

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

**“Azərbaycanda elektron ticarət fəaliyyətinin tənzimlənməsinin təşkilati-
hüquqi məsələləri” mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Məlikzadə Aynur Elmir

BAKİ – 2019

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

BMDM-in direktoru
i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fariz Saleh
“ ___ ” _____ 2019-cu il

**“Azərbaycanda elektron ticarət fəaliyyətinin tənzimlənməsinin təşkilati-
hüquqi məsələləri” mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060404 -“İqtisadiyyat”

İxtisaslaşma: “İqtisadiyyatın hüquqi tənzimlənməsi”

Qrup: 30

Magistrant

Məlikzadə Aynur Elmir

_____ **imza**

Elmi rəhbər

i.e.n., dos. İsayev Söhrab Zülfüqar

_____ **imza**

Proqram rəhbəri

i.ü.f.d.,b.m. Hümbətova Suqra İnqilab

_____ **imza**

Kafedra müdiri

i.e.d., prof. Kəlbiyev Yaşar Atakişi

_____ **imza**

BAKİ – 2019

Organizational-legal issues of regulation of electronic commerce activity

Summary

The form of trade activity using information and telecommunication networks is e-commerce. In connection with the development of e-commerce in Azerbaijan, it is necessary to create legislative support for e-commerce as a special type of entrepreneurial activity. The provisions of international documents on e-commerce have not been reflected yet in the existing Azerbaijani legislation. Certain development trends are observed in the system of legislative acts on electronic signatures, electronic payments, electronic documents. The purpose of the dissertational work is to investigate organizational issues related to the regulation of the electronic commerce, which has emerged as a new type of activity as a result of the application information communication technologies. These are the tasks of the dissertational work:

To give general characteristic of e-commerce;

To examine the role of e-commerce in modern foreign economic relations;

To examine the situation of the legislative base on e-commerce in the Republic of Azerbaijan;

To put forward proposals on improvement of legislative acts in the field of e-commerce.

In the dissertational work, analysis, synthesis, systematic analysis, comparison and theoretical research methods were used based on the purpose of the study. The information base of the dissertational work is made up of internet sites, local and foreign literature materials related to e-commerce. The results obtained from the dissertational work can be used in the legislative activity, in the corporate sphere, as well as in the educational process by organizations related to e-commerce in order to support the relations in the field of e-commerce in the legislation.

Keywords: internet, electronic commerce, information.

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

AB	Avropa Birliyi
ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları
BMT	Birləşmiş Millətlər Təşkilatı
ECOM	Elektron Ticarəti Təşviq Konseyi
EDİ	Elektron Məlumat Mübadiləsi
EFT	Elektron Pul Köçürmələri
GTPNet	Qlobal Ticarət Məntəqələri Şəbəkəsi
İKT	İnformasiya Kommunikasiya Texnologiyaları
ITC	Beynəlxalq Ticarət Mərkəzi
KOM	Kiçik və Orta müəssisələr
MÖS	Milli Ödəniş Sistemi
MSXM	Milli Sertifikat Xidmətləri Mərkəzi
NSL	Beynəlxalq Magistratura və Doktorantura Mərkəzi
OECD	İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı
SXM	Sertifikat Xidmətləri Mərkəzi
UNCITRAL	Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Beynəlxalq ticarət hüquqları üzrə Komissiyası
UNECE	Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Avropa İqtisadi Komissiyası
ÜTT	Ümumdünya Ticarət Təşkilatı
ÜDM	Ümumi Daxili Məhsul
WIPO	World Intellectual Property Organization

	GİRİŞ.....	7
I Fəsil	ELEKTRON TİCARƏTİN TƏNZİMLƏNMƏSİNDƏ DÖVLƏTİN ROLU.....	9
	1.1. Elektron ticarətin təşəkkülü və onun spesifik xüsusiyyətləri.....	9
	1.2. Elektron ticarətin xarici iqtisadi əlaqələrdə yeri və rolu.....	16
	1.3. Elektron ticarət sahəsində dövlət tənzimləməsinin zəruriliyi.....	20
II Fəsil	AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA ELEKTRON TİCARƏT FƏALİYYƏTİNİN TƏNZİMLƏNMƏSİNİN TƏŞKİLATİ HÜQUQİ MEXANİZMİ.....	25
	2.1. Azərbaycanda elektron ticarət fəaliyyətini təmin edən qanunvericilik aktları sistemi.....	25
	2.2. Respublikamızda elektron ticarətin fəaliyyətinin müasir vəziyyətinin təhlili.....	34
	2.3. Elektron ticarət sahəsində dövlətin iqtisadi maraqların qorunmasının təmini.....	44
III Fəsil	ELEKTRON TİCARƏTİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ.....	49
	3.1. Elektron ticarət sahəsində qanunvericilik aktlarının təkmilləşdirilməsi istiqamətləri.....	49
	3.2. İnternet texnologiyalarından istifadə sahəsində dövlətin iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin edilməsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri.....	54
	3.3. Elektron ticarət sahəsində dövlətin iqtisadi maraqların qorunmasının təmini.....	59
	NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	69
	İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT.....	71
	Qrafiklərin siyahısı.....	74
	Şəkillərin siyahısı.....	74

GİRİŞ

Mövzunun aktualığı. Yaşadığımız sonuncu yüzillikdə baş verən texnoloji dəyişikliklər özü ilə bərabər yeni xidmətlər gətirmişdir. Bu xidmətlərdən biri də elektron ticarət olmuşdur. Ticarət fəaliyyəti malların alınması və satılması ilə bağlı sahibkarlıq fəaliyyətidir. Ticarət fəaliyyətinin informasiya və telekommunikasiya şəbəkələrindən istifadə edilən forması elektron ticarətdir. Hər yerdən ticarət fəaliyyətini həyata keçirməyə imkan verən elektron ticarət, boş vaxta olan ehtiyacın artdığı bugünkü gündə insanları önəmli bir yükədən xilas edir. Elektron ticarət sahəsində baş verən dəyişiklik və yeniliklərin nəticəsində bir çox ölkə bu sahəni öz gündəminə almış və elektron ticarət anlayışını müxtəlif tərəfləri ilə araşdırmağa başlamışdılar. Müxtəlif üstün cəhətləri sayəsində elektron ticarətə həm firmalar, həm də istehlakçılar tərəfindən üstünlük verilir. Elektron ticarət məhsul seçimlərinin artmasını, məhsulların keyfiyyətinin artmasını, ödənişlərin sürətli bir şəkildə həyata keçirilməsini təmin edir. Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı ilə əlaqədar olaraq, elektron ticarət üçün sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusi növü kimi qanunvericilik dəstəyi yaratmaq lazımdır. Elektron ticarətlə bağlı beynəlxalq sənədlərin müddəaları hələ də mövcud Azərbaycan qanunvericiliyində tam sürətdə öz əksini tapmamışdır. Elektron imzalar, elektron ödənişlər, elektron sənədlər üzrə qanunvericilik aktları sistemində müəyyən inkişaf tendensiyaları müşahidə olunmaqdadır.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi. Elektron ticarət son zamanlar yeni imkanlar yaradır. Elektron ticarətin potensialının tam reallaşdırılması üçün müəyyən problemlərin həll olunması lazımdır. Elektron ticarət fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün lazımi şərait həm istehlakçı, həm də istehsalçı tərəfindən sistemin problemsiz həyata keçirilməsi üçün təmin olunmalıdır. Dünyanın hər yerindəki istehlakçıların bazara yeni daxil olan məhsullar haqqında məlumat əldə edə bilmələrini, yeni istehlakçıların da dünya bazarına asanlıqla daxil olmalarını təmin edir. Elektron ticarət bazar uzaqlıq, məlumat əskikliyi və tələbə uyğun istehsal həyata keçirə bilməmək kimi ənənəvi ticarət maneələrini dəf edir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Tədqiqat işinin məqsədi informasiya kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi nəticəsində yeni fəaliyyət növü kimi meydana çıxmış elektron ticarətin tənzimlənməsi ilə bağlı təşkilati məsələləri tədqiq etməkdir.

Tədqiqatın vəzifələri bunlardır:

-Elektron ticarətin ümumi xarakteristikasını vermək

-Müasir xarici iqtisadi əlaqələrdə elektron ticarətin rolunu araşdırmaq

-Azərbaycan Respublikasında elektron ticarətlə bağlı qanunvericilik bazasının vəziyyətini araşdırmaq

-Elektron ticarət sahəsində qanunvericilik aktlarının təkmilləşdirilməsinə dair təkliflər irəli sürmək.

Tədqiqatın obyekt və predmeti. Tədqiqatın obyekt elektron ticarət və elektron ticarət fəaliyyəti ilə bağlı ortaya çıxan məsələlərdir. Tədqiqatın predmeti isə elektron ticarət fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesində hüquqi mexanizmin yerinin və rolunun müəyyənləşdirilməsidir.

Tədqiqat metodları. Tədqiqat işində işin məqsədi əsas götürülərək analiz, sintez, sistemli təhlil, müqayisə və nəzəri tədqiqat metodlarından istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın informasiya bazası. Tədqiqatın informasiya bazası qanunvericilik aktları, internet saytları, elektron ticarətlə bağlı yerli və xarici ədəbiyyat materiallarından təşkil olunmuşdur.

Nəticələrin elmi-praktiki əhəmiyyəti. Tədqiqat nəticəsində əldə edilmiş nəticələr elektron ticarət sahəsində yaranan münasibətlərin qanunvericilikdə dəstəklənməsi üçün qanunvericilik fəaliyyətində, elektron ticarətlə bağlı olan təşkilatlar tərəfindən korporativ sahədə, habelə tədris prosesində istifadə edilə bilər.

Dissertasiya işinin strukturu və həcmi. Dissertasiya işi giriş, üç fəsil, doqquz paraqraf və nəticədən ibarətdir.

I Fəsil AZƏRBAYCANDA ELEKTRON TİCARƏTİN TƏNZİMLƏNMƏSİNDƏ DÖVLƏTİN ROLU

1.1. Elektron ticarətin təşəkkülü və onun spesifik xüsusiyyətləri

Elektron ticarət termini ümumiyyətlə komputer və digər elektron avadanlıqlardan istifadə edərək həyata keçirilən müqavilələr və ödənişləri nəzərdə tutur. Elektron ticarətin sərhədi və miqyası məlum olmadığına və daim inkişaf etdiyinə görə ona dəqiq tərif vermək çətin olsa da geniş yayılmış bəzi tərifləri qeyd etmək olar.

Ümumdünya Ticarət Təşkilatının (ÜTT) tərfi bu şəkildədir: “Elektron ticarət mal və xidmətlərin istehsal, reklam, satış və yayılmasının telekommunikasiya şəbəkələri vasitəsilə həyata keçirilməsidir.” (WTO, Understanding the WTO: E-Commerce, tarixsiz).

OECD isə elektron ticarəti belə ifadə etmişdir: “Elektron ticarət təşkilat və subyektlərin mətn, səs və şəkillər də daxil olmaqla rəqəmsal məlumatların işlənməsi və köçürülməsi əsasında bütün ticarət əməliyyatlarının aparılmasıdır.” (S., Nirvikar, 2004).

Elektron ticarətin əsas 6 modeli mövcuddur:

1. Business-to-Consumer (B2C).
2. Business-to-Business (B2B).
3. Consumer-to-Consumer (C2C).
4. Consumer-to-Business (C2B).
5. Business-to-Administration (B2A).
6. Consumer-to-Administration (C2A).

1. Elektron ticarətin B2C modeli təşkilat və istehlakçı arasındakı transaksiyanı əhatə edir. Bu elektron ticarət kontekstində ən geniş istifadə olunan modellərdən biridir.

2. B2B modeli istehsalçı və topdansatış və ya pərakəndə satış şirkətləri arasındakı satış əməliyyatları ilə əlaqəlidir. Bu növ elektron ticarət istehlakçı yönümlü deyil və yalnız biznes subyektləri arasında olur.

3. Elektron ticarətin ən köhnə formalarından biri C2C biznes modelidir. Bu model istehlakçılar arasında məhsul və ya xidmət satışı ilə əlaqədardır.

4. C2B ənənəvi elektron ticarət modelini ləğv edir. C2B onu bildirir ki, individual istehlakçılar öz məhsul və ya xidmətlərini biznes-alıcılara təqdim edirlər.

5. B2A modeli biznes təşkilatları və adminstrasiyalar (dövlət-hökumət) arasındakı onlayn transaksiyaları əhatə edir.

6. Bu modeldə isə istehlakçılar öz məhsul və ya xidmətlərini adminstrasiyalara (hökumət) satırlar. C2A təhsil üçün onlayn məsləhətləşmələri, onlayn vergi hazırlığını və s. əhatə edə bilər.

İki model - B2A və C2A informasiya texnologiyalarının dəstəyi ilə hökumət daxilində səmərəliliyin artırılmasına yönəldilmişdir.

Elektron ticarətin əsası 1960-cı illərdə ABŞ-da qoyulmuşdur. Bir neçə il bundan əvvəl elektron ticarət bu qədər geniş yayılmamışdı. Lakin hazırda elektron ticarət həyatımızın hər bir sahəsində istifadə olunur. Yeni texnologiyalar, yeni kəşflər, online bazara qoşulan minlərlə təşkilatla birlikdə elektron ticarət günü gündən inkişaf edir. Elektron ticarətin inkişaf illərini 3 qrupa ayırmaq olar:

1) 1960-1982-ci illər

Elektron ticarət üçün yol açan əsas faktor Elektron Məlumat Mübadiləsinin (Electronic Data Interchange) inkişafı oldu. EDI məlumatların ənənəvi elektron poçt və faks yolu ilə mübadiləsinə bir kompüterdən digərinə rəqəmsal məlumat mübadiləsi ilə dəyişirdi. Elektron ticarət tətbiqetmələrinin inkişafı 1970-ci illərdə kompüter əsaslı sistemlərin maliyyə əməliyyatlarını elektron olaraq həyata keçirilməsini təmin edən Elektron Pul Köçürmələri (Electronic Funds Transfer) ilə başlanmışdır. (<https://ecommerze.wordpress.com/>, 03.08.2013).

2) 1982-1990-cı illər

Ən başından bəri B2B elektron ticarətin qazanlı olacağı proqnozlaşdırılırdı. Amma şəxsi kompüterlərin və internetin istifadəsi geniş yayılmadan elektron ticarətin B2C modelində uğur qazanmaq mümkün olmazdı. 1982-ci ildə Fransa Minitel adlı internet xidmətini qurdu. Onlayn xidmət telefon xəttləri vasitəsilə

istifadə olunan Videomax cihazını istifadə edirdi. Minitel telefon istifadəçiləri üçün ödənişsiz idi və milyonlarla istifadəçini kompüter şəbəkəsinə qoşmuşdu. 1999-cu ildə 9 milyondan çox Minitel terminalı paylanmış və bu əlaqəli şəbəkə cihazlarına 25 milyon istifadəçi qoşulmuşdu.

1991-ci ildə Minitel sistemi zirvə nöqtəsinə çatdı və internetin uğurundan üç il sonra özünün çökməsi ilə qarşılaşdı. Nəhayət, 2011-ci ildə Fransa Minitel Telekomun bağlandığını elan etdi. (Merchant Miva, 2013).

3) 1990-cı illərdən bugünə

1990-cı ildə Tim Berners Lee dostu Calilliau ilə birlikdə “World Wide Web” (www) adlanan hipermətn layihəsini həyata keçirmək üçün təklif nəşr etdi. Həmin il Lee Next kompüterini istifadə edərək ilk veb server və internet brauzerini yaratdı. Qısa bir müddət sonra 6 avqust 1991-ci ildə o, İnternetdə ictimai bir xidməti təqdim etdi. Berners Lee internetlə hipermətni inteqrasiya etməyə qərar verəndə bu proses onu URL, HTML və HTTP-ni inkişaf etdirməyə məcbur etdi. 1991-ci ildə Milli Elm Fondu (National Science Foundation - NSF) internetin ticari istifadəsi üzərindəki məhdudiyyətləri ardan qaldıranda internet və online alışveriş nəzərə çarpacaq qədər böyüdü. 1995-ci ilin sentyabr ayında NSF domen adlarının qeydiyyatı üçün ödəniş tələb etməyə başladı. O zaman qeydiyyatı alınmış domen adlarının sayı 120000 idi. 3 il ərzində bu rəqəm 2 milyonu keçdi. Bu müddət ərzində NSF-in internet üzərindəki rolu sonlanmağa doğru gedirdi. Ən başından bəri onlayn alışverişlə bağlı tərəddütlər var idi. Amma təhlükəsizlik protokolu olan SSL şifrələmə sertifikatının 1994-cü ildə Netscape tərəfindən inkişaf etdirilməsi internet vasitəsilə məlumat mübadiləsinin etibarlılığını artırmışdı. Veb brauzerlər saytların təsdiqlənmiş SSL sertifikatının olub olmadığını yoxlaya bilir və buna əsasən sayta etibar edilib edilməyəcəyini təyin edə bilirdilər. Hazırda SSL şifrələmə sertifikatları veb təhlükəsizliyin mühüm bir hissəsidir. (Merchant Miva, 2013).

Elektron ticarət alış-satış prosesi ilə birlikdə, istehsalçı firma tərəfindən istehsal prosesinin izlənməsini də təmin edən mühüm bir vasitədir. İstehsal proseslərində daha məhsuldar bir istehsal planlaşdırmaq və onu bazara çıxarmaq

üçün müəyyən edəcəyi strategiyayı elektron ticarət elementləri vasitəsi ilə daha asanlaşdırır. İstehsal edilən malların miqdarı və bölgələr tərəfindən göndərilmə prosedurları elektron ticarət vasitəsilə asanlıqla müəyyən edilə bilər. İstehsalçı və satıcı subyektləri arasında əlaqələndirilmənin təmin edilməsində mühüm amil olan elektron ticarət, tərəflərin dərhal öz tələblərini müəyyənləşdirə və bir-birinə bildirə biləcəyi mühiti təmin edərək dərhal dəyişikliklərə uyğun bir profil göstərir. Tərəflərə sifarişləri dərhal qəbul etməyə imkan verən elektron ticarət sayəsində, istənilən vaxt və yerlərdə alış-veriş etmək imkanı təmin edilir və bu imkan sayəsində dünya miqyasında ticarət həcmının artmasına mühüm töhfələr verilir. Bu, istehlakçı tərəfindən tələb olunan məhsullara çatmaq baxımından əhəmiyyətli üstünlüklər yaradır və vaxt və məkan məhdudiyyətlərini aradan qaldıraraq tələb edilən məhsullara daha asan çatma imkanını yaradır. Təqdimat prosesləri də elektron ticarət vasitəsi ilə daha asanlıqla həyata keçirilə bilər. İnternetin geniş yayıldığı bir zamanda məhsul təqdimatları da daha geniş bir şəkildə həyata keçirilir. İnternet saytlarında reklam yerləşdirərək məhsul təqdimatı etmək hazırda geniş istifadə olunan bir üsuldür. Ödəmə prosesinin virtual mühitdən həyata keçirilməsi şirkətlər və banklar üçün müsbət amildir. Bu sayədə banklar baxımından ödəniş müddətləri qısalır, firmalar baxımından isə əldən ödəniş zəruriliyi aradan qalxır. Bazar baxımından baxıldığında isə bu sayədə qismən də olsa likvidlik çətinliyi aradan qalxmaqdadır. Başqa bir ünsür olan elektron pul ilə ödəniş etmək yolu ilə alqı-satqı əməliyyatları daha asan bir hala gəlmişdir. Xüsusilə son dövrlərdə məşhurlaşan və real pulun yerinə keçərək onu virtual mühitdə əvəz edən Bitcoin tətbiqini geniş istifadə etməklə və ödənişlərini bu yolla həyata keçirməklə ənənəvi ödəniş vasitəsi olan pula asılılıqlarını azaldaraq əməliyyatlarını asanlaşdırmaqdadırlar.

Elektron ticarətdə tərəflər baxımından yarana biləcək müxtəlif risk faktorları dezavantaj sayılır. Ənənəvi ticarət daxilində tez-tez görülməyən bəzi vəziyyətlər elektron ticarət üzərindən edilən əməliyyatlarda sıxılıqla görülməkdədir. Məsələn müştəri ənənəvi ticarətin əksinə internet üzərindən etdiyi alış-verişlərdə (xüsusilə geyim alış-verişi) sınaq etmə imkanına sahib ola bilmir. Bu kimi hallar geri

qaytarma əmməliyyatlarını da özü ilə gətirir. Geri qaytarma əməliyyatlarının həyata keçirilməsində də alıcı və satıcı tərəfin fərqli şəhərlərdə və ya ölkələrdə olması səbəbindən çətinliklər baş verə bilər. Məhsulların çatdırılmamasında bəzən gecikmələr baş verə bilər. Bununla belə, elektron ticarət saytlarının təhlükəsizlik baxımından kifayət etməməsi nöqsanlardan biri hesab edilə bilər. Xüsusilə bazarda yeni fəaliyyətə başlayan saytlardan əməliyyat edən istifadəçilərin bu mövzuda diqqətli olmaları vacibdir.

İstifadə edilən ödəniş vasitələri baxımından Elektron ticarətin ənənəvi ticarətlə ortaq məxrəclərə malik olduğu görülür. Elektron ticarət vasitəsi ilə alış-veriş edənlər üçün elektron ticarət, nağd pul, kredit kartı və digər alternativlərdən əlavə müxtəlif alternativlər mövcuddur. Son zamanlar yaranan bir alternativ virtual kredit kartlarıdır. Bu kartların virtual mühitdə istifadə edilməsi real mühitdən fərqlənir. Kart sahibləri limitləri çərçivəsində istədikləri vaxt və yerlərdə alış-veriş etmək imkanına sahibdirlər. Virtual kredit kartları üçün qeyd edə biləcəyimiz tək fərq təhlükəsizlik sertifikatlarının olmasıdır. SSL adı verilən bu sertifikatlar şifrələməyə əsaslanır. İnternet bazalı işləyən sistem elektron ticarət firmaları arasında geniş yayılmışdır. Burdakı məqsəd istifadəçilərin sahib olduqları məlumatları qoruyaraq təhlükəsiz bir şəraitdə alış-veriş etmələrini təmin etməkdir. Dünyada yayılma və istifadə sürətinə baxıldığında sistem uğurlu bir şəkildə işləməkdə və inkişafa və dəyişimə açıq olaraq mövcudluğunu davam etdirməkdədir.

Elektron Pul Köçürmələri (Electronic Funds Transfer) geniş olaraq istifadə edilən digər bir vasitədir. Xüsusilə, 90-cı illərdən etibarən bankçılıq sahəsində geniş olaraq istifadə olunan bu sistem elektron ticarət firmaları tərəfindən əlverişli hesab edilir. Bu sistemdə istifadəçi bir bank hesabında olan pulunu elektron şəraitdə alış-veriş etdiyi firmanın bank hesabına göndərərək alış-verişi həyata keçirir. EFT tətbiqinin kredit kartı ilə müqayisə olunduqda etibarlılıq dərəcəsinin yüksək olduğu da geniş yayılmış bir fikirdir. Çünki kredit kartının oğurlanması və kopyalanması kimi hadisələrin pul köçürülməsində həyata keçirilməsi müddətində

baş verməsi ehtimalı aşağıdır. Bu hal isə bu sistemə olan tələbin böyük olmasında önəmli bir faktordur.

Elektron çek vasitəsilə də internetdə həyata keçirilən alış-verişlərdə ödəniş etmək mümkündür. Elektron çekin istifadəsi gündəlik həyatda istifadə olunan çek ilə eynidir. İstifadəçilər istifadə miqdarlarını təyin etmək sərbəstliyinə malikdirlər.

İstifadəçilərin aldıkları məhsul üçün qapıda ödəniş etmələri də başqa bir ödəniş üsuludur. Qapıda ödənilən mal və ya xidmətlərin dəyəri nağd və ya kredit kartı ilə ödənilə bilər.

Elektron ödəniş vasitələrindən Bitcoin və Paypal-ın istifadəsi son vaxtlarda genişlənmişdir. Paypal sistemində istifadəçilərin kredit kartlarının birbaşa istifadəsinə ehtiyac olmadan, sadəcə elektron poçt vasitəsilə əməliyyat aparmaq mümkündür. İstifadə üçün istifadə olunacaq kredit kartının sitemlə eyniləşdirilməsi lazımdır. Yenə də əməliyyatlar kredit kartının virtual kredit kartına çevrilməsi yolu ilə də aparıla bilər.

Bitcoin sistemi isə fərqli ünsürlərə malik olmaqla bərabər, son vaxtlarda diqqət cəlb etməkdədir. 2008-ci ildə Yaponiyada istifadəyə başlayan Bitcoin digər ödəniş vasitələrindən fərqli proseslərə malikdir. Sistemin fəaliyyəti elektron mühitdə mədəncilik adı verilən pul istehsalına əsaslanır. İstifadəçilər kompüter üzərindən daha əvvəldən müəyyən edilmiş alqoritmlərə əsaslanaraq pul istehsalını reallaşdırır və bu yolla çıxarılan pul vahidi dövriyyəyə girir. Alqoritmin işləmə prinsipi ilk fəaliyyətə başladığı dövərdə daha asan idi, lakin, zaman keçdikcə isə çətinləşdi. Bunun səbəbi Bitcoin'in yayılması və sistemdəki istifadəçi sayının artması ilə əlaqədar istehsal olunan Bitcoin miqdarının artmasıdır. Bundan əlavə, Bitcoin istifadəçilərinin kompüter qurğusunun möhkəm və yüksək xüsusiyyətlərə sahib olması zəruriliyi genişlənmə ilə ortaya çıxan başqa bir məsələdir. Bitcoin istifadə etməyə başlayan müştərilər ilk növbədə pul kisəsi yaratmaqla əməliyyata başlayırlar. Pul kisəsinin yaradılması kompüter və mobil telefonlardan edilə bilər. Sistemin təhlükəsizlik baxımından etibarlı olduğunu söyləmək mümkündür. Bunun səbəbi kodlaşdırılan pul vahidləri üzərindən birdən çox alış-veriş etmə imkanının sistem tərəfindən bloklaşdırılmasıdır. Şifrələmə sistemi sayəsində virtual pulların

nəinki oğurlanma ehtimalından, xərclənməsindən belə söz gedə bilməz. Bu üstünlüklər sayəsində Bitcoin dünya miqyasında getdikcə populyarlaşır.

Elektron ticarətin ilk önəmli nümunəsi olan sayt Amazon.com-dur. Amazon.com dünya miqyasında elektron ticarətin ilk böyük nümunələrindən olub. 1995-ci ildə qurulan sayt başlanğıcda kitab satışı ilə fəaliyyətinə başlamış, daha sonra məhsul seqmentini genişlədərək kompüter proqram və təchizatları, mobil telefon, geyim, avtomobil və xidmət sektorunun fərqli sahələrində da fəaliyyət göstərməyə başlamışdır. Geniş məhsul çeşidi sayəsində məşhurluğu və bazar payı artan şirkət zaman keçdikcə dünyanın ən böyük şirkətləri arasında özünə yer tapmışdır.

İnternet əsaslı olaraq fəaliyyət göstərən dünyanın bir digər əhəmiyyətli şirkəti olan Yahoo.com isə 1995-ci ildə Stanford Universitetində tələbə olan iki gənc təşəbbüskar tərəfindən qurulmuşdur. Başlanğıcda axtarış sistemi olaraq fəaliyyətə başlayan şirkət irəliləyən müddətdə yenə rəqib əsaslı olaraq fəaliyyətini inkişaf etdirmiş və istifadəçilərinə elektron poçt başda olmaq üzrə fərqli sahələrdə xidmət göstərməyə davam etmişdir. 2013-ci ildən etibarən elektron ticarət sektoruna da əl atan Yahoo, Lexity adlı platformanı alaraq elektron ticarət platformasına çevirmişdir. Ancaq 2014-cü ildə istifadəçi məlumatlarının məlumat bazasından oğurlanmasının ardından yaşadığı böhrandan sonra əvvəlki fəaliyyətini bərpa edə bilməyən sayt, 2017-ci ildə satılaraq adını dəyişdirmişdir və Altaba adı ilə yenidən elektron ticarət sahəsində fəaliyyət göstərmişdir.

Daha bir önəmli elektron ticarət platforması olan eBay 1995-ci ildə Amerikada yaradılmışdır. Ticarət məqsədilə fəaliyyətə başlamayan, lakin daha sonra ikinci əl məhsulların alınib satıldığı bir sayta çevrilmişdir. 2016-cı il etibarilə gəlirini 2.32 milyard dollardan 2.40 milyard dollara yüksəldən şirkət dünyanın ən böyük elektron ticarət platformaları arasında yer alır. Platformanın seçilməsini artıran bir hal olaraq Paypal sisteminin istifadəsi göstərilə bilər. Bu sistem sayəsində istifadəçilər sistemdə qeydiyyatlı olan ölkələr arasında pul mübadiləsini asanlıqla həyata keçirirlər.

2010-cu ildən etibarən yüksəlişə keçərək adından bəhs etdirən bir sayt olan AliBaba da elektron ticarət sahəsində nəzərəcarpacaq irəliləyişlər göstərərək qısa müddətdə bu sahədəki əhəmiyyətli şirkətlər arasına daxil olmuşdur. 90-cı illərin sonunda qurulan Çin mərkəzli şirkət yaranma mərhələsində məqsəd olaraq Çin bazarını təyin edərək bu istiqamətdə fəaliyyətə başlamışdır. Şirkətin daxilində yeddi fərqli internet saytı var. Bunlardan ən çox tanınanı Aliexpress.com-dur. Dünyanın hər yerindən alış-veriş etmək imkanı yaradan saytı digər elektron ticarət platformalarından fərqləndirən ən əhəmiyyətli xüsusiyyəti fərqli ölkələrdən çox sayda alıcı və satıcıya bir araya gətirməsidir. Bu sayədə məhsul almaq istəyən istifadəçilər eyni məhsul üçün qiymət və xüsusiyyət müqayisəsi edə bilirlər. Bu vəziyyətin təmin etdiyi əhəmiyyətli bir üstünlük odur ki, alıcılar axtardıqları məhsulları öz yaşadıkları ölkədən daha ucuz qiymətə almaq imkanına sahib olurlar. Şirkətin yerli bazarda fəaliyyət göstərən Çin bazarına istiqamətli saytı 1688.com da istifadəçilərə xidmət göstərməkdədir. Bu mənada şirkət fərqli bazarlar üçün də fərqli qiymətlər və məhsullar ilə müştəri profilini diversifikasiya etməyə çalışdığını deyə bilərik.

1.2. Elektron ticarətin xarici iqtisadi əlaqələrdə yeri və rolu

İnformasiya texnologiyaları məlumatların qeyd olunduğu, saxlanıldığı müəyyən bir əməliyyat müddətindən keçirildiyi və bunların nəticəsində emal olunan məlumatlara girişin təmin edildiyi bütün texnoloji vasitələrə verilən addır. Bu vasitələr bütün kompüter və kommunikasiya texnologiyalarını əhatə edir.

Bu istiqamətdə, informasiya texnologiyaları çərçivəsində kompüterlərin müəssisələrdə ən məşhur 4 formada istifadəsi olduğu deyilə bilər. Bunlar, idarəetmə və mühasibat uçotunun aparılması, elektron poçt və inventar idarə edilməsidir. Bundan başqa informasiya texnologiyaları, günümüz təşkilatlarına gələcək ilə əlaqədar doğru təxminlər etmək, ağıllı qərarlar almaq və fəal ünsiyyət imkanları təklif edir.

İnformasiya texnologiyaları müəssisələr baxımından müştərilər ilə birbaşa əlaqə qurmağın bir yoludur. Xüsusilə kiçik və orta müəssisələr üçün

kommunikasiya, paylama və əməliyyat funksiyaları baxımından önəmli üstünlüklər təmin edir. Bundan əlavə, informasiya texnologiyaları istifadəsi ilə belə müəssisələr məhdud maliyyə resurslarına baxmayaraq, beynəlxalq bazarlarda marketing fəaliyyətlərini səmərəli şəkildə həyata keçirə bilirlər.

İnformasiya texnologiyalarının müəssisələrə təsirləri çərçivəsində nəzərə alınması lazım olan bir digər forması da elektron ticarətdir. Həm informasiya texnologiyalarının, həm də elektron ticarət tətbiqetmələrinin bugünkü gündə müəssisələrin fəaliyyətlərini uğurlu bir şəkildə davam etdirmələri baxımından rolü çox əhəmiyyətlidir. Xüsusilə kiçik və orta müəssisələr kiçik olmalarından qaynaqlanan bir sıra problemlərə elektron ticarət ilə həll tapmağa çalışırlar. Elektron ticarət, məlumat yetərsizliyi səbəbindən xarici bazarlara açıla bilməyən kiçik və orta müəssisələrin iş imkanlarından xəbərdar olacaqları və müştərilərə yönəlmiş marketing fəaliyyətini asanlıqla həyata keçirə biləcəkləri bir mühit təmin edir.

Dünyadakı bütün ölkələrin hədəfi iqtisadi cəhətdən inkişaf etmək və bu inkişafı daha da irəli apara bilməkdir. Ölkələrin iqtisadi inkişafında ən vacib amil isə yeni texnologiyaların yaradılması, texnoloji yeniliklərin sənayeyə tətbiq edilməsi və bütün bunlarla bərabər istehsal olunan məhsul və xidmətlərin beynəlxalq bazarda yer ala bilməsidir. Bu istiqamətdə, günümüzdəki ticarət anlayışının daha çox texnologiya əsaslı olması və internet istifadəsi çərçivəsində həyata keçirilməsi qlobal ticarət məlumat şəbəkəsindən faydalanmağı tələb edir. Bu çərçivədə artıq kiçik və orta şirkətlər də mal və xidmətlərini elektron məlumat mübadiləsi yolu ilə satışa çıxarmaq imkanını sahib olmağa başlamışdırlar. Elektron ticarətin istifadəsi onların bazara daxil olmalarını da asanlaşdırmışdır.

Belə ki, informasiya texnologiyası dünya ticarətini normalda olduğundan daha sürətli artırır. İnformasiya texnologiyasında meydana gələn yeniliklər şirkətlərin dünya bazarındakı rəqabət güclərinin formalaşmasında əhəmiyyətli rol oynayır. Ənənəvi üsullarla həyata keçirilən ticarət fəaliyyətlərində məlumat çatışmazlığı, lazımi informasiyanı vaxtında əldə edə bilməmək, fərqli üsulların

istifadə olunması kimi səbəblərlə qarışıqlıqların yaşandığı məlumdur. Buna görə də yaxşı bir informasiya sisteminin olması vacibliyi qaçılmaz hal olmuşdur.

Bu səbəbdən günümüzdə informasiyanın önəmi xarici ticarətlə məşğul olan şirkətlər tərəfindən yaxşı anlaşılmalıdır. Çünki, xarici ticarət informasiya texnologiyasını istifadəni vacib edir. Ölkəmizdəki xarici ticarətlə məşğul olan şirkətlərin beynəlxalq rəqabətdə ön plana çıxması baxımından informasiya texnologiyası bazasına sahib olmaları və fəal olaraq informasiya texnologiyalarını istifadə etməkləri lazımdır.

Elektron vasitələrin və internetin istifadəsi ticarət təşəbbüskarlığını və ümumiyyətlə ticarət prosesini daha asan, daha sürətli və daha sərfəli hala gətirə bilər. Məlumatların toplanması əgər milli sərhədlərdən kənarında məlumat toplanmasını da əhatə edirsə bahalı bir fəaliyyətdir. Əslində bu xərclər o qədər yüksək ola bilər ki, onları ticarət üçün önəmli maneə hesab etmək olar. Doğru təchizatçı tapmaq, məhsulun keyfiyyətini müəyyənləşdirmək, qiyməti müzakirə etmək, məhsulların çatdırılma və marketinqini təşkil etmək də çox qiymətlidir. İnternet və elektron ticarət tətbiqetmələri ilə bu əməliyyatların bütün növləri alıcı və satıcı arasında fiziki yaxınlıq olmadan aparıla bilər. Bu baxımdan, internet digər ticari maneələri aradan qaldırmaqla ticarəti təşviq edə bilər. Beləliklə, xarici ticarətin həcmi artar.

Xüsusilə elektron ticarət tətbiqetmələri yolu ilə elektron bazarlar vasitəsilə təşkil edilən internet məlumat xərclərini aşağı salmaqla istehlakçı və satıcıların elektron mühitdə qarşılıqlı əlaqədə olmasına imkan verəcək, coğrafi yaxınlığın və ənənəvi biznes əlaqələrinin əhəmiyyətini azaldacaq. Amma elektron ticarətin xarici ticarəti təşviq edib etməyəcəyi malın xarakterindən asılıdır. Bir tərəfdən, ənənəvi olaraq fiziki çatdırılma tələb edən bir sıra məhsullar rəqəmsal formada şəbəkə vasitəsilə müştəriyə çatdırıla bilər. Bunlara nümunə olaraq mətn, film və kompüter proqramları kimi media məhsullarını göstərmək olar. Digər tərəfdən, beynəlxalq olaraq ticarəti edilən bir çox mallar rəqəmsal olaraq çatdırıla bilmir və bu zaman çatdırılma xərcləri də önəmli bir rol oynamağa başlayır. Elektron ticarət həmçinin xidmət ticarəti sahəsində də əhəmiyyətli rola malikdir.

İnformasiya texnologiyalarının və elektron ticarətin önəmi xarici ticarət müəssisələri düşünüldüyündə daha da artır. Çünki müəssisələr elektron ticarət vasitəsilə xaricə açılırlar. Buna görə də, xarici ticarət həyata keçirməyin önəmli şərtlərindən biri informasiya texnologiyalarını fəal olaraq istifadə etməkdir. Xüsusilə xarici ticarətdəki texniki işlərin qarışıq və çoxlu sayda prosedura tabe olması internetdən istifadəni vacib edir. Xüsusilə logistika, gömrük və maliyyə mövzularında informasiya texnologiyalarının istifadəsinə böyük ehtiyac duyulur.

Elektron ticarət iqtisadiyyatın demək olar ki hər sahəsinə öz təsirini göstərir və böyük dəyişikliklərə səbəb olur. Elektron ticarət məlumat, məhsul və xidmət alqı satqı fəaliyyətlərinin kompüter şəbəkələri vasitəsilə həyata keçirilməsini təmin edir. Elektron ticarət, internet üzərindən təqdim edilən məlumat, məhsul və xidmətlərə dünyanın hər yerindən anında çıxış imkanı verir. Elektron ticarətin 7 gün 24 saat işləyə bilən infrastrukturunu, alışverişi məhdudlaşdıran zaman problemlərini ortadan qaldırır.

Təhsil və sağlamlıq kimi ictimai xidmətlərin aktivləşdirilməsi və yayılması üçün istifadə oluna biləcəyi də nəzərə alındığında, elektron ticarətin yalnız iş dünyası üçün deyil, eyni zamanda bütün cəmiyyət üçün çox önəmli bir faktor olduğu görülür. Elektron ticarətdə informasiya və kommunikasiya texnologiyaları istifadə olunduğu üçün daha sürətli və etibarlı məlumat mübadiləsi, təsirli bir şəkildə məhsulların tanıtılması həyata keçirilir, bazar tələblərinə sürətlə uyğunlaşmaq mümkün olur.

Elektron ticarət beynəlxalq ticarətin çox daha sürətli, etibarlı və ətraflı olaraq izlənilməsiylə daxili və xarici ticarət siyasətinin daha sağlam bir şəkildə təyin olunmasını, ticarətin inkişaf etdirilməsini və qloballaşdırılmasını, beynəlxalq ticarətdən daha çox pay alınmasını təmin edir.

1.3. Elektron ticarət sahəsində dövlət tənzimləməsinin zəruriliyi

İnformasiya texnologiyalarının inkişafının daha da sürətlənməsi elektron ticarətin də daha geniş yayılmasına və daha çox istifadəçi qazanmasına səbəb olur. Lakin elektron ticarətin istifadə dərəcələrində ölkələr arasında fərqlər meydana gəlir. Bu da ölkələrin inkişaf səviyyəsinə uyğun olaraq dəyişir. İnkişaf etmiş ölkələrdəki cəmiyyətin informasiya texnologiyaları və elektron ticarət haqqında daha məlumatlı olması, gəlir səviyyəsinin daha yuxarı olması, internet infrastrukturunun daha sağlam olması kimi səbəblər bu ölkələrin əhalisinin elektron ticarətdən daha sıx və daha çox istifadə edəbilməsinə şərait yaradır. Bütün bunlarla bərabər inkişaf etmiş ölkələrin elektron ticarətdən istifadə dərəcələrində daha öndə olmaqlarının səbəblərindən ən vaciblərindən biri də bu ölkələrdə elektron ticarətin hüquqi baxımdan və dövlət tərəfindən tənzimlənməsidir. Elektron ticarət fəaliyyətinin düzgün həyata keçirilməsi üçün məqsədlərin və qarşıya qoyulmuş hədəflərin doğru müəyyənləşdirilməsi və bu fəaliyyətin tənzimlənməsinin tələblərinə düzgün riayət edilməsi zəruridir. Elektron ticarət sahəsindəki tənzimləmələr sayəsində ölkələrdə elektron ticarət müəyyən qaydalar çərçivəsində istifadə olunur və cəmiyyət elektron ticarət tətbiqetmələrinə daha çox güvənir. Bu sahədə hüquqi və dövlət baxımından qeyri-müəyyənlik olduğu zaman, bu elektron ticarət fəaliyyətinə mənfi təsir göstərir.

Bugün əksər ölkələrdə sənədlər qanunla müəyyənləşdirilmiş və məhdudlaşdırılmışdır. Yazılı sənədlər hüquqi müqavilələrin əsasları kimi istifadə olunur. Elektron ticarətin inkişafı ölkələri bu sahəni tənzimləməyə yönəldir. Elektron ticarətin tənzimlənməsi baxımından, daxili hüquq sisteminin dəyişdirilməsi beynəlxalq harmoniya məsələsi ilə eyni dərəcədə vacibdir. İnternet vasitəsilə müqavilələr transsərhəd müqavilələr kimi qəbul edilir və bu müqavilələrin sayı sürətlə artır. Tərəflər arasında müxtəlif hüquqi sistemlərə tabe olduqda, hüquqi sistemlər arasındakı uyğunsuzluq elektron ticarətin inkişafında ən böyük maneələrdən biri olur.

Beynəlxalq sahədə elektron ticarətin tənzimlənməsini təmin edən əsas sənəd 1996-cı ildə BMT-nin Beynəlxalq ticarət hüquqları üzrə Komissiyası tərəfindən

qəbul olunan “Elektron ticarət haqqında” nümunəvi qanundur. Bu qanun çərçivəsində baxılan konsepsiyanın tərfi yoxdur, lakin onun əlamətləri qeyd olumuşdur. Ticarət fəaliyyəti çərçivəsində məlumatlar informasiyanın ötürülməsilə çatdırılır və "ticarət" termini hər hansı bir ticarət əlaqəsini, həm müqavilə, həm də müqavilədən kənar formasını əhatə edir. Nümunəvi qanundan fərqli olaraq, BMT-nin Baş Assambleyasının bu qanuna qətnaməsində elektron ticarətin müəyyənləşdirilməsi aid edilir. Bu ad altında məlumatların elektron yolla mübadiləsi, məlumatların ötürülməsi və saxlanması üçün kağız formalarına alternativ olan digər yollarla müqavilələrin bağlanması nəzərdə tutulur. İnformasiyanın ötürülməsilə dedikdə, elektron, optik və ya analoq cihazlarla elektron məlumat mübadiləsi, elektron poçt, faks və vasitəsilə informasiyanın hazırlanma, göndərilmə, qəbul edilmə və saxlanılma prosesləri nəzərdə tutulur. Şübhəsiz ki, hazırda "ticarət" anlayışı daha geniş əhəmiyyət kəsb edir və ona yalnız ənənəvi ticarət deyil, həm də onu müşayiət edən fəaliyyət, məsələn, malın sığortalanması, yığılması, çatdırılması, yüklənməsi, bank və hüquqi xidmətlər, reklam, marketing fəaliyyətlərinin təmin edilməsi və s. kimi xidmətlər də daxil edilir. Bu, bir çox cəhətdən onunla bağlıdır ki, ticarət obyektinin yəni, əmtəənin mülki qanunvericilikdə qanuni tərfi mövcud deyil.

Elektron ticarətin dövlət tənzimlənməsi, dinamik və mərkəzləşdirilməmiş olmasının və elektron ticarətin inkişaf edən təbiətinə uyğunlaşmasının önəmli üstünlüklərinə malikdir. Bu sahə ilə bağlı əsas problem birdən çox dövlətin müəyyən bir əməliyyatı tənzimləməsi deyil, tənzimləyici dövlətin necə seçilməsidir. Hüquqi baxımdan malların alınması və satılması ilə bağlı xidmətlər müstəqil hüquqi əhəmiyyətə malikdir və ayrıca hüquqi normalar ilə tənzimlənilir. Məsələn, malların alqı-satqısı prosesi alqı-satqı müqaviləsi, bəzi istisnalarla malların çatdırılması, yığılması və s. üzrə xidmətlərin göstərilməsi prosesi, ödənişli xidmətlərin göstərilməsi haqqında normalar, malların sığortası, sığorta müqaviləsi haqqında normalar və s. ilə tənzimlənilir. (Марченко М. А., 2012).

İstənilən ticarət əməliyyatı sövdələşmə, müqavilə vasitəsilə həyata keçirilir. Elektron rabitə vasitəsilə müqavilə bağlayarkən tərəflərin eyniləşdirilməsi üçün

parol, kodlar və ya informasiyanı daxil edən şəxsin müəyyən edilməsi üçün digər vasitələr istifadə olunur. Bu vasitələrin bazasında yaradılmış qurğuya elektron imzanın da tətbiqi mümkündür.

Elektron imza anlayışına veb-saytdakı şəxsi kabinetə giriş və paroldan istifadə, konkret əməliyyat zamanı mobil telefona göndərilən unikal parollardan istifadə, elektron poçt ünvanının identifikatoru kimi istifadə edilməsi aiddir. Ticarət fəaliyyətinin internet-resurslar vasitəsilə həyata keçirilməsi zamanı da müəyyən şəbəkə vasitəsilə müqavilənin bağlanılır.

Elektron ticarətin inkişafı ilə əlaqədar olaraq, ölkələr elektron ticarətin sürətləndirilməsi və fəaliyyət mexanizminin asanlaşdırılmasına yönəlmiş hüquqi və inzibati tənzimləmələr həyata keçirirlər. Çünki elektron ticarət həm milli, həm də beynəlxalq miqyasda həyata keçirildiyi üçün, hər iki sahə bir-birinə uyğunlaşmalıdır. Digər tərəfdən, ixrac başda olmaqla ölkə iqtisadiyyatına olan təsiri səbəbi ilə, elektron ticarətin rəqabətyönümlü bir formaya çatması üçün internet və rabitə sahəsində infrastrukturun yaxşılaşdırılması işləri aparılmalıdır.

Elektron ticarət anlayışı ilə elektron dövlət anlayışı bəzi məqamlarda fərqlənsələr də, bir çox ortaq xüsusiyyətlərə sahibdirlər. Elektron dövlət, elektron ticarət kimi internet infrastrukturunu əsasında işləyir və buna bağlıdır. Bu iki anlayış bir-biri dəstəkləyən struktura sahibdir. Çünki, elektron dövlət bir çox məqamlarda elektron ticarəti qanunvericilik və hüquq normaları vasitəsilə istiqamətləndirdiyindən, bu vəziyyət dövlət və vətəndaş təşəbbüsləri simasında qarşılıqlı fəaliyyətin nümunəsi kimi göstərilə bilər. Elektron ticarət ilə elektron dövlətin fərqləndiyi ən əsas məqam isə ondadır ki, elektron dövlət, dövlət xidmətləri prinsipinə xidmət edir, elektron ticarət isə marketinq, satış və s. kimi kommersiya və ya gəlirli məqsədə xidmət edir. (Андреева А.Ю., 2009)

Hər iki sistem sənədləşdirmə, vaxta qənaət, aşağı xərclər və sürətlilik məqsədi ilə həyata keçirilmişdir. Bu ünsürlərin simasında, informasiya və texnologiyalardan həm kommersiya, həm də ictimai xidmətlərin yerinə yetirilməsi üçün bir vasitə kimi istifadə olunması hədəflənmişdir. Elektron ticarət istehlakçılara gəlir əldə

etmək məqsədilə mal və xidmətlər təqdim edərkən, elektron dövlət də onlara dövlət xidmətləri göstərir.

Elektron ticarətdə ticari münasibətlərin kağızsız, imzasız və ya elektron imza vasitəsilə həyata keçirildiyi bir mühitdə, elektron əməliyyatların hüquqi cəhətdən tanınması bu sahədəki ən önəmli məsələlərdəndir.

Bundan əlavə, elektron dövlət bütün vətəndaşların bərabərliyinin imkanlarını və üstünlüklərini təmin etmək üçün effektiv vasitədir. Yaşlılıq, rabitə problemləri, fiziki cəhətdən imkansızlıqlar və digər bu kimi səbəblər görə vətəndaşların qarşılaşdığı bəzi problemlərdən yaranan bərabərsizliklərin qarşısını alaraq, bütün vətəndaşların dövlət xidmətlərindən bərabər şəkildə istifadə etməsini təmin edir.

Eyni şəkildə, elektron ticarət də istehlakçının tələb etdiyi məhsulları olduğu yerdə əldə edə bilməməsi, qiymətlər və digər oxşar səbəblərdən qarşılaşdığı problemlərin qarşısını alaraq, bir çox müxtəlif seçimlərə rahat keçid imkanı verir.

Bu oxar cəhətlərlə yanaşı, elektron ticarət və elektron dövlər arasında bir çox fərqli cəhət mövcuddur. Elektron dövlət xidmətləri dövlət fəaliyyəti olduğundan, onları yerinə yetirmək və xidmət etmək üçün uzun müddət lazım ola bilər, gözləntilərin cavab verməkdə gecikə və keyfiyyətsiz ola bilər. Digər tərəfdən, elektron ticarət, mənfəətə yönəlmiş fəaliyyət olduğu üçün, daha çevik və uyğunlaşma qabiliyyəti yüksəkdir. Eyni zamanda keyfiyyət cəhətdən də daha yüksəkdir. Dövlət tərəfindən təqdim edilən elektron dövlət fəaliyyətində xidmətlərin müəyyən edilməsi və tətbiq olunması sahəsində uzun vaxt tələb edən inzibati və hüquqi tənzimləmələrə ehtiyac duyulur. Elektron ticarət fəaliyyətində isə istehlakçı hüquqları ticarət qanunvericiliyə nə zidd olmadığı müddətcə gözləntilərə cavab vermə və yenilənmə çox daha sürətlidir.

Elektron ticarətin tənzimlənməsi sahəsində meydana çıxan problemlər əsasən 3 qrupa bölünür. Bu qruplar inzibati, texniki və hüquqi problemlərdir.

İnzibati problemlər:

- Sistemə etibar edilməməsi;
- Vərdişlərdən imtina edilə bilinməməsi;
- İxtisaslı kadrlara olan ehtiyac;

- Koordinasiya mərkəzinin olmaması;
- Məlumat hesablama mərkəzlərinin fəal olaraq işləməsinə ehtiyac;
- İctimai xidmətlərin müəyyən standart bir qiymətinin olmaması.

Texniki problemlər:

- İlk investisiya xərcinin yüksək olması;
- Kommunikasiya infrastrukturunun lazımi səviyyədə olmaması;
- Gizlilik və təhlükəsizlik problemləri;
- Məlumat mübadiləsində standartların müəyyən olmaması.

Hüquqi problemlər:

- Ümumi dövlət strategiyasının və siyasətinin müəyyən olunması;
- Elektron imzadan istifadənin genişləndirilməsi;
- Təşkilatlar arası koordinasiyanın əskikliyi;
- Virtual təşkilat kimliyinin müəyyənləşdirilməsi;
- Şəxsi məlumatların gizliliyinin qorunması;
- İstehlakçıların qorunması;
- Təşkilatlararası məlumat mübadiləsində standartların yaradılması;
- Elektron imzanın istifadəsinin yavaş yayılması.

II Fəsil AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA ELEKTRON TİCARƏT FƏALİYYƏTİNİN TƏNZİMLƏNMƏSİNİN TƏŞKİLATI HÜQUQİ MƏXANİZMİ

2.1. Azərbaycanca elektron ticarət fəaliyyətini təmin edən qanunvericilik aktları sistemi

Respublikamızda elektron ticarət fəaliyyətini təmin edən ən əsas qanunvericilik aktları sistemi Azərbaycan Respublikasının "Elektron ticarət fəaliyyəti haqqında" Qanunundan, Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasından, "Elektron imza və elektron sənəd haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunundan, Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsindən və bu Qanundan və digər normativ hüquqi aktlardan, həmçinin Respublikamızın tərəfdar çıxdığı beynəlxalq müqavilələrdən ibarətdir (Elektron ticarət haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 2005).

"Elektron ticarət haqqında" Respublikanın qanunu 2005-ci ilin may ayında qəbul edilmişdir. Qanun Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisi tərəfindən qəbul edilmişdir. Və qanun eyni ilin iyun ayında qüvvəyə minmişdir. Qanunun giriş hissəsində də qeyd olunduğu kimi, bu Qanun Respublikada elektron ticarət fəaliyyətinin təşkil edilməsinin və reallaşdırılmasının hüquqi cəhətdən əsaslarını, bu fəaliyyətin iştirakçılarının hüquqlarını və eyni zamanda vəzifələrini, həmçinin elektron ticarət fəaliyyəti haqqında qanunvericiliyin pozulması hallarına görə məsuliyyətin tətbiq olunmasını müəyyənləşdirir. (Elektron ticarət haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 2005).

Ümumilikdə 5 fəsil, 14 maddədən təşkil olunan qanunun ilk 3 maddəsini əhatə edən 1-ci fəsil Ümumi Müddəalar adını daşıyır. 1-ci maddədə Qanunda istifadə olunmuş əsas anlayışların açıqlamaları qeyd olunmuşdur. Maddənin birinci bəndində elektron ticarət anlayışı informasiya sistemlərinin istifadəsi ilə əmtəələrin alınması və satılması və müəyyən fəaliyyətlərin reallaşdırılması üzrə yerinə yetirilə bilən bir fəaliyyət növü kimi açıqlanmışdır.

Birinci fəslin ikinci maddəsində Qanunun tətbiq sahəsindən bəhs edilir. Burda qeyd edildiyi kimi bu qanun maliyyə bazarına, o cümlədən sığorta bazarı və

kapital bazarı istisna olunmaqla, Respublikamızda bütün başqa fəaliyyət sahələrindəki elektron ticarət fəaliyyətinə şamil olunur. Bu sahələrdə aparılan əməliyyatlar isə müvafiq olaraq, digər qanunvericilik aktları ilə tənzimlənir. Həmçinin Qanunun hökmləri notarius tərəfindən təsdiq edilməli olan və yaxud dövlət tərəfindən qeydiyyatda alınacaq sövdələşmələrə də tətbiq olunur.

Qanunun ikinci fəslində elektron ticarət fəaliyyətinin təşkili prinsipləri yer alır. Elektron ticarət fəaliyyətinin iştirakçılara olan tələblər başlıqlı 5-ci maddədə xidmət göstərən ifadəsi əvəzinə satıcı (təchizatçı) ifadəsi işlədilmişdir. Bu maddənin ikinci bəndində istehlakçıların qorunması üçün ifadə edilməli olan məlumatların xüsusi biliyə malik olmayan şəxs, yəni alıcı tərəfdən asan anlaşılan bir şəkildə olmağı vurğulanmışdır.

Maddənin üçüncü bəndində satıcıların aşağıdakı məlumatlarla alıcıları tanış etməli olduqları qeyd olunmuşdur:

- hüquqi şəxs barədə məlumat, yəni, tam ad, dövlət qeydiyyat, ünvan, təşkilati-hüquqi forma;
- fiziki şəxslər barədə məlumat yəni, ad, soyad, ata adı, ünvan;
- əlaqə telefonu, e-poçt ünvanı;
- satıcının qeydiyyatda olduğu ticarət reyestri halda həmin reyestrin məlumatları və yaxud bu qeydiyyat başqa bir reyestrdirsə, o reyestrin məlumatları. (ad, qeydiyyat nömrəsi, identifikasiya məlumatları)
- sahibkarlıq fəaliyyəti üçün xüsusi razılığın, yəni lisenziyanın tətbiq olunduğu hal üçün bu razılığın, yəni, lisenziyanın məlumatları və bu lisenziyanın verildiyi dövlət orqanı haqqında məlumatlar;
- VÖEN;
- təqdim olunan əmtəələrin qiymətlərinə vergi hesablanmasının aid olub-olmamağı, çatdırılma xidmətinin ödənişinin olub-olmamağı və bunların daxil olduğu ümumi məbləğ barəsində məlumat;
- ödəmələrin POS-terminalla, elektron şəkildə, elektron pul kisəsiylə ödənilməsi haqqında məlumatlar (Elektron ticarət haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 2005).

3-cü fəsil 6-10-cu maddələri əhatə edir. Altıncı maddədə kommertiya bidirişü anlayışı və onun xüsusiyyətləri ayrıca göstərilmişdir. Bu maddənin üçüncü bəndində istehlakçıdan razılıq alınmadan satıcının e-poçt kommertiya bildirişləri göndərə biləcəyi ifadəsi qeyd olunmuşdur. Bu bildirişlərin təşəbbüs xarakterli olması da eyni bənddə qeyd olunmuşdur. Burada yalnız elektron poçt anlayışı qeyd olunsa da, gündəlik həyatda digər vasitələrlə də bildirişlər göndərilir.

7-ci maddədə elektron ticarət fəaliyyətində müqavilələrin tənziqlənməsi ilə əlaqədar normalar yer alır. Bu maddənin ilk bəndində elektron ticarətdəki müqavilələrin elektron sənədlər olması vurğulanır. Qeyd edilən müqavilələrdəki şərtlər hamı tərəfindən asanlıqla başa düşülməlidir.

Səkkizinci maddənin hökmləri müqavilənin bağlanması şərtlərini tənziqləyir. Bu maddədə müqavilə bağlanmamışdan əvvəl alıcının aşağıdakı məlumatlarla təmin olunmalı olduğu ifadə edilir:

- təchizatçının tam formada ünvan və adı;
- ödənişin və sifarişlərin yerinə yetirilməsi şərtləri;
- vergi daxil olmaqlar xidmətlərin və ya əmtəələrin qiymətləri;
- xidmət və ya məhsulların xarakteristikaları barəsində başlıca məlumatlar;
- çatdırılmanın daxil olduğu halda onun qiyməti və başqa şərt və göstəriciləri;
- müqavilələrin imzalanma üsulu və mərhələləri;
- imtina hüququnun istifadə edilməsi imkanı;
- ehtiyac yaranarsa, xidmət və ya malların, daimi olaraq və yaxud mütəmadi şəkildə təchiz olunmasına sərf olunacaq ən qısa müddət;
- müqavilənin bağlanması üzrə verilmiş təklifin və ya qiymətin qüvvədə olma müddəti;
- sifarişin verildiyi müddətdə buraxılan səhvlərin müəyyən olunması və bu səhvlərin aradan qaldırılması üçün istifadə edilə biləcək texnologiyalar (Elektron ticarət haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 2005).

Müqavilənin bağlanması anı satıcının müqaviləyə qəbul edilməsi barədə bildiriş aldığı an olaraq göstərildiyi kimi, sifarişin qəbul olunma anı da alıcının sifarişin təsdiqlənməsi barəsində məlumatı əldə etdiyi an hesab olunur.

Doqquzuncu maddə ilə alıcının müqavilədən imtina haqqı tənzimlənir. Maddənin birinci bəndində alıcıya malın, xidmətin və ya işin ödəmə formasından asılı olmayaraq yeddi iş günü müddətində hər hansı bir səbəb göstərilmədən və cərimə olunmadan bağlanan müqavilənin icra edilməsindən imtina etmək hüququ verilmişdir. Bu müddətin nə vaxtdan başlayacağı maddənin 2-ci və 3-cü bəndlərində göstərilmişdir. Əgər bu Qanunun 8.3-cü maddəsində nəzərdə tutulan öhdəlik həyata keçirilmişdirsə, imzalanmış sövdələşmənin icra edilməsindən imtina edilməsi müddəti müqavilənin bağlanmış olduğu gündən hesablanır. Əgər təchizatçı bu maddədə göstərilmiş olan öhdəliyi tam olaraq yerinə yetirə bilməyib, o müqavilənin icrasından imtina etməlidir. Öhdəliyin yerinə yetirilməsi bu müddətdə baş verərsə əgər, yeddi günlük imtina müddətinin hesablanması həmin gündən başlanır. Alıcı müqavilədən, yəni onun icra edilməsindən imtina edərsə, ödəmiş olan məbləğ satıcı tərəfindən heç bir əlavə xərcsiz yeddi gün müddətində geri qaytarılmalıdır.

Müqavilənin icra olunmasından imtina etmək hüququna istisnalar 9-cu maddənin 5-ci bəndində göstərilmişdir:

- 9.1-ci maddədə qeyd olunmuş yeddi günlük zaman müddətində sifarişçinin alınan razılıq əsasında müqavilənin icra olunmasına başlandıqda;
- qiymətləri maliyyə bazarında olan dəyişikliklərdən asılı olan əmtəələrin təchiz edilməsi ilə bağlı olan sövdələşmələrdə;
- istehlakçının xüsusi bir tələbi ilə, istehsal və yaxud başqa bir səbəbdən geri qaytarıla bilməyən, tez zamanda korlana bilən və yaxud istifadə olunma müddəti az olan əmtəələrin təchiz olunması ilə bağlı müqavilələrdə;
- audio materiallar, video materiallar və yaxud proqram təminatının, eyni zamanda digər əmtəələrin qablaşdırılması alıcı tərəfdən açıldığını vaxtlarda və yaxud bu qablaşdırma başqa formada pozularsa;

- qəzetlər, jurnallar və digər mətbuat növləri təchiz olunduqda. (Elektron ticarət haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 2005).

Müqavilənin icrası başlıqlı onuncu maddədə sifarişin təmin edilməsi üçün 30 günlük müddət müəyyən edilmişdir və bu müddət alıcı tərəfindən sifariş göndərilmiş gündən etibarən başlayır. Əgər satıcı mallarla və yaxud xidmətlə alıcını təmin edə bilmirsə, onda o bu barədə alıcını məlumatlandırmalı və yeddi gün ərzində alıcının ödəniş etdiyi məbləği geri qaytarmalıdır.

Dördüncü fəsildə qanunvericilik normalarının pozulması halına görə olan məsuliyyət müəyyən edilir. Elektron ticarət sahəsindəki ən vacib məsələlərdən hesab edilən əqli mülkiyyət hüquqları mövzusunda bu fəsildə yer verilmişdir. Maddə 11.3-də əqli mülkiyyət hüquqlarının və digər hüquqların pozulması ilə həyata keçirilən elektron ticarət fəaliyyətinin qanunsuz hesab edildiyi və eyni zamanda pozulan hüquqların bərpasının qanun ilə müəyyən olunmuş qaydada həyata keçirildiyi qeyd olunmuşdur. Burada bəhs edilən qanun isə “Əqli mülkiyyət hüquqlarının təminatı və piratçılığa qarşı mübarizə haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu”dur.

“Elektron imza və elektron sənəd haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu 2004-cü ildə qəbul edilmişdir. Qanun qəbul ediləndən sonra elektron imzanın həyata keçirilmə mərkəzi icra orqanı olaraq Nəqliyyat, Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyinə tapşırılmışdır.(<http://e-imza.az/az/about>, 2019). Ancaq infrastruktur işləri və bürokratik gecikmələr nəticəsində Milli Sertifikat Xidmətləri Mərkəzi (MSXM) 2011-ci ilin sentyabrında fəaliyyətə başlamış və e-imza sertifikatlarını təqdim etməyə başlamışdır.

Mərkəz üçün başlıca vəzifə Ali SXM kimi digər SXM-lərinə nəzarətedici funksiya daşımaq, onların fəaliyyətinin Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə uyğun olub-olmamağını, doğru olan proqram təminatının istifadə edilməsini və s. yoxlamaq və nəzarətdə saxlamaqdan ibarətdir. Elektron imza ilə bağlı olan xidmətlərin operativ bir şəkildə təminatı məqsədilə Bakının başlıca poçt şöbələrində və filiallarda, regionlardakı şöbələrdə, eyni zamanda “Şəbəkə” xidmət

mərkəzlərinin daxilində Qeydiyyat Mərkəzləri yaradılmışdır. (<http://e-imza.az/az/about>, 2019).

Ümumilikdə yeddi fəsildən ibarət olan qanunun birinci fəslə ümumi müddəalara ayrılmışdır. Elektron imza ilə bağlı hökmlər qanunun 2 və 3-cü fəsillərində yer alır.

Birinci fəsil 4 maddədən ibarətdir. Maddə 1-də qanunda istifadə olunan əsas anlayışlar açıqlanmışdır. Elektron imza anlayışının açıqlaması “digər verilənlərə əlavə edilən və yaxud o verilənlərlə məntiqi formada əlaqəli hesab olunan, imzanın sahibini identifikləşdirmək imkanı verən verilənlər” kimi qeyd olunmuşdur. 3-cü maddədə elektron imzanın hüquqi qüvvəsindən bəhs olunur.

Maddənin 1-ci bəndində qeyd olunduğu kimi sertifikatla sahib olmadığına olduğuna görə elektron imza etibarsız hesab oluna bilməz.

Qanunda elektron sənəd anlayışı ayrıca açıqlanmış, bu elektron sənədlərin hüquqi qüvvəsinin olması üçün elektron imzayla təsdiqəməli olduğu vurğulanmışdır. Beləliklə, notarial qaydada təsdiqi tələb olunan sənədlər istisna hesab edilməklə, elektron sənədlər kağız daşıyıcısındakı sənədlərlə bərabər hüquqi qüvvəyə malik hesab olunur.

İkinci fəsil Elektron İmza başlığını daşıyır və 5-ci, 6-cı və 7-ci maddələrdən ibarətdir. Bu maddələrdə elektron imzaların istifadə olunması və istifadəsi sahəsi qeyd olunmuşdur. Qanunun 6-cı maddəsinin 1-ci və 2-ci bəndlərində dövlət və eyni zamanda yerli idarəetmə orqanları üçün elektron imzanın istifadəsi ifadə olunmuşdur.

Bu bəndlərdə vurğulanmaq istənilən odur ki, dövlət müəssisələrinə və təşkilatlarına təqdim edilmiş elektron imzalar fərqlidir. Dövlət orqanlarının, nazirliklərin və bələdiyyələrin heyətinə gücləndirilmiş elektron imza sertifikatlarını Milli Sertifikat Xidmətləri Mərkəzinin daxilində fəaliyyətdə olan Hakimiyyət Orqanları Mərkəzi təqdim edir.

Qanunun yeddinci maddəsində isə korporativ olaraq elektron imzanın istifadə edilməsi qaydaları açıqlanmışdır. Korporativ olaraq elektron imzanın verilməsi də MSXM daxilində fəaliyyət göstərən Elektron Hökumət Mərkəzi tərəfindən həyata

keçirilir. Bundan başqa, sırası vətəndaşlar Respublikanın bütün regionlarında mövcud olan Azərpoçt MMC-nin poçt filiallarında yerləşən Qeydiyyat Mərkəzlərinə müraciət edərək və ya online müraciət etməklə elektron imza sertifikatlarını əldə edə bilərlər.

Üçüncü fəsil “Sertifikat Xidmətləri, Sertifikatlaşdırma” başlığını daşıyır. Qanunun doqquzuncu maddəsində Sertifikat xidmətlərinin Mərkəzinin qeydiyyatla salınması və akkreditə olunması şərtləri göstərilmişdir. Bu şərtlərə görə sertifikat xidmətləri göstərmək istəyən mərkəz otuz gün öncədən müvafiq olan icra hakimiyyət orqanına bu barədə məlumatı təqdim etməli və qeydiyyatdan keçməlidir.

Mərkəzin müraciətinə otuz gün ərzində müvafiq olaraq müraciət edilmiş icra hakimiyyət orqanının tərəfindən təqdim olunmuş sənədlər yoxlanaraq Mərkəzin qeydiyyatı barəsində məlumat verilməlidir. Mərkəz ancaq müvafiq icra hakimiyyət orqanının tərəfindən SXM reyestrində qeydiyyatla alındıqdan sonra fəaliyyət göstərə bilər.

Müvafiq icra hakimiyyət orqanının SXM-ni qeydiyyatla almaqdan hansı hallarda imtina edəcəyi doqquzuncu maddənin yeddinci bəndində göstərilmişdir:

- iddiaçının bu Qanunun tələblərində qeyd olunmuş göstəricələrə uyğun olmadığı hallarda;
- təqdim olunmuş məlumat və materiallar Qanunda göstərilən tələblərə uyğun olmadığı hallarda;
- iddiaçı şəxsin düzgün olmayan məlumatları təqdim etdiyi hallarda;
- iddiaçının zaman göstəriciləri və sertifikatlaşdırma məlumatlarının qeydiyyatla alınması barəsində nəzərdə tutulan fəaliyyəti bu Qanuna, tələblərinə, eyni zamanda digər normativ hüquqi aktların da tələblərinə uyğun hesab olunmadıqda;
- əgər iddiaçının vergi borcu varsa;

– məlumat sisteminin etibarlılığının və təhlükəsizliyinin yoxlanması nəticəsinə əsaslanaraq, iddiaçının Mərkəz olaraq fəaliyyət göstərməsinin mümkün hesab edilmədiyi qeyd olunduqda;

– Qanunvericilikdə vurğulanmış başqa hallar olduqda.

Burada göstərilən qanunun tələbləri ifadəsi ilə qanunun 18-ci maddəsində qeyd edilmiş sertifikat xidmətləri anlayışına aid olan tələblər nəzərdə tutulur:

▪ SXM-lər öz fəaliyyətləri müddətində kadr, maliyyə və texniki imkanlara malik olmalıdırlar. Həmçinin onlar istifadəçilərə dəyə biləcək hansısa ziyanın ödənilməsi üçün yetəri qədər maliyyəyə malik olmalıdırlar, güvənli və fasilə olmadan şəkildə xidmət göstərə bilməlidir.

▪ SXM-lərin istifadəsindəki imza sertifikatlaşdırılmış olmalıdır. Bu imza sertifikatların verilməsi, həmçinin yoxlanılması üçün lazımdır

▪ SXM-lər fəaliyyətlərinə başlamamışdan öncə və mərkəz kimi qeydiyyatdan keçmə prosesindən sonra, hər il məlumat sisteminin auditini həyata keçirməlidirlər. Məlumat sistemindən güvənli istifadəyə təminat verən texnikanın və texnologiyaların tətbiq edilməsi zəruri hesab edilir.

▪ SXM-lər öz fəaliyyətlərinin təminatı məqsədilə bacarıqlı, təcrübəyə malik, savadlı işçi heyətinə sahib olmalıdırlar. (Elektron imza və elektron sənəd haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 2004)

Mərkəzlərin verəcəyi sertifikatlarda qeyd olunmalı olan əsas məlumatlar maddə 12.1-də yer alır. Əgər sertifikat kağız daşıyıcısında da istəniləcəksə sertifikat Mərkəzin rəsmi formada olan blankında, imza səlahiyyətli şəxsin imza və möhürü ilə tərtib olunmalıdır. Sertifikatın elektron olaraq təqdim edilməsi hallarında isə həmin sertifikatın müvafiq SXM-in gücləndirilmiş imzası ilə təsdiqlənməsi vacibdir.

Sertifikatda qeyd olunmalı olan əsas məlumatlar aşağıdakılardır:

– sertifikatı təqdim edən SXM-in ad və ölkənin ad və ünvanı;

– sertifikatın qüvvədə olması müddəti;

– imzanın sahibi olan şəxsin məxsus olan tam ad, soyad və ata adı və yaxud istifadə edilməsi üçün qeyd etdiyi təxəllüsü;

- imzanın sahibi olan şəxsin bu imzanı yoxladığı məlumatı;
- sertifikatda qeyd edilmiş seriya nömrəsi;
- imzaların yoxlaması barədə informasiyanın istifadə olunacağı imza vasitələri haqqında lazımi məlumat (Elektron ticarət haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 2005).

Təkmil sertifikatlarda isə yuxarıda göstərilənlərə əlavə olaraq, sertifikatın təkmil sertifikatın olması barəsində məlumat qeyd olmalıdır. (Elektron imza və elektron sənəd haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu).

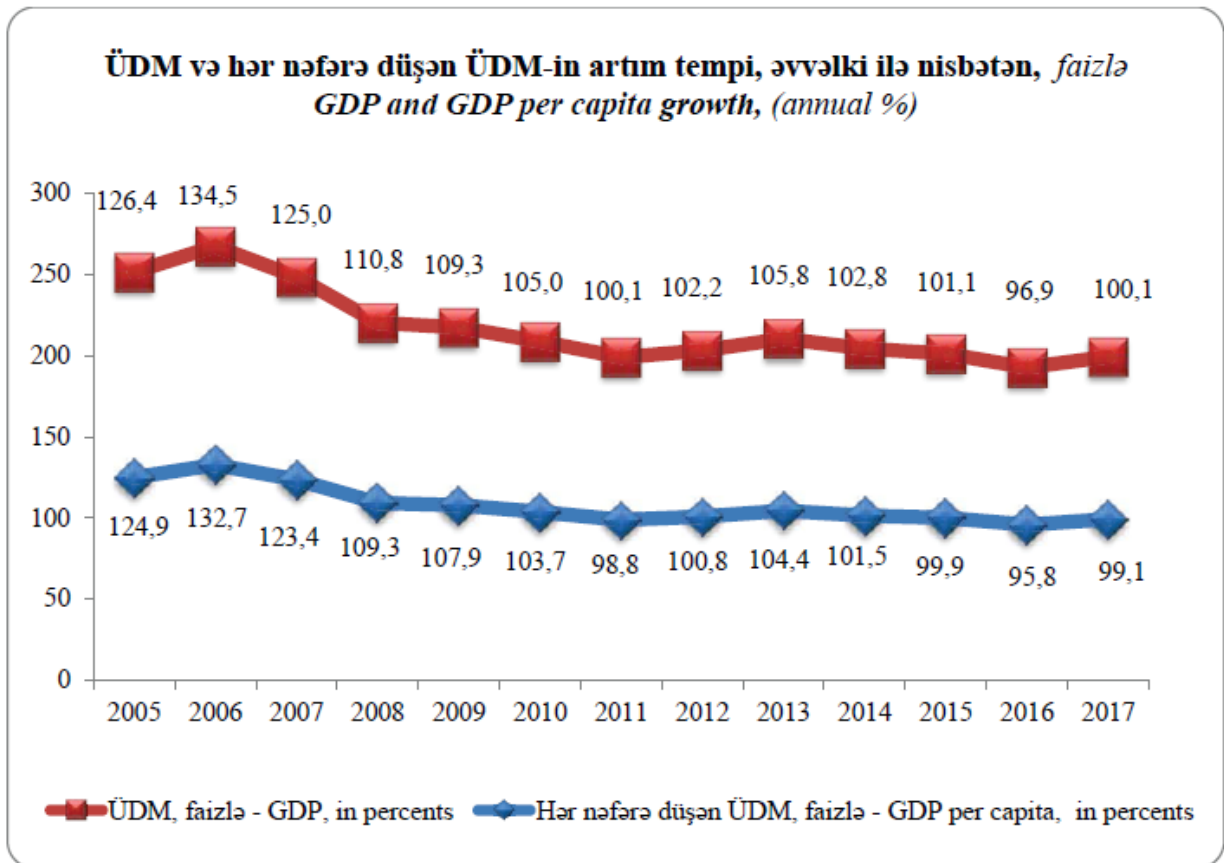
SXM-lər fəaliyyətlərinə xitam verilməsindən otuz gün əvvəl media vasitəsilə əlaqəli orqanları, müqavilə bağladıkları digər SXM-lərini, sertifikat xidməti göstərdikləri imza sahiblərini məlumatlandırmalıdır. Bu 30 günün sonunda SXM imzaların sahiblərindən alınmış razılıq ilə təkmil sertifikatlar müvafiq olaraq icra hakimiyyət orqanına təhvil verilməlidir. Bu müddətin sonunda təhvil verilməyən sertifikatlar ləğv olunur.

Qanunun 36-cı maddəsində qanunvericiliyin pozulması halları barədə məlumatlar yer almışdır. Sertifikatlaşdırılmış hesab olunmayan elektron imza vasitələrini istifadə edən şəxslər bu maddənin 2-ci bəndinə əsasən fərdi olaraq məsuliyyət daşıyırlar.

2.2. Respublikamızda elektron ticarətin fəaliyyətinin müasir vəziyyətinin təhlili

Azərbaycan 1991-ci ildə Sovet İttifaqından ayrılıb öz müstəqilliyini elan etdikdən sonra öz inkişaf yolunda addım-addım irəliləyir. Müstəqilliyinin ilk illərində qarşılaşdığı erməni soyqırımının və Qarabağın işğalının dərin yaralar açdığı ölkəmiz, başda neft və təbii qaz olmaqla bir çox təbii resursların köməyi ilə iqtisadiyyatını gücləndirməyi bacarmışdır. İllər üzrə Ümumi Daxili Məhsul göstəricilərini nəzərdən keçirdikdə, bu inkişafı görmək mümkündür. 2005-2017-ci illər ərzində ÜDM-in dəyişməsi aşağıdakı qrafikdə göstərilmişdir:

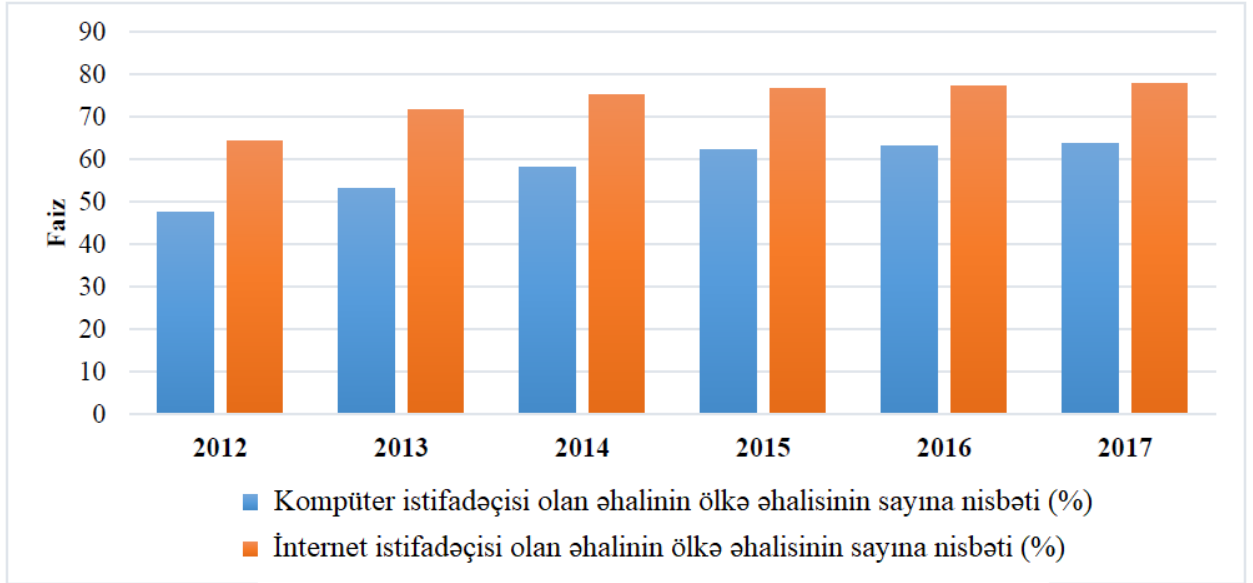
Qrafik 1. Azərbaycanda ÜDM-in illər üzrə artım tempi



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi,
https://www.stat.gov.az/source/system_nat_accounts/ (11.02.2019)

Qloballaşmanın gətirdiyi sürətli dəyişikliklərə inkişaf etməkdə olan hər ölkə kimi cavab verməyə çalışan Azərbaycan, texnoloji yenilikləri də yaxından izləyir. Həm kompüterdən istifadənin, həm də internetdən istifadənin hər il əvvəlkinə nisbətən artmaqdadır. Bunu aşağıdakı qrafiklərdən də aydın şəkildə görmək olar:

Qrafik 2. 2012-2017-ci illər ərzində əhalinin internet və kompüterdən istifadəsi



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi,
https://www.stat.gov.az/source/system_nat_accounts/ (11.02.2019)

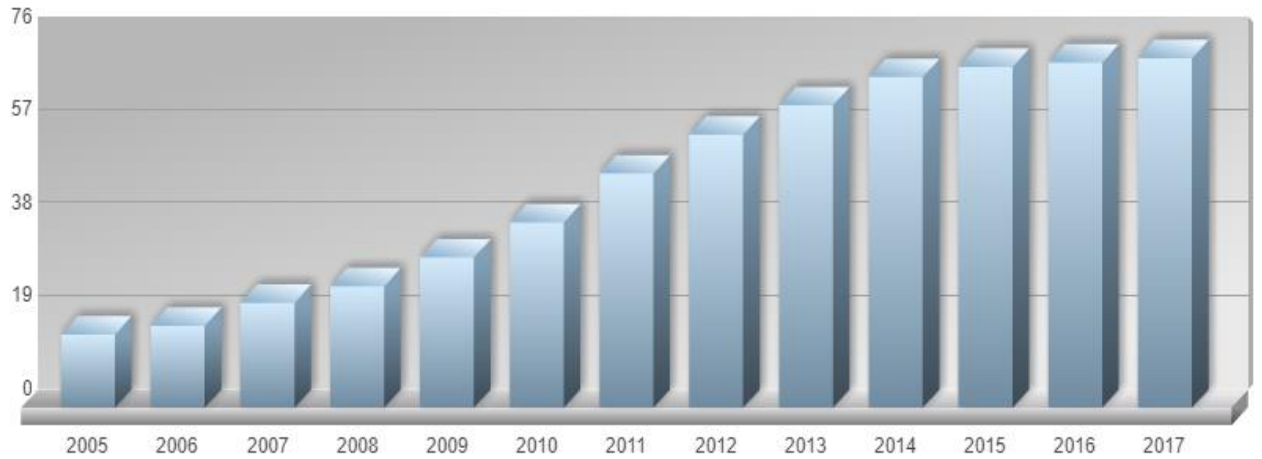
Burada 2012-2017-ci illər ərzində Azərbaycan Respublikasında əhalinin internet və kompüterdən istifadə dərəcəsi göstərilmişdir. Bu qrafikdən də aydın şəkildə görünür ki, illər keçdikcə əhalinin kompüter və internetdən istifadə faizi gözlə görünən dərəcədə artmışdır. Bu göstərici sadəcə 6 ili əhatə edir.

Əhalinin informasiya kommunikasiya texnologiyalarından istifadə səviyyəsinin artması cəmiyyətin müxtəlif sahələrində, həmçinin təhsildə də öz təsirlərini göstərir. Bu da öz növbəsində müasir bilik və bacarıqlara malik olan yeni nəslin formalaşmasında böyük rol oynayır.

2005-2017-ci illər ərzində Azərbaycan əhalisinin kompüterdən istifadə dərəcəsi aşağıdakı qrafikdə əks olunmuşdur. Qrafikdən aydın şəkildə görünür ki, kompüterdən istifadə səviyyəsi son illər əvvəlki illərə nisbətən artmışdır. 2005-ci ildə əhalinin təqribən 17 faizi kompüterdən istifadə edərkən, 2017-ci ildə isə əhalinin kompüterdən istifadə dərəcəsi 70 faizdən çox olmuşdur.

Əhalinin kompüterdən istifadə səviyyəsi eyni zamanda əhalinin məşğulluq səviyyəsinə də müsbət təsir göstərir. 2005-ci ildə əhalinin kompüterdən istifadə səviyyəsi 15%, 2007-ci ildə 21.5%, 2009-cu ildə 30.8%, 2011-ci ildə 48%, 2013-cü ildə 62%, 2014-cü ildə 67.8%, 2015-ci ildə 69.9%, 2016-cı ildə 70.8%, 2017-ci ildə isə 71.7% olmuşdur.

Qrafik 3. 2005-2017-ci illər ərzində əhalinin kompüterdən istifadəsi



Göstərici	
■	Kompüter istifadəçilərinin əhalinin ümumi sayında payı (faiz)

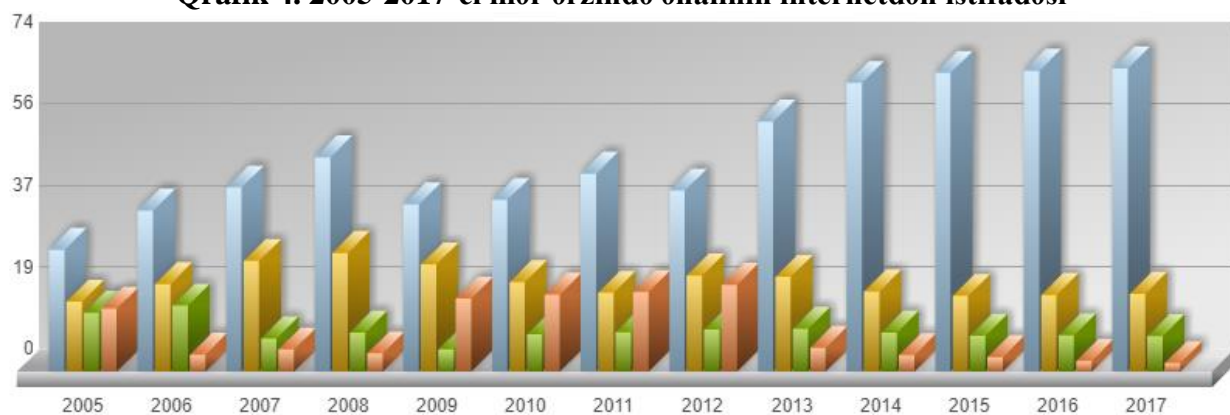
Mənbə: Azərbaycanın Statistik İnformasiya Xidməti,
<https://www.azstat.org/> (01.12.2018)

Digər bir qrafikdə isə əhalinin internetdən istifadəsi müxtəlif sahələrə görə qruplaşdırılmışdır. Burada əhalinin internetdən istifadəsi müvafiq olaraq ev şəraitində, iş yerində, təhsil müəssisələrində və digər yerlərdə göstərilmişdir. 2005-ci ildə ev şəraitində əhalinin internetdən istifadə dərəcəsi 27.5%, 2006-cı ildə 36.4%, 2007-ci ildə 41.6%, 2008-ci ildə 48.4%, 2009-cu ildə 37.8%, 2010-cu ildə 38.8%, 2011-ci ildə 44.7%, 2012-ci ildə 40.9%, 2013-cü ildə 56.5%, 2014-cü ildə 65.2%, 2015-ci ildə 67.5%, 2016-cı ildə 68.0%, 2017-ci ildə isə 68.5% olmuşdur.

İş yerlərində əhalinin internetdən istifadə səviyyəsi isə 2005-ci ildə 15.8%, 2006-cı ildə 19.8%, 2007-ci ildə 25.0%, 2008-ci ildə 26.8%, 2009-cu ildə 24.2%, 2010-cu ildə 20.02%, 2011-ci ildə 17.8%, 2012-ci ildə 21.7%, 2013-cü ildə 21.4%, 2014-cü ildə 18.1%, 2015-ci ildə 17.1%, 2016-cı ildə 17.3%, 2017-ci ildə isə 17.6% olmuşdur.

Təhsil müəssisələrində əhalinin internetdən istifadə səviyyəsi isə 2005-ci ildə 13.3%, 2006-cı ildə 14.9%, 2007-ci ildə 7.5%, 2008-ci ildə 8.8%, 2009-cu ildə 5.0%, 2010-cu ildə 8.4%, 2011-ci ildə 8.9%, 2012-ci ildə 9.5%, 2013-cü ildə 9.7%, 2014-cü ildə 8.8%, 2015-ci ildə 8.1%, 2016-cı ildə 8.2%, 2017-ci ildə isə 8.0% olmuşdur.

Qrafik 4. 2005-2017-ci illər ərzində əhəlinin internetdən istifadəsi



Göstərici	
■	evdə (mənzildə) (faiz)
■	iş yerində (faiz)
■	təhsil müəssisəsində (faiz)
■	digər yerlərdə (faiz)

Mənbə: Azərbaycanın Statistik İnformasiya Xidməti,
<https://www.azstat.org> (01.12.2018)

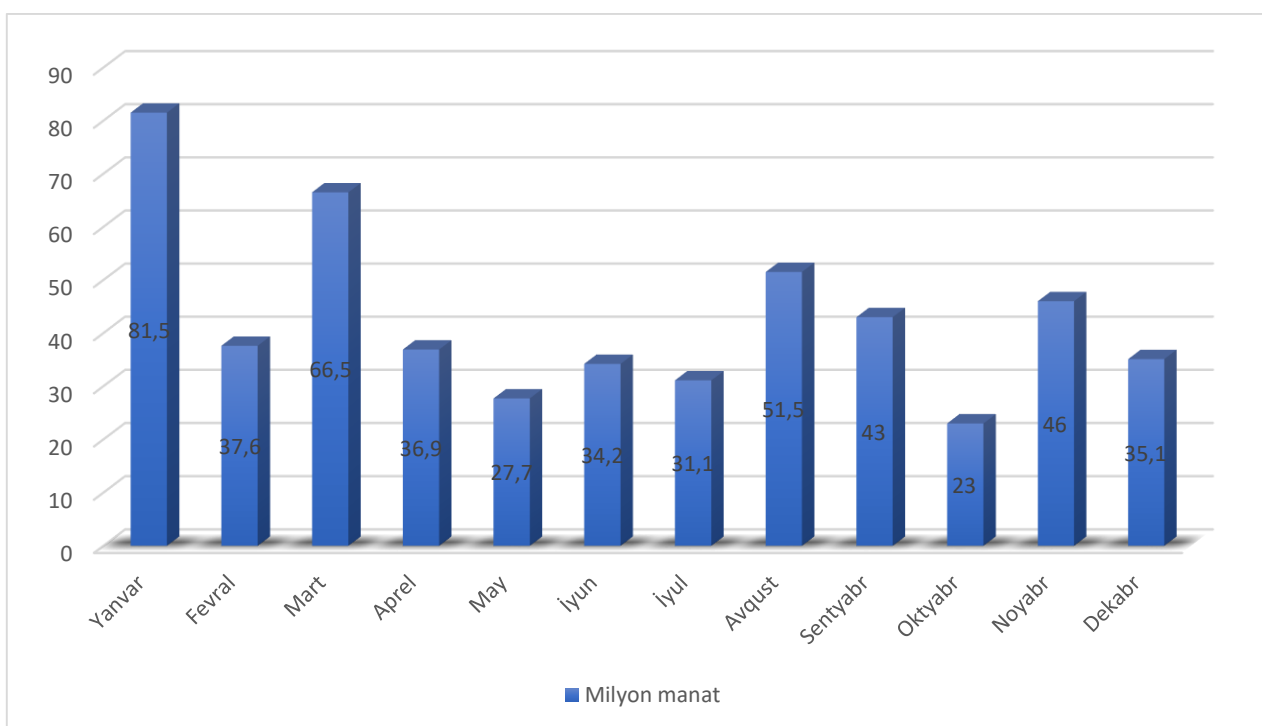
Azərbaycanda elektron ticarətin ilk addımları çox gec, 2007-ci ildə Amerikada təhsil almış gənc sahibkar Fərid İsmayılzadə tərəfindən GoldenPay şirkətinin təsis edilməsi ilə atılmağa başlanmışdır. GoldenPay Azərbaycanda ilk onlayn ödəmə sistemini quran şirkətdir. Şirkət 2008-ci ilin dekabr ayında rəsmi olaraq fəaliyyətə başlamışdır. Azərbaycanda ilk elektron ödəmə isə 2009-cu ilin mart ayında həyata keçirilmişdir. Daha sonra hesab.az portalını yaradan şirkət yüzdən çox təşkilatla əməkdaşlıq edərək vətəndaşların kommunal ödənişləri, vergi, sığorta, kredit və bir çox digər ödənişləri bu portal vasitəsilə ödəmələrinə şərait yaratmışdır. Hesab.az portalı hazırda Azərbaycanın ən böyük ödəniş sistemlərindəndir.

Bir digər elektron ticarət fəaliyyətinə nümunə olan Azərikard isə Azərbaycan Beynəlxalq Bankına məxsusdur. Azərikard ölkənin ilk prosessinq mərkəzi olaraq 1996-cı ildə yaradılmışdır. Onu da qeyd etmək vacibdir ki, Azərikard MasterCard, Diners Club American Express, Visa, UnionPay və JCB kimi Beynəlxalq Ödəniş Sistemləri tərəfindən tamamilə sertifikatlaşdırılmışdır. Azərbaycandakı ən önəmli banklarla işləyən bu prosessinq mərkəzi elektron xidmətləri təmin etmək üçün öz

Azərbaycard Ödəniş Sistemini inkişaf etdirmişdir. Hal-hazırda Azərbaycan 21 banka prosesinq xidməti göstərir.

Bugünkü gündə fəaliyyət göstərən elektron ticarət saytlarına nümunə olaraq azexport.az portalını göstərmək olar. Bu portal Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyevin "Azərbaycan Respublikasında istehsal olunan malların vahid məlumat bazasının yaradılması haqqında" 21 sentyabr 2016-cı il tarixli Sərəncamının əsasında yaradılmışdır. Azexport.az portalının idarə olunması İqtisadi İslahatların Təhlil və Kommunikasiya Mərkəzinin səlahiyyətindədir.

Qrafik 5. 2018-ci il ərzində azexport.az portalına daxil olmuş ixrac sifarişlərinin ümumi dəyəri



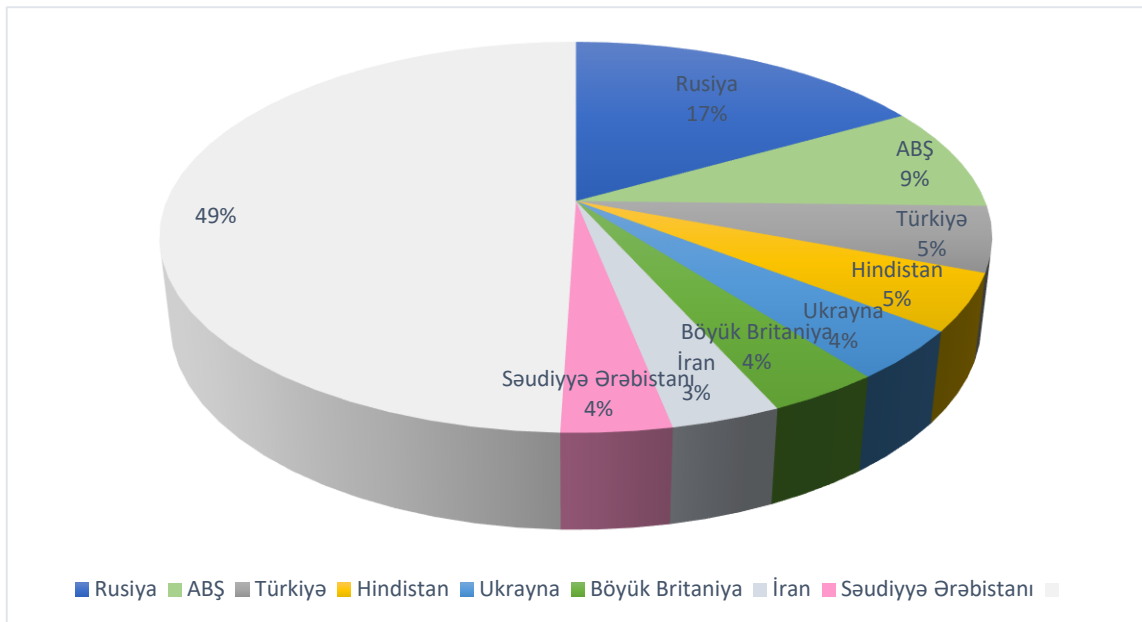
Mənbə: İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Portalın əsas məqsədi yerli məhsullar barədə informasiyaların təqdim olunması və bu məhsulların həm daxili, həm də xarici bazarlarda satılması prosesi üçün lazımi platformanın təşkil olunmasıdır. Bu məqsədin həyata keçirilməsi üçün azexport.az yerli və xarici aparıcı loqistika şirkətləri ilə Azərbaycan mənşəli malların daşınması üçün əməkdaşlıq edir. Portal real vaxt rejimində Azərbaycan mənşəli məhsulların alışı və satışı həyata keçirmək imkanı yaradır.

Portal Azərbaycan, rus və ingilis dillərində fəaliyyət göstərir. 2018-ci il ərzində aylarında "Azexport.az" portalında 514 milyon ABŞ dolları məbləğində ixrac sifarişləri daxil olmuşdur. (azexport.az, 2019).

2018-ci il ərzində, yanvar ayında 81,5 mln. manat, fevral ayında 37,6 mln. manat, mart ayında 66,5 mln. manat, aprel ayında 36,9 mln. manat, may ayında 27,7 mln. manat, iyun ayında 34,2 mln. manat, iyul ayında 31,1 mln. manat, avqust ayında 51,5 mln. manat, sentyabr ayında 43 mln. manat, oktyabr ayında 23 mln. manat, noyabr ayında 46 mln. manat, dekabr ayında 35,1 mln. manat ixrac sifarişləri daxil olmuşdur.

Şəkil 1. 2018-ci ildə azexport.az portalına daxil olan sifarişlərin ölkələr üzrə bölgüsü



Mənbə: İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

2017-ci il ilə müqayisə olunduqda ixrac sifarişlərinin dəyər cəhətdən 8% artması müşahidə edilir. 2018-ci il ərzində azexport.az portalına daxil olmuş ixrac sifarişlərinin ilk beşliyində Rusiya, Amerika Birləşmiş Ştatları, Türkiyə, Hindistan və Ukrayna yer alır.

Elektron ödəmə sistemlərinin qurulmasının ardından ölkədə bir çox elektron ticarət saytları meydana çıxmağa başlamışdır. Bunlardan ilkləri aromat.az, giftshop.az, topshops.az kimi saytlar olmuşdur. Bugün isə artıq firmalar elektron ticarətin inkişafının və gələcəyinin daha da parlaq olduğunu görərək, elektron

ticarət saytlarından əlavə, bir çox mağazalar da öz saytları vasitəsilə onlayn olaraq satış həyata keçirməyə başlamışdılar. Son illərdə Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı tərəfindən beynəlxalq təcrübəyə əsaslanan beynəlxalq maliyyə institutlarının texniki yardımı və maliyyə dəstəyi ilə Milli Ödəniş Sisteminin yaradılması və inkişafı yönündə geniş islahatlar aparılmışdır.

Daha öncə də qeyd etdiyimiz kimi, bir ölkədə elektron ticarətin yayılması üçün dövlətin güclü dəstəyinin olması və bir sıra infrastruktur işlərinin aparılması lazımdır. Bu baxımdan Azərbaycanda elektron ticarətin genişlənməsində dönüş nöqtəsi hesab edilə biləcək bəzi məqamları vurğulamaq lazımdır. İnfrastruktur işləri arasında ən vacibləri Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı tərəfindən həyata keçirilən “Milli Ödəniş Sistemi” (MÖS) və Azərbaycan Respublikası Rabitə, Nəqliyyat və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi tərəfindən yerinə yetirilmiş “Elektron Hökumət” dövlət proqramlarını qeyd etmək olar.

Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 2003-cü il 17 fevral tarixli göstərişi ilə qəbul olunan "Azərbaycan Respublikasının inkişafı üçün İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli strategiyası (2003-2012)" proqramı bu istiqamətdə ən mühüm addımlardan biridir. Bu proqramın məqsədi, respublikada dövlət müəssisələri, qeyri-hökumət təşkilatları, sosial, iqtisadi, təhsil, elm və mədəniyyət sahələrində İKT-nin yayılmasıdır.

Proqramın qəbul edilməsindən 2 il sonra Azərbaycanda "Elektron ticarət haqqında" Qanun imzalandı. 2016-cı və 2018-ci illərdə isə 2005-ci ildə imzalanmış bu qanuna dəyişikliklər edilmişdir.

Azərbaycan hökuməti əvvəlki illərdə olduğu kimi, növbəti illərdə də strateji planlar və proqramlar qəbul etmişdir. 21.10.2015-ci il tarixində prezident "Azərbaycanda informasiya və rabitə texnologiyalarının inkişafı üzrə 2005-2008-ci illər üçün Dövlət Proqramı"nı (Elektron Azərbaycan) imzalamışdır.

Elektron Azərbaycan Dövlət Proqramının məqsədləri bunlardır:

1. İnformasiya kommunikasiya texnologiyalarının inkişafının təminatı üçün effektiv mexanizmlərinin müəyyən edilməsi və bu mexanizmlərin inkişafının təmin edilməsi;

2. Qlobal İKT mühitinə inteqrasiyanın genişləndirilməsi;
3. Dövlət təşkilatlarının və özəl müəssisələrin, hüquqi şəxslərin və fiziki şəxslərin İKT sahəsinə daxil olmasının sadələşdirilməsi;
4. Ölkədə Milli İnformasiya Təhlükəsizlik Sisteminin yaradılması, İKT sahəsində təhlükəsizliyin təmin olunması və vətəndaşların məlumatlarının qorunması;
5. İKT-nin inkişaf etdirilməsinin təmin edilməsi məqsədilə hüquqi çərçivələrin hazırlanması;
6. İKT sferasında sertifikatlaşma və standartlaşdırmanı beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırmaq;
7. İKT sektorunda investisiya qoyuluşunu təşviq etmək və özəl sektorun inkişaf etməsini təmin etmək;
8. Poçt xidmətlərinin təkmilləşdirilməsi və yeni xidmət növlərinin yaradılması;
9. İKT-nin yayılmasının təminatı üçün elmi tədqiqatların tətbiq edilməsi;
10. Təhsildə İKT-dən istifadə olunmanın yayılmasını təmin etmək və bu sahədə mütəxəssislərin hazırlanması;
11. İKT bazarında sərbəst rəqabət mühitinin təşkil edilməsi, ixracın asanlaşdırılması və təşviqi.

Elektron Azərbaycan Dövlət Proqramının məqsədləri reallaşdırıldıqdan sonra 11 avqust 2010-cu il tarixində bu proqramın davamı olaraq "Azərbaycan Respublikasında rabitə və informasiya texnologiyalarının inkişafı üzrə 2010-2012-ci illər üçün Dövlət Proqramı", digər adı ilə 2-ci Elektron Azərbaycan Dövlət Proqramı qəbul edilmişdir. 2-ci Elektron Azərbaycan Dövlət Proqramı Azərbaycanda İnformasiya Kommunikasiya Texnologiyalarının inkişafı üçün ən önəmli addımlardandır. Dövlət Proqramları 4 istiqamətdə həyata keçirilmişdir. Hər bir istiqamət müxtəlif siyasətlərə bölünür. İstiqamətlər və siyasətlər aşağıda qeyd olunmuşdur.

1. Milli telekommunikasiya infrastrukturunun və poçt infrastrukturunun, xidmətlərin inkişaf etdirilməsi

- peyk rabitə texnologiyaları və xidmətlərinin işlənməsi;
- ölkədə poçt infrastrukturunun, telekommunikasiya infrastrukturunun müasirləşdirilməsi və inkişaf etdirilməsi yeni texnologiyalara əsaslanaraq, ayrı-ayrı fiziki şəxslərin və yaxud hüquqi şəxslərin ölkə üzrə telekommunikasiya və poçt xidmətlərinə çıxışını təmin etmək;
- milli internet seqmentinin infrastrukturunun inkişafı;
- rəqəmsal televiziya daxil olmaqla radio televiziya yayımı;
- ictimaiyyətə yüksək keyfiyyətə sahib telekommunikasiya və poçt xidmətlərinin göstərilməsi. (<https://president.az/articles/564>, 2010).

2. Regional və yerli hakimiyyət orqanlarında İKT və elektron xidmət fəaliyyətlərinin inkişaf etdirilməsi

- Dövlət təşkilatlarında İKT həll yollarından hərtərəfli istifadəsi üçün etibarlı servis şəbəkəsinin işlənilib hazırlanması və ümumi Məlumat bazasının təşkil edilməsi;
- Dövlətin məlumat sistemlərinin və resurslarının təsnifləşdirilməsi, inteqrasiya edilməsi və inkişafı üçün qabaqcıl mexanizmlərin tətbiqi, habelə dövlət orqanları və fiziki şəxslər və hüquqi şəxslər arasında güvənli informasiyanın mübadilə edilməsinin təminatı;
- İKT sahəsində aparılan tədqiqatlar haqqında informasiyanın yayılması. (<https://president.az/articles/564>, 2010).

3. İnformasiya mühitinə keçmək üçün lazımı şəraitin təşkil edilməsi

- əhalinin bütün kateqoriyaları üçün Internet istifadəsi və əlil insanlar üçün məhdudiyətli giriş də aid edilməklə, İKT-nın genişləndirilməsi;
- kompüterdən istifadə edənlərin sayının artırılması;
- iqtisadi sahədə, sosial sahədə və mədəni sahələrdə informasiya resursları yaradılması və inkişaf etdirilməsi;
- informasiya təhlükəsizlik sahəsində tədbirlər həyata keçirmək;
- dijital geriləmənin minimuma salınması üçün üçün tədbirlərin görülməsi;

– informasiya texnologiyalarından istifadə haqqında əhalinin maarifləndirilməsi və cəmiyyətdə bu mövzuda savadlılığının artırılması;

– beynəlxalq təcrübə də nəzərə alınaraq, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsində fəaliyyətin lisenziyalaşdırılmasında şəffaflığın təmin edilməsi;

– elektron iqtisadiyyat mühitinə keçidin sürətləndirilməsi;

– İKT və informasiya təhlükəsizliyi problemləri sahəsində kadrların hazırlanması üçün fəaliyyətlərin həyata keçirilməsi. (<https://president.az/articles/564>, 2010).

4. Rəqabətyönümlülük və ixraca yönəlmiş İKT-nin güclənməsi istiqamətində fəaliyyətlərin həyata keçirilməsi

– İnformasiya texnologiyası sferasında dövlət standartları hazırlanması;

– Azərbaycan dilinin milli elektron məlumat sahəsində tətbiq edilməsinin inkişaf etdirilməsi. (<https://president.az/articles/564>, 2010).

Fərmana əsasən, Dövlət Proqramında nəzərdə tutulmuş tədbirlərin həyata keçirilməsinə nəzarət Azərbaycan Respublikasının Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinə tapşırılmışdır. Dövlət Proqramının icra olunması dövlət büdcəsindən, habelə qanunvericiliklə qadağan edilməyən digər mənbələrdən maliyyələşdirilmişdir.

Dövlət Proqramının başlıca məqsədlərindən biri olan regional, yerli hakimiyyət orqanlarında informasiya texnologiyalarının tətbiq edilməsi və elektron xidmətlərin inkişafı istiqaməti xidmətlərin inkişafının sübutudur.

2.3. Elektron ticarət sahəsində dövlətin iqtisadi maraqların qorunmasının təmini

İnformasiya şəbəkəsinin inkişafı bazardakı mal və xidmətlərin dövriyyəsinin İKT və İnternet vasitəsi ilə tam və ya qismən həyata keçirildiyi elektron formaların yaranmasına səbəb olmuşdur. Elektron bazarda subyektlərin iqtisadi əlaqələrinin əsasını sistemin formalaşdırdığı iqtisadi maraqların məcmusu təşkil edir. Bu, sistemin ümumi nəzəriyyəsində nəzərdə tutulmuş sistemin əsas xüsusiyyətlərini təmin edir: sistemə daxil olan elementlərdəki keyfiyyət fərqliliyi, sistemin bütövlüyü, inkişafı, məqsədəuyğun xüsusiyyətləri, sistem elementlərinin bir-birinə bağlılığı və onların xüsusi bir əlaqə forması kimi uyğunsuzluğu.

Elektron ticarət bazarında sistemə daxil olan elementlərin keyfiyyət fərqi birincisi fərdi təsərrüfat subyektləri arasındakı fərqdən, ikincisi isə bu subyektlərin iqtisadi maraqlarının müxtəlifliyindən asılıdır.

Fiziki şəxsin iqtisadi maraqları real gəlirin artımını təmin etmək üçün minimum xərclərlə yüksək keyfiyyətli mal və xidmətlərlə fərdi ehtiyaclarının ödənilməsinə təmin etməkdir.

Şirkətlərin iqtisadi maraqları mənfəəti maksimallaşdırılmasıdır. Bütün cəmiyyətin maraqlarını təmsil edən dövlətin əsas iqtisadi marağı isə, büdcə vəsaitlərinin səmərəli istifadəsi və cəmiyyətin müavinətlərə olan tələbatını ödəmək üçün onların davamlı artırılmasıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, elektron və ənənəvi bazarın subyektlərinin əsas iqtisadi maraqlarının nələr olduğuna baxmayaraq, elektron ticarət forması onların həyata keçirilməsinə xüsusi şərtlər qoyur:

- müştərilər üçün - internetə çıxış və İKT və İnternetdən istifadə bacarığı;
- distribyutorlar üçün - virtual bazarda "ticarət yeri"nin mövcudluğu, onun haqqında istehlakçıların məlumatlandırılması və yüksək keyfiyyəti, İnternet reklamının müxtəlif növlərindən istifadə, mal və xidmətlərə görə ödənişlərin edilməsinin elektron üsullarının mövcudluğunu təmin etmək;

- dövlət üçün - şəbəkədə fəaliyyət göstərən şirkətlərin fəaliyyətinə vergi nəzarətinin həyata keçirilməsinin effektiv metodları, elektron ticarət platformalarında dövlət və bələdiyyə satınalmalarının təşkili bacarığı və s.

İqtisadi maraqlar sisteminin bütövlüyü fərqli təsərrüfat agentləri üçün ümumi iqtisadi maraqların mövcudluğunu müəyyən edir. Bir mal və xidmət üçün istehlakçı və istehsalçı fərqli iqtisadi maraqlara malikdir. Birincisinin iqtisadi marağı ucuz almaq, ikincisinin marağı isə daha çox satmaqdır. Buna baxmayaraq, hər ikisi şəbəkənin düzgün işləməsinə, süni şəkildə yaradılan şəbəkə məhdudiyyətlərinin olmamasına maraqlıdır.

İqtisadi maraqların təsərrüfat subyektlərinin ehtiyacları ilə sıx bağlı olduğu nəzərə alındığında, onu qeyd etmək olar ki, iqtisadi maraqlar sisteminin inkişaf modelinin formalaşmasında ən vacib amillərdən biri ehtiyacların artması qanunudur. Bu da elmi texniki tərəqqiyə əsaslanır. Elektron ticarət baxımından malların və xidmətlərin dövriyyəsi proseslərinin informasiyalaşdırılması və şəbəkələşməsi bazarın subyektlərinin iqtisadi maraqlar sisteminin inkişafını təmin edir. İstehsalçı və istehlakçıların tələblərinin kəmiyyət və keyfiyyət cəhətdən artması elektron ticarət bazarının istehsalçıları davamlı olaraq inkişafa, yeniliklərdən istifadəyə məcbur edir. Bu məhsullara bütün rakurslardan baxa bilmək üçün 3D fototexnikadan istifadə, saytın işləməsinə, məhsulların sifariş olunma müddətini sürətləndirmək üçün unikal texnologiyadan istifadə ola birlər.

Elektron ticarət təşkilatlarının iqtisadi maraqlarının bir-birinə bağlılığı xarici və daxili əlaqələrin olması ilə əlaqədardır. Xarici əlaqələr iqtisadi maraqlar sisteminin xarici mühitlə qarşılıqlı əlaqəsi zamanı - elektron hökumət, elektron əmək münasibətləri, elektron təhsil və mədəniyyət vasitəsilə informasiya şəbəkəsi ilə qarşılıqlı əlaqə zamanı ortaya çıxır. Daxili əlaqələr isə sistemi təşkil edən iqtisadi maraqların müəyyən edilməsi, koordinasiyası və subordinasiyası zamanı ortaya çıxır.

Ticarət əməliyyatlarının elektron şəkildə həyata keçirilməsi intellektual fəaliyyətin nəticələrinin qanuna zidd formada mənimsənilməsi və istifadəsi üçün

fürsətlər yaradır. Bu da iqtisadi maraqlar arasında ziddiyyətin yaranmasına səbəb olur:

- Qeyri-maddi formada olan intellektual məhsulların sahibləri və istehlakçıları arasında olan ziddiyyət. Bu ziddiyyətin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, intellektual məhsulların mülkiyyətçiləri onların surətlərinin maksimum sayını satmaqda maraqlıdırlar. Bu da bir alıcı tərəfindən şəbəkədə və açıq mənbələrdə bütöv bir məhsulun və ya onun fraqmentinin yerləşdirilməsi halında mümkün olmur. İstehlakçıların əksəriyyəti bu məhsulları pulsuz əldə etməyə çalışır.

- Şirkətin intellektual məhsulları işləyib hazırlayan əməkdaşları və internet-mağazanın sahibi arasında olan ziddiyyət. Onların iqtisadi maraqları arasındakı ziddiyyətin mənbəyi ondan ibarətdir ki, intellektual məhsulun hazırlanmasında əsas əmək şirkətin əməkdaşları (proqramçılar, marketinq xidmətinin əməkdaşları) tərəfindən sərf olunur, onun istismarından əsas gəliri isə internet-mağazanın sahibləri əldə edirlər. Əgər intellektual məhsul istehsalçılarının əməyinin ödənilməsi səviyyəsi onların gözləntilərinə uyğun gəlmirsə, perspektivdə bu ziddiyyətin artması maraqların toqquşmasına, konfliktin yaranmasına səbəb ola bilər. Bunun yan təsiri isə işçilərin innovativ fəallığının azalması və innovasiyaların rəqiblərə axın etməsi olacaq.

Elektron bazarda subyektlərin iqtisadi əlaqələrinin əsasını bir-birinə bağlı çoxsaylı elementləri olan iqtisadi maraqlar sistemi təşkil edir. Malların və xidmətlərin dövriyyəsi proseslərinin informasiyalaşdırılması və şəbəkələşməsinin iqtisadi maraqlar sistemində təsiri, onların həyata keçirilməsi və koordinasiyası aşağıda qeyd olunanlarla təzahür edir:

1. İnformasiya şəbəkə mühiti elektron ticarətdə iqtisadi maraqların reallaşdırılmasında xüsusi şərtlərin əmələ gəlməsinə təkan vermişdir.

2. Elektron ticarət şəraitində malların və xidmətlərin informasiyalaşması və şəbəkələşməsi tələbatın artması ilə qanuna uyğun olaraq bu bazarın subyektlərinin iqtisadi maraqlarının inkişafını təmin edir.

3. İnformasiya şəbəkəsi mühitinin formalaşması üçün əsas təşkil edən institutların virtuallaşması prosesi, iqtisadi maraqlar sisteminin və onların realizasiya prosesinin məntiqi davamı olmuşdur.

4. İnformasiyalaşma və şəbəkələşmənin bazar mexanizminin elementərinə təsiri bazarın ayrı-ayrı subyektlərinin iqtisadi maraqlarının realizasiyasını effektiv mexanizmə çevirir.

Distribütorlardan onların məhsullarının idxalçısı olan ölkədə daimi nümayəndəliyin yaradılmasını tələb etməyən elektron ticarətin inkişafı, vergi bazası uğrunda mübarizə sahəsində daha yüksək səviyyəli iqtisadi maraqların ziddiyyətliliyinin inkişaf etdirilməsinə zəmin yaradır. Satışların həyata keçirildiyi xarici şirkətin nümayəndəliyinin mövcud olduğu ölkədə birbaşa vergi tutulmasının məntiqi, bu ölkəni böyük həcmdə vergi tutulması üçün zəruri səlahiyyətlərlə təmin etməkdən ibarətdir.

Lakin virtual üsulla satış həyata keçirən xarici şirkətin nümayəndəliyinin olmaması, elektron üsulla təqdim edilən mal və xidmətlərin idxalçıların olduğu ölkələr və satıcılarının olduğu ölkələr arasındakı vergi daxilolmalarının balansının pozulmasına gətirib çıxara bilər.

Elektron ticarətin bütün subyektləri informasiya resurslarını icazəsiz girişdən qorumağa, başqa sözlə, informasiya təhlükəsizliyinə olan marağı reallaşdırmağa çalışırlar. Lakin, onlardan bəziləri öz məlumatlarını qoruyarkən, virtual ticarətin digər iştirakçıları haqqında məlumatlara sahib olmaq istəyirlər. Məsələn, distribyutorlar rəqiblərin məlumat bazalarına, iqtisadi fəaliyyət göstəricilərinə və s. və istehlakçıların, onların üstünlüklərini, alış-veriş strategiyalarını və s. təhlil etmək məqsədi ilə informasiya resurslarına çıxış əldə etmək istəyirlər. İnformasiyalaşdırma və şəbəkələşmə şəraitində iqtisadi maraqların ziddiyyətinin nəticəsi malların və xidmətlərin dövriyyəsi prosesinin həyata keçirilməsi ilə əlaqədar dəfələrlə artan informasiya təhlükəsizliyi təhdidi olur.

Malların alıcısı və distribütorunun əsas iqtisadi maraqlarının qarşılıqlı əlaqədə olduğu elektron bazardakı vəziyyəti nəzərdən keçirsək görərik ki, birincisi, məhsulu minimum qiymətə əldə etməyə çalışır, ikincisi isə bu məhsulun satışından

əldə olunan mənfəəti maksimuma çatdırmağı hədəfləyir. Elektron bazarda distribütorun rəqiblərinin sayı, demək olar ki, məhdudlaşmayıb, çünki o, qlobal xarakterə malikdir. Buna görə də, alıcı bazarda bu məhsulun bir çox təkliflərindən seçim etmək imkanına malikdir.

Elektron bazarda alıcının iqtisadi marağını reallaşdırmaq imkanı, müxtəlif distribütorların müəyyənləşdirdiyi əmtəələrin qiymətləri barədə informasiyanın axtarışı və emalı xərclərinin azaldılması hesabına ənənəvi bazarlara nisbətən daha yüksəkdir. Satışların elektron üsulla həyata keçirilməsi zamanı distribütorun iqtisadi marağı satışın səmərəliliyi, malların qeyri-məhdud satış imkanları və xərclərin azalması hesabına daha yüksək həddə çata bilər.

Malın satışından əldə olunan gəliri maksimuma çatdırmaq üçün ya əmtəənin qiymətini artırmaq, ya da xərcləri azaltmaq lazımdır. Qlobal rəqabət və satıcı seçimində istehlakçının sərhədsiz imkanlarının olması nəticəsində məhsulun qiymətini artırmaq imkanı olmadığından, o, xərcləri azaltmaq üçün elektron ticarət vasitələrindən istifadə edə bilər.

Bundan başqa, xərclərin azaldılması məqsədilə vergiləri ödəməkdən yayınmaq vergi orqanlarının simasında dövlətlə maraqların toqquşmasına, konfliktin yaranmasına gətirib çıxara bilər. Elektron kommersiya şəraitində belə bir vəziyyət yaranır: malların dövriyyəsi prosesinin informasiyalaşdırılması və şəbəkələşməsi bazarın ayrı-ayrı subyektlərinin razılaşdırma prosesini çətinləşdirməklə eyni vaxtda iqtisadi maraqlarının daha səmərəli həyata keçirilməsinə imkan yaradır.

Elektron ticarət şəraitində belə bir vəziyyət yaranır: malların dövriyyəsi prosesinin informasiyalaşdırılması və şəbəkələşməsi iqtisadi maraqlarının daha səmərəli həyata keçirilməsinə imkan yaradır. Eyni vaxtda bazarın ayrı-ayrı subyektlərinin razılaşma prosesini çətinləşdirir. İqtisadi maraqların ziddiyyətliliyinin tamamilə aradan qaldırılması həm ənənəvi, həm də elektron ticarət şəraitində mümkün deyil.

III Fəsil ELEKTRON TİCARƏTİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

3.1. Elektron ticarət sahəsində qanunvericilik aktlarının təkmilləşdirilməsi istiqamətləri

İnkişaf edən elektron ticarət sahəsi və bu sahədəki ticarət münasibətləri bu sahədə hüquqi tənzimləməyə ehtiyac duyulmasına şərait yaratmışdır. Klassik ticarət üçün istifadə olunan və etibarlılığı qlobal olaraq qəbul edilmiş hüquqi tənzimləmələr bəzi məqamlarda kifayət etmir. Mövcud qanunların yetərsiz qaldığı halların başında beynəlxalq elektron ticarət əməliyyatları gəlir. Ticarət münasibətlərində iştirak edən iki tərəfin, klassik ticarətdə beynəlxalq hökmləri vardır. Ancaq söhbət elektron ticarətdən gedərsə, ölkələrin bu sahədəki standartları tam olaraq formalaşdırılmamış və mövzunun sərhədləri aydın şəkildə müəyyən edilməmiş olması qarışıqlığa yol açır.

Elektron ticarət əməliyyatları qlobal bazar mühitində həyata keçirildiyindən, alıcı və satıcı baxımından hüquqi cəhətdən problemlər klassik ticarətə nisbətən daha çox ortaya çıxır. Elektron ticarətin önündəki başlıca hüquqi problemlər bunlardır:

- Əqli mülkiyyət hüquqları
- Vergitutma
- Təsdiq əməliyyatları
- Beynəlxalq qanunlardakı çatışmazlıqlar
- Şəxslərin gizlilik hüquqları
- Elektron sənədlərin keçərliliyi məsələsi
- Elektron imzanın keçərliliyi məsələsi
- Qanunların elektron mühit nəzərə alınaraq yenidən gözdən keçirilməsi
- Klassik ticarət istifadəçiləri olan şəxs və təşkilatların mövcud hüquqi statuslarının və faktiki vəziyyətlərinin elektron ticarətin tələbləri çərçivəsində yenidən gözdən keçirilməsi.

Hazırda dünyada elektron ticarətin miqyası günü gündən genişlənir. Televiziya, telefon, faks kimi klassik elektron ticarət vasitələri istifadə edilməyə davam etsə də, yerini elektron ticarətdə daha təsirli və effektiv olan internetə təslim etmişdir. Mobil cihazlardakı inkişafın sürəti elektron ticarətə də öz müsbət təsirlərini göstərmişdir. Mobil cihazlar vasitəsilə, mobil ödəniş üsulları ilə ödənişlərin həyata keçirilməsi elektron ticarətin məhdudiyyətlərini daha da azaltmışdır. Sürətlə inkişaf edən bu sahədə yeniliklərlə ayaqlaşmağa çalışan ölkələr isə öz qanunvericiliklərində dəyişikliklər edərək, elektron ticarətin inkişafı üçün fiziki olduğu qədər, hüquqi infrastrukturda da yaxşılığa doğru addımlar atmışlar.

Azərbaycan Respublikasının həyata keçirdiyi və davam edən infrastruktur işləri, Elektron Ticarət haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Elektron İmza haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu kimi hüquqi tənzimləmələr ölkənin bu sahədə müəyyən bir yol qət etməsində mühüm rol oynamışdır. Bununla belə, bütün bu işlərə baxmayaraq, həm infrastrukturda, həm də hüquqi tənzimləmədə bəzi çatışmazlıqlar var.

Elektron xidmət infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi üçün dövlət tərəfindən dövlət idarə və təşkilatlarına büdcənin ayrılmaması, maliyyə mənbələri problemini gündəmdə saxlayır. Təşkilatalara elektron ticarətin inkişaf etdirilməsi üçün məsuliyyətin yüklənməsinə rəğmən, büdcədən kənar fondlar tərəfindən maliyələşdirilən bəzi təşkilatlarda bu sahənin yaxşı, digər təşkilatlarda isə yavaş inkişafına səbəb olmuşdur. Bu baxımdan büdcənin planlaşdırılması zamanı elektron xidmətlərlə bağlı ayrıca maddələrin qeyd olunması tövsiyyə olunur.

Azərbaycanın dünya iqtisadiyyatı ilə inteqrasiya işlərinin əsas xəttlərindən birini elektron ticarət təşkil edir. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsindən əldə edilən məlumatlara əsasən qeyd etmək olar ki, Azərbaycanda reallaşdırılan elektron ticarətin həcmi pərakəndə ticarət həcminə nisbətə çox azdır. Bunun səbəblərini aşağıdakı kimi qeyd etmək olar:

- Əhalinin elektron ticarət vərdişləri inkişaf etməməsi. Orta yaşlı və yaşlı insanların internetə etibar etməmələri bu sahənin inkişafına öz mənfi təsirlərini göstərir.

- İnternetə çıxış zamanı maneələr. Sürətli, güvənli, ucuz və münasib qiymətli bir şəbəkə bazası olmadan elektron ticarətin inkişafı düşünülə bilməz. Texniki infrastrukturun zəif olması səbəbindən bir çox sərmayəçilər elektron ticarət sahəsinə investisiya qoymağdan çəkinirlər.

- İstifadəçilərin məlumatlarının qorunmasında təhlükəsizliyin zəif olması. Məsələn, 2015-ci ilin sentyabr ayında Azərbaycan banklarından biri olan Əmrahbank ASC-yə, 2016-cı ilin iyun ayında isə Rəvan Sığorta ASC-yə qarşı həyata keçirilən kiber hücumlar təhlükəsizlik tədbirlərinin zəif olduğunun göstəricisidir.

- Elektron ticarət qanunvericilik sisteminin yenilənməməsi. Ticarət sektorunda anlaşılmazlıq olan zaman, bir sıra qanunlarda elektron ticarət və ticarət anlayışlarının eyni olması buna nümunədir.

- Elektron ticarət istifadəsinin genişlənməməsi. Həm istifadəçilər həm də dövlət tərəfindən İKT sahəsində genişləndirici siyasətlərin yetərsiz olması buna nümunədir. Dövlət və özəl xidmətlərin bütövlükdə elektron mühitə keçməməsi bu sahənin inkişafının önündə maneə rolunu oynayır.

- Dövlət idarə və təşkilatlarının elektron hökumətə inteqrasiyası olunmasının önündəki maneələr. Dövlət idarə və təşkilatlarının inteqrasiyasında maliyyə mənbələrinin kifayət qədər olmaması bu məsələnin önündə duran ən böyük maneədir.

Azərbaycan Respublikası müstəqillik qazandıqdan sonra öz iqtisadiyyatını sürətli bir şəkildə inkişaf etdirmək və liberal dəyərlərə əsaslanan iqtisadi sistem formalaşdırma hədəflərini müəyyən etmişdir. Təbii resurslarının zənginliyindən dolayı Azərbaycana xarici sərmayə demək olar ki, əsasən neft sektoruna axmışdır. Azərbaycanın ixracatının böyük bir hissəsini neft məhsullarının təşkil etməsi səbəbi ilə, 2014-cü ildən etibarən neft qiymətlərinin azalması ilə bağlı olaraq

iqtisadiyyatın diversifikasiyası, sahibkarlığın inkişafı, qeyri-neft sektorunun inkişafı Azərbaycanda Respublikasında həyata keçirilən iqtisadi siyasətin başlıca istiqamətlərindən bəziləridir.

Ölkələrin dövlət xərclərini reallaşdırmaq üçün gəlirlərinin olması lazımdır. Vergilərdən əldə edilən gəlirlər dövlət üçün ən önəmli gəlir mənbələri arasındadır. Ticarət sahəsində baş verən dəyişikliklər və ticarətin inkişafı ilə vergi gəlirləri də müxtəliflik göstərmişdir. Zamanla elektron ticarətin inkişafı ilə elektron ticarətdən əldə edilən vergi gəlirləri bu müxtəliflikdən biridir. Elektron ticarətin günü-gündən global olaraq inkişaf etməsə ilə əlaqədar elektron ticarətdə bir sıra vergitutma ilə bağlı problemlər yaranır. Bu problemlərin əsası gəlirin vergiləndirilməsi ilə bağlı ölkələr arasında qeyri-müəyyənliklərin olmasıdır. Bundan əlavə, elektron ticarətin həyata keçirildiyi mühit vergitutmanı çətinləşdirir. Bu səbəbdən yeni yoxlama üsulları inkişaf etdirmək lazımdır.

Elektron ticarət sahəsinin inkişafı üçün bu təklifəri qeyd etmək olar :

– İnsanların internetə daha asan çıxış əldə edə bilmələrini təmin etmək lazımdır. WIPO 2018-ci il tarixli hesabatında internetə çıxış imkanları indeksinə görə, Azərbaycan 63-cü yeri tutur. Daha ön sıraya keçmək üçün internetdən istifadə genişləndirilməlidir.

– İnfrastrukturunu inkişaf etdirmək və bu inkişaf proqramlarında dövlət orqanlarına kifayət qədər büdcələrin ayrılması vacibdir.

– İstifadəçilərdə kiberhücumlara, istifadəçi məlumatlarına və ödəniş kartı məlumatlarının oğurlanmasına qarşı etibar yaratmaq lazımdır.

– Qanun və qərarların elektron ticarət və ticarətlə bağlı ifadələrin anlaşılması baxımından yenilənməlidir.

– Elektron kommersiyanın inkişafı üçün dövlət vergilərdən azad etmə, vergi güzəştləri, bu sektorda müxtəlif stimullaşdırma siyasəti kimi proqramlar tətbiq etməlidir.

Elektron ticarətin inkişaf etdirilməsi üçün beynəlxalq miqyasda ölkələr arasında, milli miqyasda isə, ictimai, özəl sektor, universitetlər və cəmiyyətdəki qruplaşmalar arasında iş birliyi yaradılmalı, cəmiyyətin bütün üzvlərinin

məlumatlandırılması, tərəflər arasında fikir mübadiləsi təmin edilərək istifadəçilərə güvən verəcək hüquqi tənzimləmələrin həyata keçirilməsi və bu sahəyə investisiya qoyuluşlarının cəlb edilməsi dövlətin əsas vəzifələrindəndir.

Elektron ticarətdə internet mühitində yazılı sənəd və ya hər hansı bir sözlü sübuta əsaslanmayan əməliyyatlar həyata keçirildiyindən hüquqi olaraq ciddi problemlərlə qarşılaşıla bilər. Bununla bərabər beynəlxalq sahədə həyata keçirilən elektron ticarət səbəbi ilə beynəlxalq hüquq sahəsində də bir sıra problemlər ortaya çıxır.

Elektron ticarətə dair əməliyyatlar və hüquqi sahədə tənzimləmə sahələri aşağıda qeyd olunan başlıqlarla üzrə nəzərdən keçirilməlidir:

- İstehlakçıların müdafiəsi ilə bağlı qanunvericiliyin yenidən gözdən keçirilməsi;
- Elektron imza sahəsində xüsusi bir quruma ehtiyac duyulub-duyulmadığının araşdırılması;
- Elektron ödəniş vasitələri arasında yer alan elektron pulu istifadəyə təqdim edəcək qurum və bu qurumla bağlı hüquqi çərçivənin müəyyənləşdirilməsi;
- Elektron ödəniş sistemlərinin qeyri-qanuni fəaliyyətlər üçün istifadəsinin qarşısını alacaq cəza tədbirlərinin görülməsi.

Dövlətin və özəl sektorun elektron ticarətin genişləndirilməsi və inkişafı üçün birbaşa və dolaylı cəhdləri, elektron ticarətdəki əksikliklərin aradan qaldırılmasına da öz təsirlərini göstərir. Elektron ticarətin insanların həyatına gətirdiyi asanlıqlarla yanaşı, hüquqi mənada təhlükəsizlik baxımından bir sıra problemləri də özü ilə gətirir. Bu səbəbdən texnoloji infrastruktur və hüquqi tənzimləmələr sahəsində ciddi tədbirlər görülməlidir.

3.2. İnternet texnologiyalarından istifadə sahəsində dövlətin iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin edilməsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri

Yaradılma məqsədi kommunikasiya olan internetdə əsas fəlsəfə məlumat mübadiləsi olmuşdur. Əvvəllər bu sistemdən faydalananların sistemə zərər verə biləcəkləri və ya vermək istəyəcəkləri heçkimin ağına gəlməmişdi. Buna görə də təhlükəsizlik qaygıları olmamışdı. Təhlükəsizlik qaygısı olmamasının bir digər səbəbi də, əvvəllər bu sistemin istifadəçilərinin sayının məhdud olması və kompüterlərin hər evə girə biləcək qədər geniş yayılmamasıdır. İlk zamanlarda yaşanan narahatlıqlar internetin üzərində var olduğu fiziki infrastruktura qarşı gələ biləcək təhdidlərdən ibarət olsa da sonralar zərərli kodlar və virusların çıxarılması və yayılmasıyla birlikdə təhlükənin səviyyəsi də artmağa başlamışdır. Zaman keçdikcə iqtisadi sistemlərin, ticarətin və məlumat sistemlərinin internetə inteqrasiya olunması və internetlə bağlı hala gəlməsi ilə və texnologiyada baş verilən yeniliklərin sistemlərə icazəsiz giriş, informasiya oğurluğu və hətta fiziki zərərlər verməyə imkan yaratması ilə informasiya texnologiyaları sahəsində təhlükəsizlik ciddi bir problem olmuşdur.

İnformasiya texnologiyaları təhlükəsizliyinin qarşısında duran ən böyük problemlərdən biri, azadlığın və təhlükəsizliyin balansıdır. Təhlükəsizlik təmin edilməyə çalışılarkən, əsl məqsədi məlumatın azad şəkildə ötürülməsi və ünsiyyət olan interneti məqsədinin xaricinə çıxarmamaq lazımdır.

Texnologiyanın inkişafı və texnologiyadakı yeniliklər beynəlxalq təhlükəsizlik tədqiqatlarının formalaşmasında xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Xüsusilə hərbi balansın təmin edilməyə çalışıldığı soyuq müharibə dövründə təyin edici ünsür texnoloji inkişafı olmuşdur. İnformasiya təhlükəsizliyi sahəsində dövlət və özəl təşkilatlar tərəfindən böyük investisiya qoyuluşları həyata keçirilir. Təhlükəsizlik zəiflikləri nəticəsində meydana çıxan biləcək zərərlər və etibarın itirilməsi nəzərə alındıqda dövlətlərin və təşkilatların bu sahə üçün investisiya xərclərindən çəkinməyəcəkləri düşünülür. İnternet üzərindən həyata keçirilən hücumların milli təhlükəsizliyə nə dərəcə zərər verə biləcəyi mövzusu müzakirə olunarsa, milli təhlükəsizliyə yönələn bir neçə növ hücumdan bəhs etmək olar.

Bunlardan kibercinayətkarlıq və iqtisadi casusluq ən çox dövlət ilə əlaqəli təhdidlərdir.

Azərbaycanın informasiya resursları üçün başlıca təhlükə mənbəyi xarici şəbəkələrdən yerli İnternet istifadəçilərinin informasiya məlumat bazalarına müdaxilə olunması, informasiya məlumat sistemlərinin ələ keçirilməsi və ya sistemlərin dağıdılması məqsədilə Azərbaycanın hazırda formalaşmaqda olan daxili informasiya şəbəkələrinə müdaxilə olunmasından ibarətdir.

Önemli məsələlərdən biri də son dövrlər ərzində müxtəlif xarici qurumların dəstəyilə yaradılmış ölkə əhəmiyyətli informasiya-kompüter şəbəkələridir. Artıq Dövlət Vergilər Nazirliyi, Dövlət Əmlak Nazirliyi, Gömrük Komitəsi, Mərkəzi Seçki Komissiyası strukturlarında ölkə miqyasında qlobal şəbəkələr sistemlərinin formalaşdırılması prosesi gedir. Bu çox mühüm bir hadisə olaraq qeyd olunmalıdır. Lakin burda təhlükəli və bir o qədər vacib cəhət ondan ibarətdir ki, bu formada informasiya şəbəkələri yaradılarkən mövcud informasiya təhlükəsizliyi məsələlərinə xüsusi olaraq diqqət yetirilmir.

Bu sahədə mövcud olan vacib problemlərdən bir odur ki, informasiya təhlükəsizliyi və informasiya texnologiyaları ilə məşğul olan dövlət qurumu hələ də yaradılmamışdır. Bununla yanaşı Azərbaycanın informasiya təhlükəsizliyi və informasiya müharibələrinə tab gətirə bilməsi üçün dəqiq olaraq işlənilmiş strategiyanın olması çox önəmlidir. Bu həm ölkə iqtisadiyyatı, həm də iqtisadi təhlükəsizlik üçün çox vacib bir amildir.

İqtisadi təhlükəsizlik hər şeydən əvvəl vətəndaşın, cəmiyyətin və dövlətin mühüm həyatı mənafeələrini əhatə edir. Bununla yanaşı, onların tələbatlarının düzgün və etibarlı bir şəkildə ödənilməsi iqtisadi təhlükəsizliyin təmin olunması səviyyəsindən asılıdır. İqtisadi təhlükəsizlik eyni zamanda özündə əsas milli dəyərləri cəmləşdirir. İqtisadi təhlükəsizliyin təşkilinin yüksək səviyyədə olması hər bir ölkənin intellektual, maddi, həmçinin mənəvi dəyərlərinin qorunub saxlanılmasının əsas qarantiyası hesab olunur.

Əgər bir ölkə öz iqtisadi təhlükəsizliyinin qayğısına qalmasa, o zaman o xarici bazarlarını itirmək təhlükəsi ilə üz-üzə qala bilər. Hətta, daxili bazarının xaricilərin

əlinə keçə bilməsi də aktual problem ola bilər. Bu səbəbdən, iqtisadi təhlükəsizliyin təmin edilməsi milli iqtisadiyyatın formalaşdırılmasında vacib amildir. Bugünkü gündə iqtisadi təhlükəsizliyin təmin edilməsi aktual bir məsələdir.

İqtisadi təhlükəsizliyin təmin edilməsi təcrübəsi bir qədər mürəkkəbdir. Bu, qloballaşma və Elmi Texniki Tərəqqinin inkişafın yeni mərhələsinə - informasiya iqtisadiyyatına gətirib çıxarması ilə izah olunur. İqtisadi təhlükəsizliyin təbiətinə və səviyyəsinə təsir edən yeni subyektləri ilə yeni təhlükələr yaranır. Bu baxımdan aşağıdakı problemləri həll etmək lazımdır:

- inkişafın nəticələrinin qiymətləndirilməsində əsas sahələrin və iqtisadi parametrlərin inkişafının yeni qanunları, mexanizmləri və nisbətlərinin formalaşdırılması;
- iqtisadi sistemə nəzarət edən yeni orqanların yaradılması və mövcud orqanların transformasiyası;
- qiymətləndirmə prinsiplərinin dəyişdirilməsi və elektron xidmətlər üçün tələb və təklif funksiyalarının modifikasiyası;
- elektron ticarət üçün vergi və gömrük tənzimlənməsi;
- fərdi bazarların qısamüddətli və uzunmüddətli bərabərliyinin və makroiqtisadi tarazlığının optimallığının və sabitliyinin şərtlərinin dəyişdirilməsi;
- rəqabətin yeni prinsipləri və vasitələrinin ortaya çıxması.

Bu problemlərin təhlilinin nəticəsi göstərir ki, yeni təhdidlərin qarşısının alınması təsərrüfat subyektlərinə və bütövlükdə dövlətə qarşı iqtisadi təhlükəni minimuma endirmək üçün informasiyanı tez bir zamanda qəbul etmək, emal etmək, ötürmək, istifadə etmək və yeni informasiya istehsal etmək qabiliyyəti ilə bağlıdır. Əgər əvvəllər iqtisadi fəaliyyətin müvəffəqiyyəti daha çox klassik istehsal amillərinin birləşməsinə bağlı idisə, bu gün müvəffəqiyyət, sabitlik və inkişaf üçün əsas kimi sürətli və yüksək keyfiyyətli iqtisadi artım və iqtisadi təhlükəsizlik üçün kapital, informasiya və intellektual resursların kompleks birləşməsi ilə müəyyənləşdirilir.

İnternet fəaliyyətində təhlükəsizlik əsasən iki başlıq əsasında təhlil edilir. Birincisi, internet xidmətini təmin edən təchizatın, program təminatının və şəbəkə infrastrukturunun təhlükəsizliyidir. İkincisi isə, müştərilər xidmətlərdən istifadə edərkən yaranan məlumat trafikinin təhlükəsizliyi. Məlumat trafikinin təhlükəsizliyi dörd əsas amildən asılı olur:

- 1.Authentication: İdentifikasiyası
- 2.Authorization: Avtorizasiya, üzv olub olmadığı
- 3.Non-Repudiation: Məsuliyyət, təxirə salınmamaq
- 4.Data Protection: Məlumatın qorunması və gizliliyi.

Bu dörd amildən ilk ikisi sadəcə üzv olan istifadəçilərin alışveriş etməsini təmin etmək üçün vacibdir.

İnternet kimi hər kəsə açıq bir şəbəkə mühitində istifadə olunan məlumatların pis niyyətli kəslərin əlinə keçməsinə mane olmaq üçün hər bir ödəniş sisteminin, təhlükəsizliklə əlaqədar olaraq yerinə yetirməsi lazım olan bəzi vəzifələr vardır. Bu təhlükəsizlik vəzifələrinin bəziləri aşağıdakılardır:

- Gizlilik. Hər hansı bir əməliyyat zamanı istifadə olunan məlumatların sadəcə əsas şəxs və ya təşkilat tərəfindən görülebilməsi. Yəni, ödəniş zamanı istifadə edilən bank kartlarının məlumatlarının başqalarının əlinə keçməsinə mane olmaq.
- Məlumatın tamlığı. İnformasiyanın, onun mənbəsində yaradıldığı formada, heç bir dəyişikliyə məruz qalmadan alıcıya ötürülməsini təmin etmək. Məsələn, hər hansı bir məhsul və ya xidmət alınarkən, onlarla bağlı ödəniş məlumatlarının dəyişdirilməməsi.
- Şəxsiyyətin təsdiq edilməsi. Bank kartının etibarlılığının, kart sahibi və mağazanın məlumatlarının düzgünlüyü. Məsələn, bank kartının məlumatlarını daxil edən şəxsin həmin kartın sahibi olduğunun təsdiqlənməsi.
- İnkara ədə bilməmək. Alıcının və ya satıcının müəyyən bir əməliyyatı həyata keçirdikdən sonra, bu əməliyyatı etdiklərini inkar edə bilməmələri.

Elektron ticarət fəaliyyətinin subyektləri, alqı satqı prosesində bir-birlərini görmədikləri səbəbindən bir sıra təhlükəsizlik tədbirləri görməyə çalışırlar. Klassik ticarət həyata keçirən şəxslər qarşılıqlı inamı təmin etmək üçün şəxsiyyət, imza və bənzər üsullardan istifadə edirlər. Elektron mühitdə isə, elektron imza və sertifikatlar sayəsində insanlar qarşısındakinin məlumatlarından əmin ola bilirlər. Elektron ticarət mühitində həyata keçirilən əməliyyatlarda bank kartı və buna oxşar məlumatların üçüncü şəxslərin əlinə keçməsi ehtimal olunan bir riskdir. Bu hadisə daha çox internet mühitində və internet vasitəsilə həyata keçirilən alışverişlərdə baş verir. Gündəlik həyatla müqayisədə rəqəmsal mühitdə bank kartı məlumatlarının başqaları tərəfindən öyrənilməsi riski daha azdır.

Elektron ticarətin kommunikasiya miqyasında, kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı informasiya təhlükəsizliyi mövzusunda olan həssaslığı artırmışdır. Gündəlik həyatın bütün sahələrində ünsiyyətin kommunikasiyanın elektron mühit vasitəsilə qismən və tamamilə həyata keçirilməyə başlanıldığı günümüzdə, ötürülən məlumatlar arasında müəssisələrə, dövlətə və şəxslərə aid şəxsi məlumatların olması, informasiya təhlükəsizliyi sahəsindəki işlərin, görülən tədbirlərin artmasına səbəb olmuşdur. Açıq şəbəkələrdə ötürülən məlumatların təhlükəsizliyi başqası tərəfindən dinlənilmə, dəyişdirilmə və təqlid edilmə təhdidi ilə üz-üzədir. İnformasiya təhlükəsizliyini təmin etmək, bu təhdidləri tamamilə ortadan qaldırmaqla mümkün ola bilər.

Xüsusilə internet kimi açıq sistemlərin istifadəsi ilə həyata keçirilən elektron əməliyyatlarda istehlakçı və digər istifadəçilər tərəfindən ən önəmli mövzular bunlardır:

- İnfrastrukturda yer alan şəbəkə xidmətlərinin təhlükəsizliyi
- Hüquqi əməliyyatların etibarlı olması
- Həm əməliyyatlar, həm də tərəflər haqqındakı məlumatların doğru olub olmamasının təsdiqlənməsi.

Əgər istifadəçilər internetin kommunikasiya və məlumatlarının digər şəxslər tərəfindən əldə edilməsi və ya dəyişdirilməsi mövzusunda güvənli olduğundan

əmin olmazlarsa, bu zaman internetin ticarət üçün istifadəsi uğurlu olmayacaqdır.

Güvənli bir informasiya infrastrukturunu bunları tələb edir:

1. Təhlükəsiz və etibarlı ünsiyyət şəbəkəsi
2. Bu şəbəkələrə hücumlardan informasiya sistemlərini qorumaq üçün effektiv vasitələr
3. Digər istənilməyən, icazəsiz şəxslərin istifadəsindən elektron informasiyanın etibarlı bir şəkildə qorunmasını təmin etmək üçün təsirli vasitələr
4. Sistemlərini və məlumatlarını necə qoruyanlarını yaxşı bilən istifadəçilər.

3.3. Elektron ticarətin tənzimlənməsi sahəsində xarici təcrübədən istifadə istiqamətləri

Elektron ticarət haqqında son illərdə yaşanan dəyişikliklərə paralel olaraq bir çox ölkə və beynəlxalq təşkilatlar elektron ticarət və onunla əlaqəli mövzuları gündəminə almış və bu istiqamətdəki işlərini sürətləndirərək elektron ticarət yolu ilə ticarətdə fəaliyyət və rəqabət üstünlüyü təmin etməyi məqsəd qoymuşdur.

Dünya Ticarət Təşkilatı, Avropa Birliyi, İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı və Birləşmiş Millətlər Təşkilatının nəzdində müxtəlif ölkələr ticarətdə fəaliyyətin təmin edilməsi məqsədiylə işlər həyata keçirilir.

Ümumdünya Ticarət Təşkilatı, həmçinin, rabitə xidmətləri bazarlarının açılması və yenidən təşkili üzrə işlər aparən beynəlxalq bir təşkilat kimi ön plana çıxmışdır. 15 fevral 1997-ci il tarixli ÜTT Sazişi bütün kommunikasiya infrastrukturunu internetin inkişafı üçün mühüm meyar hesab edir.

Dünya Ticarət Təşkilatının xidmətlər ticarəti üzrə Baş sazişi (GATS) elektron ticarət infrastrukturunu meydana gətirən rabitə və informasiya texnologiyası xidmətlərində liberallaşmanı dəstəkləməkdədir. Ümumdünya Ticarət Təşkilatının elektron ticarətlə bağlı digər razılaşması Əqli Mülkiyyət hüququnun ticarətlə əlaqəli aspektləridir. Bu razılaşma ilə intellektual mülkiyyəti qorumaq məqsəd qoyulmuşdur. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının, telekommunikasiya infrastrukturunu və informasiya texnologiyalarının az inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan

ölkələrdə istifadə edilməsi və yayılması üçün tərkibində yer alan təşkilatlarının vasitəçiliyi ilə çox sayda işlər həyata keçirməkdədir.

Bu işlər Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Beynəlxalq ticarət hüquqları üzrə Komissiyası (UNCITRAL), Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Avropa İqtisadi Komissiyası (UNECE), Beynəlxalq Ticarət Mərkəzi (ITC) tərəfindən davam etdirilməkdədir. Bu tədqiqatlardan bəzilərini qeyd etmək faydalıdır.

1. Qlobal Ticarət Məntəqələri Şəbəkəsi (GTP Net)

Bazarların sürətlə qloballaşdığı və məlumatın ticarət fəaliyyəti həyata keçirənlər baxımından strateji bir xüsusiyyət qazandığı indiki vaxtda, xüsusilə Kiçik və Orta Ölçülü Müəssisələri (KOM) ticarətlə bağlı məlumat və rabitə ehtiyacının qarşılınması məqsədiylə, Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ticarət Məntəqələri İnkişaf Proqramı çərçivəsində bir çox ölkədə ticarət məntəqələri qurulmuşdur. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ticarət və İnkişaf Konfransı tərəfindən dəstəklənən, BMT Ticarət Məntəqələri İnkişaf Mərkəzinin inkişaf etdirdiyi "Qlobal Ticarət Məntəqələri Şəbəkəsi (GTPNet)" Orta və Kiçik Müəssisələrə Elektron Ticarət İmkanları təqdim edir. GTPNet, ticarət sahəsindəki fəaliyyətlərin dəstəklənməsi və məhsuldarlığın artırılması məqsədilə dünyada hələ də 121 ölkədə, 56'sı funksional olmaqla müxtəlif quruluş mərhələlərində olan ümumi 198 ticarət məntəqəsini bir-birinə bağlamaqdadır.

Ticarət məntəqələri bu sistemdən GTPNet üzvü olaraq faydalana, onlara lazım olan hər cür məlumatı asanlıqla əldə edə və məhsullarını təqdim edə bilirlər. Beləcə GTPNet üzərində, elektron ticarət imkanlarının istifadəsi və elektron mübadilə standartı (EDI) tətbiqi ilə orta və kiçik müəssisələrə, öz imkanları ilə əldə edə bilməyəcəkləri məlumatlara çatma, qlobal bazara çıxma və elektron ticarət fəaliyyəti həyata keçirmə imkanı təmin edilmişdir.

Ticarət məntəqəsi, internet üzərində bu xüsusiyyətləri daşıyan bir web sayt olaraq düşünülməlidir:

1. Xarici ticarət əməliyyatlarına daxil olan gömrük, xarici ticarət təşkilatları, otaqlar, nəqliyyat firmaları, sığorta şirkətləri kimi iştirakçıların bir araya gəldiyi bir mərkəzdir.

2. Mövcud və potensial ixracatçı və idxalatçılara iş və bazar imkanları, potensial müştərilərə və təchizatçılara ticarət qanunvericiliyi barədə məlumat verən mənbə.

3. İnternet vasitəsilə qlobal ticarətə keçid.

Ticarət nöqtələri vasitəsilə GTPNetə daxil olan digər ölkələrin ixrac, idxal, investisiya siyasəti və qaydaları, mövcud və potensial ixracatçı, idxalatçı adreslərinə GTPnet vasitəsilə elan edilən alqı, satqı, investisiya, şəriklik təklifi kimi digər ticarətlə bağlı fürsətlər əldə etmək və əlaqə yaratmaq mümkündür.

2. Elektron Ticarət haqqında nümunəvi qanun və Elektron İmza haqqında nümunəvi qanun

BMT-nin Beynəlxalq ticarət hüquqları üzrə komissiyasının elektron ticarət sahəsində həyata keçirdiyi digər fəaliyyətlər isə, bir çox ölkənin elektron ticarət sahəsində tənzimləmələrinin əsasını təşkil edən 1996-cı ildə ilk mərhələsi tamamlanan Elektron Ticarət haqqında nümunə qanun və 2001-ci ildə qəbul edilmiş Elektron İmza haqqında nümunə qanundur.

UNCITRAL-ın Elektron Ticarət haqqında nümunəvi qanunu ilə Elektron İmza haqqında nümunəvi qanunu məzmun etibarilə, milli qanunvericiliklərinin yaradılması mərhələsində olan ölkələr baxımından faydalanılacaq bir mənbə olaraq qiymətləndirilməkdədir. Qeyd etmək lazımdır ki, nümunəvi qanunu milli qanunvericiliyinə daxil edən ölkələrin sayı sürətlə artır. Digər tərəfdən, elektron imza üçün vahid qaydalar da ölkələrin tədqiqatlarında resurs kimi istifadə olunur.

3. Beynəlxalq Ticarət Mərkəzi (ITC)

Birləşmiş Millətlər Təşkilatına aid digər bir təşkilat Beynəlxalq Ticarət Mərkəzidir. ITC tədbir proqramı çərçivəsində şirkətlərə məhsul, xidmət və bazar haqqında məlumat axını təmin edərək ticarətə texniki dəstək verir. BMT-nin Ticarət və İnkişaf Konfransı ilə birgə işləyən GTPNet istifadə olunacaq verilənlər bazası formatlarını və standartlarını təkmilləşdirməyə çalışır.

Birləşmiş Millətlər Təşkilatı, az inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə telekommunikasiya infrastrukturunun və informasiya texnologiyalarının istifadəsi və yayılması üçün öz təşkilatları vasitəsilə bir sıra tədqiqatlar aparır.

İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı (OECD), mövcud məsələlər üzrə əməkdaşlıq edərək qlobal siyasətin həyata keçirilməsi üçün yaradılan beynəlxalq təşkilatdır. Cəmi 36 ölkənin üzv olduğu OECD ölkələrində, elektron ticarət ilə əlaqədar işlərə Amerika Birləşmiş Ştatlarının liderlik etdiyi müşahidə edilməkdədir.

OECD elektron ticarətin müxtəlif aspektləri üzərində işləyir. Bu işlərdən bəzilərini qeyd etmək olar.

1990-cı ildə fərdi məlumatların qorunması ilə bağlı əsas prinsiplər, 1996-cı ildə qlobal informasiya infrastrukturu, 1997-ci ildə istehlakçının internet mühitində həyata keçirdiyi alışverişlərdə təhlükəsizliyi ilə bağlı tədqiqat hesabatları hazırlanmışdır. 1997-ci ilin 19-21 noyabr tarixləri arasında Finlandiyada toplanan Turku konfransında, vergitutma, fərdi məlumatların qorunması, təhlükəsizlik, istehlakçıların müdafiəsi və oxşar mövzuların araşdırılmasına istiqamətlənmiş işlər həyata keçirilmiş, 1998-cı ilin oktyabr ayında baş tutmuş Ottawa Nazirlər Toplantısında da bu mövzularda əsas qərarlarının alınmasına qərar verilmişdir.

1995-ci ildə kiçik və orta müəssisələrin beynəlxalq ticarətdə rəqabət gücünü artırmaq məqsədilə açıq və əlçatan məlumat mübadiləsi üçün qlobal elektron mühitin yaradılmasına istiqamətlənmiş işçi qrupları yaradılmışdır. Bu işçi qrupları:

- informasiya şəbəkələri,
- qloballaşma və nəticələri,
- tətbiq dairəsi,
- hüquqi tənzimləmələr və təhlükəsizlik,
- əməkdaşlıq,
- maliyyə məsələləri,

• pilot tətbiqlər mövzuları ətrafında meydana gəlmiş, bu mövzularda sərhədlər qeyd edilmiş, hədəflər müəyyən edilmiş və hədəflərə uyğun qruplaşmalar təşkil olunmuşdur.

1980-ci ildən etibarən Avropa Birliyi elektron ticarət sahəsində intensiv işləyir və Avropa səviyyəsində informasiya şəbəkəsi sistemi qurmağa çalışır. 1994-

cü ildə Avropa Komissiyası Elektron Ticarət Təşəbbüsü başlatmışdır. 1997-ci ildə Komissiyanın hazırladığı xəbərləşmə sənədi ilə Birliyin əsas hədəfinin elektron ticarətin Avropada sürətlə inkişafını təmin etmək olduğunu təsdiq etmiş və elektron ticarətlə əlaqədar işlərdə bir-birini tamamlayıcı iki hədəf təyin etmişdir. Bunlar, elektron ticarətə etibar yaratmaq və tək bazara tam girişi təmin etməkdir. Avropa Birliyində internet istifadəsi yolu ilə mal və xidmət ticarəti təxminən 17 milyard avro səviyyəsindən yüksəkdir. Elektron Avropa təşəbbüsü təhlükəsizlik və elektron bankçılıq kimi mühüm sahələrdə Avropanın gücünü artıraraq bu sahədə inkişafı sürətləndirmək məqsədi daşıyır. Elektron əməliyyatlarda avronun geniş istifadə olunması AB səviyyəsində elektron bazarın inkişafına da öz töhfəsini verir.

AB təməl məqsədini, elektron imza, şifrələmə, informasiya infrastrukturunu, hüquqi və maliyyə mövzuların və ticarətin dünya miqyasında inkişafını təmin edəcək ölçüdə təşkili olaraq təyin etmişdir.

Avropa İttifaqının elektron ticarətlə bağlı bəzi tədqiqatları aşağıda qeyd olunmuşdur:

- Avropa Komissiyası 8 dekabr 1999-cu il tarixində "Hər kəs üçün İnformasiya Cəmiyyəti" bildirişini qəbul edərək Elektron Avropa təşəbbüsünü başlatmışdır. Təşəbbüs, Avropada rəqəmsal texnologiyaların qəbulunun sürətləndirilməsini və Avropalıların bütün bunları istifadə etmək üçün lazımı bacarıqlara malik olmasını təmin etmişdir. Elektron Avropa təşəbbüsü Komissiyanın Avropa iqtisadiyyatını modernləşdirmə üzrə yeni strategiyasında əsas rol oynamışdır. Avropa Şurasının Lissabon Zirvə toplantısında bu təşəbbüs Komissiya tərəfindən irəli sürülmüş Avropa iqtisadi və sosial islahatının gündəliyində əsas yer tutmuşdur.

Beləliklə, 10-11 dekabr 1999-cu ildə Helsinki sammitində Avropa Şurası Elektron Avropa təşəbbüsünü qəbul etmişdir. Elektron Avropa təşəbbüsü, Avropanın texnoloji gücünü artırmaq, təhsil imkanlarından faydalanmaq və təşəbbüskar potensialını ortaya çıxarmaq üçün elektron iqtisadiyyatın üstünlüklərindən tam olaraq yararlanmağın mümkün olmasını təmin etmişdir.

Elektron Avropa təşəbbüsünün digər vacib məqsədi istehlakçılara və vətəndaşlara internetdə axtarıqlarını əldə etmək üçün imkanları təmin etməkdir.

- Avropa Birliyi səviyyəsində informasiya cəmiyyətini təbliğ etmək üçün bir çox siyasi tədbirlər görülmüşdür. Bunlar telekommunikasiyanın liberallaşmasını artırmaq, elektron ticarət mövzusunda açıq bir qanuni çərçivə yaratmaq (fərdi məlumatların qorunması, təsbit etmə, məxfilik, və s.), əhəmiyyətli sahələrdə araşdırma və inkişaf fəaliyyətlərini dəstəkləmək olmuşdur.

- Avropa İttifaqının digər bir işi "Elektron İmza" haqqında 1999/93/EC sayılı direktividir.

- Dövlət və hökumət başçılarının tələbi ilə Komissiya Şura ilə birgə, 2000-ci ilin iyun ayında Feira sammitində qəbul edilmiş "Elektron Avropa birgə fəaliyyət planı"nı hazırlamışdır.

Elektron Avropa Fəaliyyət Planının üç əsas məqsədi vardır:

- Hər evin, məktəbin, iş yerinin və idarənin onlayn hala gətirilməsi
- Rəqəmsal məsələlərdən xəbərdar olmaq və təşəbbüskar Avropanı yaratmaq
- İctimaiyyət tərəfindən qəbul olunmuş informasiya cəmiyyətini yaratmaq.

- Bu çərçivədə aparılacaq tədbirlər problemlərin həlli üçün ümumi yanaşmanın inkişafında hər hansı bir fərq yarada biləcəyi yerlərdə başlanmışdır. Bu əsasda on prioritet sahə müəyyənləşdirilmişdir. Bu sahələrdə hədəflərə nail olmaq üzv dövlətlərin, Avropa Komissiyasının, sənayenin və vətəndaşların birgə səylərini tələb edir.

Bu prioritet sahələr aşağıdakı kimi qeyd oluna bilər:

- rəqəmsal çağda Avropa gəncliyi
- daha ucuz internet
- elektron ticarətin sürətləndirilməsi
- tədqiqatçılar və tələbələr üçün sürətli internet
- təhlükəsiz elektron giriş üçün smart kartlar
- KOM-lar üçün qabaqcıl texnologiya və müəssisə kapitalı
- əlil insanlar üçün elektron iştirak

- onlayn sağlamlıq
- onlayn idarə
- nəqliyyat.

ABŞ, elektron ticarət sahəsində ən təsirli və əhatəli işləyən dünyanın qabaqcıl ölkələrindən biridir. ABŞ-da elmi və texnologiyaya verilən əhəmiyyət və ayrılan resurslar, İnternetin bu ölkədə yaranmasına və yayılmasına səbəb olmuşdur. Bunun təbii nəticəsi olaraq, ABŞ internetdən elektron ticarətdə ən çox istifadə edən ölkə olmuşdur. ABŞ, iqtisadiyyatının dünyanın ən böyük iqtisadiyyatı olmasının arxasında dayanan təməl faktorlardan bəziləri heç şübhəsiz, məlumat və rabitə texnologiyalarında çatdıqları səviyyə, kompüterlə iş sahəsində yaşanan inkişaf və internetin hər sahədə geniş istifadə edilməsidir. Bu ölkədə ən yüksək sayda kompüter, internet və yüksək səviyyəli internet bağlantısı mövcuddur və bu elektron ticarətin təşviqinə və dəstəklənməsinə imkan yaradır.

ABŞ-da elektron ticarətlə bağlı tədqiqatlar aşağıda verilmişdir.

- Milli İnformasiya İnfrastrukturunu əhatəsində Elektron ticarət infrastrukturunu proqramı hazırlanmışdır.

- 1995-ci ildə federal elektron ticarət komandası yaradılmış və hökumət tərəfindən elektron ticarətin istifadəsi imkanları nəzərdən keçirilmişdir.

- ABŞ-ın ümumi yanaşması "Qlobal elektron ticarət üçün bir çərçivə" sənədi ilə izah olunur.

- Digər tərəfdən Mart 1994-ci ildə prezident müavini A.Gore, Buenos Airesdə Dünya Rabitə Konfransında etdiyi çıxışda elektron ticarət sahəsində çətinliklərin aradan qaldırılması mövzusunda toxunmuşdur. Onun qeyd etdiyinə görə, ABŞ-da dövlət siyasətinin rabitə sektorunda olması lazım olan prinsiplər bunlardır:

1. hökumət tərəfindən nəzarət edilən rabitə şirkətlərinin özəlləşdirilməsi yolu ilə özəl sektor sərmayələrinin təşviqi

2. inhisar xüsusiyyət daşıyan telefon bazarlarının rəqabətinə imkan yaradılması, ünsiyyətin ədalətli qiymətlərlə həyata keçirilməsinin təmin edilməsi, bazarların xarici investora açılması

3. informasiya istifadəçilərinin geniş bir məlumat və xidmət sahəsinə daxil ola bilməsi

4. texnoloji inkişaf ilə birlikdə elastik, rəqabətyönlü, müstəqil bir tənzimləmə forması yaradılması

Bu bəyanatda hər bir ölkənin siyasətçiləri effektiv və təhlükəsiz elektron ticarət sistemlərinə etibar yaradacaq, əlverişli bir infrastruktur yaratmaq üçün dəvət olunmuşdular. Amerika hökuməti beş əsas prinsipi əhatə edən bir siyasət elan etdi.

Bu prinsiplər:

- Özəl sektor rəhbərlik etməlidir.
- Hökumət elektron ticarətdə həddindən artıq məhdudiyyətlərdən çəkinməlidir.
- Hökumətin qoşulmalı olduğu anlarda məqsədi dəqiq, minimalist, davamlı və sadə hüquqi mühit yaratmaq olmalıdır.
- Dövlətlər internetin özünə məxsus strukturunu qəbul etməlidirlər.
- İnternetə əsaslanan elektron ticarət global səviyyədə asanlaşdırılmalıdır.
- Amerika Birləşmiş Ştatlarının özəl sektoru isə "Elektron mesajlaşma birliyi", Elektron Ticarət Komitəsi və "Biznes İntegrasiya Şəbəkəsi" təşkilatlarını yaratmışdır.

Yaponiyada sistemləşdirilmiş elektron ticarət tədqiqatları 1996-cı ilin əvvəlində Yaponiyanın Elektron Ticarəti Təşviq Konseyi (ECOM) adlanan bir təşkilatın yaradılması ilə başlamışdır. Bu təşkilatın tərkibində elektron ticarətin müxtəlif aspektlərini nəzərdən keçirən 14 işçi qrupu yaradılmışdır. ECOM-un formalaşması üzvlük sistemində əsaslanır və ödənişlidir. Üzvlük müxtəlif səviyyələrdə siyasətin inkişafı, hesabat hazırlamaq və ECOM-un işlərindən istifadə etmə şəklində olmuşdur. Yaponiyanın Beynəlxalq Ticarət və Sənaye Nazirliyi 1995-ci ildən etibarən bu fəaliyyətlərə böyük ehtiyatların köçürülməsi ilə 1995-ci ildən 1999-cu ilədək 3 milyard yen sərf etmişdir.

ECOM pilot layihələr vasitəsilə və tərəflərin iştirakı ilə elektron ticarətin hər aspekti üzrə tətbiqlər inkişaf etdirmiş, problemləri müəyyənləşdirmiş, mümkün həll yollarını təyin etmiş və onları araşdırmışdır.

ECOM, beynəlxalq işlər həyata keçirə bilmək meyllərinin və virtual mağazaların beynəlxalq mühitə qoşulması və fərdi kompüter istifadəsinin yayılması ilə inkişaf edən beynəlxalq elektron ticarət əməliyyatlarında prioritet olaraq nəzərə alınması lazım olan mövzuları belə qeyd etmişdir.

- Malların daşınması (gömrük proseduru, geri qaytarma və satış sonrası xidmətlər)
- Əqli Mülkiyyət hüquqları (müəllif hüququ, ticarət nişanı, domen adı)
- Vergi məsələləri (beynəlxalq elektron ticarət əməliyyatlarında standartlar, faktiki ünvanın müəyyən edilməsi),
- Müəssisənin idarə edilməsi (vaxt, firma kodu, elektron ticarət əməliyyatlarındakı standartlar, faktiki ünvanın müəyyən edilməsi)
- Müəssisənin idarə edilməsi (vaxt, firma kodu, elektron sənədlər, elektron qiymətli kağızlar, virtual biznes, biznes etikası).

Yaponiyada elektron ticarətə olduqca təməldən və uzun müddətli yanaşılır. Yaponiyada inkişaf etdirilməyə davam edən üsul, siyasət və texnologiyaların hamısı kağız pul yerinə elektron pulun keçməsinə hədəflənmişdir. Bu səbəbdən Yaponiya üçün elektron ticarətdə təhlükəsizliyin təkmilləşdirilməsi, bunun texnoloji və hüquqi tərəflərinin araşdırılması ən çox əhəmiyyət verilən mövzulardır.

Bu hədəflərə çatmaq üçün lazımi hüquqi tənzimləmələrin hazırlıqları da ECOM-un tərkibində fəaliyyət göstərən işçi qruplarından olan “Sertifikatlaşdırma üzrə İşçi qrup” tərəfindən həyata keçirilmişdir. Bu qrup elektron ticarətdə yer alacaq təşkilatların və fərdi şəxslərin səlahiyyət və məsuliyyətlərini, bir-biriylə münasibətlərini müəyyənləşdirən güvənli elektron ticarət üçün əhəmiyyətli sayılacaq idarəetməni özündə əks etdirən bir sənəd də etmişdir. Bu sənəd ECOM-a üzv olan idarə və təşkilatlara da paylanmışdır.

Dünyada kompüter istifadəçilərinin sayına görə qabaqcıl yerlərdə dayanan Avstraliyada da elektron ticarətin inkişafına böyük önəm verilmişdir. Elektron ticarət tənzimləmələri səkkiz dövlət qurumu arasında paylanmışdır. Vahid İdarəetmə Xidmətləri tərəfindən icra edilən həyata keçirilən ən önəmli layihə, bütün dövlət satınalma xidmətlərinin elektron ticarət mühitinə keçididir. Bu keçid Maliyyə Nazirliyi tərəfindən həyata keçirilən siyasi və hüquqi strukturların inkişafı ilə dəstəklənmişdir. Avstraliya hökuməti sənaye ilə əməkdaşlıq etməklə, ticarət və nəqliyyat zəncirində elektron hesabat prosesləri üçün cavabdeh olan Tradegate təşkilatının maliyyələşdirilməsini təmin etmişdir. Bu təşkilat, ixracatçı və idxalçı şirkətlər və Avstraliya gümrükləri arasında elektron əlaqələrin yaradılmasını təmin etmişdir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Hazırda elektron ticarətin tətbiqi çox genişlənmişdir. Texnologiyanın güngündən inkişaf etməsi elektron ticarətə də öz təsirlərini göstərir. Sürətlə inkişaf edən bu sahədəki yeniliklərə ayaq uydurmaq üçün ölkələr öz qanunvericiliklərində dəyişikliklər edirlər. İndiki dövrdə demək olar ki əksər şirkətlər elektron ticarətlə məşğul olmağa çalışırlar. Şirkətlər internetdən istifadə etməklə müştərilərə daha yaxın olurlar. Elektron ticarət ölkə iqtisadiyyatına önəmli dərəcədə təsir göstərir. Elektron ticarət fəaliyyətinin tətbiqi ilə ölkənin xarici iqtisadi əlaqələrini genişləndirmək, xarici ticarəti inkişaf etdirmək mümkündür. Azərbaycanda Respublikasında həyata keçirilən və davam edən infrastruktur işləri, “Elektron ticarət haqqında” və “Elektron imza və elektron sənəd haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu kimi hüquqi tənzipləmələr ölkənin elektron ticarət sahəsində xeyli irəliləməsində önəmli rol oynamışdır. Bununla bərabər, həm fiziki infrastruktur, həm də hüquqi cəhətdən bəzi əskik tərəflər qalmaqdadır. Lazımı hüquqi infrastrukturun yaradılması fiziki infrastrukturun yaradılmasından daha mürəkkəb görünür.

Elektron ticarət və elektron imza qanunlarının bəzi maddələrində konseptual qarışıqlığın yaşanmasına yol açan biləcək ifadələr vardır. Bu qanunların gözdən keçirilərək, meydana çıxan biləcək qarışıqlıqların qarşısının alınması üçün uyğun dəyişikliklərin edilməsi tövsiyyə olunur. Məsələn, Elektron ticarət haqqında qanunun 1.6-cı maddəsində “kommersiya bildirişi” ifadəsi yerinə, “elektron kommersiya bildirişi” ifadəsinin istifadə olunması daha məqsədəuyğun hesab olunur.

Elektron ticarət fəaliyyəti həyata keçirən təşkilatların elektron ticarət bildirişləri göndərərəkən vaxta diqqət edilməməsi və ya məzmunun müştərini narahət edə biləcəyi düşünülmədən göndərilməsi istehlakçı haqları cəhətdən araşdırılmalı bir məsələdir. Bu baxımdan, mövzunun araşdırılaraq bildirişlərin göndərilməsindən öncə istehlakçıdan icazə alınması kimi bir şərtin olması istehlakçıların müdafiəsi baxımından çox önəmlidir.

Həm elektron ticarət, həm də elektron imza haqqındakı qanunların hökmlərinin pozulması halında tətbiq olunacaq cərimələrin miqdarının az olduğu düşünülür. Bu cərimələrin miqdarının bir qədər artırılması təklif olunur.

İnkişaf edən dünyada Azərbaycanda hökumətin və istifadəçilərin rahatlığı, insanların mal və xidmətlərə rahat çatabilməsi üçün elektron ticarətin inkişaf etməsi lazımdır. Bu sektorun inkişafı üçün dövlətin qurum və təşkilatlarla birgə və koordinasiyalı olaraq işləməsi lazımdır. Azərbaycanda bu sektorun inkişaf etməsi üçün, qanunvericilik beynəlxalq qanunvericiliklə uyğunlaşdırılmalıdır.

Elektron ticarətin qlobal miqyasda istifadə dərəcəsi getdikcə artmaqdadır. Xüsusilə inkişaf etmiş ölkələrdə internetin geniş şəkildə istifadəsi elektron ticarətin inkişafına öz müsbət təsirlərini göstərir. Lakin, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə elektron ticarətin inkişaf sürətinin nisbətən daha aşağı olduğu müşahidə olunur. Elektron ticarətin həcmində artmasına informasiya texnologiyalarının təsirini nəzərə alaraq qeyd etmək olar ki, informasiya texnologiyalarının infrastrukturunun yaxşılaşdırılması, internetdən istifadənin genişləndirilməsi istiqamətində görülən tədbirlər, elektron ticarətin genişlənməsinə birbaşa öz təsirini göstərir. Bu sahədə dövlət müvafiq olaraq inkişaf proqramlarını həyata keçirməlidir.

Elektron ticarətin inkişafı istiqamətində dövlətin həyata keçirməli olduğu tədbirlərdən ən əsası, bu sahədə fiziki və hüquqi infraqurumdakı işlərlə bağlıdır.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT

Azərbaycan dilində

1. Azərbaycan Respublikasında rabitə və informasiya texnologiyalarının inkişafı üzrə 2005-2008-ci illər üçün Dövlət Proqramı (Elektron Azərbaycan).
2. "Azərbaycan Respublikasının inkişafı naminə informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli Strategiyanın (2003—2012-ci illər)" təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı , 17 fevral 2003-cü il.
3. Azərbaycan Respublikasının Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyinin yaradılması haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı.
4. "Azərbaycan Respublikasının inkişafı naminə informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli Strategiyanın (2003—2012-ci illər)" təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı.
5. Azərbaycan Respublikasında rabitə və informasiya texnologiyalarının inkişafı üzrə 2005-2008-ci illər üçün Dövlət Proqramı" (Elektron Azərbaycan)". 21 oktyabr 2005-ci il.
6. Elektron ticarət haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu. 10 may 2005-ci il.
7. Elektron imza və elektron sənəd haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanunu. 9 mart 2004-cü il.
8. Elçin Süleymanov, Füzuli Əliyev, E-Ticarət Və Azərbaycanda Tətbiqinin İqtisadi Səmərəliliyi, (2010), Bakı, Qafqaz Universiteti.
9. Elçin Süleymanov və Xəyalə İbrahimova, “Elektron ticarətin Azərbaycanda inkişaf perspektivləri”, (2018), Bakı Mühəndislik Universiteti.
10. Əkbərov M.Q. (2011), Elektron kommertiya, Bakı, İqtisad Universiteti, 212 səh.
11. Əqli mülkiyyət hüquqlarının təminatı və piratçılığa qarşı mübarizə haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu. 22 may 2012-ci il.
12. Əliquliyev R.M. (2002), İqtisadi proseslərdə informasiya texnologiyaları, Bakı Elm nəşriyyatı.

13. Hacıyeva L.A. , (2015), Tətbiqi marketing tədqiqatları, Bakı, İqtisad Universiteti.
14. İsmayılov G. İ., Atakişiyev M. C. (2010), İnformasiya iqtisadiyyatı, Bakı, Çənlibel nəşriyyatı.
15. İnformasiya, informasiyalaşdırma və informasiyanın mühafizəsi haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu. 3 aprel 1998-ci il.
16. İnformasiya əldə etmək haqqında Azərbaycan Respublikası qanununun tətbiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanı.
17. Quliyev E.N., İmanov T.İ. (2003), Marketingin əsasları , Bakı, 264 səh.
18. Mazanova O., Mirzəyev Q. (2007) “Elektron hökumət”, Bakı, Müəllim nəşriyyatı.
19. Məmmədov X., Mirzəyev S. (2001), Marketingin əsasları. Bakı, 110 səh.

Xarici dildə

1. Cheok, Lawrence and others, (2013), E-Commerce Trends and Payment Challenges for Online Merchants: Beyond Payment, Moduslink Whitepaper.
2. Lamben E. Strategic Marketing SPb., (1996).
1. Süleymanlı Cabir, (2015), Azərbaycanda e-ticaretin kulanımı, hukuksal yapısı, sorunları ve çözüm yolları, İstanbul Ticaret Üniversitesi.
1. Боев В. М., Павельева О. Г., (2006), Информационное право.
2. Галкин С., (1998), Бизнес в Интернете. - М., Издательство “Центр”.
3. Руденко Евгения Юрьевна, (2015), Понятие И Правовое Регулирование Электронной Торговли, Научный журнал КубГАУ, №111(07)
4. Сухоруков А., (2000) “Интернет-трейдинг - массовое служение или родовой дом профессионалов?”, № 7.

İnternet resursları

1. <http://www.economy.gov.az>
2. <http://www.president.gov.az>
3. <http://www.azstat.org>
4. <http://www.taxes.gov.az>
5. <http://www.mincom.gov.az>
6. <http://www.ict.az>
7. <https://www.iqtisadiislahat.org>
8. <https://www.bigcommerce.com/blog/ecommerce/#types-of-ecommerce>
9. <https://www.miva.com/blog/the-history-of-ecommerce-how-did-it-all-begin/>
10. <https://www.emarketer.com/Article/Worldwide-Ecommerce-Sales-Increase-Nearly-20-2014/1011039>
11. <https://ecommerze.wordpress.com/2008/06/12/the-history-and-evoltion-of-e-commerce/>
12. <http://www.cs.rochester.edu/u/leblanc/internetcourse/history.htm>

Qrafiklərin siyahısı

Qrafik 1. Azərbaycanca ÜDM-in illər üzrə artım tempi.....	34
Qrafik 2. 2012-2017-ci illər ərzində əhalinin internet və kompüterdən istifadəsi.....	35
Qrafik 3. 2005-2017-ci illər ərzində əhalinin kompüterdən istifadəsi.....	36
Qrafik 4. 2005-2017-ci illər ərzində əhalinin internetdən istifadəsi.....	37
Qrafik 5. 2018-ci il ərzində azexport.az portalına daxil olan ixrac sifarişlərinin dəyəri.....	38

Şəkillərin siyahısı

Şəkil 1. 2018-ci ildə azexport.az portalına daxil olan sifarişlərin ölkələr üzrə bölgüsü.....	39
---	-----------