

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

«MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ»

Əlyazma hüququnda

Süleymanlı Hikmət Fikrət oğlu

**“İTERNET İQTİSADİYYATIN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ VƏ
ÖLKƏ İQTİSADİYYATINA TƏSİRİ” MÖVZUSUNDA**

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İstiqamətin şifri və adı:

060401

“Dünya iqtisadiyyatı”

İxtisaslaşma:

“Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər”

Elmi rəhbər

prof. Bayramov Ə.İ.

Magistr proqramının rəhbəri

dos. Cəmilov M.R.

KAFEDRA MÜDİRİ:

prof. HACIYEV Ş.H.

BAKİ - 2016

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	3-5
FƏSİL I. ÖLKƏDƏ İNTERNET İQTİSADIYYATIN FORMALAŞMASI VƏ İNKİŞAFININ KONSEPTUAL ƏSASLARI.....	6-27
1.1. Ölkə iqtisadiyyatında informasiya texnologiyalarının tətbiq perspektivləri.....	6-16
1.2. Ölkədə internet iqtisadiyyatının inkişafına təsir edən informasiya cəmiyyətinin genişləndirilməsi istiqamətləri.....	17-27
FƏSİL II. ÖLKƏDƏ İNTERNET İQTİSADIYYATIN MÖVCUD DURUMU VƏ ONUN ÖLKƏ İQTİSADIYYATINA TƏSİR MƏXANİZMLƏRİ.....	28-53
2.1. Ölkədə internet iqtisadiyyatın formalaşmasının əsas üstünlükləri...	28-40
2.2. İnternet iqtisadiyyatın ölkə iqtisadiyyatına təsirinin qiymətləndirilməsi.....	41-48
2.3. Ölkəmizdə və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə internet iqtisadiyyatın inkişaf problemləri.....	49-53
FƏSİL III. ÖLKƏDƏ İNTERNET İQTİSADIYYATIN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ.....	54-80
3.1. Ölkədə internet iqtisadiyyatın inkişafında elektron ödəmə sistemlərinin təkmilləşdirmə istiqamətləri.....	54-61
3.2. Elektron mağazaların əsas funksiyaları və inkişaf perspektivləri....	62-70
3.3. Ölkədə internet iqtisadiyyatın inkişaf perspektivləri və şirkətlərin iri elektron biznes platformaları.....	71-80
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	81-83
ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....	84-85

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: XX əsrin son onilliyində informasiya və kommunikasiya texnologiyaları cəmiyyətin inkişafına təsir göstərən əsas amillərdən birinə çevrilmişdir. Onların təsir dairəsi dövlət strukturlarını və vətəndaş cəmiyyəti institutlarını, iqtisadi və sosial sahələri, elm və təhsili, mədəniyyəti və bütövlükdə insanların həyat tərzini əhatə etmişdir. Bir çox inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının verdiyi üstünlüklərdən faydalanırlar. İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqinin səviyyəsi hər bir ölkənin intellektual və elmi potensialının, iqtisadiyyatın bütün sahələrində inkişafının əsas göstəricilərindəndir.

Son illər ərzində internet iqtisadiyyatı dünyada ən yüksək artım tempinə malik olan sahələrdən biri olmuşdur. Dünyada baş vermiş böhran nəticəsində yüksək texnologiyalı sənayenin geriləməsinə baxmayaraq, bir çox müəssisələr internet iqtisadiyyat sahəsindəki fəaliyyətlərini genişləndirmiş və çoxlu sayda istehlakçılar məhz internet vasitəsilə daha çox əmtəə və xidmətlər əldə etmişlər. Hal-hazırda internet iqtisadiyyatı dünya ölkələrinin iqtisadiyyatlarında az paya malik olmasına baxmayaraq, onun artım sürətinə nəzər yetirdikdə yaxın illərdə payının artacağı qənaətinə gəlmək olar.

Internet iqtisadiyyatdan istifadənin iqtisadiyyatda məhsuldarlıq və inflyasiyaya böyük təsiri vardır. Müəssisələr və istehlakçılar internet iqtisadiyyatdan istifadə edərək özlərinə lazım olan əmtəə və xidmətlərin axtarılmasına çəkilən vaxtlarının və xərclərinin azaldılmasına nail olurlar. Qısa olaraq belə demək olar ki, ölkədə internet iqtisadiyyatın tətbiqinin genişləndirilməsi rəqabətin artımı, xərclərin azalmasına lazımi şərait yaradır və müəssisələrin qiymətpoyma siyasətlərinin dəyişməsi iqtisadiyyatda inflyasiyanın azalmasına səbəb olur.

Tədqiqatın məqsədi: Tədqiqatın əsas məqsədi internet iqtisadiyyatın spesifik xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi, internet iqtisadiyyatın konseptual əsaslarının tədqiq edilməsi, internet iqtisadiyyata təsir edən amillərin kompleks təhlili və inkişaf istiqamətlərinin araşdırılmasından ibarətdir.

Tədqiqatın predmeti: Tədqiqatın predmeti kimi informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının iqtisadiyyatda tətbiqi, internet iqtisadiyyatın inkişaf istiqamətlərinin öyrənilməsi çıxış edir.

Tədqiqatın nəzəri əsaslarını iqtisad elmi klassiklərinin, müasir Qərb iqtisadçılarının, rus və Azərbaycan iqtisadçı alimlərinin tədqiqatları, həmçinin tədqiqatçının fərdi yanaşması təşkil edir. Dissertasiyanın yazılmasında iqtisadi nəzəriyyə, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları, internet iqtisadiyyat, elektron kommersiya və digər elmlərin müddəalarından geniş istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın metodoloji bazasını iqtisad elminin əsaslandığı elmi tədqiqat metodlarının geniş spektri və problemin tədqiqində elmi abstraksiya, tarixi və məntiqi əlaqə, induksiya, deduksiya, analiz və sintez metodlarından istifadə edilməklə faktlar yığılıb-ümumiləşdirilmiş, onlar arasında qanunauyğun və təsadüfi əlaqələr müəyyənləşdirilmiş xarakterik əlamətlər aşkara çıxarılmış, həmçinin müasir şəraitdə internet iqtisadiyyatın inkişaf xüsusiyyətlərini və təmayüllərini izah edən bir çox xarici ölkə alimlərinin elmi mülahizələri və nəticələri təşkil edir.

Elmi yenilik: Magistr dissertasiyasının elmi yeniliyi müasir dövrdə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının iqtisadiyyatda tətbiqindən yaranan faydalıqların müəyyənləşdirilməsi, iqtisadiyyatın inkişafında internet iqtisadiyyatın rolunun öyrənilməsi, internet iqtisadiyyatın genişlənməsinə təsir edən amillərin inkişaf yollarının tapılmasıdır.

Nəzəri və təcrübi əhəmiyyəti aparılan tədqiqatın əsas nəticə və elmi müddəalarından təkliflər və tövsiyələrdən, ölkə iqtisadiyyatının inkişafında

internet iqtisadiyyatın rolu, internet iqtisadiyyatın təkmilləşdirilməsində və inkişaf etdirilməsinin yeni mexanizminin qurulması xüsusiyyətlərinin öyrənilməsində lazımi modernləşdirmənin həyata keçirilməsidir.

İnformasiya mənbəyi müxtəlif beynəlxalq təşkilatların dövrü nəşrləri, Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin, Mərkəzi Bankın və İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyinin məlumatlarından ibarətdir.

İşin strukturu və həcmi. Aparılmış tədqiqat işi giriş, üç fəsil, nəticə və təkliflərdən ibarətdir. Dissertasiya işinin birinci fəslində ölkə iqtisadiyyatında informasiya texnologiyalarının tətbiq perspektivləri və ölkədə internet iqtisadiyyatının inkişafına təsir edən informasiya cəmiyyətinin genişləndirilməsi istiqamətləri araşdırılmışdır.

Dissertasiya işinin ikinci fəslində ölkədə internet iqtisadiyyatın formalaşmasının əsas üstünlükləri, internet iqtisadiyyatın ölkə iqtisadiyyatına təsirinin qiymətləndirilməsi və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə internet iqtisadiyyatın inkişaf problemləri tədqiq edilmişdir.

Magistr dissertasiya işinin üçüncü fəslində isə ölkədə internet iqtisadiyyatın inkişafında elektron ödəmə sistemlərinin təkmilləşdirmə istiqamətləri, elektron mağazaların əsas funksiyaları və inkişaf perspektivləri, habelə ölkədə internet iqtisadiyyatın inkişaf perspektivləri və şirkətlərin iri elektron biznes platformaları öyrənilmişdir.

FƏSİL I. ÖLKƏDƏ İNTERNET İQTİSADİYYATIN FORMALAŞMASI VƏ İNKİŞAFININ KONSEPTUAL ƏSASLARI

1.1. Ölkə iqtisadiyyatında informasiya texnologiyalarının tətbiq perspektivləri

Qloballaşmaya qərar vermiş müasir dünyamızda inkişaf etmiş dövlətlərdə kompüter sisteminin müasir informasiya və təhlil texnologiyalarından bütün fəaliyyət sahələrində geniş istifadə olunur.

İnformasiya texnologiyaları əsri kimi qədəm qoyduğumuz XXI əsrdə iqtisadi inkişafın əsasını elmi-texniki tərəqqi təşkil edir. Belə ki, müasir informasiya texnologiyalarından istifadə etməklə mürəkkəb dinamik prosesləri təhlil edərək, gələcəkdə hansısa qeyri-standart vəziyyətlərin yaranacağı ehtimalını əvvəlcədən görməyə, müəyyən qabaqlayıcı tədbirlərin həyata keçirilməsinə imkan yaranır.

Sərmayələrin azlığı ilə informasiya və kommunikasiya texnologiyaları (İKT) sahəsinin yüksək dərəcədə inhisarlaşması və əhalinin get-gedə artan yoxsulluğu bəzi ölkələrdə intellektual iqtisadiyyatın özülünü qoymaqda çətinliklər yaradıb. Ən inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, intellektual iqtisadiyyatın genişlənməsi üçün bəzi şərtlərin nəzərə alınması vacibdir:

- ◆ informasiya və kommunikasiya texnologiyaları, informasiya infrastrukturunu və İKT xidmət təminatının mövcud olması və əlverişliliyi;
- ◆ bilik və informasiyanın əldə edilməsi, yaradılması və səmərəli istifadəsi üçün davranışlı əsasnamənin olması;
- ◆ cəmiyyəti bilik və informasiyanın istifadəsinə həvəsləndirməkdə, bilik və informasiyanın səmərəli istifadəsini təmin etməkdə və əhali üçün əlverişli etməkdə dövlətin fəal rolu;
- ◆ elmi bacarıq və tutumların mövcud olması, onların məqsədyönlü və səmərəli istifadəsi;
- ◆ təhsil və sahibkarlığa meyl göstərən əhali.

Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Avropa İqtisadi Komissiyası keçid dövründə olan ölkələrdə intellektual iqtisadiyyatın yaradılması və üzə çıxarılmasında fəal rol oynayır.

İqtisadiyyatın informasiya texnologiyaları tətbiq edilən bölməsi informasiya texnologiyalarının istehsalı, yayılması və tətbiqi ilə bağlı iqtisadi fəaliyyət növlərinin məcmusu kimi müəyyən olunur. Bu və ya digər sahənin təsnifləşməsinin müəyyən olunması verilən bölmənin xarakterik xüsusiyyətləri ilə bağlı bir sıra çətinliklərlə qarşılaşır. Əvvəla, iqtisadiyyatın informasiya texnologiyaları tətbiq edilən bölməsi, iqtisadiyyatın bir sahəsi deyil, informasiya texnologiyaları ilə bu və ya digər şəkildə bağlı olan mal və xidmətlər müxtəlif fəaliyyət növləri ilə məşğul olan müəssisələr tərəfindən istehsal olunur. İkincisi, maddi və qeyri-maddi komponentləri özündə əks etdirən informasiya texnologiyalarının kompleksliyini nəzərə alsaq, bu bölmə həm müəyyən malların istehsalını, həm də qarşılıqlı araşdırılan müvafiq xidmətləri əhatə edir. Üçüncüsü, iqtisadiyyatın informasiya texnologiyaları tətbiq edilən bölməsi olduqca intensiv şəkildə inkişaf edir, ənənəvi statistik təsnifatlarda nəzərə alınmayan yeni məhsul və xidmətlər isə köhnəlir. Ona görə də informasiya texnologiyaları sahəsində məhsul və xidmətlərin qruplaşdırılması daim yeniləşməlidir.

İqtisadiyyatın informasiya texnologiyaları tətbiq edilən bölməsinə aid edilən iqtisadi fəaliyyət nəticəsində yaranmış mal və xidmətlər informasiya texnologiyaları ilə bağlı mal və xidmətlərdir.

Müasir elm və innovasiya statistikasının informasiya texnologiyaları statistikasına metodoloji uyğunluğunu təmin etməklə, onun əsasında duran prinsiplərə əsaslanmaq məqsədəuyğundur.

Hazırda kompüterdən istifadə olunması qismən insanın iştirakı olmadan informasiyanı avtomatik qurğularda işləməyə şərait yaratmışdır. Bu qurğular kifayət qədər uzun müddət işləməklə bərabər öz sürəti ilə insanı milyon dəfələrlə qabaqlayır.

EHM-in tətbiqi xalq təsərrüfatının bir çox sahələrində, o cümlədən sənaye sahələrində istehsal texnologiyasının kökündən dəyişdirilməsinə, əmək

məhsuldarlığının artırılmasına, insanların əmək şəraitlərinin yaxşılaşdırılmasına səbəb olur.

EHM-in köməyi ilə müxtəlif maşınqayırma, aviasiya, avtomobil, detal və konstruksiyalarının qrafikinə qurulması və hesablamalar avtomatlaşdırılmış layihələndirmə sisteminin (ALS) tərkib hissələridir. Belə sistemlər konstruktorun əmək məhsuldarlığını qat-qat artırır və iş vaxtına qənaət edir, EHM-ə qoşulmuş ekran qarşısında oturmaqla avtomobilin ayrı-ayrı hissə və birləşmələrini təsvir etməyi EHM-ə əmr edə bilər. Bu isə avtomobilin xarici görünüşünü və yığcamlığını qiymətləndirməyə imkan verir. EHM-in köməyi ilə birləşmələrin iş modelini yaratmaq və istismar zamanı onların ən çox haradan sınması ehtimalını müəyyən etmək olar.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından geniş istifadə olunması ölkənin hərtərəfli inkişafına xidmət edir və məhz bu texnologiyalar əhalinin sosial-iqtisadi vəziyyətində mövcud olan problemlərin həll olunması və yoxsulluğun azaldılması üçün tutarlı vasitələrdəndir.

Son illərdə Azərbaycanda informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından istifadə sahəsində müəyyən addımlar atılmış, bir sıra sahələrdə bu texnologiyaların tətbiqində ciddi uğurlar qazanılmış və ümumiyyətlə, bu istiqamət dövlət siyasətinin prioritetlərindən birinə çevrilmişdir.

Azərbaycanın informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqinə istək və marağını, həmçinin bu istəyin reallığa çevrilmə imkanlarını aşağıdakılar əyani nümayiş etdirir:

- ◆ Azərbaycan hökuməti informasiya cəmiyyətinin formalaşdırılması prosesini sürətləndirməyə qərarlıdır, digər tərəfdən BMTİP və başqa beynəlxalq təşkilatlar bu sahədə ölkəyə texniki və maliyyə dəstəyi göstərməyə hazırdırlar;
- ◆ İnformasiya cəmiyyətinin hüquqi normativ bazasının yaradılması sahəsində Azərbaycan dövlətinin artıq müəyyən müsbət təcrübəsi vardır;
- ◆ Respublikanın ali və orta ixtisas məktəblərinə tələbə qəbulu prosesində yeni texnologiyalar geniş şəkildə tətbiq edilmiş, on-line rejimində biliyin

yoxlanılması həyata keçirilmiş, bu sahədə informasiya resursları formalaşdırılmışdır. Əhaliyə İnternet vasitəsilə geniş informasiya xidmətləri göstərilir;

- ◆ Respublikada məhkəmə hakimlərinin və bir sıra dövlət qulluqçularının seçilməsi prosesində informasiya və kommunikasiya texnologiyaları müvəffəqiyyətlə tətbiq edilir;
- ◆ “Seçkilər” dövlət avtomatlaşdırılmış informasiya sistemi yaradılmışdır və 2000-ci ildən başlayaraq əhalinin səs verməsi zamanı İKT-dən geniş istifadə olunur;
- ◆ Azərbaycanın bir çox elm və təhsil müəssisələrini birləşdirən telekommunikasiya şəbəkəsi yaradılmışdır;
- ◆ İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə sertifikatlı mütəxəssislərin hazırlanması üçün regional Akademiyanın yaradılması layihəsi həyata keçirilmişdir;
- ◆ “Azərbaycanın milli pasport sistemi” layihəsində müasir informasiya və kommunikasiya texnologiyaları geniş tətbiq edilmişdir;
- ◆ Azərbaycanın bank sistemində real vaxt rejimində banklararası milli elektron ödəniş sistemi və kiçik ödənişlər üçün avtomatlaşdırılmış klirinq sistemi layihələri həyata keçirilmişdir;
- ◆ Respublikada beynəlxalq təşkilatların dəstəyi ilə informasiya sahəsində maarifləndirmə yönümlü bir sıra regional mərkəzlər yaradılmışdır;
- ◆ Trans-Asiya-Avropa layihəsi çərçivəsində Respublikada optik rabitə xətləri şəbəkəsi qurulmuş, bunun sayəsində mövcud rabitə kanalları əsasən rəqəmli rejimə keçirilmişdir;
- ◆ TRASEKA layihəsi çərçivəsində Bakı-Tbilisi dəmiryolu xətti boyunca optik rabitə xətti istifadəyə verilmişdir;
- ◆ Gömrük sistemində idarəetmənin və prosedurların təkmilləşdirilməsi məqsədilə “Məlumatların ötürülmə şəbəkəsi və avtomatlaşdırılmış nəzarət sistemi” yaradılmışdır;

- ◆ Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Şirkətində “İnformasiyanın ötürülmə şəbəkəsi” və “Avtomatlaşdırılmış nəzarət sistemi” layihələri həyata keçirilmişdir;
- ◆ Bir sıra dövlət və özəl qurumlarda informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsində əhəmiyyətli layihələr həyata keçirilmişdir və s.

Bu gün İKT sektorunda regional liderliyi ölkəyə idxal olunan və ixrac edilən müəyyən məhsulların çoxluğu deyil, milli innovasiya sistemi müəyyənləşdirir. Yəni İKT sektorunda uğurların əldə olunması üçün əsas bazanı universitetlər, müəssisələr, tədqiqat mərkəzləri, texnoloji infrastruktur və digər elmi və texnoloji mərkəzlər təşkil edir. Lakin bu qurumların sadəcə varlığı kifayət etmir, qurumlar arasındakı effektiv əlaqələr və müştərək öyrənmə şəraitinin yaradılması da öz növbəsində zəruridir. İnkişaf etməkdə olan ölkələr arasında, xüsusilə, Braziliya, Cənubi Koreya və Finlandiyanın təcrübələri nəzərə alınarsa, söylədiklərimiz daha yaxşı başa düşülə bilər. Məsələn, Braziliya elmi və texnoloji infrastrukturun inkişafına böyük ehtiyatlar ayırmaqla yanaşı telekommunikasiya infrastrukturunun inkişafı üçün də böyük investisiyaları həyata keçirmişdir. Lakin zaman-zaman belə ölkələr təcrübəni uzun illərin nəticəsində toplamış və qoruyub saxlamışlar.

Bu gün Azərbaycan İKT sahəsində regionda şübhəsiz liderdir və birmənalı olaraq bu liderliyini qorumağa çalışacaq. Bunun üçün isə ixtisaslı kadr arsenalını daim təkmilləşdirmək, müvafiq qanunvericiliyə paralel olaraq fəaliyyəti daha da genişləndirmək və ən başlıcası innovasiya sistemlərindən bəhrələnərək İKT infrastrukturunun iqtisadi bazasını durmadan yüksəltmək lazımdır. Çünki bu məsələ ilə bilavasitə əlaqəli olan digər proseslərin həlli və Azərbaycanın iqtisadiyyatı məntiqli olaraq günümüzün yeni texnologiyalarının mənimsənilməsi ilə bağlıdır.

Son illər Azərbaycan Respublikası ilə bir sıra xarici ölkələr arasında bir neçə beynəlxalq saziş imzalanmışdır. Onlardan bəziləri aşağıdakılardır:

- ◆ Beynəlxalq Telekommunikasiya Birliyinin Nizamnaməsi və Konvensiyası 22.12.1992-ci il tarixində qəbul edilmiş və 14.12.1994-cü il tarixində Kiotoda dəyişikliklər edilmişdir;

- ◆ Azərbaycan Respublikası Hökuməti və Ukrayna Respublikası Nazirlər Kabineti arasında 2000-ci ildə imzalanmış “Hökumətlərarası kommunikasiya sahəsində əməkdaşlıq haqqında” Saziş;
- ◆ Avropa Poçt və Telekomunikasiya Rəhbərliklərinin Konfransının yaradılmasına dəstək verilməsi 07.09.1992-ci il tarixində və bu konfransın prosedur qaydaları 06.09.1996-ci il tarixində qəbul edilmişdir;
- ◆ Azərbaycan Respublikası Milli Təhlükəsizlik Nazirliyi və Rusiya Prezidenti yanında Federal Kommunikasiya və İnformasiya Agentliyi arasında “Hökumətlərarası kommunikasiya və informasiya təhlükəsizliyinin təmin edilməsi sahəsində əməkdaşlıq haqqında” Saziş;
- ◆ “Azərbaycan Respublikası və Özbəkistan Respublikası arasında rabitə və telekommunikasiya sahəsində əməkdaşlıq haqqında” Saziş, 25 iyul 1997-ci il;
- ◆ “Azərbaycan Respublikası və Qazaxıstan Respublikası arasında rabitə sahəsində əməkdaşlıq haqqında” Saziş, 01.02.1999;
- ◆ “Şanvari Mobil Rabitə Sistemləri sahəsində əməkdaşlıq, inkişaf və onların tətbiqi haqqında” MDB Sazişi, 30.03.1999;
- ◆ Azərbaycan və Ukrayna Nazirlər Kabinetləri arasında “Hökumətlərarası rabitə sahəsində əməkdaşlıq” Sazişi, 24.03.2000;
- ◆ “Şanvari mobil rabitə sistemlərinin tətbiqi və inkişafı haqqında sazişə düzəlişlər haqqında” protokol, 24.10.2000;
- ◆ Azərbaycan Respublikası ilə Latviya Respublikası arasında rabitə, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsində ikitərəfli saziş. Həmin sənəd İKT-nin təhsilə tətbiqi istiqamətində də iki ölkə arasında əməkdaşlıq üçün geniş imkanlar açır.

Latviyada İKT-nin inkişafı və informasiya cəmiyyətinin formalaşdırılması istiqamətində işlər 1994-cü ildən başlanmış, 1997-ci ildən isə daha da sürətləndirilmişdir. Bu sahədə xüsusi proqramlar qəbul olunmuş, İKT-nin təhsildə tətbiqi həmin proqramlarda özünə xüsusi yer almışdır.

Öncə hər təhsil müəssisəsinə 3 dəst kompüter verilməklə təhsilin idarə edilməsi informatlaşdırılmış, məktəb rəhbərlərinin kağızla işləməsi aradan qaldırılmışdır.

Sonra kompüter texnikasının şagirdlərə öyrədilməsi hədəf götürülmüş, tədris ocaqlarının İKT ilə təchizinə başlanmışdır. İnformatika Latviyada 6-cı sinifdən öyrədilir. Hər birində orta hesabla 30 şagirdin oxuduğu siniflər 2 dəst kompüterlə təchiz olunmuşdur. Ötən ildən bütün məktəblərdə kompüter sinifləri var.

Bu məqsəd üçün ayrılmış dövlət vəsaiti ilə yanaşı, əlavə maliyyə resurslarından da istifadə olunur, kommersiya müəssisələri ilə əlaqə saxlanılır, onlardan 3-4 il istifadə olunmuş kompüterlər alınaraq məktəblərə verilir ki, uşaqlar onu ilkin formada öyrənsinlər.

Ölkədə 2007-2013-cü illəri əhatə edən keyfiyyətli təhsil üçün “İnformatika və kommunikasiya texnologiyası Proqramı” işlənib hazırlanmışdır. Proqram hazırlanarkən şagirdlərin, tələbələrin və valideynlərin rəyi öyrənilmiş, onların nə istədikləri müəyyənləşdirilmişdir. Bu Proqramın ən mühüm vəzifəsi bütün əhalidə İKT-dən istifadə vərdişləri yaratmaqdır.

Proqram bir neçə istiqamətdə layihələri özündə ehtiva edir. Onlardan birincisi “Məktəb-informatika layihə”sidir. Bu layihə İKT-dən tədris prosesində daha geniş istifadəni nəzərdə tutur. Artıq bir sıra fənlər üzrə elektron tədris vəsaitləri hazırlanmışdır.

Proqramın ikinci bir layihəsi “Müəllimlərin təhsili” adlanır. Layihə təkcə məktəb rəhbərləri, informatika müəllimlərini deyil, bütün müəllimlərin öyrədilməsini nəzərdə tutur.

Proqramın bir layihəsi də əhaliyə, valideynlərə İKT-dən istifadənin öyrədilməsini əhatə edir.

Multimedia laboratoriyaları yaratmaq, kitabxanalarda elektron oxu zallarının təşkili, bütün kitabxanaların internetə qoşulması, əhali təbəqələrinin internet vasitəsi ilə məsafədən təhsilə cəlb olunması və s. də görülməyə işlərdəndir.

Son illər telekommunikasiya liderlik uğrunda mübarizə aparılan sahəyə çevrilmişdir. ABŞ da belə ölkələr siyahısındadır. İqtisadi və ictimai həyatda

informatikanın səviyyəsinə görə ABŞ irəlidədir. Bu nailiyyət nəhəng iqtisadiyyat, onun mobil olması, investisiya qoyuluşu, biznesmen və alim axını nəticəsində əldə olunmuşdur. Əlbəttə, bu nailiyyətlər hökumətin dəstəyi ilə əldə olunmuşdur. ABŞ-da telekommunikasiya sahəsində nailiyyətlər o zamankı ölkə prezidenti Bill Klinton tərəfindən 1996-cı il 8 fevral tarixində “Telekommunikasiya haqqında” qanunun qəbul olunmasından sonra əldə olunmağa başlandı. Qanunun qəbul olunması mərasimində Bill Klinton çıxış edərək bildirmişdir ki, hazırkı informasiya inqilabı nəinki bizim iş üsulumuzda, mövqeyimizdə, hətta bizim bir-birimizə olan münasibətimizdə də dəyişikliklər aparır. Telekommunikasiya sahəsinin inkişaf səviyyəsinə görə ABŞ 80-ci illərin ortalarında Şərqi Avropa ilə eyni yeri bölüşdürürdü. 1984-cü ildə telekommunikasiya sahəsində müxtəlif uzunmüddətli layihələr həyata keçirilməyə başlandı. Bunlardan “ESPRIT” Proqramını misal göstərmək olar. Bu Proqram Avropa informasiya cəmiyyətinin yaradılması məqsədi üçün nəzərdə tutulmuşdu. Proqramın əsas hissəsi proqram təminatı və multimedia texnologiyaları sahəsində tədqiqatların aparılmasına həsr olunmuşdur.

Hazırda ölkədə informasiya texnologiyaları öndə duran məsələlərdən biridir və bu sahənin inkişafına xüsusilə diqqət yetirilir.

Rusiya kompüter parkının inkişaf sürətinə görə dünyada birinci yeri tutur. Son üç il ərzində kompüter istifadəçilərinin sayı, demək olar ki, iki dəfə artmışdır. Bununla belə, nəzərəcarpan artıma baxmayaraq, onların ümumi sayı inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə çox deyil; 142 milyon rusiyalının cəmi 35 faizi kompüterdən istifadə edir. Ölkədə 23 milyon şəxsi kompüter var. Müqayisə üçün: ABŞ-da, Qərbi Avropada, Yaponiyada, demək olar ki, hamının kompüteri var, qlobal şəbəkə istifadəçilərinin sayı isə əhalinin ümumi sayının təxminən yarısını təşkil edir.

“Score Networks” şirkətinin məlumatına görə, Rusiyada qlobal şəbəkə istifadəçilərinin sayı il ərzində rekord səviyyədə - 21% artmışdır. Ancaq onların ümumi sayı 12,7 milyon nəfərdən çox deyil.

Nəticədə 2017-ci ilədək Rusiyada stasionar telefon çəkmək, şanvari rabitədən istifadə etmək, həmçinin internetə daxil olmaq üçün texniki imkanı olmayan bir dənə də yaşayış məntəqəsi qalmamalıdır. İKT sahəsində liderliyə nail olmaq üçün dövlət əqli mülkiyyətin müdafiəsinə, informasiya texnologiyaları sahəsində texniki rəqlamentlərin və standartların işlənilib hazırlanmasına, həmçinin müasir lisenziya və patent fəaliyyəti sistemlərinə xüsusi diqqət yetirəcək.

Təəssüf ki, Rusiyada İKT sahəsinin modernləşdirilməsi üçün nə qədər investisiya tələb olunduğunu hətta təxmini hesablamaq mümkün deyil. Təkcə məktəblərin və ucqar yaşayış məntəqələrinin rabitə vasitələri və kompüter kommunikasiyaları ilə təchizinə, hakimiyyət orqanlarının fəaliyyətində informasiya texnologiyalarının tətbiqinə milyardlarla rubl pul lazımdır. Özü də rusiyalıları müasir kommunikasiya vasitələri ilə təchiz etmək üçün böyük səylər tələb olunmaya da bilər. Belə ki, dövlətin hər hansı iştirakı olmadan cəmi bir neçə il ərzində rusiyalılar ölkə ərazisinin böyük bir hissəsində özlərini mobil rabitə ilə təmin etmişlər. Onlar özlərini internetlə də təmin etmək iqtidarındadırlar, müasir rabitə texnologiyaları hətta ən ucqar rayonlarda bu işi görməyə imkan verir.

Pakistan isə nisbətən zəif telekommunikasiya infrastrukturuna malik ölkələrdən biridir. “Pakistan Telecommunication Company Limited” (PTCL) Pakistanın nəhəng telekommunikasiya kompaniyasıdır. Bu kompaniyanın yaranma tarixi 1947-ci ilə təsadüf edir. PTCL müxtəlif növ şəbəkəni idarə edir. Buraya mobil, sabit şəbəkələr, kabel televiziyası və s.-ni aid etmək olar. Kompaniyanın şəbəkəsi bütün Pakistan ərazisini əhatə edir. PTCL Pakistanda CDMA450 standartlı WLL ümumi şəbəkənin genişləndirilməsi məqsədilə strateji tərəfdaş kimi Huawei Technologies kompaniyasını seçmişdir. Layihəyə əsasən 220 min abunəçiyə telekommunikasiya xidməti təqdim etmək nəzərdə tutulmuşdur. Telefonlaşmanın səviyyəsini artırmaq və universal xidmət (Universal services) problemini həll etmək məqsədilə Pakistan hökuməti “Kəndlərin telefonlaşdırılması” Dövlət Proqramını həyata keçirmək qərarına gəlmişdir. Pakistanın nəhəng telekommunikasiya operatoru kimi PTCL bu sosial proqramın həyata keçirilməsini öz üzərinə götürmüşdür. Bu məqsədlə kompaniya müxtəlif

avadanlıq təchizatçılarının təklifinə baxış keçirdikdən sonra məhz Huawei Technologies kompaniyasına üstünlük verdi. CDMA450 WLL şəbəkəsi Pakistanın bütün şəhər və kəndlərini əhatə edərək səs və verilənlərin yüksək sürətlə ötürülməsi, həmçinin əlavə xidmətlərdən PPS (əvvəlcədən ödəniş xidməti), simsiz taksofonlar, SMS və başqa xidmətləri təqdim edir.

Pakistanın ilk dəfə şəbəkəyə qoşulması 1992-ci ilə təsadüf edir. O zamanlar ilk domen “zona.pk” olmuşdur. İlk internet provayderi isə 1996-cı ildən fəaliyyət göstərməyə başlamışdır. Hazırda isə ölkədə XcessNet, GoNet, SHOA, WorldTel, Cubexs, Net21, TeleNet, Cyberlinks, FastNet internet provayderləri fəaliyyət göstərir. Ölkə ərazisində televiziya, videokonfrans və internet təhsili ilə əlaqədar virtual universitet də mövcuddur. Tələbələr universitetə internet vasitəsilə qoşulurlar. Virtual universitetin təşkilatçıları bundan sonra da tələbələrin sayının artırılmasını nəzərdə tutublar. Bununla yanaşı 60 universitet, 2500 məktəb və kolleci birləşdirən yüksək sürətli kompüter şəbəkəsinin yaradılması da planlaşdırılıb. Pakistanlıların internetə marağı getdikcə artır. Hökumət hər bir kəsin internetə qoşulması üçün bütün qüvvəsini səfərbər etmişdir.

Pakistan sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsinə görə bir çox ölkələrdən geridə qalmışdır. Bununla yanaşı hökumət ölkə iqtisadiyyatının inkişafına təkan verəcək İKT sahəsinə böyük ümidlər bəsləyir. Bu məqsədlə 2000-ci ildə dövlət başçısı bu sahədə öz siyasətinin istiqamətlərini elan etmişdir. Bunlara yüksək səviyyəli mütəxəssislərin hazırlanmasını, bilik və savadın əhali arasında geniş yayılmasının təminini, müasir telekommunikasiya infrastrukturunun yaradılmasını, proqram təminatı sənayesinin yaradılmasını, internetə qoşulmanı və b. aid etmək olar. Ölkədə hərbi vəziyyət mövcud olduğu üçün qanunvericilik aktları parlament tərəfindən deyil, prezident tərəfindən qəbul olunur. Pakistanda İKT sahəsi yüksək tempə inkişaf etməyə başlamışdır. İKT-nin inkişafını işgüzar və elmi sazişlər olmadan təsəvvür etmək mümkün deyil. Elə buna görə də ölkənin şəhərlərində sərgilər, seminar və konfranslar keçirilir. Buna misal olaraq, 2002-ci ildə Microsoft korporasiyası və Milli Dillər Departamentinin təşkilatçılığı ilə İslamabadda keçirilən “Pakistanda dillərin kompüterləşməsi” konfransını göstərmək olar. Bu

konfransın keçirilməsi ölkədə 30 dildən istifadə edilməsi ilə bağlıdır. Bu dillərin içərisində ölkədə ən çox 6 dildən istifadə olunur. İKT sahəsinə qoyulan xarici investisiyaların sayı artmaqdadır. Hazırda ölkədə Microsoft, Intel, Mobilnik, Ericsson, Siemens, Motorola kimi beynəlxalq kompaniyaların nümayəndəlikləri fəaliyyət göstərir. Çin firmaları İKT-nin bazarına daha çox müdaxilə edirlər. Beynəlxalq Maliyyə Təşkilatı İKT sahəsinə sponsorluq edir. BMT-nin Sənaye İnkişafı Beynəlxalq Təşkilatı ilə əməkdaşlıq çərçivəsində informasiya sənaye şəbəkəsinin yaradılması layihəsi həyata keçirilir.

Azərbaycanda İKT sferasının inkişafında Litva Respublikasının təcrübələrindən də istifadə olunur.

Litva Respublikasında İKT sferasını təşkil edən təşkilatlara Litva Respublikası hökumətinin İnformasiya Cəmiyyətinin İnkişaf Komitəsi, Litva parlamentində İnformasiya Cəmiyyətinin İnkişaf Komitəsi, rabitəni nizamlayan dövlət xidməti (rabitə və telekommunikasiya sahəsinin nizamlanması), Daxili İşlər Nazirliyinin İnformasiya Siyasəti Departamenti, Litva Respublikasının Dövlət Təhlükəsizlik Departamenti və Verilənləri Mühafizə edən Dövlət İnspeksiyası (təftiş) aiddir.

Azərbaycan Respublikasında İKT sferasının inkişafında xarici təcrübənin özünəməxsus yeri vardır və bu təcrübələr bu sferanın gələcəkdə qabaqcıl sahələrdən birinə çevrilməsinə şərait yaradacaqdır.

1.2. Ölkədə internet iqtisadiyyatının inkişafına təsir edən informasiya cəmiyyətinin genişləndirilməsi istiqamətləri

XX əsrin sonu və XXI əsrin əvvəli İnformasiya və Kommunikasiya Texnologiyaları (İKT) cəmiyyətin inkişafına təsir göstərən vacib amillərdən birinə çevrilmişdir. Cəmiyyətin inkişaf tarixində üç global sosial-texniki inqilab qeyd olunur - aqrar, sənaye və informasiya. Sonuncu müasir informasiya texnologiyalarının tətbiqi ilə ictimai həyatın informasiyalaşdırılması prosesi kimi reallaşır və günümüzün ən aktual proseslərindən biridir.

İlk fərdi kompüterlər yaranan zaman heç kim onun bütün imkanları haqqında tam təsəvvürə malik deyildi və az insanlar inanırdılar ki, informasiya inqilabı Dünyanı və onun dünənini əsaslı formada dəyişəcək. Əlbəttə ki, bu gün formalaşmaqda olan informasiya cəmiyyətini çoxlarımız təsəvvürümüzə belə gətirə bilməzdik. Son illərdə informasiya texnologiyalarının fantastik inkişafı nəticəsində biz yeni Dünyaya - İnformasiya Dünyasına keçid dövrünü yaşayırıq. Bu Dünyada bizi nələr gözlədiyini tam bilməsək də, onu bilirik ki, fərdi kompüter erasından fərqli olaraq İnformasiya Dünyası daha çox insanı əhatə edəcək və cəmiyyəti daha da inkişaf etdirəcək. İlk növbədə münasibətlərin forması və məzmunu dəyişəcək və bu dəyişiklik fərdi kompüterin yaratdığı imkanlardan daha möhtəşəm olacaq. Belə ki, fərdi kompüterlər, İnternet, elektron poçt, multimedia məhsulları, İP-telefon, virtual oyunlar, intellektual sistemlər, obrazların və nitqin tanınması - bunlar hamısı növbəti inqilabı səciyyələndirən fundamental elementlərdir.

Fərdi kompüterlərin ilk yarandığı və imkanlarının üzə çıxdığı vaxtlar cəmiyyətdə elə də geniş əhatə dairəsi yaratmamışdı. Kütləvi informasiya vasitələri bu yeni sahəni demək olar ki, çox səthi işıqlandırırdılar. Kompüterə və onun imkanlarına aludə olmuş insanlar, sanki geniş kütlədən təcrid olunaraq öz dünyalarında yaşayırdılar. Bunun bir səbəbi də, bu yeniliyin bu qədər sürətlə və əhatəli olaraq cəmiyyətin məişətinə daxil olacağına inamsızlıq idi. Fakt isə göz qarşısında, hər birimizin gündəlik fəaliyyətində və həyatındadır.

Bundan fərqli olaraq, İnformasiya Dünyası mövzusu kütləvi informasiya vasitələrinin, aparıcı televiziya kanallarının, beynəlxalq təsisatların, elmi konfransların, Sammitlərin, aparıcı dövlətlərin liderlərinin zirvə görüşlərinin əsas müzakirə predmetinə çevrilmişdir. Son illər bu məsələyə demək olar ki, cəmiyyətin bütün təbəqələri (dövlət, biznes və vətəndaş) tərəfindən çox böyük diqqət və maraq göstərilir. İnformasiya Cəmiyyəti üzrə keçirilmiş Cenevrə və Tunis Sammitləri göstərdi ki, bu diqqət və maraq təkcə inkişaf etmiş ölkələrdə deyil, həmçinin kompüter istifadəçilərinin sayına görə dünya üzrə sonuncu yerləri tutan ölkələrdə də çox böyükdür.

Mütəxəssislərin fikrincə, rabitə sahəsində inqilab hələ yenicə başlayır və onillikləri əhatə edəcəkdir. Onun nəticələri isə, yeni vasitələr olacaq, hansı ki, insanların bu gün təsəvvürümüzdə canlandırmağa çalışdığımız İnformasiya Dünyasındakı ehtiyaclarını aradan qaldırmağa imkan verəcək. Bunun üçün isə növbəti illərdə hökumətlər, şirkətlər və ayrı-ayrı insanlar çox ciddi qərarlar qəbul etməlidirlər.

Təsadüfi deyil ki, bu gün informasiya cəmiyyətinin formalaşması əksər dövlətlərdə strateji məsələ olaraq qarşıya qoyulmuşdur və müasir informasiya texnologiyalarının cəmiyyətə integrasiya səviyyəsi ölkənin iqtisadi inkişaf dərəcəsini əks etdirən amilə çevrilmişdir. İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, informasiya cəmiyyətinin formalaşması prosesi mürəkkəb və çoxşaxəlidir. Prosesin uğurla həyata keçirilməsi isə cəmiyyətin hər bir üzvünün informasiya texnologiyalarının gündəlik həyatımızda əhəmiyyətini necə dərk etməsindən birbaşa asılıdır.

Məhz elə bu fikir 2003-cü ilin dekabrında Cenevrədə və 2005-ci ilin noyabrında Tunisdə respublikamızın da təmsil olunduğu İnformasiya Cəmiyyəti üzrə Dünya Sammitlərində müzakirə olunan mövzuların ana xəttini təşkil edirdi. Bu Sammitlər cəmiyyətin inkişafında bir də ona görə tarixi əhəmiyyət kəsb edirdi ki, ilk dəfə olaraq biznes, hökumət və ən başlıcası vətəndaş cəmiyyətinin nümayəndələri bir araya gələrək sivilizasiyanın inkişafı naminə vahid mövqedən çıxış etdilər.

Bu ideyanı daim gündəmdə saxlamaq üçün hər ilin 17 May tarixinin “Ümumdünya İnformasiya Cəmiyyəti Günü” kimi qeyd olunması qərara alındı. “Tunis Öhdəlikləri” sənədində isə iştirakçı dövlətlər bütün xalqların inkişafına xidmət edəcək Qlobal İnformasiya Cəmiyyətinin qurulması prosesində ortaya çıxan biləcək hər bir problemin vaxtında və operativ həlli üçün birgə fəaliyyət göstərəcəklərini bir daha təsdiqlədilər.

Ümumbəşəri inkişaf yolu ilə gedərək ölkəmizdə də informasiya cəmiyyətinə keçid üçün müvafiq mühitin yaradılması yolu seçilmişdir. Azərbaycanda aparılan dövlət siyasəti informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının yeni bir prioritet sahə kimi inkişafına əlverişli şərait yaratmışdır. İnformasiya-kommunikasiya texnologiyaları müasir cəmiyyətin ən vacib infrastruktur, iqtisadiyyatın bir sektoru, məhsuldarlığın artım amili və müasir humanitar inkişafın katalizatoru olaraq, Azərbaycanda energetika sektorundan sonra ən dinamik inkişaf edən ikinci sahədir.

Xatırlatmaq lazımdır ki, ulu öndər Heydər Əliyevin siyasi qətiyyəti sayəsində 1994-ci ilin sentyabrında "Əsrin müqaviləsi"nin imzalanması ölkənin yeni sosial-iqtisadi inkişaf modelinin həyata keçirilməsi üçün zəruri əsaslar formalaşdırmaqla yanaşı, müasir rabitə və informasiya texnologiyalarının sürətlə inkişafına da böyük canlanma yaratmışdır. Neft sektoruna və iqtisadiyyatın digər sahələrinə milyardlarla investisiya yatan Qərb şirkətləri ölkədə informasiya cəmiyyətinin bərqərar olması prosesində yaxından iştirak etməyə başlamış, bu məqsədlə Azərbaycana ən yeni və modern texnologiyalar gətirilmişdir.

Ölkədə İKT-nin inkişaf etdirilməsi məqsədilə ilk növbədə qanuni və hüquqi baza yaradılmasının vacib olduğundan Azərbaycanda da bu məqsədlə adları aşağıda qeyd edilən çoxlu sayda dövlət proqramları, strategiya və qanunlar qəbul olunmuşdur:

“Azərbaycan Respublikasının inkişafı naminə informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli Strategiya” (2003-2012-ci illər)”

Milli Strategiyanın əsas məqsədi informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından geniş istifadə etməklə ölkənin demokratik inkişafına kömək etmək və informasiya cəmiyyətinə keçidi təmin etməkdir.

Milli Strategiyanın əsas vəzifələrinə aşağıdakılar aiddir:

- informasiya cəmiyyətinin hüquqi əsaslarının yaradılması və inkişaf etdirilməsi;
- cəmiyyətdə insan amilinin inkişaf etdirilməsi, vətəndaşların keyfiyyətli təhsil, tibbi xidmət və sosial təminatlar alması üçün əlverişli şəraitin yaradılması;
- vətəndaşların və sosial institutların məlumat almaq, onu yaymaq və istifadə etmək kimi hüquqlarının təmin edilməsi üçün müvafiq mühitin yaradılması;
- effektiv, şəffaf və nəzarət oluna bilən dövlət idarəetməsi və yerli özünüidarəetmənin həyata keçirilməsi, elektron hökumətin yaradılması, elektron ticarətin formalaşdırılması və inkişaf etdirilməsi;
- ölkənin iqtisadi, sosial və intellektual potensialının möhkəmləndirilməsi, informasiya və biliklərə əsaslanan, rəqabətə davamlı iqtisadiyyatın qurulması, informasiya və bilik bazarının yaradılması və inkişaf etdirilməsi;
- xalqın tarixi, ədəbi və mədəni irsinin qorunub saxlanması və onun geniş təbliği;
- inkişaf etmiş informasiya və kommunikasiya infrastrukturunun yaradılması, vahid milli elektron informasiya məkanının formalaşdırılması, informasiya və kommunikasiya xidmətlərinin genişləndirilməsi;
- ölkənin informasiya təhlükəsizliyinin təmin olunması;
- ölkənin ümumdünya elektron informasiya məkanına inteqrasiyası;
- milli proqram vasitələrinin yaradılması, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları məhsullarının istehsalının (İKT sənayesinin) inkişaf etdirilməsi;
- ölkənin «rəqəmsal geriliyinin» aradan qaldırılması.

Strategiyanın həyata keçirilməsi nəticəsində dövlət idarəetməsində şəffaflığın təmin olunması, davamlı iqtisadi dirçəlişə nail olunması, əhəlinin həyat şəraiti yüksək dərəcədə yaxşılaşması, ölkədə vahid elektron informasiya məkanının formalaşması, bütün vətəndaşlar üçün informasiya əldə etmək imkanları yaranması

və milli maraqlar nəzərə alınmaqla ölkə ümumdünya elektron informasiya məkanına integrasiya olunması nəzərdə tutulmuşdur.

"Azərbaycan Respublikasında rabitə və informasiya texnologiyalarının inkişafı üzrə 2005-2008-ci illər üçün Dövlət Proqramı" (Elektron Azərbaycan)"

Dövlət Proqramının məqsədi Azərbaycanda rabitə və informasiya texnologiyalarının inkişafını təmin etmək və bu yolla ölkənin hərtərəfli tərəqqisi üçün xidmət göstərmək, eyni zamanda İKT-nin inkişafı üzrə Milli Strategiyanın həyata keçirilməsini təmin etmək, müəyyən edilmiş məqsədlərə və fəaliyyət istiqamətlərinə uyğun olaraq layihələri planlaşdırmaq və icra etməkdir.

Bununla əlaqədar aşağıdakı məsələlərin həlli xüsusi əhəmiyyət kəsb etmişdir:

- rabitə və informasiya texnologiyaları sahəsinin gələcək inkişafı üçün islahatların aparılması və effektiv mexanizminin formalaşdırılması;

- global informasiya fəzasına integrasiyanın genişləndirilməsi;

- cəmiyyətin, iqtisadiyyatın, dövlət orqanlarının, hüquqi və fiziki şəxslərin ümumistifadəli rabitə və informasiya texnologiyaları şəbəkələrinə qoşulma imkanlarının və onların artan tələbatının təmin edilməsi;

- ölkənin milli informasiya təhlükəsizliyi sisteminin yaradılması, informasiya fəzasının təhlükəsizliyinin və vətəndaşların informasiya hüquqlarının müdafiəsinin təmin edilməsi;

- rabitə və informasiya texnologiyalarının inkişafını təmin etmək üçün normativ-hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi;

- rabitə və informasiya texnologiyaları sahəsində standartlaşdırmanın, sertifikatlaşdırmanın, radiotezlik və nömrələnmə ehtiyatlarının tənzimlənməsinin beynəlxalq standartlara uyğun təşkil edilməsi;

- rabitə və informasiya texnologiyaları sahəsinə investisiyaların cəlb edilməsinə şərait yaradılması və özəl sektorun inkişaf etdirilməsi;

- poçt şəraitinin modernləşdirilməsi və yeni xidmət növlərinin istifadəyə verilməsi;

- yeni texnika və texnologiyalar tətbiq edilməklə daha keyfiyyətli radio-televiziya yayımı və peyk rabitəsi xidmətlərinin göstərilməsi;
- innovasiya siyasətinin müəyyənləşdirilməsi və informasiya cəmiyyətinin qurulmasını təmin edən fundamental və tətbiqi elmi tədqiqatların aparılması;
- təhsil sahəsində müasir texnologiyalardan geniş istifadə olunması, yüksək ixtisaslı kadrların, o cümlədən informasiya təhlükəsizliyi üzrə mütəxəssislərin hazırlığının təmin edilməsi;
- sahə üzrə sənayenin inkişafının təmin edilməsi, yerli istehsalın stimullaşdırılması və onun ixrac potensialının dəstəklənməsi;
- rabitə və informasiya texnologiyaları bazarında sərbəst və azad rəqabət şəraitinin yaradılması;
- dövlət, ictimai və sahə informasiya resurslarının formalaşdırılması, informasiya sistemlərinin və şəbəkələrinin yaradılması.

Dövlət Proqramında qarşıya qoyulan məqsədə nail olmaq üçün aparılacaq fəaliyyət aşağıdakı istiqamətlərdə həyata keçirməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- rabitə və informasiya texnologiyaları sahəsində iqtisadi-struktur islahatlarının aparılması;
- rabitə və informasiya texnologiyaları sahəsində modernləşmə və yeni texnologiyaların tətbiqinin həyata keçirilməsi;
- informasiya cəmiyyətinə keçid üzrə layihələrin hazırlanması və həyata keçirilməsi.

"Azərbaycan Respublikasında rabitə və informasiya texnologiyalarının inkişafı üzrə 2010-2012-ci illər üçün Dövlət Proqramı"

(Elektron Azərbaycan)

Dövlət Proqramının məqsədi Milli Strategiyadan irəli gələn vəzifələrin yerinə yetirilməsi, respublikanın informasiya cəmiyyətinə keçidinin təmin edilməsi, İKT-nin inkişafını və geniş tətbiqini təmin etmək yolu ilə informasiya və biliklərə əsaslanan, rəqabətə davamlı iqtisadiyyatın qurulması və inkişaf etdirilməsi üçün zəminin formalaşdırılması, dövlət idarəetmə mexanizmlərinin səmərəliliyinin artırılması və qərarların qəbulu prosesində vətəndaşların və sosial institutların

iştirakı imkanlarının genişləndirilməsi, cəmiyyətin informasiya məhsulu və xidmətlərinə olan tələbatının dolğun ödənilməsidir.

Dövlət Proqramında qoyulmuş məqsədlərə çatmaq üçün aşağıdakı məsələlərin həlli nəzərdə tutulur:

- respublikada müasir informasiya və kommunikasiya infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi, fiziki və hüquqi şəxslərin dövlət orqanlarının fəaliyyəti haqqında məlumatlara, həmçinin dövlət, ictimai və sahə informasiya resurslarına çıxışının genişləndirilməsi, informasiya və kommunikasiya xidmətlərinin genişləndirilməsi və onların keyfiyyətinin artırılması;

- dövlət idarəciliyinin bütün səviyyələrində İKT həllərinin tətbiqi, dövlət informasiya sistemləri və resurslarının formalaşdırılması və inkişaf etdirilməsi;

- vahid texnoloji standartlar əsasında dövlət informasiya resursları və sistemlərinin integrasiyasının təmin edilməsi, dövlət orqanları arasında etibarlı və təhlükəsiz informasiya mübadiləsinin həyata keçirilməsi üçün vahid konfidensial multiservis şəbəkəsinin inkişaf etdirilməsi, təşkilati-texniki, texnoloji tədbirlərin həyata keçirilməsi və müvafiq mühitin formalaşdırılması;

- dövlət orqanlarının göstərdiyi xidmətlərin operativliyinin və keyfiyyətinin, habelə dövlət idarəetmə mexanizmlərinin səmərəliliyinin artırılması üçün “E-hökumət” həllərinin geniş tətbiqi, “bir pəncərə” prinsipi əsasında elektron xidmətlərin təşkili;

- müasir inkişaf tələblərinə uyğun olaraq, sahə üzrə normativ hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi;

- sahə üzrə standartlaşdırma və sertifikatlaşdırmanın beynəlxalq təcrübəyə uyğun həyata keçirilməsi;

- müasir İKT ixtisasları üzrə mütəxəssis hazırlığının keyfiyyətinin artırılması;

- İKT xidmət və məhsullarının istehsalının inkişaf etdirilməsi və ixrac potensialının artırılması;

- yeni texnika və texnologiyaların tətbiqi, sahə üzrə xidmətlərin, o cümlədən poçt və telekommunikasiya (o cümlədən peyk rabitəsi) xidmətlərinin genişləndirilməsi və keyfiyyətinin yüksəldilməsi;
- poçt şəbəkəsi vasitəsilə poçt-maliyyə xidmətlərinin həyata keçirilməsinin inkişaf etdirilməsi;
- e-ticarət, e-səhiyyə kimi müxtəlif fəaliyyət formalarının inkişaf etdirilməsi;
- "rəqəmsal geriliyin" azaldılması üçün tədbirlərin həyata keçirilməsi;
- informasiya cəmiyyətinin qurulması istiqamətində vahid elmi-texniki və innovasiya siyasətinin həyata keçirilməsi;
- informasiya cəmiyyətinin qurulması üzrə görülən işlərə ictimai nəzarətin təmin edilməsi.

Elektron imza və elektron sənəd haqqında

Azərbaycan Respublikasının Qanunu

Bu Qanun elektron imzanın və elektron sənədin istifadəsinin, onların elektron sənəd dövriyyəsində tətbiqinin təşkilatı, hüquqi əsaslarını və əlaqədar subyektlərin hüquqlarını müəyyən edir, aralarında yaranan münasibətləri tənzimləyir.

"Xalq kompüteri" Layihəsi

Azərbaycan Respublikasının Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi, Azərbaycan Respublikasının Təhsil Nazirliyi, HP, Microsoft və Bestcomp Group şirkətlərinin birgə olaraq həyata keçirdikləri "Xalq kompüteri" layihəsini ölkədə kütləvi kompüterləşmənin ilkin mərhələsi hesab etmək olar.

Layihənin əsas məqsədi əhəlinin sosial təbəqələrinin müasir kompüterlə və lisenziyalı proqramlarla təchiz edilmiş güzəştli şərtlərlə əldə etməsinə şərait yaratmaq və bölgələrdə İKT-nin tətbiqini genişləndirməklə rəqəmli geriliyi azaltmaq, Azərbaycan hökumətinin informasiya cəmiyyətinin və e-hökumətin inkişaf etdirilməsi istiqamətindəki fəaliyyətini dəstəkləməkdir.

Layihənin məqsədi insanların İKT imkanlarından səmərəli istifadə edərək həyat səviyyəsini yüksəltmək və həyat tərzini yaxşılaşdırmaq, informasiya

cəmiyyətinə keçidi təmin etmək üçün aşağıdakı məsələlərin inkişafına nail olmaqdır:

- Əqli əməyin təşviqi;
- Bilik iqtisadiyyatı yönümlü kadrların hazırlanması;
- İKT yönümlü kadrların hazırlanmasını stimullaşdırmaq;
- E-hökumətin inkişaf etdirilməsi;
- Təhsil sisteminin dəstəklənməsi;
- İntellektual mülkiyyətin qorunması;
- Kompüter vərdislərinin təşviqi;
- Aztəminatlı sosial qrupların dəstəklənməsi;
- Əhalinin kompüterlərlə təminatına şərait yaratmaq;
- Kompüter sayının dünyanın orta göstəricilərinə çatdırmaq.

İlkin olaraq 2009-cu ilin aprelində başlayan və 4 ay müddəti əhatə edən pilot layihə həyata keçirilmişdir. Bu müddət ərzində layihə çərçivəsində yalnız orta məktəb müəllimləri kompüterlər əldə etmişlər. 18 noyabrın 2009-cu il tarixindən etibarən «Xalq Kompüteri» layihəsinin növbəti mərhələsinə start verilib. Bu mərhələ də orta məktəb müəllimlərinə aid edilmişdir. 30 iyun 2010-cu il tarixindən isə «Xalq Kompüter» layihəsinin ikinci mərhələsinə start verilmişdir. İmzalanmış razılaşmanın şərtlərinə əsasən, "Xalq Kompüteri" layihəsi çərçivəsində müəllimlərdən başqa orta məktəb şagirdləri və ali təhsil müəssisələrinin müəllim və tələbələri də kompüter və lisenziyalı proqram təminatını almaq imkanı əldə etmişlər.

Yuxarıda qeyd edilənlərdən əlavə olaraq, Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasının 50-ci maddəsi ilə təsbit olunmuş məlumat almaq hüququnun sərbəst, maneəsiz və hamı üçün bərabər şərtlərlə, açıq cəmiyyətin və demokratik hüquqi dövlətin prinsipləri əsasında təmin edilməsinin hüquqi əsaslarının müəyyənləşdirməkdən, həmçinin, ictimai vəzifələrin yerinə yetirilməsinə vətəndaşlar tərəfindən şərait yaratmaqdan ötrü "İnformasiya əldə etmək" haqqında və ölkədə telekommunikasiya sahəsində fəaliyyətin hüquqi, iqtisadi, təşkilati əsaslarının müəyyənləşdirilməsi və telekommunikasiya resurslarının məqsədyönlü

planlaşdırılmasını və istifadə olunmasını tənzimləmək məqsədilə “Telekommunikasiya” haqqında qanunlar qəbul olunmuş, ölkədə kosmik sənayenin yaradılması və inkişafı məqsədilə Dövlət Proqramı təsdiq edilmişdir.

Azərbaycan Respublikasında kosmik sənayenin yaradılması və inkişafı üzrə Dövlət Proqramı

Dövlət Proqramının əsas məqsədi respublikada kosmik sənayenin yaradılması və inkişaf etdirilməsi, dövlət strukturlarının peyk rabitəsinə olan tələbatının ödənilməsi, regionlarda əhalinin teleradio yayımına artan tələbatının təmin edilməsi, ölkənin beynəlxalq rabitə kanallarının artırılması və kosmik fəzadan səmərəli istifadə etməklə iqtisadi, sosial, elmi, mədəni, təhlükəsizlik və s. sahələrin inkişaf etdirilməsidir. Kosmik sənaye sahəsində beynəlxalq əməkdaşlığın genişləndirilməsi, respublikanın kosmik sənaye potensialının möhkəmləndirilməsi, kosmik sənaye texnikasının inkişafı, yeni rabitə xidmətlərinin təşkili, teleradio yayımı, yerin məsafədən zondlanması, hidrometeorologiya, ekoloji monitoring, fəvqəladə hallara nəzarət, kosmik tədqiqatlar, axtarış və xilasetmə üzrə proqramlar və s. bu sahənin inkişafına geniş perspektivlər yaradacaqdır.

Dünyada telekommunikasiya və İKT sektorunun çox böyük inkişafı peyk şəbəkələrinin rəqabət qabiliyyətinin artırılması istiqamətində əməli tədbirlərin görülməsini tələb edir. Bununla əlaqədar, kosmik sənaye kompleksinin perspektiv inkişafı üçün aşağıda qeyd edilənlər aktual hesab olunur:

- peyk rabitə və yayım xidmətlərinin daha cəlbedici olması və geniş əhali kütləsi üçün nəzərdə tutulması;
- orbitə yeni çıxarılan peyklərin rəqabət qabiliyyətinin artırılması;
- fiksasiya olunmuş peyk sistemləri peyklərinin kommersiya effektivliyinin artırılması;
- yeni peyklər vasitəsilə təqdim olunan xidmətlərin qiymətlərinin tənzimlənməsi;
- yeni peyklər vasitəsilə göstərilən xidmətlərin infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi;

- peyk rabitə sistemlərinin yerüstü yayım xidmətləri ilə integrasiyasının genişləndirilməsi.

Dövlət Proqramında aşağıdakı əsas strateji məqsədlər nəzərdə tutulur:

- gələcək inkişaf üçün potensialın yaradılması;
- milli və informasiya təhlükəsizliyinin təmin olunması və gücləndirilməsi;
- qlobal informasiya məkanına integrasiyanın genişləndirilməsi;
- dövlət orqanlarının, hüquqi və fiziki şəxslərin peyk şəbəkələrinə qoşulma imkanlarının təmin edilməsi;
- peyk sistemləri, onların idarə edilməsi və istismarı, eyni zamanda, kosmik sənayenin yaradılması və inkişafı üzrə normativ hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi;
- kosmik sənaye sahəsinə investisiyaların cəlb edilməsinə şəraitin yaradılması;
- respublika ərazisinin peyk rabitəsi, radio və televiziya yayımı ilə təmin edilməsi;
- dövlət strukturlarının xüsusi rabitəyə olan tələbatının ödənilməsi;
- respublika ərazisində ətraf mühitin monitorinqi və texnogen mənşəli fəvqəladə halların proqnozlaşdırılması və tədqiqi üzrə araşdırmaların aparılması, dənizdə və quruda neft dağılmalarının miqyasının qiymətləndirilməsi;
- respublikanın beynəlxalq kosmik proqramlarda iştirakına şəraitin yaradılması;
- kosmik sənayenin inkişafının təmin edilməsi, yerli istehsalın stimullaşdırılması və onun ixrac potensialının dəstəklənməsi;
- kosmik sənaye və peyk sistemləri sahəsində mütəxəssislərin hazırlanması;
- strateji əhəmiyyətli infrastruktur obyektlərin təhlükəsizliyinin təmin edilməsi məqsədi ilə monitorinqin aparılması.
- kosmik sənayenin yaradılması və inkişafı.

FƏSİL II. ÖLKƏDƏ İNTERNET İQTİSADİYYATIN MÖVCUD DURUMU VƏ ONUN ÖLKƏ İQTİSADİYYATINA TƏSİR MƏXANİZMLƏRİ

2.1. Ölkədə internet iqtisadiyyatın formalaşmasının əsas üstünlükləri

Bu gün internet iqtisadiyyatı termini altında ilk öncə məhsul və pullu xidmətlərin qlobal informasiya şəbəkələri vasitəsilə reallaşdırılması başa düşülür. Internet iqtisadiyyat ilk dəfə ABŞ prezidenti administrasiyasının xüsusi sənədlərində formalaşdırılmış tərifini yada salmaq yerinə düşər. Sənədə görə kompüter şəbəkəsi vasitəsilə yerinə yetirilən və nəticəsində müəllif hüququ və ya maddi məhsul və ya xidmətlərdən istifadə hüququ bir şəxsdən digərinə ötürülən istənilən sövdələşmə elektron ticarət adlandırılır. Elektron biznes şirkətin şəbəkə vasitəsilə həyata keçirdiyi proseslər kimi müəyyən olunur.

90-cı illərdən başlayaraq onlayn ticarət sahəsində aktivliyin artması müşahidə edilirdi. Kompüter avadanlıqları istehsal edən nəhəng şirkətlərin ardınca şəbəkəyə ənənəvi məhsulların satışı ilə məşğul olanlar da qoşulmağa başladılar. Çoxlu həcmdə kitab mağazaları, kompakt disk və videokasset, şərab mağazaları meydana çıxdı. Hal-hazırda şəbəkə vasitəsilə demək olar ki, istənilən məhsulu almaq mümkündür. Bu nöqteyi-nəzərdən internet iqtisadiyyat əksər biznes proseslərin onların elektron şəkildə aparılması hesabına sürətləndiriləsidir. Belə ki, informasiya hər etapda kağız surətin çıxarılması mərhələsini adlayaraq birbaşa qəbulediciyə çatdırılır.

“İnternet iqtisadiyyat” termini özündə EDI (Electronic Data Interchange – verilənlərin elektron mübadiləsi), elektron poçt, internet, intranet (şirkət daxilində informasiyanın mübadiləsi) kimi müxtəlif çoxsaylı texnologiyaları birləşdirir. Beləliklə, internet iqtisadiyyatı biznesin internet vasitəsilə aparılması kimi də xarakterizə etmək olar. Lakin bu anlayışa təkə internetə oriyentasiya olunmuş sistemlər deyil, həm də digər kommunikasiya mühitləri – BBS, VAN və s. istifadə

edən elektron mağazalar aid edirlər. O cümlədən WWW vasitəsilə informasiya yayımını həyata keçirərək məlumatların mübadiləsi üçün faks, telefon və digər bu tipli vasitələrdən istifadə edən satış proseduraları e-ticarət sinfinə qismən aiddirlər. Onu da qeyd edək ki, WWW internet iqtisadiyyatın texnoloji bazası olmasına baxmayaraq sistemlər sırasında digər kommunikasiya imkanlarından da istifadə olunur. Məsələn, məhsulun parametrlərinin dəqiqləşdirilməsi və ya sifarişin rəsmiləşdirilməsi üçün sorğular elektron poçt vasitəsilə də göndərilə bilər.

İnternet iqtisadiyyatın vacib şərtlərindən biri minimum satıcı sistemində sifarişin emalının tam avomatlaşdırılmasıdır. Bunsuz onlayn rejimində müəllif hüquqlarının tam ötürülməsi alınmır. Bu fikrin hüququ nəticələri mövcuddur. Məsələn, bu tip əməliyyatlar ABŞ-da satış vergisindən azaddırlar. Əgər internetlə sifariş verməyə imkan verən hər hansı bir amerikan Web-saytı məhsulun kuryer vasitəsilə çatdırılması zamanı ödənişləri nağd yolla almağa qərar verərdisə, o, məhsulun qiymətinə satış vergisini də əlavə etməli idi. Məqsəd aydındır: hökumət maliyyə axınlarının nağdsız və şəffaf aparılmasında, həmçinin də pulların iqtisadiyyatda daha sürətlə dövriyyəsinə, eləcə də süni xərclərin azaldılmasının stimullaşdırılmasında maraqlıdır. Deyilənlərdən aydın olur ki, elektron bizneslə məşğul olan şirkətlərin müştərilərinin xidmət göstərilmələri üçün biznes proseslərin nizamlanması nöqteyi-nəzərindən müəyyən mərhələyə nail olunmalıdır. Onlayn rejime keçid yalnız inkişaf etmiş avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemində malik şirkətlərdə xərclərin azalmasına gətirib çıxarır.

Çoxölçülü internet iqtisadiyyat sahəsini xarakterizə edən meyarlardan biri məhsulun istehlakçısının tipidir. Xüsusi şəxslərin xidmət göstərilməsindən meydana çıxan tələblər korporativ müştərilərlə - firma və şirkətlərlə iş zamanı əmələ gələn tələblərdən kəskin fərqlənir. Korporativ müştərilər – işguzar ortaqlar əvvəlcədən müəyyən edilməlidirlər. Onların əhatə dairəsinin genişləndirilməsi kifayət qədər incə məsələdir. Eyni zamanda xüsusi müştərilərin sayının artırılması məqsədyönlülüüyü heç bir şübhə doğrultmur – nə qədər çox olsa, bir o qədər yaxşıdır. Belə ki, elektron kitab mağazası qabaqcadan heç bir şərt qoymadan ödəmək iqtidarında olan hər kəsdən sifariş qəbul etməlidir.

Hal-hazırda internet vasitəsilə satılan məhsullar sırasında ilk yerləri proqram məhsulları və hesablama texnikası vasitələri tutur. WWW kompüter texnologiyalarına əsaslanır və multimedia web-bölmələri ilə fəal iş üçün daha müasir proqram və texniki vasitələrə ehtiyac duyulur. Bazarın səyahət və maliyyə xidmətləri kimi digər sahələrində artımlar daha gözlənilməzdir. Cədvəl 1-də internet iqtisadiyyat bazarındakı sektorların iki müxtəlif kriteriyaya görə - pulla ifadədə satışın həcminə və bu və ya digər məhsulun satış sayına görə ardıcılığı verilmişdir.

Cədvəl 1.

Yer	Pul həcminə görə ardıcılıq	Satış sayına görə ardıcılıq
1	Daşınmaz əmlak	Proqram təminatı
2	Kompüter texnologiyaları avadanlıqları	Musiqi cihazları
3	Proqram təminatı	Müxtəlif
4	Turist xidmətləri	Kompüter texnologiyaları avadanlıqları
5	Musiqi cihazları	Turist xidmətləri
6	Maliyyə xidmətləri	Maliyyə xidmətləri

Cədvəldə qeyd olunmuş proqram təminatı sektoru, əsasən, sadə istifadəçilərə istiqamətlənmiş vasitələri deyil, yüksək texnoloji sistemləri; sənaye və səhiyyə üçün proqramları, proqram təminatı hazırlanması vasitələrini və s. təşkil edir.

Elektron biznesdə iştirakın bir çox müsbət tərəfləri vardır:

- İstehsalat proseslərinin effektivliyinin artırılması;

- Dövriyyə fondlarının azaldılması, istifadənin nisbi ucuzuğu – bu faktor kiçik bizneslər üçün daha cəlbedicidir. Şəbəkə ona böyük şirkətlərlə effektiv rəqabət aparmağa imkan verir;
- Vasitəçiləri ixtisar etmək imkanı;
- Ölkə sərhədlərindən və vergilərindən asılı olmamaq: internet mağazaların yaradılması istənilən ölkədə yerləşərək şəxsi biznesin beynəlxalq miqyasda idarəedilməsinə imkan verir;
- Nəhəng potensial auditoriya;
- Individual marketingin tətbiq edilməsi;
- Bütün sutka ərzində satış;
- Alıcı ilə interaktiv ünsiyyət, sorğuya ani cavab vermək imkanı;
- Təklif olunan məhsul və xidmətlər haqqında ətraflı informasiya;
- Ani ödəmə etmək imkanı.

Elektron mağazaların istifadəsi olunması cəhətdən də üstünlüklər göz qabağındadır:

- ✓ Qısa müddətdə mağazanın açılması;
- ✓ Ticarət meydançalarının kirayəsinə çəkilən xərclərin ixtisar edilməsi;
- ✓ Əməkdaşların saxlanılmasına, avadanlıqlara çəkilən xərclərin azaldılması;
- ✓ Əhatə dairəsinin genişləndirilməsi;
- ✓ Sutkalıq reallaşdırma kanalları.

İnternet iqtisadiyyatın üstün cəhətlərindən biri individual marketingdən istifadə etmək imkanıdır. Onun əsasında baha yaşamaqdan imtina etmək, hər bir alıcının şəxsi tələbatlarına uyğun olaraq məhsul və xidmətlərin dəyişdirilməsi durur. Belə individual yaşama həm də əks əlaqəli marketing və ya kütləvi individuallaşdırma adlanır. Bu istehlakçını cəlb edib saxlamaq, rəqabətdə qalib gəlmək üçün effektiv üsuldur. Şəbəkə vasitəsilə məlumatları real həyatdakından daha tez əldə etmək olar. İnternet texnologiyası bu prosesi sadələşdirir və avtomatlaşdırır.

İnternet iqtisadiyyatın imkanları müasir biznesə bir sıra yeni keyfiyyətli elementlər verir:

- Rəqabətin artması. Müasir biznes qlobal rəqabətin daimi artımı ilə xarakterizə olunur. E-ticarət müştəriyə daha yaxın olaraq rəqabətqabiliyyətliliyi artırmağa imkan verir. Bir çox şirkətlər e-ticarət texnologiyalarını özündə məhsul haqqında ətraflı məlumatlar, onun istifadəsi üçün təlimatlar və sifarişçinin iddialarına cəld reaksiyanın verilməsini birləşdirən satışdan öncəki və sonrakı genişləndirilmiş dəstəyi təklif etmək üçün istifadə edirlər. Müvafiq olaraq sifarişçi daha yüksək keyfiyyətli xidmət əldə edir.

- Fəaliyyət sferasının qloballaşması. İnternet kommersiyanın aparılması zaman və məkanının miqyasını əhəmiyyətli dərəcədə dəyişir. İnternet – heç bir ərazi məhdudiyyətləri olmayan əlaqə vasitəsidir və bu zaman informasiyaya daxil olma qiyməti ona olan məsafədən asılı olaraq dəyişmir. Beləliklə, internet iqtisadiyyat hətta ən kiçik şirkətlərə belə qlobal səviyyədə iştiraka nail olmağa və dünya miqyasında bizneslə məşğul olmağa imkan verir. Eyni zamanda sifarişçilər də coğrafi yerləşmələrindən asılı olmayaraq tələb olunan məhsul və xidməti təklif edən bütün potensial təchizatçılar arasından qlobal seçim imkanı əldə edirlər. Satıcı və alıcılar arasındakı məsafə artıq malların çatdırılması mərhələsində yalnız nəqliyyat xərcləri nöqtəyi-nəzərindən rol oynayır.

Zaman miqyası da İnternet mühitində kifayət qədər fərqlənir və şirkətlərə əvvəlkindən bir neçə dəfə tez qərar qəbul etməyə imkan verir. İnternetdə informasiya və xidmətlər bütün sutka ərzində əlçatan olur. Bundan başqa internet yüksək elastikliyə malik olaraq təqdim olunmuş informasiyaya asan dəyişiklik etməyə imkan verir və bununla onun aktuallığını zaman ləngiməsi olmadan dəstəkləyir.

- Qarşılıqlı fəaliyyətin personallaşdırılması. Elketron qarşılıqlı fəaliyyət vasitələrindən istifadə edərək şirkət hər bir individual sifarişçinin sorğuları haqqında dolğun informasiya əldə edə və individual tələblərə uyğun olaraq məhsul və xidmətləri avtomatik təqdim edə bilirlər. Sadə nümunə kimi web-

saytın istehsalçı və ya distribüterin sifarişçilərinin hər biri üçün personal təqdimatını göstərmək olar.

- Məhsulların yayılma kanallarının qısaldılması. Bir çox hallarda e-ticarət məhsulun təchizatçıdan sifarişçiyə çatdırılması yolunu əhəmiyyətli dərəcədə qısaltmağa imkan verir. Məhsullar topdan və pərakəndə formasında ənənəvi kanalları ötərək bilavasitə istehsalçıdan istehlakçıya uğurla çatdırılırlar. Yayılma kanallarının qısaldılmasının səbəbi firmaların ənənəvi olaraq aralıq hissə mütəxəssislərinin yerinə yetirdiyi funksiyaları öz üzərlərinə götürmək imkanındır, belə ki, internet istehlakçılara daha effektiv təsir imkanlarına malikdir və eyni zamanda onlar haqqında informasiyaları izləməyə imkan verir.

Xüsusi hal – elektron üsullarla çatdırıla bilən məhsul və xidmətlərdir. Bu zaman çatdırılma yolu maksimal olaraq qısalır. Elektron üsul əyləncə sənayesi məhsullarının (filmlər, musiqi, jurnal, qəzet və s.), informasiyanın, tədris vasitələrinin çatdırılması üçün tətbiq olunur, həmçinin də proqram təminatının yaradılması və təchizatı ilə məşğul olan şirkətlər tərəfindən effektiv istifadə olunur.

- Xərclərə qənaət. İnternet iqtisadiyyatın əsas nailiyyətlərindən biri sövdələşmənin yerinə yetirilməsi və onun sonrakı xidməti zamanı xərclərə qənaət edilməsidir. Beləliklə, elektron qarşılıqlı fəaliyyətdən istifadə edilə bilən istənilən biznes proses xərclərin azaldılması potensialına malikdir ki, bu da öz növbəsində sifarişçilər üçün qiymətlərin aşağı salınmasına əsas ola bilər.

İnternet iqtisadiyyat potensialının tam reallaşdırılması üçün bir neçə problem həll olunmalıdır:

Qloballaşma. Qlobal şəbəkə dünyanın o biri ucundakı şirkətlə biznes aparağı onun qonşu küçədə yerləşdiyi təqdirdə olduğu kimi asan edə bilər. Lakin bu əlaqə vasitəsi həmişə kifayət etmir. Müxtəlif qitələrdəki şirkətlər bir-birlərinin və ya təklif olunan məhsul və xidmətlərin real mövcudluğundan necə əmin ola bilərlər? Şirkət yer kürəsinin digər üzündə yerləşən ölkədə biznesin aparılması ənənə və qaydalarını necə anlaya bilər? Bu və ya digər bu tipli suallar qloballaşma

probleminin – mahiyyət etibarilə qlobal olan e-ticarətin praktiki reallığa çevrilməsinin tərkib hissəsidir.

Müqavilə və maliyyə problemləri. Burada belə suallar meydana çıxır: hansı mərhələdə iki şirkət arasındakı müqaviləni bağlanmış hesab etmək olar? Bu müqavilənin hüquqi statusu necədir? O, hansı ölkənin hüququ təsirinə düşür? Maliyyə qaydalarındakı fərqləri nəzərə alaraq ödəmə necə yerinə yetirilir? Məhsul olan vergi və gömrük rüsumları necə olmalıdır?

Müəllif hüquqları. Elektron üsullarla yayılan və bu səbəbdən asanlıqla sürətləri çıxarıla bilən məhsullar üçün intellektual mülkiyyət hüquqlarının müdafiəsi problemi kəskin olaraq qalır.

Məxfilik və təhlükəsizlik. İnternet iqtisadiyyatın açıq şəbəkələrdə aparılması onun bütün iştirakçılarının təhlükəsizliyini təmin edən effektiv və etibarlı mexanizmləri tələb edir. Bu mexanizmlər məxfiliyi və tərəflərin sonradan sövdələşmədə iştiraklarını inkar edə bilməmələri zəmanətini təmin etməlidir. Təhlükəsizliyin dəstəklənməsinin qəbul edilmiş sistemləri üçüncü tərəfin sertifikatlaşdırmasına əsaslandıqları üçün qlobal internet iqtisadiyyat qlobal sertifikatlaşdırma sistemlərinin mövcudluğunu tələb edir.

İnformasiya sistemlərinin uyğunluğu. İnternet iqtisadiyyatın tam reallaşdırılması universal giriş imkanı tələb edir – isənilən şirkət və istənilən sifarişçi coğrafi yerləşmədən və istifadə olunan informasiya sisteminin xüsusiyyətlərindən asılı olmayaraq məhsul və xidmətləri təqdim edən bütün təşkilatlara daxil olma imkanına malik olmalıdırlar. Bu da öz növbəsində bunun üçün istifadə olunan vasitələrin uyğunluğu və qarşılıqlı fəaliyyətinin universal standartlarını tələb edir.

Qeyri-mükəmməl qanunvericilik. Real vaxt və ya elektron kommersiya rejimli iqtisadiyyatın inkişafı daxili və beynəlxalq ticarətin hüquqi nizamlanması həm beynəlxalq, həm də dövlətin milli qanunvericiliyi səviyyəsində bir sıra prinsiplə dəyişikliklərlə müşayiət olunmalıdır. Bu problemin həll olunmasının çətinlikləri ilə əlaqədar elektron ticarətin nizamlanması sahəsində mübahisəli situasiyalar yarada biləcək bir çox natamamlıqlar qalır.

Yalnız bütün bu kimi məsələlər həll olunduqdan sonra elektron ticarətin funksionallığını optimallaşdırmaq imkanı əldə edilir.

İnternet iqtisadiyyat şirkətin şəbəkədəki sadə nümayəndəliyindən tutmuş bir neçə şirkətlər tərəfindən həyata keçirilən müştərək fəaliyyətin elektron dəstəklənməsinə kimi (məsələn, outsorsinq və ya virtual şirkət) müxtəlif səviyyələrdə aparıla bilər. Qarşılıqlı elektron münasibətlərinin iştirakçılarından asılı olaraq internet iqtisadiyyat aşağıdakılar arasında mövcud olan kommersiya fəaliyyətinin əsas sektorlarına bölünür:

- B2B – hüquqi şəxslər, təşkilatlar;
- B2C – hüquqi və fiziki şəxslər;
- B2G – hüquqi şəxslər və hökumət təşkilatları;
- C2C – fiziki şəxslər;
- G2C – hökumət təşkilatları və fiziki şəxslər.

Digər sektorlar: C2B, G2G, C2G, G2B eyni iştirakçıları daxil edərək yalnız onların qarşılıqlı fəaliyyət xarakterinə görə fərqlənilir. Elektron ticarət iştirakçılarının münasibətlər müxtəlifliyi 2 nömrəli cədvəldə göstərilmişdir.

Hal-hazırda internet iqtisadiyyatın ən geniş yayılmış növlərindən biri elektron mağazalardır. Adətən elektron mağaza məhsulların kataloqundan, məhsulların toplandığı virtual alıcı “arabasından”, həmçinin də ödəmə vasitələrindən ibarət olan web-saytdır. İstənilən internet mağazanın texniki hissəsinə web-vitrinlərin və ticarət sisteminin məcmusu kimi baxmaq olar. İnternet mağaza sistemi sadəcə web-vitrinlər çərçivəsində yerinə yetirilə bilməyən məsələlərin çox hissəsini yerinə yetirir. O cümlədən informasiyanın dinamik emalı və VB ilə iş sayəsində internet mağaza hər bir qeydiyyatdan keçmiş alıcı ilə individual olaraq işləməyə imkan verir.

Son dövrlərdə elektron kommersiyanın yeni növü – elektron banklar geniş vüsət almağa başlayır. Elektron bankarın üstün cəhətlərin bu tip bankın yaradılması dəyərinin kifayət qədər aşağı olması və nəhəng müştəri əhatə dairəsinin mövcudluğudur. Bunun hesabına elektron bank müştərilərə adi banklardan daha sərfəli faizlər və daha kiçik qiymətlərlə böyük spektrli bank xidmətləri təqdim edə

bilər.

Cədvəl 2. İnternet iqtisadiyyat prosesi iştirakçıları arasında münasibət modelləri

	Business (biznes)	Customer (istehlakçı)	Government (hökumət)
1	2	3	4
Business (biznes)	B2B - ticarət-satış meydançaları; - alışların idarəedilməsi sistemi (e-procurement); - təchizatçıların müşayiətinin tam dövr sistemi (SCM); - bölüşdürmələrin idarəedilməsi sistemi; - müştərilərin müşayiətinin tam dövr sistemi (CRM); - sahəvi elektron ticarət meydançaları; - elektron bazarlar; - autorsinq; - elektron ödəmə sistemləri; - virtual şirkətlər; - elektron birjalar; - elektron hərraclar; - internet-treyding; - internet-reklam; - mobil kommersiya sistemləri; - sığorta sistemləri; - elan lövhələri; - informasiya biznes sistemləri.	B2C - ticarət sıraları; - elektron vitrin və kataloqlar; - elektron mağazalar; - elektron hərraclar; - internet-treyding; - elektron ödəmə sistemləri; - internet-sığorta; - tele iş sistemləri; - virus marketing sistemləri; - internet-reklam; - sponsor proqramları; - turistik və digər xidmətlər.	B2G - dövlət tələbləri üçün məhsulların alışı üzrə elektron ticarətdə iştirak; - dövlət sifarişlərinin yerinə yetirilməsi; - vergi, statistika, gömrük və digər sahələrin internet sistemləri.

Customer (istehlakçı)	C2B - şəxsi xidmətlər; - sorğu və digər reklam aksiyalarında iştirak; - ortaqlıq və sponsor proqramlarında iştirak.	C2C - elan lövhələri; - internet-hərraclar; - P2P sistemləri; - çoxsəviyyəli marketing sistemləri.	C2G - seçkilər; - ictimai rəyin toplanmasında iştirak; - vergilərin, rüsumların, cərimələrin ödənməsi; - vətəndaşların şikayət, ərizə və müraciətlərinin
Government (hökumət)	G2B (elektron hökumət): - hökumət sifarişlərinin nizamlanması sistemləri; - elektron tenderlər; - vergi, gömrük orqanları, dövlət sertifikatlaşdırma orqanları, administrasiyalar və s. ilə əlaqələrin təmin edilməsi; - hüquqi və informasiya sorğu xidmətləri; - geoinformasiya sistemləri.	G2C (elektron hökumət): - sosial xidmət sistemləri; - kommunal xidmət sistemləri; - informasiya və hüquqi sorğu xidmətləri; - geoinformasiya sistemləri.	G2G (elektron hökumət): - seçkilər; - gömrük, vergi, hüquq mühafizə və s. sferalarında avtomatlaşdırılmış əməkdaşlıq sistemləri.

İstifadəçinin biometrik identifikasiyası vasitələri kimi xüsusi elektron informasiya mühafizəsi və təhlükəsizliyi sistemlərinə malikdir.

Müasir internet iqtisadiyyat bazarında aşağıdakı xidmət növləri mövcuddur:

- Texnologiya təminatçıları;
- Elektron-kommersiya xidmətçiləri;
- Əlaqələndiricilər;
- Elektron ödəmə xidmətləri.

Texnologiya təminatçıları kommunikasiya şirkətləri, internet provayderlər, proqram və aparat təminatı üzrə istehsal kompaniyaları – informasiya texnologiyaları sektoru kompaniyalarıdır.

Kommersiya xidmətçiləri operativ informasiya və xidmət təminatı ilə məşğul olan şirkətlərdir. Bunlara aşağıdakılar aiddir:

- Xidmət sahibləri (owners) – bunlar sahibkarlar, xidmətçilər və satıcılar ola bilər. Bunların əksəriyyəti öz internet xidmətlərini web-səhifələrində kataloqlar formasında təqdim edir və elektron-kommersiya bazarı istehlakçılarının xidmət sahibləri kateqoriyasına aiddirlər.

- Elektron brokerlər (e-brokers) elə təşkilatlardır ki, son istifadəçiyə müxtəlif məhsul və xidmətlərlə tanışlıq imkanı təşkil edir. Elektron brokerlər digər firmalara aid məhsul və xidmətləri təklif edir, onları qiymətləndirir, bu və ya digər məhsulun alınıb-satılması haqqında təkliflər verir və bununla da satış prosesini sadələşdirirlər. Elektron brokerlərin mühüm bir növü informasiya-brokeridir. Onlar müxtəlif informasiya bazalarına giriş imkanı təmin edirlər. Elektron brokerlərə misal olaraq maliyyə sferasında fəaliyyət göstərərək suda təqdim edən E-loan (www.e-loan.com) şirkətini və qiymətli kağızlarla ticarəti təşkil edən E-Trade (www.e-trade.com) şirkətini göstərmək olar. Əksər informasiya və analitik agentliklər informasiya agentlikləri adlanır. Bir sıra banklar da öz web-səhifələrində müxtəlif iqtisadi göstəriciləri, indeksləri, valyuta məzənnələrini dərc edərək informasiya brokeri rolunda çıxış edirlər.

- Elektron xidmət provayderləri (e-service providers) müəssisənin virtual ofisi deyil, fəaliyyətinin çox hissəsi bilavasitə internet vasitəsilə həyata keçirilən müəssisədir. Daha doğrusu, bu, virtual və ya onlayn müəssisədir.

- Digər nümunə internet-banklar və ya virtual banklar, şəbəkə bankları, elektron banklar və onlayn-banklar ola bilər. İnternet-bank şöbələri və filialları olmayan və bank xidmətlərinin tam spektrini təqdim edən təşkilatdır. Aşağıdakıları qeyd etmək olar: www.electronicbanker.com, www.open-vision.com, www.firstdirect.com, www.advance-bank.de və s. Bu banklar öz müştərilərinə məsafədən xidmət təşkil edir və onların xidmətləri klassik banklara nisbətən ucuzdur.

- Əlavə məlumat xidmətçiləri (add-on providers) adətən müxtəlif analitik-informasiya agentlikləridir ki, onların da işi sifariş əsasında marketing tədqiqatını aparmaq, istifadəçilər üçün reklamlar, elanlar və başqa informasiyalar dərc etməkdir. Bu baxımdan banklar həm xidmətçi, həm də istifadəçi qismində çıxış edərək üçüncü firmanın web-səhifəsində öz reklamlarını yerləşdirərək müqabilində müəyyən vəsait ödəyir.

Əlaqələndiricilər (context providers) – internet ticarətin inkişafı əlaqədar yaranmış yeni əlaqələndirici kateqoriyadır. Adətən onlar portalların sahibləridir. Portal elə bir web-saytdır ki, xüsusi istifadəçi auditoriyasına xidmət edərək əlavələr və xidmətlərdən istifadəni təmin edir. Məhdud istifadəçilər dairəsinə xidmət edən portallar şaquli, müxtəlif qrup istifadəçilər və bazarlar üçün nəzərdə tutulmuş portallar isə üfüqi və ya meqaportal adlanır. Əsas fərqləndirici cəhəti fərdiləşməkdir. Belə ki, portal mahiyyətə kompüter proqramıdır və konkret istifadəçi üçün nəzərdə tutula və müxtəlif formalarda ola bilər. Portallar iki yerə bölünür: informasiya portalları və elektron ticarət meydançaları (e-marketplace);

- İnformasiya portalı və ya xidmət kataloqları bir qrup istifadəçilərə mövzu üzrə sinifləşmiş informasiya resurslarından istifadə imkanını yaradır. Bu portallar, adətən, çox tanınmış olurlar. İnformasiya təminatından başqa onlar internetin bir sıra tətbiqi xidmət növlərini əlaqələndirir, istifadəçiyə xəbər kanallarından, elektron poçt xidmətindən və internet-mağaza sistemindən istifadə imkanını yaradır. Əksər istifadəçilər üçün bu cür portallar internet aləminə giriş nöqtəsi funksiyasını yerinə yetirir. Məsələn, www.yahoo.com, www.rambler.ru.

- Elektron ticarət meydançaları elektron ticarət təşkil etmək üçün istifadə olunan portallardır. Bu satıcı ilə müştərini bir araya gətirən web-saytdır. Ticarət meydançaları aid olduqları sahənin əlamətlərinə və ticarətin təşkil qaydalarına görə fərqlənilirlər. Müxtəlif sahə meydançalarına aşağıdakıları misal göstərmək olar: www.directag.com – kənd təsərrüfatı, www.chemdex.com – kimya sənayesi, www.e-steel.com – metallurgiya və s. Təşkil qaydasına görə elektron ticarət meydançalarının aşağıdakı növləri var:

- Aqreqator – inuversal mağazaya oxşar web-saytdır. Onlar bir çox şirkətlərin kataloqlarını toplayır və onları məqsədli istifadəçilə təklif edir. Məsələn, Yahoo.Finance – maliyyə xidməti sahəsində aqreqator hesab edilir. O, istifadəçilərə müxtəlif maliyyə xidmətçilərinin bircins xidmətlərindən istifadə imkanı yaradır.

- Elektron auksionlar hərracları təşkil etmək üçün elektron meydançalardır. Topdansatış ticarət üzrə geniş tətbiq olunur. Bu gün demək olar ki, elektron ticarət vasitəsilə həyata keçirilən alqı-satqı əməliyyatlarının yarısı bu hərraclarda aparılır (www.ebay.com).

- Elektron birjalar təcili satış birjası rolunu yerinə yetirən saytlardır. Bu anonim ticarət meydanları istifadəçilərə spot-bazarda məhsul alqı-satqısı aparmağa imkan verir.

Təcrübədə portalların hər iki növünə çox vaxt eyni bir web-saytda rast gəlmək olur. Belə ki, bir çox informasiya portalları istifadəçilərə auksionlar təklif edirlər. Məsələn, Yahoo (www.auctions.yahoo.com), Netscape (www.shop.netscape.com/auctions).

Ödəmə xidmətçiləri (enabling service providers) internet ticarət əməliyyatları zamanı ödəmə proseslərini təmin edirlər. Buna sertifikatlaşdırma xidməti də aid edilir. Onlar ödəmənin təhlükəsizliyinə zəmanət verir və şərait yaradırlar. Ən geniş yayılmış sertifikatlaşdırma mərkəzlərinə VISA (www.visa.com), Verisign (www.verisign.com), CyberTrust (www.gte.com) aiddir.

2.2. İnternet iqtisadiyyatın ölkə iqtisadiyyatına təsirinin qiymətləndirilməsi

Keçən son onillik ərzində internet iqtisadiyyat alıcılar və satıcılar arasında mübadilələrinin həyata keçirilməsində alternativ bir vasitəyə çevrilmişdir. İnternet iqtisadiyyat əmtəə, xidmətlərin və informasiyanın elektron şəbəkə vasitəsilə mübadiləsidir. Mübadilələr barəsində elektron şəkildə müzakirələr aparılır, əmtəə və xidmətlər özünəməxsus qiymətlərə satılır. İndiyə qədər aparılmış tədqiqatlardan aydın olur ki, internet iqtisadiyyatın B2B (biznesdən biznesə) və B2C (biznesdən istehlakçıya) növləri daha geniş yayılmışdır.

İlk öncə qeyd etmək lazımdır ki, internet iqtisadiyyatın B2C növündə əmtəə və xidmətlərin istehlak məqsədilə satışı nəzərdə tutulur. Son illərdə internet iqtisadiyyatın sürətli inkişafına baxmayaraq, hələ də inkişaf etmiş ölkələrdə B2C növü üzrə mübadilələr adi pərakəndə satışın yalnız 8-10%-ni təşkil edir. Qeyd etmək lazımdır ki, bu rəqəm inkişaf etməkdə olan ölkələrdə isə daha aşağı 1-1.5%-dir. Lakin internet iqtisadiyyatın artım sürətinə nəzər yetirdikdə (inkişaf etməkdə olan ölkələrdə təqribən ildə 15-20%) belə bir qənaətə gəlmək olar ki, yaxın illər ərzində internet iqtisadiyyat ilə mübadilələrin həcmi daha da artacaqdır. B2C növünün inkişafına dünyada əhalinin internetdən istifadəsinin artması daha müsbət təsir göstərmişdir. Qeyd etmək olar ki, hal-hazırda inkişaf etmiş ölkələrdə internet istifadəçilərinin 60-70%-i elektron kommersiyadan istifadə edir. Lakin vurğulamaq lazımdır ki, internet iqtisadiyyat yenidən formalaşmağa başlayan inkişaf etməkdə olan ölkələrdə bu rəqəm çox aşağıdır. Bu da adıçəkilən kommersiya növünün həmin ölkələrdə az tətbiqi ilə nəticələnir.

İnternet iqtisadiyyatın B2B növündə məhsul və xidmətlərin biznes məqsədilə satışı və ya alışı nəzərdə tutulur və bir növ topdan satışın internet vasitəsilə həyata keçirilməsidir. B2B elektron kommersiyanın böyük bir hissəsini (təqribən 90%) təşkil edir və adi şəkildə həyata keçirilən topdan satış sektoruna nisbətən daha çox artım faizinə malik olmuşdur. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, internet iqtisadiyyatın

B2B növünün illik artım faizi ildə 5-10% -dir ki, bu rəqəm internet iqtisadiyyatın B2C növünün artım sürətindən azdır.

İnternet iqtisadiyyatdan istifadənin davamlı şəkildə genişlənməsi onun iqtisadiyyatda istər mikro və istərsə də makro səviyyələrdə məhsuldarlıq və inflyasiyaya müsbət təsir etməsi ilə nəticələnir ki, bu məsələ də adıçəkilən kommersiya vasitəsinin inkişaf faktorlarının daha da dərinlən öyrənilməsi zəruriliyini önə çıxır. İlk öncə internet iqtisadiyyatın satıcılara və alıcılara müsbət təsiri öyrənilməlidir. Belə ki, internet iqtisadiyyat satıcılara ənənəvi məhsul satışına nisbətən aşağı mübadilə xərcləri, daha səmərəli paylama şəraiti və geniş bazarlara çıxış imkanları kimi bir sıra üstünlüklər verir. Alıcılar isə internet iqtisadiyyatdan istifadə etməklə əmtəə və xidmətlər əldə etmək fəaliyyətlərində nisbətən asan, tez və adətən qiymət baxımından daha ucuz almaq imkanı əldə edirlər.

Satıcılar üçün faydalı olan faktorlar

İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarının sürətli inkişafı əmtəə və xidmətlərin satışı məqsədilə internet iqtisadiyyatdan istifadə edən müəssisələrə ənənəvi yollara nisbətən bir sıra daha çox üstünlüklər verir. Belə ki, internet iqtisadiyyatdan istifadə edən satıcılara fiziki halda satış məntəqələrinin və onlara lazım olan anbarların saxlanılmasına ehtiyac qalmır. Elektron kommersiyadan istifadə edən müəssisələr alıcılarla çox aşağı xərclərlə əlaqə yarada bilir və istehlakçılar da bu kommersiya vasitəsilə ehtiyacı olduqları əmtəə və xidmətlər barəsində daha geniş informasiya ala bilirlər.

Bir sıra hallarda biznesin internet iqtisadiyyat vasitəsilə idarəedilməsi biznesin e-mail və ya telefon ilə idarə olunmasına oxşayır. Mübadilələr uzaqdan idarə olunur, əmtəə və xidmətlər alıcılara göndərilir. Mübadilələrin uzaqdan idarə olunması xərclərin azalması üçün bir sıra imkanlar yaradır.

Hal-hazırda internet iqtisadiyyatın inkişaf etməsinin əsas səbəblərindən biri müəssisələrin müasir informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından istifadəsi nəticəsində xərc baxımından əhəmiyyətli üstünlük əldə etməsidir. İnternet iqtisadiyyatın əsas səciyyəvi cəhəti ondan ibarətdir ki, elektron mübadilələr üz-büz, telefon və yazılı mübadilələrdən daha az xərc tələb edir. B2B sektorunda bu

məsələ özünü daha ciddi şəkildə göstərir. Misal üçün, «Britiş Telekom» elektron kommersiyadan istifadə etməyə başladıqdan sonra onun mübadilə xərci 113 ABŞ dollarından 8 ABŞ dollarına qədər azalmışdır. Xərclərin azlığından əldə olunan ehtiyat vəsaiti maliyyə işləri ilə fəaliyyət göstərən müəssisələr üçün daha böyük olur.

İnternet iqtisadiyyat mübadilə xərclərinin azalmasından əlavə çatdırılma xidmətləri xərclərinin də azalmasına səbəb olur. İnternet şəbəkəsi rəqəmsal məhsulların çatdırılması üçün aşağı xərcli çatdırılma xidməti tələb edir. Həmçinin, bu kommersiya vasitəsi kompüter proqram təminatı, musiqi, kino və kitabların elektron halda çatdırılmasında daha böyük üstünlüyə malikdir. Maliyyə xidmətləri kimi bir çox xidmətlərin elektron şəkildə göstərilməsi müəssisələrin ümumi xərclərinin azalmasına səbəb olur.

Müəssisələr mübadilələrini elektron formada həyata keçirilməklə və yüksək səviyyəli təklif zəncirinin idarəedilməsi yolu ilə ümumi xərclərinin azalmasına imkan yarada bilirlər. Müəssisələr internet iqtisadiyyatdan istifadə etməklə öz satış fəaliyyətlərini istehlakçı tərəf ilə vasitəçilərin iştirakı olmadan birbaşa şəkildə həyata keçirirlər ki, bu yolla da əmtəə və xidmətlərin süni qiymət artımının qarşısını almış olurlar. Bundan əlavə istehsalçılar özlərinə lazım olan xammalın ayrı-ayrı satış kanallarından deyil, birbaşa şəkildə istehsalçı tərəfdən reallaşdırmaqla öz istehsal xərclərinin azalmasına imkan yaratmış olurlar. Yuxarıda deyilənlərə misal olaraq qeyd etmək olar ki, hazırda Dell şirkəti gəlirinin yarısını satışlarını öz internet sahifəsi vasitəsilə həyata keçirməklə əldə edir.

Müəssisələr internet iqtisadiyyatdan istifadə etməklə reklam xərclərini də azalda bilirlər. Bir sıra müəssisələr onlara lazım olan məhsulların alınmasını elektron şəkildə həyata keçirir və onlara lazım olan məhsulları internet saytlarından axtarır tapırlar. Müasir dövrdə inkişaf etmiş ölkələrin əksəriyyətində alıcıların çoxu onlara lazım olan məhsulları internet vasitəsilə axtarır tapırlar və bu da həmin müəssisələrin daha qəzet, televizor və radio kimi vasitələrdən reklam məqsədilə istifadə etmələrinə ehtiyac qalmır.

İnternet iqtisadiyyat istehsalçılara öz istehsal etdikləri müxtəlif məhsullar barəsində geniş informasiya yaymağa şərait yaradır ki, ənənəvi şəkildə bu yalnız satış nöqtələrində mövcud idi. Müəssisələr bu kommersiya vasitəsilə əmtəələrin növü, əmtəələrin vizual görünüşü və onların tamamlayıcı məhsulları barəsində istehlakçılara dolğun məlumat çatdırırlar. İstehsal olunan məhsulların müxtəlif növləri olduğu təqdirdə belə müəssisələr çox ucuz qiymətlərlə həmin məhsulları istehsal kataloqlarına daxil edirlər. İstehsal olunan məhsulların müxtəlifliyi artdıqda müəssisələr mağazalar kimi satış üçün nəzərdə tutulmuş əmtəə və xidmətlərin müxtəlif kateqoriyaları üzrə virtual satışını təşkil edirlər.

İstehsalçılar üçün faydalı olan faktorlar

İstehsalçılar da ehtiyacları olan əmtəə və xidmətləri elektron halda reallaşdırmaqdan faydalanırlar. Sifarişlərin rəqəmsal halda həyata keçirilməsi alıcıların istədikləri məhsulları seçmək üçün vaxtlarında qənaət etməyə səbəb olur. Əlavə olaraq qeyd etmək lazımdır ki, məhsulların alınması işində elektron kommersiyanın hərəkətverici qüvvəsi olan informasiya və kommunikasiya texnologiyaları alıcılara ən ucuz məhsullar əldə etməyə imkan yaradır.

Öncə qeyd etdiyimiz kimi informasiya və kommunikasiya texnologiyaları vasitəsilə lazım olan məhsulların axtarılması axtarış aparının vaxtına qənaət etməsinə şərait yaradır. İnternet vasitəsilə məhsulların axtarılması alıcılara ən qısa zamanda bütün elektron mağazalara çıxış imkanı verir. Alıcılar habelə elektron kommersiya vasitəsilə ən aşağı qiymətə istədikləri əmtəə və xidmətləri əldə edə bilirlər. Alıcılar İKT-dən istifadə etməklə qısa müddət ərzində lazım olan məhsulun qiymətini beş və daha artıq elektron mağaza ilə telefon vasitəsindən on dəfə tez müqayisə edə bilirlər.

Alıcılar və satıcıların internet iqtisadiyyatdan istifadə imkanlarının artırmaları iqtisadiyyatda istehsalçılara və istehlakçılara iki vasitə ilə təsir edir. Birincisi, elektron kommersiyadan istifadə etməklə müəssisələrin ümumi xərclərinin azalması həmin müəssisələrin məhsuldarlıqlarının artmasına səbəb olacaqdır ki, bu da istehsalçıların əldə etdiyi ən böyük faydadır. İkincisi isə iqtisadiyyatda rəqabətin

artması və xərclərin azalması qiymət səviyyəsinin aşağı düşməsinə səbəb olur ki, bu da istehsalçılar ilə birlikdə istehlakçıların mənafeyinə xidmət edir.

İnternet iqtisadiyyatdan istifadə genişləndikcə onun müəssisələrin məhsuldarlığına olan təsiri artacaqdır. Müəssisələr öz fəaliyyətlərində informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından istifadə etməklə mübadilə, reklam, axtarış və çatdırılma xərclərini azaldırlar. Habelə istehsal müəssisələrinin müasir İKT-dən yararlanması öz fəaliyyətlərində nisbətən az işçi qüvvəsi saxlamalarına səbəb olur ki, bu da öz növbəsində istehsal xərclərinin azalmasına imkan yaradır. Nəticədə elektron kommersiyadan istifadə edən müəssisələrdə ümumi xərclərin azalmasından və İKT-dən yararlanmaqla daha səmərəli fəaliyyət mexanizminə malik olmalarından məhsuldarlıq bu kommersiya növündən istifadə etməyən müəssisələrə nisbətən daha yüksək olur. Ölkədə internet iqtisadiyyat inkişaf etdikcə onun ümumi məhsuldarlığa olan təsiri daha da artır və bu təsir uzunmüddətlidir.

İnternet iqtisadiyyatdan istifadə nəticəsində əldə olunan yüksək məhsuldarlığın dəqiq hesablanması çətin olmasına baxmayaraq, lakin bu sahədə indiyə qədər bir sıra tədqiqatlar aparılmışdır. “Cisco Systems” şirkətinin apardığı daxili tədqiqatdan aydın olur ki, son beş il ərzində internet iqtisadiyyat, işçi qüvvəsinin optimallaşdırılması və internet ilə əlaqəli idarəetmədən istifadə etməklə bu şirkətdə məhsuldarlığın artımı müşahidə edilmişdir. Şirkətin verdiyi hesabatda qeyd edilir ki, qeyd edilən sahələrdə xərclərin azaldılması illik gəlirin 5,3%-i miqdarında olmuşdur. Əldə olunan xərclərin azalmasının 10%-i müəssisədə məhsuldarlığın artımına birbaşa təsir göstərən işçi qüvvəsinin optimallaşdırılmasının payına düşmüşdür. Habelə, on il ərzində maşınqayırma sənayesində aparılmış başqa tədqiqatdan aydın olmuşdur ki, internet iqtisadiyyat və internet ilə əlaqəli idarəetmədən istifadə etməklə ümumi xərclərdə 13% qənaət edilmişdir.

Son illər ərzində internet iqtisadiyyatın ümumi iqtisadiyyatda məhsuldarlığın artımında böyük paya malik olması bildirilir. Aparılmış bir tədqiqatdan aydın

olmuşdur ki, internet iqtisadiyyatdan istifadə 2001-2005-ci illərdə ABŞ iqtisadiyyatında 0,25-0,5% məhsuldarlığın artımını stimullaşdırmışdır.

İnternet iqtisadiyyatın məhsuldarlığa olan başqa bir təsiri barəsində qeyd etmək lazımdır ki, internet iqtisadiyyatın, xüsusilə də B2C növünün inkişafı nəticəsində kiçik müəssisələr az xərc tələb edən geniş elektron kommərsiya bazarından faydalana bilirlər.

Uzunmüddətli dövrdə müəssisələr üç əsas səbəbə görə internet iqtisadiyyatdan geniş istifadə edirlər. Birincisi, informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının davamlı inkişafı internet iqtisadiyyatdan istifadə xərclərinin azalmasına səbəb olur. İkincisi, böyük pərakəndə satışla məşğul olan müəssisələr özlərinə lazım olan əmtəə və xidmətlərin alınmasını və istehsal etdikləri məhsullarının paylama mexanizmini yeni növlə əvəz edib topdansatış kanallarından istifadə etməklə xərclərinin mühüm şəkildə azalmasına nail olurlar. Üçüncüsü isə bu müəssisələr B2B-dən istifadə etməklə mübadilə xərclərini azalda bilirlər.

Uzunmüddətli şəkildə internet iqtisadiyyatdan istifadə məhsuldarlığın artımından qabaq, onun səviyyəsinin artımına təsir göstərir. İnternet iqtisadiyyatdan istifadə nəticəsində yaranan xərclərdə hər hansı bir azalma birbaşa şəkildə məhsuldarlıq səviyyəsinə təsir göstərəcəkdir. Bu da öz növbəsində məhsuldarlığın artımına təsir edəcəkdir. Beləliklə də gələcək illərdə innovasiya tətbiqinin genişlənməsi müəssisələrin internetdən istifadə etməklə mübadilə məsələlərini asanlaşdırmaq üçün öz bizneslərini hansı yolla təşkilatlandırmağa ehtiyaclarını öyrənəcəklər.

İnflyasiyaya olan təsiri

İnternet iqtisadiyyatdan istifadənin genişlənməsi qiymətlərə və inflyasiyaya öz təsirini göstərir. İnternet iqtisadiyyatın tarixi baxımdan yeni yaranmış olmasına baxmayaraq, bu vasitədən istifadə edən müəssisələrin qiymətqoyma davranışları başqa müəssisələrə nisbətən fərqlidir. Müasir tipli texnologiyaların istifadəsindən yaranmış xərclərdə azalma bir sıra məhsulların qiymətlərinin azalmasına və qiymətqoyma siyasətinin dəyişməsinə səbəb olur. Qiymətqoyma davranışının dəyişməsi qısa müddətli inflyasiyanın azalmasına və iqtisadi durumun dəyişməsinə

qiymətlərin daha sürətli reaksiya göstərməsinə şərait yaradır. İnternet iqtisadiyyatın inkişafı ilə rəqabətin artımı qiymət səviyyəsinin və inflyasiya təzyiqinin azalmasına səbəb olur.

Rəqabətin artımı internet iqtisadiyyatdan istifadə edən müəssisələrin istehsal etdikləri məhsullarının qiymətlərinin aşağı salınmasına səbəb olur. Qiymətlərə həssas olan alıcılar qiymət müqayisəsini daha sürətli aparmaq məqsədilə elektron kommersiyadan istifadə edirlər. Buna cavab olaraq, müəssisələr internet iqtisadiyyatdan istifadə etməklə ümumi xərclərində azalma olduğuna görə satış həcmi artırmaq məqsədilə qiymətləri aşağı salacaqlar. Rəqabət və xərclərə qənaət kimi bu iki faktor əmtəə və məhsulların standartlaşdırılması üçün güclü faktorlardır.

İnternet iqtisadiyyatda qiymət rəqabətinin aparılmasına misal olaraq kitab, CD-lərin pərakəndə satış bazarını göstərmək olar. Keçən on illər ərzində bu məhsullar elektron kommersiya vasitəsilə satılan pərakəndə məhsullarda böyük paya malik olmuşdur. Alıcılar bu tipli məhsulların alınmasında həmin məhsulların müxtəlif keyfiyyəti barəsində o qədər də böyük diqqət göstərmirlər. Aparılmış tədqiqatlardan aydın olur ki, internet iqtisadiyyat vasitəsilə satılan bu tipli məhsulların qiymətləri adi kommersiya vasitəsilə satılandan 9-15% azdır.

İnternet iqtisadiyyatda qiymət rəqabətinin inflyasiyaya olan təsiri bu kommersiya vasitəsindən istifadə etməyən müəssisələrin öz istehsal məhsullarının qiymətlərini aşağı salmalarından daha çoxdur.

İnternet iqtisadiyyatın inflyasiyaya olan mühüm təsirlərindən biri də qiymət dəyişməsinin ölçüsü və tezlik göstəricisidir. Bir sıra müəssisələr böyük həcmli və təkrar olmayan qiymət dəyişməsindən istifadə etməyə üstünlük verirlər. Misal üçün ABŞ-da müəssisələrin əksəriyyəti ən çoxu dörd aydan bir qiymət dəyişməsinə həyata keçirirlər. Bu davranış inflyasiya səviyyəsinin davamlılığını təmin edir və vaxtın artımı gözlənilməz dəyişiklikdən sonra inflyasiyanın öz səviyyəsinə qayıtmasına səbəb olur.

Qısa şəkildə qeyd etmək olar ki, uzunmüddətli dövrdə məhsuldarlığın artımı ilə internet iqtisadiyyat inflyasiyaya deyil, qiymətlərin səviyyəsinə birbaşa təsir

edir. İnternet iqtisadiyyatın formalaşması nəticəsində yaranan rəqabət qısa müddətdə bazarın inkişafına səbəb olur. İnternet iqtisadiyyat bazarı stabilləşdikdən sonra rəqabətin artması səbəbindən qiymətlərdə daimi azalma müşahidə edilir. Qiymətlərin azalması nəticəsində isə müvəqqəti inflyasiyanın azalmasına şərait yaradır. Qiymətlərin azalması dayandıqda inflyasiya səviyyəsi yenidən əvvəlki vəziyyətinə qaydır. Uzunmüddətli dövrdə qiymətlərin azalması müəssisələrin elektron kommersiyadan istifadə etməklə xərclərini azalması ilə baş verir. Xərclərin azalması isə əksər hallarda informasiya texnologiyalarında innovasiyanın tətbiqi ilə həyata keçir. Habelə yeni texnologiyalar alıcılar və satıcılar üçün yeni imkanlar yaradır.

2.3. Ölkəmizdə və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə internet iqtisadiyyatın inkişaf problemləri

Son illərdə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı və onlardan müxtəlif iqtisadi, ictimai sahələrdə istifadənin artması iqtisadi münasibətlərin həyata keçirilməsində yeni fəslin yaranmasına səbəb olmuşdur. Ənənəvi kommersiya və biznes əlaqələri yeniləşmə mərhələsindədir və bu dəyişiklik ticarət, kommersiya və biznes fəaliyyətinin yeni formada qurulmasını təmin edir. Bir sıra alimlər informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının inkişafını sənaye inqilabından sonra ən böyük texnoloji inqilab hesab edirlər və bəzi başqa alimlər isə onu yeni iqtisadiyyat və ya rəqəmsal iqtisadiyyat adlandırırlar.

Son illərdə inkişaf etmiş ölkələrdə internet iqtisadiyyatdan istifadənin artmasından belə bir qənaətə gəlmək olar ki, yaxın gələcəkdə dünyada kommersiya əməliyyatlarının böyük əksəriyyəti elektron kommersiya vasitəsilə həyata keçiriləcəkdir. Elektron kommersiya ilk dəfə ABŞ-da yaranmasına baxmayaraq, hal-hazırda dünyada kommersiyanın bu növü geniş yayılmışdır. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, bir sıra səbəblərə görə internet iqtisadiyyat inkişaf etmiş ölkələrdə daha çox tətbiq edilir. İnternet iqtisadiyyat sahəsində aparılmış çoxsaylı tədqiqatlardan aydın olur ki, kommersiyanın bu növündən istifadə istehsalçılar və istehlakçılar üçün, ümumilikdə isə ölkə iqtisadiyyatı üçün geniş faydaları vardır və hətta bəzi tədqiqatçılar hesab edirlər ki, internet iqtisadiyyatın inkişaf etməkdə olan ölkələrə müsbət təsiri onun inkişaf etmiş ölkələrə olan təsirindən daha çoxdur. Son onillikdə demək olar ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrin əksəriyyətində kommersiyanın bu növündən istifadə məqsədilə bir sıra işlər görülmüş və bunun nəticəsində həmin ölkələrdə elektron kommersiya formalaşaraq hal-hazırda inkişaf mərhələsindədir. Lakin onun inkişafı üçün daha çox işlər görülməli və bir sıra problemlər həll edilməlidir.

İnternet iqtisadiyyat inkişaf etməkdə olan ölkələrdə fəaliyyət göstərən müəssisələrə bir çox faydaları olmaqla, onlar üçün kommersiya sahəsində bir sıra lazımi fürsətlər yaradır. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin müəssisələrinin internet iqtisadiyyatdan istifadə etməklə əldə etdikləri strateji, informasiyal və əməliyyat faydaları qeyd edilənlərə əyani sübutdur. İnformasiya əldə etməkdə çətinliklərlə qarşılaşan inkişaf etməkdə olan ölkələrdə internet səmərəliliyinin artırılmasında və daxili bazarda integrasiyanın güclənməsində mühüm rol oynayır. İnternetin global artımın əldə edilməsindəki müsbət təsirindən əlavə, o həm də ölkələrdə iqtisadi marjinallığın yaranmasının qarşısını alır.

Müəssisələr internet iqtisadiyyatdan istifadə etməklə tələbin artırılmasına nail ola bilirlər. İnternet inkişaf etməkdə olan ölkələrdə tədarük sistemində səmərəliliyinin artırılması, inventar nəzarətin möhkəmləndirilməsi, pərakəndə satış xərclərinin azaldılması və vasitəçilərin fəaliyyətinə xitam verilməsi ilə məhsuldarlığın artımına səbəb olur.

İstehlakçılar seçim imkanlarının genişlənməsi ilə rəqabətin və bazarda şəffaflığın artımından faydalanırlar. Lakin müəssisələrin internet iqtisadiyyatdan hansı səviyyədə faydalanmaları fəaliyyət göstərdikləri sektordan və əmtəənin çeşidlilik dərəcəsindən asılıdır.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə müəssisələr internetdən tədarük və inventar avadanlığın idarə edilməsində istifadə edirlər. Qoldman Saksın hesablamasına görə internetdən istifadə etməyən müəssisələrin xərclərinin 30%-i mübadilələrin və inventarların idarə edilməsinə sərf edilir.

İnternet informasiya texnologiyaları sahəsində bacarıqlı işçi qüvvəsinə olan tələbi artırır və həmin sahədə bacarığı az olan işçilərə olan tələbin azalmasına səbəb olur ki, bu da öz növbəsində inkişaf etmiş ölkələrlə və inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında və həmçinin ölkə çərçivəsində sənayeləşmiş sektorla nisbətən geridə qalan sektorlar arasında uçurumu dərinləşdirir.

Aparılmış tədqiqatlardan aydın olur ki, hal-hazırda inkişaf etməkdə olan ölkələr kommersiyanın bu növündən istifadə sahəsində bir sıra problemlərlə qarşılaşmışlar ki, həmin problemlər internet iqtisadiyyatın inkişaf sürətini azaldır.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin bu sahədə üzləşdikləri problemlərdən biri infrastruktur maneələridir. Bu infrastruktur maneələrinə texnologiya (kompüterlərin olmaması, internetə giriş imkanlarının məhdudluğu, telekommunikasiya infrastrukturunun zəifliyi) əldə etmək sahəsində olan çətinliklər nümunə ola bilər. Bir sıra inkişaf etməkdə olan ölkələrdə, həm fərdi qaydada və həm də müəssisə çərçivəsində, internet rabitəsi aşağı səviyyədədir ki, bunun əsas səbəblərindən biri lazımi infrastrukturun olmaması və sürətli internet rabitəsi xərclərinin yüksək olmasıdır. Habelə, qeyd etmək lazımdır ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə kompüterlərdən istifadə vəziyyəti aşağı səviyyədədir. Elektron ödəmələrin həyata keçirilməsi məqsədilə müvafiq təhlükəsizlik sisteminin və çatdırılma xidmətinin formalaşmaması və ya lazımi səviyyədə fəaliyyət göstərməməsi də qeyd edilən maneələrdəndir.

Cədvəl 3. Ölkədə İKT-nin infrastruktur göstəriciləri

Göstəricilərin adı	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Əhalinin hər 100 nəfərinə düşən internet istifadəçilərinin sayı, nəfər	8	46	65	70	73	75
Əhalinin hər 100 nəfərinə düşən genişzolaqlı internet istifadəçilərinin sayı, nəfər	0,02	15	30	50	55	65
Adambaşına beynəlxalq internet kanalların həcmi, kbit/s	0,04	4,6	10,1	22,4	26,9	35,1
Ay ərzində internetdən 20 saatlıq istifadə üçün orta tarif, manat	5,0	1,9	1,5	1,4	1,3	1,3
İnternetdən istifadə tarifi adambaşına düşən orta aylıq ümumi milli gəlirə nisbəti, faizlə	4,5	0,6	0,3	0,3	0,3	0,2
Ay ərzində 100 dəqiqə mobil rabitə ilə danışmaq üçün orta tarif, manat	18,0	7,7	7,4	7,1	7,0	6,9

Mənbə: ARDSK

Cədvəl məlumatlarından aydın olur ki, 2005-2014-ci illərdə ölkədə İKT-nin infrastruktur göstəricilərində böyük artım müşahidə olunur. Belə ki, ölkədə internet istifadəçilərinin sayı 2005-ci ildə 8-dən 75 nəfərə, genişzolaqlı internet istifadəçilərinin sayı 0,02-dən 65 nəfərə çatmışdır. Lakin bu rəqəmlər ölkədə internet iqtisadiyyatının inkişafı üçün yetərli deyildir. Belə ki, inkişaf etmiş ölkələrin statistik göstəricilərinə nəzər yetirdikdə internet istifadəçilərinin və xüsusilə də genişzolaqlı internet istifadəçilərinin daha çox olması nəzərə çarpır.

Cədvəl 4. Müəssisələrin internetə çıxış imkanları

Göstəricilərin adı	2005	2010	2011	2012	2013	2014
İnternetə qoşulmuş kompüterlərin sayı, vahid	9 565	67 013	92 803	116 112	137 530	154 130
İnternetə çıxışı olan müəssisələrin sayı, vahid	760	4 600	6 433	7 749	8 372	9 288
İnternetdən istifadə etmiş müəssisələrin fəaliyyət göstərən müəssisələrdə xüsusi çəkisi, faizlə	3,8	27,9	35,6	40,9	42,2	45,7
İnternetə qoşulmuş kompüterlərin bütün kompüterlərin ümumi sayında xüsusi çəkisi, faizlə	19,0	45,8	53,5	57,8	60,7	60,8
İnternetə çıxışı olmuş müəssisələrin kompüterdən istifadə etmiş müəssisələrin sayında xüsusi çəkisi, faizlə	18,3	58,9	62,9	71,6	72,6	78,1

Mənbə: ARDSK

Yuxarıdakı cədvəldə ölkədə fəaliyyət göstərən müəssisələrin internetdən istifadə vəziyyəti verilmişdir. Cədvəl məlumatlarından aydın olur ki, 2005-2014-ci illərdə ölkədə fəaliyyət göstərən müəssisələrin internetdən istifadəsi çox böyük həcmdə artmışdır. Belə ki, 2005-ci ildə internetdən istifadə etmiş müəssisələrin fəaliyyət göstərən müəssisələrdə xüsusi çəkisi 3,8 olduğu halda, 2014-ci ildə bu rəqəm artaraq 45,7 çatmışdır. Lakin inkişaf etmiş ölkələr ilə müqayisə etdikdə bu rəqəmin ən azı 70-80 olması lazımdır.

Cədvəl 5. Müəssisələrdə kompüterlərin mövcudluğu

Göstəricilərin adı	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Kompüterlərin sayı, min ədəd	50,2	146,3	173,6	200,9	226,7	253,6
Kompüterdən istifadə etmiş müəssisələrin sayı, vahid	4160	7809	10221	10 826	11 526	11 899
Kompüterdən istifadə etmiş müəssisələrin fəaliyyət göstərən müəssisələrdə xüsusi çəkisi, faizlə	20,5	47,3	56,3	57,1	57,8	58,6

Mənbə: ARDSK

Yuxarıdakı cədvəldə ölkəmizdə fəaliyyət göstərən müəssisələrdə kompüterlərin mövcudluğu verilmişdir. Cədvəl məlumatlarından əldə olunur ki, 2005-2014-ci illərdə kompüterdən istifadə etmiş müəssisələrin fəaliyyət göstərən

müəssisələrdə xüsusi çəkisi iki dəfədən çox artaraq 20,5-dən 58,6-a çatmışdır. Lakin inkişaf etmiş ölkələrdə bu rəqəm 80-90 arasındadır.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə internet iqtisadiyyat sahəsində lazımi mütəxəssislərin azlığı və əhalinin əksəriyyətinin kommersiyanın bu növündən istifadənin istehlakçılar və istehsalçılar üçün üstünlükləri haqqında lazımi informasiyalara malik olmamaları təhsil sahəsində çatışmamazlıqlar kimi qiymətləndirilir.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə internet iqtisadiyyatın inkişafını əngəlləyən səbəblərdən biri də sosial-mədəni maneələrdir. Sosial-mədəni maneələrə istehlak olunan əmtəə və xidmətlərin onlayn halda alışıının həyata keçirilməsində inamsızlıqdır. Bu tipli ölkələrdə yaşayan əhalinin əksəriyyəti infrastruktur maneələri səbəbindən (misal üçün, kompüterin və internetin olmaması, onlardan istifadə imkanlarına malik olmamaları) əlavə istehlak edəcəkləri əmtəə və xidmətlərin alqısını internet vasitəsilə həyata keçirməməklərinin əsas səbəblərindən biri qeyd edilən inamsızlıq, yeniliyə uyğunlaşmanın zəif olmasıdır.

İnternet iqtisadiyyatın inkişafını sürətləndirən amillərdən biri bu sahədə lazımi hüquqi bazanın olması və vergi sistemində qısamüddətli olsa belə bir sıra güzəştlərin tətbiq edilməsidir ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrin əksəriyyətində bu məsələyə hələlilik lazımi diqqət yetirilməmişdir.

Bütün yuxarıda qeyd edilən problemlər inkişaf etməkdə olan ölkələrdə internet iqtisadiyyatın sürətli inkişafını əngəlləyən problemlər hesab edilir ki, onların həll edilməsi ilə kommersiyanın bu növündən istifadəni genişləndirmək olar.

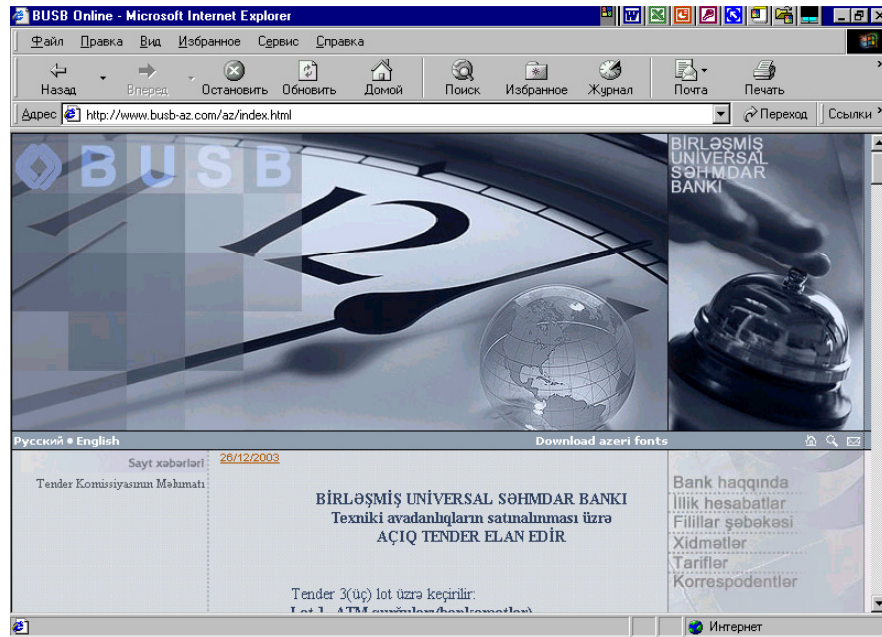
FƏSİL III. ÖLKƏDƏ İNTERNET İQTİSADİYYATIN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

3.1. Ölkədə internet iqtisadiyyatın inkişafında elektron ödəmə sistemlərinin təkmilləşdirmə istiqamətləri

Dünyəvi hörümçək toru – İNTERNET-in insan fəaliyyətinin bütün sahələrinə yol tapması və gözlənilməz effekt yaratması biznes sahəsində xüsusilə hiss edilməkdədir. Bu effekt öz növbəsində yeni bir anlayışın - elektron pul məfhumunun yaranmasına səbəb olmuşdur. Beləliklə də dünyəvi şəbəkədə ümumi yeni bir valyutaya ehtiyac duyulur.

Həqiqətən də internet iqtisadiyyatın inkişafı ilə əlaqədar tez və rahat ödəmələr üçün elektron pul yaranması zərurəti ortaya çıxdı. Bununla əlaqədar müxtəlif elektron ödəmə sistemləri yaranmışdır. Bu sistemlərin istifadəçilərində istifadə etdikləri xidmətin və ya aldıkları malın haqqını dünyanın başqa bir nöqtəsinə necə göndərmək haqda sual yaranmır. Çünki, onun valyuta kursu və pulun köçürülməsi forması haqda problemi olmur. Belə ki, bu cür sistemlərin hər birinin istifadəçilər arasında haqq-hesab üçün öz şərti valyuta ekvivalentləri olur. Məsələn, E-qold elektron ödəmə vasitəsi qızıl, gümüş, platin kimi qiymətli metalların çəki əmsallarından istifadə edir. İstifadəçi sistemin şərti vahidləri formasında öz hesabına daxil olmuş elektron ödənişi müxtəlif yollarla nəqd valyutaya çevirə bilər və ya olduğu kimi İNTERNET-də istifadə edə bilər.

WebMoney MDB məkanında ən geniş istifadə olunan elektron ödəmə vasitəsidir. burada elektron pul iki nəqd valyuta ilə müdafiə olunur: ABŞ dolları – WMZ və Rus rublu – WMR vasitəsilə. Respublikamızda da banklar öz xidmətlərini internet vasitəsi ilə təqdim etməyə başlamışlar. Məsələn, ABB (Azərbaycan Beynəlxalq Bnkı), Atabank, BUSBank (Birləşmiş Universal) səhmdar bankları və s.



Şəkil 1. BUSBank (Birləşmiş Universal Səhmdar Bank) Transfer saytının başlanğıc səhifəsi –www.busb-az.com

Elektron ödəniş onsuz da fiziki hesab nömrəsinə bağlıdır. Ödəniş hesaba keçirilir, müştərinin kartına isə bu ödənişin elektron ekvivalenti qeyd edilir, yəni real pul kütləsi hərəkət etmir. Real pul ya elektron dəyərə çevrilir, ya da hesabdən hesaba elektron dəyər kimi ödənilir.

Elektron formada ödənişin bir neçə növü var:

1. Müştərinin bankdakı pul vəsaiti elektron dəyər satıcının hesabına keçiriləndə onun hesabında qalır. yəni alınan mala görə müştəri nəqd pul əvəzinə elektron dəyər alır və sonra onu banka təqdim edərək nəqd pul götürür və ya müştəri tərəfindən verilən hesab-fakturaya görə vəsait satıcının hesabına köçürülür.
2. Üçüncü tərəf ödəmə kartı istehsal edərək, bankı və müştərini elektron dəyərlə təmin edir və müştəri elektron dəyərə görə öz bank hesabından və ya nəqd formada pul ödəyir.
3. Bank kartı üçüncü tərəfdən alır və müştərilərə satır.

Biznes aləmini banklarsız təsəvvür etmək əlbəttə ki, çətindir. bu baxımdan virtual məkanda da banklarsız böyük bir boşluq yaranardı. çünki ödənişlər bu qurumlar vasitəsilə həyata keçirilir.

İnternet-bank sisteminin ənənəvi bank-müştəri klassik sistemindən əsas üstünlükləri aşağıdakılardır:

1. Operativlik. Sistem hər hansı bir coğrafi məkana və ya kompüterə bağlanmır, yəni ondan asılı olmur. Müştəri istədiyi əməliyyatı dünyanın internetə çıxış olan ixtiyari nöqtəsindən həyata keçirə bilər.
2. Elastiklik. İnternet bank tərəfindən daxil edilən ixtiyari bir dəyişiklik avtomatik olaraq bütün müştərilərə aid edilir.
3. Real zaman kəsiyində nəzarət. -dəniş zamanı avtomatik müştərinin rekvizitləri əsasında onun borclu olması yoxlanılır və borc olduqda ona məlumat göndərilir.
4. Aşağı qiymət. Müştəri hissəsində xüsusi brauzerdən istifadə edilir ki, o da ödəniş qismində yalnız müdafiə vasitəsinin dəyərini tələb edir.
5. Rahatlıq. Sistemdə çox istifadə edilən standart sənədlərin elektron formasında arxivi saxlanılır ki, bu da sənədlərin hazırlanmasına sərf olunan vaxtı azaldır, rahat iş mühiti yaradır. Bu sənədlərə misal olaraq vergi ödəmələri, kommunal ödəmələr, mobil telefona görə ödəmələr və s. aid edilir.

İnternet-Bank sisteminin funksiyaları aşağıdakılardır:

- ödəmə hesabların banka göndərilməsi;
- ödənişin istifadə edilməsi haqda məlumat;
- şəxsi hesabda olan qalıq haqda məlumat;
- olan köçürmə haqda çıxarış təqdim etmək;
- giriş-çıxış əməliyyatları haqda informasiya.

İnternet-Bank sisteminin yaradılması prinsipləri:

- İnternet-bank sistemi dünya internet şəbəkəsi texnologiyası əsasında yaradılır;
- İki hissədən ibarət olur: müştəri və bank sistemindən;
- Standart Windows 95/98/NT əməliyyat sistemləri və web səifələrə baxmaq üçün standart brauzerlər istifadə edilir;

- Əməliyyat aparmaq üçün uyğun bankın Web-saytından istifadə edilir.

Elektron ödəmə sistemlərinin əsas iki növü mövcuddur – məlumatların mübadiləsi (sifarişlər, hesablar və s.) və pul vəsaitlərinin elektron köçürmələri. Elektron köçürmələr banklar arasında həyata keçirilir və böyük həcmə malik olurlar.

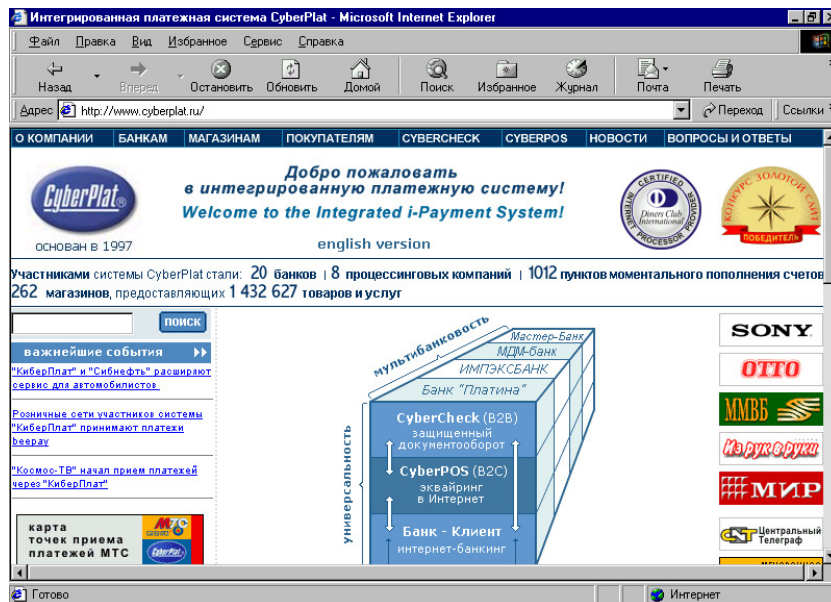
Elektron ödəmə vasitələrinin üç tipi mövcuddur. Birinci tip adi və elektron ödəmələrin kombinasiyasından ibarətdir. Məsələn, ödəniş ənənəvi qaydada həyata keçirilir, ancaq sahibinə təsdiqi elektron poçtla göndərilir və ya əksinə, ödəniş elektron qaydada yerinə yetirilir, təsdiqi adi poçtla gəlir.

İkinci tip – pul vəsaitlərinin köçürülməsinin ənənəvi qaydasının genişlənməsidir. Burada kredit kartların nömrələrinin elektron qaydada ötürülməsi və sahibi haqqında bütün məlumatları saxlayan və ötürən smart-kartlardan istifadə edilməsi daxildir. Bu halda bütün əməliyyat elektron şəkildə yerinə yetirilə bilər.

Üçüncü tipə rəqəm nəqdlərinin müxtəlif növləri və elektron pul daxildir. Birinci iki tip arasında fərq ondan ibarətdir ki, sonuncu halda təkcə məlumat deyil, həqiqətən pul köçürülür. Məsələn, əgər təkcə kredit kartın nömrəsi köçürülürsə, - bu ikinci tip ödəmədir, yox əgər məlumatın özü ilə müəyyən məbləğdə pul köçürülərsə – bu üçüncü tipdir.

Elektron pullar – bu, müəyyən kodlaşdırılmış seriyalı nömrələrdir ki, onlar real məbləğdə pul təmsil edirlər. Bu zaman onlar tamamilə adi pula dəyişdirilə bilən qiymətli pul vəsaiti olurlar.

Smart-kart – elektron kommersiya çərçivəsində tranzaksiyaların həyata keçirilməsi üçün vacib olan, informasiyanı saxlaya bilən kiçik qurğudur. Smart-kartlar elektron nəqdlərini, sahib haqqında məlumatları, elektron açarlar və s. özündə saxlaya bilər.



Şəkil 2. İnternet vasitəsi ilə elektron ödəmə sistemi –

Mikroödəmələr – mikrotranzaksiyaları ödəmək üçün vacib olan elektron pulun xüsusi növüdür. Bir tranzaksiyanın dəyəri o qədər kiçik ola bilər ki, onları adi pul vahidləri ilə ifadə etmək çətin olur. Ona görə də mikroödəmələrin vacibliyi meydana gəldi. Onu qeyd etmək lazımdır ki, mikroödəmə elektron kommersiyaya xasdır.

İnternet-kommersiyanın inkişafı elektron formada ticarət zamanı ödəniş mexanizmləri işləyib hazırlamağı gündəmə gətirdi. İlk vaxtlar İNTERNET-də xidmət və malların ödənişi üçün kredit və debitor kartlarından istifadə edilib. 90-cı illərin ortalarından isə *Bank-Müştəri* və ya *İnternet-Müştəri* tipli sistemdən istifadə olunmağa başlanıb. Bunun da nəticəsində bank çekləri və banknotlarının elektron analoqu – *elektron pul (e-money)* meydana gəldi. Qeyd edək ki, elektron-pul xüsusi olaraq yalnız İnternet vasitəsilə hesablaşma aparmaq üçün yaradılıb.

İnternetdə xüsusi hesablaşma vasitəsinin yaradılması zəruriliyi İnternet-ticarətin xüsusiyyətindən irəli gəlir. Belə ki, İnternet vasitəsilə ticarət, adətən, pərakəndə formada baş verir, müştərilərin sayı qeyri-məhdud olur, onların sayını proqnozlaşdırmaq mümkünsüzdür və onlar haqqında heç nə məlum olmur. Ona görə də, hesablaşma sistemi çoxlu sayda ödəmələri təhlil etmək iqtidarında

olmalıdır. Nəzərə almaq lazımdır ki, bu hesabların çox hissəsi kiçik həcmli olur. Çünki əksər hallarda ticarət pərakəndə formada aparılır. Ona görə də belə hallarda klassik ödəmə sistemi yararlı olmur. Çünki bankın xidmət haqqı bəzən ödəniş haqqından artıq olur. Məhz bu səbəbdən nəqd pula bənzər elektron ödəmə vastəsindən istifadə edilir.

İnternet iqtisadiyyat sahəsində çox olmasa da qeyri-material formalı xidmət növləri də təşəkkül tapıb. Bu, əsasən, informasiya təqdimatı, məsləhət və maliyyə xidmətləridir. Ötürmə kanallarından istifadə etməklə bu xidmətlər bilavasitə sifariş verilən anda həyata keçirilir. Elektron-kommersiyaın ən geniş inkişaf etmiş sahəsi maliyyə xidmətlərinin satışı və hesablaşmanın İnternet vasitəsilə aparılmasıdır. Bu *elektron-maliyyə (e-finance)* adlanır. Bundan başqa, bu gün İnternet vasitəsilə məsafədən təhsil, hüquq və həkim məsləhətləri aparılır. İnternet vasitəsilə bank xidmətləri *İnernet-banking (i-banking)*, qiymətli kağızlar bazarında aparılan əməliyyatlar üzrə elektron xidmətlər *İnternet-treyding (i-trading)*, sığorta xidmətləri *İnternet-sığorta (i-insurace)* adlanır. Bu terminləri işlədərkən, bəzən İnternet sözünü online sözü ilə əvəz edirlər: məsələn, *online banking internet-banking (i-banking)* sözünün sinonimidir.

Hal-hazırda 10 milyondan çox Web-səhifədən yalnız 31-i kommersiya yönümlü deyil. Elektron-kommersiya bazarında illik dövriyyə 30-50 milyard ABŞ dolları təşkil edir.

Müasir internet iqtisadiyyat bazarında aşağıdakı xidmət növləri mövcuddur:

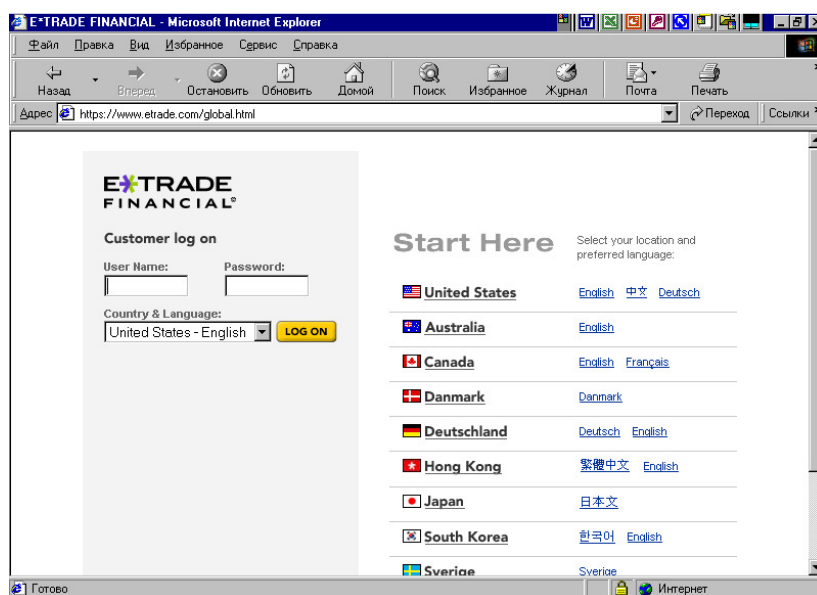
1. Texnologiya təminatçıları.
2. Elektron-kommersiya xidmətçiləri.
3. İnternet-kommersiya əlaqələndiriciləri.
4. Elektron ödəmə xidmətləri.

Texnologiya təminatçıları (*technology providers*) – bunlar kommunikasiya kompaniyaları, İnternet-provayderlər (ISP), proqram və aparat təminatı üzrə istehsal kompaniyaları – informasiya texnologiyaları (IT) sektoru kompaniyalarıdır.

Kommersiya xidmətçiləri (*content providers*) – bunlar operativ informasiya

və xidmət təminatı ilə məşğul olan kompaniyalardır. Bunların sırasına aşağıdakılar aiddir:

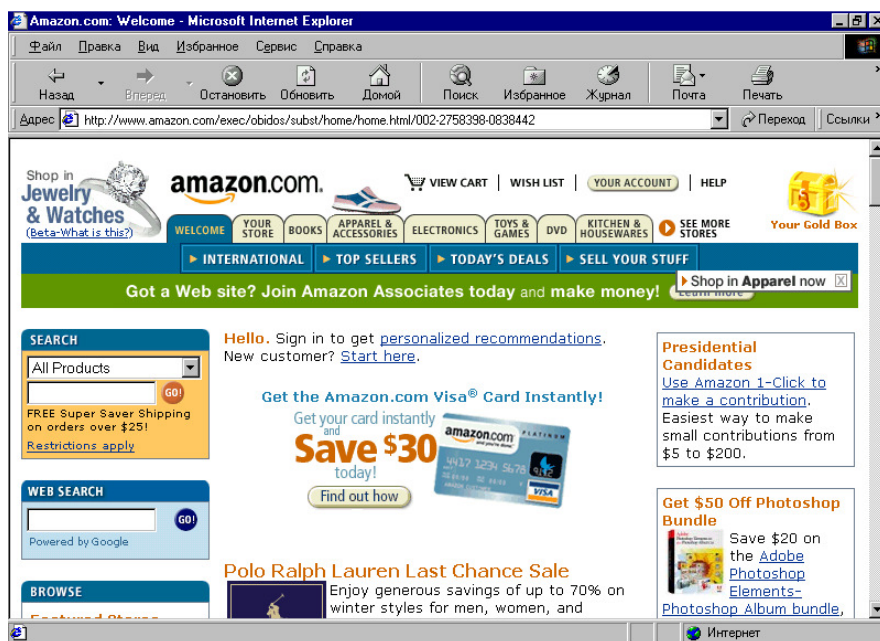
- idmət sahibləri (*owners*) – bunlar sahibkarlar, bilavasitə xidmətçilər və satıcılar ola bilər. Bankların əksər hissəsi öz İnternet-xidmətlərini Web-səhəhifələrdə kataloqlar formasında təqdim edir və elektron-kommersiya bazarı iştirakçılarının xidmət sahibləri kateqoriyasına aiddirlər.
- Elektron brokerlər (*e-brokers*) – elə bir təşkilatdır ki, son istifadəçiyə müxtəlif məhsul və xidmətlərlə tanışlıq imkanı təşkil edir. Elektron-brokerlər üçüncü firmaya aid məhsul və xidmətləri təklif edir, onları qiymətləndirir, bu və ya digər məhsulun alınıb-satılması haqda təkliflər verir və bununla da satış prosesini asanlaşdırır. Elektron-brokerin mühüm bir növü *informasiya-brokeridir*. Onlar müxtəlif informasiya bazalarına giriş imkanını təmin edirlər. Elektron-brokerlərə misal olaraq maliyyə sferasında fəaliyyət göstərərək, suda təqdim edən E-loan (www.e-loan.com) kompaniyasını və qiymətli kağızlarla ticarəti təşkil edən E-Trade (www.e-trade.com) kompaniyasını göstərmək olar. Əksər informasiya və analitik agentliklər informasiya brokerləri adlanır. Bir sıra banklar da öz Web-səhifələrində müxtəlif iqtisadi göstəriciləri, indeksləri, valyuta kurslarını nəşr edərək informasiya brokeri rolunda çıxış edirlər.



Şəkil 3. Qiymətli kağızlarla ticarəti təşkil edən E-Trade (www.e-trade.com) kompaniyası.

- Elektron xidmət provayderi (*e-services providers*) – bu İnternetdə

müəssisənin virtual ofisi deyil, fəaliyyətinin çox hissəsi bilavasitə İnternet vasitəsilə həyata keçirilən müəssisədir. Daha doğrusu, bu virtual və ya onlayn müəssisədir. Elektron-kommersiya bazarında fəaliyyət göstərən ən məşhur provayder – *Amazon.com* (www.amazon.com) virtual kitab mağazasıdır.

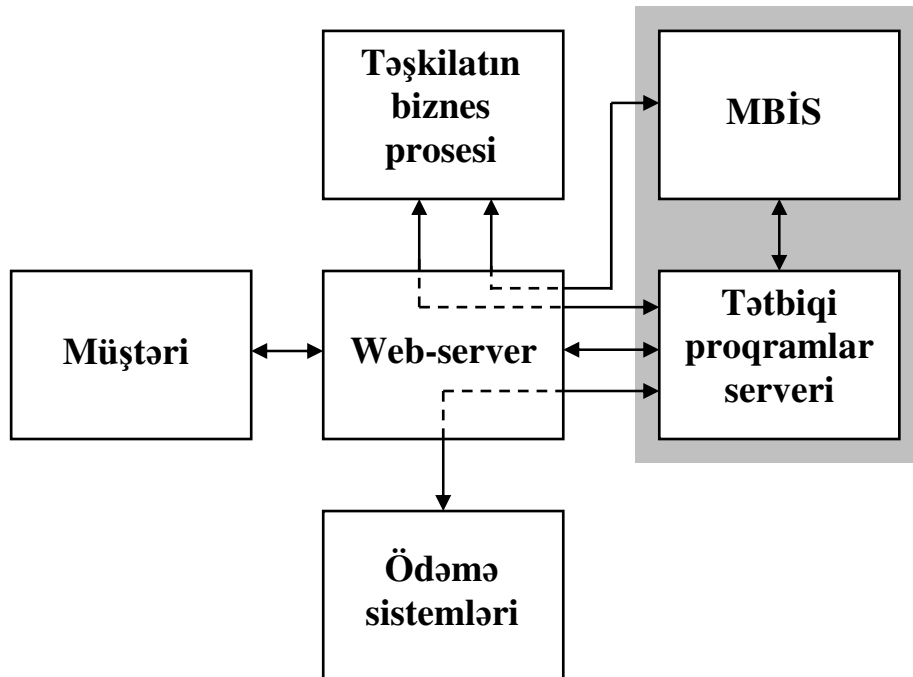


Şəkil 4. Məşhur amerikan İnternet kitab mağazası – Amazon.com

- digər nümunə İnternet-banklar və ya Virtual-banklar (*Virtual bank*), şəbəkə-bankları (*net-only banks*), elektron-banklar (*e-banks*) və onlayn-banklar (*online-banks*) ola bilər. İnternet-bank şöbələri və filialları olmayan və bank xidmətlərinin tam spektrini təqdim edən təşkilatdır. Aşağıdakı İnternet-bankları qeyd etmək olar: www.electronicbanker.com, www.open-vision.com, www.firstdirect.com, www.egg.co.uk, www.advance-bank.de və başqaları. Bu internet banklar öz müştərilərinə məsafədən özünəxidmət təşkil edir və onların xidmətləri klassik banklara nisbətən ucuzdur. Çünki, burada bütün proses avtomatlaşdırılmışdır və buna görə də əmək haqqı, icarə haqqı kimi ödəmələrdən azaddırlar.

3.2. Elektron mağazaların əsas funksiyaları və inkişaf perspektivləri

İnternet mağazanın idarəedilməsi kompleksinin strukturu üçhalqalı kliyent-server arxitekturası şəklində reallaşdırılır.



Şəkil 5. İnternet mağazanın idarəedilməsi kompleksinin arxitekturası

Verilənlərin emalı prosesi “müşəri – tətbiqi proqramlar serveri – verilənlər bazası” sxemi üzrə baş verir. Daxil olmuş sorğu tətbiqi proqramlar serveri vasitəsilə emal olunur ki, bu da öz növbəsində verilənlər bazası və ödəmə sistemi ilə əlaqələndirilir, təşkilatın biznes prosesinə bağlantının mövcud olduğu təqdirdə isə müvafiq sistemlərlə verilənlər mübadiləsini icra edir. Ümumi halda internet mağazanın fəaliyyət göstərməsi üçün tələb olunan minimum komponentlərə daxildir:

- Web-server – daxil olmuş sorğuları bölüşdürür, daxilolma hüququnun məhdudlaşdırılmasını yerinə yetirir;
- Tətbiqi proqramlar serveri – bütün sistemin, xüsusilə də internet mağazanın biznes-loqikasını idarə edir;
- MBİS – məhsullar, müştərlər, hesablar və s. verilənlərin emalı və saxlanılmasını həyata keçirir.

Bu kompleksə ödəmə sistemləri, bəzi hallarda isə çatdırılma sistemləri də qoşulur. Şirkətin biznes prosesləri ilə tam integrasiya üçün internet mağaza və sənəd dövriyyəsinin avtomatlaşdırılması daxili sistemi arasında verilənlərin elektron ötürülməsi üçün şlyüz təşkil edilə bilər.

İnternet mağaza web-vitrinin və ticarət sisteminin – front sistem və arxa ofisin (back office) məcmusundan ibarətdir. Web-vitrin satılan məhsulların verilənlər bazasına interfeys (kataloq, qiymət siyahısı formasında) təqdim edir, virtual alqı-satqı “arabası” ilə işləyir, sifarişləri rəsmiləşdirir və alıcıları qeydiyyatdan keçirir, onlayn rejimdə alıcılara kömək göstərir, informasiyanı ticarət sisteminə ötürür və alıcının şəxsi informasiyasının təhlükəsizliyini təmin edir. Sonra ticarət sistemi daxil olmuş sifarişlərin avtomatik emalını həyata keçirir, məhsulun ödənişi və çatdırılmasına nəzarət edir.

Ümumi halda internet-mağazanın əsas funksiyalarına - alıcıya informasiya xidməti göstərilməsi, sifarişlərin emalı, ödənişlərin və müxtəlif statistik informasiyanın toplanması və analizinin aparılması aiddir. İnternet mağazanın idarəedilməsi proqram kompleksi onlayn rejimdə işləyən ticarət sistemini hazırlamağa və dəstəkləməyə imkan verən proqram təminatıdır. Bu kompleks şirkətin tələbatlarından asılı olaraq həm alıcı ilə interfeys, həm də internet mağazanın funksional imkanlarını formalaşdırmağa imkan verir.

Potenisal müştəri internet mağazanı real mağazaya nisbətən asan tərk edir. Bu virtual mağazanın təqdim etdiyi xidmətin səviyyəsini müəyyən edir. Eyni zamanda alıcı ilə əlaqənin xüsusiyyətləri real və virtual mağazaların təqdim etdikləri xidmətin prinsipial fərqiə gətirib çıxarır. E-ticarət saytlarının ən əsas problemlərindən biri qeyri-effektiv naviqasiyadır. İnternet sayt fiziki mağaza olmadığından müştərilərin hərəkəti tamamilə e-ticarət saytının naviqasiya sistemindən asılıdır. On görə də saytın naviqasiya sistemi hazırlanarkən proqram yaradıcıları tərəfindən bu nəzərə alınmalıdır. Məhsul haqqında tərəddüdlər yarada biləcək şeyləri minimallaşdırmaq, alış prosesini sadələşdirmək və saytdakı hər bir hərəkətin sahifədən sahifəyə ardıcıl olmasını təmin etmək lazımdır.

Onlayn kataloq e-ticarətinin ən vacib hissələrindən biridir. Kataloqda yerləşdirilmiş informasiyanın tamlığı, rahat struktur və sürətli axtarış mağazanın uğurunu müəyyənləşdirirlər. Çünki məhz burada potensial müştərinin məhsul haqqında rahat əldə edə biləcəyi və satıcı-məsləhətçinin və nümunələrin olmamasını tamamilə kompensasiya etməli olan informasiya yerləşir. Bu zaman baxılan məhsulu “ələ götürməyə”, onu nəzərdən keçirməyə imkan verən 3D texnologiyaları əhəmiyyətli rol oynaya bilərlər. Lakin 3D texnologiyalarının tətbiqi müştərinin kompüterinə əlavə tələblər irəli sürür. Saytda ən dolğun informasiyanın mövcudluğu ilə iş bitmir. Kataloqda məhsullar müxtəlif kateqoriyalara görə qruplaşdırılmalı, axtarış utiliti ilə bu proses sadələşdirilməlidir. Müştəriyə ya struktur kataloqdan, ya da axtarış sistemindən istifadə edərək gərəkli informasiyanı əldə etmək lazımdır. Birinci halda, adətən, ilkin informasiyanın alınması üçün lazımi səhifələrin tez yüklənməsi tələb olunur, sonra isə, ehtiyac duyulduqda, daha ətraflı təsvirə keçid həyata keçirilir. İkinci halda adına və əsas xarakteristikalarına görə axtarışdan başqa kontekstə görə axtarışın yerinə yetirilməsi imkanı tələb olunur. Onlayn kataloq özünə səs, video və s. daxil edərək tamamilə interaktiv ola bilər. Yüzlərlə, minlərlə məhsul haqqında məlumatlar saxlayan kataloqun yaradılması o qədər də asan iş deyil. Bunun üçün müvafiq PT seçilməlidir. Kataloqa əlavə və dəyişikliklər edərkən eyni bir işi dəfələrlə təkrar etməmək üçün PT VB-lər arasında əlaqə yaratmaq bacarığına malik olmalıdır. PT həm də müştərilər haqqında verilənləri emal etməli və bu informasiyanı analitik hesabatlar şəklində təqdim etməlidir.

Shopping Cart Software (virtual alış-veriş “arabası” proqramı) e-ticarət saytının ayrılmaz tərkib hissəsi olmaqla alıcıların almaq istədikləri məhsullar barədə məlumatları toplayır. Shopping Cart Software aşağıdakıları həll etməlidir:

- Müştəri çeşidli məhsulları arabaya əlavə edə bilməlidir. Bu məhsulları və onların hər birinin qiymətini ayrılıqda, həmçinin də ümumi qiyməti əks etdirməlidir. Məhsul haqqında qısa məlumat veilməsi məqsədəuyğundur;
- Dəyişiklik etmək imkanı. Müştəri hər bir məhsul üçün kəmiyyəti dəyişdirmək və ya onu silmək imkanına malik olmalıdır;

- Müştəriyə əlavə təkliflər etmək imkanı, yoxlayıcı suallar vermək bacarığı;
- Hər hansı sifarişə görə kupon təqdim etmək məhsulu almağa stimül yaratdığı üçün Shopping Cart Software bu bacarığa da malik olmalıdır;
- Sifarişin cəmi. Proqram səbətdəki məhsulların cəmi və ümumi məbləğ haqqında informasiya əks etdirməlidir;
- Məhsulların seçilməsinin başa çatmasından sonra ödəmə və çatdırılma metodunun seçilməsi ilə sifarişin formalaşdırılması anı yetişir.

Virtual mağazanın sahibi web-saytın müştəriləri haqqında tam informasiya əldə etmək və onlara müvafiq olaraq marketinq sistemini qurmaq imkanına malikdir. İnternet mağazanın PT təkcə analiz üçün maksimal statistik informasiyanı toplamağa deyil, həm də onu operativ istifadə etməyə imkan verir. Əldə edilmiş nəticələr, məsələn reklam informasiyasının yerləşdirilməsi üçün mağazanın optimal yeri göstərməyə, web-kontentin idarəedilməsi sistemi isə reklam kompaniyasının inkişafını avtomatlaşdırmağa kömək edir. Adətən, əlavə informasiyanın dərci ayrıca tətbiqi proqramlar serverinin və müvafiq verilənlər bazalarının köməyi ilə reallaşdırılır. Satış hesabatlarına ani nəzər hansı məhsula tələbatın daha çox olmasını, dünyanın hansı bölgəsində daha çox məhsul alındığını, ən çox istifadə edilən çatdırılma metodunu öyrənməyə imkan verir. Proqramlar e-ticarət sahələrini onların biznesləri haqqında qiymətli hesabatlarla təchiz edir. Bunlar da öz növbəsində satış metodunu, reklam və marketinq siyasətini, müştəri xidmətlərini inkişaf etdirməyə kömək edə bilər. Traffik hesabatları hansı marketinq texnikasının müştərini daha çox hansının isə daha az cəlb etdiyini müəyyənləşdirməyə imkan verir. E-ticarət proqram paketlərinin xüsusiyyətlərindən biri də müştərilər haqqında informasiyalar əsasında saytın sahifələrini onların zövqünə uyğun dəyişikliklərin edilməsi imkanının olmasıdır.

Qeydiyyat məhsulun seçilməsindən öncə və ya sonra baş verə bilər. Birinci halda mağazanın daimi müştərilərinin istifadə edə biləcəyi qeydiyyat girişi yaradılır. Onlar üçün xüsusi xidmət sistemi və ödəmə sxemi reallaşdırılır. Əgər alıcı bu elektron mağazadan nəşə olmaq qərarı verməyibsə, məhsulun seçimindən sonra qeydiyyatdan keçmək imkanı alıcıya anonimliyi saxlamağa və vaxta qənaət

etməyə imkan verir. Qeydiyyat zamanı verilənlərin ötürülməsi zamanı SSL və ya SET protokollarından istifadə edərək sistem alıcının şəxsi informasiyasının məxfiliyini təmin edir.

Sifarişin emalı prosesi məhsulun anbarda olduğunun yoxlanılmasından və onun ehtiyatda saxlanılmasından başlanır. Sifarişin hər hansı hissəsinin olmadığı təqdirdə sistem alıcını mümkün gecikmələr barədə məlumatlandırır. Sonra seçilmiş ödəmə sisteminə sorğu göndərilir və ödənişin təsdiqlənməsi zamanı sifarişin məhsulun çatdırılmasına rəsmiləşdirilməsi baş verir. Alıcı öz növbəsində onlayn rejimdə sifarişin yerinə yetirilməsi haqqında informasiya əldə edə bilər.

INTERSHOP 4 sadə ticarət sistemlərinin və e-ticarətin bütün funksiyalarını özündə birləşdirən tamfunksiyalı sistemdir. İnternet mağazanın idarəedilməsini məsafədəki kompüterdən sistem administratoru və adi web-brouzerin köməyi ilə biznes-administrator həyata keçirir. Bununla yanaşı informasiya kanal ilə ikiqat verilənlər informasiyası vasitəsilə ötürülür.

INTERSHOP 4 texnologiyasının özəlliyi dörd səviyyəli arxitekturaadır:

1. Alıcı bruzeri;
2. Xüsusi web-adapterli və sorğular marşrutizatoru olan web-server;
3. INTERSHOP tətbiqi proqramlar serverləri;
4. MBİS – Sybase Adaptive Server komplektə daxildir, xarici ticarət sistemləri digər VB-yə qoşula bilər.

INTERSHOP 4 çoxplatformalı sistemdir. Sistem asanlıqla miqyaslaşdırılır, onun tərkib elementləri müxtəlif əməliyyat sistemli müxtəlif serverlərdə tətbiq edilə bilər. Əvvəlki versiyalarla müqayisədə bu sistem əsasında qurulmuş elektron mağazaların məhsuldarlığı tətbiqi proqramlar serverindən verilənlər bazasına müraciətlərin sayını azaldan və bütün səhifələri statistik formada saxlayaraq tətbiqi proqramlar serverinin yüklənməsini əhəmiyyətli dərəcədə aşağı salmağa imkan verən yeni keşləmə arxitekturası hesabına 300% artırılmışdır.

INTERSHOP bir çox ödəmə sistemləri ilə integrasiyalaşdırılıb, həm də bütün sistemlərlə eyni zamanda iş mümkündür.

Alıcı INTERSHOP elektron mağazasında məhsul və xidmətlərin kataloquna baxış üçün adi browserdən istifadə edə bilər. Məhsulun təsvirindən başqa kataloqa onun surəti, audio-video əlavələr və s. daxil edilə bilər. Alıcıya qiymət, individual endirimlər, anbarda məhsulun mövcudluğu haqqında informasiya təqdim olunur. Əsas kataloqdan əlavə alıcı yeni və yüksək tələbatlı məhsullar haqqında təklifləri də görür, həmçinin də lazımi məhsulun axtarışı sistemindən də istifadə edə bilər. Standart variantdan başqa ticarət şirkətinin istəyindən asılı olaraq axtarış sisteminin digər iş sxemi reallaşdırıla bilər. Həmçinin INTERSHOP bazası əsasında qurulmuş ticarət sıralarına daxil olan bütün elektron mağazalar üzrə indeksləşdirilmiş axtarışın təşkili üçün xüsusi modul mövcuddur.

Elektron mağazanın idarəedilməsi üçün biznes-administrator sıralanan funksiyaları yerinə yetirən yeddi back-office menecerindən istifadə edir:

- Kataloq-menecer. Məhsullar kataloqunun və altkataloqunun strukturunun idarəedilməsi.
- Məhsul-menecer. Məhsul haqqında informasiyanın daxil və modifikasiya edilməsi. Xüsusi “verilənlərin giriş/çıxış köməkçisi” istifadə edilə bilər.
- Ehtiyatları idarə edən. Anbarın verilənlər bazasının idarə edilməsi. Avtomatik rejimdə işləyə bilər.
- Alışlar üzrə menecer. Anbardakı məhsulların miqdarının və aşağı sərhəddə çatmanın nəzarəti – sifarişlərin generasiyası.
- Kontakt-menecer. Alıcı və təchizatçılar jaqqında iinformasiyanın idarə edilməsi, verilənlər bazası strukturunun dəyişdirilməsi. Xarici verilənlər bazalarının importu imkanı mövcuddur.
- Mağazanın idarəedicisi. Elektron mağazanın ümumilikdə nəzarəti . Yeni sifarişlər haqqında informasiyanın nəzərdən keçirilməsi, sifarişin, hesabın, ödəmənin yerinə yetirilməsinin izlənməsi, hesab fakturaların generasiyası.
- Statistika və təsisatlar. Alıcıların kateqoriyasının, istehsalçıların məhsulların ölçmə meyarlarının siyahılarının müəyyənləşdirilməsi, endirim sistemlərinin yaradılması, çatdırılma xərclərinin və vergilərin müəyyənləşdirilməsi,

sifarişlərin analizi və məhsul satışı statistikasını, kredit kartları üzrə verilənlərin idarə edilməsi.

INTERSHOP 4 program təminatı bazasında yaradılacaq elektron mağazalar üçün 120 müxtəlif şablon nəzərdə tutulub. “Hibrid” HTML istifadəsinin imkanları sayəsində web-səhifələr həm dinamik, həm də statik ola bilər. INTERSHOP Store Design Wizard vasitəsilə bir neçə saat ərzində şəxsi internet mağazasını hazırlamaq, parametrləri saxlamaq mümkündür. Alıcı interfeysini saxlamaq üçün onlarla şablonlar mövcuddur. Bununla yanaşı istənilən instrumental HTML-vasitələrinin köməyi ilə orijinal dizayn imkanı vardır.

UltraShop program paketi internet mağazaların yaradılması üçün nəzərdə tutulub və pərakəndə və topdan satışa eyni zamanda xidmət göstərə bilər. Texnologiyanın əsasında müştəri-server arxitekturası durur. Programlaşdırma dili kimi JAVA-nın istifadə olunması hesabına UltraShop istənilən əməliyyat sistemli serverlərdə yerləşdirilə bilər. Verilənlərin saxlanması və emalı üçün SQL sorğu dilləri istənilən MBİS-in istifadəsi mümkündür. UltraShop bazalı elektron mağazalar eyni zamanda bir neçə ödəmə sistemi ilə işləyə bilər ki, bu da alıcıya ən mənasız ödəniş sxeminin seçməsinə şərait yaradır. Əlavə xidmət kimi məhsulun çatdırılma dəyərinin hesablanması modulunun işləyib qoşulması təklif olunur.

UltraShop mövcud uçot və idarəetmə sistemləri ilə qarşılıqlı fəaliyyət üçün mənasızdır. İnternet mağaza mühasibat və anbar uçotu sisteminə qoşula bilər. Həmçinin «1C: Торговля и Склад» paketi ilə verilənlər mübadiləsi reallaşdırılıb. Serverin daxili uçot sistemləri ilə qarşılıqlı fəaliyyəti üçün ticarət şirkətinin daxili informasiya sistemində şlyuzun yaradılması mümkündür.

Məhsullar qrupları kataloqda Windows bələdçisi kimi ağacşəkilli formada təqdim olunurlar. Məhsulların nomenklaturası qonşu pəncərədə cədvəl formasında verilir. Ehtiyac duyulduqda axtarış etmək mümkündür. Alıcının qeydiyyatı həm mağazanın girişində, həm də sifarişin rəsmiləşdirilməsi zamanı mümkündür. UltraShop ticarət şirkəti ilə qarşılıqlı fəaliyyət tarixçəsindən asılı olaraq qeydiyyatdan keçmiş alıcılar üçün müxtəlif xidmət sxemləri tətbiq etməyə imkan verir.

Vitrinlərin redaktə edilməsi ilə bağlı heç bir əməliyyat HTML sahəsində hər hansı bir bilik tələb etmir. Mağazanın administratoru aşağıdakıları edə bilər:

- Məhsulların, prays-listlərin kataloqunu xarici mənbələrdən istifadə edərək yeniləmək, həmçinin yenilənmə avtomatik rejimdə yerinə yetirilə bilər;
- Onlar üçün əsas menyuda avtomatik olaraq idarəetmə elementləri yaradılacaq yeni məhsul kateqoriyalarını əlavə etmək;
- Daxil olmuş sifarişləri emal etmək;
- Alıcıların siyahısını və onların sifarişlərini emal üçün lokal uçot sisteminə ötürmək;
- Verilənlər bazasının ehtiyat surətini yaratmaq.

UlterShop proqramı müxtəlif şirkətlərə məxsus olan bir neçə internet mağazanı bir serverdə dəstəkləmək imkanına malikdir.

Actinic Catalog hazırda mövcud olan ən hərtərəfli aşağı qiymətli e-ticarət paketlərindən biridir. Paketə şəxsi web-mağazanı yaratmaq və idarə etmək üçün kiçik biznesə lazım hər şey daxildir. Actinic Catalog asanlıqla istifadə edilə bilər və etibarlı elektron mağazanın hazırlanması üçün geniş əhatəli xüsusiyyətlərə malikdir. Paket birdən artıq web-saytın hazırlanmasına və idarə edilməsinə imkan verməyə də, sadə məhsulların satışı ilə məşğul olmaq istəyən və bu zaman elektron kommersiya üçün aşağı qiymətli həll axtaranlar üçün bu ən münasib vasitədir. Paketin əsas xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

- Unikal mağazanın hazırlanması üçün tam dizayn imkanları;
 - İntuitiv “işarələ və kliklə” interfeysindən istifadə edərək bütün saytın sazlanması;
 - Çoxtipli baxış rejimləri naviqasiyanı sadələşdirir və mağazanın istənilən hissəsinə anı girişi təmin edir;
 - Dizaynın yaradılmasında istifadə edilən dizayn hissələri kitabxanası;
 - Mağaza yaradıldıqca onu real zamanda nəzərdən keçirmək imkanı;
 - Web-saytda yerləşdiriləcək spesifik kontent üçün şərtlərin yaradılması;
 - Macromedia Dreamweaver ilə inteqrasiya.
- Onlayn biznesin inkişafına kömək edən güclü marketing imkanları;

- Web-saytda dərc üçün ən çox satılan mallar siyahısının hazırlanması;
- Əlavə alışa sövq etmək üçün əlaqəli məhsullar siyahısının yaradılması;
- Yeni məhsullar siyahısını avtomatik olaraq yaratmaq və web-saytda yerləşdirmək;
- E-poçt siyahısı formalaşdırmaq;
- Satıcı sadıqlığını artırmaq üçün istehlakçı hesablarını yaratmaq;
- Sifariş həcmindən asılı olaraq endirimlər etmək.
- Asan və effektiv əməliyyatlar üçün geniş internet mağaza idarəedilməsi funksionallığı;
 - Daxili sifariş emalı modulu sifarişləri qəbuldan çatdırılmaya kimi emal edir;
 - Actinic verilənlər bazası vasitəsilə sifarişlərin təfsilatlarının redaktəsi;
 - Sifariş emalı prosesində anbardakı malların qalığını göstərir;
 - Satış hesabatlarını hazırlayır və əks etdirir;
 - Rezervləmə və bərpa etmə özəlliyi;
 - Həm onlayn, həm də oflayn sifarişlərin emal edilməsi.
- Elastik kataloq vasitəsilə rəqəmsal məhsullar da daxil olmaqla iyirmi mindən artıq məhsulun dəstəklənməsi;
 - Məhsullara asanlıqla daxil olmaq üçün “drag and drop” stilli interfeys;
 - Limitsiz sayda məhsul bölmə və altbölmələrinin yaradılması;
 - Xarici fayl və URL-lərə əlaqənin yaradılması;
 - Hər bir məhsul üçün atribut və seçimlərin müəyyənləşdirilməsi;
 - Əlavə komponentlərin müəyyənləşdirilməsi;
 - Yüklənə bilən məhsulların dəstəklənməsi (məsələn, mp3);
 - Hər bir məhsul üçün çatdırılma xərclərinin dəqiq müəyyən edilməsi.

Bütün aparıcı ödəmə sistemləri və kommersiya hosting provayderləri ilə integrasiya müstəqilliyi.

3.3. Ölkədə internet iqtisadiyyatın inkişaf perspektivləri və şirkətlərin iri elektron biznes platformaları

Böyük şirkətlərin elektron biznes fəaliyyətlərinin həyata keçirilməsi zamanı, əsasən, kommersiya serverlərindən (Commerce Server) istifadə edilir. Kommersiya serverləri elektron biznes fəaliyyətini dəstəkləyən web-serverlərdir. Kommersiya serverləri bahalı platformalar olsalar da, orta və iri həcmli e-ticarət fəaliyyəti üçün ən yaxşı vasitələrdir. Çünki kommersiya serveri bir proqram paketi daxilində e-ticarət üçün bütöv bir platforma təqdim edir. Bu paketlərin təklif etdikləri xidmətlər aşağıdakılardan ibarətdir:

- Sövdələşmə və ödəmə mexanizmləri;
- Vergi və valyuta hesablama sistemləri;
- Texnoloji prosesin avtomatlaşdırılması;
- Kontent idarəetmə proqram təminatı;
- VB və ERP (Enterprise Resource planning – Müəssisənin resurslarının Planlaşdırılması) integrasiya modulları;
- Açıq tətbiqi serverlər;
- Müştəri xidmətləri;
- Proqram təminatlı kataloq.

Server proqram paketlərini seçərkən şirkətlər bir neçə faktoru nəzərə almalıdırlar:

- Modulyar sistem (şirkətə ən münasib elementlərin seçilməsinə imkan yaratmaq üçün);
- Proseslərin avtomatlaşdırılması, xüsusilə kontentin idarəedilməsi üçün;
- EJB/XML dəstəklənməsi.

Proqram təminatı istehsalı üzrə dünya liderləri olan şirkətlərin e-ticarət platformalarını nəzərdən keçirək.

Microsoft Commerce Server internet iqtisadiyyat həlləri üçün əsas serverlərdən biridir. Bu proqram paketi öz istifadəçilərinə biznes proseslərin idarəsi, onların operativ təhlili ilə bağlı müxtəlif imkanlar təqdim edir. Mahiyyət etibarilə Commerce Server internet iqtisadiyyat sahəsində elastik, asan sazlanan internet

həllərinin yaradılması platformasıdır. Bu məhsulun arxitekturası .Net və COM tətbiqinə əsaslanır ki, bu da onun funksionallığını genişləndirməyə imkan verir. Program real vaxtda sifarişləri emal edərək analitik və statistik məlumatlar təqdim edir. Bundan başqa Commerce Server Windows serverlərinin bir çox imkanlarından istifadə edir, həmçinin Microsoft Active Directory xidmətini dəstəkləyir.

Commerce Server 5 müxtəlif sistemi özündə birləşdirir:

- Product catalog System. Onun vasitəsilə məhsulların kataloqunu yaratmaq və modifikasiya etmək, digər məlumat mənbələri və ortaq şirkətlərlə məlumat mübadiləsi həyata keçirmək, müxtəlif göstəricilərə görə məhsulların axtarışını təmin etmək, hesabatlar vasitəsilə bu və ya digər məhsulun satış dinamikasını və həcmi müəyyənləşdirmək mümkündür;
- Targeting System. Bu sistem ayrı-ayrı müştəri qrupları üçün satış planlaşdırmaq, onlara daha uyğun məlumatı təqdim etmək, müxtəlif müştəri qrupları üçün marketing strategiyası və reklam kompaniyalarını idarə etmək imkanı verir;
- Profile System. Bu sayı hətta milyonlara çata bilən müştərilərin profillərini idarə etməyə imkan verir. Sistem müştərilərə öz profillərini redaktə etməklə bərabər onların sifarişlərinin emalı məlumatlarını verir;
- Business Analytics System. Bu sistem aşağıdakı işləri görür: Hesabatlar vasitəsilə saytın effektivliyinin təhlili; bu və ya digər müştəri qruplarının və saytın qonaqlarının identifikasiyası; bazarın yeni segmentlərinin aşkarlanması;
- Business Processing Pipeline System. Bu sistem isə sifarişlərin verilməsi ardıcılığını, məhsulların satış biznes-loqikasını və targetinqin reallaşdırılmasını təsvir etməyə, həm də biznes prosesin ayrı-ayrı mərhələləri arasında əlaqəni müəyyən etməyə kömək edir.

Commerce Server-in 2007-ci il versiyası özündə daha elastik və yüksək effektiv saytların hazırlanması, eləcə də administrator və istifadəçilər tərəfindən daha effektiv idarəetmə və nəzarətə imkan verən xüsusiyyət və yenilikləri birləşdirir.

İnternet iqtisadiyyat saytları bütöv şirkətin ümumi biznes xətti sisteminin tərkibi hissəsi olmalıdır. Qabaqcıl integrasiya xüsusiyyətləri ilə Microsoft Commerce Server 2007 bu integrasiyanı əvvəlkindən də asan edir. Paket xüsusilə də aşağıdakılarda şirkətlərə kömək edəcək:

- İnternalla və BizTalk Server adapterləri vasitəsilə digər müştərək tətbiqi proqramlarla əlaqə yaratmaq. Commerce Server 2007 məhsul və xidmətlərin çatdırılmasını sürətləndirmək və avtomatlaşdırmaq məqsədilə BizTalk Server-i profayl, sifariş, inventar və kataloq altsistem adapterləri ilə təmin edir;
- İşgüzar verilənləri SOAP (Simple Object Access Protocol) və XML (Extensible Markup Protocol) protkolları vasitəsilə idarə etmək və bölüşdürmək;
- Bütün ticarət ortaqlarından və şirkətin bütün bölmələrindən kataloq məhsul informasiyasını toplamaq və mübadilə etmək;
- İstehlakçı və sifarişləri, kataloq və inventar və marketinqi yeni, Windows əsasında yaradılmış tətbiqi proqramlarla idarə etmək.

Ümumi tapşırığı sadələşdirən usta köməkçilərlə bu alətlər istifadəçilərinə qısa vaxt kəsiyində, daha aşağı xidmət xərcləri ilə sayta asanlıqla və dəqiq yeniliklərin edilməsində yardımçı olaraq mənfəəti artırmağa kömək edirlər.

Commerce Server 2007 müxtəlif tipli işgüzar məsələləri hərtərəfli həllərlə təmin edir:

- Maddi məhsulların B2C satışı;
- Rəqəmsal əmtəələrin B2C satışı və onlayn xidmətlərin göstərilməsi;
- B2B və ticarət cəmiyyətləri;
- B2C və B2B-ni kombinəşdirərək B2X;
- İnformasiyanın çatdırılması üçün profilləşmə və targetinqdən istifadə edən əlaqəli kataloq portalları.

Commerce Server 2007 miqyaslaşdırılmaya, etibarlılığa, effektivliyə və təhlükəsizliyə görə testləşdirilmiş davamlı modulyar sistemlər təchiz edir. Bu infrastruktur əsasında qurulmuş tətbiqi proqramlar sazlama, xidmət xərclərini hiss olunacaq dərəcədə azaltmağa kömək etməklə bərabər riskləri minimallaşdırır.

Commerce Server 2007 aşağıdakı funksional imkanları təmin edir:

- Başlanğıc Saytı (Starter Site). Bu şirkətin məlumatlarını əlavə etdikdən sonra istifadəyə hazır olan e-ticarət həllidir. Effektivliyi və təhlükəsizliyi təmin edən Starter Site müxtəlif dil və valyutaları dəstəkləməklə şirkətin global iştirakını qurmağa kömək edir.
- Biznes istifadəçisi alətləri (Business user tools). İstehlakçı və Sifariş meneceri, Kataloq və İnventar Menecer, Marketing meneceri, Hesabatlar kimi alətlər proqramla qarşılıqlı əlaqədə olmağa imkan verir. Bu alətlər xidmət xərclərini azaltmaq, saytın yenilənməsini sadələşdirmək və digər işlərdə elektron biznes şirkətlərinə kömək edə bilər.
- Microsoft SQL Server Reporting Service həyat tsikli idarəetmə alətlərinin vasitəsilə daxil edilmiş hesabatların sazlanması və genişlənməsinə imkan verir.

Microsoft Commerce Server 2007 təkmilləşdirilmiş idarəetməyə malikdir. Əməliyyatların effektivliyi məqsədilə yaradılmış sistem IT mütəxəssislərinə e-ticarət infrastrukturunu genişləndirməklə xərcləri nəzarət altında saxlamağa şərait yaradır. Microsoft Management Console bu paketin Microsoft-un digər server sistemləri ilə tam inteqrasiyasını yaradaraq mərkəzləşdirilmiş idarəetməni təmin edir. Təhlükəsizlik özəlliklərinə SSL dəstəklənməsi və kredit kart nömrələrinin, şifrələrin və s. mühafizəsinin artırılması üçün profil verilənlərinin şifrələnməsi daxildir.

İnternet saytlarının yaradılması Microsoft Visual Studi 2005 vasitəsilə daha tez həll olunur. Visual Studi 2005 və Microsoft Framework 2.0 (ASP.NET 2.0 daxil olmaqla) ilə inteqrasiya şirkətin kommersiya saytının hazırlanmasında kodlaşdırma ehtiyaclarını ixtisar edir. Commerce Server 2007 ASP.NET 2.0 vasitəsinə əsaslanır və onun bütün yeni özəlliklərini dəstəkləyir. Səhifələrin Usta köməkçisi (Master Pages) səhifələrdə vizual varisliyi mümkün edir. Vizual şablonlardan, asan qurula bilən internet sayt skinlərindən istifadə dizaynı və mobil saytların yaradılmasını sadələşdirir.

WebSphere Commerce (IBM). WebSphere Commerce şirkətlərin bütün biznes modellərini dəstəkləyərək dünyanın qabaqcıl şirkətlərini internet ticarət platformaları ilə təmin edir. Bu proqram paketi B2C və B2B məsələləri üçün işə hazır olan inteqrasiyalaşdırılmış vasitədir və istənilən həcmli şirkətdə tətbiq oluna bilər. WebSphere Commerce e-ticarət saytlarının yaradılması və idarəedilməsini sürətləndirərək və sadələşdirərək effektivliyi artırır. Paketə daxil olan WebSphere Commerce Studio Developer e-ticarət saytlarının yaradılması üçün alətlərdən ibarətdir. Vizual saytların layihələndirilməsi aləti internet sayt yaradıcılarının işinin sadələşdirir, tətbiqi sistemin yaradılması üçün hazır tətbiqi proqramların istifadəsini təmin edir. Bu paketə internetdə ödəmələrin təhlükəsiz emalını təmin edən WebSphere Payment Manager daxildir. Paket mürəkkəb və çoxkanallı strategiyanın təşkilində şirkətlərə kömək edə bilər.

Paketin server hissəsi IBM WebSphere Application Server tətbiqi proqramlar serveri əsasında qurulub. Məhsulların nomenklaturası haqqında bütün verilənlər, təchizatçı və müştərilər barəsində bütün məlumatlar IBM Universal Database MBIS-də saxlanılır.

Server vasitələrindən əlavə bu proqram paketi Business Intelligence vasitəsi olan WebSphere Commerce Analyzer-ə malikdir ki, bu da müştərilər haqqında statistik verilənləri analiz etməyə imkan verir. WebSphere Commerce Accelerator e-ticarət saytının idarə edilməsi vasitəsidir və aşağıdakıları yarinə yetirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur: marketing, biznes-planlaşdırma, istismar, sifarişçilərə xidmət. Bunun köməyi ilə bazar segmentlərini üzə çıxarmaq, bu və ya digər məhsula tələbatı, marketing strategiyasını və xüsusi kommersiya təklifləri etmək mümkündür.

WebSphere Commerce paketinin axırıncı, 6-ci versiyası bir sıra təkmilləşdirilmiş xassələrə malikdir ki, bu da, şirkətlərə aşağıdakı imkanları verir:

- Kataloqların yenilənməsinin, marketing kompaniyalarının idarəsində istifadəçilərin məhsuldarlıq və effektivliyini artırmağa;

- Məhsur axtarış sistemlərindən, o cümlədən şirkətin öz saytının daxilində məhsulların asan axtarışına imkan verərək potensial müştəriləri cəlb etməyə;
- Müştərilərin rəftarını izləyib təhlil edərək anlayışlar əldə etmək, sonra isə bunları satış və marketinq inisiativlərinə əlavə etməyə;
- Çoxkanallı pərakəndə satış strategiyasını inkişaf etdirmək üçün biznes prosesləri və yardımçı sistemlər ilə inteqrasiya etməyə;
- Müştərilərin məxfi kart informasiyalarını mühafizə etməyə və Payment Card Industry-nin son təhlükəsizlik standartlarına uyğunluğu təmin etməyə.

Yuxarıda sadalanmış üstünlüklərdən faydalanmaq üçün paketə bir sıra yeniliklər edilmişdir. İnternet iqtisadiyyatı idarə etmək üçün yeni intuitiv idarəetmə alətləri internet iqtisadiyyat istifadəçilərin məhsul kataloqlarının idarəedilməsində, sifariş olunmuş promoşnların həyata keçirilməsində yeni imkanlar yaradacaq. Paketin yeni idarəetmə sistemi dinamik interfeysə malikdir. The Web 2.0 Store Model-ə məhsula cəld baxış, vahid səhifənin yoxlanışı, ölçmə kimi xüsusiyyətlər daxildir. İnkişaf etdirilmiş orientasiya WebSphere Commerce paketinə mövcud infrastrukturə asanlıqla və sürətlə inteqrasiyaya imkan verir. Sayt xəritəsi vasitəsilə inkişaf etdirilmiş axtarış sistemi dəstəyi şirkətin məhsul təkliflərinin müştərilər tərəfindən axtarış saytlarında aşkarlanmasına yardımçı olur. İnkişaf etdirilmiş web analitik saytdakı və müştərilərin məlumatlarını təhlil edərək effektiv addım atmağa imkan verir. Multikanallı analitik marketinq menecerlərinə məhsullar və satış haqqında tam görüntü yaradır. Program paketinin digər xüsusiyyətləri aşağıdakılardan ibarətdir:

- İnternet iqtisadiyyat tərkib hissəsi kimi orta həcmli hərracların keçirilməsi üçün ideal mühitin yaradılması;
- İnternetdə unikal, kompleks B2B müqavilə və razılıqların, işguzar əlaqələrin avtomatlaşdırılması;
- Vahid proqram təminatı çərçivəsində müxtəlif şöbələrə, regionlara və istehlakçı qruplarına xidmət göstərən unikal saytların yaradılması. Bu saytların hər biri özünəməxsus görüntüyə malik ola və özünəməxsus biznes

qaydaları və siyasəti həyata keçirə bilər. Saytların hamısı eyni bir infrastruktur üzərində mövcud olaraq fəaliyyət və idarəetməni sadələşdirmək məqsədilə verilənləri və məlumatları bölüşürlər. Genişləndirilmiş saytlar (Extended Sites) bacarığından həmçinin aşağı səviyyəli işguzar ortaqların şəxsi e-ticarət saytlarının yaradılması və idarəedilməsinin sadələşdirilməsini təmin etmək üçün istifadə oluna bilər;

- Marketing alətləri. WebSphere Commerce 6.0 marketing menecerlərinə istehlakçıların və biznes əlaqələrinin həcmi maksimumlaşdırılmasına imkan yaradır: A/B Testləmə imkanı e-ticarət saytının tərkibini, marketing kompaniyalarını, naviqasiyasını və digər aspektlərini yoxlayır; axtarışın optimallaşdırılması funksionallığı təmin edir; e-mail marketing yeniliklərin və digər promoşnların e-poçt vasitəsi çatdırılması üçün siyahıların tərtibi və idarəedilməsini sadələşdirir; istehlakçıların segmentləşdirilməsi bacarıqları müştəriləri statik və dinamik qruplar üzrə sortlaşdırır, reklam işi təşkil edilir, marketing analitiki marketing inisiativlərinin effektivliyinin anlamağa imkan verir;
- Satış kataloqları. Şirkətə limitsiz sayda kataloq ierarxiyalarının və spesifik istehlakçı segmentlərinə istiqamətlənmiş məhsulların mövsümi sortlaşdırılmasının yaradılmasına imkan verir;
- Collaborative Content Management (Müştərək İdarəetmə). Kataloqların tərkibinin idarəedilməsi üçün nəzərdə tutulmuş inkişaf etdirilmiş bu vasitə məhsul haqqında informasiyanın, internet-tərkibin, promoşn qaydalarının və kompaniyalar haqqında informasiyaların yaradılması, idarəedilməsi, dərc olunmasına nəzarəti tamamilə biznes istifadəçilərinin səlahiyyətinə verir. Bu bir çox üstünlüklər verir: daha yüksək həcmdə marketing yerinə yetirmə, yeni məhsulların reallaşdırılmasını sürətləndirmə, artırılmış keyfiyyət və səhvlərin ixtisarı, hərtərəfli tədqiqatların inkişaf etdirilmiş dəstəklənməsi bacarığının satışı genişləndirməsi, ticarət markasının nüfuzu, biznes istifadəçilərin məhsuldarlıqlarının artırılması və xərclərin ixtisar edilməsi;

- Şirkət daxilində və ondan kənarda verilənlərin, proseslərin və sistemin integrasiyası struktur və alətləri bütün mövcud aktivlərin gücləndirilməsinə zəmanət verir;
- Vahid, birləşdirilmiş interfeys vasitəsilə təhlükəsiz elektron ödəmə prosesi təmin edilir. Açıq standartlar texnologiyasına əsaslanan WebSphere Commerce Payments çoxtipli ödəmə protokollarını dəstəkləmək üçün “ödəmə kassetləri” adlanan proqram əlavələri ilə işləyir. 6-cı versiyanın yeni ödəmə arxitekturası vahid sifariş üçün çoxtipli ödəmə metodu, spesifik email üçün ödəmə instruksiyası və son ödəmə sistemi ilə integrasiyanı sadələşdirən proqram əlavələri kimi imkanlar təqdim edir. WebSphere Commerce Payments ödəmə işlərini konfigurasiyalaşdırıla bilən biznes qaydları toplusuna uyğun olaraq həyata keçirmək üçün Payment Rules adlanan altkomponentlə birgə işləyir;
- Saytın administrasiyası, problemlərin müəyyənləşdirilməsi, effektivliyin yoxlanılması üçün hərtərəfli alətlər daha az xərclərlə effektivlik və etibarlılığın yüksək səviyyəsinə nail olmaq məqsədilə proqram və texniki təminatı asanlıqla formalaşdırılmasına və idarəedilməsinə imkan verir.

Paketə mobil istifadəçiləri dəstəkləyən sistem daxil edilmişdir. WebSphere Everyplace Suite yaradıcıları müştəri yerləri kimi mobil qurğular istifadə edən xüsusi həllər yaratmağa imkan verir.

E-Business Suite (Oracle). Bu, şirkətin elektron biznesi üçün hazır tətbiqi proqramlar kompleksidir. Kompleks marketinq, satış, sifarişçilərə xidmətin göstərilməsi, sifarişlərin yerinə yetirilməsi, istehsalat, mühasibat, layihələrin idarəedilməsi kimi əməliyyatları avtomatlaşdırmağa imkan verir.

Oracle Information Architecture – informasiya arxitekturası konsepsiyası bütöv E-Business Suite kompleksinin əsasıdır. Bu konsepsiyanın əsas komponenti istənilən tətbiqi modulun müraciət edə biləcəyi bütün tətbiqi obyektlərin vahid şəkllə salınmış təsvirindən ibarət verilənlər modelidir. Yəni marketinq tətbiqi proqramları da sifarişçi haqqında mühasibat proqramının aldığı məlumatları alırlar.

Bu paketi 3 funksional bloka ayırmaq olar:

1. Oracle ERP – şirkətin daxili proseslərinin idarəsinin avtomatlaşdırılması. ERP özündə 90-dan çox modulu birləşdirir ki, bu da şirkətin əsas biznes məsələlərini həll etməyə imkan verir – planlaşdırma, ehtiyatların idarəedilməsi, sifarişçi və təchizatçılarla qarşılıqlı əlaqə, uçot.
2. Oracle CRM (Customer Relationship Management) – Müştərilərlə qarşılıqlı əlaqəyə istiqamətlənmiş proseslərin effektivliyinin artırılması və avtomatlaşdırılması tətbiqi proqramı. CRM proqramlarının tətbiqi müştəri bazalarının analizi və onlarla daha effektiv münasibətlərin qurulmasını, satış prosesinin dəstəklənməsi, marketinq kompaniyalarının idarəedilməsi kimi işləri yerinə yetirir.
3. Oracle E-Hub – e-ticarət meydançalarının təşkili üçün nəzərdə tutulub. Bu, dialoq rejimində internet vasitəsilə ümumi işi reallaşdırmaq, ticarəti təşkil etmək, material axınlarını, müştərək ticarət layihələrini planlaşdırmaq, e-ticarət meydançaları yaratmaq imkanı verən biznes-partnyorların tətbiqi proqramları ilə integrasiya vasitələri təqdim edir.

Oracle ERP, Oracle CRM və Oracle E-Hub bir-birləri ilə integrasiya təşkil edərək elektron biznes üçün vahid kompleks yaradırlar.

İnternet iqtisadiyyatda iqtisadi təhlükəsizlik təminatı probleminin həlli ilk növbədə onda tətbiq edilən informasiya texnologiyalarının, yəni informasiya təhlükəsizliyinin təminatı probleminin həlli ilə sıx əlaqədardır.

İnternet iqtisadiyyat bir sıra müxtəlif funksiyaları birləşdirir. Onda alıcı və satıcı arasında əlaqələrin, təqdim etmə metodlarının, sifarişin müzakirəsi və rəsmiləşdirilməsi, sövdələşmə şərtlərinin təyin edilməsi, məhsul və xidmətlərin satışı ardıcılığının təşkil edilməsi, həmçinin ödəniş prosesinin həyata keçirilməsi üçün yeni texnologiyalardan istifadə olunur.

Müasir dövrdə elektron biznesin təşkil olunması üçün bir sıra proqram həlləri mövcuddur. Daha çox elektron kommersiyanın inkişafı aşağıdakı səbəblərə görə ləngiyir:

- İnfokommunikasiya strukturunun kifayət dərəcədə inkişaf etməməsi;
- Cinayətkarlar qarşısında onun yüksək zəifliyi;

- Rəqabət mübarizəsinin artan səviyyəsi.

Göründüyü kimi, yuxarıda sadalanan bütün maneələr informasiya təhlükəsizliyi sferasına aiddir. Təəssüflər olsun ki, İnternet iqtisadiyyat müəssisələrinin rəhbərləri yalnız onların informasiya resurlarını hücumə məruz qaldıqdan sonra təhlükəsizlik məsələsinin bütün ciddiliyini və əhəmiyyətini lazımi dərəcədə dərk etməyə başlayırlar. Bəs internet iqtisadiyyat iştirakçıları olan hökumət, biznes və alıcılar daha çox nədən qorxur və nəyə görə narahat olurlar? İlk baxışdan hər şey adi görsənir: hökumətə vergilər lazımdı (yəni, alışın və satışın dəqiq miqdarı ilə əlaqədar olan dəqiq məlumatlar), alıcılar pul vəsaitlərinin təsadüfi və ya daha pis qabaqcadan təşkil edilmiş itkisindən qorxurlar (onlara pul vəsaitlərinin harda yerləşdiyi, onlara giriş imkanı ilə bağlı dəqiq məlumatlar lazımdır), biznesə isə alıcılar lazımdı (alıcıların harda yerləşməsi və nəyə üstünlük verdikləri ilə bağlı dəqiq məlumatlar lazımdır) və onlar da həmçinin oğurluqdan qorxurlar, belə ki, bizneslər bir qayda olaraq həm alıcı, həm də satıcı qismində çıxış edirlər.

Beləliklə, hər kəsə müxtəlif səbəblərə görə dəqiq məlumatlar lazımdır və deməli bu məlumatların əldə edilməsi, təhlükəsiz saxlanması və mübadiləsinin effektiv mexanizmləri lazımdır. Deməli, bu günün elektron biznes və kommersiyanın problemlərinin çoxu informasiya təhlükəsizliyi sahəsindən irəli gəlir, yəni daha dəqiq desək, təhlükəsizlik problemləri elektron kommersiyanın və elektron biznesin inkişaf yolunda duran ən vacib və ciddi maneədir.

Ümumilikdə götürdükdə proqram təminatının təchizatçıları təhlükəsizlik problemini dərk edirlər və özlərinin proqram vasitələrindən istifadənin “mütləq təhlükəsizliyi”ni elan etdikdə özlərinin kompleksinə bəzi informasiya mühafizəsi mexanizmlərini, məsələn, idanetifikasiyanı, tunelləşdirməni və məxfi verilənlərin şifrələnməsini təmin edən mexanizmləri quraşdırırlar. Buna baxmayaraq, elektron mağaza və ticarət sistemlərində daima hücumlar baş verir, kütləvi şəkildə kredit kartlar oğurlanır - burada söhbət minlərlə və on minlərlə nömrələrdən gedir. Və bu hələ yalnız açıq informasiya vasitələrinə məlum olan verilənlərdir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

İnternet iqtisadiyyatı bütün dünyada olduğu kimi ölkəmizdə də özünə yer etməkdədir. Bütün sahələrdə əməyin yüngülləşdirildiyi bir dövrdə insanlar alqı-satqı proseslərini də bir qədər sadələşdirməyə və asanlaşdırmağa can atır. Elə bunun nəticəsidir ki, Azərbaycanda getdikcə internet iqtisadiyyatla məşğul olanların sayı artır.

Bütövlükdə internet iqtisadiyyat dövryyəsinin artması aşağıdakı səbəblərdən ləngiyir:

- Çeklər və bank kartları üzrə ödəniş mexanizmlərinin az inkişaf etməsi;
- «Aznet»də ticarəti həyata keçirməyə hazır olan ölkə əhalisinin informasiya savadının aşağı səviyyədə olması;
- Normativ-hüquqi təminatın qeyri-kamilliyi;
- Ticarət münasibətləri iştirakçıları tərəfindən qarşılıqlı öhdəliklərin pozulması;
- Vahid nizama salınmış çatdırılma sisteminin olmaması.

Bu gün üçün ölkədə artıq təxminən 50-dən artıq virtual mağaza işləyir. Məhsulların siyahısı və qiymətləri saytlarda yerləşdirir, lakin onlayn ödənişlər sistemi olmadığından bütün hesablaşmalar məhsul əldə edilərkən həyata keçirilir. Əsasən, “Aznet”də məişət texnikası, mebel, geyim, kosmetika və parfümeriya, kompüter, mobil telefon və aksesuarlar, daşınmaz əmlak, avtomobillərin satışı üzrə virtual mağazalar populyardır. Tədqiqatlar göstərir ki, istehlakçıları daha çox saytdan və ya web-mağazadan istifadə etməyin, eləcə də şəxsi məlumatın qorunub saxlanmasına zəmanət verilməsinin rahatlığı cəlb edir. Bundan başqa, virtual əməliyyatların təhlükəsizliyinin təmin edilməsi ilə bağlı problemlər də ortaya çıxır ki, bunun da həlli bütün dünyada çətinlik yaradır. Təcrübə göstərir ki, müştərilərin vəsaitlərinin təhlükəsizliyini təmin etmək üçün zəruri olan proqram təminatı 15-20 min ABŞ dolları civarındadır. Çox vaxt asan yolla pul qazanmaq istəyənlər alıcı vəsaitinin təhlükəsizliyinə göz yumurlar. Mütəxəssislərinin fikrincə, sözün geniş

mənasında, elektron kommersiyası sahəsində başlıca çatışmayan cəhət, ilk növbədə, onun imkanlarının kifayət qədər fəal təbliğ olunmaması və xüsusilə B2B sahəsində uğurla həyata keçirilən qərarların kifayət qədər nümayiş etdirilməməsi ilə bağlıdır. İnternet iqtisadiyyatın təşkili üçün standart proqram həlləri də lazımı qədər deyil – burada müəlliflər və distribütorlar üçün yeni imkanlar açılır. Rəqəmli imzalar, sertifikatlar və şifrələmə vasitələri kifayət qədər inkişaf etməyib, daha dəqiq desək, ümumiyyətlə inkişaf etməyib. İnternet texnologiyalar, elektron kommersiyası sistemlərindən istifadə edilməsi yeni müştərilərin cəlb olunması üzrə daha səmərəli üsul əldə etməyə, əhatə dairəsini genişləndirməyə, mövcud müştərilər üçün əlavə servisi təmin etməyə, kommunikasiyalara, eləcə də sifarişlərin qəbulu və işlənməsinə çəkilən xərcləri azaltmağa imkan verir. Böhranlı şəraitdə bir çox şirkətlər internet iqtisadiyyat biznesin səmərəli şəkildə aparılması üçün alət kimi müraciət edə bilər. Bundan başqa, xüsusilə bank sahəsində qapalı klub ödəniş sistemləri, agent-bank şəbəkələrinin yaradılması internet iqtisadiyyatın inkişafında problemlər yaradır. İnternet iqtisadiyyatın inkişafı home-banking kimi xidmətlərin yayılması da daxil olmaqla bank xidmətlərinin internetləşdirilməsini tələb edir. İnternet iqtisadiyyatın təşkili üçün standart proqram həlləri də lazımı qədər deyil - burada müəlliflər və distribütorlar üçün yeni imkanlar açılır. Rəqəmli imzalar, sertifikatlar və şifrələmə vasitələri kifayət qədər inkişaf etməyib. İnternet texnologiyalar, elektron kommersiyası sistemlərindən istifadə edilməsi yeni müştərilərin cəlb olunması üzrə daha səmərəli üsul əldə etməyə, əhatə dairəsini genişləndirməyə, mövcud müştərilər üçün əlavə servisi təmin etməyə, kommunikasiyalara, eləcə də sifarişlərin qəbulu və işlənməsinə çəkilən xərcləri azaltmağa imkan verir. Bundan başqa, ölkəmizdə İKT-nin geniş tətbiqi və internet istifadəçilərinin sürətlə artımı internet iqtisadiyyatın yaranmasına və inkişaf etməsinə zəmin yaratmışdır. Ehtimal olunur ki, bu işlərin praktiki reallaşdırılması e-ticarətin, e-ödənişlərin geniş miqyasda istifadəsi üçün əlverişli şərait yaradacaqdır. Hazırda dünya ölkələrində sənaye müəssisələri İKT-nin imkanlarından daha geniş şəkildə bəhrələnmək məqsədilə B2B layihələri üzərində iş aparırlar. B2B sənaye müəssisələrinin sürətli texnikanın tətbiqinə əngəl törədən

əsas maneələrdən biri - ümumi avtomatlaşdırmanın aşağı səviyyədə olmasıdır. Azərbaycanda da B2B-layihələrinin Qərbdə olduğu kimi effektiv və səmərəli surətdə həyata keçirilməsi məqsədəuyğundur. Qərbdə e-ticarət meydançalarının əsasını biznes alyansları, biznesin şəffaflığı və yaxşı təşkili, ticarət meydançası iştirakçılarının texnoloji cəhətdən qarşılıqlı əlaqəyə hazır olması təşkil edir. Hazırda respublikamızda iqtisadiyyatın şəffaflığı və onun dünya iqtisadiyyatına integrasiyası istiqamətində böyük işlər görülür. Azərbaycanın sənaye müəssisələrində sifarişlərin qəbul edilməsi və yerinə yetirilməsi, istehsalatın planlaşdırılması, təchizat və satış üzrə avtomatlaşdırılmış sistemlər yaranır, eləcə də mallar, uçot sistemi, satışları idarəetmə sistemi üzrə hazır göstəricilər bazası və həmin bazanın internet vasitəsilə integrasiyası formalaşdırılır. Bundan əlavə, Azərbaycanda korporativ saytların işlənilib hazırlanması sahəsində təcrübə artır, İnternetin Azərbaycan segmentində ticarət meydançaları yaradılır. Deməli, Azərbaycanda sənaye müəssisələrinin məhsulunu istifadəçiyə həm də alternativ yolla - internet iqtisadiyyat vasitəsilə çatdırmağın real zəminləri vardır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. "Effective e-business in developing countries", International business & economic research journal.
2. "Electronic commerce in developing countries", Institute for international economics, Catherine L.Mann.
3. Promoting e-commerce in developing countries, Internet governance & policy discussion papers.
4. "E-commerce and development report 2006", UNCTAD.
5. "The economic and social impact of electronic commerce", OECD.
6. "Measuring the information society", ITU, 2014.
7. Barriers to e-commerce in developing countries, Information, Society and Justice, Volume 3 No. 1, January 2010.
8. Можаров Р.В., Можарова Н.Р., Евтеев В.В., Кузьменко О.А., Шевченко М.О. - Программное обеспечение персональных компьютеров – Учебное пособие для вузов. – М.: Финстатинформ, 2001.
9. Алексунин В.А. Электронная коммерция и маркетинг в интернете. – М.: Дашков и К ИТК, 2005.
10. Алексунин В.А. Электронная коммерция и маркетинг в интернете. – М.: Дашков и К ИТК, 2005.
11. Ə.M. Abbasov, Z.Z. Bayramov, H.X Quliyev "İqtisadi informasiyanın işlənməsinin kompüter texnologiyası". Bakı 2002
12. Н.Г. Исаев «Информационные системы в экономике». Москва 2006
13. R.H. Gülməmmədov, M.H. Azadova. "İqtisadi münasibətlərdə informasiya sistemləri". Bakı 2005
14. Вулкан Н.В. Электронная коммерция: Стратегическое руководство для понимания и построения торговли в режиме "он-лайн". – М.: Интернет-трейдинг ООО, 2003.
15. Давыдова Л.А. Информационные системы в экономике в вопросах и ответах. – М.: ТК Велби ООО, 2004.

16. Климченя Л.С. Электронная коммерция. – М.: Высшая школа, 2004.
17. Котлярова А.М. Оценка бизнеса в условиях Интернет-экономики // Мир электронной коммерции. – 2000.
18. Орлов Л.В. Как создать электронный магазин в Интернет. – М.: Новый издательский дом ЗАО, 2004.
19. The Complete E-Commerce Book: Design, Build, & Maintain a Successful Web-based Business, Second Edition by Janice Reynolds. CMP Books, 2004.
20. E-Commerce Guide - SBDCNet - National SBDC Information Clearinghouse - <http://sbdcnnet.org/SBIC/e-com.php>
21. Ecommerce software – http://www lynxinternet.com/ecommerce_solutions_misc.html
22. E-commerce software - Buy e-commerce software Software at Shopping.com UK – http://uk.shopping.com/xGS-e-commerce%20software~NS-1~linkin_id-8015468
23. ECommerce-Guide to News, Reviews and Technology Solutions - <http://www.ecommerce-guide.com/>
24. E-Commerce Guide - http://www.itstudyguide.com/electronic_commerce_study_guide.htm
25. E-commerce Business solutions from AllBusiness.com - <http://www.allbusiness.com/e-commerce/3075199-1.html?googlesub=e%20commerce>
26. e-Commerce.ru Организация систем ЭК - http://www.e-commerce.ru/biz_tech/implementation/index.html
<http://e-torg.ru>

РЕЗЮМЕ

Успешное развитие современного бизнеса невозможно представить без информационных технологий. Сегодня информационные технологии охватывают все сферы нашей деятельности. В современных условиях экономическое развитие возможно лишь на основе массового применения компьютерных и телекоммуникационных технологий, высококачественных информационно-управленческих технологий.

Интернет-экономика позволяет компаниям более эффективно и гибко осуществлять внутренние операции, быть в тесной взаимосвязи с поставщиками и оперативно отвечать на запросы заказчиков. Компании, с одной стороны, получают возможность выбирать поставщиков не зависимо от места расположения, а с другой стороны, выходить на глобальный рынок с новыми товарами и услугами.

Интернет-экономика положительно влияет не только на компании, но и на потребителей. Так, потребители быстрее получают продукцию, более легкими путями делают заказы, продукция поступает им более выгодными путями. Помимо этого, наблюдается снижение цен, рост спроса и производства товаров и экономический рост. Именно в связи с этим тема диссертации представляет большую актуальность.

В первой главе магистерской диссертации широко обсуждаются концептуальные основы формирования интернет-экономики.

Во второй главе исследуются современная ситуация интернет-экономики в стране и механизмы его воздействия на экономику страны.

В третьей главе диссертации исследуются перспективы развития в стране интернет-экономики.

SUMMARY

The successful development of modern business can not be imagined without information technology. Today information technologies cover all areas of our business. At this moment, economic development can only be based on the massive use of computer and communication technologies, high-quality information management technologies.

Internet economy allows companies to more effectively and flexibly to perform internal operations, to be in close relationship with suppliers and to respond promptly to customer requests. Companies, on the one hand, are able to choose their suppliers, regardless of location, and on the other hand, go to the global market with new products and services.

Internet economy has a positive effect not only on producer but also on consumers. Thus, consumers will get the products easier ways of making the order, the products supplied to them more profitable ways. In addition, the decrease in prices, increase in demand and production of goods and economic growth. It is in this regard, the theme of the thesis is of great relevance.

In the first chapter of a thesis widely discussed the conceptual basis of the formation of the Internet economy.

The second chapter examines the current situation of the Internet economy in the country and the mechanisms of its impact on the economy.

In the third chapter of the thesis examines the prospects for the development of the country's Internet economy.

REFERAT

Biz informasiya axınlarının günü – gündən yüksək temple artdığı bir cəmiyyətdə yaşayırıq. Bu informasiya axınlarının öhdəsindən insanlar yalnız informasiya texnologiyalarından istifadə etməklə gələ bilirlər. Son zamanlar informasiya texnologiyalarının sürətli inkişafı göstərir ki, hesablama texnikası elmi – tədqiqat işlərinin aparılmasında, iqtisadi fəaliyyətin təşkilində, müəssisələrin daha səmərəli fəaliyyət göstərməsində, idarəetmə proseslərində və insan fəaliyyətinin digər sahələrində tətbiqi qərarların qəbul edilməsi məsələlərinin həlli zamanı asan, daha tez və düzgün nəticələrin əldə olunmasında çox böyük rol oynaya bilər.

Bir çox ölkələr üçün informasiya texnologiyaları XXI əsrin informasiya dünyasında insanları həyata və işə hazırlamaq üçün yeganə şansıdır. Bununla əlaqədar müasir həyatda kompüter texnikasının tətbiqi əvəzolunmazdır. Sahələrin böyük əksəriyyəti məsələlərin həllini sürətləndirmək üçün hesablama maşınlarından istifadə edirlər. Son vaxtlara qədər bütün kompüter texnikası insan üçün ancaq köməkçi bir vasitə olmuşdur. Kompüter müxtəlif hesablamaları aparırdı, qalan işlər isə insanın öhdəsinə düşürdü.

İnformasiya cəmiyyətinin, ənənəvi sənayenin və xidmət sahələrinin hökm sürdüyü cəmiyyətdən fərqi ondadır ki, informasiya, biliklər, informasiya xidmətləri və onların istehsalı ilə əlaqədar olan bütün sahələr (telekommunikasiya, kompüter və televiziya) çox böyük sürətlə inkişaf edirlər, yeni iş yerləri mənbəyidirlər, iqtisadi inkişafda mühüm yer tuturlar. İnformasiyalı cəmiyyətə keçid dövründə ən böyük təhlükə insanların informasiyaya malik, İTT (İnformasiya Telekommunikasiya Texnologiyaları) ilə davrana bilən və bu xüsusiyyətlərə malik olmayan təbəqələrə bölünməsindən ibarətdir.

Hal-hazırda dünyanın əksər ölkələrində bütün sahələrdə olduğu kimi, iqtisadiyyatda da informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi iqtisadiyyatın səmərəliliyinin artmasında və məhsuldarlığının yüksəlməsində böyük rol oynayır. İqtisadiyyatın elektronlaşdırılması ölkələrin əksəriyyətinin

əhəmiyyət verdiyi məsələdir. Bu sahənin formalaşması və təkmilləşdirilməsi məqsədilə lazımi qanunverici baza formalaşdırılmış və müvafiq tədbirlər həyata keçirilmişdir. İKT-nin inkişafı nəticəsində yaranan internet iqtisadiyyat, elektron biznes və elektron kommersiyanın ölkədə formalaşması və inkişafı ölkənin iqtisadi artımının daha da dərinləşməsində rolu əvəzedilməzdir. Məhz bu səbəbdən də təqdim edilən magistr dissertasiya işinin mövzusu mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Magistr dissertasiya işi giriş, üç fəsil və nəticə və təkliflərdən ibarətdir.

Magistr dissertasiya işində ölkədə internet iqtisadiyyatın formalaşması və inkişafının konseptual əsasları geniş şəkildə araşdırılmış, ölkədə internet iqtisadiyyatın mövcud durumu və onun ölkə iqtisadiyyatına təsir mexanizmləri öyrənilmiş və ölkədə internet iqtisadiyyatın inkişaf perspektivləri tədqiq edilmişdir.