiv müəssisələr
- 6.Digərləri

**Şəkil 1.2. 2011-ci ildə Çində Kiçik və orta müəssisələrdə informasiya texnologiyalarının yayılması. [ 5, səh.92 ]**

İkincisi, KOM-ların informasiyalaşdırılması üçün böyük perspektivlər. 20 ildən bəridir ki , Çində inzibati proqram təminatının yaranması yalnız maliyyə sferasında

kompyuterləşmədən inzibati proqram təminatının kompleks istifadəsinə tədricən keçidlə müşahidə edilir, bu da müəssisənin idarə olunmasına səmərəlilik gətirir. Araşdırmalara əsasən, informasiyalaşdırma prosesində KOM-ların 36,3% -i əsasən ilk növbədə strateji idarəetməyə, 29,9% -i marketinqə, 15,9% -i müştəri xidmətlərinə, 14,9% -i istehsalata, tədqiqat və inkişafa yönəlib. Bu da onu göstərir ki, KOM-lar idarəetmə və gələcək inkişaf problemlərinə əhəmiyyət verirlər.

Üçüncüsü, KOM-ların informasiyalaşdırılması prosesinin inkişafı regional inkişafdən asılı olaraq qeyri-bərabər baş verir. Sənayə istehsalının həcmının artmasına müvafiq olaraq müəssisələrin informasiyallaşdırılmasına (elektronlaşdırılmasına) qoyulan investisiyaların həcmi də artır. Araşdırmaya əsasən, Çinin şərq, şimal və cənub bölgələrində (nisbətən sürətli iqtisadi inkişafı ilə) orta hesabla KOM-ların təxminən 20% -i telekommunikasiya infrastrukturunu aktiv şəkildə yaradır: Çinin şərq bölgələri - 28,8%, cənub - 19,2%, şimal - 26, 8%.

Son zamanlarda Belarus Respublikasında kiçik biznesin məlumatlandırılması və məsləhətləşmə sistemini yaradan və tətbiq edən dövlət strukturlarının sayı artmışdır. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İnkişaf Proqramı və Belarus Respublikası Hökumətinin birgə həyata keçirdiyi “Dövlət və özəl sektor arasında tərəfdaşlığın inkişafı yolu ilə sahibkarlıq fəaliyyətinin aktivləşdirilməsi” adlı birgə layihəsi çərçivəsində “www.info.Minsr.by” portalı hazırlanmışdır. Biznes üçün (probiznes.by) biznes ədəbiyyatı üzrə yenilikləri işıqlandırır, eləcə də biznes birliyi, fərdi şirkətlər və təşkilatlar veb-saytları (hüquqi, konsaltinq, bankçılıq və s.) da bura daxildir. Bununla yanaşı, Belarusiyada SMRP mərkəzi məlumat bazası şəklində məlumatlandırma və konsaltinq sistemi hələ də yaxşı inkişaf etdirilməyib. E-ticarətin KOM-lar tərəfindən istifadə səviyyəsinə gəlincə, qeyd edək ki, Çində olduğu kimi, Belarusiyada da ən aktual problem həm əməliyyat idarəçiliyi, həm də informasiya texnologiyaları sahəsində biliyi olan yüksək səviyyəli disiplinlərarası mütəxəssislərin olmamasıdır. Buna görə, yeni bir dövlət dəstəyi modeli İnternet informasiya texnologiyasının inkişaf etdirilməsini təmin etməli və "yeni iqtisadi biliklər" sisteminin yaranmasını stimullaşdırmalıdır.

İT sahəsində qərarların qəbul edilməsindən asılı olan altı maraqlı qrupu ayırmaq olar:

- İnformasiya texnologiyalarını müəssisənin strateji potensialı kimi idarə etməsi lazım olan üst rəhbərlik;

- Xüsusi funksional vəzifələrin optimallaşdırılması üçün sistem həllərinin axtarışı ilə məşğul olan mütəxəssislər;

- Müştərilərin istəklərini təmin etmək, xərcləri azaltmaq və s. üçün iqtisadi fəaliyyətinin məntiqi əsasında İT-dən istifadə etməyi bacaran fərdi biznes vahidlərinin menecerləri;

- Mühasibat uçotu və maliyyə uçotu xidmətlərinin menecerləri, əgər onlar müəssisənin təşkilati strukturu ilə nəzərdə tutulursa;

- Müştərilərinin problemlə qurğularına ciddi olaraq xidmət göstərmələri lazım olan İT təchizatçıları;

- İnformasiya texnologiyaları şöbəsi.

Təşkilatların hazırkı inkişaf mərhələsinin bir xüsusiyyəti, əmək fəaliyyətinin intellektuallaşmasının rolu, təşkilatların idarə olunmasında müasir informasiya texnologiyalarının istifadəsinin davamlı artırılmasıdır. Daxili şəraitdə idarəetmə sistemində müvafiq dəyişiklik etmədən müasir informasiya idarəetmə texnologiyalarının tətbiqi səmərəsizdir. Bir sənaye müəssisəsinin yenidən qurulması və informasiya texnologiyalarının tətbiqi müəssisənin strategiyasının inkişafı ilə başlamalıdır. İdarəetmə sistemindəki dəyişikliklər aşağıdakıları əhatə etməlidir: təşkilati strukturun təkmilləşdirilməsi, keyfiyyət sisteminin sertifikatlaşdırılması və müəssisənin idarə olunmasına proses yanaşmasının tətbiqi.

### **1.3 Elektron ticarət – kommersiya fəaliyyətinin spesifik sahəsi olaraq.**

İnternet ticarət hər hansı bir dövlətin iqtisadiyyatının tərkib hissəsi olmuşdur. Bir neçə il əvvəl insanlar internet vasitəsilə mal almaqdan ehtiyat edirdilərsə, indi ən azı online mağazanı istifadə etməyən bir adam tapmaq çətindir. Bu sahədə aparılan

əməliyyatlar sayının göstəriciləri inanılmaz dərəcədə böyüyür və dünya iqtisadiyyatına artan və daha çox təsir göstərir.

Çox qısa müddətdə e-ticarət, mövcud iqtisadi strukturları və mexanizmləri köklü dəyişə bilən, biznesdə aparıcı mövqelərdən birini olmağa başlayan bir fenomen halına gəldi. Bu, İKT tətbiqlərinə əsaslanan, mal və xidmətlərə aid dəyər zəncirinin bütün aspektlərinə təsir edə bilən geniş yayılmış bir fenomendir. E-ticarət, iqtisadiyyat və cəmiyyətə dərin və transformativ təsir göstərən elektron biznes proseslərinin daha geniş komplektinin mühüm elementlərindən biridir. Onlar firmaların strukturuna, həmçinin bütün təklif və təchizat dövrünə, məhsulların hazırlanmasından başlayaraq satışdan sonrakı xidmətlərə qədər, yalnız İnternet vasitəsilə məhsul və xidmətlərin satılması ilə əlaqəli deyil, həm də təchizatçılar və istehlakçılarla informasiya mübadiləsi üçün, marketinq kompaniyasının həyata keçirilməsi üçün, məhsulların hazırlanması və satış sonrası xidmət və dəstəyin təmin edilməsi üçün İnternetdən istifadə kimi fəaliyyətləri özündə birləşdirir. E-ticarət və e-biznes İKT proqramlarının ən perspektivli sahələridir, çünki onlar qlobal bazarların fəaliyyətinə qoşulmaq üçün yeni yollar, iqtisadi diversifikasiya üçün yeni imkanlar açmağa bilirlər. Səmərəliliyin artırılmasına, xərcləri, vaxtı və məsafəni azaltmağa imkan verən e-ticarət İKT və İnternetin effektiv iqtisadi artım və inkişafa necə kömək etdiyinin bariz nümunələrindən biri olmaqla, mühüm bir inkişaf vasitəsi ola bilər. Bununla bağlı olaraq, bu mövzuda inkişaf prosesində e-ticarətin rolunun təhlilindən, həmçinin iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinə daxil edilmiş ciddi dəyişikliklərin araşdırmalardan bəhs edəcəyik. Bunu etmək üçün aşağıdakı suallara cavab vermək lazımdır: e-ticarətin hansı ölçüləri, hansı əhatə dairəsi və inkişaf templəri, hansı inkişaf tendensiyaları və mümkün təsirləri inkişaf etməkdə olan ölkələrin və keçid iqtisadiyyatı olan ölkələrin inkişaf perspektivlərini ön planda saxlıyaraq, ölkənin inkişafına kömək edə bilirlər?

Qeyd edək ki, son illərdə İnternet və müvafiq elektron biznesin qiymətləndirmələri çox mübahisəli olub. Əgər əvvəllər hər hansı bir şirkətin internet olmadan gələcəkdə şansa olmadığı və e-biznesin rəqabətdə uğurun başlıca amili olduğu düşünülürdüsə, sonra daha sərt bir qiymətləndirmə gəldi və İnternetin yalnız

köməkçi vasitə olduğunu müdafiə etdi. İndi, İT şirkətləri bazarının dağılmasından və B2B firmalararası elektron ticarətin inkişafında baş verən çətinliklərdən yaranan intensivlik son 2 ildə azalmışdır və əminliklə təsdiqlənə bilər ki, İnternetin və bununla əlaqədar tətbiqlərin cəmiyyətin iqtisadi və ictimai həyatında rolunu daha da artırmaq üçün davamlı tendensiyalar mövcuddur. Bu, ilk növbədə, internetə qoşulmuş kompüterlərin sayının artmasında, internet istifadəçilərinin sayının artmasında, onlayn iqtisadi fəaliyyətin davamlı artımında, biznesin elektron üsullarına keçid edən müəssisələrin sayının artmasında müşahidə olunur. 2001-ci ildən etibarən İT-yə qoyulan investisiyaların ümumi həcmi 6.2% azalmışdı, 2002-ci ildə isə elektron biznes üsullarının tətbiq dəyəri 11% artmışdır. 2003-cü ildə e-biznes investisiyalarının illik artım tempi 4% -dək azalmış, lakin yenə də İT-yə ümumi investisiyaların artım tempi ilə müqayisədə 2 dəfə yüksək olmuşdur. Analitiklərin sözlərinə görə, yaxın iki ildə e-biznes xərclərinin artım tempi digər texnoloji investisiyalardan kənara çıxmağa davam edəcəkdir.

İqtisadiyyatın bir sektoru kimi Elektron kommersiyanın analizi. İKT və İnternet vasitəsilə yaranan dəyişikliklər iqtisadiyyatın bəzi sektorlarında başqalarına nisbətən daha da güclənəcəkdir. Buna görə, ilk növbədə, inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün iqtisadiyyatın İKT-dən istifadənin ən sürətli hissə olacağı prioritet sahələrini müəyyən etmək çox vacibdir. Elektron ticarətin bütövlükdə iqtisadiyyata olan təsiri İnternetin gözə çarpacaq dərəcədə təsir etdiyi iqtisadiyyat sektorlarının sayına nisbətən mütənasib olacaqdır. Hər şeydən əvvəl, radikal dəyişikliklər media və əyləncə sənayesi, turizm, peşə və biznes xidmətləri, maliyyə xidmətləri, sığorta və pərakəndə satış kimi iqtisadiyyatın informasiya intensiv sektorlarına (information-intensive sectors) təsir göstərir. Forrester Research tərəfindən 1999-cu ildə aparılan bir araşdırma elektron ticarət sferasında əhəmiyyətli dəyişikliklər baş verən 6 sənaye sahəsini təsbit etdi: kompüter və elektron sənayesi, telekommunikasiya, maliyyə xidmətləri, pərakəndə satış, turizm, energetika. Bu sənaye sahələrində e-ticarətin geniş yayılmasının bir hissəsi əvvəllər Extranet vasitəsi ilə həyata keçirilmiş əməliyyatların internetə ötürülməsi ilə izah edilə bilər. Bu, əsasən böyük firmalar və onların təchizatçıları arasında B2B əlaqələrinə aiddir. Böyük müəssisələrdə

(sənayedə) istehsal xərclərinin azaldılması və məhsul, xidmət istehsalçılarının(təminatçılarının) tam təmin edilməsi üçün internet yanaşması bütün partnyorların vahid təchizat zəncirinə qoşulmasına imkan yaradır. Orada alıcılar istehsalçıların (təminatçıların) riayət etməli olduğu standartları müəyyən edir. Avtomobil sənayesi, bu sahədə liderdir, baxmayaraq ki, tekstil sənayesi, pərakəndə satış və subpodratçıların ticarət əməliyyatlarının mühüm bir hissəsini təşkil edən sənayelər də bu prosesdə fəal iştirak edir.

İKT və elektron ticarət xidmət sektorlarında xüsusilə mühüm rol oynayır. Elektron ticarət firması bir çox mövcud xidmət sənayesinin dərin bir şəkildə yenidən qurulmasına gətirib çıxarır və müvafiq İT-nin yaranması nəticəsində yeni xidmətlər yaradır. İnternet 24 saat ərzində dünyanın istənilən nöqtəsindən aviabiletlərin, maliyyə və ya sığorta xidmətlərinin satışı, hüquqi, tibbi və təhsil xidmətlərinin həyata keçirilməsinə imkan yaradır.

Şəbəkə texnologiyaları sahəsindəki, yüksək sürətli informasiya sistemlərinin inkişafındakı irəliləyiş maliyyə, sığorta, səhiyyə, insan resursları, ipoteka, kredit kartı, müştəri xidmətləri, həmçinin satış və marketinq kimi geniş xidmət sahələrində outsorsinq (“outsourcing”- şirkətin öz profilinə aid olmayan funksiyalarının digər ixtisaslaşdırılmış şirkətlərə verilməsi sayəsində şirkətin fəaliyyətinin optimizasiya vasitəsi) mexanizmlərinin formalaşdırılması üçün şərait əmələ gətirir. Bu, inkişaf etmiş ölkələrdən olan şirkətlərə öz biznes-proseslərini azaltmağa və fəaliyyət və xidmətlərini xarici bazarlara yeni müştərilərin daxil olduğu və ya çıxdığı, daha səmərəli yerlərdə fəaliyyət göstərən xarici strukturlara köçürməyə imkan verən xidmətlərin beynəlxalq ticarətdə inkişafına səbəb olmuşdur. IDC (International Data Corporation) məlumatlarına görə, İT proseslərə keçid xərcləri 2000-ci ildə 56 milyard dollara çatdı və 2005-ci ilə qədər 100 milyard dolları aşdı. Bu həmçinin bir çox inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün bəzi elektron xidmətlərinin ixracını inkişaf etdirməyə, öz iqtisadiyyatlarını diversifikasiya etməyə, ixrac rəqabət qabiliyyətini artırmağa və yerli iqtisadiyyatın inkişafını stimullaşdıran yüksək keyfiyyətli xidmətlərin istehsalına şərait yaradan böyük imkanlar açır. Nəticədə, inkişaf etməkdə olan ölkələrdəki şirkətlər də daxil olmaqla daha çox şirkət öz səylərini xidmət

ixracında rəqabətqabiliyyətini artırmağa yönəldir. Kosta Rika və Hindistan kimi ölkələr bunu əsaslı olaraq sübut edir. Belə ki, Kosta Rikada bütün xidmətlərin ixracı ilə müqayisədə proqram təminatı xidmətlərinin ixracı yalnız üç il ərzində demək olar ki, sıfırdan 3% -ə qədər artmışdır. Hindistanda isə İT xidmətlərinin ixracatı 2 il ərzində demək olar ki, iki dəfə artıb və ümumi ixracın 16% -dən çoxunu və bütün valyuta daxilolmalarının 8% -ni təşkil edir.

Turizm- onlayn ticarətin sürətlə inkişaf etdiyi bir sahədir. Bunu nəzərə alaraq demək olar ki, turizm iqtisadiyyatın informasiya yönümlü bir sektorudur və müəyyən bir mərhələdə turizm məhsulu informasiya məhsuludur. Burada turizm və elektron kommersiyanın açıq aşkar tərəfdaş olduğu asanlıqla bəlli olur. Turizm məhsulu da daxil olmaqla, hər hansı bir məhsulun və ya xidmətin informasiya komponenti onların dəyərinin böyük bir hissəsi kimi əks olunur. İnternet turizm xidmətlərinin reklam olunmasına, marketinq və satış işlərinin təşkilinə böyük təsir göstərir. O həmçinin, potensial turistləri dünyanın turizm marşrutları haqqında məlumatlara anında giriş imkanı verir və fərdi səyahətlərə (fərdi səyahətlər – müştəri müstəqil surətdə vasitəçisiz sifariş verə bilir və ənənəvi şəkildə ticarətlə müqayisədə əhəmiyyətli dərəcədə iqtisadi qənaət əldə etməyə imkan verir) tələbat yaradır. Və burada müstəqil olaraq vasitəçilər olmadan müştərilər tərəfindən sifariş verilir, ənənəvi şəkildə tək ticarətlə müqayisədə müştərilərə əhəmiyyətli qənaət etməyə imkan verir. Turistik imkanlar haqqında məlumatın (informasiyanın) böyük hissəsi iri beynəlxalq xidmət təminatçıları tərəfindən qlobal paylanma sistemi (Global distribution system GDS) vasitəsilə yaradılır və emal edilir. Bura xidmət satışlarının əsas hissəsi və müvafiq olaraq gəlirin əhəmiyyətli hissəsi düşür. Onlayn rejimdə turizm xidmətləri istehsalçıları təxminən 30% və ya daha çox əlavə dəyər yarada bilər. Belə ki, ən azı 4 növ onlayn turizm xidməti var:

- ❖ Birincisi, ənənəvi agentliklərin öz veb-saytları əsasında təqdim etdiyi onlayn xidmətlər, məsələn, American Express və Carlson Wagonlit.
- ❖ İkinci, birbaşa online satışlar, məsələn, onlayn sifariş etmək (bron etmək) imkanı verən hava yolları və mehmanxana saytları.

- ❖ Üçüncü olaraq, "turist supermarketində" hava, otel, kirayə xidmətlərini birləşdirən "Travelocity" və "Expedia" kimi sırf onlayn turist agentlikləri.
- ❖ Nəhayət, sonuncu, Yahoo, Lycos, AOL və Exit kimi onlayn agentliklər yaxud GDS (Global distribution systems GDS) ilə turistik məhsulların onların adından paylaşılması barədə müqavilələri olan portallar.

Göstərilən onlayn turist xidmətləri üzrə geniş istifadəçi əhatəsinin ,səyahət xidmətləri göstərən geniş oyunçuların mövcudluğu onların arasında rəqabətin artmasına gətirib çıxarır. Bəzi təchizatçılar və distribyutorlar müxtəlif onlayn şirkətlərin rəhbərliyinə cavab olaraq müxtəlif strategiyaları inkişaf etdirirlər. Məsələn, aviaşirkətlər online agentliklərə ödənilən komissiyaların həcmi azaldır. Digərləri isə öz təşkilatlarını yaradırlar və özlərinin məhsullarının böyük hissəsini satırlar. Məsələn, Amerika havayolları qrupu (United Airlines, Delta Airlines, Continental Airlines, Northwest Airlines və American Airlines) tərəfindən ORBITZ yaradılması aviaşirkətlərin böyük onlayn alış-veriş agentliklərinin onların biznes paylarını azaltmasına bir cavabdır. İnternetdən istifadə ənənəvi dağıtım kanallarının əsas strukturunu əsaslı şəkildə dəyişdirməmişdir, ona görə ki, onlayn distribyutorlar da daxil olmaqla, əksər oyunçular hələ də informasiya və məlumatların toplanması üçün öz bizneslərində GDS-yə əsaslanırlar. Bununla yanaşı, yeni texnologiyalar GDS-in rolunu əhəmiyyətli dərəcədə azaldıb, çünki texnologiyalar təchizatçıları geridə qoyub və bu səbəbdən də rəqabətin artmasına imkan veriblər. Hal-hazırda, dünya dağıtım sistemində 4 əsas GDS var: Amadeus, SABRE, Galileo və WORLDSPAN. Dağıtım sistemlərində hakim mövqə tutan GDS sistemlərinin məhdud sayda olmasının səbəblərinə aiddir: son dərəcə yüksək kapital xərcləri, yüksək səviyyəli texniki biliklər və qlobal bir dağıtım sisteminin qurulması üçün lazım olan sənayenin bilikləri. Başqa bir səbəb isə odur ki, turistik agentliklərin əksəriyyəti mövcud olan GDS sistemləri ilə əlaqədəirlər və buna görə də, yeni istifadəçilərin onların tutduqları vəzifədən çıxartmaqları çox çətin olacaqdır.

Ənənəvi turizm agentlikləri turizm məhsullarının bölgü bazarlarında üstünlük təşkil etmələrinə baxmayaraq, son illərdə turizm məhsullarının bölgüsü üçün bir vasitə kimi İnternetdən istifadə olunmanın mövcud inkişafı nəzərə çarpdı. Bu



Travelocity, Expedia, Internet Travel Network, ORBITZ kimi böyük online agentliklərin yaranmasına gətirib çıxardı. Qərbi Avropa ölkələrində turizm sahəsində elektron satış 1998-ci ildəki 2 milyon avrodan 2001-ci ildə 4,8 milyard dollara qədər yüksəldi. Əgər 1998-ci ildə Qərb Avropa ölkələrinin turizm bazarında e-ticarətin payı yalnız 0,12% təşkil edirsə, bugün bu, 3,1% təşkil edir və 2006-cı ilə qədər gözlənilən səviyyə isə 6% -dən 15% -ə qədər olmuşdur. Qərbi Avropa və ABŞ turizm xidmətləri online satış baxımından birinci sırada yerləşirlər. PhoCus Wright analitik şirkətinin məlumatına görə, iki il ərzində Avropanın onlayn turist bazarı 300% artaraq və 10,9 milyard dollar həcmində olub, 2000-ci ildə isə bu həcm 2,9 milyard dollar təşkil edib. ABŞ-da turizm bazarında internet satışlarının payı artıq bu günədək 10% -ə çatır. Qərb ölkələrində turizm sahəsində e-ticarətin inkişafı ilə onun strukturu da dəyişilir: 1990-cı illərin sonlarında e-biznes sektorunda kiçik satışlar çərçivəsində hava və dəmiryol biletləri dövriyyənin təxminən 45% -ni təşkil edirdisə, bu gün Avropada onların payı 70% -ə qədər böyüyüb. ABŞ-da isə İnternetdən istifadə turizm xidmətləri bazarının strukturunda əhəmiyyətli dəyişikliklərə gətirib çıxardı. Onlayn turizm biznesi yüksək zənginləşdirilmişdir, məsələn, "Travelocity" və "Expedia" onlayn aviabilet sifarişinin 70% -dən çoxunu təşkil etmişdir, birbaşa havayolları vasitəsi ilə həyata keçirilən sifarişlərdən asılı olaraq, onlayn kompaniya "Expedia" –nın yaradılması ənənəvi turizm şirkətlərinin 13% -nin bağlanması gətirib çıxardı. Beləliklə, turizm xidmətləri istehsalçıları üzrə qabaqcıl ölkələrdəki situasiyalara görə, internet kütləvi istehlakçıya vasitəçi olmadan birbaşa çıxışı təmin etdiyindən, internet tam hüquqlu alternativ yayım kanalına çevrilir. İnternet turizm agentlikləri və digər vasitəçilərə imkanlar yaradır, hətta ənənəvi GDS alternativini çərçivəsində online imkanlardan da az da olsa istifadə etməyə imkan verir. Həmçinin İnternet GDS-nin özü üçün yeni iş modelləri yaratması üçün yeni imkanlar da təmin edir və öz növbəsində o, öz xidmətlərinin həyata keçirilməsi üçün yeni formalar və kanallar axtarmağa məcbur olacaqdır. İnternet satışlarının və texnoloji cəhətdən inkişafının dəstəklənməsi son illərdə əsas vəzifə halına gəlmişdir.

İqtisadiyyatın informasiya yönümlü maliyyə sektoru da İnternetin yaranması nəticəsində öz biznes proseslərində dərin bir dəyişikliyə məruz qalmışdır. İnternet

qlobal bir fenomendir, həmçinin İnternetdə bank əməliyyatları, elektron ödənişlər və e-ticarətin maliyyələşdirilməsi ilə məşğul olan qüvvə kimi elektron maliyyələşdirməyə də bu sözlər aiddir. İnternet bankçılıq xidmətləri bank sənayesinin gələcəyini müəyyənləşdirir. O, özünə İnternetdə fərdi və korporativ müştərilərə pərakəndə və topdansatış bank xidmətlərinin göstərilməsini daxil edir. Bunlara depozitlərin açılması və bağlanması, valyuta və qiymətli kağızların alqı-satqısı, bank köçürmələri, şirkətlərə və ev təsərrüfatlarına kredit vermək, bank kartlarının istifadəsi və daha çox əməliyyatları özündə birləşdirir. Belə ki, ənənəvi banklar və maliyyə xidmətlərinin digər təchizatçıları İnternetdən istifadə olunması üzrə aktiv strategiyalar qəbul etdilər. İnternet vasitəsilə bank xidmətləri yalnız şəbəkədə (Net.Bank, E-LOAN, VirtualBank) və ənənəvi banklarda (Citygroup, Bank of America) fəaliyyət göstərən virtual banklar kimi təqdim oluna bilər. İnternet bankçılıq başlanğıcdan bəri sabit templərlə inkişaf edir. ABŞ-da, 2000-ci ilin iyulundan 2001-ci ilin iyun ayına qədər, bütün bankların İnternet əməliyyatlarının həcmi 77,6% artıb, İnternet bank əməliyyatlarından istifadə edən amerikalı ev təsərrüfatları isə 2005-ci ildə 33 faiz artmışdır, 2010-cu ildə isə online bank əməliyyatlarından istifadə edənlərin sayı 55 milyon nəfərə çatmışdır. Gələcək üçün yaxşı proqnozlara və İnternet-bank xidmətlərinin üstünlüklərinə baxmayaraq (24 saatlıq iş rejimi, xidmətlərin fasiləsiz çatdırılması mümkünlüyü, bank əməliyyatlarının dəyərinin İnternet vasitəsilə azaldılması) yalnız bank şəbəkəsində fəaliyyət göstərməklə bazarların yalnız məhdud miqdarda payını əldə edə biliblər. Bu onunla izah olunur ki, İnternet vasitəsilə bank xidmətləri sferasına yeni operatorların girişinə yüksək maneələr qoyulur, ənənəvi bank fəaliyyətində olduğu kimi təhlükəsizlik standartlarının təmin edilməsi məsələləri üzə çıxır, daha yüksək faiz dərəcələri tətbiq olunur. Buna görə də, bu günə qədər İnternet vasitəsilə bank xidmətlərinin üstünlük təşkil edən modeli, virtual və real şəbəkələri birləşdirən mövcud bank infrastrukturunu ilə möhkəm bir şəkildə inteqrasiya olunmuş "virtual-real" model olmuşdur.

Elektron maliyyələşdirmə ilə müqayisədə Elektron sığorta sahəsində tərəqqi çox sabit görünür. Bununla yanaşı, onlayn rejimdə sığorta məhsullarının satış həcmi stabil

olaraq artır. Belə ki, İnternet texnologiyaları və e-ticarət, tədricən sığorta sənayesinin strukturunu dəyişdirir. İnternetin yaranmasından əvvəl, dünya sığortası əsasən xətti xarakter daşıyırdı: fiziki şəxslər (şəxsi sığorta) və ya kommersiya müəssisələri (kommersiya sığortası) brokerlərin və agentlərin vasitəçiləri vasitəsilə öz risklərini sığortaçılara köçürürdülər; agentlər və brokerlər sığorta zəncirində dəyişkən bir keçid oldu, sonra İnternetin gəlməsi ilə əlaqədar məcburi vasitəçilik ehtiyacları yox oldu. Sığorta məhsulları alıcıları qiymət və sığorta siyasəti barədə məlumat əldə etmək üçün müxtəlif üsullara müraciət edə bilirlər. İnternet-əməliyyat sistemi sayəsində sığorta şirkətləri daha geniş müştərilərə çatmaq, məhsullarını yaratmaq və yaymaqda İT-dən istifadə edərək, qənaətin əldə olunmasını təmin edə bilirlər.

E-ticarət və makroiqtisadi göstəricilər. İKT və İnternet keçmiş texnoloji inqilablarla müqayisədə iqtisadiyyatın inkişafına daha dərin təsir göstərir, çünki onlar istehsalın, bölüşmənin və istehlakın müxtəlif aspektlərində tətbiq oluna bilər, bütövlükdə isə iqtisadi həyatın bütün təşkilinə aiddir. Ona görə də, onların müsbət təsirləri iqtisadiyyatın bir çox sahələrinə daha çox səmərəlilik şəklində daha tez yayılacaqdır və inkişaf etməkdə olan ölkələr əvvəlki texnoloji inqilabların üstünlüklərindən daha çox bu inqilabın üstünlüklərindən istifadə etmək şansına sahib olacaqdırlar. E-ticarətin iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində əmələ gətirdiyi dəyişikliklər bir çox analitiklərin fikrincə, əhəmiyyətli makroiqtisadi dəyişikliklərə gətirib çıxaran "şəbəkə təsiri" adlanan digər sahələrə sürətlə yayılır. E-ticarətin makroiqtisadi göstəricilərə təsirini, məsələn, ÜDM artımı, əmək məhsuldarlığının artması, rifahın yaxşılaşdırılması, insan resurslarının inkişafı, xüsusən də davamlı peşə inkişafı ehtiyacları baxımından təhlil olunmasına nəzər yetirək.

Elektron kommersiya sahəsində aparıcı ölkələrdən biri olan ABŞ-ın iqtisadiyyatında 1900-cü illərdə ÜDM-nin və məhsuldarlığın təsiredici inkişafı nəzərə çarpırdı. Xüsusilə, 1995-2000-ci illərdə isə məhsuldarlıq kəskin şəkildə artmış, son 20 ildəki dərəcələrdən daha çox, ildə 2,5% -ə çatmışdır. Xidmət sektorunda isə məhsuldarlığın əhəmiyyətli artımı müşahidə edilirdi. Bu inkişafın əksər hissəsi, İT-dən istifadənin və xüsusilə də elektron ticarətin payını artırması ilə əlaqədardır. ABŞ-da 1995-2000-ci illər aralığında əmək məhsuldarlığının artımı biznes sektorunun

topdan və pərakəndə ticarət, maliyyə və biznes xidmətləri kimi sektorlarında müşahidə olunmuşdur.

5 İyul 2017-ci ildə pərakəndə onlayn ticarətdə nəhəng mövqedə olan “Amazon” 23 yaşına qədəm qoydu. Bu günə qədər şirkət ABŞ-da elektron ticarət bazarının 37% -ə sahibdir və “Sellbrite”-in proqnozlarına görə, bu rəqəm üç il ərzində 50% artacaqdır.

Bu məlumatların işığında, e-ticarətin bir bütün olaraq hələ körpəlikdə olduğunu asanlıqla unutmaq olar. İki saatlıq çatdırılma və avtomatik idarə olunan minik vasitələri kimi gələcəyə yönümlü müvəffəqiyyətlərə baxmayaraq, uzunmüddətli nailiyyət əsas bazar imkanlarını və tətbiq nöqtələrini (inkışafi) təmin edən biliklərə əsaslanır.

2017-ci il iqtisadi baxımdan çətin idi, lakin professional baxımından baş verən dəyişikliklər bizim üçün maraqlıdır. Getdikcə köhnə strategiyalar əhəmiyyətsiz hala gəlir və yeni tendensiyalar güclənir. Bəziləri isə bazarın dəyişməsi və elektron ticarət sahəsində biznesin yeni səviyyəyə çıxarılması üçün kifayət qədər potensiala malikdirlər. Statistika görə, Avropanın ilk 10 ölkəsinə daxil olan Ukrayna sakinləri YouTube izləyərək ən çox vaxt sərf edirlər. İnternet istifadəçilərinin təxminən 40% -i gündəlik video seyr edir. Və bu il «Розетки» video kanalı bu il 100 milyon baxış izini yıxdı. Heyranedici rəqəmlərdir və bu, 2018-ci ildə çox vacibdir. Bir çox online mağazada isə hələ də video marketinqlə təmin edilən imkanlar barədə heç bir məlumat yoxdur.

Bəs, E-ticarəti 2018-ci ildə və sonrada nə gözləyir? Müşahidəçi Herbert Luis bu suallara cavab verə biləcək tendensiyalar hazırlayıb. Onlardan bir neçəsini misal göstərək:

1. Sürətli inkışafa baxmayaraq, pərakəndə satış ticarətin yalnız 9,1% -ni təşkil edəcək;
2. Onlayn bazarda hər zamanki B2C fonunda həqiqətən nəhəng olan B2B gələcək;

3. Elektron ticarətin avtomatlaşdırılması bugünkü biznesin əlçatan bir reallığıdır;
4. Müxtəlif müştərilər e-ticarətdə ən böyük dəyişiklikləri gətirəcək;
5. Çox kanallı e-ticarət, bu sabahın qərarıdır;
6. Beynəlxalq elektron ticarət imkanları əsasən reallaşmamışdır;
7. Mobil cihazlardan istifadə normala çevrilir, lakin satın alınarkən mürəkkəbliyi artırır;
8. Sosial media vasitəsilə təbii satış zamanı gəlmişdir; və.s

Belə ki, Elektron ticarətin inkişafı bir sıra yeni problemlər yaradır və aşağıdakı məsələlər ilə bağlı sualları həll etmək üçün yeni yanaşmalar tapmaq lazımdır: istehlakçı hüquqlarının qorunması, intellektual mülkiyyət hüquqlarının beynəlxalq qorunması, elektron vasitələrlə həyata keçirilən malların və xidmətlərin satışı üçün tənzimləyici çərçivənin inkişaf etdirilməsi, daxili və xarici bazarlarda gömrük vergilərinin ödənilməsi məsələsinin həlli və vergitutma problemləri, qlobal e-ticarətin yaratdığı transsərhəd mübahisələrin interaktiv həlli üçün mövcud olan (arbitraj, vasitəçilik, danışıqlar) mexanizminə əlavə olaraq alternativ mexanizmin inkişafı. İştirakçılar arasında sövdələşmə, dil və mədəniyyət fərqlərinin olması, tətbiq olunan qanunun və səlahiyyətli məhkəmənin müəyyənləşdirilməsində çətinliklər və alınan qərarların icrası elektron əməliyyatların dəyərini əhəmiyyətli dərəcədə artıran əsas maneələrdir. Elektron ticarət elə bir sferadır ki, burada mübahisələrin həlli üçün yeni yanaşmalar tapmaq və bu kimi yeni yanaşmaların tətbiq edilməsi lazımdır. İnteraktiv mühitdə kompüter şəbəkələrinin əlaqələrindən istifadə edərək interaktiv mübahisələrin həlli üçün bir mexanizm inkişaf etdirilir. Bu günün reallıqları göstərir ki, belə mexanizmlərin mövcudluğu yeni bir bazarda və ya yeni bir biznes mühitində əməliyyatlarda iştirak risklərini qiymətləndirərkən istifadəçilərin də nəzərə alınacağı aktivdir.

Yuxarıdakıları yekunlaşdıraraq demək olar ki, İKT və qlobal İnternet bir-bir ilə birləşərək beynəlxalq mal və xidmət bazarlarının fəaliyyətinin əsasını təşkil edən beynəlxalq ticarətin mənzərəsini kökündən dəyişir. Onlar beynəlxalq ticarətin necə həyata keçirilməyinə, necə ticarət etməyə və kimlərin beynəlxalq ticarətdə iştirak

etməsinə təsir göstərə bilər. E-ticarət beynəlxalq biznesin mühüm elementi halına gəlir. Elektron ticarətdə iştirak etmək imkanı inkişaf etməkdə olan və keçid iqtisadiyyatında olan ölkələrin ixrac potensialının inkişafının əsas faktoru halına gəlmişdir. Elektron ticarətin təsiri kommersiya fəaliyyətində İKT-nin gələcək inkişafı və istifadəsi kimi daha dərin və daha geniş yayılacaqdır.

## **FƏSİL II. AZƏRBAYCANDA KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNİN TƏŞKİLİNDƏ İNFORMASIYA TEXNOLOGİYALARININ TƏTBİQİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ**

### **2.1 Azərbaycanın kommersiya fəaliyyətində informasiya texnologiyalarının tətbiqinin mövcud durumu**

XXI əsr informasiya-kommunikasiya texnologiyaları əsri hesab edildiyinə görə, müasir texnologiyalar və texnikalar bizim həyatımızın bütün sahələrinə sürətlə daxil olmağa davam edir. Azərbaycan hal-hazırkı dövrdə informasiya-kommunikasiya texnologiyaları sahəsində keyfiyyətə yeni inkişaf mərhələsinə qədəm qoymağa başlayır.

Bu mərhələnin əsas hədəfi çoxistiqamətli, əlverişli və yenilik yönümlü iqtisadiyyatın formalaşdırılması, sosial sahədə önləyici inkişaf trendinin təmin olunması və əhəlinin rifah səviyyəsinin qabaqcıl beynəlxalq standartlara uyğun həddə çatdırılması, habelə elmin, mədəniyyətin inkişafında, ictimai həyatın bütün istiqamətlərində yeni nailiyyətlərin əldə olunmasıdır. Azərbaycanda son zamanlar elmin inkişafına, yeni texnologiyaların, kosmik sənayenin inkişafına böyük qayğı göstərilir. Prezident İlham Əliyevin qeyd etdiyi kimi, intellektual inkişafın təkanverici amili olan həmin sahələr xüsusən gənclərlə əlaqədardır. Bu gün dünyada insanların böyük bir qismi müxtəlif cür məqsədlər üçün kompyuterdən geniş şəkildə istifadə edir. Xüsusən gənc nəsil üçün kompyuterdən istifadə onun gündəlik fəaliyyətinin adi bir hissəsinə çevrilib. Kompyuterlərin təhsil sahəsinə inteqrasiyası da bu tendensiyaları əks etdirir. Kompyuterlərin təhsil sahəsində uğurlu tətbiq olunması yalnız onların əldə edilməsindən deyil, həmçinin istifadəçilərin onlarla hansı formada tanış olmasından asılıdır.

Müasir dövrdə İKT-nin inkişaf etdirilməsi hər bir ölkənin intellektual və elmi potensialının vacib göstəricilərindən biridir və bu prosesin vacibliyi indiki qloballaşma dövründə daha geniş şəkildə hiss olunur. Bu texnologiyaların sürətli irəliləməsi və yayılması bəşəriyyətin inkişafı üçün geniş imkanlar yaradır. Azərbaycanda da bu sahədə ciddi, müvəffəqiyyətli addımlar atılıb. Bu sahədə həyata

keçirilən dövlət siyasətinin vəzifələrindən biri İKT-nin cəmiyyətin müxtəlif sahələrində, xüsusilə də təhsil sistemində geniş tətbiq edilməsi məsələsidir.

Prezident müasir dövrdə bu sahənin ölkənin inkişafındakı vacib rolunu nəzərə çatdıraraq deyib.” Elmin, təhsilin inkişafa doğru yönəlməsi və infrastruktur layihələrinin icrası- bunlar hamısı ölkəmizi daha da inkişaf etdirir. Əlbəttə, mən çox istərdim ki, Azərbaycanda alimlər ixtiralar yaratsınlar, dünya elminə öz töhfələrini versinlər və mən əminəm ki, bu olacaq.Lakin indiki zamanda biz Azərbaycana öncül texnologiyaları gətirməliyik və kadr potensialı da hazırlanmalıdır ki, gələcəkdə texnoloji inqilabdan kənarda qalmayaq.Bundan sonrakı dövrdə həm siyasi sahədə, həm də iqtisadi və hərbi sahələrdə texnologiyalar, savad, bilik hər şeyi yoluna qoyacaq. Bu gün artıq hərbi yöndə müasir texnika və texnologiyalar hər şeyi dəyişir. Çox da böyük orduya malik olmayan ölkələr hərbi cəhətdən ən güclü ölkələrə çevrilir. Ona görə də biz bu sahəni hər zaman hədəf mərkəzində tutmalıyıq. Azərbaycanda elmin inkişafına, müasir texnologiyaların, İKT-nin,kosmik sənayenin inkişafına böyük diqqət göstərilir. Bir tək bu sahəni yaradıb və onunla öyünmək üçün yox, intellektual inkişafı sürətləndirdiyinə görə bu ən önəmli sahələrdən biri olmalıdır. Xüsusilə bu, gənclərə aiddir. Burada təhsil bilik ön plandadır”

Yeni bilik cəmiyyətinin və “yeni iqtisadiyyatın” ortaya çıxması, elmin yaradılması və yayılması və onların cəmiyyətin bütün sahələrinə inteqrasiya olunması proseslərinin təsiri altında insanlar üçün yeni imkanlar açır və onların qarşısına yeni məqsədlər, vəzifələr qoyur. Dünya iqtisadiyyatının qloballaşmasının sürətləndirilməsi şəraitində, elmin yaradıcı idarəçiliyi, təhsil, texnoloji potensialın inkişafı və yeniliklər iqtisadi və sosial inkişafda əsas amillərə çevrilir. Azərbaycan informasiya cəmiyyətini və bilik iqtisadiyyatını inkişaf etdirmək niyyətini “Azərbaycanın İKT sahəsində milli strategiyası və onun ilk mərhələdə həyata keçirilməsi”- nin qəbul edilməsi ilə, informasiya cəmiyyəti üzrə BMT-nin Ümumdünya Sammitində (WSIS, Ceneva ,2003 dekabr) fəal iştirakı ilə, 2005-2008-ci illərdə Azərbaycanda İKT-nin inkişafı üzrə dövlət proqramının hazırlanması ilə, 2004-cü ilin noyabrında Bakı şəhərində “Rəqəmsal bölünmə və bilik iqtisadiyyatı: problemlər və onların həll yolları” global konfransının keçirilməsi ilə qeydə alıb. Konfransda qəbul olunan



bəyanatda qeyd olundu ki, insan potensialını, təhsilin inkişafını, bütün həyat boyu öyrənməni və tədqiqat fəaliyyətinin aparılmasını gücləndirmədən bilik iqtisadiyyatının qurulması mümkün deyildir. Təhsil, qlobal informasiya cəmiyyətində fəal və tam miqyasda iştirak etmək məqsədilə ölkədə baş verən sosial-iqtisadi dəyişikliklər prosesində əsas komponentdir.

Hər hansı bir dövlətin iqtisadi, siyasi və mədəni inkişafında mühüm rol oynayan təhsil həm də, eyni zamanda İKT-nin tətbiq edilə biləcəyi əsas sahələrdən biridir. İKT-nin sürətli inkişafı və beynəlxalq miqyasda özündə daha çox informasiya birləşdirən, bir-birindən asılı cəmiyyətlərin yaranması təhsilin təşkili və təmin edilməsi üçün yeni çağırışlar və imkanlar yaradır, irəliləyiş üçün yeni üfüqlər, yaradıcı mübadilə və mədəniyyətlərarası dialoqlar açır. İKT-nin kontekstində dəyişikliklər edilməsi və öyrənmə yanaşmaları, eləcə də, təhsil müəssisələrinin potensialının genişləndirilməsi imkanları inkişafda da öz effektini göstərə bilər.

İKT- yeni təhsil mexanizmləri. Coğrafi və müvəqqəti maneələri aradan qaldırma potensialına malik olan İnternet, təhsilin əhatə dairəsini genişləndirməyə, tədris və öyrənmənin yeni modellərini yaratmağa imkan verir və tələbələrə hər yerdə və hər zaman təhsil almağa şərait yaradır. Tələbə və müəllimlərin İnternet vasitəsilə hər hansı bir akademik intizamda informasiya toplamağında asanlıq, təlim kurslarının məzmununu və tədris praktikasını dəyişdirməyə, tələbələrin tələb və ehtiyaclarına yönəlmiş pedoqoji inkişafın inkişaf etdirilməsində böyük potensiala malikdir. Bir ölkənin ən yaxşı müəllimləri tərəfindən hazırlanan kurslar bir çox ölkələrdə tələbələrə təqdim edilə bilər və eləcə də , müəllimlər və tələbələr bütün dünyada internet vasitəsilə bir-birilə ünsiyyət qura bilərlər. Məsələn, Hindistanda tələbələr internet vasitəsilə İndira Qandi adına açıq universitetdə informasiya texnologiyaları üzrə onlayn bakalavr dərəcəsi ala bilərlər, Massaçusets Texnologiya İnstitutunun onlayn kursları hər kəs üçün açıqdır, Azərbaycanda isə Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetində uzaqdan təhsil vasitəsilə “Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər” və “Maliyyə” ixtisasları üzrə 2-ci təhsil ala bilərsiniz. İnternet, öz növbəsində, materiallar , proqram təminatı və onların istifadəsi , həmçinin ali təhsilin şəxsləndirilməsi və sonrakı kommersionlaşdırma xidmətlərinin aparılması, elmi fəaliyyətin nəticələrinin

dərc edilməsi üçün yeni imkanlar açılması, akademik tədqiqat və nəşriyyat fəaliyyətinin indiki modelinin transformasiya edilməsi, peşə maraqlarından asılı olaraq şəbəkə əlaqələrinin genişləndirilməsi, həmçinin əməkdaşlığın digər mexanizmlərinin inkişafı üçün əlavə imkanlar təklif edir. Məsələn, təhsil xidmətlərinin bir neçə provayderini vahid təchizat zəncirinə birləşdirə bilər: bəziləri kursun məzmununu yaratdıqda, bəziləri onları təmin edir, digərləri isə resursları idarə edir, akkreditasiya edir və s. Qeyd edək ki, təhsil sahəsində əməkdaşlıq və əməkdaşlığın innovativ formalarının artması, dünya iqtisadiyyatında müxtəlif tərəfdaşlıq formaları yaratmağın ümumi tendensiyasını əks etdirir.

İnternet beynəlxalq ticarətin ali təhsil xidmətləri ilə təmin olunmasına kömək edir, ali təhsil resurslarını təkrar istifadə etməyə və satmağa imkan verir, təlim materiallarının və xidmətlərin onlayn dağılım vasitəsilə yayılmasını asanlaşdırır və beləliklə informasiya cəmiyyətində ömür boyu təhsil ehtiyaclarına xidmət edir. Məsələn, beynəlxalq təlim kursları ali təhsildə yayılmış bir təcrübədir (məsələn, British Open University) və bir çox sənayeləşmiş ölkələrdə orta məktəblərdə geniş istifadə olunur. Təhsil xidmətlərinin qloballaşdırılması və liberallaşdırılması bazarı biliyi əmtəə halına çevirərək, təhsil xidmətlərinin göstərilməsində artan rəqabətə kömək edir, keyfiyyətin təmin edilməsi və təhsil sisteminin səmərəliliyinin artırılması üçün innovativ yanaşmalara ehtiyac yaradır. İnternet, təhsil sektorunun ixtisaslaşmasına gətirib çıxaran, təhsil xidmətlərinin bölüşdürülməsinə və müxtəlif tədarükçülərin, müəllimlərin, İT təchizatçıların, eləcə də təhsil materialları və proqramlarının tərtibatçıları və təhsil müəssisələrinin menecerləri də daxil olmaqla ixtisaslaşma dərəcələrinin artırılmasına imkan verən təkan olub. Bu, öz növbəsində, təşkilatların daxili imkanlarını genişləndirməklə, ünsiyyət və biliklərin paylaşımına və müəllimlərin öz bacarıq sahələrində ixtisaslaşmasına imkan verərək, təhsil xidmətlərinin səmərəliliyinin artırılmasına gətirib çıxara bilər. İnternet, təhsil sahəsində mövcud tendensiyaları gücləndirməklə, özəl və dövlət sektorları arasında tərəfdaşlığın genişləndirilməsinə, təhsil sektoruna xüsusi şirkətlərin cəlb edilməsinə və təhsil xidmətlərinin ticarətinin beynəlxalq səviyyəyə qalxmasına kömək edir ki, bu

da təhsilin keyfiyyətini daha da gücləndirməyi və bazarda güclü bir nüfuz qazanmasını tələb edəcəkdir.

Təhsil xidmətləri bazarında mövcud dəyişikliklər nəzərə alınmaqla (ali təhsilə artan tələb, rəqabətin artması, qloballaşmanın artması) , ali təhsil müəssisələri onlara istifadə olunacaq texnologiya növünü tapmaqda və hədəflənmiş inkişaf strategiyasını inkişaf etdirməkdə kömək ola biləcək öz niş bazarını tapmalıdırlar. Bu baxımdan, ali təhsil müəssisələrinin əsas vəzifəsi bilik yönümlü iqtisadiyyatın ehtiyaclarını nəzərə alaraq, ömür boyu öyrənmə ehtiyacını qarşılayaraq və “e-learning” imkanlardan geniş şəkildə istifadə etməklə müxtəlif hədəf qruplarını (tələbələr, təhsilini davam etdirmək istəyən və ya yeni ixtisas qazanmaq istəyən şəxslər, dövlət və özəl sektor işçiləri) ali təhsillə təmin etmək üçün İKT-lərdən istifadənin müxtəlifləşdirilmiş ,hədəflənmiş siyasətini inkişaf etdirmək götürülə bilər.

Belə ki, iki əsas amil e-öyrənməyə marağın artmasına səbəb oldu.Bunlar peşə ixtisaslarının və kadr hazırlığının daim təkmilləşdirilməsinə artan ehtiyac, elektron təhsilin təşkilinə imkan yaradan İT sahəsindəki ən son nailiyyətlərdir. E-təhsil ali təhsil müəssisələrinin potensialını genişləndirmək üçün, daha yüksək səviyyədə şəxsiləşdirmə, daha çox rahatlıq və təhsil xidmətlərinin daha geniş seçimlərini təmin edərək təhsil keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün, əvvəllər ənənəvi təhsillə əhatə olunmayan əhali qruplarına hədəflənmiş yenilikçi həllərin həyata keçirilməsi üçün istifadə edilə bilər.Məsələn, Kanadada 95 şəhərdə fəaliyyət göstərən və 27 yüksək təhsil kursunu təklif edən Nyufaundlend və Labrador əyalətlərinin uzaq ərazilərində uzaqdan öyrənmə və innovasiya mərkəzinin yaradılması kənd əhalisinə şəhər və kəndlərini tərk etmədən ali təhsil almaq imkanını vermişdir. E-təlim həmçinin İKT bacarıqlarını inkişaf etdirmək, əlavə maliyyə gəlirləri yaratmaq, həm ölkə , həm də beynəlxalq regional miqyasda təşkilatların və fərdi vətəndaşların rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün istifadə edilə bilər. Ölkə iqtisadiyyatına əlavə olaraq (çoxlu sayda tələbə kursun məzmununun inkişafına və infrastrukturuna qoyulan investisiyalar üçün əsas ola bilər) İKT-nin təhsilə tətbiqi digər üstünlüklərə malikdir:

- təhsilin məzmununu üçüncü tərəfə yenidən satma;

- inzibati səmərəliliyinin artırılması ;
- daha yaxşı ünsiyyət sistemi vasitəsilə təhsil idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi imkanını bura aid etmək olar.

Ali təhsildə elektron tədrisin inkişafı üçün yuxarıda göstərilən səbəblərə əlavə olaraq, daha iki faktor əlavə edilə bilər: rəqəmsal bölünmənin azaldılması və milli məlumat məzmununun həm daxili bazarda, həm də ixrac məqsədli inkişafının mümkünlüyü. Bundan başqa, makroiqtisadi səviyyədə elektron ali təhsil üçün bir strategiyanın inkişafı müxtəlif sektorlar arasında sinerji təsiri mövcudluğu ilə İKT-nin inkişafı üzrə digər milli siyasətləri tamamlaya bilər. Məsələn, e-təhsilin inkişafı proqram təminatı, milli məzmun, media və digər təhsil xidmətlərinin inkişafı üçün bazar yarada bilər. İndi artıq aydındır ki, e-təhsil gələcək təhsil sisteminin əsas elementi olacaq, təhsilin bütün sistemə onun potensial təsiri internetə əsaslanan öyrənmə sistemlərinin inkişafı ilə daha da güclənəcəkdir. OECD (İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı) proqnozlarına görə, 2025-ci ilədək online tələbələrin sayı 30-80 milyona çatacaq.

Təhsilin keyfiyyətinin şaxələndirilməsi və təkmilləşdirilməsi, yeni effektiv təhsil potensialının yaradılması məqsədilə təhsil sahəsində İKT-nin innovativ istifadəsi məqsədilə alınmış milli təşəbbüsləri nəzərdən keçirək.

Təhsildə İKT-nin istifadəsi üzrə milli təşəbbüslər. Dünya təcrübəsi göstərir ki, təhsil / tədrisin elektron üsullarından səmərəli istifadə yaxşı inkişaf etmiş və əlverişli telekommunikasiya infrastrukturunu, müəllimlərin təhsili və yenidən hazırlanması, keyfiyyətli onlayn məzmun və xidmətlərin inkişafı, təhsil sahəsində tərəfdaşlıq və əməkdaşlığın yenilikçi formalarının yaradılmasından asılıdır. İngilis jurnalı "The Economist"-in hesablamalarına əsasən, Azərbaycanda e-təlim hazırlığı (e-learning readiness) indeksi 10-dan 3,67-dir. İndeks e-öyrənmə imkanını yaradan aşağıdakı 3 faktor əsasında hesablanır:

- İKT infrastrukturunu - İnternet infrastrukturunun keyfiyyəti və yayılma dərəcəsi;
- Ölkənin e-öyrənməni təmin etmək və istifadə etmək bacarığı (ümumi savadlılıq və təhsil sistemindəki meyllər əsasında hesablanır);

- İnformasiya məzmunu - onlayn tədris materiallarının keyfiyyəti və yayılma dərəcəsi, əhalinin ümumi mədəniyyəti.

Daxili məlumatların toplanmasında, eləcə də, onların istifadəsi və yayılmasında əsas rol oynayan təhsil və tədqiqat qurumlarına çıxış təmin edilməsi bilik yönümlü iqtisadiyyatın inkişafı, milli telekommunikasiya infrastrukturunun inkişafı, tədqiqat və təhsil müəssisələrinin internetə çıxışını təmin etmək üçün son dərəcə vacibdir. Təhsil sistemində İKT-nin tətbiqi dövlət siyasətinin prioritetlərindən biridir. Bu məqsədlər üçün Azərbaycanda aşağıdakı əsas layihələr həyata keçirilir:

-AZNET- Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi, AzRENA (Azerbaijan Research Educational Network Assosiation), Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İnkişaf Proqramının və Açıq Cəmiyyət İnstitutu-Yardım Fondunun "İnternetə çıxış və elmin, təhsilin və vətəndaş cəmiyyətinin inkişafı üçün infrastrukturun inkişafı" adlı birgə layihəsi olub, Azərbaycanda ən çox tədqiqat institutlarının, orta və ali təhsil müəssisələrinin, kitabxanaların, QHT-lərin internetə çıxışını təmin etməyə hədəflənib. 3 il üçün hazırlanmış bu layihə regionlarda telekommunikasiya infrastrukturunun inkişafına xüsusi diqqət yetirir və bu da regionların sosial-iqtisadi inkişafına yardım edir. Layihə həmçinin təlim-seminarların təşkili və milli onlayn məzmunun inkişafını nəzərdə tutur. Layihə tədqiqat informasiya və təlim proqramlarının daha geniş mənbələrinə, şəbəkə əməkdaşlığı və kommunikasiya şəbəkələrinin inkişafına imkan verərək, milli potensialın inkişafına qiymətli bir töhfə verəcəkdir.

-Mərkəzi Asiya və Qafqaz regionu ölkələrinin elmi və təhsil təşkilatlarının Avropanın yüksək sürətli İnternet şəbəkəsinə keçidini nəzərdə tutan, NATO-nun "Virtual İpək Yolu" beynəlxalq elmi proqramı çərçivəsində ölkənin bütün ali təhsil müəssisələrində ictimai İnternet mərkəzlərinin yaradılması. Milli tədqiqat və təhsil müəssisələri şəbəkəyə özündə 15 təhsil və elmi mərkəzi birləşdirən Azərbaycan Tədqiqat və Təhsil Şəbəkələri Assosiasiyası (AzRENA) vasitəsilə bağlanacaq. Hal-hazırda AzRENA internet vasitəsilə 6000 istifadəçiyə xidmət göstərən 900-dən çox iş yerini birləşdirir. Layihənin həyata keçirilməsi informasiya mübadiləsinin

əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirilməsi və intensivləşdirilməsi, layihəyə qatılan ölkələrin elmi və təhsil təşkilatları arasında şəbəkə əməkdaşlığının inkişaf etdirilməsinə imkan verəcəkdir.

- Azərbaycanda İKT-nin inkişafı üzrə Dövlət Proqramı çərçivəsində bütün ölkəni əhatə edən inkişaf etmiş informasiya və telekommunikasiya infrastrukturunun, regional məlumat və təlim mərkəzlərinin, internetə çıxış nöqtələrinin (yerli kitabxanalar, orta və ali təhsil müəssisələri əsasında) yaradılması və inkişafı nəzərdə tutulur. Dövlət proqramının icrası Azərbaycan üçün qlobal informasiya cəmiyyətinin tam hüquqlu üzvü olmağa imkan verəcəkdir.

- Ölkənin təhsil sahəsində İKT-nin tətbiqində milli potensialını gücləndirmək, təhsilin keyfiyyətini artırmaq və ölkəni dünya təhsil sistemində inteqrasiya etmək məqsədilə “2005-2007-ci illərdə respublikanın ümumi təhsil məktəblərinin informasiya-kommunikasiya texnologiyaları ilə təmin edilməsi proqramının təsdiq edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanında ümumi təhsil məktəblərinin geniş miqyaslı birləşdirilməsi nəzərdə tutulur. Proqramın həyata keçirilməsi üçün dövlət 20 milyon dollar ayırıb. Proqramın bir hissəsi olaraq, məktəblərin fərdi kompüterlərlə təchiz edilməsi səviyyəsi Avropa standartlarına uyğunlaşdırılacaq, buna görə hər 33 tələbənin hər biri bir kompüterə sahib olmalıdır. Bu məqsədlə məktəbləri kompüter avadanlığı ilə təmin etmək üçün Mingəçevirdə KUR zavodunda milli kompüterlərin seriyalı istehsalını təşkil etmək nəzərdə tutulur. Məktəbləri kompüter avadanlığı ilə təchiz etməklə yanaşı, proqram elektron təhsil materialları və resursları, rəqəmsal kitabxanaların təhsil prosesində inkişafı, yayılması və istifadəsini, şagirdlər üçün uzaqdan təlim xidmətləri, təhsil portalları və veb saytların yaradılmasını, İT sahəsində elmi və metodiki nəşrlərin hazırlanmasını, kompyuter savadlılığı sahəsində müəllimlərin təlimlərinin keçirilməsini təmin edir. Ali / orta təhsil sistemində elektron təhsil resurslarının geniş tətbiqi, məsələn, elektron dərsliklər, məktəblilərin müstəqil fəaliyyətinin gücləndirilməsi və müəllimlər üçün didaktik materialların genişləndirilməsi əsasında təhsilin keyfiyyətini əhəmiyyətli dərəcədə artıracaqdır, fon, məkan təsviri, vizual seriya, obyektivlik kimi amillərdən istifadə edərək görünürlük prinsipini həyata keçirmək

üçün ən əlverişli şərait yaradacaqdır. Belə təhsil resurslarının nümunələri kimi aşağıdakıları göstərmək olar: "Online Hazırlıq Kursları" ([www.elachi.edu.az](http://www.elachi.edu.az)), elektron lüğət "Polyglot" ([www.polyglot.az](http://www.polyglot.az)), axtarış sistemi ([www.axtar.az](http://www.axtar.az)), elektron kitabxana ([www.kitab.az](http://www.kitab.az)). Həmçinin müəllimlərin və məktəblilərin, təhsil müəssisələrinin strukturunun, tədris planlarının, planların və s. haqqında məlumatlar daxil olmaqla, məktəblərin bütün məlumat bazasını avtomatlaşdırmasına imkan verəcək vahid təhsil idarəetmə məlumat sistemi yaratmaq planlaşdırılır. Orta məktəblərdə informasiya texnologiyalarının istifadəsi əsas təhsilin keyfiyyətini və effektivliyini əhəmiyyətli dərəcədə artıracaqdır.

- Azərbaycanda tam təminatlı bir uzaqdan təhsil sistemi qurulması, AzRENA ilə İndiana Universiteti (ABŞ) arasında pedaqoji işlərdə İKT-nin inteqrasiyası baxımından təhsil sahəsində İKT-dən səmərəli istifadəsi və müəllimlərin bacarıqlarının artırılması üçün elektron təhsilə dair pilot layihə həyata keçirilir. Layihə, AzRENA heyətinin pedaqoji və idarəetmə bacarıqlarının artırılması, ölkənin ali təhsil müəssisələrində pilot elektron tədris mərkəzlərinin təşkili, elektron tədris strategiyaları və metodları üzrə ixtisaslaşan tədris cəmiyyətinin formalaşması, onlayn təhsil üçün məlumat komponentinin yaradılması, məktəblər, dövlət və özəl təşkilatlar arasında əməkdaşlığın inkişaf etdirilməsi üçün nəzərdə tutulub. Bundan əlavə, layihə ali təhsil müəssisələrinə uzaqdan öyrənmə layihələrinin həyata keçirilməsində kömək etmək, təhsil informasiya resurslarını və yenilikçi təcrübələri bölüşmək və milli təhsil sistemində İKT-nin istifadəsi üçün optimal modelləri müəyyənləşdirmək üçün təlim seminarlarının keçirilməsini nəzərdə tutur.

E-təhsil ali təhsildə İKT-nin istifadəsinin inkişafı üçün mühüm addımdır. Online ali təhsil təşkilatlarının müxtəlif modelləri var: E-təhsil tətbiq etmiş ənənəvi universitetlər; fərdi onlayn kursları və ya proqramları təklif edən universitetlər; "online" təhsil təklif edən özəl şirkətlər / konsorsiumlar. Bu günə qədər Azərbaycanda onlayn yüksək təhsilin 2 modeli mövcuddur: Ənənəvi universitetlər, onların şöbələrində online yüksək təhsilin tətbiqi (traditional university with a unit offering virtual education) və ayrıca online kurslar təklif edən universitetlər (stand-alone on-line courses). 2001-ci ildə Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

Akademik Əli Abbasovun təşəbbüsü ilə Azərbaycanda ilk dəfə olaraq, təhsilin yüksək keyfiyyətinə nail olmağa imkan verən onlayn təhsil formaları ilə (elektron poçt vasitəsi ilə müəllimlərlə ünsiyyət, onlayn forumların təşkili, təlim proqramları və mühazirələrin İnternetdə yerləşdirilməsi, interaktiv testlərin inkişafı) 7 tam zamanlı üz-üzə təlim seminarlarını bir araya gətirərək, uzaqdan təlim təşkil etmişdir.

Hazırda informasiya cəmiyyətinə istiqamətlənmiş yolu bəşəriyyətin gələcəyinə gedən yol kimi dəyərləndirmək olar. Alimlərin proqnozuna görə, informasiya cəmiyyətinin tam formalaşdığı mərhələdə insanların əsas əmək predmeti informasiya, əmək alətləri isə İKT olacaq. Ona görə də bu gün respublikamızda təhsilin bütün pillələrində İKT-nin tətbiq və ondan istifadə edilməsi, eyni zamanda İKT-nin özünün tədris olunması, şagirdlərdə müstəqil şəkildə informasiya toplamaq, analiz etmək, ötürmək qabiliyyətinin formalaşdırılması müasir dövrün tələbidir.

## **2.2 Elektron-kommersiya texnologiyalarının tətbiqi və inkişaf etdirilməsi**

“E-commerce”- Azərbaycan üçün reallıqdır. İKT nin intensiv inkişafı insanın bütün fəaliyyət sferalarında müasir texnologiyaların yaranmasına, həmçinin iqtisadiyyat, təhsil, səhiyyə və digər sferaların tədricən yeni virtual mühitə keçidinə şərait yaradır. Bu eyni zamanda xidmət təchizatçısı ilə istehlakçı arasında məsafəni azaldır, sahibkarların təşkilati xərclərini minimallaşdırır, həmçinin hər iki tərəfə kommunal, vergi, bank xidmətləri xərclərinin ödənilməsinə, vacib malların axtarışı və alınmasına sərf olunan vaxta qənaət etməyə imkan yaradır.

Bu gün orta statistik azərbaycanlı ofis işçisi kompüter arxasında rahat əyləşərək və yaxud mobil telefon vasitəsilə yuxarıda göstərilən bütün əməliyyatları icra edə bilər. Əgər bir neçə il öncə elektron kommersiya praktik olaraq bir çoxlarına məlum deyildisə, bu gün sosial şəbəkələr və internet, həmçinin öz bizneslərinə müasir texnologiyaları aktiv inteqrə edən kompaniyalar hesabına əhali tədricən nağdız ödəniş etməyi öyrənir.



Elektron kommersiyada dövriyyə artır. Bu il ərzində keçən illə müqayisədə elektron ticarət dövriyyəsinin həcmi 2 dəfəyə yaxın artmış və 2 milyon manata çatmışdır. Onlayn rejimdə sifariş olunmuş tələbat mallarının 83.9%-i hüquqi şəxslərin, 16.1%-i isə fiziki şəxslərin payına düşüb. Satış məqsədi ilə gətirilməyən malların 90.4%-i elektron dövriyyənin payına düşüb. Elektron kommersiyaya daha canlı maraq müxtəlif səviyyələrdə internet şəbəkəsi ilə bağlı insanlar arasında yaranır. Nə qədər həqiqi görünməsə də, bu bir faktdır ki bu gün Azərbaycanda arzu olunarsa praktiki olaraq evdən çıxmadan real pul qazanmaq olar. Bu praktika çoxdan və uğurlu şəkildə Qərbdə istifadə olunur. Reklam etmə, məhsul satışı və müxtəlif xidmətlər göstərilməsi Aznetdə gəlir əldə etmə imkanlarının bir hissəsidir. Onlayn mağazaların fəaliyyət dövriyyəsi günü-gündən daha da artır. Bu gün dünyada müxtəlif səviyyələrdə, hətta böyük biznes səviyyəsində alqı-satqı əməliyyatları aparmaq üçün platforma kimi internetin istifadəsi populyarlaşıb. Həmçinin Azərbaycanda bunun üçün şərait yaradılır, əhali və biznes strukturlar üçün tezliklə mobil və elektron rəqəmsal imza vasitəsi ilə beynəlxalq səviyyədə əməliyyatlar aparmaq imkanı təqdim olunacaq. BEST Solutions şirkəti Bakutel-2013 sərgisində hüquqi şəxslər üçün informasiya mühitində biznes sənədlərinin dövriyyəsi üçün yeni platforma təqdim etməyi planlaşdırır. Şirkətin qurucusu Yan Krimpə görə yeni sistem onlayn rejimdə hüquqi sənədləri imzalamağa və beynəlxalq səviyyədə sənəd dövriyyəsinə aparmağa imkan verəcək. Bu xidmətdən bütün mobil rəqəmsal Asan İmza əldə etmiş istifadəçilər faydalana biləcəklər.

Bir çox inkişaf etmiş ölkələr öz bizneslərini aparmaq üçün çoxdan qlobal şəbəkədən istifadə edirlər və qeyd etmək lazımdır ki bu ölkələrin təcrübəsi olduqca uğurludur. Bunu bir çox marketing tədqiqatları sübut edir. Elektron kommersiya- bu onlar üçün dünya iqtisadiyyatının inkişafında vacib istiqamətdir, belə ki bu gün istənilən böyüklükdə və istənilən istiqamətdə (sahədə) biznesin uğurla aparılması üçün informasiya texnologiyalarının istifadəsi vacibdir.

İnkişaf üçün təkan. Azərbaycanda həmçinin dövlət səviyyəsində bu fəaliyyət seqmentinin inkişafı üçün tədbirlər görülür. Ölkənin Vergilər Nazirliyi nağdsız hesablaşmaların aparılmasını stimullaşdırmaq üçün əlavə təkliflər hazırlayıb. Bu

təkliflər sahibkarlara nağd hesablaşmalar zamanı limit tətbiqini, nağdsız hesablaşmalar zamanı isə əhəmiyyətli güzəştləri nəzərdə tutur. Həmçinin təklif olunur ki plastik kartlardan istifadə ilə ticarət vergilərdən tamamilə azad olunsun, həmçinin nağdsız hesablaşma metodundan istifadədə güzəştlər təqdim olunsun. 2014-cü ildə Dövlət Statistika Komitəsi praktiki olaraq nağdsız hesablaşmaların bütün növlərini əks etdirən elektron kommersiya barədə hesabat hazırlayıb.

Əvvəlki ildə xüsusi terminallar vasitəsilə kommunal xidmətlərin dəyərinin ödənilməsi xidmətini göstərən şirkətlərin sayı artıb. Əgər əvvəllər bu yalnız PayPoint, hesab.az internet resursu vasitəsilə nağdsız ödənişlər sferasına keçən GoldenPay idisə, indi Azərbaycanda Komtech şirkətinin Milliön və Modenis şirkətinin E-manat terminallarının geniş şəbəkəsi təqdim olunub. Gələn ildən etibarən GoldenPay şirkəti WebMoney elektron pul kisəsinin (qabının) Azərbaycan analoqu olacaq layihəni təqdim etməyi planlaşdırır.

Hazırda WebMoney sisteminin yerli istifadəçiləri əhəmiyyətli komisiya ödəyirlər ki, bu da həmin sisteminin istifadəçilərinin sayının artmasına mane olur. Bu sistemin Azərbaycan analoqu istifadəçilərə elə də(çox da) baha başa gəlməyəcək. Bizim elektron pul kisəmizin bir üstünlüyü də ondan ibarət olacaqdır ki, bank kartı olmayan istifadəçilər elektron pul kisəsinin (qabının) balansını bankda və ödəniş terminallarında artırma biləcəklər. Bizim gələcək planlarımıza həmçinin “eBay” kimi elektron kommersiya portallarının yaradılması daxildir. Bu planları haqqında GoldenPay şirkətinin rəhbəri Fərid İsmayılzadə qeyd edib.

Müşahidələr onu göstərir ki son vaxtlara qədər ölkədə praktiki olaraq elektron kommersiya inkişaf etməyib. Bunun səbəbi də Azərbaycanda internetin aşağı səviyyədə nüfuz etməsi (yayılması) olub. Ancaq internet istifadəçilərinin sayının, smartfon, planşet və digər bu kimi mobil qurğulardan istifadənin artması əhalinin internetə çıxışını genişləndirdi, deməli virtual mühitdə potensial alıcı bazarı yarandı. Əvvəllər internet-mağazalar əsasən reklam funksiyasını yerinə yetirirdilər, alış-satış üzrə bütün əməliyyatlar isə oflayn rejimdə aparılırdı. İndi isə situasiya tədricən dəyişir. Hər bir mağaza öz saytında xüsusi onlayn ödəniş sistemini qura, əgər alıcı

ölkənin regionlarında yaşayarsa kuryer xidmətlərinin və poçt operatorlarının vasitəsilə məhsulun alıcıya çatdırılmasını təşkil edə bilər.

Azərbaycan sahibkarlarından isə elektron kommersionda iştirak etməyi, öz maliyyə vəziyyətlərini stabilləşdirməyi və artırmağı bacarmaq üçün bu sahədə praktikasi olan ölkələrdən onların təcrübələrini usanmadan (bezmədən, yorulmadan) öyrənmək tələb olunur.

Mahiyyət nədədir? - Beynəlxalq təcrübə göstərir ki elektron kommersion bu bizim öyrəşdiyimiz bazarın internet mühitində sürətidir. Elektron kommersion biznesin avtomatlaşdırılması üçün vasitələrin yarandığı və işgüzar problemlərin həll olunması üçün qlobal şəbəkənin istifadə olunduğu yerdən başlayır. Bununla əlaqədar olaraq sahibkarlığın (müəssisələrin) yeni təşkilati formaları- şəbəkə və virtual korporasiyalar yaranır. Şəbəkə müəssisələrinin (sahibkarlığının) mahiyyəti ondan ibarətdir ki şirkətin sahə üzrə ayrılmış vahidləri arasında vacib informasiya mübadiləsi üçün internet geniş formada istifadə olunur. Beynəlxalq analitiklər hesab edirlər ki tezliklə internetdən əldə olunmuş informasiya alış əməliyyatlarının generatoru rolunu oynayacaq və bütün ənənəvi alış-satış əməliyyatlarının 30%-ni təşkil edəcək.

Elektron kommersionun əsas müsbət tərəfləri aşağıdakılardır:

I. minimal kapital qoyuluşu və xidmətlər barədə geniş məlumatla birbaşa dünya bazarına çıxmaq üçün böyük imkankarın yaranması,

II. satış kanallarının genişlənməsi (misal olaraq kənd təsərrüfatı və digər məhsullar),

III. tədarükçü (istehsalçı,satıcı) və istehlakçılardan bir sistemdə birləşməsi,

IV. yeni əmək və kapital bazarlarının yaranması,

V. istənilən zaman bazardakı tələbə müvafiq olaraq öz fəaliyyətinin xarakterinə yenidən baxma.

Elektron ticarətdə Avropa təcrübəsi. Bütün bu üstünlüklər yerli əhali üçün genişzolaqlı internetin inkişafı gedişində internet xidmətlərinin əlçatanlığının təmin edilməsi, həmçinin internet istifadəçilərinin sayının artması ilə mümkün olacaqdır.

Tədricən dünya təcrübəsi göstərir ki Avropa İttifaqı ölkələrində elektron ticarəti seçən istifadəçilərin sayı son ildə 43% artıb. Belə ki, Avropanın 4 aparıcı bazarlarında, Fransada, Almaniyada, İtaliyada və Böyük Britaniyada mobil telefonlardan elektron ticarətdə necə istifadə olunması barədə təlimat təqdim olunub. Aparılan araşdırmalarda(tədqiqatlarda) müəyyən olunub ki , Avropanın 20% əhalisi internet-mağazalara smartfonlar vasitəsilə daxil olur, həmçinin onlar internetdə alış-veriş etmək üçün xüsusi tətbiqlərdən istifadə edirlər. Onlardan 14%-i məlumat veriblər ki internetdə alış- verışı mobil telefonla aparıblar. Ən yüksək mobil satış həcmi İspaniyada (66.5%) və İtaliyada (61.1%) qeydə alınıb. Ən çox smartfon istifadəçilərinin online alış həyata keçirdikləri ölkələr isə Almaniyada (9.9 mln) və Böyük Britaniyada (9.7 mln) qeydə alınıb.

Son günlərdə Ümumdünya Poçt İttifaqı poçt operatorlarının poçt şəbəkəsi sistemini yaratmaqla yeni elektron kommersiya xidmətləri bazarına çıxışını təmin yeni POST layihəsini təqdim edib. Həmin layihə [www.e-bay.com](http://www.e-bay.com), [www.amazon.com](http://www.amazon.com) və başqa bu kimi resurslarla rəqabət apara biləcək. Azərbaycan poçtu da POST domenini vasitəsilə həmin xidmətləri göstərməyi planlaşdırır.

Hazırda ölkədə elektron kommersiyanın inkişafına informasiya texnologiyaları sahəsində subyektlərin qismən qeyri-şəffaflığı, həmin mühitdə ticarət aparmanın vərdişlərinin olmaması, istehlakçılara isə elektron ticarət segmentinin (sektorunun) təhlükəsizliyi sualı,o cümlədən online ödənişlərin təhlükəsizliyi məsələləri mane olur. Bütün bunlara baxmayaraq bu gün Azərbaycanda internetdə geyim mağazaları ilə yanaşı texnika və qida malları, həmçinin məişət, turizm, tibb xidmətləri göstərən müəssisələr çıxış edir bu siyahı genişlənməkdə davam edir. Nağdsız ödənişlər zamanı vergilərin ləğv edilməsi bu bazarı dəfələrlə genişləndirə bilər. Onu da qeyd etmək lazımdır ki elektron kommersiyanın inkişafı dövlətin marağındadır. Çünki ödəniş sistemləri vasitəsilə nağdsız ödənişlərin həyata keçirilməsi korrupsiya faktorunu minimuma endirir. Beləliklə bütün ödənişlər qeydə alınır ki, bu da vergi ödənişlərinin şəffaflığına gətirib çıxarır. Ənənəvi bazarda buna nail olmaq müəyyən qədər çətindir.

Azərbaycanda elektron ticarət ƏDV (əlavə dəyər vergisi) hesabına 3 dəfə artdı. Azərbaycanca elektron ticarətin artım potensialı və şirkətlərin kölgədən çıxıb öz xidmətlərini aktiv şəkildə potensial alıcılara təklif etmələri vacibdir.

Azərbaycanda elektron ticarətin həcmi 2017-ci ilin yanvar-iyul ayının yekun nəticələrinə əsasən 21.8 milyon manata çatıb. Bu məlumatları Sputnik Azərbaycanın sorğusu əsasında AR Dövlət Statistika Komitəsinin informasiya və ictimaiyyətlə əlaqələr şöbəsinin rəhbəri Rəfael Süleymanov təqdim edib.

O qeyd edib ki, 2016-cı ilin birinci yarısında elektron ticarətin həcmi 7 milyon manat təşkil edib. Beləliklə keçən ilin (2017) yanvar-iyul ayları ərzində bu göstərici 3 dəfədən çox artıb.

Bu sahənin böyük potensialını qeyd edən informasiya texnologiyaları sahəsindəki mütəxəssislərin fikrinə görə Azərbaycanda elektron ticarət zəif inkişaf edib və bu sektoru stimullaşdırmaq üçün bir sıra tədbirlər görülməlidir.

Azərbaycanın Sputnik internet-forumunun prezidenti Gündüz Osman qeyd edib ki xüsusi olaraq elektron ticarəti vergitutmadan azad etmək lazımdır.

Onun sözlərinə görə bu bazar olduqca dardır (həcmi azdır), və elektron ticarətlə məşğul olan şirkətlərə inkişaf etmək üçün güzəşt müddəti lazımdır. “Məsələn olaraq bir çox ölkələrdə elektron ticarət dörd-beş il ərzində vergilərdən azad olunub və yalnız şirkətlər ayaq üstə möhkəm dayanandıqdan sonra onlardan vergitutma barədə qərar qəbul olunub” — Gündüz qeyd edib.

Bu ilin uyun ayının sonunda Bakıda Rəqəmsal Ticarət Xabının (RTX) təqdimatı keçirildi. Mütəxəssisin (ekspertin) sözlərinə görə onun yaradılması olduqca progressiv addımdır və Azərbaycanda elektron xidmətlərin inkişafına vəsilə olacaq. Onun vasitəsilə Azərbaycan sahibkarları məsələn olaraq öz məhsullarının ixracı üçün lazım olan sənəd və sertifikatları əldə edə biləcəklər.

“Yəni, istənilən azərbaycanlı ixracatçı öz ofisini tərk etmədən kompüter və ya mobil qurğu vasitəsilə sənədləşmə və məhsul ixracatının qeydə alınması ilə bağlı bütün lazımlı prosedurları keçə biləcək. Lakin, bunu bütövlükdə elektron ticarətə aid etmək olmaz”, —internet-forumun prezidenti belə hesab edir.

Vergi güzəştlərinin tətbiq edilməsi barədə iddialar fiskal orqanların bir sıra mütəxəssisləri (ekspertləri) tərəfindən şübhə altına qoyulur. Xüsusi olaraq vergi əməkdaşları hesab edirlər ki elektron ticarətlə bağlı xidmətlər göstərən əhəmiyyətli sayda şirkətlər vergi ödəməkdən yayınmaq üçün kölgəyə çəkilirlər. Məhz bu faktor elektron ticarətin həcmının aşağı (statistikaya görə) olmasına səbəbdir.

1 yanvar 2017-ci il tarixindən elektron ticarətin vergiyə cəlb edilməsini, xüsusilə də əlavə dəyərdən verigi tutulmasını (ƏDV dərəcəsi-18%) nəzərdə tutan qanun qüvvəyə mindi. Bu ildən etibarən ƏDV şəbəkədən elektron kitabların, musiqi, audio və videomaterialların, qrafik təsvirlərin, virtual oyunların, proqram təminatının alınması, reklam yerləşdirmə və s. ilə əlaqədar olaraq e-xidmətlərə tətbiq olunur. Vergilər Nazirliyinin qeyd etdiyi kimi bu Azərbaycan vətəndaşlarına həmin xidmətlərin rezident olmayanlar tərəfindən göstərilməsi zamanı yerli sahibkarların müdafiəsi məqsədilə tətbiq edilir.

Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına görə elektron ticarətin həcmi 2014 –cü illə müqayisədə 2015-ci ildə 2 dəfə artaraq 12.8 milyon manat təşkil edib. Lakin, artıq 2016-cı ildə artım olduqca aşağı səviyyədə — 17% olub və bu zaman ticarətin həcmi 15 milyon manat təşkil edib.

ƏDV-nin tətbiq edilməsi anından etibarən vergi orqanları e-ticarət sferasında məşqul olan şirkətlərə daha diqqətlə nəzarət etməyə başladılar. Yəqin ki, bununla əlaqədar olaraq 2017-ci ilin birinci yarısının yekunlarına görə elektron ticarətin həcmi bütün əvvəlki illə müqayisədə demək olar ki 50% artmışdır. Beləliklə, ümumilikdə 2017-ci ilin birinci rübü üçün bu göstərici 1,7 dəfə artmışdır.

Lakin, dünyanın aparıcı ölkələrində adam başına düşən elektron ticarət həcmindəki göstəricilərdə görünən fərqi nəzərə alıqda, Azərbaycanda elektron ticarətin perspektivləri olduqca əhəmiyyətlidir. Xüsusən, 2015-ci ildə Azərbaycanda adam başına internetdən düşən alış həcmi 1,3 dollar təşkil edibsə, ABŞ-da – 1074 dollar, Rusiyada isə – 141 dollar təşkil edib.

Mümkündür ki, Azərbaycanda elektron ticarət barədə statistik məlumat bir qədər aşağı göstərilib. Belə ki, bəzi şirkətlər öz xidmətlərini aqressiv olaraq müştərilərə

təklif etməyə risk etməyərək kölgədə qalmağa davam edirlər. Öz növbəsində hökumət perspektivli istiqamət kimi nəinki ölkədə, həmçinin ölkə hüdudlarından kənar da elektron ticarəti stimullaşdırmalıdır.

Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına görə, 2015-ci ilin yekunlarına görə Azərbaycanda elektron ticarətin həcmi 12.8 milyon manat təşkil edib. (və yaxud Azərbaycan Mərkəzi Bankının 2015-ci ildə müəyyən etdiyi orta rəsmi məzənnəyə görə 12.5 milyon dollar)

Elektron ticarətin dünyadakı həcmi 2015-ci ildə — 1,7 trilyon dollar təşkil edib. Elektron ticarətdə iştirak edən 10 aparıcı ölkənin göstəriciləri (milyard dollarla): Çin—562,7; ABŞ – 349,1; Böyük Britaniya – 93,9; Yaponiya – 79,3; Almaniya – 74,6; Fransa – 42,6; Cənubi Koreya – 36,8; Kanada – 28,8; Rusiya – 20,3 və Braziliya — 18,8.

Texnologiyalar həmişə yüksək sürətlə inkişaf edib. Çox yaxın vaxta qədər sıçrayış və innovasiya hesab olunan şey indi əsas xətt (meynstrim) hesab olunur. Hər bir ölkə bu sferada lider olmağa çalışır və Azərbaycan bu mənada istisna deyil.

Azərbaycanda qarşılıqlı əlaqə və məlumatlarla mübadilə üçün vahid interfeys və protokollar təyin olunmuş, qeyri-mərkəzləşdirilmiş X-Road platforması təqdim edildi. İstənilən dövlət orqanı öz informasiya sistemini bu platformaya qoşa və ona digər şöbələrin girişini ayarlamaq (tənzimləmə) bilər. Həmçinin sahibkarlar X-Road platforması ilə qarşılıqlı əlaqə qura və platformanın məlumatlarından istifadə edə bilərlər. X-Road Estoniyada dövlətlə vətəndaşlar arasında qarşılıqlı əlaqə üçün uğurla təqdim olunub. X-Road platforması Azərbaycana rəqəmsal mobil Asan İmza operatoru olan BEST Solutions şirkəti ilə Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək texnologiyalar Nazirliyini İnformasiya Hesablama Mərkəzinin birgə təşəbbüsü ilə inteqrə olunub. Bu platformanın bizim xarici investorlarımız və biznesmenlərimiz üçün əlverişli investisiya mühitinin inkişaf etdirilməsində mühüm addım olduğu düşünülür.

Bu gün 90 dövlət və kommərsiya təşkilatlarının elektron xidmətləri Azərbaycanın X-Road sisteminə qoşulub. Elektron və mobil imzalar olan e-İmza,

«Asan İmza» vasitəsilə fiziki və hüquqi şəxslərə 1000-dən çox xidmət təqdim olunub. Bu texnologiyadan istifadə ilə 60 milyon tranzaksiya həyata keçirilib. Lakin, özəl sektorun bu məlumatlara daha rahat əlçatanlığını təmin etmək üçün daha çox iş görülməlidir.

Həmçinin onu da qeyd etmək lazımdır ki, ölkənin innovasiyon inkişafının gələcək mərhələlərini planlaşdırmaq üçün müxtəlif konfranslar keçirilir. Belə ki, 2017-ci ilin sonunda Azərbaycan Texniki Universitetində «Rəqəmsal Azərbaycan-2025» adlı konfrans keçirildi. Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin informasiya və texnologiyaların inkişafı üçün dövlət fondu İT sferasında olan layihələrin inkişafını həvəsləndirir və investor rolunda çıxış etməyə hazırdır. İnformasiya-rabitə sferasının inkişafı gələcəkdə Azərbaycan iqtisadiyyatında qeyri-neft sektorunun inkişafı üçün mühüm rol oynayacaq. İT sferasını populyarlaşdırmaq üçün ölkədə digitalazerbaijan.az adlı sayt yaradılıb. Saytda İT industriyasından olan xəbərlər və yeni layihələr haqqında məlumatlar dərc olunur.

Azərbaycanda həmçinin elektron imza sistemi təqdim olunub. Bu elektron sənədi imzalayan şəxsi təyin etmək üçün nəzərdə tutulub və əl imzasının analoqu hesab olunur. Elektron imza hüquqi əhəmiyyətli hərəkətlərin yerinə yetirilməsi üçün vətəndaş-hüquq əməliyyatlarının aparılması, dövlət və bələdiyyə xidmətlərinin göstərilməsi, dövlət və bələdiyyə funksiyalarının yerinə yetirilməsində istifadə olunur. Həmçinin elektron imza Azərbaycanda güzəştli mənzillərin alınması məqsədilə müraciət edilməsi üçün tələb olunur. Güzəştli mənzil almağa hüququ olan vətəndaşlar aşağıdakılardır: şəhid, milli qəhrəman, qaçqın və məcburi köçkün ailələri, fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi olan şəxslər, 5 il müəllim və 3 il dövlət qulluğunda işləmiş şəxslər, idman sahəsində xüsusi nailiyyətləri olan şəxslər, 3 il hərbi xidmətdə olmuş və ya 3 il daxili işlər orqanlarında qulluq etmiş şəxslər.

Elektron İmzanı Azərbaycanın Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi nəznində yerləşən Milli Sertifikat Xidmətləri Mərkəzindən əldə etmək olar. Bununla bağlı bütün məlumatlar e-imza.az saytında yerləşdirilib. İmzanın etibarlılıq müddəti 3 ildir.



Elektron imza ilə yanaşı Azərbaycanda Asan İmza layihəsi də tətbiq olunub. Asan İmza şəxsiyyətin elektron tanınması sistemi (elektron şəxsiyyət vəsiqəsi) olub, onun vasitəsilə bir sıra onlayn xidmətləri həyata keçirmək olar. Asan İmza həm sadə vətəndaşlara, həm də sahibkarlara faydalı olacaq.

BEST Solutions şirkətinin qurucusu və Asan İmza layihəsinin yaradıcısı Yan Krampın sözlərinə görə Azərbaycanda elektron hökumət modeli artıq reallaşır. 2017-ci ilin fevralında Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev tərəfindən Azərbaycanın elektron ticarət xabında pozisiyasının gücləndirilməsi və xarici ticarət əməliyyatlarının genişləndirilməsi üçün əlavə tədbirlər barədə fərman verilib. Elektron imzaya sahib xarici vətəndaşların 2 kateqoriyaya bölünməsi təklif olunur: – e-Resident və m-Resident. Əgər birinci variant Estoniya ilə qarşılıqlı tərcübəyə əsaslanırsa, ikincisi Azərbaycanın öz layihəsidir. e-Resident e-İmzanı fiziki kartoçkada, m-Resident isə Asan İmzanı öz telefonu üçün olan SİM kartda alır. Azərbaycanda öz bizneslərini yaratmağı arzu edən bütün xarici vətəndaşlar Asan İmzanı operativ şəkildə Azərbaycanın dünyada yerləşən istənilən səfirliyindən əldə edə bilirlər. Bu xarici investisiyanın ölkəyə cəlb olunmasına şərait yaratmalı və xarici vətəndaşlar üçün biznes proseslərini sadələşdirməlidir. Hal-hazırda xarici investitorlara əməliyyatlar üçün müəyyən olunmuş limit həddində onlayn bank hesablarının təqdim olunması istiqamətində tənidləyicilərlə danışıqlar aparılır. Bu fəaliyyətin məqsədi xarici investitorların Azərbaycana cəlb olunması üçün daha əlverişli mühitin yaradılmasıdır.

Əgər siz elektron hökumət saytına daxil olsanız, giriş üçün elektron imza və ya Asan imzanın tələb olunduğunu görəcəksiz. Burada həm hüquqi, həm də fiziki şəxslər üçün 1000-ə yaxın onlayn xidmət göstərilir. Misal üçün vergi bəyannaməsinin göndərilməsi ümumiyyətlə elektron imza olmadan həyata keçirilə bilməz. Asan İmza 3 qrup şəxslərə təqdim olunur– vətəndaşlara, sahibkarlara və dövlət qulluqçularına. Hər bir növ xidmətlərin göstərilməsi üçün sertifikatlar dəstinə görə fərqlənir.

Həmçinin çox vacib məqam – nə elektron imzanı, nə də Asan İmzanı başqa şəxsə vermək olmaz. Dostlar, işçilər və hətta ailə üzvləri bu siyahıya daxildir. O şəxsi

məlumatları öz tərkibində saxlayan rəsmi sənəddir və onunla müvafiq qaydada davranmaq lazımdır. Onu başqasına vermək vətəndaşın öz şəxsiyyət vəsiqəsini və ya kredit kartını başqasına verməyə bənzəyir. (onunla eynidir)

Asan İmzanı Asan xidmət mərkəzi ofislərindən, Azercell, Bakcell və Nar mobil operatorlarının müştəri xidmət mərkəzlərindən almaq olar. Həmçinin banklar da elektron imzanı verməyə başlayıblar. Siz bununla əlaqəli Paşa Banka müraciət edə bilərsiniz. Tezliklə digər banklar da bu xidməti göstərəcəklər. Əvvəlcə siz xüsusi SİM kart əldə edirsiniz, sonra isə onun aktivləşdirilməsi tələb olunur.

Asan İmzanın mobil telefonla əlaqələndirilməsi çox əlverişlidir, çünki şəxsiyyət vəsiqəsi və kompüterdən fərqli olaraq o həmişə əlinizin altındadır. Asan İmzanın alınması olduqca operativ prosesdir və onu bir saatdan tez etmək (sona çatdırmaq) olar. Asan İmza üç il müddətinə verilir və bunun səbəbləri var. Yan Krampın sözlərinə görə texnologiyalar çox sürətlə dəyişir. Üç ilə sistem və təhlükəsizlik tələblər tamamilə dəyişə bilər. Asan İmzanın yenilənməsi vətəndaşlar üçün bütün əməliyyatların təhlükəsizliyini artırılmasına imkan yaradır. Azərbaycan vətəndaşları üçün tezliklə yeni növ şəxsiyyət vəsiqəsinin buraxılması onlara elektron imzanın aktivləşdirilməsi imkanı yaradacaq.

Elektron hökumət layihəsinə gəldikdə isə bu qarşılıqlı əlaqədə olan sistemlərin bütöv infrastrukturudur. Vacibdir ki həm dövlət həm də şəxsi məlumat bazaları bütöv halda işləsinlər. Misal üçün ölkədə yeni şirkətin açılmasını götürsək, burada bir çox informasiya sistemləri iştirak edir. Siz şirkətinizin ünvanını, öz şəxsiyyətinizi təsdiq etdirməli, yoxlamadan keçməli, vergi qeydiyyatı üçün VÖEN almalısınız və s. İkinci prinsip ondan ibarətdir ki sistemdə bir dəfə qeydiyyatdan keçmək lazımdır. Ondan sonra xüsusi kodu daxil etdikdə sistem sizin barənizdə məlumat verir. Daha bir üstünlük ondan ibarətdir ki, çoxlu instansiyalara getmək və lazımlı sənədləri toplamağa ehtiyac yoxdur. Azərbaycanda rəqəmsal sistemin inkişafı ölkədə insanların həyatını olduqca asanlaşdıracaq.

### **2.3 Azərbaycanda kommertiya fəaliyyətində İnformasiya texnologiyalarının tətbiqində dünya təcrübəsindən istifadə**

Azərbaycan Respublikasının gələcək inkişaf strategiyasının əsas istiqamətləri qeyri-neft sektorunun inkişafı və iqtisadiyyatın diversifikasiyası vasitəsilə davamlı iqtisadi artım və inkişafa nail olmaqdır. Bunun üçün təbii resurs faktorunu azaltmaq və qeyri-neft amilinin ümumi daxili məhsulun tərkibində, eləcə də ölkənin dövlət büdcəsinin formalaşmasında, iqtisadiyyatdakı yeniliklərin istifadəsinin genişləndirilməsi üçün güclü motivasiya mexanizmlərinin yaradılması və inkişaf etdirilməsində üstünlüyü təmin etmək nəzərdə tutulur.

Müasir tələblər səviyyəsində Azərbaycan Respublikasının bütün regionlarının sosial-iqtisadi inkişafının təmin edilməsi və mövcud resursları və coğrafi mövqeyi istifadə edərək iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin artırılması milli məhsulun dünya bazarında layiqli yer tutması üçün şərait yaradır. Bu məqsədlər Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 29 dekabr 2012-ci il tarixli 800 nömrəli Fərmanı ilə təsdiqlənmiş "Azərbaycan 2020: Gələcəyə Baxış" adlı (bundan sonra "Konsepsiya") "İnkişaf Konsepsiyasında" əks olunur. Konsepsiyanın əsas məqsədi, əsasən, qeyri-neft sektorunun inkişafı və iqtisadiyyatın biliklərinə əsaslanan innovasiya əsaslı iqtisadiyyatın yaradılması vasitəsilə bu artımı təmin etməklə növbəti səkkiz ildən on ilədək Azərbaycan Respublikasında ümumi daxili məhsulun 2 dəfə artırılmasıdır. Bu inkişafın mühüm əsaslarından biri informasiya-kommunikasiya texnologiyalarıdır (bundan sonra İKT). Yüksək artım tempi ilə yeni bir iqtisadi sektor kimi İKT müasir və çoxfunksiyalı infrastrukturun, eləcə də əhatəli sosial və iqtisadi inkişafın aparıcı gücünün rolunu oynayır.

Bu gün İKT respublikanın daim və davamlı inkişafının təmin edilməsi, onun intellektual potensialının gücləndirilməsi, biznesin təşviqi, korrupsiyaya qarşı mübarizə, yoxsulluq və işsizliyin azaldılması, şəffaflığın və cəmiyyətdə demokratiyanın inkişafı üçün əlverişli bir vasitə kimi qəbul edilir. Dövlət idarəetmə, təhsil, səhiyyə, biznes, bankçılıq və digər sahələrdə yeni dəyərlər yaradan İKT sosial və iqtisadi əlaqələrin mühüm tərkib hissəsidir. İnternet mediasının inkişafı, İnternetdə

düşüncə və söz azadlığı, elektron qəzet və jurnalların geniş yayılması, xarici və daxili sosial şəbəkələr ictimaiyyətin İKT-nin təmin etdiyi yeni imkanlardır.

Konsepsiyanın məqsədinə nail olmaq üçün əsas məqsədi gələcək on ildə İKT sektorunun 4-4,5 dəfə genişləndirilməsi, İKT-nin iqtisadi potensialının gücləndirilməsi və cəmiyyətin İKT ehtiyaclarını təmin etməkdir. Buna nail olmaq üçün innovativ, rəqabətçi İKT ixrac potensialını yaratmaq, ölkəni regional informasiya xidmətləri mərkəzinə çevirmək, kosmik sənayeni inkişaf etdirmək və peyk texnologiyasından geniş istifadə etmək, vətəndaşların və cəmiyyətin mövcud imkanlar, məhsul və xidmətlərdən səmərəli istifadəsi üçün şərait yaratmaq, İKT ilə bağlı bilik, bacarıq və təlimlərin artırılması, "elektron hökumət" in inkişafı və dövlət səviyyəsində elektron xidmətlərin istifadəsi, həmçinin, mövcud İKT infrastrukturunun və İKT-nin istifadəçilərinin informasiya təhlükəsizliyinin, yüksək ixtisaslı mütəxəssislərin və elmi kadrların hazırlanmasının, həyata keçirilən işləri elmi dəstəklə təmin etmək, ölkənin qlobal informasiya məkanına sıx inteqrasiyasını təmin etmək vacibdir.

İnternet iqtisadiyyatını da əhatə edən İKT-nin inkişafı ənənəvi sənayenin inkişafında mühüm rol oynayacaqdır. İnternet iqtisadiyyatı istifadə və iştirak üçün yeni mühit yaratmaq, məhsuldarlığı artırmaq, rəqiblər üzərində strateji üstünlük əldə etmək, tərəfdaşlarla əlaqələrin gücləndirilməsi, informasiya resurslarından istifadəni optimallaşdırmaq və bütövlükdə cəmiyyətin rifahının yaxşılaşdırılması üçün şərait yaradır.

Bütün bu məqsədlərə nail olmaq və planlaşdırılan işlərin sistemli həyata keçirilməsi üçün Azərbaycan Respublikasında 2014-2020-ci illər üçün İnformasiya Cəmiyyətinin İnkişafı üzrə Milli Strategiya (bundan sonra - Milli Strategiya) hazırlanmışdır.

Bu milli strategiya Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2003-cü il 17 fevral tarixli 1146 sayılı Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan Respublikasının inkişafı üçün informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının (2003-2012) milli strategiyası" və bu strategiyanın həyata keçirilməsi ilə bağlı qəbul edilmiş dövlət proqramlarının

həyata keçirilməsi yönündə reallaşdırılan genişmiqyaslı işlərin nəticələri əsasında qurulmuşdur. Əldə edilmiş nəticələr, informasiya cəmiyyətinin əsaslarının yaradılması, vətəndaşların, cəmiyyətin, özəl sektorun və dövlət qurumlarının İKT-dən yaygın istifadəsi növbəti mərhələdə fəaliyyət istiqamətlərini planlaşdırmaq üçün əlverişli şərait yaradır. Beynəlxalq telekommunikasiya birliyi (bundan sonra "MTS"), Avropa İttifaqı, YUNESKO, "Açıq Hökumət Təşəbbüsü" daxil olmaqla, beynəlxalq qurumların tövsiyələri, cəmiyyətin müasir kommunikasiya və informasiya texnologiyaları, dünya təcrübəsi, tövsiyələri nəzərə alınaraq hazırlanan milli strategiya, tətbiq olunan dövlət siyasətini əks etdirir və bu konsepsiya İKT sahələrinin qarşısında qoyulan əsas məqsəd və vəzifələri, prioritetləri və əsas fəaliyyətlərini müəyyənləşdirir.

Azərbaycan Respublikasında İKT-nin inkişafı üzrə işlər nəticəsində ölkənin global elektron məkana inteqrasiyasının sürətləndirilməsi, yeni sosial və iqtisadi fəaliyyət növlərinin (elektron hökumət, elektron ticarət, məsafədən təhsil və s.) yaranması, informasiya və bilik bazarının yaradılması, iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində məhsuldarlığın artması, məhsulların və xidmətlərin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün vacib addımlar atıldı. Bildirildi ki, dövlətin xüsusi diqqətində olan bu sahə ölkə iqtisadiyyatının gələcək inkişafının prioritet istiqamətlərindən biridir və Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2013-cü il 16 yanvar tarixli 2664 nömrəli Sərəncamı ilə 2013-cü il Azərbaycan Respublikasında İnformasiya Texnologiyaları ili elan edildi.

2003-2013-cü illərdə dövlət İKT sahəsində yüksək diqqət və qayğı göstərmiş, diqqət mərkəzində, hərtərəfli və ardıcıl fəaliyyət göstərmişdir. Bunun təzahürü kimi, "The Global Information Technology Report" Dünya İqtisadi Forumunun hesabatı da daxil olmaqla, bir çox beynəlxalq hesabatda Azərbaycan Respublikasının İKT sahəsində əldə etdiyi nəticələr nəzərə alınmış və "Hökumətin İKT-yə dəstək verməsi"-də və "Hökumətin gələcək baxışlarında İKT-yə verdiyi əhəmiyyət"-ə görə 2013-cü ilin hesabatında ölkəmiz dünyanın ilk onluğunda yer almışdır. Ümumiyyətlə, şəbəkə hazırlığı indeksi üzrə hesabatda Azərbaycan 144 ölkə arasında 56-cı yeri tutub və MDB ölkələri arasında liderdir.

İllər ərzində sənayenin inkişafını təmin etmək üçün müvafiq hüquqi çərçivə yaradılmış, bir çox mühüm qanunlar və digər normativ-hüquqi aktlar qəbul olunmuşdur.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2005 və 2010-cu illərdəki müvafiq sərəncamları ilə təsdiq edilmiş Azərbaycan Respublikasında rabitə və informasiya texnologiyalarının inkişafı üzrə dövlət proqramları, eləcə də Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2010-cu il 14 may tarixli 136 nömrəli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş "2010-2011-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında "elektron hökumət"-in formalaşdırılması üçün tədbirlər proqramı" İKT-nin inkişafı üçün əməli tədbirlərin həyata keçirilməsini təmin edir.

Ölkəmizdə İKT-nin inkişafı üçün yeni imkanlar açan bu hüquqi aktlar, azad bazarın prinsiplərini və bu sahədə sağlam rəqabətin, vətəndaşların və dövlət orqanlarının İKT-nin yaygın istifadəsini müşahidə etmək üçün şərait yaradıb.

Son illərdə İKT sektoru iqtisadiyyatın aparıcı və dinamik inkişaf edən bir sahəsinə çevrilmişdir. Bu illər ərzində sektorun həcmi, təxminən 20-25% -lik orta illik artım tempi ilə hər üç ildə iki dəfə artmış, 1,9 milyard ABŞ dollarını aşmış, ÜDM-də payı 1,7% -ə, qeyri-neft ÜDM-də isə 3,3% -ə qədər artmışdır. Sektordakı investisiyalar təxminən 2,5 milyard ABŞ dolları təşkil edib, onlardan 28 faizi dövlət tərəfindən, 72 faizi isə yerli biznes və xarici investorlar tərəfindən yatırılıb. 2003-cü illə müqayisədə özəl sektorun payı 67,3% -dən 80% -ə çatıb.

Göstəricilər	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Müəssisələr tərəfindən internetdən istifadə məqsədlərinin bölgüsü (%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Bankçılıq və maliyyə xidmətlərinin göstərilməsi (%)	16.7	16.3	16.9	21.1	21.0	21.7
Təhsil və təlim (%)	7.4	5.4	5.0	5.9	5.5	5.5
Bazarın konyukturunun araşdırılması (%)	5.7	3.9	3.5	3.7	3.6	3.8
Mallar və xidmətlər haqqında məlumat (%)	11.5	7.7	6.7	7.3	7.1	6.9
Elektron yazıların göndərilməsi və qəbul olunması (%)	28.4	22.9	22.8	26.8	26.5	26.4
Digər informasiya axtarışları və ya tədqiqat fəaliyyətləri (%)	11.0	8.3	7.9	9.3	9.5	9.3
Müştəri xidmətlərinin göstərilməsi (%)	3.4	3.7	4.0	4.5	5.0	4.8
Digərləri(%)	15.8	31.8	33.2	21.4	21.8	21.6

**Cədvəl 2.1 Müəssisələr tərəfindən internetdən istifadənin məqsədi və xarakteri**  
[Информационные технологии и их роль в повышении конкурентоспособности в деятельности торговых предприятия, dissercat.com]

Cədvəldə verilmiş məlumatlardan da göründüyü kimi, 26,4%-i 2015-ci ildə elektron poçtların göndərilməsi və qəbul edilməsi üzrə əvvəlki illərlə müqayisədə azalma tendensiyasını əks etdirən göstəricisidir, 22% -i isə bank və maliyyə xidmətləri sahəsində göstərilən xidmət göstəricisidir. 2010-cu ildə bu göstərici 16,7% təşkil etmişdir. Qeyd etmək lazımdır ki, internetdən istifadə bazar şəraitinin öyrənilməsi üçün 3,8% və mal və xidmət haqqında məlumat əldə etmək üçün isə 6,9% təşkil edib. 4.8% 2010-cu ildə 3,4% olan müştəri xidmətlərinin göstəricisi 2015-ci ildə 4,8% təşkil etmişdir.

Azərbaycan Respublikasında MDB ölkələri arasında ilk dəfə sabit telefon şəbəkəsi tam şəkildə elektriklişdirilib və ölkənin bütün yaşayış məntəqələri telefonla əlaqələndirilib. Respublikanın bütün regional mərkəzləri fiber-optik telekommunikasiya şəbəkəsinə qoşulub.

Son illər ərzində mobil şəbəkə də genişlənmişdir. Respublikada fəaliyyət göstərən üç mobil operator müasir 3G xidmətlərini təmin edir. 2012-ci ildə ölkəmizdə 4G texnologiyası tətbiq olundu. 2013-cü ilin yekunlarına əsasən, Azərbaycanın əhalisinin 70% -nin İnternet istifadəçisidir. İnternetin qiyməti isə ildən-ilə azalır. Beləliklə, 2004-cü illə müqayisədə İnternetə 1 Mbit / s sürətlə qoşulma xərci 1200 manatdan 10 manata endirilib.

8 fevral 2013-cü ildə Azərbaycan Respublikasının ilk telekommunikasiya peyki, müstəqillik dövründə ölkəmizin ən yüksək texniki nailiyyətlərindən biri olan Azerspace-1 orbitə buraxılmışdır. Avropanın, Yaxın Şərq, Orta Asiya və Afrika ölkələrinə telekommunikasiya xidmətlərinin, internet xidmətlərinin, televiziya və radio yayım xidmətlərinin göstərilməsinə imkan verən peykin kommersiya istismarı artıq başlayıb, yaradılmış infrastruktur vasitəsilə Azərbaycan mütəxəssisləri tərəfindən idarə olunur. 2005-2010-cu illərdə "Maliyyə xidmətlərinin inkişafı" layihəsinin nəticəsində milli poçt operatoru "Azerpocht" MMC şəbəkəsindən istifadə

edərək, Dünya Bankının dəstəyi ilə, ənənəvi xidmətlərlə yanaşı, əhaliyə poçt şöbələri tərəfindən bankçılıq və maliyyə xidmətlərinin göstərilməsi təmin edilmişdir.

Azərbaycan Respublikasında kompüter və elektron avadanlıqların və program təminatlarının istehsalı ildən-ilə artmaqdadır. Son 5 il ərzində ölkənin informasiya texnologiyaları sektoru demək olar ki, iki dəfə artmışdır və orta illik artım tempi 17% təşkil etmişdir. Ölkədə "elektron hökumət" in lazımlı infrastrukturunu yaradılmışdır. "Elektron hökumət" portalı artıq dövlət orqanlarının informasiya sistemləri arasında xüsusi infrastrukturun köməyi ilə informasiya mübadiləsi aparır, elektron imzanın istifadəsi üçün infrastruktur və sertifikat xidmətləri üçün mərkəzlər yaradılır. Nəticədə, elektron imzanın istifadəsi genişlənir və müxtəlif elektron xidmətlər dövlət orqanları tərəfindən verilir. Hal-hazırda "elektron hökumət" portalına qoşulan dövlət qurumlarının elektron xidmətləri əhaliyə "bir pəncərə" prinsipi əsasında təklif olunur. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2013-cü il 5 fevral tarixli 813 nömrəli "Elektron hökumət portalı haqqında Əsasnamənin" təsdiq edilməsi və elektron xidmətlərin genişləndirilməsi tədbirləri haqqında fərmanı bu sahədə həyata keçirilən işlərə xüsusi təkan verdi.

Qeyd edək ki, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 13 iyul 685 sayılı 2012-ci il tarixli Fərmanı ilə vətəndaşlara daha yaxşı, rahat, vahid bir məkandan xidmət göstərilməsi və müasir innovasiyalardan istifadə edilməsi, dövlət orqanlarının informasiya bazalarının bir birinə inteqrasiyası, elektron xidmətlərin təşkili prosesinin sürətləndirilməsi, idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi məqsədilə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi və ona tabe olan "ASAN Xidmət" mərkəzləri yaradılmışdır ki, bu da qısa müddətdə özünü müsbət təcrübə kimi doğrultmuşdur.

Əldə olunmuş bu inkişafdan irəli gələrək, informasiya sistemlərinin, yaradılmış infrastrukturların, yığılmış məlumatların mühafizəsinin təşkili, həmçinin bu imkanlardan vətəndaşların və digər istifadəçilərin rahat istifadəsinə şərait yaradılması yönündən informasiya təhlükəsizliyi məsələləri mühüm əhəmiyyət kəsb edir və hər zaman diqqət mərkəzində saxlanılır. Bu sahədə fəaliyyətin təkmilləşdirilməsi, dövlət



orqanlarının informasiya resursları və sistemlərinin mümkün təhdidlərdən qorunması, kibertəhlükəsizlik üzrə ümummilli hazırlığın və maarifləndirmənin inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə ölkədə Azərbaycan Respublikası Xüsusi Dövlət Mühafizə Xidmətinin Xüsusi Rabitə və İnformasiya Təhlükəsizliyi Dövlət Agentliyi və Azərbaycan Respublikasının Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi yanında Elektron Təhlükəsizlik Mərkəzi fəaliyyət göstərməkdədir. Milli potensialın gücləndirilməsi və reallaşdırılan işlərin davamlılığının təmini üçün İKT sahəsi üzrə yüksəkixtisaslı kadr hazırlığı daha da genişlənir. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2007-ci il 16 aprel tarixli 2090 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “2007-2015-ci illərdə Azərbaycan gənclərinin xarici ölkələrdə təhsili üzrə Dövlət Proqramı”nda İKT sahəsində yüksəkixtisaslı kadrların hazırlanması prosesi üstün sahə hesab edilmişdir. Azərbaycan Respublikasının Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin nəzdində fəaliyyət göstərən İnsan Resurslarının İnkişafı Fondu vasitəsilə də İKT üzrə mütəxəssislərin hazırlığına dəstək verilir. Azərbaycan Respublikası bir neçə regional layihələrin təşəbbüskarı və aktiv icraçısıdır. BMT Baş Assambleyasının qətnamələri (2009, 2012 və 2013-cü illərdə) ilə dəstəklənən “Trans-Avrasiya Super İnformasiya Magistralı” (TASİM) layihəsinin həyata keçirilməsi, eləcə də ölkəmizin də iştirak etdiyi “Avropa-Yaxın Şərq informasiya magistralı”nın (Europe-Persia Express Gateway – EPEG) imkanlarından istifadə edilməsi ölkəmizin internetə çıxış potensialının daha da artmasına gətirib çıxardacaqdır.

Bu gün Azərbaycan Respublikasında informasiya-kommunikasiya texnologiyaları (İKT) sferasındakı görünən işlər ümummilli lider Heydər Əliyevin müəyyənləşdirdiyi strateji xətt üzrə müvəffəqiyyətlə davam etdirilir və dəyərləndirilir. Onun 2003-cü ildə təsdiq etdiyi “Azərbaycan Respublikasının inkişafı naminə informasiya-kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli Strategiya (2003-2012-ci illər)” bu istiqamətin ölkəmiz üçün önəmli əhəmiyyət daşıdığını vurğulayan ilk rəsmi sənəd olmuşdur. 2003-cü il dekabrın 10-12-də Cenevrədə BMT və Beynəlxalq Telekomunikasiya ittifaqı tərəfindən İnformasiya Cəmiyyəti üzrə keçirilən Ümumdünya Sammitində Prezident İlham Əliyev nitq demiş, Azərbaycanda

İKT-nin çiçəkləndirilməsi yönündə dövlət siyasətinin əsas prinsipləri və Milli fəaliyyət Proqramının əsas istiqamətlərindən söhbət açmışdır.

Azərbaycanda İKT sahəsində görüləcək işlərin davamlı müvəffəqiyyətli olması üçün digər ölkələrin təcrübələrindən istifadə edilməsi və tətbiq edilməsi ölkəmiz üçün faydalı olacaqdır. Bununla bağlı, 2015-ci ildə Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyində (RYTN) Azərbaycanla Tərəfdaşlıq Strategiyasının hazırlanması ilə əlaqədar Koreya Strategiya və Maliyyə Nazirliyinin nümayəndə heyəti ilə görüş keçirilib.

Nazirlikdən verilmiş məlumata əsasən, keçirilmiş görüşdə rabitə və yüksək texnologiyalar nazirinin müavini Elmir Vəlizadə rabitə və yüksək texnologiyalar sferasının başlıca istiqamət kimi respublikanın gələcək iqtisadi inkişaf məqsədlərində, həmçinin “Azərbaycan-2020: Gələcəyə baxış” inkişaf konsepsiyasında mühüm yer tutduğunu vurğulayıb. Həmçinin qeyd edib ki, ixrac yönümlü mal və xidmət istehsalının miqyasının artırılması, iqtisadiyyatın İKT sahəsinin davamlı çiçəklənməsi və rəqabət qabiliyyətinin yüksəldirilməsi məqsədilə ölkədə yüksək texnologiya parklarının fəaliyyətinin qurulmasına dair məqsədyönlü işlər görülür, e-hökumətin formalaşdırılması prosesi müvəffəqiyyətlə davam etdirilir. Eləcə də diqqətə çatdırıb ki, bu sahələrdə partnyorluq və Koreyanın öncül təcrübəsinin öyrənilməsinin əməkdaşlıq üçün önəmli bir faktordur.

Koreyanın Strategiya və Maliyyə Nazirliyinin (SMN) nümayəndə heyətinin rəhbəri, SMN-in Beynəlxalq İnkişaf Siyasəti İdarəsinin direktoru Han Jung da ölkəsinin Azərbaycanla əməkdaşlığa çox önəm bəslədiyini və 2016-2020-ci illər üçün “Ölkə Tərəfdaşlıq Strategiyası”nda bunun öz əksini tapdığını bildirib.

Beynəlxalq Telekommunikasiya İttifaqı (İTİ) informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının (İKT) inkişafı ilə bağlı yeni məlumatlar yayımlamışdır.

Reytinq	Ölkələr	İndeks
1	İslandiya	8.98
2	Cənubi Koreya	8.85
3	İsveçrə	8.74

4	Danimarka	8.71
5	Birləşmiş Krallıq	8.65
6	Hong Kong	8.61
7	Niderland	8.49
8	Norveç	8.47
9	Lüksemburq	8.47
10	Yaponiya	8.43
11	İsveç	8.41
12	Almaniya	8.39
13	Yeni Zelandiya	8.33
14	Avstraliya	8.24
15	Fransa	8.24
16	ABŞ	8.18
17	Estoniya	8.14
18	Sinqapur	8.05
19	Monako	8.05
20	İrlandiya	8.02

**Cədvəl 2.2 2017-ci il üzrə İKT İnkişafı İndeksi.**[ 19, səh. 93 ]

Burada 176 ölkə içərisində İKT-nin istifadəsi üzrə İslandiya birinci yeri tutub. Arxasınca, Cənubi Koreya və İsveçrə isə siyahının 2-ci və 3-cü mərtəbəsində dayanıb.

Postsovet məkanında informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının inkişafında Belarus lider ölkələrdən biri hesab olunur. 2010-cu ildən bu ölkə qlobal sıralamada 14-cü mövqeyə yüksəlib və indi bu siyahıda 32-ci yeri tutur. Bu dünya sıralamasında Rusiya 45-ci, Azərbaycan 65-ci, Türkiyə isə 67-ci mövqedə yerləşir. Qazaxıstan dünya sıralamasında 52, Moldova 59, Gürcüstan 74, Qırğızıstan isə 109-cu sırada iştirak etdi. Eyni zamanda, hesabatın müəllifləri qeyd edirlər ki, regionda sonuncu yeri tutan Qırğızıstan da İKT-ni inkişaf etdirməyə müvəffəq olmuşdur.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Kompüterdən istifadə etmiş müəssisələrin ölkədə fəaliyyət göstərən bütün müəssisələrdə xüsusi çəkisi, faizlə	23,7	24,2	47,3	56,3	57,1	57,8	58,6	63,1	65,3
Kompüterdən istifadə etmiş işçilərin fəaliyyət göstərən bütün müəssisələrdə işləyən işçilərin siyahı sayına nisbəti, faizlə	12,2	14,5	15,8	17,7	18,5	21,6	23,2	28,0	29,6
İnternetdən istifadə etmiş müəssisələrin fəaliyyət göstərən müəssisələrdə xüsusi çəkisi, faizlə	11,7	13,8	27,9	35,6	40,9	42,2	45,7	48,0	51,6
İnternetdən istifadə etmiş işçilərin fəaliyyət göstərən bütün müəssisələrdə işləyən işçilərin siyahı sayına nisbəti, faizlə	4,0	5,0	7,1	10,3	10,9	14,4	16,5	20,4	21,5
Veb səhifəsi (Web Page, Web Site) olan müəssisələrin fəaliyyət göstərən müəssisələrdə xüsusi çəkisi, faizlə	2,0	2,2	4,9	9,0	9,2	9,3	10,4	11,9	11,9

**Cədvəl 2.3 Azərbaycanada müəssisələrdə İKT-dən istifadənin əsas göstəriciləri [ 20, səh.93]**

Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin tərtib etdiyi göstəricilərə görə qeyd etmək lazımdır ki, 2008-ci illə müqayisədə bütövlükdə ölkədəki müəssisələrdə kompyuterdən istifadə edən müəssisələrin xüsusi çəkisi 2016-cı ildə 2 dəfədən çox artmışdır. Həmçinin kompyuterdən istifadə edən işçilərin ümumi müəssisələrdəki işçilər üzrə xüsusi çəkisi də 2 dəfədən çox artaraq 2016-cı ildə 29,6% olmuşdur. İnternetdən istifadə etmiş müəssisələrin fəaliyyət göstərən müəssisələrdə xüsusi çəkisi isə 11,7% -dən 51,6%- ə yüksəlmişdir (təqribən 4 dəfədən artıq). Veb səhifəsi (Web Page, Web Site) olan müəssisələrin fəaliyyət göstərən müəssisələrdə xüsusi çəkisi isə 5 dəfə artım göstərmişdir. 2014-cü ildə müəssisələrdə olan kompüter sayı 2010-cu ilə nisbətən 107 min 300 artaraq 253 min 600-ə çatıb. İnternetə qoşulmuş kompüterlərin sayı isə 154 min 130-dur. Yəni, müəssisələrdə olan kompüterlərin 60.8 faizi internetə qoşulmayıb. 2014-cü ildə ölkədəki müəssisələrin 58.6 faizi kompüterdən istifadə edib. Burada əsas pay isə işçi sayı 50-dən yuxarı olan müəssisələrə düşür. Kompüterlərdən ən az istifadə olunan müəssisələr isə işçi sayının 5-dən az olduğu müəssisələrdir. Bütün bunlar bir daha isbat edir ki, ölkəmizdə keçirilən informasiya texnologiyalarına aid islahatlar öz bəhrəsini göstərmişdir. Eləcə də bundan sonra aparılan islahatlar da bunlara nümunə olacaqdır.

Azərbaycanda İKT-nin inkişafı ilə bağlı bir çox addımlar atılır. 2018-ci ilin əvvəllərində Nəqliyyat, rabitə və yüksək texnologiyalar naziri Ramin Quluzadə Vyanaya rəsmi səfər edib və orada Avstriyanın nəqliyyat, innovasiya və texnologiyalar naziri Norbert Hofer ilə görüşü baş tutub və müxtəlif sahələr üzrə əməkdaşlığın hal-hazırda olan vəziyyəti və perspektivlərinə dair səmərəli müzakirələr aparılıb. Həmçinin bununla yanaşı, regional əhəmiyyətli layihələr, İKT sahəsində milli səviyyədə həyata keçirilən proqram və layihələr, o cümlədən Azərbaycanın təşəbbüsü ilə reallaşdırılan Trans-Avrasiya Super İnformasiya Magistralı layihəsinə də toxunulub və geniş müzakirə olunub. R. Quluzadə Avstriya şirkətlərini Azərbaycanın İKT və nəqliyyat sektorlarında daha fəal olmağa, öz məhsullarını nümayiş etdirmək üçün hər il Bakı şəhərində təşkil olunmuş “Bakutel” sərgisinə

dəvət edib. N. Hofer öz ölkəsinin Azərbaycanda reallaşdırılan nəqliyyat və İKT layihələrinə xüsusi diqqət göstərdiyini, bu xüsusda, iki ölkənin müvafiq qurumları, eləcə də, özəl sektor nümayəndələri arasında əlaqələrin daha da intensivləşdirilməsini təklif edib. Bununla yanaşı, Anlaşma Memorandumunu hazırlanaraq, imzalanması üzrə razılıq əldə ediblər.

Azərbaycan Respublikasının Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi respublikada İKT-nin inkişafı üzrə dövlət siyasətinin icrasına məsul qurum və Milli Strategiyanın həyata keçirilməsi üzrə görülən işlərin əlaqələndiricisi olaraq, bu istiqamətdə görülən işlərdə şəffaflyq prinsipini həyata keçirməyə, istifadəçiləri informasiya ilə təmin etməyə imkan verən rəsmi informasiya portalı yaratmış, onu rus və ingilis dillərində istifadəyə vermişdir. Burada təqdim olunan normativ hüquqi aktlar, xidmətlərin qiymətləri, standart sənədlərin elektron nümunələri, fəaliyyət xəbərləri, video-qrafik və digər materiallar hər bir dövlət orqanının internet informasiya resursu üçün əyani misaldır.

Azərbaycanda İKT-nin inkişaf dinamikası, uğurla həyata keçirilən neft strategiyası nəticəsində ölkəyə olan inamın artması, beynəlxalq qurumlarla uğurlu əməkdaşlıq nümunələri, yüksək texnologiyaya əsaslanan iqtisadiyyatın formalaşması üzrə qarşıya qoyulan vəzifələr, dövlət siyasətinin tərkib hissəsi kimi İKT sahəsinə göstərilən böyük diqqət və qayğı, ölkəmizin yaxın gələcəkdə yüksək texnologiyalar sahəsində böyük uğurlar qazanacağına zəmanət verir.

2005-ci ilin iyulundan həyata keçirilməsinə başlanmış və Azərbaycan hökumətinin və BMT-nin İnkişaf Proqramının birgə layihəsi olan «Milli E-İdarəçilik Şəbəkəsi Təşəbbüsü»nün (AzDataCom) ilkin mərhələsi başa çatmışdır, Bakı və Sumqayıt şəhərləri, Abşeron rayonu və Gəncə şəhəri istiqamətində olan 8 bölgə üzrə informasiya xidmətləri göstərilməkdədir. Bu layihənin tam başa çatması nəticəsində respublikanın bütün bölgələrini əhatə edəcək şəbəkə infrastrukturunu yaradılacaq və regionlarda İKT-dən istifadə imkanları daha da artacaqdır.

## **FƏSİL III. MÜASİR DÖVRDƏ KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNDƏ İNFORMASIYA TEXNOLOGİYALARININ TƏTBİQİNİN XARAKTERİK CƏHƏTLƏRİ**

### **3.1 İnformasiya Texnologiyaları kommersionya fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsinin elementi kimi**

Müasir dövrdə kommersionya fəaliyyətinə innovasiyaların və yeniliklərin tətbiq olunması bu fəaliyyətin həyata keçirilməsi zamanı səmərəliliyin artırılmasına, kommersionya fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsinə və görülən işlərin daha effektiv nəticələrə malik olmasına müsbət təsir edir. Kommersionya fəaliyyətinə yeniliklərin tətbiqi yeni texnika və texnologiyalardan geniş istifadə olunmasına əsaslanır.

Bu gün bir çox müəssisənin kommersionya fəaliyyətinin demək olar ki, bütün aspektləri İnternetdən istifadə ilə bağlıdır və onun rolu daim artır. İnternetdə istifadə olunan ənənəvi kommersionya vasitələri daha effektiv hala gəlir və İnternet müəssisələrə tərəfdaşlarla əlaqələr qurmaq və saxlamaq, lazımi məlumatları tapmaq və e-ticarət üçün yeni imkanlar təqdim edir. Maraqlısı odur ki, kiçik şəhərlərdə belə, böyük şirkətlərin səlahiyyətində olan müəssisələrin öz saytlarının olması onlar üçün böyük bir şey sayılmır. Hər hansı bir müəssisə, hansı sahəyə aid olmasından, mülkiyyət formasından, ölçüsündən və digər xüsusiyyətlərindən asılı olmayaraq, nəinki İnternetə daxil olmaq, hətta orada uğur qazanmağa belə tamamilə qadirdir. Bizim fikrimizcə, bu səbəbdən şəbəkənin imkanlarının, İnternetin tətbiq olunduğu sahələrin və kommersionyada İnternet xidmətlərinin analizinin tətbiq olunması faydalı ola bilər:

-istehsal müəssisələrinə - marketing idarəetməsində internet texnologiyalarının cəlb olunmasının effektivliyini artırmaq;

-eləcə də İnternet xidmətlərinin bütün iştirakçılara imkan verir:

1) xidmət təminatçıları - İnternet xidmətlərinə tələbatın öyrənilməsi, potensial müştərilərin cəlb edilməsi və real müştərilərin saxlanılması və göstərilən xidmətlərin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması;

2) xidmət alıcıları - müəssisədə marketinq strategiyalarının həyata keçirilməsində internet xidmətlərinin daha çox tam istifadəsinin təmin edilməsi.

Aydındır ki, bəzi istehsal müəssisələri internet xidmətlərinin alıcılarıdır, lakin bu xidmətdən istifadə etməyən şirkətlər də var, buna görə də İnternet xidmətlərinin əhəmiyyətini və xüsusi müəssisələrin - xidmət alıcılarının kommersiya fəaliyyətində İnternet-xidmətlərindən istifadə olunmasının faydalarını vurğulamaq lazımdır.

Bu mövzuda araşdırmanın məqsədi müxtəlif kommersiya müəssisələri üçün İnternet vasitələrinin və imkanlarının kommersiya fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsində və marketinq vasitəsi kimi istifadə edilməsində əsas istiqamətlərini müəyyən etməkdir. Bu məqsədlə aşağıdakı vəzifələri qeyd etmək olar:

- ✓ Kommersiya fəaliyyətində müəssisələrin İnternet və İnternet xidmətindən istifadə edilməsinə münasibətlərinin tədqiqi metodikası;

- ✓ Müəssisələrin kommersiya fəaliyyətində İnternetdən istifadənin əsas istiqamətləri və vasitələrini, habelə istifadəçilərin şəbəkənin imkanlarından istifadə etməsi prosesində əldə etdiyi faydalarını müəyyən etmək;

- ✓ Müəssisələrin İnternetdən istifadə etməməsinin mümkün səbəblərini və gələcəkdə şəbəkəni istifadə etmək niyyətlərini müəyyənləşdirmək və araşdırmaq;

- ✓ Kommersiya vəzifələrini yerinə yetirərkən şirkətlərin hansı İnternet xidmətlərindən istifadə etdiklərini və bu xidmətləri necə qiymətləndirdiklərini araşdırmaq;

- ✓ İnternet xidmətlərinin potensial alıcılarını, onların ehtiyaclarını, gələcəkdə xidmətlərin alınması ilə bağlı imkanlarını və niyyətlərini müəyyənləşdirmək;

- ✓ İnternet və sənayedə İnternet xidmətlərinin müqayisəli şəkildə təsvir edilməsi, müxtəlif kommersiya müəssisələrinin kommersiya fəaliyyətində İnternet texnologiyalarının istifadəsinin ümumi və spesifik xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək.



Müəssisələrin İnternetə və İnternet xidmətlərindən istifadə olunmasına münasibətinin öyrənilməsi metodikası. Müəyyən edilmiş məqsədlər və vəzifələr mövqeyindən müəssisələrin tədqiqat metodu aşağıdakılardan ibarətdir:

- sorğunun hazırlanması;
- şəhərin ümumi müəssisələrinin məcmusundan seçmə əsasında metodun əsaslandırılması;
- informasiya toplama metodunun müəyyən edilməsi;
- məlumatların toplanması və birbaşa işlənməsi;
- xüsusi problemlərin və hesabların müəyyən edilməsi.

Sorğunun hazırlanmasında, İnternetdə marketingin istifadəsinin xüsusiyyətlərinin tədqiqatının nəticələri nəzərə alınmışdır, o cümlədən:

- Kommersiyada İnternet tətbiqinin əsas istiqamətləri - şəbəkə rabitəsi; bazar məlumatı; İnternet vasitəsilə alqı-satqı, şəbəkədə malların reklamı, xidmət və satış sonrası xidməti;

- İnternet vasitəsi - e-poçt, elektron elan lövhələri, elektron poçtda poçt siyahıları, səsli ünsiyyət, çoxsahəli dialoq, videokonfransın keçirilməsi, internetdə söhbətin təkrar ötürülməsi, WWW, informasiya axtarışı və proqram təminatı, öz veb saytları və s. ;

- Kommersiya sahəsində İnternet tətbiqinin hər bir sahəsində xidmətlər:

A) İştirakçılarla ünsiyyətin saxlanılması:

- poçt siyahıları və ixtisaslaşdırılmış müzakirə siyahıları;
- serverin bülletenləri;
- elan lövhələrində reklam xidmətləri;
- beynəlxalq əlaqələr təşkilatları və s.

B) Məlumat axtarılması :

- mətbuatın materiallarını başa çatdırmaq üçün xidmətlər;
- kommersiya yönümlü veb səhifələr;
- dövlət qurumlarının veb-səhifələri və s.

C) E-ticarət vəziyyətində:

- maliyyə xidmətləri;
- elektron ticarətə yönəldilmiş firmaların xidmətləri və s.

D) İnternetdə reklam verərkən:

- reklamın kontekstli nümayişi;
- ixtisaslaşmış reklam agentliklərinin xidmətləri.

E) Sayt yaratmaq və yenilənmə zamanı:

- saytın yaradılması xidmətləri;
- yerin qeydiyyatı;
- saytın reytingdə iştirakı və s.

Hazırlanmış anket üç hissədən ibarətdir:

- Müəssisədə İnternetdən istifadəyə dair ümumi məlumat.
- İnternet xidmətindən istifadə haqqında məlumat.
- Müəssisə haqqında məlumat.

Bu anketdə ,eləcə də öz fəaliyyətlərində İnternetdən istifadə etməyən təşkilatların bunun səbəbi barədə açıqlaması yer alıb (qeyd edək ki, bu sorğu kiçik bir şəhərin şirkətləri üzərində aparılıb) .Bundan əlavə, İnternetdən istifadə etməyən firmaların gələcəkdə istifadə edəcəyi ehtimalı müəyyənləşdirilib.

İnternet marketinq musiqi sənayesi, bankçılıq, portativ elektron qurğular bazarı (mobil telefonlar, oyunçular və s.) və ən əsası reklam kimi bir sıra biznes sahələrinə böyük təsir göstərmişdir. Çox sayda banklar öz xidmətlərini onlayn şəkildə təklif edirlər. Hər dəfə bir banka və ya onun şöbələrinə səfər etmək lazım olduğuna görə online bankçılıq müştəri üçün daha rahatdır. ABŞ-da təxminən 50 milyon insan bu gün online bankçılıqdan istifadə edir. Online bankçılıq internet biznesinin ən sürətlə inkişaf edən sektorlarından biridir. İnternet vasitəsilə əlaqələrin sürətlə artması bu sahədə son dərəcə mühüm rol oynayır və İnternet istifadəçilərinin təxminən 44% -i internet-bank xidmətindən istifadə edir. (Web money, yandex money, Kiwi).

İnternet auksionları son illərdə populyarlıq qazanmışdır. Belə ki, əvvəllər xalq bazarlarında tapıla bilən unikal əşyalar indi, eBay kimi onlayn auksionlarda satılır. eBay dünyada milyonlarla qeydiyyatdan keçmiş istifadəçi ilə dünyanın ən böyük və

ən məşhur internet auksionu sayılır. eBay 3 sentyabr 1995-ci ildə San -Jose şəhərində (ABŞ-ın Kaliforniya ştatında), Fransada doğulmuş, millətçə İranlı , kompüter proqramist Pierre Omidyar tərəfindən qurulub. Burada satış üçün hər gün təxminən 6,5 milyon yeni məhsul təqdim edilir və saytda gündəlik görünüşlərin sayı 1 milyarda çatır.

Belə ki, həm də, auksionların inkişafı nadir və antikvar əşyalarının qiymətlərinə ciddi təsir göstərmişdir. Əgər əvvəllər qiymət haqqında məlumatın tapılması çətin idisə, indi, buna bənzər bir şeyin qiymətini hərracda asanlıqla görə bilərsiniz. Eyni zamanda, oxşar məhsulların daha çox satıcısı evdən çıxmadan işlərini online həyata keçirirlər.

İnternet reklam sənayesinə də təsiri həqiqətən böyük olmuşdur. Bir neçə il ərzində online reklam miqdarı sürətlə artıb və ildə on milyardlarla dollara çatmışdır. Reklam verənlər üstünlüklərini fəal olaraq dəyişməyə başladılar və bu gün internet reklamları radioda gedən reklamlardan (inkişaf etmiş ölkələrdə) daha çox bazarda üstün mövqeyə malikdir. İnternet marketinqi B2B sektoruna ciddi təsir göstərmişdir və bu təsir gün keçdikcə artır. Bu gün şəbəkədə özünü inkişaf etdirməyən böyük bir sənaye müəssisəsini tapmaq çətinidir. Artım tendensiyaları həm ticarət internet saytlarının daim genişlənməsi, həm də onların sayının artması ilə əks oluna bilər.

İnternet insanlara qəribə təsir göstərir: virtual məkanda onlara elə gəlir ki, gerçək dünyanın qaydalarından fərqli qanunlar burada mövcuddur. Məsələn, biz marketinqin əsas axiomunu bilirik: "Əvvəlcə ehtiyacı tapın - sonra bir məhsul və ya xidmət təklif edin." Birincisi, tələbatda və keyfiyyətdə bir şey yaradın, sonra onu satmağa çalışın. Bununla belə, internet marketinqə gəldikdə, aksiomlar unudulur və sayt sahibləri başqa yola düşürlər.

İnternet ticarəti, öz işinizi yaratmaq üçün sürətli və nisbətən ucuz bir yoldur. Maliyyələşdirmə və müvəqqəti məsrəfləri müqayisə edək - yaşayış yerində kiçik bir pərakəndə satış anbarının açılması və şəhər və ya hətta ölkə daxilində fəaliyyət göstərə biləcək onlayn mağaza açma xərcləri. Aydın ki, ikinci seçim daha sadə və

daha ucuz görünür. Bununla yanaşı, İnternetdə əsasən öz ticarət məkanını yaratmaq üçün çox sayda hazır onlayn mağazalar(şablonlar) tapa bilərsiniz.

Beləliklə, online mağazanın mütərəqqi bir inkişafa "dərindən" başlaya bilməsi üçün üç sahəyə vaxt ayırmalıdır:

- ✓ Mallar haqqında məlumat.
- ✓ Satın alma prosesi.
- ✓ Müştəri dəstəyi.

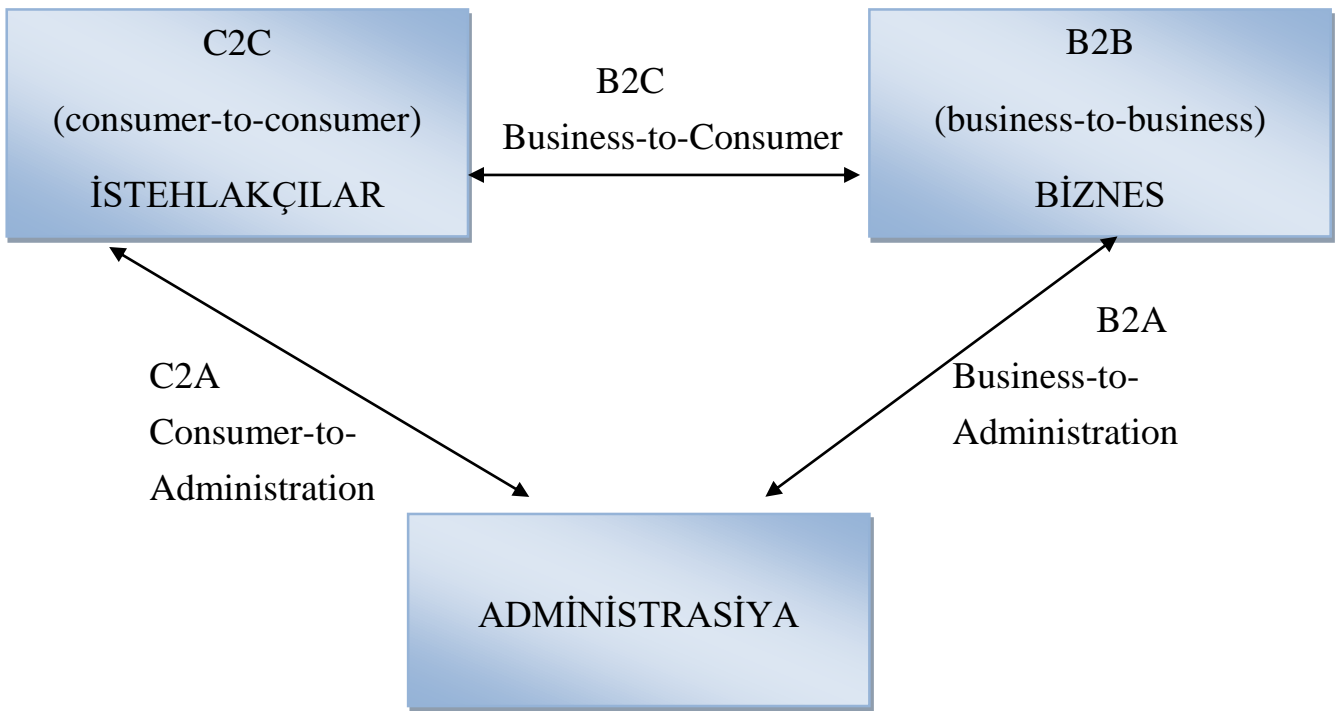
E-ticarət, qlobal miqyasda iş aparmaq üçün bir vasitədir, şirkətlərə təchizatçılarla daha çox qarşılıqlı əlaqə qurmağa və müştəri istəklərinə və gözləntilərinə daha tez reaksiya verməyə imkan verir. Şirkətlər bu vasitə ilə coğrafi mövqeyindən asılı olmayaraq təchizatçıları seçmək, eləcə də öz mal və xidmətləri ilə dünya bazarına çıxma imkanı əldə edirlər. E-ticarət, e-biznesin tərkib hissələrindən biridir, elektron sistemlərdən istifadə etməklə, məsələn, mal satmaq və ya internet vasitəsilə xidmət göstərməklə məhdudlaşır.

E-ticarətin beş sahəsinin ayrılması qəbul edilib:

- 1) biznes – biznes (business-to-business, B2B);
- 2) biznes - istehlakçı (business-to-consumer (customer), B2C);
- 3) istehlakçı - istehlakçı (consumer (customer)-to- business-to-consumer (customer), C2C);
- 4) biznes- administrasiya (business-to-administration, B2A);
- 5) istehlakçı -administrasiya (consumer (customer)-to- administration, C2A).

“ Business-to-business “(B2B)- E-ticarətin bu növü şirkətlər (sahibkarlar) arasında mövcud olan e-ticarəti müəyyən edir. E-ticarətin təxminən 80 faizi bu növ əməliyyatlar təşkil edir və e-ticarətin B2C növündən fərqli olaraq bir çox mütəxəssislər bu növün daha sürətli artmasını müşahidə olduğunu bildirirlər. “Business-to-consumer” (B2C)- E-ticarətin B2C növü istehlakçılar və şirkətlər arasındakı ticarət məlumatların toplanması, kitab və ya istehlak məhsulları kimi maddi və ya elektron (elektron kitab və ya buna bənzər digər rəqəmsal sənədlər)

malların elektron şəbəkə (internet) vasitəsilə alınmasını bildirir. B2C e-ticarətin ikinci böyük və ilkin növündən biri hesab edilir. E-ticarətin bu növü əsasən malların və məlumatların əldə edilməsi ilə yanaşı maliyyə resurslarının idarə edilməsini, yeni "on-line banking" alətini də əhatə edir. "Consumer-to-consumer" (C2C)- E-ticarətin C2C növü fərdi sahibkarlar ilə istehlakçılar arasında sadə ticarəti bildirir. E-ticarətin bu növü istehlakçıların tələbatına uyğun olaraq geniş e-bazarı və "on-line" auksionu səciyyələndirir. Bu işə öz növbəsində yeni bazarların inkişafı üçün böyük potensial hesab olunur.



**Şəkil 3.1 Elektron ticarətin kateqoriyaları** [ 21, səh.93 ]

E-ticarət modelinin İnternetdə tətbiqinin müvəffəqiyyəti üç komponentlə müəyyən edilir:

- doğru texnoloji platforma seçmək;
- rəqabət məhsulunun mövcudluğu;
- lazımi infrastruktur və biznes proseslərinin mövcudluğu.

Əgər bu əlaqələrin ən azı biri olmazsa, müasir texnologiyaların tətbiqi uğur qazana bilməz.

Birincisi, inkişaf etmiş regional tərəfdaş şəbəkələrinə aid olan şirkətlər üçün online ticarət texnologiyalarından istifadə etmək mühümdür, çünki bu, sifarişlərin işlənilib hazırlanması dəyərini əhəmiyyətli dərəcədə azaldır. Müasir İnternet texnologiyalarının biznesdə istifadə olunması sifariş verilməklə hər hansı bir veb-saytın və ya elektron kataloqun yaradılması ilə məhdudlaşmır, lakin İnternet və əlaqəli şəbəkə kompüter texnologiyalarından istifadə edərək biznes əməliyyatlarının aparılması metodlarının dərinədən yenidən qurulması üçün texnologiyanın və yığılmış təcrübənin tətbiq edilməsini nəzərdə tutur.

“Witt international”- internet vasitəsilə malların alınması texnologiyası.

#### 1. Valyuta

Bu online mağaza bütün qiymətləri rubl, Alman markaları və ABŞ dolları kimi göstərmək imkanına malikdir. Belə ki, bir valyutadan digərinə köçürmənin aparılması daxili dərəcə ilə aparılır və rəsmi dərəcədən bir qədər fərqlənə bilər. Valyutayı dəyişdirmək üçün səbət statusu ekranında "Change" düyməsindən istifadə etmək olar.

#### 2. Sifarişin formalaşdırılması

Müştəri zəruri məhsulu tapdıqda, o, sifarişin formalaşması ilə başlayır. Məhsulun təsviri ilə yanaşı, həmişə "Səbətə əlavə et" mətnini tapır və məhsulu səbətə atır. Brauzer pəncərəsinin yuxarı sağ küncündə səbətin vəziyyəti göstərilir (səbətdə sifariş verilmiş, lakin hələ satın alınmamış məhsullar, əvvəllər seçilmiş məhsullar-əlbəttə istənilən halda çıxarıla bilən məhsullar saxlanılır).

Daha sonra, təqdim olunan siyahıdan məhsulların çatdırılma metodunu seçmək lazımdır (çatdırılma variantları sifariş göndərmək istədiyiniz yerə bağlıdır) və seçdiyiniz çatdırılma üsulundan asılı olan ödəniş metodu seçilməlidir. Sistem sifarişin dəyərini nəzərə alaraq sifarişin dəyərini yenidən hesablamalıdır, əgər bu baş verməmişsə, "Yenidən hesabla" düyməsini basmalısınız. Bir sifariş verməyə davam etmək üçün "Davam et" düyməsi basılmalıdır. Bundan sonra, müştəri sifarişin formalaşdırılması üçün səhifədə "Sifariş" düyməsini görür. Növbəti səhifədə müştəri

sifarişi düzgün ödəmək üçün kömək edən nümunəvi sənədləri görəcəkdir. Müştəri sifarişinin qəbul edilməsi haqqında “Witt international”-dan elektron poçtla təsdiq almalıdır. Göndərilən məktub sifariş üçün təsdiq və ya imtina üçün bağlantılar ehtiva edir. Sifariş yalnız təsdiq edildikdən sonra, yəni alıcı müvafiq linki basdıqdan sonra işlənəcəkdir. Sifariş 7 gün ərzində təsdiq edilmədikdə, avtomatik olaraq silinəcəkdir.

Bununla yanaşı, dünyada beynəlxalq çatdırılması (worldwide/international shipping) olan online alış-veriş saytları kifayət qədər çoxdur. Misal olaraq, asos.com (Bu saytda həm geyim, ayaqqabı və aksesuar, həm də kosmetika mövcuddur. Eləcə də dizayner və nisbətən bahalı marka (Ted Baker, Marc Jacobs, Love Moschino Adidas, Nike, Michael Kors, New Balance, Vivienne Westwood, BCBG MaxAzria, və s.)) geyimlər mövcuddur), feelunique.com (Bu sayt kosmetika saytıdır, lakin qiymətlər bir qədər yüksəkdir), iherb.com (Bu saytda vitaminlər, organic məhsullar, və s. tapmaq mümkündür), amazon.com (Bu saytdan isə texniki avadanlıqlar, kitab, geyim sifariş etmək olar), ebay.com, lookfantastic.com, choies.com (Geyim, ayaqqabı və aksesuar saytıdır), sleekmakeup.com, bhcosmetics.com, topshop.com, riverisland.com, luxuryhair.com (Xaricdə yaşayan Azərbaycanlı blogger’lər Mimi İkon və Leyla Nağızadənin yaratdığı markadır. Burada təbii saçlar təklif edilir.), aliexpress.com – u göstərmək olar.

Bildiyimiz kimi, elan saytları getdikcə Azərbaycan bazarında çoxalmağa davam edir və bazarda bu sahədə fəaliyyət göstərən və artıq biznes və gəlir modeli formalaşmış saytlar var. "lalafə.az" adı ilə Azərbaycan bazarına daxil olan şirkətin tək fəaliyyət bazarı Azərbaycan deyil. Azərbaycanla yanaşı, Tacikistan, Qırğızıstan, Nepal, Əfqanıstan və Yunanıstanda fəaliyyət göstərən bu şirkətin qurucuları ukraynalı biznesmenlərdir. "Yalla Classifieds" ukrayna mərkəzli şirkətin əsas hədəfi afrika və asiya kimi inkişaf etməkdə olan bazarlara daxil olmaqdır.

Bu sayt Azərbaycanda fəaliyyət göstərən digər saytlara təbii olaraq rəqibdir. Belə ki, "tap.az" və "unvan.az" kimi saytları buna misal göstərmək olar. Saytın əsas məqsədi elan verənlər, məhsul və ya xidmətini satmaq istəyənlərlə, bütün bunlara müştəri ola biləcək şəxslər arasında vasitəçilik etməkdir. Hələ ki, heç bir reklam

qəbul etməyən şirkətin biznes modeli görünür ki, digər saytlardan fərqlidir. Lalafo.az “Alexa”-nın göstəricilərinə görə Azərbaycanda 91-ci yerdədir. “Alexa”-nın göstəricilərində diqqət daha çox saytın yaşına verildiyi üçün, lalafo.az saytı digər saytlardan geridə qala bilər. Bu göstəricilərə görə, "tap.az " -36, "unvan.az "- 185-ci mövqedədir.

"Smiliarweb "- ay ərzində təxmini istifadəçi daxil olmalarının və mənbələrinin statistikasını aparan bu sayt dünyada Google Analytics nəticələrinə ən yaxın nəticə verən saytlardan biridir. “Smiliarweb” in göstəriciləri haqqında bəhs etdiyimiz saytlar üzrə aşağıdakı kimidir:

- "lalafo.az " - ölkə reytingi - 46, aylıq istifadəçi sayı - 630 min
- "tap.az " - ölkə reytingi - 18, aylıq istifadəçi sayı - 1 milyon 200 min
- "unvan.az " -ölkə reytingi - 60, aylıq istifadəçi sayı - 454 min.

Bunlara əsasən onu demək olar ki, ölkəmizdə getdikcə onlayn “shopping” -ə maraq böyüyür və belə saytlar elektron ticarətdə üstünlük təşkil etməyə başlayır.

### **3.2 Kommersiya fəaliyyətində İnformasiya Texnologiyalarının tətbiqinin strateji istiqamətləri və onun kommersiya işinə təsiri**

“İT strategiya” - şirkətin istifadə etdiyi informasiya texnologiyalarının inkişafı üçün biznes ehtiyaclarını ödəmək və məqsədlərə nail olmaq məqsədilə şirkətin informasiya texnologiyalarının inkişafını idarə etmək üçün strateji bir plandır. İnformasiya texnologiyaları sahəsində strategiyayı inkişaf etdirmək məqsədi idarəetmə sisteminin xüsusiyyətlərini, şirkətin məqsəd və perspektivlərini nəzərə alaraq, idarəetmənin bütün səviyyələrində bütün vəzifələri həll etməyə imkan verən müasir informasiya sistemləri və resurslardan istifadə etməklə şirkətin əsas mövqeyinin əldə olunmasıdır.

“İT strategiya”- kommersiya, logistika, marketinq və istehsal strategiyaları ilə yanaşı korporativ strategiyanın tərkib hissəsidir. Digər strategiyalardan fərqli olması



ondan ibarətdir ki, “İT strategiya”- biznes tələblərinin formalaşmasının nəticəsini, idarəetmə və informasiya dəstəyi baxımından onların həyata keçirilməsi yolu ilə təqdim olunmasını əhatə edir. “İT strategiya”-nın hazırlanması kommərsiya müəssisəsinin funksional strategiyasıdır, eləcə də informasiya texnologiyaları vasitəsilə biznes məqsədlərinə nail olmaq yollarını göstərən bir mexanizmdir.” İT strategiya” biznes proseslərinin avtomatlaşdırılması və optimallaşdırılması üçün əsas verir. Elə sahələr mövcuddur ki, onlar “İT” üzərində qurulublar: bunlar banklar və telekommunikasiya şirkətləridir. Onlar üçün İT strategiyası biznes məqsədlərinə nail olmaqda əsas rol oynayacaqdır. Digər sahələrdə, məsələn pərakəndə sektorda İT dolayı rol oynayır. Bunu anlamaq lazımdır ki, “İT strategiya” İT departamentinin inkişaf strategiyası deyil. Belə ki, İT-direktorlar tərəfindən səhvlər buraxılır: İT departamentin inkişafını aparat-proqram təminatı yönündən təsvir edirlər. Lakin bunun “İT strategiya” ilə əlaqəsi yoxdur. Çox şirkət bilir ki, İT strategiyasının inkişafı yalnız üst rəhbərliyi tərəfindən təsdiq edilmiş, şirkət üçün aydın inkişaf məqsədləri olduqda mümkün olur və əsaslandırılır. Yalnız İT strategiyası biznes strategiyası və idarəetmə xüsusiyyətlərinə əsaslanan zaman, informasiya texnologiyalarının xərcləri şirkətin biznesində və rəqabət üstünlüklərinə qoyulmuş investisiya hesab edilir. İnkişaf etdirilən İT strategiyasının məqsədləri konkret, ölçüləbilən, mənalı və müəyyən vaxt çərçivələrinə uyğun olmalıdır. Məqsədə nail olmaq üçün yolun təsviri mütləq məqsədə nail olmaq üçün müəyyən meyarlara, onun əldə edilmə tarixinə, eləcə də operativ düzəlişlərə dair variant və ehtiyatlara məxsus kriteriyaları özünə daxil etməlidir. İT strategiyasının düzgün tətbiq olunması müəssisənin uğurlu olması üçün əsas amillərdən biridir, çünki informasiya texnologiyaları müasir kommərsiya müəssisəsinin əsas əlaqə həlqəsidir. Bir İT strategiyasının tərtibatında və ya onun həyata keçirilməsi üzrə həllərin seçimində səhvlər tez-tez biznesin inkişafına mane olur (məsələn, daha çox avtomobillərin uçotu ilə bağlı çətinliklər və satış və alış əməliyyatları ilə bağlı çətinliklər səbəbindən satılması qeyri-mümkün olur).

İT strategiyası kommərsiya müəssisəsinin strateji kapitalının xüsusi bir növüdür, Buna görə, o ilk növbədə şirkətin səhmdarları və menecerləri üçün vacibdir. Kommərsiya müəssisəsinin sahibləri və üst rəhbərliyi baxımından, “İT

strategiya”- hədəf məlumat sisteminin nə olacağı, hansı vəzifələri həll edəcəyi, hansı müddətdə tətbiq ediləcəyi və ən başlıcası, bunun nə qədər xərc tələb edəcəyi barədə qərarların qəbulu alətidir. Bu yanaşma əsasən , aparat və proqram təminatına əhəmiyyətli vəsait sərf etmək istəməyən biznes maraqları ilə, biznes-istehsal prosesləri üçün informasiya təminatına əsl tələbatı olan biznes maraqlarının birləşdirilməsinə imkan verir. İstifadəçilər üçün,” İT strategiyası” istər indi, istərsə də yaxın gələcəkdə onların fəaliyyətinə dair informasiya dəstəyi standartıdır.

Tipik olaraq, bir İT strategiyası aşağıdakıları ehtiva edir:

- Kommersiya müəssisəsinin biznesinin qısa təsviri;
- Mövcud biznes prosesləri üçün İT-nin və informasiya dəstəyinin təsviri;
- Biznes proseslərinin informasiya dəstəyində boşluqlar;
- Məqsədli Korporativ İnformasiya Sistemi(KİS)-in məqsədli informasiya dəstəyi üçün əsas tələbləri;
- Məqsədli KİS-in funksional və texniki arxitekturası;
- Məqsədli KİS-in həyata keçirilməsi üçün büdcə;
- Məqsədli KİS-in həyata keçirilməsi üçün layihələr portfeli.

Müəssisənin ümumi strategiyasına gəldikdə, İT strategiyası üçün üç əsas hissə ayrılır:

- Kommersiya müəssisəsinin güclü və zəif tərəfləri nəzərə alınaraq, İT-nin hazırkı vəziyyəti;
- Biznesin inkişaf strategiyasını həyata keçirmək və biznesin inkişafında strateji məqsədlərə nail olmaq üçün zəruri olan İT-nin müəssisədəki gələcək vəziyyəti ;
- Bir vəziyyətdən digərinə keçmək üçün lazımlı strateji planlar.

Birinci hissənin strukturu mövcud İT sistemləri və İT xidmətləri, onların texniki, proqram və informasiya arxitekturalarını, habelə insan və maddi resurslarını əks etdirir. İkinci hissə isə İT-in strateji məqsədlərinin formalaşdırılması, biznesin inkişafında strateji məqsədlərə nail olmaq yollarının təmin edilməsini özündə birləşdirir. Strateji keçid planı, bir qayda olaraq, dinamik proqramlaşdırma metodundan istifadə edərək hazırlanmışdır ( gələcək vəziyyətdən hazırkı vəziyyətə

"qaytarılması" nın mərhələli şəkildə formalaşdırılmasıdır). Strategiyanın müəyyənləşdirmə prosesi -mövcud potensialın optimal istifadəsi və xarici tələblərə qarşı həssaslığın təmin edilməsi üçün dinamik, dəyişkən və qeyri-müəyyən bir mühiti nəzərə alaraq, təşkilatın məqsəd və strateji fəaliyyətlərinin formalaşdırılması üzrə ardıcıl fəaliyyətlərin məcmusudur.

İT-nin hazırlanmasında təkliflər aşağıdakılar ola bilər:

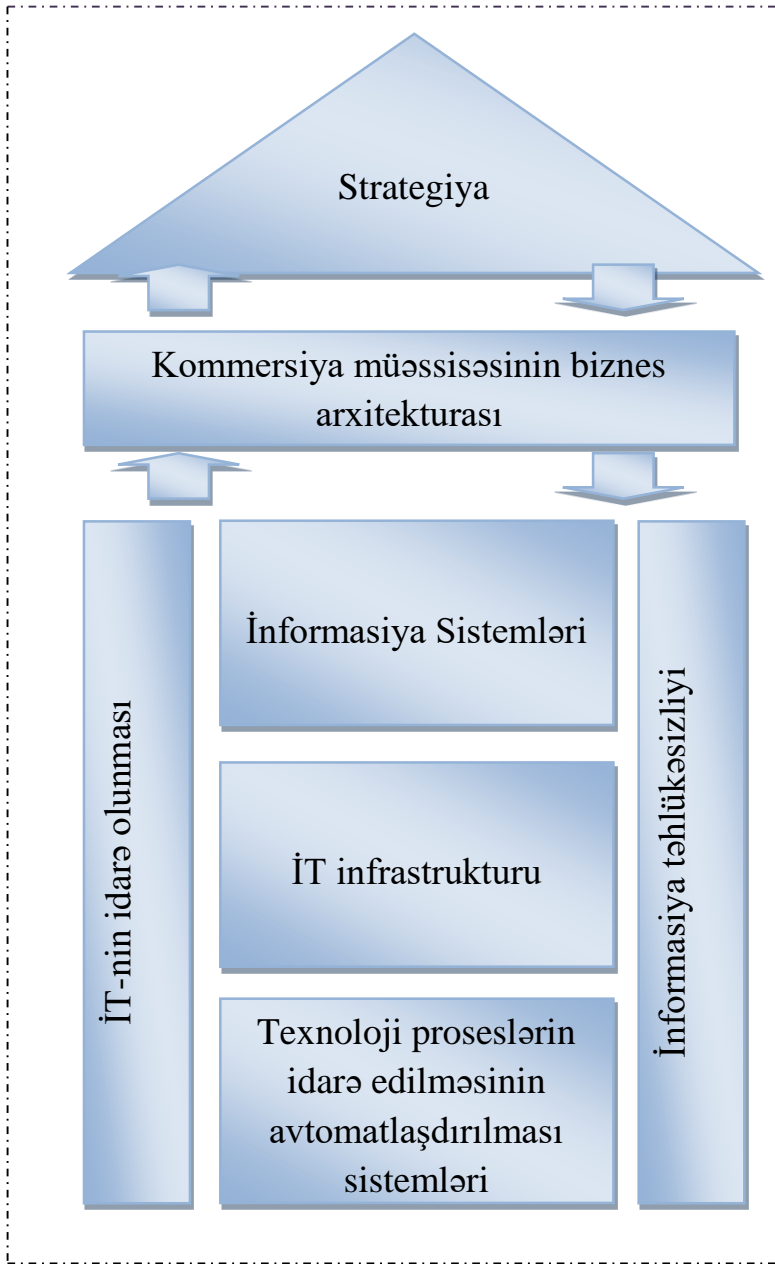
- istehsalın avtomatlaşdırılması;
- məhsulların keyfiyyətini artırmaq;
- bazarda tələb olunan yeni istehsal məhsullarının inkişafı və yaradılması;
- bu sənayenin inkişaf etmədiyi digər şəhərlərdə yeni filial açmaq mümkünlüyü.



**Şəkil 3.2** İT inkişaf strategiyası- strateji idarəetmə vasitəsi kimi [ 1, səh.

92]

İnkişafın prioritet istiqaməti layihənin xüsusiyyətlərindən asılıdır.



### İnformasiya biznes sistemləri

Şirkətin əsas biznes proseslərini lazımi şəkildə dəstəkləyən tətbiqlər.

### İT-nin idarə edilməsi

İnformasiya texnologiyalarının saxlanması, iqtisadi səmərəli inkişafına və fasiləsiz işləməsinə imkan verən İT infrastruktur, İT idarəolunma prosesləri,

### İT İnfrastruktur

İnformasiya texnologiyalarının fəaliyyəti və inkişafı üçün etibarlı və effektiv bir platforma olan texnoloji infrastruktur.

### İnformasiya Təhlükəsizliyi

İT resurslarının zəruri və kifayət qədər səviyyədə qorunmasını təmin edən təşkilati tədbirlərin və texniki vasitələrin kompleksi.

### TPİAS

Texnoloji proseslərin idarə edilməsinin avtomatlaşdırılması sistemləri. TPİAS-ın kommunikasiya sistemlərinin qurulması və interfeysinin arxitekturasına olan tələbləri müəyyən etməlidir.

Şəkil 3.3 İnformasiya texnologiyalarının əsas sahələri [ 1, səh.92 ]

İT strategiyasının inkişaf etdirilməsi layihəsinin istənilən nəticəni verməsi üçün nə lazımdır?

1. İT strategiyasını inkişaf etdirmək üçün əsas nə olmalıdır?
2. Kommersiya müəssisəsinin İT strategiyasını inkişaf etdirmək məqsədləri hansılardır?
3. Şirkətin İT strategiyası nədən ibarətdir?
4. Hazırlanmış İT strategiyasının əsas istifadəçiləri kimlər olacaq?
5. Strategiya hazırlayarkən hansı metodikalar və standartlardan istifadə olunmalıdır?
6. IT strategiyası mövcud İT-ə necə təsir edəcək və şirkət bundan necə faydalanacaq?
7. İT strategiyasını kim inkişaf etdirməlidir və hansı səlahiyyətləri olmalıdır?
8. İT strategiyası necə tərtib olunmalıdır və nə qədər vaxt və resurs tələb edir?

İT strategiyasının inkişaf etdirilməsinin əsas vəzifələri:

- İT-nin inkişafı şirkətin inkişaf strategiyasının bir elementi kimi qəbul olunaraq şirkətin strateji məqsədləri və İT inkişaf sahələri arasında əlaqələrin təmin edilməsi;
- Şirkətin əsas biznes prosesləri üçün zəruri informasiya dəstəyinin təmin edilməsi;
- Şirkətin informasiya texnologiyalarının inkişafına sərmayə qoyuluşunun artırılması.

Strateji plan arxivə düşməmək üçün müəyyən şərtlərə cavab verməlidir: ilk növbədə müəssisənin biznes inkişafının strateji məqsədləri ilə əlaqələndirilməlidir və hadisələrin neqativ yöndə inkişafında, o cümlədən avtomatlaşdırma prosesində baş verən çətinliklərlə əlaqədar fəvqəladə variantları təmin etməlidir.

Bir müəssisənin İT strategiyası yoxdursa, bu mənfi təsir göstərir:

- Qapalı və ya dondurulmuş İT layihələrinin sayına (xarici və ya daxili səbəblərdən ötəri biznesdə müəyyən dəyişikliklər nəticəsində layihənin bağlanması riski artır);

▪ Əlverişsiz olan İT –nin xərc strukturuna (xərclərin əksəriyyəti yeni informasiya texnologiyaları üçün deyil, mövcud olan müxtəlif ölçülü sistemlərin işlənməsi və inteqrasiyası üçün nəzərdə tutulur);

- Həmçinin əlverişsiz olan İT xidmətlərin miqdarı və strukturu əlverişsiz olur;
- Kommersiya müəssisəsinin fəaliyyətinin maliyyə göstəricilərinə.

Bununla belə, İT strategiyasının olması və ya olmaması ilə müəssisənin maliyyə göstəriciləri arasındakı asılılıq olduqca zəifdir və yalnız uzun müddət ərzində özünü göstərir. Məsləhətçilərin birgə qiymətləndirmələrinə əsasən, müəssisələrin 30% -i İT strategiyasına malikdir və daha 50% -i də bunu istəyir. Strateji İT planlaşdırmasının genişləndirilmə prosesi müəssisənin mənsub olduğu sənaye sahəsindən, ölçüsündən və mülkiyyət formasından asılı olaraq olduqca dəyişir.

İT strategiyalarının sayına görə aparıcı şirkətlər və sənaye sahələri:

- Ümumilikdə yüksək rəqabətli sənaye;
- Pərakəndə bazarlarda fəaliyyət göstərən müəssisələr: pərakəndə şəbəkələr, sığorta şirkətləri və banklar;
- Aviasiya sənayesinin müəssisələri;
- Böyük ərazilərə yayılmış şirkətlər;
- İctimai şirkətlər.

Bir kommersiya müəssisəsində İT strategiyayı inkişaf etdirmək üçün əsas təşkilati və maliyyə şərtləri:

- Şirkətin biznes inkişaf strategiyasının mövcudluğu (biznesin aydın inkişaf planı yoxdursa, informasiya sistemlərinin inkişafı üçün aydınlıq olmayacaqdır);
- Funksional vahidlərin rəhbərləri avtomatlaşdırmanın daha çox istiqamətləri barədə razılığa gəlməlidirlər;
- Müəssisədə İT xidmətinin əhəmiyyətli rolu, İT xidmətlərinin rəhbəri və üst menecerlər arasındakı məsafə ( İT xidmətlərinin biznesin inkişafı ilə əlaqəli məqsədləri aydın deyilsə, biznes və İT-planların uyğunluğunu təmin etmək mümkün olmayacaqdır);

- Qarşıya qoyulmuş vəzifələrin miqyasına uyğun gələn İT sahəsinə qoyulan investisiyaların həcmi;

- Müəssisə sabit olaraq inkişaf etməlidir (sürətlə inkişaf edən şirkət və ya ciddi dəyişikliklərə məruz qalan bir şirkət üçün İT strategiyasını işləyib hazırlamaq mümkün deyil).

Ümumi biznes strategiyasının inkişaf etdirilməsindən spesifik informasiya sistemlərinin işə salınmasına qədər olduqca uzun müddəti əhatə edən bu strategiya haqqında məsləhətçilər deyirlər: Birincisi, biznes strategiyası, sonra isə fəaliyyət istiqamətləri və biznes sahələri üçün "nöqtə" strategiyaları formalaşır. Daha sonra, müəssisənin biznes inkişafının ümumi və xüsusi məqsədlərini tam müəyyən etdikdə, İT strategiyası hazırlanır.

Kommersiya fəaliyyətində İT tətbiqinin strateji istiqamətləri əhəmiyyətli İT investisiyaları olacaq bir sıra prioritetləri əks etdirir. Hər bir prioritet sahə isə dəqiq müəyyən edilmiş mərhələlərlə ətraflı iş planları ilə dəstəklənir.

İT-nin strateji istiqamətləri kommersiya müəssisələri üçün yeni rəqabət üstünlükləri verir. Eləcə də, biznesin yüksək səmərəliliyi və şəffaflığı təmin edən qabaqcıl qərarların verilməsi və dəstəklənməsi üzrə prosesləri istiqamətləndirir. Bu, aşağıdakılardan ibarətdir:

- Yeni biznes istiqamələrinin avtomatlaşdırılması;
- Keyfiyyətin yaxşılaşdırılması;
- İT xidmətlərinin göstərilməsini təmin etmək;
- İT-nin etibarlı fəaliyyətinin təmin edilməsi;
- İT xidmətlərinin daxili effektivliyini artırmaq və İT xərclərini optimallaşdırmaq.

İT infrastrukturunun inkişafında əsas tendensiyalardan biri hesablanmış infrastrukturun etibarlılığı və məhsuldarlığı üçün tələb olunan tələblərin artması hesab olunur. Bu deməkdir ki, kompüter infrastrukturunun müəssisənin işgüzar fəaliyyətinin davamlılığını təmin edərkən müəssisənin dəyişən ehtiyaclarına uyğunlaşması təmin edilməlidir.

İT strukturunun inkişaf konsepsiyasının formalaşdırılması. Əsas prinsiplər aşağıdakılar hesab olunur:

➤ İT-nin inkişafı müəssisənin strateji inkişafına uyğun olmalıdır, çünki informasiya texnologiyaları kommersiya müəssisəsinin biznes fəaliyyətinin strateji cəhətdən əhəmiyyətli bir hissəsidir.

➤ Biznesin əsas vəzifələrinin təmin edilməsi: xərclərin azaldılması, müəssisənin idarəolunma səviyyəsinin artırılması, maliyyə şəffaflığı, ümumi informasiya məkanının yaradılması;

➤ İT-nin arxitekturasında müəssisənin fəaliyyət strukturunu və onun əsas biznes proseslərinin məzmununu birləşdirilməsi və dəstəklənməsi lazımdır;

➤ İT infrastrukturuna investisiyaların qorunması: Seçilmiş biznes strategiyasını həyata keçirmək üçün ən uyğun sistemlərin tətbiqi;

➤ Uzunmüddətli İT layihələrinin həyata keçirilməsi funksional şöbələrin hazırkı işinə mane olmamalıdır.

İT infrastrukturunun inkişafı aşağıdakı istiqamətlərdə olmalıdır:

▪ Xərclərin azaldılmasına və müəssisənin şöbələrinin işlərinin səmərəlilik göstəricilərinin yaxşılaşdırılmasına xidmət edən bütün proseslərin ardıcıl avtomatlaşdırılması;

▪ Ciddi təhlükəsizlik və etibarlılıq tələblərinə cavab verən İT infrastrukturunun təşkili;

▪ Verilənlərin toplanması, emalı və verilməsi üçün səmərəli bir həll yoluna əsaslanan korporativ sistemin inkişafı;

▪ İstifadəçilərin və İT personalının işinin məhsuldarlığının artırılması.

Hər hansı bir müasir şirkətin bazarda uğurlu olması yüksək texnologiyalardan istifadə etmədən mümkün deyildir. Buna görə də kommersiya fəaliyyətində İT-nin strateji məqsədləri, inkişaf yolları dəqiq nəzərdən keçirilməlidir, çünki bütün müəssisənin gələcək inkişafı üçün əsasdır. Ümumiyyətlə, Strateji idarəetmə müəssisənin məqsədlərini müəyyənləşdirmək və ətraf mühitlə müəyyən əlaqələrin saxlanması ilə bağlıdır və bu da, müəyyən vəzifələri yerinə yetirməyə imkan verir.



Kommersiya fəaliyyətində İT-nin tətbiqi üzrə strateji istiqamətlərin dəqiq müəyyənləşdirilməsi müəssisənin daha çox müvəffəqiyyət qazanmasına və dolayısıyla bazarda öz mövqeyini möhkəmləndirməsinə, üstün rəqabət qabiliyyətinə malik olmasına və eləcə də daha çox mənfəət əldə etməsinə gətirib çıxaracaqdır.

## Nəticə

Dissertasiyanın nəticəsi olaraq informasiyalar və məlumatların məhsuldarlığın artırılması və digər resursların optimal istifadəsi prinsiplərini özündə daşdığı haqqında bir yekun vermək olar. Onlar müasir iqtisadiyyatda zaman keçdikcə əhəmiyyətli qaynaqlar halına gəlir, məhz onlar intellektual cəhdlərin əhəmiyyətini göstərir.

Müasir dünyamızda Qlobal İnternet şəbəkəsi insan fəaliyyətinin dinamik inkişaf edən bir sahəsidir və özünə daha çox və daha da çox yeni texnologiyaları cəlb edir, böyük bir məlumat sahəsinə çevrilir. Öz növbəsində, informasiya texnologiyalarının inkişafı biznesin aparılması vasitələrinin dəyişməsinə gətirib çıxardı. Çünki müasir bazarların xüsusiyyətləri ondan ibarətdir ki, burada baş verən hadisələr qısa müddət ərzində sürətlə dəyişə bilər, bu da öz növbəsində situasiyalara daha tez reaksiya verməyi və biznesin aparılması üçün yeni yanaşmaların inkişafını tələb edir. Belə çətin şəraitdə aparıcı mövqeyinin qorunması üçün təşkilatın təşkilati strukturunu daim dəyişdirmək və uyğunlaşdırmaq, biznesin bütün perspektivli metodikalarını öyrənmək və idarə etmək lazımdır. Həmçinin elektron ünsiyyət vasitələrinin istifadəsi yüksək rəqabət mühitində şirkətlərin yaşaması üçün əsas şərtlərdən birinə çevrilir.

Müəssisələr arasında elektron informasiya mübadiləsinin təşkili kommunikasiya xərclərinin azaldılması, daxil olan və xaric olan sənədləri işləyən kadr sayının azaldılması, mümkün kadr səhvlərinin aradan qaldırılması, əməliyyatların təşkili üçün vaxtın azaldılması hesabına fəaliyyətinin effektivliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırmağa imkan verir, həm də informasiya ötürülməsinin sürətli və dəqiq olmasına, maliyyə hesablamalarının yüksək sürətlə aparılmasına şərait yaradır.

İnternetin gələcəyi şübhəsiz ki, onun kommersiyalaşdırılması ilə bağlıdır. İlk olaraq, biznesdə internet vasitəsilə malların və xidmətlərin satışı üzrə böyük artım gözlənilir.

Bu gün informasiya texnologiyaları əmək məhsuldarlığının inkişafı, istehsal həcmi, investisiyalar və məşğulluq arasında əlaqənin gücləndirilməsinə həlledici bir

töhfə verə bilər. Sürətlə artan potensialı və sürətlə azalan xərcləri ilə müasir İT, ayrı-ayrı korporasiyalar və bütövlükdə cəmiyyət çərçivəsində əmək və məşğulluğun təşkil olunmasının yeni formaları üçün böyük imkanlar açır.

Beləliklə, informasiya texnologiyaları bazarının inkişafı imkan yaradacaqdır:

➤ sosial-iqtisadi sferada və dövlət idarəçiliyində informasiya texnologiyalarının tətbiqinə;

➤ mikroelektronikanın inkişafı üzrə bir sıra kompleks proqram həllərinin həyata keçirilməsi daxil olmaqla, informasiya-kommunikasiya texnologiyaları sahəsində yerli istehsalın inkişafına;

➤ prioritet milli layihələrin həyata keçirilməsi, həmçinin sektoral və regional inkişaf strategiyaları yolu ilə informasiya texnologiyaları bazarında vəziyyətin bərpası;

➤ yüksək texnologiyalar sahəsində texnoparkların yaradılması da daxil olmaqla, informasiya texnologiyaları bazarının inkişafının stimullaşdırılması;

➤ Azərbaycanın müəssisələrinin informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sənayesinin dünya bazarına çıxarılması, beynəlxalq sənaye qurumlarında Azərbaycanın mövqelərinin möhkəmləndirilməsi;

➤ informasiya texnologiyaları sahəsində fəaliyyət göstərən təşkilatları həvəsləndirmək məqsədi ilə vergi və gömrük siyasətlərinin həyata keçirilməsinə.

Nəticə olaraq onu qeyd etmək olar ki, iqtisadiyyatın bütün sahələrində informasiya texnologiyalarının yeni tətbiqləri və növləri axtarılıb tapılmalıdır. Eləcə də, bu, yeni nəsil informasiya texnologiyaları hazırlayıb istifadəçilərə təqdim edən yerli və beynəlxalq şirkətlərin, sahələrin formalaşmasına təsir göstərir. Bunlara əlavə olaraq, ölkəmizdə də bu istiqamətdə görülən işlər, nəinki informasiya texnologiyaları yönümlü, həmçinin bütün iqtisadiyyatın sektorlarının inkişafına köklənməlidir ki, ölkəmizin neft və qaz hasilatından asılılığı azalmağa doğru yönəlsin.

## **İstifadə olunmuş ədəbiyyat :**

### **Azərbaycan dilində**

1. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. Bakı-2013
2. Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi, Bakı, 2015.
3. Azərbaycanın Statistik Göstəriciləri. Bakı-2013
4. Müslümat Allahverdiyeva- “B e y n ə l x a l q M a r k e t i n q” dərslik- baki-2010
5. Aşurov A.S. -marketingin kommunikasiya sistemi dərs vəsaiti-baki – 2008
6. Əkbərov Məhərrəm — “Elektron kommersion” —İqtisad Universiteti Nəşriyyatı||Bakı 2011.
7. Əliyev İ. “Azərbaycan informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının inkişafına xüsusi əhəmiyyət verir” (Mətn); İnformasiya Cəmiyyəti üzrə Dünya Sammitinin açılışında Cenevrədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin nitqi // Azərbaycan 2003-11 dekabr.

### **Rus- dilində**

1. Багинский Константин. - Разработка ИТ-стратегии в крупных компаниях – 2010
2. Бушуева Л.И., Роль интернет-услуг в практической маркетинговой деятельности, Маркетинг в России и за рубежом №4/2001г.
3. Герасимова П., Коваль П.Е., Меламуд М.Р., Музычкин П.А., редактор Волков А.К. Информационные технологии (для экономиста). 2001 г.
4. Евтеева е.в. , использование информационных технологий в системе управления предприятия.
5. Лю сяомэй, чжао юйтун- применение информационных Технологий в коммерческой деятельности Малых и средних предприятий- 2014.
6. Паршенцев А.А. Проблемы и перспективы развития электронных магазинов // Маркетинг в России и за рубежом. 2000. - № 3. - С. 84
7. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. М.:ИНФРА-М, 2003.
8. Попов С. А. Стратегическое управление. М.: Инфра-М, 1999.
9. Рахманкулов В., Ситников В. Управление отношениями с заказчиками в электронном бизнесе // Финансист . - 2001. - Но 9, 2001 г.
10. Управление инновациями. Становление и развитие технологической фирмы. Уч. пособие. -М.: АНХ при Правительстве РФ, 1999.

## **İngilis-dilində**

1. Boskin M.J., Lau L.J. Contributions of R & Development to Economic Growth // Technology, R & D, and the Economy / B.L. Smith, C.E. Barfields, eds. Washington, D.C.: The Brooking Institution and American Enterprise Institute, 1996.
2. Cunningham M. J. B2B: How to Build a Profitable E-Commerce Strategy. USA, Perseus Book Group, 2000.
3. Dordick H.S., Wang G. The Information Society: A Retrospektive View. Newbury Park-L.

## **İnternetdən istifadə olunan saytların adları:**

1. [www.kitabyurdu.org](http://www.kitabyurdu.org)
2. <http://ebooks.azlibnet.az/>
3. [www.americancomm.org](http://www.americancomm.org)
4. <http://www.anl.az/>
5. <https://az.wikipedia.org/>
6. <https://az.wikibooks.org>
7. <http://www.rabita.az/>
8. <http://www.azstat.org/>
9. <http://www.1news.az/>
10. <http://www.dissercat.com/content/elektronnaya-kommertsiya-v-predprinimatelskoi-deyatelnosti>
11. [http://republic.preslib.az/az\\_c5.html](http://republic.preslib.az/az_c5.html)
12. <http://www.pandia.ru/text/77/210/87891.php>
13. <https://www.megaessays.com>
14. <http://www.marketingprofs.com/>
15. <http://www.businesspress.ru/>.
16. <https://studfiles.net/preview/515219/page:15/>
17. Btime.az- E-commerce – реальность для Азербайджана)
18. Navigator.az-Цифровой Азербайджан – будущее уже здесь
19. <http://gtmarket.ru/ratings/ict-development-index/ict-development-index-info>
20. <https://www.stat.gov.az/>
21. <https://works.doklad.ru/view/GcRrmzWdpm4.html>

## Xülasə

Müasir informasiya texnologiyaları həyatımızın bir hissəsinə çevrilir, eləcə də insanların işini misli görünməmiş şəkildə asanlaşdırır. Müasir cəmiyyəti informasiya texnologiyalarsız təsəvvür etmək belə qeyri- mümkündür. Bununla əlaqəli mütəmadi olaraq ölkələrdə informasiya texnologiyalarının təkmilləşdirilməsi üzrə işlər aparılır, inkişaf perspektivləri araşdırılır, tətbiq istiqamətləri üzrə vəzifələr qarşıya qoyulur.

Kommersiya fəaliyyətinin təşkil olunmasında əhəmiyyətli mövqeyə malik olan İnformasiya Texnologiyalarının təkmilləşdirilməsi ölkə iqtisadiyyatının inkişafında əsas vəzifələrdən biri halına gəlir. Eləcə də, Respublikamızda iqtisadi inkişaf prosesində İKT-nin rolunun araşdırılması, İKT-nin səmərəli tətbiq olunması üçün dünya praktikası üzrə təkliflərin işlənib hazırlanması da bu vəzifələr sırasına daxildir.

İnformasiya texnologiyalarının inkişafı dünya sisteminin elementləri arasında informasiya ötürülməsinin sürəti və həcmnin artırılması ilə dünyada inteqrasiya edən faktor halına gəlir.

Bütün bunlardan aydındır ki, gələcəkdə bizi möhtəşəm yeniliklər gözləyir. İnformasiya texnologiyalarının inkişaf tempinin daha da yüksəlməsi halında bu vəziyyət tezliklə baş verəcəkdir.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ  
АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**

**Мамедрагимова Ульвия Магир**

**Стратегические направления применения информационных технологий в коммерческой деятельности**

**РЕЗЮМЕ**

Современные информационные технологии становятся частью нашей жизни, это также делает работу людей беспрецедентной. Невозможно представить современное общество без информационных технологий. Регулярно ведется работа по совершенствованию информационных технологий в стране, изучаются перспективы развития и выдвигаются задачи по направлениям деятельности.

Совершенствование информационных технологий, которое занимает значительное место в организации коммерческой деятельности, становится одной из основных задач развития экономики страны. К этим задачам относятся также изучение роли ИКТ в процессе экономического развития в Республике, разработка предложений по мировой практике для эффективного применения ИКТ.

Развитие информационных технологий становится интегральным фактором в мире, со скоростью и объемом передачи информации среди элементов мировой системы.

Из этого ясно, что в будущем мы ждем больших инноваций. Эта ситуация скоро произойдет, если темпы развития информационных технологий возрастут.

# **MINISTRY OF EDUCATION OF AZERBAIJAN REPUBLIC**

## **AZERBAIJAN STATE ECONOMIC UNIVERSITY**

**Mammadrahimova Ulviyya Mahir**

### **Strategic directions of application of information technologies in commercial activity**

#### **SUMMARY**

Modern information technologies are becoming a part of our lives, and make people's work seem unprecedented. It is impossible to imagine modern society without information technology. Regularly, works on improvement of information technologies are carried out in the countries, prospects for development are investigated, and the tasks on application areas are put forward.

The improvement of Information Technology, which has a significant position in the organization of commercial activities, becomes one of the main tasks in the development of the country's economy. In addition, the role of ICT in the process of economic development in our Republic, development of proposals on world practice for the effective application of ICT are among these tasks.

The development of information technology becomes the integrative factor in the world, with the speed and volume of information transmission among the elements of the world system.

This situation will occur soon, if the pace of development of information technologies will increase.



**Məmmədrəhimova Ülviyyə Mahir qızının “Kommersiya fəaliyyətində  
informasiya texnologiyalarının tətbiqinin strateji istiqamətləri” mövzusunda  
dissertasiya işinin**

**REFERATI**

**Mövzunun aktuallığı.** İqtisadiyyatda bazar münasibətləri və elmi-texniki tərəqqiyə keçid cəmiyyətin sosial və iqtisadi həyatının bütün sahələrində informasiya sahəsindəki ən son inkişafların tətbiqi tempini sürətləndirmişdir. "İnformatizasiya" termini əvvəlcə yerli çoxterminallı informasiya hesablama sistemləri və kütləvi xidmət şəbəkələri yaranan zaman meydana çıxdı. İnkişaf etmiş ölkələrdə eyni vaxtda qarşılıqlı surətdə iki inqilab baş verir: bir-birinə qarşılıqlı olaraq təkan verən informasiya texnologiyaları sahəsində və ticarətdə. İnformasiya texnologiyaları uzun müddət əvvəl mövcud olmuşdur və buna görə də kompüter və kommunikasiya vasitələrinin inkişafı ilə əlaqədar müxtəlif dəyişikliklər başlandı: "informasiya və kommunikasiya texnologiyaları", "kompüter informasiya texnologiyaları" və s.

Son on il ərzində informasiya və kommunikasiya texnologiyaları (İKT) biznesdə struktur dəyişikliyinə gətirib çıxaran, əməyin şəraitində və xarakterində dəyişikliklərə səbəb olan, iqtisadi və sosial çevrilmə prosesinin əsasını təşkil edən iqtisadi dəyişikliklərin hərəkətverici qüvvəsinə çevrilmişdir. İKT sahəsində baş verən inqilab yeni oyunçular, yeni qaydalar və yeni iqtisadi imkanlarla mal, xidmət və ideyalar üçün global bazarların ortaya çıxmasına şərait yaradaraq bütün dünya üzrə misilsiz miqdarda mövcud informasiyaların təqdim olunmasına imkan verir.

**Tədqiqatın predmeti və obyektı.** Azərbaycanada informasiya iqtisadiyyatının formalaşması problemləri, dövlət idarəetmə sferasında elektron strategiyaların prioritet istiqamətləri və əsas komponentlərinin müəyyən edilməsi, Azərbaycanda elektron biznesin inkişafı strategiyasını əhatə edir. Tədqiqatın obyektı isə İKT-nin dünya iqtisadiyyatına iqtisadi təsirinin və İKT-nin səmərəli istifadəsində dünya üzrə innovasiya təcrübəsinin öyrənilməsidir.

**Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri.** Bu tədqiqatın məqsədi iqtisadi inkişaf prosesində İKT-nin rolunu təhlil etmək, İKT-nin hansı mexanizmlərinin və hansı

şəraitinin iqtisadi inkişafa təsir göstərdiyini müəyyənləşdirmək, Azərbaycanda İKT-nin səmərəli tətbiqi üçün mütərəqqi dünyəvi təcrübələr kontekstində konkret praktiki təklifləri işləyib hazırlamaqdır. Bu tədqiqatın vəzifələrinə isə aid etmək olar: İnformasiya iqtisadiyyatının yaranması və formalaşmasında İKT-nin rolunun araşdırılması; İKT-nin iqtisadiyyatın inkişafına necə təsir etdiyinin tədqiq edilməsi, Elektron kommersionun iqtisadiyyatın informasiya yönümlü sektorlarına təsirinin öyrənilməsi və s.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi.** İqtisadi inkişaf prosesində İKT-nin rolunun araşdırılmasını, Azərbaycanda İKT-nin səmərəli tətbiqi üçün mütərəqqi dünyəvi təcrübələr kontekstində konkret praktiki təkliflərin işlənilib hazırlanmasını özünə daxil edir. Araşdırmanın elmi yeniliyini xarakterizə edən ən vacib nəticələr və yekunlar aşağıdakıları əhatə edir:

- İKT-nin hansı mexanizmlərinin və hansı şəraitinin iqtisadi inkişafa təsir göstərdiyi öyrənilmiş və sistemləşdirilmişdir;
- İKT-nin iqtisadi inkişafa qatqısını maksimallaşdırmaq məqsədi ilə təşkilati, idarəetmə və mədəni dəyişikliklərin, əlverişli biznes mühitinin yaradılmasının və insan potensialının gücləndirilməsinin həyata keçirilməsinə olan ehtiyac əsaslandırılmışdır;
- Elektron kommersionun iqtisadi səmərəliliyinin mənbələrinin təhlil edilmiş və sistemləşdirilmişdir, elektron kommersionun inkişafına mane olan hərəkətverici qüvvələr və maneələr nəzərə alındı;
- Azərbaycanda elektron kommersionun iqtisadiyyatın informasiya yönümlü sektorlarına iqtisadi təsirinin təhlil edilməsi əsasında, elektron kommersionun (elektron turizm, elektron maliyyələşdirmə) inkişafı üzrə prioritet sahələr müəyyən edilmişdir;
- İnformasiya iqtisadiyyatının inkişafı üzrə əsas element kimi firmalararası elektron ticarətin inkişafına olan ehtiyaclar əsaslandırılmışdır;
- Təhsil sahəsində mövcud tendensiyaları gücləndirməkdə İKT-nin rolu araşdırılmışdır. Elektron təhsilin reallaşdırılması üçün innovativ beynəlxalq və milli

praktikaların təhlilinə əsaslanaraq, təhsilin yeni məzmununa adaptasiya olmaq üçün konkret təkliflər və tövsiyələr işlənib hazırlandı;

➤ E-biznesin inkişafında elektron hökumətin idarə olunmasının rolu araşdırıldı. Beynəlxalq və milli təcrübənin müqayisəli tədqiq edilməsi əsasında, İnternetin onlayn dövlət xidmətlərinin göstərilməsində rolu təhlil edildi;

➤ Qlobal elektron ticarətdə iştirak edərkən kiçik və orta müəssisələrin (KOM) qarşılaşdıqları potensial üstünlüklər araşdırıldı və sistemləşdirildi, Azərbaycanı elektron ticarətin inkişafı strategiyasının əsas komponenti kimi KOM-ların rolu vurğulandı, Azərbaycanda KOM-ların elektron kommersionda iştirakını stimullaşdırmaq üçün mütərəqqi beynəlxalq praktika kontekstində konkret təkliflər və tövsiyələr işlənib hazırlandı.

**Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti** aşağıdakılardır:

❖ Dissertasiyanın nəzəri mövqeləri və nəticələri "İnformasiya iqtisadiyyatı", "Elektron kommersion", "Elektron dövlət idarəçiliyi" təlimlərinin öyrənilməsi və tədrisində, eləcə də tədris və metodiki təlimatların hazırlanmasında istifadə edilə bilər;

❖ Verilən konkret praktiki təkliflər elektron kommersionun inkişaf strategiyası, dövlət idarəçiliyi və təhsil sahəsində elektron startegiyaların həyata keçirilməsi zamanı müvafiq dövlət qurumları və təşkilatlar, təhsil müəssisələri tərəfindən istifadə oluna bilər. Praktiki faydalar və tövsiyələr özəl sektorlar tərəfindən, xüsusilə də kiçik və orta müəssisələr (KOM) tərəfindən öz elektron biznes-strategiyalarının həyata keçirilməsi zamanı istifadə oluna bilər.