

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ

əlyazması hüququnda

Mustafayeva Amalya Saleh qızı

**“RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATA KEÇİDİN ÖZƏLLİKLƏRİ VƏ
DETERMİNANTLARI” mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı

060509

Kompüter elmləri

İxtisaslaşma

İİM020004

**İdarəetmənin informasiya
texnologiyaları**

Elmirəhbər:

dos.A.A.Quliyeva

Magistr proqramının rəhbəri:

f.-r.e.n., dos. T.Ə.Əliyeva

Kafedra müdiri:

akad.Ə.M.Abbasov

BAKİ -2016

MÜNDƏRİCAT

REFERAT	3
GİRİŞ.....	6
I Fəsil. Rəqəmsal iqtisadiyyatın konseptual anlayışları və üstünlükləri.....	9
1.1. Rəqəmsal iqtisadiyyata keçid və onun ənənəvi iqtisadiyyatdan fərqi.....	9
1.2."Şəbəkə və ya internet iqtisadiyyatı"	14
1.3.Qlobal informasiya uçurumu.Dünyada və şərqdə rəqəmsal uçurum.....	22
II Fəsil. Rəqəmsal iqtisadiyyatda biznes, dövlət və yerli özünüidarəetmə formaları	31
2.1. Elektron kommersiya	31
2.2.Elektron hökumət anlayışı ,qurulması və tətbiqi	43
2.3. Azərbaycanda Elektron bələdiyyə anlayışı.....	51
III Fəsil. Rəqəmsal iqtisadiyyatda İKT	57
3.1.Azərbaycanda İKT və onun Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafına təsiri	57
3.2. Rəqəmsal iqtisadiyyatın tətbiqi proqramları: Amazon, E-bay auksion	64
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	76
ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....	78

REFERAT

Mövzunun aktuallığı: İnformasiya kommunikasiya texnologiyalarının, o cümlədən də internetin təsiri ilə bir çox sferada olduğu kimi, iqtisadi mühitdə də ciddi dəyişikliklər baş verir, yeni münasibətlər, sahələr, reallıqlar yaranır.

Qloballaşma prosesində, İnformasiya texnologiyalarının sürətlə inkişaf etdiyi bir dövrdə, bir sıra ictimai həyat təcrübələri elektron və rəqəmsal mühitlə əvəz olunmuşdur. Belə ki, İKT və şəbəkə texnologiyalarından istifadə nəticəsində iqtisadi əlaqələrin qurulması, lokal və qlobal şəbəkələrdən istifadə, iri müəssisələrdə korporativ şəbəkə və sistemlərin yaranması və s. bu kimi məsələlər iqtisadiyyatın bir sahəsi olan rəqəmsal iqtisadiyyatın yaranmasına səbəb oldu. Bunun əsasında inkişaf edən informasiya texnologiyaları cəmiyyətə e-kommersiya, e-Ticarət, e-Demokratiya, e-İdarəetmə və e-hökumət kimi anlayış və faktları özü ilə bərabər gətirmişdir.

Qeyd etdiyimiz kimi rəqəmsal iqtisadiyyatın təşəkkülü və sürətli inkişafı ənənəvi iqtisadiyyatda bir çox dəyişikliklərin, yeniliklərin də yaranmasına gətirib çıxardı.

Rəqəmsal mühitin yaradılmasının əsasını dövlət orqanları, vətəndaşlar, o cümlədən biznes qurumları arasında səmərəli münasibətlərin formalaşdırılması təşkil edir. Belə ki, əsas xidmətlərin, yəni, şəxsi sənədlərin, sertifikatların, gəlir vergisi və əməkə bağlı olan xidmətlərin vətəndaşlara online formada təqdim edilməsi dövlət orqanlarına vətəndaşlaraxidmət göstərilməsində kömək edir. Bundan başqa şirkətlərin qeydiyyatdan keçirilməsinin, sosial təminatın, korporativ verginin həmçinin ədv-lə əlaqədar olan xidmətlərin də biznes qurumlara online formada təqdim edilməsi dövlət orqanlarına vətəndaşlaraxidmət göstərilməsində kömək edir.

Rəqəmsal iqtisadiyyat anlayışının mahiyyətinə nəzər saldıqda onun sərhədsiz olduğunu qeyd etmək olar, ancaq Avropa Rəqəmsal Vahid Bazarı hələki parçalanmış vəziyyətdədir və fərqli milli bazar təcrübələri ilə xarakterizə edilir. Beləliklə, Avropa "Rəqəmsal Vahid Bazarı"nı bütünlüklə inkişaf etdirərək 2020-ci ildə 500 mld Avro

gəlir qazana bilər. Dövlət orqanlarına məxsus olan informasiyaların yenidən istifadə olunması, e- identifikasiya, e-imza və s. təkliflər daxil edilməklə, qalan maneələri aradan qaldırmaq, problemləri həll etmək Avropa Rəqəmsal Gündəliyinin əsasını təşkil edir[31].

Tədqiqatın məqsədi: Tədqiqatın əsas məqsədi rəqəmsal iqtisadiyyatın yaranması səbəblərinin, inkişaf xüsusiyyətlərinin araşdırılması və informasiya texnologiyalarının rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafına təsir imkanlarının öyrənilməsindən ibarətdir.

Tədqiqatın predmeti: Tədqiqatın predmeti kimi, informasiya cəmiyyəti, rəqəmsal iqtisadiyyat, informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının iqtisadiyyatda tətbiqi istiqamətlərinin tədqiqıdır.

Tədqiqatın nəzəri əsaslarını Müasir Qərbi iqtisadçıların əsərləri ilə yanaşı müasir dövrdə rus və Azərbaycan iqtisadçı alimlərinin tədqiqatları təşkil edir. Magistr dissertasiyasının yazılmasında informasiya iqtisadiyyatı, informasiya cəmiyyəti, rəqəmsal iqtisadiyyat, internet iqtisadiyyatı və digər elmlərin müddəalarından geniş istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın metodoloji bazasını informasiya cəmiyyəti və rəqəmsal iqtisadiyyatın əsaslandığı elmi tədqiqat metodları və tədqiqat metodlarının geniş spektrinə 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 müəyyən edilmiş xarakterik əlamətlər aşkara çıxarılmış, həmçinin müasir inkişaf xüsusiyyətlərini və təmayüllərini izah edə bir çox xarici ölkə alimlərinin elmi mülahizələri və nəticələri təşkil edir.

Elmi yenilik: magistr dissertasiyasının elmi yeniliyi rəqəmsal iqtisadiyyatın və informasiya cəmiyyətinin, elektron ticarətin, elektron hökumətin, elektron bələdiyyələrin formalaşması xüsusiyyətləri, rəqəmsal iqtisadiyyatın tətbiqi proqramları, İKT-nin iqtisadi inkişafda rolunun artırılması istiqamətləri barəsində təklif və tövsiyələrin hazırlanmasından ibarətdir.

Nəzəri və təcrübi əhəmiyyəti: aparılan tədqiqatın əsasını nəticə və elmimüddəalar, təklif və tövsiyələr, rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişaf etdirilməsi, İKT-nin tətbiqinin perspektivləri təşkil edir.

İnformasiya mənbəyi: internet resurslarının, elektron kitabxanaların, Azərbaycan Respublikasının Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin, Elektron hökumət portalının, müxtəlif beynəlxalq təşkilatların dövrü nəşrlərinin, məqalələrinin məlumatlarından təşkil olunmuşdur.

İşin həcmi və strukturu: Verilmiş dissertasiya işi girişdən, üç fəsil, nəticə və təkliflər və ədəbiyyat siyahısından təşkil olunmuşdur .

Magistr dissertasiya işinin giriş hissəsində mövzunun aktuallığından və tədqiq ediləcək problemlərdən bəhs olunur.

Magistr dissertasiya işinin birinci fəslində rəqəmsal iqtisadiyyata keçid, onun ənənəvi iqtisadiyyatdan fərqi, internet iqtisadiyyatı və qlobal informasiya uçuşunu anlayışları təhlil olunur.

Dissertasiya işinin ikinci fəslində rəqəmsal iqtisadiyyatda biznes, dövlət və yerli özünüidarəetmə formalarının sistemli təhlili aparılmışdır.

İşin üçüncü fəslində rəqəmsal iqtisadiyyatın tətbiqi proqramlarının iş prinsipləri öyrənilmişdir.

Dissertasiya işinin sonunda nəticə və təkliflər , ədəbiyyat siyahısı qeyd edilmişdir.

Dissertasiyanın tərkibində həmçinin 4 Şəkil və 1 Cədvəl vardır.

GİRİŞ

İnformatikanın son dövrlərdəki inkişafı onu hesablama texnikasının köməyi ilə verilənlərin emalının üsul və vasitələri haqqında olan texniki bir fəndən, nəinki texniki sistemlərdə, həmçinin təbiətdə və cəmiyyətdə informasiya və informasiya prosesləri haqqında olan fundamental elmə çevirdi. İnformatika həmçinin elmlər sistemində birləşdirici funksiyasını yerinə yetirərək bir sıra yeni elmi istiqamətlərin yaranmasına və inkişafına səbəb olmuşdur. İnformatikanın çox tətbiq olunan sahələrindən biri iqtisadiyyat olduğundan və iqtisadi sahələrə aid daha çox informasiyaların emalına xüsusi ehtiyac yarandığından informatika ilə iqtisadiyyatın çox cəhətli qarşılıqlı əlaqələrinin öyrənilməsi digərlərinə nisbətən daha vacib hesab olunur. Belə ki, burada iqtisadiyyat elminin nümunəsində İnformatikanın tətbiqi məsələlərinin təhlili nəzərdən keçrilir.

İnformatika və iqtisadiyyat arasında sintez prosesləri daha mürəkkəb xarakterə malikdir. Əvvəla informatika iqtisadiyyatda tətbiq olunaraq, onun inkişafına təkan verir və iqtisadi informatika yaranır. Bundan başqa, informatika elmi və müasir informasiya texnologiyaları iqtisadiyyata o qədər nüfuz etmişdir ki, artıq iqtisadiyyat özü də bir elm olaraq dəyişmiş və yeni anlayışlar meydana gətirmişdir. Belə ki, informasiya texnologiyalarının tətbiqinin müasir səviyyəsi yeni infrastrukturun, yeni iqtisadi mühitin yaranmasına səbəb olmuşdur ki, bu zaman iqtisadiyyat özü də yeni forma və məzmun kəsb etmişdir. Bu sahə artıq bazar iqtisadiyyatı anlayışlarına müvafiq olaraq elektron və ya rəqəmsal iqtisadiyyatı adını almağa başlamışdır. Yeni iqtisadiyyatın mərhələsi olan rəqəmsal iqtisadiyyat yeni iqtisadiyyat və onun sərhədləri kimi özünün müxtəlif inkişaf mərhələlərini keçir. Texnoloji inqilab nəticəsində dünyada rəqəmsal keçid mərkəzlərinin, rəqəmsal robotların, layihələndirmə üçün virtual mühitin, sürətli prototip sistemlərinin yaradılması baş verdi. Texnoloji inqilabın özü dördüncü sənaye inqilabı kimi qəbul edilir hansıki üçüncüdən yaranıb və “rəqəmsal “ adlandırılır. 2016-cı il Davos formunda professor Şvab 4-cü sənaye inqilabının seçilməsinin əsas səbəblərini göstərmişdir. Birinci bu

inkişaf sosial iqtisadi sferada baş vermiş dəyişikliklər, ikincisi onun həcmi, üçüncüsü isə nəticələrin sistem xüsusiyyətləri kimi başa düşülür. Texnoloji inqilab rəqəmsal iqtisadiyyatın əhatə dairəsini genişləndirdi. "Rəqəmsal iqtisadiyyat" termini (müəllifi Nikolas Negroponte) 1995-ci ildə meydana gəlmişdir.

Son dövrlərdə Azərbaycanda aparılan uğurlu islahatlar, yenidənqurma işləri, iqtisadiyyatda əldə edilən uğurlar, qeyri-neft sektorunun inkişafı və s. işlər müsbət nəticələrə gətirib çıxarmış və regionların sosial-iqtisadi inkişafı, vətəndaşın sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılması istiqamətində lazımi tədbirlər həyata keçirilməkdədir. Dövlət siyasətinin əsas istiqamətlərindən biri də elm, təhsil və mədəniyyət sferasına göstərilən qayğının ardıcıl formada davam etdirilməsi hesab olunur. Bura eyni zamanda elmi-texniki potensialın qorunması, elm və təhsil istiqamətində yüksəkixtisaslı kadrların hazırlanması və onlara qayğı göstərilməsi, ölkədə elmi işçilərin nüfuzunun artırılması istiqamətində bir sıra mühüm qərarların qəbul edilməsi daxildir [32]. Bütün bunlar hazırda dünya iqtisadiyyatında baş verən yeniliklər, yeni informasiya cəmiyyətinin təşəkkülü və inkişafı ilə əlaqədar rəqəmsal iqtisadiyyatın yaranması və bu iqtisadiyyatın xarakterik cəhətlərinin dünya əhalisinin inkişafına olan özəl təsiri ilə bağlıdır.

Rəqəmsal mühitin yaradılmasının əsasını dövlət orqanları, vətəndaşlar, o cümlədən biznes qurumları arasında səmərəli münasibətlərin formalaşdırılması təşkil edir. Belə ki, əsas xidmətlərin, yəni, şəxsi sənədlərin, sertifikatların, gəlir vergisi və əməklə bağlı olan xidmətlərin vətəndaşlara online formada təqdim edilməsi dövlət orqanlarına vətəndaşlaraxidmət göstərilməsində kömək edir. Bundan başqa şirkətlərin qeydiyyatdan keçirilməsinin, sosial təminatın, korporativ verginin həmçinin ədv-lə əlaqədar olan xidmətlərin də biznes qurumlara online formada təqdim edilməsi dövlət orqanlarına vətəndaşlaraxidmət göstərilməsində kömək edir. Böhran vaxtlarında isə hökumət orqanları daha səmərəli formada fəaliyyət göstərməli və vətəndaşlar ilə həmçinin biznes qurumlar ilə sabit əlaqələri təmin etməyi bacarmalıdır. Bir qayda olaraq online xidmətlər istiqamətində innovasiyalara

qoyulan kapital hər zaman geri qayıdır. Bununla da, E-hökumət orqanları idarəetmə xərclərini 15-20% azalda biləcəkdir[31].

I Fəsil. Rəqəmsal iqtisadiyyatın konseptual anlayışları və üstünlükləri

1.1. Rəqəmsal iqtisadiyyata keçid və onun ənənəvi iqtisadiyyatdan fərqi

XX əsrin sonlarından etibarən İnformasiya kommunikasiya texnologiyalarından, şəbəkə texnologiyalarından istifadənin genişlənməsi rəqəmsal vasitələrdən istifadə olunmasına gətirib çıxardı. Böyük həcmli informasiya materiallarının, rəsmlərin, videoların, müxtəlif animasiya tipli məlumatların, filmlərin və s. ötürülməsi üçün qısa bir müddətdə multimediyə vasitələri yarandı. Onlar geniş şəkildə tətbiq olunmağa başladı. Bu yeniliklərdən istifadə iqtisadiyyata öz təsirini göstərməyə başladı. Şəbəkə texnologiyalarından istifadə nəticəsində iqtisadi əlaqələrin qurulması, lokal və qlobal şəbəkələrdən istifadə, iri müəssisələrdə korporativ şəbəkə və sistemlərin yaranması və s. bu kimi məsələlər iqtisadiyyatın bir sahəsi olan rəqəmsal iqtisadiyyatın yaranmasına səbəb oldu. Rəqəmsal iqtisadiyyat rəqəmli hesablama texnologiyalarına əsaslanan iqtisadiyyat sahəsi hesab olunur və bəzən onu internet iqtisadiyyat və ya yeni iqtisadiyyat adlandırırlar. Rəqəmsal iqtisadiyyat termini 1997-ci ildə Don Tapscottun "Rəqəmsal iqtisadiyyat: şəbəkə intellektinin mənfi cəhətləri və üstünlükləri" ("The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence") kitabında işlədilmişdir [8]. Rəqəmsal iqtisadiyyat adlanan bu kitabda internet vasitəsilə kommersiyanı dəyişdirməyin yolu göstərilmişdir.

Thomas Mesenbourga görə "Rəqəmsal iqtisadiyyat" konsepsiyasını aşağıdakı 3 komponentlə eyniləşdirmək olar: [20]

- İnfrastrukturun dəstəklənməsi (kompüter avadanlığı, proqram təminatı, telekommunikasiya, şəbəkə və s.)
- E-biznes (təşkilat hər bir prosesi kompüter şəbəkələri üzərindən aparır)
- E-kommersiya (malların transferi, məsələn onlayn kitab satışı və s.)

Lakin Bill İmlahın şərhində bu sərhədlər daha da genişləndirilir. O buraya başqa komponentləri məsələn, sosial media və internetdə axtarışı da əlavə edərək mürəkkəbliyi artırır. Bu yeni iqtisadiyyatda rəqəmsal şəbəkə və rabitə infrastrukturu qlobal platforma üzərində insanlar və təşkilatlar üçün strategiyalar hazırlamağa, əməkdaşlıq etməyə, ünsiyyət yaratmağa, informasiya axtarışına və s. imkan verir.

Rəqəmsal iqtisadiyyatın daha aydın xarakteristikasının müəyyənləşdirilməsi ənənəvi iqtisadiyyatla bağlıdır. Belə ki, rəqəmsal iqtisadiyyat “yeni iqtisadiyyat”ın, “informasiya iqtisadiyyatı”nın və informasiya cəmiyyətinin əsasında duran başlıca vasitədir. Rəqəmsal iqtisadiyyatın təşəkkülü və sürətli inkişafı ənənəvi iqtisadiyyatda bir çox dəyişikliklərin, yeniliklərin dəyaranmasına gətirib çıxardı. Rəqəmsal iqtisadiyyatın üstünlükləri rəqəmsal texnologiyanın malik olduğu üstünlüklərə əsaslanır. Belə ki, rəqəmsal texnologiya - xüsusi kodlaşdırma, mübadilə və istifadə qaydalarına əsaslanaraq informasiya proseslərinin yerinə yetirilməsi zamanı yəni, informasiyanın saxlanması, daşınması və ötürülməsində yüksək sürətin, operativliyin və yaddaşa qənaət etməklə daha çox məlumatın əldə olunmasını təmin edir. Rəqəmsal texnologiya informasiya emalı prosesində dəqiq riyazi üsulların tətbiqinə və o cümlədən informasiya ilə müxtəlif manipulyasiyaların həyata keçirilməsinə imkan yaradır.

Rəqəmsal iqtisadiyyatın yaranması əvvəldə vurğuladığımız kimi ənənəvi iqtisadiyyatda dəyişikliklərin baş verməsinə səbəb oldu. Klassik yəni, ənənəvi iqtisadiyyatda kapital maddi formada qəbul edilir. Bunlara adətən maşınlar, qurğu və binalar, torpaq və s. aiddir. Zaman keçdikcə iqtisadiyyatda pulun rolu daha da möhkəmləndi və kapitalı pul formasında qəbul etməyə başladılar. Nəticədə məhz pul kütləsi vasitəsilə əmək alətləri və vasitələrini əldə etmək mümkün olurdu. Rəqəmsal iqtisadiyyatın meydana gəlməsi nəticəsində isə əsas təyinedici rol, funksiya informasiyaya verildi. Beləliklə informasiya kapitalı meydana gəldi.

Kapitalın effektivliyinin təhlilinin aparılması aktivlərin müxtəlif növlərinin fərqləndirilməsinə şərait yaratdı. Buraya cari aktivlər (dövriyyə vəsaitləri), əsas fondlar, investisiyalar (istiqraz aksiyaları), qeyri-material aktivlər daxildir (qeyri-material aktivləri dedikdə ticarət nişanı, patentlər, müəliflik hüququ, işçilərin yaradıcılıq potensialı və s. digər aktivlər). Müasir dövrdə müəssisələrdə gələcək üçün alıcılıq qabiliyyətinə malik tələbləri proqnozlaşdıran, müəssisələrin maliyyə və təşkilati strukturunu planlaşdıran, gəlir əldə olunmasını təmin edən aktiv kimi informasiya kapitalını qəbul etmək olar. İnformasiya kapitalının yaranması, dövriyyəsi və istifadəsi, qiymətləndirilməsi və təhlili proseslərini rəqəmsal texnologiyalar olmadan təmin etmək mümkün deyil. Rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi bu kapitaldan istifadənin səmərəliliyinin təmin olunmasına imkan verir.

Rəqəmsal iqtisadiyyatın ənənəvi iqtisadiyyatdan fərqli və üstün cəhətləri mövcuddur. Bunlardan ən əsası ondan ibarətdir ki, burada məhsul, daha doğrusu informasiya məhsulu, yəni kapitalı hərəkətdə və dövriyyədə daha aktivdir. Yüksək texnologiyanın tətbiq edilməsi və qlobal əlaqələrin mövcud olması qısa zamanda məhsulun istehsalının həyata keçirilməsini təmin edir. Başqa sözlə, məhsulun satışı üçün bazarın axtarılması və seçilməsi, satışa görə ödəmələrin gecikdirilmədən həyata keçirilməsi, o cümlədən yeni növ və çeşidlərin müəyyənləşdirilməsi və alıcıya təklif olunması, rəqabətin gedişatının daimi olaraq nəzarətdə saxlanılması mümkündür. Rəqəmsal iqtisadiyyat texnologiyaların təminatı baxımından böyük xərclərin və

genişmiqyaslı əlaqələrin qurulmasını tələb etməsinə baxmayaraq əhatə dairəsi və fəaliyyət zonasına görə çox geniş ərazini tutur. Ənənəvi iqtisadiyyatda isə indiki dövrdə mövcud olan ən əsas problemlərə bunlar daxildir: məhsulun saxlanması, qablaşdırılması, düzgün marketinq, reklamın təşkili, sifarişçiyə məhsulun vaxtında çatdırılması və s. Ənənəvi iqtisadiyyatla müqayisədə rəqəmsal iqtisadiyyatda bu problemlərin əksəriyyəti çox aşağı səviyyədədir. Beləliklə, rəqəmsal iqtisadiyyatda inkişaf prosesi, yeni layihələrin hazırlanması, istehlakçı ilə birbaşa əlaqələrin yaradılması, məhsulun kəmiyyət və keyfiyyət göstəricilərinin sifarişçinin istəklərinə uyğun olması daha effektiv şəkildə həyata keçirmək mümkündür.

Bütün bu üstünlüklərə baxmayaraq rəqəmsal iqtisadiyyat dünya səviyyəsində elə də geniş yayılmamışdır. Bunun isə başlıca səbəbi rəqəmsal iqtisadiyyatın yaranmasında başlıca rol oynayan İKT-nin müxtəlif ölkələrdəki inkişaf səviyyəsində mövcud olan fərqlərlə əlaqədardır. Digər tərəfdən rəqəmsal iqtisadiyyatın bir sıra çatışmamazlıqları da onun dünya miqyasında geniş yayılmasına mane olur.

Rəqəmsal iqtisadiyyat müxtəlif iqtisadi sahələrin qarşılıqlı əlaqəli inkişafı əsasında yaranmış informasiya iqtisadiyyatının inkişafında da mühüm rol oynayır. Beləliklə məhz bu cür qarşılıqlı inkişaf müasir informasiya cəmiyyətinin formalaşmasının əsasını təşkil edir.

Rəqəmsal iqtisadiyyat inkişaf etmiş dünya ölkələrində həmçinin adi məişət proseslərinin və müxtəlif xidmətlərin həyata keçirilməsində də mühüm rol oynayır. Buraya məhsulların satışı və xidmətlərin göstərilməsinin pərakəndə şəkildə həyata keçirilməsini və s. daxildir. Bundan başqa iri market və ticarət mərkəzlərindən malların alınması, onların sifarişçiyə çatdırılması, ödənişlərin həyata keçirilməsi, müxtəlif kommunal xidmətlərin, tibbi, səhiyyə xidmətlərinin göstərilməsi, təhsil və tədrisdə, iş axtarışında, müxtəlif məlumatların əldə olunmasını və s. qeyd etmək olar. Rəqəmsal iqtisadiyyatı ənənəvi iqtisadiyyatdan fərqləndirən cəhətlərdən biri də istehsalda proqnozların verilməsi, gələcək planlaşdırma, tələb və təklif arasındakı asılılıq və münasibətlərin araşdırılması prosesində tək cə müəssisənin özü iştirak

etmir. Burada müxtəlif şirkətlərin, institutların, fərdlərin birbaşa iştirakı mümkündür. Belə ki, bütün bunlar bir sıra problemlərin yaranmasına əsas verir. Bu problemlər məsələlərin həllinə aidiyyəti olmayanların yersiz müdaxiləsi, ümumi şəbəkədə əmələ gələn xaos və s. nəticəsində yaranır.

Rəqəmsal iqtisadiyyatın malik olduğu bu üstünlükləri müasir dövrdə idarəetmədə, biznesin təşkilində, baş müəssisə ilə onun təbəçiliyində olan müəssisələr arasındakı münasibətlərin qurulmasında, yeni istehsal sahələrinin açılmasında effektivliyi təmin edir.

Əgər rəqəmsal texnologiyaların mövcud olan üstünlükləri və imkanları məqsəduyğun, düzgün şəkildə istifadə edilərsə, bu cəmiyyətdə hərtərəfli tarazlığın yaranmasına şərait yaradar. Rəqəmsal iqtisadiyyatın əhatə dairəsinin genişlənməsi, onun daha çox dünya ölkələrini əhatə etməsi rəqəmsal fəzanın istifadəsi səviyyəsindən asılıdır [18].

Rəqəmsal imkanlar müasir dövrdə kino sənayesində, müxtəlif festivalların, toplantıların keçirilməsində, böyük idman yarışlarının təşkilində, konfransların, beynəlxalq görüşlərin keçirilməsində, dünyəvi problemlərin həllində, ümumdünya məlumatlarının çatdırılmasında böyük rola malikdir. Beləliklə bu texnologiyaların tətbiqi idman, incəsənət, turizm və s. sahələrdə yeni gəlir gətirən sahələrin açılmasına, böyük həcmdə investisiya qoyuluşlarına, dünya miqyasında reklamların təşkilinə o cümlədən, bu işdən külli miqdarda gəlir əldə olunmasına şərait yaratmaqdadır.

1.2."Şəbəkə və ya internet iqtisadiyyatı"

İnsanlığın gördüyü ən sürətli dəyişmə müddətlərindən birinin tam ortasında yaşamaqdayıq. Daha bir neçə il əvvəlinə qədər informasiya texnologiyalarından xəbərdar olmayan insanlar bu gün sərhədsiz informasiyanın istifadəçiləri halına gəlmişlər. Bu dəyişikliyin təməlində duran gerçək isə texnologiya ilə birlikdə özünü hiss etdirməyə başlayan informasiyadır.

2000-ci illərin informasiya çağı olacağı mövzusu dünyada artıq müzakirəsiz qəbul edilmiş bir gerçəkdir. Ölkələr arası ictimai və ticari əlaqələrin inkişaf edərək qloballaşma ölçüsünə çatdığı bir dövrdə ünsiyyətdə sürət qaçınılmaz bir ehtiyac halını almışdır. İnformasiya texnologiyaları və elektron sektorundakı inkişaf bu ehtiyacı qarşılayacaq həllər tapmışdır. Beynəlxalq informasiya ünsiyyət şəbəkəsi olaraq təyin oluna bilən internet ilə bu gün kompüterini istifadə edərək ehtiyac olan bütün informasiyaya çatmaq, xəbərləşmək, bank əməliyyatları və hətta alver etmək mümkün hala gəlmişdir.

1999-ci ildə Microsoft və İntelin Dow Jones Sənaye indeksinə daxil edilmələri, informasiya texnologiyalarının Amerika iqtisadiyyatındakı ən əhəmiyyətli sektorlardan biri tərəfindən rəsmi olaraq tanınması mənasında, yeni bir dövrün başında olduğumuzu sübut edirdi. XXI əsrə gəldiyində online sənaye ayrı bir ictimai rütbə olmanın kənarında öz daxili dinamiklərini yaradan qlobal bir anlayış olaraq adından söz etdirməyə başladı.

Online sənayenin ən əhəmiyyətli aktyorlarından biri olan internet, istifadəçilərinə inkişaf etmiş ünsiyyət kanalı funksiyalarını təqdim edərək, kommunikasiya texnologiyalarının qarşılıqlı təsiri nəticəsində ortaya çıxmış bir anlayışdır. İnternetin çox yönlü və interaktiv olması onu digər media növlərindən ayırmaqdadır. İnternet - yazıları, qrafik, şəkillər, səslər və görünüşləri eyni anda təqdim edə bilmə xüsusiyyəti sayəsində televiziya, radio, qəzet və jurnal kimi kütləvi medianın digər bütün funksiyalarını da təmin etmiş olur. Bundan əlavə interaktiv

ünsiyyət, sərhədlərini bir adamdan bir adama və çox adamdan çox adama qədər genişlətməmişdir. Bu şəkildə klassik mənada ifadə edilən, istehsalçı ilə istehlakçının görüşdüyü “bazar” da şəbəkə mühitində yaradılmış olmaqdadır. Bu vəziyyət isə sadə bir ticarət əlaqəsi üçün kafi şərtlərin meydana gəldiyi mənasını verməkdədir.

İnternetin inkişaf tarixi

Peyk texnologiyasındakı nailiyyətlər, digər tərəfdən fiberoptik kabel texnologiyasının irəliləməsi ünsiyyət sahəsində əhəmiyyətli hadisələrdir. Bu inkişafə paralel olaraq internetin, ictimai həyatın növlərə ayrılmasına da birbaşa qatqı təmin etdiyindən bəhs etmək mümkündür. Ümumi olaraq İnternetin inkişafı üç mərhələdən ibarətdir. Bu mərhələlərin ilk mərhələsi liderlər və ordu tərəfindən başlanmışdır. İkinci mərhələ istifadəçilərin gəlməsiylə dövrəyə girmiş, sərmayenin gəlməsiylə də üçüncü mərhələyə keçilmişdir.

İnformasiya və ünsiyyət texnologiyalarında yaşanan sürətli inkişaf təməl dayağını, 60-cı illərdə, Amerikada bütün hərbi vahidləri etibarlı bir sistemlə bir-birinə bağlamaq və universitetlər, elmi-tədqiqat müəssisələri kimi təşkilatlar arasında informasiya mübadiləsini etibarlı, sürətli və ucuz bir şəbəkəylə birləşdirmək məqsədi ilə qurulan ARPANET-dən (Advanced Research Projects Agency) almaqdadır. Zaman içində ARPANET-in göstərdiyi müvəffəqiyyət və ehtiyacların artması nəticəsində, Arpanet ikiye bölünmüş və ortaya IP (Internet Protocol) termini çıxmışdır. İkiyə ayrılan hissələr bir-birləri ilə bu protokol üzərindən xəbərləşməyə başlamış və bu parçalar sayəsində məlumat mübadiləsi nəhəng ölçülərə çatmışdır. 1989-cu ildə Avropa Nüvə Araşdırmalar Mərkəzində (CERN) World Wide Web (www)-in inkişaf etdirilməsi, internetin inkişafında digər bir əhəmiyyətli dönüş nöqtəsidir. Bu inkişaf, interneti multimedia üçün uyğun bir platformaya çevirmiş, digər tərəfdən də ticarət istifadəyə hazır hala gətirmişdir. 90-cı illərin başında ticarət istifadəyə açılan şəbəkənin bir il içərisində bir milyon ətrafında istifadəçisi meydana gəlmişdir. 1991-ci ildə ilk web proqramı olan Mosaic istifadəyə girmişdir. Başlanğıcda təcrübi və hər kəsin istifadəsinə açıq olan mosaic, 1994-ci ildə Netscape

adıyla satışa çıxarılmışdır. 1995-ci ilə gəlindiyində artıq, internetin onurğası bir-birləri arasında əlaqələrə sahib ticari şəbəkələrdən ibarətdir. Xüsusilə 90-cı illərdən sonra interneti - elektron poçt kimi, ünsiyyət və informasiya transferi kimi xidmətlərdən yararlanan müəssisələr, iş həyatında təsirli bir şəkildə istifadə etməyə başlamışlar.

İnternet çox qısa bir müddətdə dünyanın ən böyük informasiya anbarı halına gəlmişdir. Günümüzün qlobal bazarında planlaşdırma və idarəetmə prosesini formalaşdıran şəxslərə, məlumatın daha sürətli çatması lazımdır. Bəzi araşdırmaçılar, bu tip bir transferin yalnız internet kimi kompüter texnologiyaları vasitəçiliyi ilə təsirli bir şəkildə yerinə yetiriləcəyinə inanmaqdadırlar.

İnternetin bir marketinq və ünsiyyət vasitəsi olaraq inkişafı, bəzi yeni nizamlamalar edilməsini də özü ilə bərabər gətirmişdir. Bir çox müəssisə rəqəmsal imkanlardan faydalanmağa çalışmaqda müştərilərin dəyişən ehtiyaclarına qarşı daha yaxşı cavab vermək üçün rollarını və fəaliyyətlərini yenidən təyin etmələri lazımdır. İnformasiya texnologiyaları, rəhbərliyin qərar vermə müddətini qısaltdığı kimi həm strateji, gərək taktiki və həm də əməliyyat qərarlarının isabət dərəcələrini artırmış, səhv və risklər, məlumat və texnologiya sayəsində azalmışdır. İnformasiya texnologiyalarının ən böyük təsiri rəhbərlik anlayışı üzərində olmuşdur. İdarə anlayışına - sıra çalışması, keyfiyyət və təsirli ünsiyyət kimi anlayışları gətirmişdir. Bir başqa baxımdan informasiya texnologiyaları və internet, müəssisələrə xəbər qaynaqlarına daha asan və ucuz çatma imkanı, dünyanın dörd bir yanındakı müxbirlərin əlaqələndirilməsi, çap materialların vizual keyfiyyətinin artırılması, qlobal bazar böyüklüyü, yeni bir marketinq kanalı imkanı, yeni bir qarşılıqlı ünsiyyət forması və bunların kənarında yeni bir rəhbərlik yanaşması ilə zaman və yer faydası təmin etməkdədir.

İnternet ayrı bir ünsiyyət infrastrukturuna sahib olmasına baxmayaraq, bir ünsiyyət vasitəsi olaraq içində bir çox fərqli anlayışı da saxlamaqdadır. ARPAnet vaxtında, internet daha çox klassik fiziki Telefon infrastrukturuna əsaslanırdı. Buna

yalnız bəzi yeni proqram texnologiyaları əlavə olunmuşdu. Daha sonra 1970-ci illərdə e-mail və 1980-ci illərdə Usenet kimi digər funksiyalar inkişafa başladı. Hər nə qədər internet funksiyalarının inkişafı illər ərzində sürətli nailiyyətlər əldə etsə də, İnternetin bir toplu media vasitəsi halını alması isə 1989-cu ildə Hipertekst (HTML), arxasından da ilk web browser (Mosaic, Netscape) və axtarış motorları ilə birlikdə World Wide Web-in(www) gəlişilə olmuşdur. 1990-cı illərin ortalarında İnternetin inkişafı getdikcə artaraq Web texnologiyasını daha üst səviyyəyə çıxarmışdır. İnternetin partlamasında bir çox faktorun rolundan bəhs etmək mümkündür. İlk olaraq, telefon sistemi sayəsində internet texnologiyası, infrastrukturunu və tətbiqləri onsuz da böyük kütlələr tərəfindən istifadə olunurdu. Bu mənada, onsuz da istehlakçının bu əlaqəni alması əlavə xərclər gətirib çıxarmadı. İnternetin müvəffəqiyyətinin ikinci səbəbi, İnternetin çox funksiyalılığı yatmaqdadır. İstifadəçi bu sayədə, artıq tək funksiya qiymətinə üç və ya dörd funksiyanı ala bilməkdədir. Daha açıq bir ifadə ilə E-mail, ICQ, Web, Usenet, görünüş və səs texnologiyaları ilə insanlararası ünsiyyət, məlumat əldə etmə, qrup danışıqları, alver kimi xidmətlər istifadəçilər tərəfindən asan əldə edilə bilər hala gəlmişdir.

Son səbəb olaraq internetin xərc avantajından söz etmək lazımdır. Məlumat və kommunikasiya texnologiyaları ünsiyyət sürətini artırıb xərcləri salaraq, daha sürətli integrasiya şəbəkələr sayəsində paylanmanı asanlaşdıraraq qloballaşmanı yaratmışdır. Qloballaşma ilə nəticələnən texnoloji sürət və xərclər arasındakı bu tərs əlaqə, 2 fərqli nəzəri çərçivədə əks olunur. Moore-a görə-bir mikroçip qiyməti artmadan, sürəti hər 18 ayda bir iki dəfə artır. Bir başqa deyişlə, məlumat əməliyyat tutumu gedərək hər kəsin asanlıqla satın ala biləcəyi bir məhsul halına gəlməkdədir. Həqiqətən də 20 il əvvəl, saniyədə bir milyon əməliyyat 100 ABŞ dolları tutarkən, bu gün bu xərc bir ABŞ Dolarına qədər düşmüşdür.

Ethernet networkun yaradıcısı olan Bob Metcalfın adını daşıyan və bir şəbəkəni (network) istifadə edən istifadəçi sayı ilə o şəbəkənin iqtisadi dəyəri arasındakı

əlaqəni təyin edən ikinci qanuna görə isə bir ünsiyyət şəbəkəsinin dəyəri, şəbəkədəki düyün (node) sayının kvadratı ilə mütənasib işləməkdədir.

Burada əhəmiyyətlə üzərində dayanılması lazım olan nöqtə, Moore Qanununun ardında texnoloji inkişafın xərc salıcı təsiri açıqca görüldərkən, Metcalf Qanununun əsrlərdir var olan, sınıanmış və isbat edilmiş təməl iqtisadi prinsiplər üzərində qurulmasıdır. Yalnız kompüter ya da rabitə şəbəkəsi deyil, bütün şəbəkələr (dəmir yolu, quru yolu, su yolu, stansiya vs.) istifadəçilər arasında təmas nöqtələri meydana gətirirlər və aralarındakı ünsiyyəti (ticarət, müharibə və s) təyin edirlər. Bir-birləri ilə bu şəkildə təmasa keçən cəmiyyətlər, fərdlər istehsalı, ticarəti artırma yolunda səy göstərdikləri ölçüdə özlərinin və ətrafındakıların rifahını artırirlar. Ancaq hər şəbəkənin qurulması müəyyən bir xərc ehtiva etməkdədir. Moore Qanunu, internet şəbəkələrinin xərcinin hər kəsin çata biləcəyi səviyyəyə düşəcəyini, Metcalf Qanunu isə hər yeni istifadəçinin şəbəkənin iqtisadi dəyərini keçəcəyini nəzərdə tutmaqdadır. Bu iki əsas qanun bizə niyə internetdə birdən-birə belə bir partlama yaşandığını və bu partlamanın artaraq davam etdiyini açıqlayır. Bu iki qanun işığında, kommunikasiya İKT birbaşa və sürətli ünsiyyət bağları quraraq, iqtisadi uzaqlıqları azaltmış, iş dünyasının fəaliyyətlərinin əlaqələndirilməsi üçün lazım olan vaxta qənaəti təmin etmiş, dəyişmə xərclərini salmış və maliyyə bazarlarını ölkələr və qitələr ölçüsündə 24 saat fəal mövqeyə gətirmişdir.

İnternetin istifadəçiyə gətirdiyi xərc avantajından istifadə edərək teleqraf, telefon, kino və kabelli televizorun yavaş inkişafı ilə radio, peyk TV və İnternetin anormal sürətli inkişafı müqayisə edildiyində ortaya çıxan nəticə belədir ki, ilk alış xərclərindən sonra istifadəçi xərci olmayan vasitələr çox daha böyük nisbətlərdə inkişaf göstərir.

İnternet İqtisadiyyatı

İnternet texnologiyalarındakı sürətli irəliləmə və internetdəki iqtisadi fəaliyyətlərin ard-arda çoxalması nəticəsində az qala hər təşkilatın bu faktdan faydalanmaq üçün özünü yenilədiyi bir dövrün başındayışıyıq. İnternet

iqtisadiyyatı dediyimiz faktbu gün bütün xəttləriylə sənaye inqilabıyla müqayisə olunur. Hər hansı bir iqtisadiyyat, fizikimənada polad, neft, qaz kimi xammalları əsas məhsul kimi götürərkən, bu yeni sferanın iqtisadiyyatı məlumatı,highspeed şəbəkələrini və internet protokolunu əsas məhsul kimi qəbul edir.İnternet iqtisadiyyatının təyin edici xüsusiyyətləri internet proqramları, elektron vasitəçilər vəyeni iş strategiyalarıdır.

Bu hissədə, internet ilə birlikdə iqtisadi proseslərdə yaşanan dəyişmə ilə klassik mənada ki “iş” anlayışının yaşadığı çevrilmə prosesləri nəzərdən keçrilir. Hər iqtisadiyyatın öz içində yaratdığı rəqabət strategiyaları, internet və texnologiyanın əks olunması ilə yenidən ələ alınacaq və internet iqtisadiyyatı anlayışı, rəqabətin dərəcəsi, iqamə mal və ya xidmətlərin təhdidi, alıcıların gücü, təchizatçıların gücü və sektor xüsusiyyətləri çərçivəsindən qiymətləndiriləcək.

Ancaq burada əhəmiyyətlə üzərində dayanılması lazım olan nöqtə, yeni iqtisadiyyat və internet iqtisadiyyatı anlayışlarının arasındakı incə xəttidir. Hər nə qədər bu iki anlayış iç-içə keçmiş, integrasiya olunmuş kimi görünsə də əslində biri bir iqtisadi modeli digəri isə bir iqtisadi sistemin bütün hissələrini xarakterizə etməkdədir.Yeni iqtisadiyyat anlayışı, yüksək texnoloji inkişafı və dünya bazarının qloballaşması ilə iqtisadi ehtiyacların dəyişməsi və bu mühitdə düşünmə və fəaliyyət göstərmək ehtiyacının zəruri olduğu bir iqtisadi quruluşu ifadə edir.Daha sadə bir şəkildə desək, hər sektordan müxtəlif firmaların iqtisadi fəaliyyətlərinin bir hissəsini şəbəkə mühitlərinə sürüşdürməsi, klassik ticarət fəaliyyətlərinin yanında eyni zamanda şəbəkə mühitində də fəaliyyətlərini davam etdirməsini ifadə edən ümumi iqtisadi prosesin adıdır. İnternet iqtisadiyyatı anlayışı isə, şəbəkə üzərində yaşanan müxtəlif ticari fəaliyyətlərin hamısını ifadə edən geniş bir sistemin ümumi adıdır.Bunu bir nümunə üzərində izah edək. Qəzet yayımı bir ticarət fəaliyyətini ifadə edir, eynilə e-ticarət anlayışında olduğu kimi, ancaq media iqtisadiyyatı dediyimiz anlayış, qəzet yayımını da özünə daxil edən geniş bir sistemin ümumi adıdır.

İnternet İqtisadiyyatının 4 Mərhələsi

Ümumi olaraq, Online mediada gəlir üç kanaldan təmin edilməkdədir. Üzvlük xidmətləri, online reklam və məzmun əsaslı ödəmə sistemi. Buna qarşı, internet iqtisadiyyatının yeni iş strategiyalarını da dörd ayrı mərhələyə bölmək olar. Bunlar aşağıdakılardır.

- İnternet infrastruktur mərhələsi,
- İnternet tətbiqi mərhələsi,
- İnternet vasitəçiləri(agentləri) mərhələsi
- İnternet əsaslı ticarət mərhələsidir.

İnternet İnfrastruktur Mərhələsi:

Bu mərhələ, bir IP köməyiylə yaradılan işlər, məhsullar və xidmətlərlə şirkətləri əhatə edir. Əsas dəyişən şəbəkə infrastrukturunun sağlam işləməsidir və bu internet iqtisadiyyatının varlığı üçün ön şərt sayılmaqdadır. İnternet infrastruktur mərhələsinin müxtəlif hissələrindən söz etmək mümkündür. Bunlara aşağıdakılar daxildir

- İnternet əsas provayderlər (Qwest, MCI Worldcom)
- İnternet Xidmət Provayderlər (Mindspring, AOL, Earthlink)
- Networking texnikası və Program Şirkətləri (Cisco, Lucent, 3Com)
- PC Server İstehsalçıları (Dell, Compaq, HP)
- Təhlükəsizlik (Axent, Checkpoint, Network Associates)
- Fiber Optik Sənaye (Corning)

İnternet Tətbiq Mərhələsi:

Bu mərhələdə məhsullar və xidmətlər, yuxarıdakı IP şəbəkə infrastrukturunun üzərində inşa edilir və ticarət fəaliyyətlərinin internet üzərindən təmin edilə bilməsi üçün bu texnoloji infrastrukturu istifadə edir. Bu mərhələnin hissələri isə;

- İnternet ekspertləri (USWeb / cks, Scient)
- İnternet Ticarət tətbiqləri (Netscape, Microsoft, Sun, IBM)
- Multimedia tətbiqləri (RealNetworks, Macromedia)
- Web İnkişaf proqramlarıdır. (Adobe, NetObjects, allaire, Vignette)

İnternet vasitəçilər Mərhələsi:

İnternet vasitəçilərin, alıcı və satıcıların təsirini təmin edərək, internet üzərindəki bazarın məhsuldarlığını artırmağı qarşısına məqsəd qoymuşdur. Bu vasitəçilər, infrastruktur sərmayələrini öz üstlərinə götürərək, ticarət fəaliyyətlərinin reallaşmasında yaranacaq gecikmələrin qarşısını almaqda katalizator vəzifəsini yerinə yetirirlər.

- Şaquli sənayelərdə bazarı formalaşdırmaq (VerticalNet,)
- Online Səyahət agentləri (TravelWeb.com,)
- Online birjalar (E-Trade)
- Məzmun yaradıcıları (Broadcast.com)
- Məzmun dəstəkləyiciləri (Yahoo)

İnternet Əsaslı Ticarət Mərhələsi:

Bu mərhələ, internet üzərində məhsulların və xidmətlərin satışı ilə müştərilərin bir araya gəldiyi nöqtələrdən ibarətdir və bütün ticari fəaliyyətlərin şəbəkə üzərindən reallaşdığı mühiti ifadə edir. Bu mərhələyə aşağıdakılar daxildir:

- E-tailers (Amazon.com)
- Online Məhsul Satışı (Cisco, , IBM)
- Online Təyyarə Bileti Satışları (flypgs.com)
- Online Əyləncə və Professional Xidmət

İnternet iqtisadiyyatının bu mərhələli quruluşu, təbəqələr arasındakı oyunçuların yerlərini təyin etməkdə bir çətinlik yaratsa da, fərqli fəaliyyət qollarının ayrılması mənasında bizlərə daha asan bir analiz imkanı tanıyır. IBM və Cisco firmaları bunlara nümunə olaraq verilə bilər.

1.3.Qlobal informasiya uçurumu.Dünyada və şərqdə rəqəmsal uçurum

“Qlobal İnformasiya Uçurumu “ anlayışı zənginlərin daha da zənginləşdiyi,kasıbların daha da kasıblaşdığı informasiya uçurumu anlayışından fərqlənir. Bunun səbəbi isə texnologiya imkanları arasındakı fərqlin gündən- günə artması hesab olunur.Belə ki, informasiya uçurumu anlayışı ilk dəfə ABŞ- da istifadə edilmişdir. Buna səbəb isə ABŞ-da kənd əhalisi ilə şəhər əhalisi arasında internetə çıxış bərabərsizliyi problemi olmuşdur.Lakin İnformasiya uçurumu anlayışından danışdıqda bunu heç də yalnız gəlirlərin bərabərsizliyi ilə izah etmək doğru olmaz,bele ki,yüksək gəlirli inkişaf etmiş ölkələrdə informasiya uçurumu az gəlirli ölkələrdən daha kəskin vəziyyətdədir. İnformasiya uçurumu anlayışının digər əsas ölçü vahidi dünyada mövcud olan iqtisadi bölgünü əks etdirən “Qlobal İnformasiya Uçurumu” hesab olunur.Qlobal informasiya Uçurumu isə iqtisadi bölgünün hissələri arasındakı fərqi dərinləşdirir. Geniş və rahat internet çıxışına malik olan ölkələr bu imkandan öz ölkələrini inkişaf etdirmək üçün müvəffəqiyyətlə istifadə edirlər.Müasir dövrdə cəmiyyətdə iş və təhsil sahəsi internetdən bir başa asılı vəziyyətdədir.Bütün bunları nəzərə alaraq demək olar ki,internetin mahiyyəti əvəzedilməzdir.İnternetin bu mahiyyətinə laqeyd olan hər bir şirkət bugünkü sürətlə dəyişən dünyada uçuruma məhkumdur.2000 -ci illərin ortalarında İntel şirkətinin prezidenti Endi Qruv qeyd etmişdi:”Bütün şirkətlər İnternet şirkətinə çevriləcəkdir.Ya da şirkət olaraq fəaliyyətlərini dayandıracaqlar.”İnternet və texnologiyaların çatışmazlığı probleminə görə bir çox ölkələr təhsil sistemində böyük çətinliklərlə qarşılaşır. Bu imkandan məhrum olanlar informasiya uçurumu şəraitində qlobal rəqabət apara bilmirlər.Lakin informasiya uçurumuna qlobal nöqteyi nəzərdən yanaşarkən ona təsir edən amillərin çox olduğunu əzəməlmaq lazımdır.Məsələn,ölkə,etnik mənsubiyyət,cins,yaş,təhsil,gəlir səviyyəsi və s. qlobal informasiya uçurumunun dünya miqyaslı faktorları hesab olunur.Əlavə olaraq,Avropanın 15 ölkəsində keçirilmiş sorğunun nəticəsi göstərir ki, yaşlı olan və az təhsilə malik olan qadınlar internetə ən az çıxışa malik olanlardır.İnformasiya uçurumunu internetə çıxışı olanlar və olmayanlar

arasındakı boşluq kimi də qeyd etmək olar. Buraya, həmçinin informasiyanın əldə olunması, təhlil edilməsi üçün zəruri olan texnologiyaları istifadə etmək qabiliyyətinin ölçülməsi də daxildir. İnformasiya iqtisadiyyatı ilə beynəlxalq təşkilatlar çox ciddi məşğul olurlar. Bununla Birləşmiş Millətlər təşkilatının əməliyyat qrupu da məşğul olmuşdur. Bu qrup 2001-ci ildə yaradılmışdır. İnformasiya və Kommunikasiya Texnologiyaları qrupu adlanırdı. Əməliyyat qrupu hər altı aydan bir görüşlər keçirirdi. Bunlar əsasən Qlobal forumlar formatında həyata keçirilirdi. Bunlar:

- İnternetin idarə olunması mövzusunda qlobal forum (mart, 2004, BMT –nin baş qərargahı);
- Şərait yaradan mühit mövzusunda Qlobal forum (noyabr, 2004, Berlin);
- İKT-nin potensiallarından təhsildə yararlanma mövzusunda Qlobal forum (aprel, 2005, Dublin.)

31 dekabr 2005 -ci ildə əməliyyat qrupunun işi bitdi və onun işlərini davam etdirmək üçün “İKT və İnkişaf uğrunda Qlobal forum “ yaradıldı. 2002-ci il noyabr ayında BMT-nin baş katibi Kofi Annan “Silikon Valley”-ə, yəni Silikon Vadisinə gəlmiş və kəndlərdə geriliyin aradan qaldırılması, bir neçə nəslə bir dəfəyə keçərək birbaşa informasiya əsrinə keçmək imkanı yarada bilən kompüterlər və kommunikasiya sistemini sifariş vermişdi. 2006-cı ildə BMT –nin baş katibi Kofi Annan İKT və inkişaf uğrunda Qlobal İttifaqın (İİQİ) fəaliyyətinin təməlini qoydu. İİQİ-nin fəaliyyəti başda İNTEL şirkətindən Kreyq Barret olmaqla idarə heyəti tərəfindən tənzimlənirdi. Onun həmçinin strategiya şurası da var və buraya yüksək səviyyəli məsləhətçilər və “çempionlar şəbəkəsi” daxildir. İnkişaf uğrunda Qlobal İttifaq özünün ilk toplantısını 19-20 iyun 2006-cı ildə Koala Limpurda keçirmişdir.

Maykrasoft: Maykrasoft şirkəti Windows XP –dən sonra az inkişaf etmiş ölkələr üçün zəif əməliyyat sistemli və sadə əməliyyatları həyata keçirə bilən və əsasən Afrikanın aşağı Saxara regionları üçün nəzərdə tutulmuş “Starter Edition” sistemini yaratmışdır. Bu sistemin şəbəkəyə qoşulmaq imkanı vardı. Şirkət bu

regionda 13 ölkə daxilində öz nümayəndiliklərini yerləşdirmişdir. Eyni zamanda onlar məktəblərə minlərlə kompüter bağışlamışlar. Ümumiyyətlə, bu şirkət həmin regionda əsas rəqibi olan Linux şirkətinə qarşı çox amansız və təcavüzkar ticarət taktikalarından istifadə edir. Şirkət həmçinin özünün “Məhdudsuz İmkanlar” proqramı çərçivəsində xidmətlər göstərir.

Digər təşkilatlar :

- Birləşmiş Kəndlər Birliyi (United Villages) Wi-Fi şəbəkədən istifadə etməklə Hindistanda internetə çıxışı təmin edir.

- İnkişaf üçün İnformasiya ,Dünya bankı(The Information for Development, World Bank);

- Rəqəmsal İttifaq Fondu(Digital alliance Foundation)

- Niderlandda Beynəlxalq Kommunikasiya və İnkişaf İnstitutu(The International Institute for Communication and Development in the Netherlands);

- Aqrar Kooperasiya üçün Texniki mərkəz(The Technical Centre for Agruculture and Rural Cooperation ACP-EU-(CTA));

- Mobil WWW Web consorsium maraqlar qrupu;

- Şri Lanka -nın informasiya və texnologiya agentliyi

- İnkişaf fondları.

Əksər mənbələrə əsasən, inkişaf etmiş ölkələr İKT-nin inkişafı üçün yatırdığı vəsaitlər hesabına informasiya erasından inanılmaz dərəcədə bəhrələnmək imkanını qazanıblar. İnkişaf etməkdə olan ölkələr isə sadəcə onların açdığı yolla getməyə çalışırlar. Beləliklə, daha çox inkişaf etmiş ölkələr (əsasən Kanada, ABŞ, Yaponiya, Cənubi Koreya, Qərbi Avropa ölkələri və Avstraliya), inkişaf etməmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr (əsasən bəzi Amerika, Afrika, Cənub –Şərqi Asiya ölkələri) arasındakı iqtisadi bərabərsizliyin mövcud olmasının və artmasının əsas səbəbi kimi

məhz texnologiyaların qəbul edilməsi və istifadəsində olan fərqlər göstərilir. Bu qlobal bölgü bəzən “Şimal” varlı ölkələr və “cənub” daha kasıb olan ölkələr arasında Şimal-Cənub bölgüsü adlanır. Qlobal informasiya uçurumunun qarşısının alınması prosesində bir sıra problemlər vardır. Bu problemlərin aradan qaldırılması bu prosesdə ilk addım olmalıdır. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə ən əsas problemlərin həlli kompüterlərin alınması və istifadəsi hesab olunur. Sonra digər şəbəkə qurğuları və kommunikasiya texnologiyalarının istifadəsi prosesi nəzərdə tutulur. Bütün bu texnologiyalara isə tez –tez xidmət edən təcrübəli mütəxəssislər tərəfindən lazımı xidmət göstərilməlidir. Bütün bunlar da müəyyən həcmdə ödəniş tələb edir. İstifadəçilər internetdə gərəkli məlumatı tapmaq üçün əsaslı təlim keçməlidirlər. Əgər məlumat istifadəçilərin ana dilində deyilsə, bu halda istifadəçilərə əlavə olaraq həmin məlumatın geniş yayıldığı dilin əsasları tədris olunmalıdır. Bu mənada ingilis dili əsas götürülür. Kompüterlər və internetə çıxış qlobal informasiya uçurumunun bir hissəsidir. Əslində daşınan kommunikasiya texnologiyaları (misal üçün mobil telefonlar), rəqəmsal kameralar və digər sənaye texnologiyalarından istifadə həmçinin bu problemlərə aiddir. Bu tip ölkələrin bir çoxunda korrupsiya hökm sürdüyü üçün bu ölkələr üçün pul itkisi, puldan səmərəsiz istifadə çox xarakterik haldır. Buna görə də bu ölkələrə pul yatırımları çox riskli olduğu üçün hər an mümkün olmur. Hətta avadanlıq və proqram təminatı olduğu halda yeniliyin əhaliyə çatdırılması da daha bir problemə çevrilir.

XXI əsrin əvvəllərində inkişaf etmiş ölkələrin uğurla bəhrələndiyi internet xidmətləri inkişaf etməkdə olan ölkələrdə hələ də geniş şəkildə əldə oluna bilmir. Bu xidmətlər aşağıdakılardan ibarətdir:

- Evdə və ya iş yerində fərdi kompüter, ictimai kitabxanalarda və internet kafelərdə ictimai terminal və wifi şəbəkəsi vasitəsi ilə geniş yayılmış və əlverişli qiymətlərlə internetə çıxış;

- Kredit kartları kimi effektiv elektron ödəmə vasitələri və inamlı çatdırılma xidməti ilə təmin olunmuş Elektron kommersiya;

- Peyk və havadan çəkilmiş detallı foto şəkillərlə təsvir olunmuş və hər bir fərdi küçənin ünvanını axtarmaq imkanı verən virtual xəritə;

- Hətta əsrlər əvvəl yazılmış qəzet və jurnal məqalələrini evi tərk etmədən oxumaq imkanı yaradan Onlayn tədqiqat sistemi;

- GOOGLE Product Search kimi məhsulun ən əlverişli qiymətlərini tapmaq imkanı və ya SHOP LOCAL kimi yaxınlıqda olan ən əlverişli satış məntəqələrini tampaq imkanı yaradan onlayn xidmətlər;

- Müəyyən haqları (təhsil,üzvlük,əmək,xidmət və s.) vergi və cərimələri ödəmək imkanı yaradan dövlət xidmətləri təqdim edən elektron xidmətlər.

Şərq ölkələrində terrorizm faktları, qeyri-sabit təhlükəsizlik şəraiti,iqtisadi böhran və işsizlik erasında təbii ki,İKT sərmayə yatırımı üçün o qədər də qənaətbəxş sahə kimi görünür.Bu Asiya və Sakit okean regionu daxilində Əfqanıstanda olan müharibə nəticəsində bütün regionda siyasi sabitsizlik və yüksək riskdən doğan xarici kapital qoyuluşun azalması və ABŞ-a ekportun azaldılması deməkdir,bu isə regionda yerləşən bütün ölkələrin inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatı üçün kifayət qədər böyük maneə yaradır.Burada iqtisadiyyat daha çox daxili bazarın mühafizəsinə yönəlmişdir,bu isə öz növbəsində həddindən artıq idarə rejimi deməkdir.1999-cu ildə Villiam Melodi qeyd etmişdir ki, Şərqi Asiya ölkələrinin hamısında Anglo –Sakson telekommunikasiya reforması və bu sahəyə yatırılan sərmayələr regionu yaxın gələcəkdə yeni informasiya bölgüsünə gətirib çıxaracaqdır.Bu regionda “İnternet iqtisadiyyatına” və simsiz şəbəkəyə qoyulan investisiyaların telekommunikasiya sənayesinin inkişafına və güclənməsinə səbəb olması müşahidə olunur.Cənub Şərqi Asiya Millətlər cəmiyyəti fərqli iqtisadi və siyasi rejimlərə malik olmalarına baxmayaraq 500 milyon əhalinin yaşadığı və ümumilikdə 700 milyard dollar məbləğinə bərabər olan ÜDM -ə malik olan regiondur.Əgər bura Cənubi Koreya,Çin və Yaponiyanı əlavə etsək,region dünya əhalisinin üçdə birini cəmləyən və700 trilyon məbləğində ÜDM-yə malik olan ticarət blokuna çevrilər.Düzdür,yaxın gələcəkdə bu

hələ perspektiv olaraq qalır. Simsiz kommunikasiya vasitələri Asiya ölkələrini təbii yangın kimi zəbt etməkdədir, lakin aşağı gəlir səviyyəli ölkələr üçün bu çox baha başa gəlir. Bu xidmətlər Yaponiya, Cənubi Koreya və onların qonşuları arasında regional informasiya bərabərsizliyini daha da genişləndirir. Yaponiyada təqribən 9 milyona yaxın nəfər DoCoMo və ya İ-mode mobil telefonlarından istifadə edir və bununla NTT şirkətinə 25 % daha çox gəlir qazanır. Yaponiya, Cənubi Koreya və Tayvan telefon istehsalçıları arasında rəqabət qiymətləri kifayət qədər aşağı endirmişdir. Çinin də bu bazara daxil olmasını nəzərə alsaq, qiymətlərin geniş miqyaslı istehsalatla bağlı olaraq daha da aşağı düşəcəyini gözləmək olar. 2001 –ci ilin oktyabr ayında Yaponiyada 3 G yəni 3-cü nəsil telefonları ictimaiyyətə təqdim olunmuşdu. Asiyada telekommunikasiya texnologiyalarının yeni bir dövrə keçməsi, bu texnologiyaların sürətlə yayılacağına gözlənilməsinə baxmayaraq, bunun həmçinin bir sıra problemlərlə rəqləşəcəyi bildirilir. Hal-hazırda Asiya ölkələri geniş zolaqlı xətlərdən istifadə lisenziyasının qiyməti, bu xidməti təchiz edən bütün şirkətlər üçün çox böyük maliyyələşdirmə problemləri yaradır. Bununla bağlı Avropada keçirilən hərraclar düzgün idarə olunmurlar və uğursuzluqla nəticələnmişlər, məhz bu səbəbdən lazımi rəqabət və effektivlik əldə olunmamışdı.

3G-nin yaratdığı imkanlar, istifadəçilər üçün noutbukların da hər an yüksək sürətli internet və telefonlarında belə internet vasitəsi ilə video faylları seyr etməyə imkan verir. Yaponiyada İ-Mode telefonları kamerası vasitəsi ilə çəkilən şəkilləri birbaşa elektron poçt vasitəsi ilə göndərmək imkanına malikdir. İnternetə və geniş zolaqlı internetə çıxışın statistik göstəriciləri regiondakı ölkələrin sənaye üzrə inkişafının ən mühüm göstəricilərindəndir.

İnformasiya uçurumunu araşdırarkən bir sıra aparıcı ölkələrin təcrübəsindən istifadə edilməli, onların bu sahədə nə kimi tədbirlərə əl atdıqları və hansı nəticələri əldə etdikərinə baxılmalıdır. Belə ölkələrdən biri bu sahədə çox uğurlu nəticələr əldə etmiş Yaponiyadır. Bu istiqamətdə Yaponiya hökuməti tərəfindən bir sıra tədbirlər həyata keçirilir. Bunlar ilk zamanlar əsasən məktəblilərin və ümumiyyətlə bütün təhsil

oqaqlarının kompüter avadanlıqları ilə təchiz edib onları internetə çıxış ilə təmin etməkdən ibarət tədbirlər idi. Bunun nəticəsində Yaponiyada 2005- ci il üçün artıq 99.9 % məktəblərdə internetə çıxış mövcud idi və bunların 81.7% i yüksək sürətli internet kategoriyasına aid idi(400 kbps və ondan çox).Yapon hökuməti informasiya cəmiyyəti yaratmaq məqsədi ilə 2001-ci ilin yanvar ayından başlayaraq Elektron-Yaponiya Strategiyası həyata keçirməyə başladı.Bu strategiyaya görə Yaponiya 2005-ci ilə qədər dünyanın ən yüksək informasiya cəmiyyətinə malik olmalı idi.Yüksək səviyyəli informasiya cəmiyyəti dedikdə isə yalnız tələb olunan informasiya avadanlıqlarına malik olan cəmiyyət yox ,eyni zamanda elektron – dövləti və idarəetmə strukturları,elektron kommersiyası və bu kimi digər xidmətləri olan bir cəmiyyət olmalıdır.Bundan əlavə bu texnologiya və xidmətlərdən istifadə elə asan olmalıdır ki, yaşından asılı olmayaraq hər bir vətəndaşın onlardan istifadə etməkdə çətinlik çəkməsin.

Elektron Yaponiya strategiyasının əsas məqsədlərindən biri də ölkə daxilində mövcud olan informasiya qeyri-bərabərliyini aradan qaldırmaq idi. Hər kəsin informasiya texnologiyalarına çıxışının olduğu bir vəziyyət yaratmaq çox vacibdir.Bu çıxış vasitəsi ilə cəmiyyət onlara təklif olunan xidmətlərdən asanlıqla istifadə edə və bununla da vaxtına qənaət edə bilər.Bu proqramı həyata keçirmək üçün Yaponiyanın bir çox nazirlikləri cəlb olunub.Daxili işlər və kommunikasiya,iqtisadiyyat,ticarət və sənaye,Nəqliyyat və infrastruktur nazirlikləri.Proqram tərəfindən həyata keçirilən siyasətin əsası ondan ibarətdir ki,yaşından və fiziki imkanlarından asılı olmayaraq hər kəs sərbəstliklə informasiya texnologiyalarından istifadə etmək imkanına malik olmalıdır.Bu yanaşmaya başqa sözlə “Universal Dizayn” yanaşması da deyirlər.Strategiyanın ilkin nəticələri artıq 2002- ci ildən başlayaraq özünü göstərməyə başladı.Belə ki,dünyadakı ən ucuz internetə qoşulmaq haqqı (2500yen/ay) tətbiq olundu və bütün dövlət məktəbləri (bütün Yaponiya üzrə 40000) internetə çıxışla təmin olundu.2003 -cü ildə birinci strategiyanın davamı kimi II Elektron-Yaponiya strategiyası elan olundu.Bu strategiyaya 7 aparıcı sahəni əhatə etməli idi:

- Tibb xidməti;
- Qida;
- Gündəlik yaşam;
- Orta və kiçik sahibkarlıq;
- Təhsil;
- İşçi və əmək;
- İctimai xidmət sahəsi

Növbəti məqsəd ardıcılığını isə aşağıdakı kimi idi:

- informasiyaya “maneəsiz” çıxış;
- xidmətlərdən “maneəsiz” istifadə;
- “maneəsiz” məktəblər;
- İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı və daha yaşlı təbəqə və fiziki çatışmazlıqları olanlar üçün yeni sistemlərin işlənilib hazırlanması.

İnformasiyaya maneəsiz çıxışı təmin etmək üçün iki ölçü müəyyən olunmuşdur: administrativ informasiya xidmətlərini müəyyən etmək və elə bir mühit yaratmaq ki, orada hər bir şəxs radio xidmətlərindən görmək və eşitmək çatışmazlıqlarına baxmayaraq istifadə edə bilsin. Birinci ölçü 2 hissədən ibarətdir:

1. Elektron – ölkənin informasiya xidmətlərini əlçatan etmək.
2. İctimai xidmətləri mümkün etmək.

“Xidmətlərdən maneəsiz istifadə” dedikdə fiziki çatışmazlıqları olan şəxslər üçün İnformasiya Texnologiyaları və onlardan asanlıqla istifadəni təmin etmək başa düşülür. Maneəsiz məktəblər dedikdə isə yuxarıda qeyd olunduğu kimi məktəblərin lazımi avadanlıq və internetə çıxış ilə təmin edilməsi, həmçinin çatışmazlıqları olan uşaqların da onlardan maneəsiz istifadəsi nəzərdə tutulur. Məktəbə gedə bilməyən uşaqların on-line iştirakının mümkünlüyü də bura daxildir.

İnformasiya uçurumunun Çin təcrübəsini nəzərdən keçirək:

2006 -cı ildə Çində internet istifadəçilərinin sayı 20 %artmışdı,lakin buna baxmayaraq ümumi əhalinin yalnız 19 % -nin internetə çıxışı vardı və informasiya uçurumu gündən-günə artırdı,buna səbəb isə infrastrukturun qeyri-kafi inkişafı və internet xidmətlərinin yüksək olmasıdır.Beynəlxalq göstəricilərə nəzər salsaq 2000-ci ilin ortalarında ABŞ-da 164 milyon kompüter var idi və bu göstərici onu bildirirdi ki,hər iki nəfərə bir kompüter düşür.Almaniyada bu rəqəm 3 idisə Çində80 idi.Çinin son göstəriciləri onu göstərir ki, onun informasiya vəkommunikasiya texnologiyalarının inkişafına bir sıra daxili və xarici faktorlar təsir göstərir.Çin dünyada telekommunikasiya texnologiyaları bazarının həcminə görə 2-ci yeri tutur.1995-2000 - ci illər üçün özünün 9-cu beş illik planına 100 milyon dollar investisiya yatırmışdır.İKT-lərin geniş istifadəsinə baxmayaraq Çində ciddi informasiya uçurumu mövcuddur.Son zamanlar əsaslı siyasi,iqtisadi və sosial dəyişiklərə məruz qalmışÇinin telekommunikasiya sistemi il ərzində 30-50 %-lə inkişaf edirdi.Lakin telefon və internet istifadəçilərinin sayı çox aşağı idi. 23% telefon və 2.18 % internet istifadəçisi var ki, bu da özünü əsasən bölgələr arasında fərqdə göstərir.İnternet istifadəçiləri əsasən iri şəhərlərdə yerləşir.Belə ki, Pekində ümumi sayın 12.39 %-i,Şanxayda isə 8.98% -i yerləşir.Çində informasiya uçurumu aşağıdakılarla şərtlənir:

- İKT infrastrukturunu qeyri bərabər yayılmışdır;
- Qiymətlərin yüksək olması;
- İşçi heyətinin təcrübəsizliyi;
- Şəbəkənin qeyri mükəmməlliyi;
- Çin dilində məlumatın az olması;
- Təhsil və savad problemləri.

Lakin Çin iqtisadiyyatının sürətli inkişafı və ölkədə güclü texnologiyalı kompaniyaların investisiya yatırımlarının artması Çində informasiya uçurumunun get-gedə azalmasına perspektivlər açır.

II Fəsil. Rəqəmsal iqtisadiyyatda biznes, dövlət və yerli özünüidarəetməformaları

2.1. Elektron kommersiya

E-kommersiya-bu elə iqtisadiyyat sahəsidir ki, özündə kompüter şəbəkələri vasitəsilə həyata keçirilən bütün maliyyə və ticarət əməliyyatlarını və bu əməliyyatlarla bağlı olan biznes proseslərini birləşdirir.

E-kommersiyaya aşağıdakılar daxildir:

- Elektron məlumat mübadiləsi (Electronic Data Interchange, EDI),
- Elektron kapitalın hərəkəti (Electronic Funds Transfer, EFT),
- Elektron ticarət (E-trade)
- Elektron pul (e-cash),
- Elektron marketing (e-marketing)
- Elektron banking (e-banking),
- Elektron sığorta xidmətləri (e-insurance)

Elektron kommersiya özünün ilk sisteminin və növlərinin meydana gəlməsini avtomatlaşdırılmış satış texnologiyasının yaranmasına və müəssisə rusurslarının avtomatlaşdırılmış idarə sistemlərinin həyata keçirilməsinə borcludur.1960-cı ildə amerikan şirkətləri olan American Airlines və IBM uçuş üçün yerlərin avtomatik rezerv edilməsi sistemlərini yaratmağa başladılar.Beləliklə, SABRE sistemi (Semi-Automatic Business Research Environment) adi sənişinlər üçün sayı daim artan tarif və reyslərdə kömək etməklə hava uçuşlarını daha da əlçatan edir.E-kommersiyanın növlərindən biri də elektron ticarətdir[1.□34].

E-ticarət anlayışı ilə bağlı tərifləri aşağıdakı kimi ümümləşdirmək olar:

- E-ticarət, ticarətin elektron mühitdən istifadə edilərək yerinə yetirilməsi,
- E-ticarət, məlumat,məhsul və ya xidmət satın alma və satma fəaliyyətinin kompüter şəbəkələri vasitəsilə həyata keçirilməsi,

- E-ticarət, ünsiyyət şəbəkələrindən istifadə edən elektron cihazlarla həyata keçirilən ticarət məqsədli tədbirlərin məcmusudur.

E-ticarətin əhatə dairəsi

- Məhsul və Xidmət alış-verişi
- Hər cür məhsulun birbaşa istehlakçıya satışa çıxarılması
- Tanıtım, reklam və məlumatlandırma
- Satış sonrası dəstək
- Elektron bank əməliyyatları
- Cəmiyyət və xüsusi sektor xidmətlərindən istifadə

E-ticarətin məqsədləri

- Müəssisənin fəaliyyətini yerli və beynəlxalq sahədə daha asan hala gətirmək
- Firmanın fəaliyyətini və həssaslığını artırmaq.
- Uyğunluq və yüksək keyfiyyətli elektron qarşılıqlı təsiri təmin etmək.
- Uyğun olan bütün sahələrdə müəssisə fəaliyyətlərini elektron hala gətirmək.

E-Ticarətin xüsusiyyətləri

- Elektron ticarət bir müəssisə üçün dünyaya açılan ən böyük qapıdır.
- Elektron ticarətin 24 saat 7 gün işləyən infrastrukturu, ünsiyyəti və mübadiləsi məhdudlaşdırıcı zaman problemini aradan qaldırır.
- Elektron ticarət sistemi ilə çatıla biləcək bazar payının da, istehlakçı kütləsinin də əvvəldən müəyyən olunması haradasa qeyri-mümkündür.
- Elektron ticarətin infrastrukturu ilə istehlakçıların seçimləri, vərdisləri və demoqrafik xüsusiyyətləri təqib edilə bilər və bu məlumatlardan istifadə etməklə məhsul və ya xidmət satın alanla, satan arasında " xüsusi" ticarət əlaqəsi qurula bilər.

E-Ticaret faydaları

- Firmanın internet üzərindən müştərilərinə məlumat təqdim edə biləcəyi 7/24 açıq bir şöbəsi meydana gəlir.
- Elektron mühitdə saniyələr içində məlumatlar axtarıldığından vaxta qənaət reallaşır.
- Telefon, faks ödənişlərində qənaət edilərək, maddi yük azaldıla bilər.
- Təchizatçıların böyük bir ofisə ehtiyac duymadan internet üzərindən virtual alışveriş mərkəzini yaratmağa imkan verir.
- İnternet kimi qlobal bir mühitdə asan asan dalğalanma olmayacağı üçün inflyasiya səbəbiylə zərər meydana gəlməz.

Müştəri baxımından;

- Evdən çıxmadan sürətli bir şəkildə alışveriş etməsini təmin edir.
- Məhsul qiyməti araşdırmasında meydana gələcək nəqliyyat xərci ortadan qalxar.
- Daha çox məhsul çeşidi görərək seçmə imkanı tapar.
- Ehtiyaclarına uyğun ürünü tapmaq daha asandır.
- Məhsul haqqında məhsulu istifadə edən tərəfindən qeyd edilən fikirlər sayəsində məhsul haqqında daha dəqiq məlumatlara malik olur.

Satıcı baxımından;

- Məhsullarını sata biləcəyi yeni bir kanal əmələ gətirir.
- Məhsulları haqqındakı məlumatları detallı şəkildə təqdim edə biləcəyi bir platformaya sahib olur.
- Stokunda məhsul saxlamayaraq tələbə görə satış edə bilər.
- Telefon, faks kimi maddi israf təşkil edən ünsiyyət yollarından xilas olaraq, ünsiyyətə xərclədiyi pul cəhətdən quru keçər.
- Hər an yeni müştəri tapma imkanı yüksəkdir
- Reklam xərclərini azaldaraq daha çox müştəriyə sahib ola bilər.

Elektron ticarətin modelləri

1. Müəssisə-müəssisə " Business to Business - B2B "

Şirkətdən şirkətə, müəssisədən müəssisəyə e-ticarət təşkilatın əgər məhsul və xidmət, satıcıdan yenə satış etmək üzrə başqa bir satıcıya keçirsə burada təşkilatlar arasındakı ticarətdən bəhs edilir. Buna bir misal göstərsək:

"Bir supermarketdə kompüter ilə inventardakı məhsulların təqibi lazım olduqda sifariş verilir. Yeni sifarişlər kompüter şəbəkəsi üzərindən istehsalçıya avtomatik olaraq göndərilir. Ölkəmizdə də avtomobil, elektron / məişət əşyaları, informasiya texnologiyaları və s. sektorlarda firmalar arasındakı e-ticarət tətbiqlərinin sürətlə artdığı görülməkdədir. "

2. Müəssisə-İstehlakçı " Business to Consumer - B2C "

Təşkilatdan istehlakçıya elektron ticarət, hər hansı bir firmanın; məhsullarını, xüsusiyyətlərini və qiymətlərini sanki mağaza vitrinindəymiş kimi rəngarəng olaraq internet web səhifələrində tanıtməsi və alternativli ödəmə üsulları təmin istehlakçının kompüterinin başından ayrılmadan satın aldığı məhsulları qapısına qədər təslim etməsidir. "

Müəssisə-istehlakçı arasındakı ticarət Müəssisələr arasındakı ticarətə görə daha az inkişaf edib. Bunun başlıca səbəbləri, PC istifadəsinin istehlakçılar arasında iş mühitlərinə nisbətən daha az səviyyədə olması, internet üzərindəki təhlükəsizlik sistemlərinə şübhəli yanaşma və istehlakçıların e- ticarət ilə əldə edəcəkləri qazancdan xəbərsiz olmalarıdır.

3. Müəssisə-Dövlət " Business to Government - B2G "

Firmalar ilə ictimai təşkilatlar (business-to-government) arasındakı ticarət əməliyyatları, vergilər, gömrük əməliyyatları, ictimai təhlükəsizlik, statistik və icazələrin elektron yoldan izlənilməsi və təşkil edilməsi, ictimai ihalelərinin elektron mühitdə yayılması müəssisə dövlət arasındakı ticarətin ilk nümunələrini meydana gətirməkdədir.

4. İstehlakçı-Dövlət " Consumer to Goverment - C2G "

Dövlətin tərkibindəki təşkilatlar və xüsusi seqmentlə, elektron şəbəkələr vasitəsi ilə bağlanması vəziyyəti "Elektron Dövlət" ya da qısaca "e-dövlət" anlayışı ilə ifadə edilir. ABŞ-da "On-Line Government" anlayışı qanunlara girmiş vəziyyətdədir.

Dövlətin, e-dövlətə çevrilməsi nəticəsində, əməliyyatların sıra gözləməyə ehtiyac qalmadan kompüter vasitəsilə edilməsi, dövlət sektorunun personal sayı və quruluşunda çevrilmə yaşanması, dəftərxana xərclərinin azaldılması, əməliyyatların şəffaflaşması, bu yolla korrupsiyanın qarşısını almaq kimi bir çox müsbət təsirin yaşanması gözlənilir.

E-ticarət kimlərə təsir edir:

İstehsalçı: Satılan məhsulun istehsalını təşkil edən şirkət, dolayı yoldan e-ticarətdən gəlir təmin edir.

Banklar: EFT / Köçürmə kimi pul köçürmə əməliyyatlarından aldıkları vəsaitlə e-ticarətdən gəlir təmin edən təşkilatlar.

Sığorta Şirkətləri: Göndərilən məhsulu sığortalayaraq e-ticarətdən pul qazanan bir başqa təşkilat isə sığorta şirkətləri.

Nəqliyyat / Yüklər: Məhsulun alıcıya çatmasında rol oynayan yüklər şirkətləri də e-ticarətdən gəlir əldə edir.

Proqram Firmaları: E-Ticarət edilməsi üçün proqram təminatı istehsal edən firmalarda bu sektordan çörək yeyir.

Dövlət: Ticarətdən yaranan vergiyə görə dövlət gəlir əldə etmiş olur.

Elektron Ticarətin (e-ticarət) Əhəmiyyəti

İnternet üzərindən alver etmə, axtarılan məhsul ya da xidməti, bazar bazar gəzib yorulmadan bir çox alternativini bir arada görərək qısa müddətdə tapma və satın alma imkanı təmin edir. Bu sayədə alver üçün xərclənən zamana qənaəti təmin edir, qazanılan vaxtın başqa sahələrdə daha məhsuldar bir şəkildə istifadə edilməsini

mümkün edir. İnternet üzərində təyyarə, qatar və ya otel otağı sifariş, online bilet alışı kimi əməliyyatlar zaman itirmədən asanlıqla həyata keçirilə bilər. Kitab, CD, kompüter, hədiyyəlik əşya, qida, geyim və daha çox məhsul, satıldığı yerə getməyə ehtiyac qalmadan internet üzərindəki mağazalardan sifariş edilə bilər. Günümüz müəssisələrin e-ticarət mövzusuna, daha çox əhəmiyyət vermələri və buna bağlı olaraq AR-GE fəaliyyətlərinə ağırlıq vermələri lazımdır. Çünki e-ticarət modelləri müəssisələrin yeni bazarlara açılmasına kömək edir.

Üstünlükləri:

- **İstədiyiniz yerə satış / İstədiyiniz yerdən alver:** Satıcılar, məhsul və xidmətlərini bütün dünyaya satma imkanı taparkən, alıcılar da təqdim edilən məhsul və xidmətlər arasından asanlıqla seçim edə bilər. Açıq şəbəkə üzərindən reallaşan e-ticarət fəaliyyəti, elektron ünsiyyəti artırmışdır. Bu isə, müəssisələrə, bütün istehlakçılara və digər müəssisələrə daha ucuz və asan bir şəkildə çatma imkanı yaradır. Bir çox müəssisə, bu yolla marketing şəbəkəsi qurmadan məhsullarını sata bilər.
- **Rəqabətdə üstünlük / Xidmət keyfiyyətində artım:** Satıcılar, müştərilərinə daha yaxın olduqlarından, rəqiblərindən daha çox üstünlük verilir. Müştərilər də daha keyfiyyətli xidmətə qovuşar. Elektron mühitdə istehsal, marketing və paylama fəaliyyətləri xərcləri salması səbəbiylə, e-ticarət müəssisələrə milli və beynəlxalq səviyyədə rəqabət üstünlüyü təmin etməkdədir və rəqabəti artırır.
- **Satıcılar, müştərilərinin ehtiyaclarını ətraflı və sürətli bir şəkildə öyrənə bilər, onlara iqtisadi qiymətlərlə xüsusi xidmət təqdim edə bilərlər.** Müştərilər də özlərinə uyğun məhsullara daha uyğun qiymətlə sahib olurlar.
- **Vasitəçilərin azalması / Ehtiyaca sürətli giriş:** E-Ticarət, məhsul və xidmətləri istehsalçıdan istehlakçıya vasitəçisiz çatdırır. Bu səbəblə, xərc və zaman baxımından həm satıcı, həm də alıcı sərfəlidir. Beləcə

məhsulların sifariş edilməsi ilə təslimi arasında keçən müddət minimuma enməkdə, zamandan qaynaqlanan xərclər ilə fond xərcləri düşməkdədir.

- Əməliyyat xərclərinə qənaət / Daha ucuz məhsul və xidmətlər: Elektron mühitdə edilən əməliyyatlar normal əməliyyatlara nisbətən çox daha ucuz başa gəldiyindən, həm satıcı, həm də alıcı əhəmiyyətli ölçüdə qənaət edə bilər. Elektron ticarətdə ehtiyac duyulan sənədlər elektron mühitdə hazırlanmaqda, bu məlumat və sənədlər əlaqədarların istifadəsinə təqdim olunur. Beləcə, əməliyyatlar minimum səhv ilə qısa bir müddət içində və dəftərxana xərci ödənmədən tamamlanır. İnternet əsəyəkənən e-ticarət və elektron paylama sistemləri beynəlxalq ticarəti sürətləndirir. İstehlakçılar üçün əməliyyat xərcləri və nəqliyyat nəqliyyat xərcləri azalır. İstehlakçılar evlərindən çıxmadan problem yaşamadan və zaman xərcləmədən virtual mağazalardan alver edə bilirlər.
- Yeni iş imkanları / Yeni məhsullar: E-ticarət, mövcud məhsul və xidmətlər üçün bazar yaratmaq və ticarətin quruluşunu dəyişdirməsinin yanında, bir çox yeni məhsul və xidməti də özü ilə gətirmişdir. E-ticarət, mal və xidmət bazarlarının quruluşunu dəyişdirir, yeni məhsullar, yeni marketinq və paylama texnikalarına yol açmaqda, sürətli bir şəkildə məhsul inkişaf etdirilməsi, test edilməsi və müştəri ehtiyaclarının təsbit edilməsini mümkün etməkdə, bazar tələbatının dəyişikliklərə sürətlə cavab verə bilməkdədir. İstehlakçılar internet sayəsində, yeni məmulat və məhsul məlumatlarını asan tapa bilməkdə, məlumat sahibi olmaqda və alternativ məhsulları müqayisə etməkdə, asanlıqla satın ala bilməkdədir.
- E-ticarət, iqtisadi bir fakt olmasına qarşı, ictimai və siyasi həyata təsir etməkdədir. Həmçinin iqtisadiyyatın məlumat və məlumatı idarə təməlinə dayanması, təhsil, mədəniyyət, səhiyyə və ictimai təhlükəsizlik kimi sahələrdə internetdən istifadəni çoxaltmışdır. Bu vəziyyət ictimai siyasətlərin yenidən nəzərdən keçirilməsinə gətirib çıxarmışdır.
- Müəssisələr arasındakı rəqabəti artırmaqda;

- Müəssisələrdə ümumi xərcləri salmaqda
- Xərclər qiymətlərə təsir edir
- İstehlakçı baxımından məhsul variantları artmaqda
- Siber vasitəçilər meydana gəlməkdə
- Həyatı asanlaşdırır; 7 gün 24 saat (7x24) iş prinsipi ilə davamlı ticarət və alış-veriş imkanı təqdim etməkdə
- 7x24 prinsipi ilə açıq olan mağazalar, vasitəçilərin də funksiya dəyişdirməsi ilə məhsul qiymətlərini 10'a 1 səviyyəsində ucuzlatmaqda

E-iş və ya E-biznes

İnternet mühitində hər cür iş əlaqələrinin və bunlarla əlaqədar hissələrin icra edilməsidir. Həmçinin ticarət işiylə məşğul olan tərəflər arasında yeni iş əlaqələri qurmaq üçün edilən yazışmalar, reklamlar, təqdimatlar, danışıqlar və s. əməliyyatların elektron mühitdə reallaşmasıdır

E-işin həcmi, bir firmanın bir çox yeni marketinq kanalı ilə özünü tanıtmasıdır. Bu güclü yeni kanal, şübhəsiz İnternetin və əlaqədar texnologiyaların istifadəsi, satışı artırma, imic yüksəltmə və müştəri ilə ünsiyyəti artırma, müəssisədən-müəssisəyə xidmətlərin təmini çox əhəmiyyətli bir vasitədir.

Bu hədəfə çatma bilmək üçün şirkətlər, öz kompüter sistemlərində olan məlumatları paylaşma açmalı, elektronik mühitdə sənəd alış-verişi edə bilməli, işlərini icra etmək üçün lazımdırsa veb saytlarından satış və ya internet üzərindən satınalma əməliyyatlarını yerinə yetirməlidirlər.

"Qısacası E-Business mühitinə keçmək istəyənlər daha açıq və şəffaf olmağı qəbul etməli, kompüter sistemlərini bu hədəfi dəstəkləyəcək nöqtəyə gətirməlidirlər."

E-iş proqramları müştərilərin marağını gün keçdikcə daha çox cəlb edir. Müştəridə inam yaratmaqla yüksək məhsuldarlıq artımı təmin edilməkdədir. İstehlakçılar, firmaların avtomatik iş müddətlərindən faydalanır. Bu da firmalarda məhsuldarlıq və gəlirlilik artımına gətirib çıxarmaqdır.

Uğurlu e-işin əsas prinsipləri

- Hədəf kütləsi içərisində ən qiymətli müştərini tanımaq və ən yaxşı xidməti təqdim etməli
- Müştərilərlə bütün kanallarla ünsiyyətdə istifadəçi asanlıığı təmin etməli
- Müştərilərin seçdikləri metodları, onların uyğun zamanlarında istifadəsini təmin etməli
- Müştəri təcrübələrini özəlləşdirməli
- Müştərilərin dəyişiklik ehtiyaclarına qarşı hazırlıqlı olmalı
- Qarşılıqlı təsirin inkişaf etdirilməsi və gələcək planları müştəri istəklərinə görə hazırlamalı
- Ünsiyyəti artırmalı

E-biznes, e-ticarətdən bir çox istiqamətdən fərqlidir. internet mühiti, insanlarla tanış olma və iş aparmaq məkanıdır. E-iş sonunda hər zaman bir pul axışı olmaya bilər. Ancaq e-iş əlaqələrinin təbii davamı ticari qazanc təmin etmək (pul axışı, e-ticarət) kimi düşünəlməlidir. E-ticarət isə, elektron mühitdə (böyük diametrdə internet üzərində) pul qazanacaq fəaliyyətləri, sahələri əhatə edir. E-ticarət nəticəsində, dəqiq bir pul axışı vardır. E-biznes işlərinin sonunda tərəflərdən hər hansı biri və ya heç biri pul qazanmayabilər, məqsəd yalnız məhsul tərfi ya da insanlarla tanış olma da ola bilər. Ancaq e ticarətdə, bütün düşüncələr pul qazanmaq çərçivəsində toplanmışdır. E-ticarət fəaliyyətlərinin sonunda tərəflərdən biri mütləq pul qazanır. Nəticədə hər ikisinin də məqsədi pul qazanmaqdır. E-iş, yeni bazar hissələri tapmaq və bu bazar hissələrini genişlətməyi hədəfləyir, e-ticarətdə isə asan bir bazar tapmaq və bir başqası satış etmədən dərhal bir ya da birdən çox satış etməkdir.

E-iş'in müvəffəqiyyətinə təsir edən faktorlar:

- İşin növü: İnternetə uyğun olmalıdır.

- Rəqabət: Rəqabətin az olduğu sahələr daha yaxşıdır.
- Müştəri bazası: Potensial müştəri sayı və pul ödəyərək bir xidməti alma meylləri.
- Web saytının xüsusiyyətləri: Qəşəng və asan bir sayt. Ayrıca sürətli və etibarlı.
- Xidmət keyfiyyəti: "Məmnun qalan müştəri yenidən gəlir və daha çox pul xərcləyir".

E-müəssisəyə çevrilmənin fərsətləri

- Müştəri yönümlü işləmək
- 7 x 24
- Verilənlər bazası sistemləri (OLAP və s)
- Özəlləşdirmə
- Daha uyğun, sürətli, xüsusi məhsul və xidmət
- Müştəri məmnuniyyəti, bağlılığı
- Xərclərin düşməsi
- Təkrarlanan proseslərin azalması
- Məhsuldarlıq artımı

Biznesin E-biznesə çevrilməsi

- Kompüter və internet texnologiyalarının fayda təmin edəcəyi bütün iş proseslərini yeni e-iş proseslərinə çevirmək.
- E-iş proseslərinə uyğun olması məqsədiylə lazım olsa təşkilatın quruluşunu və iş modelini dəyişdirmək.
- Müəssisə funksiyalarının və idarəetmə funksiyalarının yeni texnologiyalara uyğunlaşmasını təmin etmək.

Biznesin E-biznesə çevrilməsinin əsas ünsürləri

- Vizyon, liderlik, dayanıqlılıq
- Çevrilmə proyektlərini sahiblənmək

- Strateji, rəhbərlik
- Dəyişməyə və yeniliklərə açıq olmaq
- E-layihələri bütün təşkilat işçilərinin mənimsəməsi
- Bunları reallaşdırmaq üçün hər proyektə olduğu kimi müvəffəqiyyətin açarları var. Çevrilməni başladacaq adam və ya kəslərin viziyon sahibi olması, bu çevrilməyə liderlik etməsi və qərarlı olması lazımdır. E-çevrilmədə, məqsədləri və strategiyaları doğru hesablayıb, mübadiləni ağıllıca idarə etmək lazımdır. Təşkilatın bütün müəssisələrinin bu dəyişməyə açıq olmaları və e-iş layihələrinə sahib çıxması müvəffəqiyyəti təmin edən digər ünsürlərdir.

E-Tətbiqlər(applications)

E-tətbiqlər, yenə e-iş termini kimi, iş müddətləriylə əlaqədar web-based, şəbəkə əsaslı proqramlar, kabelli, kabelsiz bütün şəbəkə (WAP: Wireless Application Protocol) tətbiqlərini, GPRS tətbiqlərinin yanında, kompüter, mobil cihazlar, bütün fayl cihazlarında, məsələn 3. Nəsil (3G) telefonlarda reallaşdırılacaq bir çox yaradıcı tətbiqləri əhatə üçün istifadə olunan anlayışdır. E-tətbiqlər məsələn bir sifariş vermə, satın alma və sifariş təqib prosesinin və ya bir inventar nəzarət sisteminin kompüter, mobil rabitə vasitələri, proqramlar və şəbəkə texnologiyalarını istifadə edərək həyata keçirilən qaydalardır.

E-tətbiqlər, e-biznes formaları hər keçən gün artmaqdadır və texnoloji inkişafılar daha güclü və interaktiv e-tətbiqlərin inkişaf edəcəyi mövzusunda ipucları verir. Bütün bu tətbiqlər istehlakçının müəssisəyə, qeyri-hökumət təşkilatlarından ticari təşkilatlara, vətəndaşdan dövlətə qədər bütün tərəflərə düzgün məqsədlərlə istifadə edildiyi təqdirdə dəyər qatmağa davam edəcək.

İndiki vaxtda ən çox danışılan anlayışların başında qloballaşma gəlməkdədir. Qloballaşma "Coğrafi sərhədlərin və uzaqlıqların əhəmiyyətini itirməsi" olaraq təyin oluna bilər. Qloballaşmada ən əhəmiyyətli ünsürlərdən biri, məlumat və məlumata

asan və sürətli nəqliyyatı təmin edə bilməkdir. Şirkətlər qloballaşan bir bazar içində rəqabət edə bilmək üçün sürətə və ünsiyyətə ehtiyac duymaqlıdır. Texnoloji inkişafı sayəsində müəssisələrin milli bazarlardan beynəlxalq bazarlara çıxması getdikcə asanlaşıb. Kompüterdəki texnoloji inkişafırla internet, artıq dünyamıza girmiş və iş həyatının da imtina edilməz bir parçası halına gəlmişdir. İnternetin həyatımıza girməsiylə e-ticarət anlayışı da lüğətlərdə yer almağa başladı. E-ticarət ən sadə şəkliylə "İnternet üzərindən mal və xidmət alış-verişi" olaraq təyin oluna bilər.

E-ticarət sayəsində artıq hamımız evimizdə, oturduğumuz yerdə alver edə biləcəyik. Şirkətlər isə bəlkə də heç ağıllarına belə gəlməyəcək bir ölkədəki bir müştəriyə çox rahat bir şəkildə çatı bilər. Yaxşı bir təhsil və karyera üçün, həyatını davam etdirə bilmək üçün etməyiniz lazım olan, texnologiyanın və dəyişmənin gerisində qalmamaq, mübadiləni yaşamaq və öyrənməkdir. Bunu unutmayın ki, kompüteri təsirli istifadə edən, virtual ticarətin qaydalarını, prinsiplərini və sərhədlərini yaxşı qavrayan fərdin ölkə iqtisadiyyatına böyük qatqılar təmin edəcəyi açıqdır. Dünyada artıq sərhəd deyər bir şey qalmadı. Sən də artıq sərhədlərini aş və səni dünyanın hər tərəfinə apara biləcək üfüqlərə yelkən aç. Bunu unutma ki yaxşı bir başlanğıc yaxşı bir son üçün ilk addımdır və bu modul sənin üçün yaxşı bir başlanğıc olacaq.

İnsanoğlu hər keçən gün həyatına yeni və dəyişik şeylər qatmaqdadır. Heç şübhə yoxdur ki, bu yenilik və dəyişikliklər insanların və xalqların gələcəyi ilə əlaqədardır. Xüsusilə son dövrdə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarında meydana gələn sürətli inkişafırlar, insanoğlunun həyatında bir çox qanuna imza atmaqdadır. İşdə bu yeniliklərdən biri də "Elektron ticarətdir (E-Ticarət) . Bilindiyi kimi "ticarət" ifadəsi nəzəri olaraq "mal və ya xidmətin satın alınması və satılması" əməliyyatlarını əhatə edir. Bu prosesin elektron mühitdə, yəni internet üzərində edilməsi e-ticarət anlayışını ortaya çıxarmışdır. Yəni e- ticarət dedikdə məhsul və xidmətlərin internet üzərindən alış və satışı əməliyyatı başa düşülür.

2.2. Elektron hökumət anlayışı, qurulması və tətbiqi

Ölkəmizdə yeni bir anlayış olan e-hökumət, məhsuldarlığı artırmaq məqsədiylə və müasir cəmiyyət olmanın bir gərəyi olaraq ortaya çıxmışdır. Bu mənada idarə edənlərlə idarə olunanların arasındakı hər cür tapşırıq, ehtiyac və öhdəliklərin qarşılıqlı olaraq “rəqəmsal cəmiyyətdə” etibarlı və davamlı bir şəkildə reallaşdırılması mənasını verməkdədir.

Ümumi olaraq şərhə çalışdığımız E-Hökumət anlayışının müxtəlif əsərlərdə də fərqli üsürləri ön plana çıxarılaraq təyin edilir. Bu çərçivədə qəbul edilən bir tərifə görə e- hökumət müasir cəmiyyətlərdə hökumət və fərd əlaqələrində, hökumətin vətəndaşa qarşı yerinə yetirməyə borclu olduğu vəzifə və xidmətlərlə, vətəndaşların hökumətə qarşı olan vəzifə və xidmətlərinin qarşılıqlı vəziyyətdə elektron ünsiyyət və əməliyyat proseslərində etibarlı və kəsilməz olaraq aparılması deməkdir.

Bənzər bir yanaşma "e-Hökumət" anlayışı, ənənəvi hökumət modelinə görə daha irəli, təməldə güclü bir IT infrastrukturuna və tətbiqlərinə dayanan "daha yaxşı bir hökumət quruluşunu" ifadə etməkdədir.

Klassik hökumət	Elektron hökumət
Passiv vətəndaş	Aktiv müştəri və vətəndaş
Kağız vasitəsilə xəbərləşmə	Elektronik xəbərləşmə
İyerarxik struktur	Üfüqi və kordinasiyalı şəbəkə
Müəssisənin informasiya yüklənməsi	Vətəndaşın informasiya yükləməsi

Məmurun cavablaması	Avtomatik elektron məktub, onlay xətt
Məmurun köməyi	Onlayn müştəri xidmətləri, təlimatlar
Məmur nəzarəti ilə yoxlanış	Avtomatik yoxlama mexanizması
Nəgd pul köçürmələri	Elektronik pul transferi
Monotip xidmət	Fərdiləşmiş xidmət
Yüksək maliyyə xərcləri	Az maliyyə xərcləri
Tək istiqamətli xəbərləşmə	Şəbəkə xəbərləşməsi
Qapalı hökumət	Legitim hökumət

Cədvəl 1.Klassik hökumət və elektron hökumətin fərqi

Bir başqa tərifdə isə e-hökumət- ictimai təşkilatları, vətəndaşlar və ticari təşkilatlar arasındakı məlumat, xidmət və mal alverlərində informasiya texnologiyalarını istifadə etməklə performans və məhsuldarlıq artımını hədəfləyən hökumət modeli olaraq təyin olunmaqdadır. Hökumətin məlumat texnologiyalarını sıx olaraq istifadə etməklə hökumətin quruluşuna olan təsirlərinə vurğu edən Fountain isə bu rəhbərlik modelini məlumatın və ünsiyyətin rəqəmsallaşdırılması ilə şərik bu modeli tətbiq edən hökumətləri "virtual hökumət" lər olaraq təyin etməkdədir.

E-Hökumət layihəsi, ən geniş mənasiyla daha yaxşı bir hökumət quruluşunun yaradılması məqsədini daşıyır,yəni e-Hökumət, "e" dən çox, "hökumət" ə diqqət yetirir. E-Hökuməti meydana gətirən təməl ünsürlər, e-Şirkət, e-təşkilatd və e-vətəndaş hesab olunur. Onların hər biri öz içlərində “ e ” faktını reallaşdırmaqla

məşğul olacaq və bir-birinə təsir etməklə güclənərək inkişaf edəcək və zamanla e-hökumət meydana gələcək. E-hökumətin təqdim edəcəyi təməl xidmətlərin istiqaməti dörd qrupda toplanır. Bu qruplar aşağıdakı kimidir:

- Hökumətdən hökumətə (G2G government to governments)
- Hökumətdən vətəndaşa (G2C government to citizens)
- Hökumətdən işçilərə (G2E government to employees)
- Hökumətdən biznesə (G2B government to businesses)

Nə üçün e-Hökumət?

Qloballaşmanın sürətlə inkişaf etdiyi və iqtisadi mənada sərhədlərin ortadan qalxdığı bir dünyada, İKT-dəki sürətli irəliləyiş Azərbaycan dövlətiylə digər inkişaf edən ölkələr arasındakı fərqi artırmaqda idi. Azərbaycanın bu fərqi aradan qaldırması və informasiya cəmiyyətinə çatma bilməsi üçün hökumətin, inkişaf etmiş texnologiyaları istifadə etməsi və yeni bir modelə keçməsi lazımdır. Bu model, e-Hökumət olaraq ifadə edilməkdədir. Fountainen də ifadə etdiyi kimi internet texnologiyasının rəhbərlik üzərində təsirlərinin əhəmiyyəti və həcmi sadəcə təmin etdiyi sürətdən deyil, eyni zamanda koordinasiyanın, ünsiyyətin və nəzarət mexanizmlərinin təsir potensialından da qaynaqlanır ki, bunlar da təşkilatların təbiətinin köklü şəkildə dəyişməsi mənasını verməkdədir. Bu məzmununda, e-Hökumətin məqsədləri aşağıdakılardır:

- Hökumətin şəffaflaşması,
- Hökumətin sürətli və təsirli bir şəkildə işləyişinin təmin edilməsi,
- Hər səviyyədə vətəndaşın rəhbərlikdə iştirakının təmin edilməsi,
- Təşkilatlar arasındakı məlumat mübadiləsinin təmin edilərək iş və məlumatların bərpasının qarşısının alınması,
- Cəmiyyətin xidmət verdiyi vətəndaşların həyatlarının asanlaşdırılması,
- Qərar verənlərin məlumata söykənən qərar vermə proseslərinin sürətləndirilməsi və həmçinin inkişaf etdirilməsi olaraq yekunlaşdırılır.

Bunların reallaşması vəziyyətində təmin ediləcək faydalar bunlardır:

- Zamandan qazanc təmin ediləcək,
- Xərclər enəcək, məhsuldarlıq isə artacaq,
- Fərdi iştirak artacaq,
- İqtisadi inkişaf dəstəklənəcəkdir,
- Həyat keyfiyyəti artacaq,
- Məmnuniyyət artacaq,
- Kağız asılılığı, istifadəsi azalacaq,
- Cəmiyyət ilə olan əməliyyatlar üçün vətəndaşın tələb etdiyi məlumatlar bir nöqtədən və doğru şəkildə əldə olunacaqdır. Beləcə insan səhvləri minimuma enəcəkdir.
- İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları ilk qurma xərci yüksək olmasına qarşı zaman ölçüsündəki ümumi sahib olma xərcinin düşməsi, veriləcək olan xidmətin daha sürətli təqdim edilməsi, müəssisə xərclərinin azalması, doğru məlumatı əldə etmək və s. üstünlüklər xidmətin elektron qaydada təqdim edilməsi üçün bir səbəb olacaq.
- Həm ictimai, həm də vətəndaş üçün qərar alma prosesində sadəlik və sürət təmin ediləcək.
- Vətəndaşın tələbi ön plana çıxacaq.
- Vətəndaş ilə hökumət arasındakı əlaqə inkişaf edəcək, inam mühiti meydana gələrək qüvvətlənəcəkdir.
- Vətəndaşın cəmiyyət ilə işlərində qısa müddətdə doğru məlumatı əldə etməsi nəticəsində cəmiyyətə etibar artacaq.

E-hökumətə keçərkən atılması lazım olan əsas addımlar isə bu şəkildə sıralana bilər:

Hüquqi İnfrastruktur: Lazımlı hüquqi qaydaların yerinə yetirilməsi şərti.

Texnoloji İnfrastruktur: Texnoloji infrastruktur dizaynları yaradılmalı və sürətli bir şəkildə tətbiqinə keçilməlidir.

e-hökumətin Maliyyəsi: Finansist üçün klassik büdcə hazırlama prosedurlarının xaricinə çıxılmalıdır və yeni modellər yaradılmalıdır.

İnsan: Cəmiyyətin düşünülmə və planlaşdırılan sistemlərə uyğunlaşması və sistemi istifadə üçün lazımlı təhsil təmin edilməli, dəyişmə rəhbərliyi həyata keçirilməlidir.

Xidmət infrastrukturunu yaratmaq: İstifadəçilərin ən məhsuldar və təsirli bir şəkildə xidmət ala biləcəyi texnologiyalar müəyyən edilməli və lazımlı infrastruktur yaradılmalıdır.

Xidmət mexanizmini Yaratmaq: Xidmət mexanizmini yaratmaq, sistem komponentlərinin bir arada iş prinsiplərini təyin edir. Məlumat çatma, saxlama, paylaşma prinsipləri xidmət mexanizmi tərəfindən müəyyən edilir. e-Hökumətdə bütün vahidlər arasında təsirli bir məlumat paylaşma sistemi yaradılmalı və məzmun meydana gətirilməlidir.

Təhlükəsizlik və Məxfilik: e-Hökumət xidmətləri, istifadəçilərinin məlumatlarını etibarlı bir mühitdə saxlamalı, və istifadəçilər gizlilik prinsiplərinin tətbiq olunduğundan əmin olmalıdırlar.

Kritik Müvəffəqiyyət faktorlarının müəyyən edilməsi: e-Hökumətə keçidə performans qiymətləndirməsi edə bilmək üçün kritik müvəffəqiyyət faktorlarını müəyyənləşdirilməlidir.

Bir Koordinasiya Mərkəzinin Yaradılması: Ən əhəmiyyətli prioritetlərdən biridir. Bütün Cəmiyyət təşkilatlarının tək bir koordinasiya mərkəzindən idarə olunması və tək bir Hökumət portalının yaradılması lazımdır. Bunların yanında bir digər prioritet də qeyri-hökumət təşkilatlarıdır. E-Hökumət mexanizmini işlər hala gətirən hökumətlər, qeyri-hökumət təşkilatlarından böyük dəstək almışlar. Məlumat texnologiyalarına söykənən qeyri-hökumət təşkilatlarının Hökumət təşkilatlarına faydaları olduqca yüksək ölçülərdə olacaq. Xüsusilə Hökumətin bu xidmətləri istifadə edən vətəndaşlar ilə əlaqədar qərarların (qanunvericilik, qanun, müdiriyyət və

s.) alınması prosesində qeyri-hökumət təşkilatlarının dəstəyini alması həm qərarların təsirini artıracaq həm də hökumət və vətəndaşlar arasında güvən duyğusunun inkişafına köməkçi olacaq.

İndiki vaxtda e-hökumət hökumət rəhbərliklərinin imtina edilməz ünsürləri olaraq qarşımıza çıxmaqdadır.

e-hökumət portalı, dövlət qulluğuna tək bir nöqtədən giriş imkanı təmin edən bir internet saytıdır. Portalın məqsədi ictimai xidmətlərin vətəndaşlara, müəssisələrə, ictimai təşkilatlara məlumat və ünsiyyət texnologiyaları vasitəsilə təsirli və məhsuldar bir şəkildə təqdim etməkdir.

e-hökumət portalı necə istifadə edilir?

Şəxsi məlumatlara giriş və ya təhlükəsizlik tələb edən inteqrasiya elektron xidmətlərə giriş üçün şifrə, e-imza və ya mobil imza kimi identifikasiya vasitələrinə ehtiyac duyulmaqdadır. Tək bir şəxsiyyət təsdiqləməsi (şifrə, e-imza, mobil imza və s.) ilə bir çox inteqrasiya elektron xidmətləri eyni ünvandan ala bilərsiniz.

Eyni zamanda, e-hökumət portalı üzərindən alınacaq bəzi elektron xidmətlər üçün (vergi, xərc və s kimi) ödəmə edilməsi lazım olduqda vahid ödəmə xidməti sayəsində bu ödəmə əməliyyatları da etibarlı bir mühitdə e-hökumət portalı üzərindən edilə bilməkdədir.

İnteqrasiya elektron xidməti nədir?

İnteqrasiya elektron xidmət, ictimai təşkilatlarının verdiyi elektron xidmətlərdən e-hökumət portalında inteqrə (inteqrasiya) edilmiş və tək bir şəxsiyyət doğrulamasıyla (şifrə, elektron imza, mobil imza) əldə edilən xidmətlərdir.

Şəxsiyyətin təsdiqlənməsi nə deməkdir?

Xidmətlərdən faydalanmaq istəyən kəslərin, qarşıya qoyduqları adam olduqlarının doğrulanmasıdır. İdentifikasiya üçün fərqli vasitələr istifadə edilə bilər:

İstifadəçi adı və parol, e-poçt və parol və s. e-hökumət portalı, identifikasiyası üçün Şəxsiyyət vəsiqəsinin nömrəsi və şifrə, e-imza, mobil imza istifadə edilir.

e-hökumət portalında hansı xidmətlər göstərilir?

e-hökumət portalı üzərindən vətəndaşlara verilən xidmətlər ümumiyyətlə belə qruplaşdırılır:

- Məlumatlandırma xidmətləri
- Quraşdırılmış (inteqrasiya) elektron xidmətlər
- Ödəmə əməliyyatları
- Təşkilat və quruluşlara qısa yollar
- Bunun yanında ictimai təşkilatları arasında məlumat və sənədlərin mübadiləsi

e-hökumət portalı tərəfindən təqdim edilən xidmətlər ilə təmin edilir.

e-hökumət portalının üstünlükləri nələrdir?

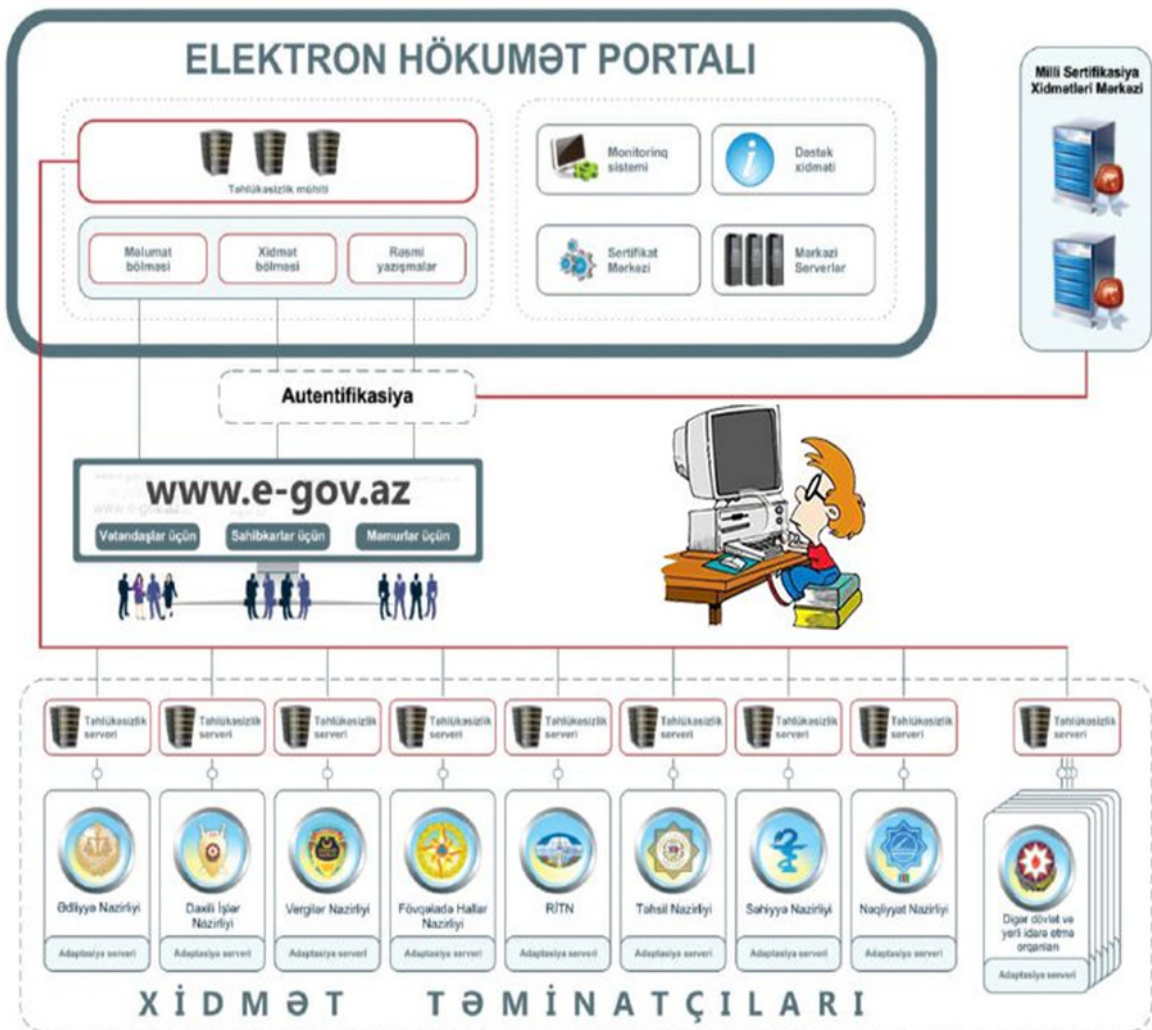
e-hökumət portalı; elektron mühitdən təqdim edilən dövlət qulluğuna tək bir ünvan (<https://www.e-gov.az/>) üzərindən giriş imkanı təqdim etməkdədir. Şəxsən ictimai qurum və təşkilatlar tərəfindən təmin edilən ictimai xidmətlər ilə əlaqədar doğru və aktual məlumatlara çatma imkanını təmin etməkdədir.

Cəmiyyət təşkilatları arasında məlumat və sənədlərin mübadiləsi e-hökumət portalı tərəfindən təqdim edilən xidmətlər ilə də təmin edilə bilməkdədir. e-hökumət portalında tək bir identifikasiya sayəsində bir çox xidməti ikinci bir şəxsiyyət doğrulamasına ehtiyac duyulmadan əldə etmək olar .

e-hökumət portalı üzərindən göstəriləcək bəzi elektron xidmətlər zamanı (vergi, xərc və s.) ödəmə edilməsi lazım olarsa, ödəmə xidməti sayəsində bu əməliyyatı portal üzərindən sadə şəkildə yerinə yetirmək olar. e-hökumət portalının başlıca məqsədi, yalnız 1 ünvan üzərindən və eyni zamanda şifrə, e-imza, mobil e-imza kimi

identifikasiya sistemlərinin tətbiqi ilə etibarlı formada ictimai xidmətlərin vətəndaşlarımıza təqdim edilməsidir. e-hökumət portalı üzərindən təqdim edilən elektron xidmətlər vətəndaşlarımızca özəl şifrə, e-imza və mobil e-imza kimi identifikasiya vasitələri istifadə edildiyindən, fərdi məlumatlar e-hökumət portalı üzərindən yalnız həmin vətəndaşlarımıza təqdim olunur.

E-hökumət portalının ən böyük faydası şifrə ya da varsa e-imza və mobil imza kimi identifikasiya vasitələri istifadə etməklə elektron xidmətlərə çıxışı təmin edilməsidir. Bu yönü ilə e-hökumət portalı təmin etmiş olduğu infrastrukturla bir çox başqa ölkə tərəfindən də nümunə götürülür.



Şəkil 1. Elektron hökumət portalı

2.3.Azərbaycanda Elektron bələdiyyə anlayışı

Bütün dünyada olduğu kimi ölkəmizdə də bələdiyyələr zamanla dəyişir və yerli rəhbərliklərdə məlumatın istifadəsi, məhsuldarlıq və resursların planlaşdırılması kimi dəyərlər ön plana çıxmaqdadır. Bu gün bir çox bələdiyyədə informasiya texnologiyalarını ən məhsuldar şəkildə istifadə etməyin bələdiyyə rəhbərlikləri üçün bir zərurət olduğu fikri yerləşmişdir.

Artıq bələdiyyələr, klassik bələdiyyə anlayışı ilə lazımı xidmət göstərməyin mümkün olmadığını nəzərə alaraq, məlumata söykənən, vətəndaşın iştirakçı olduğu, homogen bir quruluşla yaxşı xidmət göstərmək axtarışlarına başlamışlar.

Bələdiyyələrin bu yeni anlayışı mənimsəmələrinin və sürətlə informasiya texnologiyaları ilə formalaşdırılmasının əsas səbəblərindən biri Azərbaycanın e-dövlət hədəfidir. E-dövlətin bir hissəsi sayıla biləcək e-bələdiyyə nizamnamələri, bələdiyyələrin informasiya texnologiyalarından istifadəsini zəruri hesab edir və bələdiyyələri informasiya texnologiyalarına yaxınlaşdıran itələyici bir gücə malikdir.

E-bələdiyyə, texnoloji inkişafın dünyanı sürətlə dəyişdirməsi nəticəsində yaranan ehtiyacların yüksək texnologiyadan istifadə edilərək qarşılanmasıdır.

E-Bələdiyyə - şəhərlə bağlı məlumatların aktual texnologiyaya əsaslanan informasiya texnologiyaları dəstəklə işlərlə idarə edilərək bu məlumatlardan şəhər və cəmiyyətin xeyrinə müxtəlif məlumatlar çıxarılması və təsirli bir şəkildə vətəndaşın xidmətinə təqdim edilməsidir.

E-bələdiyyəçilik mühitində - bələdiyyə-digər ictimai təşkilatları, bələdiyyə-vətəndaş və vətəndaş-vətəndaş arasındakı məlumat axışında və “xəbərdarlıq” miqdarında ciddi bir artım gözlənilir. E-Bələdiyyəçilik, yəni İnteraktiv bələdiyyəçilik, bələdiyyənin vətəndaşa verdiyi xidmətləri eyni zamanda on-line olaraq da təqdim

etməsidir. Bələdiyyənin web saytına girən vətəndaşın, bələdiyyə haqqında istədiyi məlumata çatması, verilən qərarları görməsi, bələdiyyədən istədiyi əməliyyatları etməsi, təklif, istək və şikayətlərini çatdırmasıdır.

E-bələdiyyəçilik, bələdiyyələrin vətəndaşa daha keyfiyyətli, sürətli və davamlı xidmət təqdim etməsi, məlumatlandırması və vətəndaşın bələdiyyələrdəki qərar proseslərində iştirakını təmin edən müasir tətbiqlərin məcmusudur. Daha dəqiq desək, həyat keyfiyyətini yüksəltməyə istiqamətlənmiş konkret bir tətbiqdır, yeni bir demokratiya anlayışıdır.

Ümumiyyətlə, e-bələdiyyəçilik anlayışı- çağın tələb etdiyi texnoloji infrastrukturdan istifadəyə və klassik bələdiyyəçilik anlayışının xaricinə çıxılaraq gerçək mənada problemləri həll etmə, xidməti asanlaşdırmaya əsaslanır. Bu anlayış ilə, bələdiyyələrdə şəffaflıq təmin ediləcək.

İnteraktiv Bələdiyyəçilik yalnız düymələrə istiqamətlənmiş, mexaniki bir sistem deyil; şəffaf, nəzarətedici və eyni zamanda bürokratiya pillələrini azaldan bir sistemdir. Məkana həbs edilmiş xidmət anlayışı, interaktiv bələdiyyəçilik ilə məkan xaricinə çıxarılaraq, 7 gün 24 saat istənilən məlumatı ən qısa və sürətli şəkildə əldə etməyi planlaşdırır.

Yerli rəhbərliklər, vətəndaşlara məlumat təmin etmək və xidmət aparma və demokratiya məktəbi olma funksiyalarını yerinə yetirməlidirlər.

Yerli rəhbərliklər, e-bələdiyyə tətbiqinə keçəndə müəyyən faydalar əldə etmə fikrində olmalı və tətbiq strategiyalarını bu istiqamətdə müəyyən etməlidir. Bunlardan bəziləri bu şəkildə sıralana bilər:

- Yerli xalqa təqdim ediləcək xidmətləri, ənənəvi ictimai rəhbərlik anlayışı olan iş saatlarının xaricinə çıxararaq 7 gün 24 saat halına gətirə bilmək,
- Dünyaya integrasiya ələ alınaraq, yerli rəhbərlik xidmətlərinin internet mühitinə əks olunmasıyla, sözü edilən xidmətlərin keyfiyyətinin yerli rəhbərlikdən dünyaya açıldığını başa düşmək,

- Bürokratik sənəd sıxlığını azalda bilmək,
- Vətəndaşların bəzi məlumatları elektron mühitdə ala bilmə azadlığı səbəbindən, işçilərin sıxlığının azalmasını təmin edə bilmək,
- Həm işçilər, həm də vətəndaşlar baxımından, ediləcək əməliyyatlar əsasında zamana qənaəti təmin edə bilmək,
- Bələdiyyə-Vətəndaş əlaqələrinin gücləndirilməsini təmin edə bilmək,
- İş sıxlığının müəyyən bir miqdar azalması və iş proseslərinin daha nizamlı hala gəlməsi səbəbiylə, işçinin məmnuniyyətini təmin edə bilmək,
- Şəhər gündəminin rahat şəkildə izlənilməsini təmin edə bilmək,
- Şəhərlə bağlı məlumatların daha rahat toplanabilməsini təmin edə bilmək,
- İnternet mühitində ediləcək sorğular sayəsində, xalqın istəklərini, tələb və şikayətlərini daha rahat öyrənə bilmək.

Rəhbərlikdəki düzəlişlər, təqdim edilən gerçək xidmətlər üzərində də qabaqlayıcı təsir göstərəcək. “İnternetə daşınma” xidmətləri deyil rəhbərliyi daşımaq mənasına gəlir və bu bələdiyyələr daxilində şəhər məlumat sistemlərinin həqiqi və doğru şəkildə qəbul edilməsini, hazırlanmasını və istəklərin buna uyğun yerinə yetirilməsini təmin edəcəyi üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Yerli idarəetmə sistemi içində ən ağırlıqlı yerə sahib olan bələdiyyələrdə, digər hər hansı bir təşkilatda olduğu kimi, proses beş mərhələli şəkildə inkişaf edir.

1. Kompüterləşdirilmə
2. Avtomatlaşdırma
3. İnternet istifadəsi
4. Web sayt qurmaq
5. Rəhbərliyi internetə daşıma

Beləliklə, E-bələdiyyəçiliyi, texnoloji inkişafın sürətlə dəyişdirdiyi dünyada, inkişaf edən texnologiyaları istifadə edərək, insana xidmət etmənin və şəffaflaşmanın əsasını təşkil edən müasir bələdiyyəçilik anlayışı olaraq təyin edə bilərik.

Əvvəldə də qeyd etdiyimiz kimi E- bələdiyyəçilik yalnız bir neçə düymədən ibarət, mexaniki bir sistem deyil. Şəffaf və nəzarət edici bir quruluşdur. Bu eyni zamanda yerli rəhbərliklərin daha plüralist olmasının bir yoludur. Məkana həbs edilmiş xidmət tərzinin, məkan xaricinə çıxaraq 7 gün 24 saat istənilən məlumata ən qısa və eyni zamanda sürətli şəkildə çatmağı hədəfləyir. Rəqəmsal mühitlərə yazılan məlumatın, kağız istifadəsinin yerinə keçdiyi bir sistemdir.

Müasir dünya, vətəndaşların yerli rəhbərlik xidmətlərindən faydalanmaq və işlərini həll etmək üçün bələdiyyə qapısına getmək məcburiyyətində qalmadığı bir sistemə doğru sürətlə irəliləməkdədir.

Xüsusilə ünsiyyət sahəsindəki texnoloji irəliləyişlər, həyatın təşkilini həm rəhbərlik, həm də vətəndaş üçün çox asanlaşdırır. Bu gün inkişaf etmiş qərb ölkələrində vətəndaşlar rəhbərliklə olan işlərinin 50% -dən çoxunu internet üzərindən edə bilirlər. Bu faizin aşağı olduğu olduğu ölkəmizdə bu mövzuda ciddi işlərin görülməsi prosesi davam edir.

Son illərdə ölkəmizdə də tətbiqləri görülmən “e-bələdiyyə” anlayışının genişləndirilməsi prosesləri aparılır.(<https://e-belediyye.gov.az/>)

E-Bələdiyyənin lazımlılığı:

- Fərdlərin və təşkilatların yerli rəhbərliklərdən istəkləri;
- Bələdiyyə xidmətlərində fəaliyyət və məhsuldarlıq,
- Daha nizamlı və sağlam bir ətraf,
- Düzgün bir nəqliyyat və yol, yollarda istiqamətləndirmə,
- Abunə əməliyyatlarında və ödəmələrdə sürət,
- Fəlakət zamanı sürətli, təsirli və faydalı müdaxilə,
- Yenidənqurma əməliyyatlarında sürət,

- Səlahiyyətli şəxslərə problemini danışmaq, çatdırma bilmək, kimi əsas tələblər önə çıxmaqdadır.

E-bələdiyyəçilik, vətəndaşın rəhbərliyə qatılması, şəffaflığın, hesab verəbilmənin təmin edilməsi üçün əhəmiyyətli bir mühit hazırlayır. Cəmiyyət rəhbərliyi təşkilatları arasında informasiya mübadiləsini asanlaşdıraraq bürokratiyanın gərəksiz əməliyyatlarının və təkrarların azaldılmasına imkan verir.

E-bələdiyyəçilikdə “ vətəndaş mərkəzli xidmət “ anlayışı əsas götürülür. Bu da, 21-ci əsrin ictimai rəhbərliyinə işıq tutması hədəflənən idarəçilik faktının qanunları ilə birbaşa əlaqəlidir.

Demokratik iştirakın elektron sistemlər vasitəsi ilə təmin edilməsi, hal-hazırda birbaşa demokratiyanın önündəki zaman, məkan və bənzəri maneələri aradan qaldıracaq və demokratik iştirakın xərcini aşağı salacaq.

E-bələdiyyəçilik anlayışının iştirakçı bələdiyyəçilik anlayışına olan müsbət təsirlərindən biri də, bələdiyyənin məclis qərarları kimi idarəetmə qərarlarını yerli xalqla elektron mühitdə paylaşa bilməsidir. Bu tip proqramlar, idarə-idarə edən dövrünü və adlandırmalarını gedərək dəyişdirə biləcək bir quruluşda olub, günümüz rəhbərlik anlayışına “Paylaş” faktı qatılmaqdadır.

Xalqın yaşadığı ətraf mühitə bağlı əldə edə biləcəyi məlumatlar arasında, yerli-regional məlumatlandırma, hava-yol vəziyyəti, yerli anket nəticələri, nəqliyyat məlumatları, ictimai tədbirlər, aktual qərarlar və tətbiqlərə dair bir çox məsələ yer ala bilməkdədir.

E-bələdiyyəçiliyə keçid etməyi hədəfləyən yerli idarəçilər, digər yerli rəhbərliklərin təcrübələrini araşdıraraq öz rəhbərlik vahidinin tutum və ehtiyaclarına ən uyğun məlumat və xidmətlərə yönəlməli, hədəfləri doğru qoymalı, vətəndaş-mərkəzli fəaliyyət göstərməli, fayda-xərc analizini diqqətli etməli, birdən bütün məlumat və xidmətləri təqdim etməkdənsə, mərhələli olaraq, keçmiş təcrübələrdən dərslər çıxararaq və yeni işlərdən təcrübə qazanaraq hərəkət etməlidir.

E-bələdiyyəçilik, yalnız internet səhifəsi açmaq deyil, inzibati, ictimai və məlumatlandırma məqsədli bütün proseslərin, zaman və məkan məhdudlaşdırması olmadan, sürətli və təsirli bir şəkildə elektron mühitdə reallaşdırmaq deməkdir.

E-bələdiyyəçiliyin tətbiqi ilə bələdiyyələrdə çağın tələb etdiyi texnoloji infrastrukturun istifadə edilməsi ilə klassik bələdiyyəçilik anlayışının xaricinə çıxılacaq və gerçək mənada problemlər həll yolunu tapacaqdır. Eyni zamanda şəffaflıq təmin ediləcək, səhv və risklər minimum səviyyəyə düşəcəkdir. Bələdiyyə əməliyyatlarının azaldılması və sürətli əməliyyat edilə bilməsi ancaq bu tətbiq ilə mümkün olacaq.

III Fəsil. Rəqəmsal iqtisadiyyatda İKT

3.1. Azərbaycanca İKT və onun Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafına təsiri

XX əsrin son dövrlərində İKT cəmiyyətin inkişafına təsir göstərən əsas amillərdən biri hesab olunur. Onların əhatə dairəsinə dövlət strukturları, iqtisadi-sosial sahələr, vətəndaş cəmiyyəti institutları, elm və təhsil, mədəniyyət və bütövlükdə insanların həyat tərzidaxildir. Bir çox inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr İKT-nin verdiyi üstünlüklərdən faydalana bilirlər. Bun gün ölkəmizdə informasiya texnologiyaları sahəsi prioritet sahə kimi elan edilmişdir. Prezident İlham Əliyev bildirmişdir ki, informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının gələcək inkişafımızda çox önəmli rolu olacaqdır. Çünki bütün dünyanın elmi-texniki tərəqqisi bu istiqamətdə inkişaf edəcəkdir. Belə ki, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2002-ci il 9 yanvar tarixində qəbul edilmiş 865 nömrəli sərəncamına əsasən Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İnkişaf Proqramı ilə birlikdə hazırlanmış, müvafiq milli və beynəlxalq qurumların müsbət rəyini almış “Azərbaycan Respublikasının inkişafı naminə İKT üzrə Milli Strategiya (2003—2012-ci illər)” qəbul edilmişdir [2]. Milli Strategiya isə İKT-dən istifadə və onun genişləndirilməsi sahəsində dövlətin siyasətini əks etdirir. Bundan əlavə başlıca məqsəd və vəzifələri, prioritetləri və fəaliyyətin əsas istiqamətlərini müəyyən edir. Milli Strategiya cəmiyyətin tələbini və qabaqcıl dünya təcrübəsini nəzərə alaraq ölkənin inkişafı, demokratik cəmiyyət quruculuğu, Azərbaycanın beynəlxalq cəmiyyətə inteqrasiya olunması kimi proseslərə təsir edir.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, İKT-dən geniş istifadə edilməsi dövlətin hərtərəfli şəkildə inkişafına xidmət edir və məhz belə texnologiyalardan istifadə olunması cəmiyyətin sosial-iqtisadi vəziyyətində olan mövcud problemlərin həll edilməsi və yoxsulluğun azaldılması üçün əsaslı vasitələrdən hesab olunur.

Son dövrlərdə Azərbaycanda İKT-dən istifadə sahəsində müəyyən işlərgörölmüş və bir sıra sferalarda bu texnologiyaların tətbiq edilməsində ciddi nailiyyətlər qazanılmış vədaha dəqiq desək, bu sahə ölkə siyasətinin prioritetlərindən birinə çevrilmişdir.Ölkəmizdə telekommunikasiya infrastrukturunun modernləşdirilməsi, ən yeni texnologiyaların tətbiqi üzrə ciddi işlər görölməkdədir. Yerli şirkətlərin dünyanın ayrı-ayrı ölkələrinin İKT şirkətləri ilə əməkdaşlığı nəticəsində bu sahədəki beynəlxalq təcrübə ölkəmizə gətirilir, həmçinin şirkətlərimizin təcrübəsi və peşəkarlığı artır. Artıq Azərbaycan şirkətləri həm regionun İKT bazarında, həm də qlobal bazarda iştirak edirlər. Eyni zamanda, ölkəmizin coğrafi mövqeyi imkan yaradır ki, Azərbaycan region üçün istehsal və ixrac, informasiya resursları və tranziti mərkəzi kimi formalaşa bilsin.Azərbaycanda bir çox fəaliyyət göstərən şirkətlər uğur qazanaraq proqram təminatı məhsulları bazarında fəaliyyət göstərir.Bunlara aid bəzi şirkətləri nəzərdən keçirək.

AtaTexnologiya

“AtaTexnologiya” İKT-nin əsas sahələrindən biri olan proqram təminatı məhsulları bazarında fəaliyyət göstərir. Proqram təminatı məhsullarına gəldikdə isə burada da həddindən artıq çox istiqamətlər var. Fəaliyyəti ERP (Enterprise Resource Planning) sistemləri sahəsini əhatə edir. ERP - hər hansı bir müəssisənin biznes proseslərini avtomatlaşdıran bir sistemdir. Burada anbar uçotu, mühasibatlıq, insan resurslarının idarə olunması, tədarük, satış prosesləri, servis və.s tam bir sistem vasitəsilə avtomatlaşdırılır.

“AtaTexnologiya” MMC-nin təklif etdiyi ERP məhsulları Türkiyənin “Netsis” şirkətinin məhsullarıdır. Bu məhsul tam Azərbaycana uyğunlaşdırılıb, poqram Azərbaycan dilində, Azərbaycan qanunvericiliyinə uyğun hazırlanmışdır. Eyni zamanda proqram həm yerli, həm də beynəlxalq maliyyə uçotu standartlarına cavab verir. ERP sistemini bank, sığorta və səhiyyə sistemi xaric bütün sahələrə uyğunlaşdırıb tətbiq etmək olar.

Şirkət ilk fəaliyyətinə Azərbaycanın İnformasiya Texnologiyaları bazarının zəif inkişaf etmiş sahələrindən biri olan proqram təminatı məhsulları sahəsində başlamışdır. Həmin məhsullar banklar, iri müəssisələr və digər təşkilatlar üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu məqsədlə “AtaTexnologiya” MMC bir sıra xarici ölkələrin öndə gedən “Yaz”, Netsis, HP, Dell, Cisco, Microsoft və Oracle şirkətləri ilə əməkdaşlıq edir. Hal-hazırda şirkət Türkiyənin “Yaz” şirkətinin Azərbaycanda rəsmi nümayəndəsi olaraq banklar üçün “marbas ii” avtomatlaşdırılmış bank əməliyyat sistemini, müəssisə və təşkilatlar üçün isə Netsis Enterprise Resource Planning “Red Code” proqram təminatını təklif edir. Həmçinin, “AtaTexnologiya” MMC müəssisələr üçün lazım olan bütün növ kompüter və İT avadanlıqlarının satışını və tətbiqinə yönələn xidmətlərin göstərilməsini həyata keçirir.

Şirkət Bankların tələbatlarına uyğun proqram təminatı məhsulu təklif edir. Bu məqsədlə Türkiyənin “Yaz” şirkətini Azərbaycanda təmsil edirlər “Yaz” şirkətinin banklarda əməliyyatları avtomatlaşdıran “Marbas ii” proqram təminatı məhsulunu artıq 4 bankda tətbiq etmişlər.

AtaTexnologiya” MMC İT avadanlıqlarının satışı, quraşdırılması və ona xidmətin göstərilməsilə də məşğul olur. Bu sahəyə proqram təminatı ilə eyni zamanda başlanılmamışdır. Son iki ildə bu istiqamətdə ciddi addımlar atılır. Bu məqsədlə hazırda “HP” və “Dell” şirkətləri ilə əməkdaşlıq edilir.

“Card PRO”şirkəti

Bu şirkət 2004-cü ildə fəaliyyət göstərməyə başlayıb.Belə ki, şirkətin mobil telefon operatorları,internet provayderləri üçün “scratch-off” adlandırılan kartların istehsalı üzrə fəaliyyət göstərdiyini qeyd ede bilərik.Bu gün şirkətdə 65 nəfərlik işçi heyəti çalışır. “Card PRO” şirkətinin1500 m² sahəsi Bakı şəhərindən təxmini olaraq 10 km aralıda yerləşir[36].

“Card PRO” şirkəti müştərilərə göstərdiyi aşağıdakı xidmətlərə görə fərqlənir.

- Münasib qiymət
- Kompleks həll,
- Yüksək keyfiyyət,
- Qısa müddətə çatdırma

Fəaliyyət göstərdiyi zaman çərçivəsində bir çox şirkətlərlə əməkdaşlıq etmiş və onların əsas partnyoruna çevrilmişdir. Bu şirkətlərə aşağıdakılar daxildir:

- Azərbaycan Respublikası Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi,
- Azercell,
- GeoCell,
- KCELL,
- İntrans,
- Azeronline və s.

Şirkət 2007-ci ildə ISO 9001:2000 sertifikatlaşdırma prosesinə başlamışdır. İstehsal prosesi ərzində

- dəqiqlik,
- təhlükəsizlik,
- konfidensiallığın

təmin olunması üçün lazımi tədbirlər görülür. Beləliklə istehsal sahələri fasiləsiz olaraq, xüsusi kameralar, ixtisaslaşmış nəzarətçi qrupu tərəfindən qorunur[36].

İstehsalat

“Scratch-off” kartlarının istehsalını bir neçə əsas addımlardan ibarət olan kompleks proses hesab etmək olar. Bu addımlara aşağıdakılar daxildir:

- 350-380 qr-lıq kağız üzərində çap edilməsi,
- kodların və seriyaların həkk olunması,
- örtülməsi,
- kartların qablaşdırılması.

Kartlar çap edildikdən sonra müxtəlif kəsim alətləri vasitəsiylə onları ixtiyari formaya salmaq olar. Prosesin sonunda isə kartlar, ciddi nəzarətdən keçərək hazır məhsul kimi təsdiq edilir. Bütün bu proseslərin çoxu yüksək keyfiyyətli alman, italyan, yapon avadanlıqları vasitəsiylə həyata keçirilir. Şirkət fəaliyyət göstərdiyi gündən bəri əsas məsələlərdən biri heyətə yüksək ixtisaslı kadrların cəlb edilməsidir. Məhsulların yüksək keyfiyyətinə zəmanət verən əsasünsürlərdən biri də məhz bu hesab olunur.

Təhlükəsizlik

“Card PRO”-un istehsal sahəsi müxtəlif CCTV sistemləri vasitəsi ilə sutkada 24 saat və bütün həftə boyu nəzarət olunaraq qorunur. Şirkətin bütün ərazisi boyu yerləşdirilmiş mühafizə kameralarının çəkdiqləri görüntülər mərkəzləşdirilmiş şəkildə video serverdə yadda saxlanılır və prosedur qaydalarına əsasən arxivləşdirilir. Həmçinin kameralar vasitəsi ilə istehsal rəhbərləri tərəfindən istehsalata mərkəzləşdirilmiş qaydada tam nəzarət olunur. Şirkətə olan bütün girişlər ciddi nəzarət altındadır. Xüsusi ProxyCard sistemi şirkətin əsas giriş qapısına və istehsal bölümlərinin girişlərinə quraşdırılmışdır. Şirkətin kadr siyasəti təhlükəsizlik qaydalarına uyğun olaraq bir neçə yoxlanış mərhələsindən ibarətdir. Şirkətə qəbul olmaq arzusunda olan işçinin bütün verilənləri, əlaqələri, profesional bacarıqları və şəxsi keyfiyyətləri müfəssəl şəkildə araşdırılır sonra isə şirkət tərəfindən qərar verilir.

Bütün yuxarıda sadalanan prosedurlar təhlükəsizliyi tam şəkildə qorumaq üçün həyata keçirilir.



Şəkil 2. Kart nümunələri

DigitalStream

Şirkətin fəaliyyət sahələrinə aşağıdakılar daxildir:

- 2005-ci ildən etibarən sayt hazırlamaq üzrə təcrübə
- iş keyfiyyətinin göstəricisi kimi yüzlərlə reallaşdırılmış internet layihələri
- məsələlərin həlli və hər cür saytın hazırlanması üçün təcrübə və tam alətlər dəsti
- işlərin tam kompleksli həlli
- saytın və reklamının qiyməti

DigitalStream şirkəti uzun zamandır Azərbaycanda sayt hazırlamaq, inkişaf etdirmək bazarında lider hesab olunur. Sayt sifariş və onun axtarış sistemlərindəki fəallığı hal-hazırda bütün istiqamətlərdə vacibdir. Müasir dövrdə biznes proseslərinin effektiv optimizasiyası prosesini internetdən istifadə etmədən aparmaq olmur. Buna görə əməkdaşlıq edəcəyiniz şirkəti bunları nəzərə alaraq seçməlisiniz ki, o, yalnız web dizayn, internet saytın yaradılması və onun axtarış sistemlərindəki fəallığı ilə məşğul olmasın. Daha dəqiq desək, bu zaman məhz elə şirkət lazımdır ki, bütün məsələləri kompleks şəkildə həll edə bilsin. Yəni, lazımi səviyyədə təcrübəsi olsun, keyfiyyətə zəmanət versin, münasib qiymət təklif etsin[37].

Sayt sifariş vermək istədikdə şirkətin əməkdaşlarının təcrübəsindən və peşəkarlığından istifadə etmək lazımdır. Şirkət müəyyən işləri operativ və keyfiyyətli yerinə yetirməklə bərabər “Saytın hazırlanması, reklam olunması” məsələsini kompleks şəkildə həll etməlidir. Bundan əlavə, verilən təklifin keyfiyyətinə diqqət etmək lazımdır. Şirkət sadəcə yaxşı sayt düzəltmir, eyni zamanda münasib qiymətə yaxşı sayt təklif edərək ləvazimatlara da qənaət edir. DigitalStream mütəxəssisləri saytın texniki planda fəaliyyət göstərməsini, biznesinizin inkişafını həyata keçirməsini təmin edir. DigitalStream-də sayt sifariş vermək uğura aparan birbaşa yoldur[37].

3.2. Rəqəmsal iqtisadiyyatın tətbiqi proqramları: Amazon, E-bay auksion

WWW.AMAZON.COM

Amazon.co.uk Amazon EU S.a.r.l., Amazon Services Europe S.a.r.l. və Amazon Media EU S.a r.l. –in ticarətlə bağlı olan adıdır. Bunların hər üçü qlobal pərakəndə onlayn mağaza olan Amazon.com-un Sietl, Vaşinqtonda yerləşən filiallarıdır. Amazon qrupun ABŞ, Almaniya, Fransa, Yaponiya, Çin və Kanadada onlayn mağazaları da mövcuddur. Amazon.co.uk-in müstəqil onlayn mağazalar arasında öz yeri vardır, 1996-cı ildə yaradılan Bookpages, 1998-ci ilin əvvəllərində Amazon.com tərəfindən əldə edilmişdir.

Amazon.co.uk 1998-ci ilin Oktyabrından öz virtual qapılarını açmış və hal-hazırda dünyanın ən böyük müştəri yönümlü şirkəti hesab olunur. Burada müştərilər istədikləri hər bir məhsulu mümkün qədər aşağı qiymətlə əldə edə bilirlər. Amazon.co.uk və digər satıcılar tamamilə yeni, yenidən bərpa olunmuş və istifadə olunmuş kitablar, kinofilmlər (film), musiqi, fərdi kompyuter, videooyunlar, proqram təminatı, elektronika, fotosəkil, ev və bağ, müxtəlif alətlər, oyuncaqlar və oyunlar, uşaq ləvazimatları, ayaqqabı və paltar, bəzək əşyaları və saatlar, gözəllik və sağlamlıq, idman və asudə vaxt üçün lazım olan müxtəlif əşyalar təklif edir. Bundan əlavə biz sizə, doğru seçim etmək üçün alıcının məhsulu nəzərdən keçirməsi və şəxsi tövsiyələrin verilməsi kimi resurslarla da təmin edirik.

Alıcı bu saytla nə edə bilər?

Bu barədə amazon şirkəti aşağıdakıları təklif edir:

-Kitablar, musiqi, DVD, mp3 yükləmələr, kompyuter və elektronika, proqram təminatı, fərdi kompyuter və video oyunlar, ev və bağ, oyuncaqlar və oyun, uşaqlar üçün ləvazimatlar, alətlər, , ayaqqabı və paltar, bəzək əşyaları və saatlar, gözəllik və sağlamlıq, idman və asudə vaxt üçün lazım olan müxtəlif əşyalar bölməsinə baxıb lazımi məhsulu seçə bilərsiniz

-Amazon.co.uk Bazarı, Amazon tərəfindən İcra edilmə yaxud üstünlük əldə etmə proqramları bölməsində öz məhsullarınızı sata bilərsiniz

-Hədiyyə sertifikatları alın yaxud hədiyyə kimi satılan əşyaları hədiyyə kimi göndərin

-Amazon Prime-a qoşul və Amazon.co.uk-də satılan milyonlarla əşyanın bir gün ərzində pulsuz çatdırılması imkanını əldə edin

-Arzu Siyahısı yaradın və arzuolunmaz hədiyyələri qəbul etməyin

-Amazon.co.uk-i mobil telefonunuza yükləyin

-Təvsiyələrə baxın və sizin üçün yeni olan məhsulları tapın

-Amazon.co.uk Associates-ə qoşulun və əmtələri öz saytınız vasitəsilə satmaqla gəlir əldə edin

Amazon.com, Amazon.fr, Amazon.de, Amazon.ca, Amazon.co.jp və Amazon.cn kimi onlayn mağazalara daxil olun və daha geniş çeşidli kitablar, musiqi, elektronika, hədiyyələr və başqa əşyalar əldə edin.

Amazon.com - internet vasitəsilə əmtəə və xidmətlər satan, dövryyəsinə görə dünyanın ən nəhəng şirkətidir. Hal-hazırda Amazon.com internet mağazası özündə onlarla əmtəə növünü birləşdirir, o cümlədən kitablar, kompüter və aksesuarlar, məişət avadanlıqları və texnikası, geyimlər, uşaq oyuncaqları, alətlər, idman malları və s. Amazon.com səylə ABŞ-dan kənar elektron-ticarət bazarlarını da zəbt edir. Amazon Kanadada www.amazon.ca, Böyük Britaniyada www.amazon.co.uk, Almaniya www.amazon.de, Yaponiyada www.amazon.co.jp, Fransada www.amazon.fr və Çində www.amazon.cn. uğurla fəaliyyət göstərir.

E-bay

Auksion proqramı



Şəkil 3.

E-bay məhsul və xidmətlərin satılan auksionu kimi dünyanın ən böyük internet auksionudur. Bu günə olan statistika görə Ebay da qeydiyyatdan keçən əhəlinin sayı artıq 15 milyondan çoxdur. Hal hazırda E-bay internetdə mövcud olan ən populyar ticarət mərkəzidir. Hər gün bu auksionda 30000 kateqoriyada 20 milyon məhsul təqdim olunur. E-bay proqramına daxil olanlar müxtəlif kateqoriyalardan olan məhsulları alıb satmaqla məşğul olurlar. 4 sentyabr 1995-ci ildə ABŞ-ın Kaliforniya ştatının San-Xose şəhərində proqramist Pyer Omidyar AuctionWeb adlı onlayn auksion yaratmışdı. Bu auksionda satılan ilk əşya Omidyarın işləməyən lazer göstərici olmuşdur. Auksionda ona 13.83 ABŞ dolları ödəmişlər. Pyer alıcı ilə əlaqəyə

girib “Siz bilirsiniz ki, lazer göstərici işləmir?”sualını verdikdə ona alıcı “mən məhz işləməyən lazer göstəricilərin kolleksiyasını toplayıram” cavabını vermişdi. İlk vaxtlar sayt tam pulsuz fəaliyyət göstərirdi. Artıq 1995-ci ilin sonunda saytda 1000-dən çox auksion keçirilmişdi. Kampaniyanın indiki E-bay adı 1997ci ildə təsdiqlənib. Əvvəlcə Omidyar, saytı Echo Bay Technology Group adlandırmaq istiyirdi ki, mənsub olduğu konsaltinq firması ilə əlaqələri kəsməsin, lakin EchoBay.com domenini artıq Echo Bay Mines qızıl çıxaran kampaniyaya aid olduğu, saytın adı qısaldılmış şəkildə **Ebay.com** adlandırıldı. Sonrakı illərdə eBay “tolkuçkanı” xatırladan C2C ticarət məkanından B2C məkanına çevrildi. eBay –ın əsas ideyası bütün əhaliyə internet platformasında alqı-satqı etməyə şərait yaratmaqdır. Ebay firması isə bu alqı satqı da vasitəçi rolunu oynamaqdır. Məhsulun qiymətinin ödənilməsi və göndərilməsi Ebay firmasının iştirakı olmadan həyata keçirilir. Lakin platformadan istifadə etmək üçün alıcı və satıcı iştirak haqqı ödəyirlər, və bu da adətən lotun qoyulmasında və satışdan alınan faizdən ödənilir. Alıcılar üçün Ebaydan istifadə pulsuzdur. Ebay gəlirlərini əsasən alıcı və satıcıların alqı satqısından qazandığı üçün alqı-satqı prosesinin maksimum liberal etməyə çalışır və lazımı şəraiti yaratmağa nail olurlar. Alqı-satqı da qanun vericiliyə əks olmayan və Ebayın qara siyahısına düşməyən hər bir məhsulun satışı qəbul olunandır. Satış prosesində satıcı aşağıdakı 3 modeldən birini seçməkdə azaddır.

- **Auksiondan satış**-(ingilis 67ariant: Online Auction);
- **Fiksə olunmuş qiymətlə satış** (Fixed price);
- **Reklam xarakterli elanlar** (Advertising format)

•**Auksiondan satış:**

Belə ki, bu cür satış forması eBay firmasında çox böyük uğurlara səbəb oldu. Satıcı verilmiş məhsulun dəyərini əvvəlcədən müəyyən edilmiş lot vasitəsilə təyin edir. Həmin vaxt satıcı tərəfindən alqı-satqının başlanğıc vaxtı və ümumiyyətlə alqı satqı dövrünü müəyyən edir. Alıcılar isə ixtiyarı an alış prosesinə qoshula bilər.

Bu zaman o öz lotunu müəyyən edə bilər, düzdür digər alıcılar bu qiyməti tezliklə dəyişdirə bilərlər. Ebay da dəyişikliklər həmişə işıqlandırılır. Aukسیونun sonunda yüksək qiyməti verən alıcı məhsulu almış olur.

• Fiksə edilmiş qiymətlə satış.

Satıcı məhsulunu əvvəlcədən təyin olunmuş zaman çərçivəsində qəbul olunmuş məbləğə alıcılara satır. (Buy It Now). Kombinə etmək də mümkündür.

• Reklam elanları

Satıcı müəyyən vaxt çərçivəsində məhsulunu Ebay-ın veb sahifəsində yerləşdirə bilər və orada isə sadəcə 1 satıcının lotu təqdim olunur. Bu məlumatlar adətən eBayShop bölməsində verilir. Burada eyni zamanda satıcının digər malları haqqında da informasiya yerləşdirmək mümkündür.

Bunlardan əlavə eBay proqramı alqı-satqı prosesini daha da yüngülləşdirən digər xidmətlər də təklif edir. Bunlara əsasən VoIP – Skype sistemi və onlayn ödəmə sistemi PayPal kimi xidmətlərdir.

Kompaniyanın cari biznes strategiyası beynəlxalq satışları gücləndirməklə gəlirləri artırmaqdır. Hal-hazırda eBay 20-dən çox ölkədə fəaliyyət göstərir. Bura Çin və Hindistan da aiddir. Yaponiya yeganə ölkədir ki, burada eBay göclü nəqliyyat əldə edə bilmir, bu ölkədə onlayn auksionlarda praktiki olaraq Yahoo dominantlıq edir.

Biznes modelin səmərəliliyi: səbəblər

1. Coğrafi baryerlərin olmaması – alıcı və satıcılar eBay alış-verişində dünyanın ixtiyari yerindən iştirak edə bilərlər, kifayətdir ki, İnternete daxil olmağa imkan olsun. Bütün bunlar onu göstərir ki, dünyanın müxtəlif yerlərində yaşayan satıcı və alıcıları da eyni müvəffəqiyyətlə bu prosesdə iştirak etməkdə davam edə bilərlər.

2. Dil baryerinin olmaması-auksion ticarətdə bir neçə dillərdə alqı-satqı aparılır.Bir çox ölkələrdə eBay-ın lokal filialları milli dildə fəaliyyət göstərirlər.Buna Böyük Britaniya,Almaniya,Hollandiya,Avstraliya və s. ölkələri göstərmək olar.

3. Vaxt məhdudiyyətinin olmaması-eBayda günün 24 saati və həftənin 7 günü ərzində iştirak etmək etmək olar.Satıcılar lotları 10 gün əvvəl qoya bilərlər ki, bu da axtarış etmək tanşlıq və əldə etmək üçün kifayət qədər çox imkan verir.

4. Satıcıların sayının kifayət qədər çox olması-satışda sonsuz sayda assortimentlərin olması çoxsaylı satıcıları bu sayta iştirak etməyə cəlb edir.Həm də iştirak haqqının az olması,iştirak şərtlərinin daha sadə olması çoxlu sayda satıcıları bu portalda iş görməyə cəlb edir.Burada əsas göstəricilərdən biri də hər bir adamın satıcı kimi iştirak etmək hüququ var.

5. Bu satış modelinin multiplikasiya effekti var, belə ki,alıcıların sayının artması satıcıların sayının artmasına təkan verir və bu proses dövrü inkişaf edir.Bütün bunlar eBay.com saytının bütün dünyada geniş şöhrət tapmasına səbəb olmuşdur.

Auksion xidmətləri (Auction Services)

1. eBay Pulse

Bu eBay-da olan daha məşhur sifarişləri barəsində xəbər verən xidmətlərə aiddir.

2. eBay Express

Bu xidmət növü ABŞ da olan müştərilərə xidmət edir,bu xidmətin filialı Böyük Britaniyada da var.

3. Best of eBay

Qeyri adi və unikal lotların axtarışını təşkil edən xidmət növüdür.

4. e-Bay blogs

Buraya müştəri forumları, məhsulların təsviri blokları daxildir.

5. eBay Partner Network

eBayın partnyorlarının şəbəkəsi

İnternet auksionların digərlərindən fərqi

İnternet və ya digər adda onlayn auksion internet vasitəsi ilə həyata keçirilir. İnternet auksion adi auksiondan fərqlənir. Belə ki, burada satış alıcı olmadan yəni, distant formada keçirilir. Belə auksionlarda yaşadığı yerdən asılı olmayaraq hər kəs iştirak etmək hüququna malikdir. Ənənvi auksiondan fərqli olaraq internet auksionlarda vaxtın bitməsini satıcı özü müəyyən edir. İnternet auksionda alınan məhsul poçt vasitəsi ilə alıcıya göndərilir. Alıcı da öz növbəsində malın dəyərində olan pulu satıcının hesabına köçürür. İnternet auksionlar internet kommersiyanın bir hissəsi kimi qəbul olunurlar.

Auksionda olan qeyri standart situasiyalar:

1. Auksionda lot qiyməti dəyişdirmək cəhdi;
2. Çatdırma, ödəmə şəkillərinin dəyişdirilmə arzusu;
3. Lotun vaxtından əvvəl auksiondan çıxarmaq cəhdi;
4. Auksion başlayandan sonra lota aid olan məlumatların dəyişdirilməsi;
5. İstənməyən alıcının auksiondan uzaqlaşdırılması;
6. Stavka edildikdən sonra imtina;
7. Alıcının ödəmədən imtina etməsi;
8. Ödəmədən sonra məhsulun çatdırılmaması;

Ebayın əldə etdikləri:

1. 1999- cu ilin may ayında BİLLpoint in onlayn ödəmələrini əldə etmişdi,lakin PayPal dan sonra bağlanmışdır.
2. 1999-cu ildə eBay Butterfield&Butterfield auksionunu əldə etmişdir.Lakin 2002 ci ildə Bonhams firmasına satmışdır.
3. 1999- cu ildə Ebay Mark və Oliver Zamverlerdən 43 milyon dollar Alondo auksionunu almış və sonralar bu auksion eBay Germany adlanmışdır.
4. 2000-ci ilin iyun ayında Half.com saytını alır, sonradan bu eBay Marketplace olur.
5. 2001- ci ildə eBay Mercado Libre, Lokau və iBazar-latin Amerikası auksionlarını alır.
6. 2002-ci ildə e-Bay PayPal – ı satın alır.
7. 2003-cü ildə eBay qabaqcıl Çin firması olan Inc EachNet i-ə 150 milyon dollar ödəməklə sahib olur.
8. 22 iyun 2004- cü ildə e-Bay Hindistanda Baaze saytını alır .
9. 2004 -cü ilin sentyabrında eBay Koreya bazarında irəliləyir.
10. 2004-cü ilin noyabrında eBay alman firması Marktplaatsı ələ keçirir və buna 225 milyon evro pul xərcləyir.
11. 2004 -cü ilin dekabrında eBay 30 milyon dollar pulla,385 milyon eBay aksiyaları verməklə rent.coma sahib olur.
12. 2005 -ci ilin mayında eBay Gumtree firmasını ələ keçirir ki, bu firma da İngiltərənin reklam saytları şəbəkəsi idi.
13. 2005ci ilin iyununda eBay 635 milyon dollara Shopping.com saytına sahib olur.
14. 2005ci ilin avqustunda eBay Skype kampaniyasının 30% səhmlərini 2.6 milyard dollara əldə edə bilir.

Ebay da satılan çox dəyərli məhsullar haqda məlumat:

1. 1666-cı ildə böyük London yanğınının salamat çıxmış Şekspirin “Prince of Tyre” əlyazması-340 illik tarixi olan-5 milyon funt sterlinq;
2. Grumman Gulfstream təyyarəsi -4.9 milyon dollar;
3. 1993 cü il istehsalı sarı McLaren F1(dünyada yalnız bir sarı McLaren var)-1.7 milyon dollar;
4. Honus Vaqnerin beysbol kartı109 cu il,1.65 milyon dollar;
5. Daymond Leyk kurortu,qərbi Kentukki,ABŞ(1.2 milyon)
6. Ferrari Enzo 975000 dollar;
7. Black Betsy nun beysbolisti Jo Jeksonun bitası-577610 dollar;
8. Əfsanəvi Tayqer ilə qolf oyunu(425000dollar).

Ebay- da aldadılma və möhtəkirlik halları çox cüzi olsa da onlar haqqında da məlumat vermək lazımdır.eBay da bu halları aradan qaldırmaq üçün müxtəlif üsullar var:Hər bir alıcı və satıcı hər bir alqı-satqı prosesindən sonra partyoru haqda müəyyən bir rəy qoya bilər bu da onların reytinginə təsir edəcək.Reyting “pozitiv”,”neqativ”,və ya “neytral” ola bilər.



Şəkil 4.

Bu məhsullar incəsənət və antikvariant məhsullarından tutmuş yeni texnoloji məhsullara qədər dəyişə bilər. Ebay da dünyanın hər bir yerində yaşayan əhali qrupları iştirak edə bilər. Ebay auksionunun xarakterik cəhətlərindən biri burada satılan məhsulların, xüsusi ilə yeni texnoloji məhsulların - noutbukların, mobil telefonların ən ucuz satıldığı bir ticarət məkanıdır. Burada 50 dollardan başlayan notbuklara, 1 dollardan başlayan mobil telefonlara belə rast gəlmək olar. Həm dünyanın digər ölkələrində, həm MDB ölkələrində, o cümlədən bizim ölkədə minlərlə istifadəçi bu proqramdan yararlanaraq həm sərfəli qiymətə məhsulları əldə edə bilir, həm də satış prosesində iştirak edir. Alqı-satqı prosesində işi daha da asanlaşdırmaq üçün və ümumiyyətlə bu proqramda iş prosesinin təşkilində yardımçı olmaq üçün çoxlu sayda vasitəçi firmalar da mövcuddur.

E-bay proqramında qeydiyyat tamamilə pulsuzdur. Snaypinq ingiliscə snayper ,gizli yerdən atəş açmaq deməkdir,sual ola bilər e-bay auksionunda snaypinq hansı funksiyaları daşıyır.Snaypinq xüsusi proqrama əsaslanaraq auksionda sərfəli siyasət qurmaq və auksionu bütün mümkün hallarda udmaq bacarığıdır.Bu xidmət onlayn rejimdə işləyir və bir neçə addımdan ibarətdir:

- Siz auksionda maksimal qoya biləcək lotu müəyyən edirsiniz.
- Bu xidmət sonda avtomatik olaraq situasiyanı qiymətləndirir və sizin üçün ən səmərəli lotu qoyub sizi qalib edir.

Bu xidmətin xeyri ondan ibarətdir ki,siz bilavasitə alqı-satqıda iştirak etmirsiz,ona görə də səhv edərək qiyməti süni surətdə qaldırmırsız,lakin sonda əlverişli qiymətlə məhsula sahib olursuz.Adətən belə xidmətlər pulludur və bu barədə proqramın özündə tam məlumata sahib olmaq olar.E-bayda iştirak edib və məlumatsızlıq ucbatından sonsuz məhkəmə çəkişmələrindən uzaq olmaq üçün satılması qadağan olan məhsulları tanımaq lazımdır bunlar 11 məhsuldur:

1. Oğurluq musiqi və video yazılar,burada tv şouların kompüterə yazılması və sonra satılması və ya gizli kamera ilə çəkilənlər və ya Hollivud premyeralarının satılması başa düşülməkdir.

2. Lisenziyası olmayan bəzi proqramların , populyar oyunların satışa çıxarılması;

3. Brend malların kopyasını satışa çıxarmaq;

4. Digər satıcıların məhsullarına verdikləri təsvirləri öz məhsullarına yalnız olaraq aid etmək;bu barədə e-bay də daxili proqram var və bu proqram vasitəsi ilə yalan və şişirdilmiş təsvirli məhsullar satışdan çıxardılır.

5. Alkoqollu içkilərin satışı da eyni zamanda qadağan olunur.lakin burda bəzi istisnalar var,belə ki,cox eksklyuziv ,xüsusi şüşəyə və ya çox məşhur brendə malik olan içkiləri təqdim etmək olar.

6. Siqaretlər, sigarlar, iynəmək üçün tütün və bu tipdə olan məhsulları əldə etmək üçün kuponların satılması qadağan edilir. Lakin burada da istisnalar yox deyildir, belə ki, əgər bunlar:

- Kolleksiya məhsuludur
- əgər məhsul qablaşdırılıb və açılmayıbsa;
- satıcı əgər tütün məhsulunu təqdim edirsə alıcının yaşının 18-dən çox olmasını nəzərə almalıdır.

7. Odlu silah satışı qəti qadağandır.

8. Televiziya və sputnik deşifratorlarının satılması ;

9. Diri heyvanların və onların çuçələrinin və dərilərinin satılması

10. Müxtəlif tədbirlərə biletlərin satılması, burada istisna o ola bilər ki, bu biletlər 1 dollardan baha olmasın.

11. Lotereya və prizlərin satılması da həmçinin qadağan edilir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Müasir dövrdə İKT-nin iqtisadiyyatın real sektorlarında geniş istifadə olunması təsərrüfatların bazar infrastrukturunu (maliyyə, ticarət, biznes və s.) informasiya texnologiyaları əsaslarına çevirməyə imkan verir. Bu isə elektron biznes mühitinin texnoloji bazisinin, elektron kommersiyasının, informasiya-marketing şəbəkələrinin yaradılmasına imkan verir[39].

Rəqəmsallaşan dünya ilə istehlakçı profili və istehlak vərdisləri dəyişəli çox oldu. Marketing şəkilləri və strategiyaları da ... İnternetdən sonra iqtisadiyyat yeni bir çağa girmişdi onsuz da. Beləliklə kiçikdən başlayan dəyişmə nəhəng bir iqtisadiyyat meydana gətirdi: Rəqəmsal İqtisadiyyat. Yaşanan texnoloji və informasiya inqilabı nəticəsində doğan yeni iqtisadiyyat modeli. Bankçılıqdan, səhiyyə sektoruna, təhsildən, online pərakəndə və satışa, e-ticarətdən müştəri xidmətlərinə və reklam sektoruna uzanan nəhəng bir iqtisadiyyatdır. Məşğulluğu ayrı, istehsalı ayrı, istehlakı ayrı.

Son dövrlərdə aparılmış tədqiqatların nəticələri göstərir ki, internet texnologiyalarının marketingə tətbiq edilməsi prosesi real iqtisadi səmərə verir. Bu isə şirkətlərə həm məsrəflərini azaltmağa, həm dəgəlir səviyyəsini artırmağa imkan yaradır. İnformasiya cəmiyyətinin bugünkü vəziyyətində internet-marketingin rolu artmaqda davam edir [39].

Məkan baryerlərinin qısaldılması hər zaman insanlara daha az xərclərlə öz iqtisadi fəaliyyətini koordinasiya etməyə imkan verən yeni sosial şəbəkələrin yaradılmasını stimullaşdırmışdır. Belə şəbəkələrdən biri və ən geniş yayılmış olan İnternet şəbəkəsidir. İnternet şəbəkəsi iqtisadiyyatda həm mikro, həm də makro səviyyədə böyük dəyişikliklərə səbəb olmaqla yeni eranın əsasını qoymuşdu.

Məlumdur ki, 1990 - ci illərdə, internet bumu yaşanan zaman bəzi firmalar internetin onların qarşısında açdıqları imkanları düzgün dəyərləndirə bilmədilər. Bir

qrup şirkətlər isə uzun müddət İnternetdən öz biznesin inkişaf istiqamətində istifadəyə real baxmırdı. Nəticədə "onlayn" şirkətlər "ənənəvi" şirkətlərə ciddi rəqib oldular və onların biznesi üçün real təhlükəyə çevrildilər.

Təcrübə göstərir, bu yeniliklərin iqtisadiyyatda ləng tətbiqi Qərbi Avropa ölkələri və Rusiya şirkətləri üçün mənfi nəticələnmişdir. Bu yeniliklərin tətbiqini labüd hesab edən ölkələr "rəqəmsal iqtisadiyyat"ı ümumi iqtisadiyyatın lokomotivinə çevirməyi qarşısına məqsəd qoydu. Çünki, internet iqtisadiyyatı daha qlobal xarakter daşıyır. Amma bu o demək deyil ki, bütün dünya ölkələri elektron ticarət infrastrukturunu eyni dərəcədə inkişaf etdirir və bu sahədəki nailiyyətləri öz milli iqtisadiyyatlarına eyni dərəcədə tətbiq edirlər.

Rəqəmsal iqtisadiyyat anlayışının mahiyyətinə nəzər saldıqda onun sərhədsiz olduğunu qeyd etmək olar, ancaq Avropada “ Rəqəmsal Vahid Bazarı”hələki parçalanmış vəziyyətdədir və fərqli bazar təcrübələrinə əsasənformalaşdırılır. Beləliklə, Avropa “Rəqəmsal Vahid Bazarı”nı bütünlüklə inkişaf etdirərək 2020-ci ildə 500 mld Avro gəlir qazanacaq. Dövlət orqanlarına məxsus olan informasiyaların yenidən istifadə olunması, e- identifikasiya,e-imza və s. təkliflər daxil edilməklə, qalan maneələri aradan qaldırmaq,problemləri həll etmək Avropa Rəqəmsal Gündəliyinin əsasını təşkil edir[31].

Bu gün dünya daxilində Birləşmiş Millətlər tərəfindən 10 trilyon dollar olaraq ifadə edilən bir iqtisadi həcm mövcuddur. Bu məbləğin internet vasitələrinin istifadəsi nəticəsində meydana gəlidiyi qəbul edilir. Gözlənilən o ki dünyanın inkişaf etmiş iqtisadiyyatlarından ibarət G20 ölkələrində 'internet iqtisadiyyatı' 2016-ci ildə iki qatına çıxacaq. İnternetin nəhəng şirkəti Google tərəfindən Boston Consulting Group-una (BCG) etdirilən araşdırmaya görə, bu artımın böyük hissəsi mobil cihazlar və cib telefonlarının daha geniş istifadəsindən gələcək.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Abbasov Ə.M., Əlizadə M.N. İnformatika və kompüterləşmənin əsasları. Bakı, 2006
2. <http://ict.az/az/content/203>
3. <http://www.azlibnet.az/pdf/serencamlar/sr1.pdf>
4. <http://www.mincom.gov.az/fealiyyet/it/>
5. Electronic Commerce: Theory and Practice (Studies in Computational Intelligence), Makoto Yokoo, Springer, 2008;
6. Kərimov S.Q. İnformasiya sistemləri. Bakı, 2008
7. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. СПб: Питер, 2003.
8. D.Tanskot : “Elektron – rəqəmsal cəmiyyət: şəbəkə intellektinin müsbət və mənfi cəhətləri.
9. Юрасов А. В., Основы электронной коммерции, горячая линия-Телеком, Москва, 2007 год
10. Dobrynin.A, Konstantin. C, Vasily. K, Pavel. K, Sinyagov.S, The Digital Economy - the various ways to the effective use of technology, International Journal of Open Information Technologies ISSN: 2307-8162 vol. 4, no. 1, 2016
11. Elektron ticarət haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu 2005-ci il http://www.e-qanun.az/alpdata/framework/data/10/f_10406.htm
12. Əkbərov.M Elektron kommersiya,dərs vəsaiti 2011
13. Хохлачева Н. В. Электронная коммерция. Москва, Эко-Трендз, 2005.
14. Костяев Р.А. Бизнес в Интернете: финансы, маркетинг, планирование. СПб.: БХВ- Петербург, 2002.
15. Макаренкова Е.В. Сетевая экономика: учебное пособие.
16. Кристальный Б.В., Травкин Ю.В.. Электронное правительство. Опыт США. Москва: Эко-Трендз, 2003.
17. Mahmudov R.Ş. İnternet iqtisadiyyatının elmi-nəzəri əsasları, İnformasiya

cəmiyyəti problemləri, 2015, №1, 56-

63 <http://jpis.az/storage/files/article/c60777c0f1fc7b582d12547da2686cb2.pdf>

18. Mahmud Məmmədov İnformasiya iqtisadiyyatı (mühazirələr) .
19. Martin Creaner Dijital Ekonomiye Anlamak.
20. Mesenbourg, T.L. (2001). Measuring the Digital Economy. U.S. Bureau of the Census
21. Нижегородцев Р.М. Информационная экономика. Кн. 2. Управление беспорядком: экономические основы производства и обращения информации. Москва–Кострома, 2002.
22. Самойлов А.М. Электронная коммерция в системе современного бизнеса. Автореферат канд. дис. на соис-е уч. ст. экон-ких наук. Москва, 2004 г.
23. Семенов А., Переверзев Л., Булин-Соколова Е. Информационные и коммуника- ционные технологии в общем образовании. Теория и практика. ЮНЕСКО, 2006.
24. <https://www.e-gov.az/>
25. <http://president.az/articles/564>
26. <http://www.asan.gov.az/>
27. <http://president.az/articles/1589>
28. <http://e-qanun.az/>
29. <http://www.emunis-ist.org>
30. <https://www.e-gov.az/az/content/read/2>
31. <https://www.e-gov.az/az/news/read/44>
32. http://www.azerbaijans.com/content_606_az.html
33. http://www.anl.az/down/meqale/uc_noqta/2013/aprel/304206.htm
34. <http://vergijurnali.az/upload/File/2013-N2p1.pdf>
35. <http://www.oecd.org/internet/oecd-digital-economy-outlook-2015-9789264232440-en.htm>
36. <http://www.card.az/2/>

37. <http://www.dsmaill.ws/>
38. http://www.erc.az/files/neshrlar/munic_concept.pdf
39. <http://kayzen.az/blog/informatika/page3/>
40. <http://injoit.org/index.php/j1/article/download/266/211>

РЕЗЮМЕ

В предложенной магистерской диссертации является продолжением рассмотрения практического применения элементов цифровой экономики. В работе идет речь о таких новейших технологиях, как системы информационного моделирования, интернет вещей, и других, составляющих собой к настоящему времени понятие Интеллектуальной (Smart) системы [40]. Цифровая экономика сейчас пронизывает бесчисленные аспекты мировой экономики ,воздействуя на такие разнообразные отрасли как банковская, розничной торговли, энергетика,транспорт, образование, издательское дело, СМИ или здравоохранение.

Информационно-коммуникационные технологии преобразуют способы социального взаимодействия и личные отношения, при этом происходит конвергенция стационарных,мобильных и вещательных сетей, аппаратов и предметов, все больше подключенных друг к другу для формирования Интернета вещей.

Summary

The proposed masters thesis is a continuation of the review of the practical application of the elements of the digital economy. The paper deals with the latest technologies such as buildings information modeling, the Internet of Things , and other components are so far the concept of Intelligent (Smart) systems [40].

The digital economy now permeates countless aspects of the world economy, impacting sectors as varied as banking, retail, energy, transportation, education, publishing, media or health. Information and Communication Technologies are transforming the ways social interactions and personal relationships are conducted, with fixed, mobile and broadcast networks converging, and devices and objects increasingly connected to form the Internet of Things[35].

