

UOT 316.77; 002:338.98; 002:681.3(07); 338.9:681.3;

Əliyev Ə.Q., Abbasova V.Ə., Abedini M.A.

AMEA İnformasiya Texnologiyaları İnstitutu, Bakı, Azərbaycan

alovsat8@iit.ab.az, depart8@iit.ab.az

ELEKTRON KOMMERSİYA TEXNOLOGİYALARININ HƏYATA KEÇİRİLMƏSİNİN TƏNZİMLƏNMƏSİ MƏSƏLƏLƏRİ

İqtisadiyyatın inkişafında innovativ element kimi e-kommersiya texnologiyasının tətbiqi və bunun üçün müvafiq infrastrukturun formalaşması məsələləri, eləcə də e-kommersiyanın inkişaf xüsusiyyətləri təhlil olunmuşdur. E-kommersiya texnologiyasının alıcı və satıcılara yaratdığı imkanlar, e-kommersiyanın beynəlxalq iqtisadi fəzada mövqeyinin möhkəmlənməsinə səbəb olan üstünlüklər, elektron biznesin firmanın fəaliyyətinin kommersiya tsiklinin mərhələlərinə uyğun funksiyaları göstərilmiş və onun həyata keçirilməsinin tənzimlənməsi məsələləri şərh olunmuşdur.

Açar sözlər: *innovativ element, e-kommersiya, elektron ticarət, İnternet iqtisadiyyatı, virtual iqtisadiyyat, elektron biznes, biznes-biznes (B2B) modeli, kommersiya tsikli, e-kommersiya infrastrukturunu, e-kommersiya sistemləri.*

Giriş

Azərbaycanda yeni əlverişli iqtisadi mühit formalaşmaqdadır. Hazırda iqtisadi inkişaf daha çox innovativ xarakter almaqdadır. Özəl bölmənin xüsusi çəkisi artmaqda davam edir. Sahibkarlığın inkişafına dövlət tərəfindən hər cür kömək göstərilir. Belə şəraitdə, bütövlükdə, iqtisadiyyatın, eləcə də sahibkarlığın, özəl bölmənin inkişafına innovativ element kimi e-kommersiya texnologiyasının tətbiqi və bunun üçün müvafiq infrastrukturun formalaşması iqtisadi səmərəliliyin artmasına kömək göstərəcəkdir. Ona görə də e-kommersiyanın tətbiqi və inkişaf xüsusiyyətlərinin hərtərəfli tədqiqi mühüm əhəmiyyətə malikdir [1].

İqtisadi və biznes proseslərinin müasir İKT əsasında idarə edilməsi istər konseptual, istərsə də tətbiqi baxımdan qlobal hadisədir. E-biznesin, e-kommersiyanın iqtisadiyyatın inkişafına təsiri artıq cəmiyyətin bütün sahələrini əhatə etməkdədir. Elektron kommersiya sifarişçi tələblərinin formalaşmasına radikal təsir edə bilmə imkanı təklif edir ki, bu da bazarları ya kökündən dəyişdirir, ya da tamamilə yeni tipli bazarlar yaradır. Cəmiyyətin ayrı-ayrı üzvləri malların və xidmətlərin əldə edilməsi proseslərinə, informasiya əlyətərliliyinə və hökumət orqanları ilə qarşılıqlı əlaqədə tamamilə yeni imkanlara malik olur. Bu zaman seçim imkanı coğrafi və vaxt məhdudiyətindən asılı olmayacaqdır.

Bir halda ki bazarın standart mallarla təchizi problemi artıq həll oluna bilir, deməli, istehlakçı müəyyən vaxt ərzində dəyişən xüsusi tələblərinə uyğun məhsulları da əldə etmək istəyəcəkdir. Bununla belə, fərdi alıcılıq qabiliyyətinin istehsal və planlaşdırma sistemi ilə, yəni faktiki olaraq münasib qiymətlərin və keyfiyyətin yüksək səviyyəsinin saxlanması şərtilə xüsusi sifarişlər vermə sistemiylə əlaqələndirmək istehsalçıların bacarığının müəyyən edici amili olacaqdır. Bu problemlər müasir texnologiyaların köməyiylə kifayət qədər effektiv həll olunmaqdadır. Həmin texnologiyalar istehlakçılara müxtəlif alıcılıq qabiliyyətli maksimal istehlakçılar auditoriyasına daxil olmaq, həmçinin onlara öz sifarişlərini yoxlanılmış üsullarla idarəetmə sistemində daxil etmək imkanı verir. E-kommersiya

texnologiyası təkrar istehsalın bütün dövriyyəsinin paylama-mübadilə sferasına əhəmiyyətli dəyişikliklər gətirir.

E-kommersiya texnologiyası alıcı və satıcılara aşağıdakı əlverişli imkanlardan eyni dərəcədə istifadə etməyə imkan verir [4].

• **Biznesin global miqyasda aparılması.** E-kommersiya sistemi hətta xırda tədarükçü və sifarişçilərə də dünya miqyasında bizneslə məşğul olmaq imkanı verir.

• **Satıcıların rəqabətədavamlılığının yüksəlməsi.** E-kommersiya tədarükçülərə “sifarişçiyə yaxınlaşma” hesabına rəqabətədavamlılığını yüksəltmək imkanı verir. Belə ki, bir çox şirkətlər satışqabağı və satışdan sonra geniş dəstək təklif edir.

• **Satışın fərdiləşməsi.** Elektron qarşılıqlı əlaqə vasitələrindən istifadə edərək şirkət hər bir fərdi sifarişçinin sorğuları haqqında müfəssəl informasiya ala bilər və avtomatik olaraq onun fərdi tələblərinə uyğun məhsulları və xidmətləri təklif edə bilər.

• **Sorğuya operativ reaksiya.** E-kommersiya tədarükçüdən sifarişçiyə göndərilən əmtəənin yolunu əhəmiyyətli dərəcədə qısaltmağa imkan verir. O həm maliyyə, həm də vaxt məsrəflərini azaltmağa imkan verən optimal yol təklif edir. Xüsusi hallarda məhsullar və xidmətlər elektron üsullarla çatdırıldıqda məsafəyə maksimum qənaət olunur.

• **Məsrəflərin azalması.** Elektron yolla bağlanmış satış müqaviləsi, bir qayda olaraq, xidmət xərclərinin dəyərini aşağı salır. İnsanlar arasında elektron qarşılıqlı əlaqədən istifadə edən hər hansı biznes-proses hər iki tərəfin xərclərini azaltmaq potensialına malikdir.

• **Biznesin aparılmasının yeni imkanları.** E-kommersiya texnologiyaları tamamilə yeni məhsulların və xidmətlərin meydana gəlməsinə şərait yaradır.

E-kommersiya təkcə tranzaksiya məsrəflərinin azaldılmasında deyil, həm də prinsip etibarilə cəmiyyətin iqtisadi inkişafını sürətləndirmək məqsədilə paylama-mübadilə məsələlərində artıq öz əhəmiyyətini sübuta yetirmişdir. Müasir iqtisadiyyatda e-kommersiya texnologiyaları təkrar istehsal dövriyyəsində mübadilə-paylama proseslərinin rolunun artması ilə bağlı olaraq iqtisadiyyatın inkişafına yeni keyfiyyət verməkdədir.

E-kommersiyanın səciyyəvi xüsusiyyətləri və üstünlükləri

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

İKT saziş iştirakçıları arasında kommersion informasiyalarının interaktiv və sürətli mübadiləsinin təmin edilməsi ki, bu da nəticədə bir çox hallarda baş verə bilən anlaşılmaqları aradan qaldırır. Eyni zamanda əvvəlcədən qəbul edilmiş məsuliyyətli qərarın, bağlanan sazişin parametrləri haqqında tam, dəqiq və dürüst informasiya alanadək onların icrasını təxirə salmaq imkanı vardır. Elektron biznes iqtisadi mühiti əhatə edən problemlərin həllinin yeni üsullarını təqdim edir. E-kommersionun həyata keçirilməsinin, onun beynəlxalq iqtisadi fəzada mövqeyinin möhkəmlənməsinə səbəb olan əsas üstünlükləri aşağıdakılardır [3]:

• **Açıqlıq.** İqtisadiyyatın bu və ya digər sahələrində fəaliyyət göstərən ixtiyari İnternet istifadəçisi bu şəbəkəyə asanlıqla qoşula bilər. İxtiyari firma İnternet vasitəsilə əmtənin istehsalı və satışı sahəsində birgə əməkdaşlığın konkret proqramını həyata keçirmək üçün əlverişli ticarət və iqtisadi tərəfdaş tapa bilər.

• **Standartlıq.** İnternet texnologiyaları bütün istifadəçilərə eyni cür imkanlar yaradır.

• **Dolğunluq.** Müstəqil və müqayisəli surətdə geniş seçimin həyata keçirilməsini təmin edir. Bu isə müxtəlif növ malların nomenklaturasını genişləndirir. Nəticədə istehlakçı mallar haqqında daha ətraflı informasiya alır.

• **Sürət.** Müasir informasiya vasitələrilə biznes xəbərlərinin ani mübadiləsi vaxta dəfələrlə qənaət edir ki, bu da xüsusilə qiymətlidir.

• **Öz-özünə inkişaf.** Elektron biznesin iştirakçıları verilənlərin fərqli və unikal banklarını tərtib edərək malların xüsusi təkliflərini fəal surətdə yaradırlar.

• **Əlverişlilik.** Elektron kommersionda ənənəvi biznesə məxsus əlavə xərclər yoxdur. İnternet vasitəsilə təklif olunan mallar, bir qayda olaraq, alıcılar üçün daha ucuz başa gəlir.

• **Operativlik.** İnternet-biznesdə istifadə olunan texnologiyalar vasitəsilə firmalar ən müxtəlif operativ marketinq informasiyalarını, o cümlədən bazar qiymətləri haqqında informasiyaları əldə edirlər.

• **Fasiləsizlik.** Biznes prosesləri sutkanın 24 saati ərzində bütün iştirakçılar tərəfindən istisnasız olaraq həyata keçirilə bilər ki, bu da beynəlxalq və milli bazarlarda elektron ticarətin rəqabət qabiliyyətinin artmasının müəyyən edici faktoru olacaqdır.

• **İnteraktivlik.** Malların alıcıları və satıcıları vasitəçi olmadan bir-birilə ünsiyyət saxlaya və əlaqəyə girə bilərlər.

• **Səmərəlilik.** İnformasiyanın rəqəm tipinə çevrilməsi vasitəsilə şirkətin rəsmi əməliyyatları ilə bağlı kağız işlərinin həcmnin azalması kommersion kontraktlarının səmərəliliyini yüksəldir və elektron bazarın iştirakçıları arasında əks əlaqəni möhkəmləndirir.

• **Əhatəlilik.** İnternet-biznesin iştirakçıları fəaliyyət miqyasını, regional və digər əlaqədar bazarlara çıxışını sürətlə genişləndirmək imkanına malikdirlər.

• **Uyğunlaşma.** İnternet-biznes unikal uyğunlaşdırma-əlaqələndirmə xüsusiyyətlərinə malikdir.

Bütün bu üstünlüklər öz aralarında qarşılıqlı əlaqədədir. Ancaq onların praktikada həyata keçirilməsi bir çox şərtlərdən, məsələn, İnternet vasitəsilə ötürülən informasiya verilənlərinin strukturundan, onun texnologiyasından və s. asılıdır. Elektron biznesdə (verilənlərin elektron mübadiləsi (EDI), elektron poçtlar, kataloqlar, fondların elektron ötürülməsi və s.) müxtəlif texnologiyaların tətbiqi sahibkarlıq fəaliyyətində müəyyən rəqabət üstünlükləri yaradır.

Aparılan əməliyyatların müxtəlifliyi malların və xidmətlərin reklam olunmasını və hərəkətini, bazarın konyukturasının öyrənilməsini, elektron ticarəti və ödənişləri, tədarük olunan malların və xidmətlərin çatdırılmasını və satışdan sonrakı mühafizəsini təmin edir. Sifarişlərin rəsmiləşdirilməsi də daxil olmaqla, məhsulun istehsalçıları və alıcıları arasında olan bütün kommersion əməliyyatları – çatdırılma, hesabların açılması və ödənilməsi İnternet şəbəkəsi vasitəsilə həyata keçirilir.

Elektron biznesin firmanın fəaliyyətinin kommersiya tsiklinin mərhələlərinə uyğun funksiyaları

<i>Əmtəə bazarının tədqiqi</i>	<i>İnformasiya funksiyası</i>
Malların və xidmətlərin məxsusi idarə edilməsi	İdarəetmə funksiyası
Malların və xidmətlərin xüsusiyyətləri haqqında bazarın məlumatlandırılması	İnformasiya və kommunikasiya funksiyası
Bazarın verilən malların və xidmətlərin istifadəsinə hazırlanması	İnformasiya və kommunikasiya funksiyası
Mal və xidmət sifarişlərinin qəbulu, hazırlanması və yerinə yetirilməsi.	Kommunikasiya və idarəetmə (nəzarət) funksiyası
Əmtəə hərəkətlərinin və anbar ehtiyatlarının optimallaşdırılması	İdarəetmə funksiyası
Müştəri ilə tədarükçü arasında qarşılıqlı haqq-hesab	Kommunikasiya funksiyası
Satışdan sonrakı xidmət	İnformasiya funksiyası

Elektron biznesin funksiyalarının kommersiya tsiklinin mərhələləri ilə əlaqələndirilməsi onun potensialının dərk edilməsilə yanaşı, həm də praktiki olaraq mövcud konkret üstünlüklərindən istifadənin hesabına səmərəliliyin yüksəlməsinə də səbəb olur [2].

Elektron məhsullarla ticarət-malların və xidmətlərin çatdırılması da daxil olmaqla, kommersiya əməliyyatı tsiklinin bütün verilənlərinin bu və ya digər şəbəkələr vasitəsilə ötürülməsidir.

İnternetin hesabına artıq bir çox şirkətlər sifarişlərin yerinə yetirilməsinin və çatdırılmasının rəsmiləşdirilməsi funksiyalarını distribütora ötürmək əvəzinə, onları öz üzərinə götürməsi adi hal almışdır. Distribütorlar da malların anbarlarda fiziki yerləşdirilməsinə və onların hərəkətini İnternet-texnologiyaları mütəxəssislərinin işinə çevirərək virtual məkana daxil olurlar.

Alicılar, satıcılar, vasitəçilər İnternet fəzasında malların və xidmətlərin transmilli virtual bazarlarını yaradırlar. Elektron kommersiya firma və ticarətin digər iştirakçılarının keyfiyyətli təşkilati-iqtisadi, texniki və texnoloji təchizatını stimullaşdırır, həm də fəaliyyətin sonrakı artımını təmin edir. Bu, xüsusilə ticarət iştirakçıları qlobal bazara çıxdığı zaman nəzərə çarpır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, e-kommersiyanın inkişafı malların və xidmətlərin dünya bazarına asan daxil olmasını təmin edir, ənənəvi maneələri dağিদaraq korporasiya nümayəndələrinin qlobal sazişlərə qoşulmasına imkan yaradır.

İqtisadi yüksəlişin intensivləşməsində və keyfiyyətində e-kommersiya biznes nailiyyətinin başlıca amilinə çevrilərək daha böyük əhəmiyyət kəsb edir. E-kommersiya artıq istehsalın həyata keçirilməsinin və istehsal dövriyyəsinin avtomatlaşdırılmasının texniki və iqtisadi vasitəsidir.

Ümumiyyətlə, İnternet texnologiyaları elektron biznesin, onun tərkibində əsas komponent olan elektron kommersionun sürətli inkişafına güclü təkan vermiş, insan fəaliyyətinin spesifik sahəsi olan İnternet iqtisadiyyatı, virtual iqtisadiyyatı yaranmışdır. Sənaye cəhətdən inkişaf etmiş ölkələr iqtisadi və sosial inkişaf templərini sürətləndirmək məqsədilə İnternet iqtisadiyyatına külli miqdarda vəsait qoymuşlar.

Bir çox sahə mütəxəssislərinin fikrincə, biznes-biznes (B2B) modeli üzrə işləyən elektron bazarda Avropa sektorunun həcmi artmaqdadır. İqtisadiyyatın yüksəlişi, onun ardıcıl və dinamik inkişafı kommersion şirkətlərinin İnternet-iqtisadiyyatında iştirakının miqyasından və fəallıq səviyyəsindən asılıdır. Müasir riyazi model və metodların tətbiqi ilə reallaşan virtual-biznesin nəzəriyyə və metodologiyasından geniş miqyasda istifadə edilməsi, İnternet şəbəkəsində qabaqcıl informasiya texnologiyalarının tətbiqinin reallaşdırılması nəinki iqtisadi məsələləri, həm də ciddi sosial problemləri səmərəli həll etməyə imkan verir. Bununla yanaşı, elektron kommersion sisteminin həyata keçirilməsi təxirəsalınmaz həllini gözləyən çoxlu sayda iqtisadi-təşkilati və hüquqi problemlər (baş verən tranzaksiyaların təhlükəsizliyinin və zəruri məxfiliyinin təminatı, müxtəlif ölkələrin informasiya sistemlərinin və qanun-vericilik aktlarının uyğunluğunun zəifliyi, mülkiyyət hüququnun müəyyən edilməsində mürəkkəblilik, elektron-rəqəmli imzanın hüquqi aspektləri və s.) doğurmuşdur.

Qeyd olunmalıdır ki, ənənəvi iqtisadiyyat sahəsi üçün işlənib hazırlanmış sahibkarlıq və kommersion fəaliyyətinin həyata keçirilməsinin nəzəriyyə və metodologiyasının praktiki istifadəsi İnternet mühitində, bir qayda olaraq, yararlı deyil [5].

Aparılmış tədqiqatlar göstərir ki, virtual biznes və elektron kommersion sistemlərində iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış idarəetmə, layihə və investisiya məsələlərinin işlənməsi ilə bağlı vacib nəzəri və metodiki məsələlər hələ də öz həllini tam olaraq tapmamışdır. Səmərəli işləyən elektron kommersion sisteminin formalaşmasının zəruri nəzəri və metodiki əsasları hələ də işlənilməmişdir. İnternet şirkətlərinin və onlara daxil olan elektron mağazaların alternativ variantları arasından daha səmərəli variantın seçiminin həyata keçirilməsi üçün elmi əsaslandırılmış metodlar, həmçinin virtual biznesin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi metodu yoxdur. Hazırda elektron kommersion sistemlərində həll olunan məsələlər ən yaxşı halda, aşağı iqtisadi effektivliyi ilə xarakterizə olunan iqtisadi və investisiya məsələlərinin həllinə birməqsədli və ya birkriteriyalı yanaşmadan istifadə edilməsinə əsaslanır. Əslində isə, bu məsələlərin əksəriyyəti çoxməqsədlidir və çoxkriteriyalı iqtisadi-riyazi modellərin qurulmasını və onların reallaşması üçün uyğun riyazi metodların tətbiqini tələb edir. Onlardan istifadə edilməsi sinergetik effekt almağa kömək edə bilər.

Beləliklə, qeyd etmək olar ki, İnternet şəbəkəsində elektron biznesin əsas komponenti kimi elektron kommersiya sisteminin formalaşmasının, yaranmasının və inkişafının nəzəri və metodiki məsələləri zəif işlənmişdir. Bu istiqamətdə çoxkriteriyalı yanaşmadan istifadə edilməsi əsasında onların işləməsi və iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinin tədqiqi vacib bir məsələ kimi qarşıda durur.

Ona görə də İnternet şəbəkəsində elektron kommersiya sisteminin iş prinsiplərinin qurulması ilə bağlı nəzəri və metodiki məsələlər, onların formalaşmasının iqtisadi effektivliyinin əsaslandırılması, tətbiqi, fəaliyyətin son nəticələrinin müəyyən edilməsi, həmçinin çoxməqsədli riyazi modellərin qurulması və onların reallaşdırılması üçün müvafiq metod və alqoritmlərin işlənməsi kifayət qədər aktual əhəmiyyətə malikdir. Göstərilən kompleks məsələlərin həlli həm də ayrı-ayrılıqda modul xarakterli bir çox alt məsələnin həllini tələb edir.

- elektron kommersiya sistemlərinin və onların tərkib hissələrinin (elektron mağazaların) formalaşmasının əsas elmi prinsiplərinin dəqiqləşdirilməsi;

- İnternet iqtisadiyyatı modelinin ümümləşdirilmiş strukturunun işlənməsi və buraya elektron kommersiya sisteminin daxil edilməsi;

- elektron kommersiyanın müxtəlif modellərinin daha məqsədəuyğun tətbiq sahələrinin iqtisadi cəhətdən əsaslandırılması;

- elektron kommersiyanın ticarətin ənənəvi formalarından fərqli xüsusiyyətlərinin təsnifləşdirilməsi;

- elektron kommersiya sisteminin əsas elementlərinin tərkibinin əsaslandırılması və onların zəruri xüsusiyyətlərinin təhlili;

- İnternet şəbəkəsində yaradılan elektron mağazaya qarşı irəli sürülən əsas iqtisadi-təşkilati tələblərin təhlili;

- elektron kommersiya sistemində çoxməqsədli (çoxkriteriyalı) kimi həll olunan məsələlər üzrə mümkün (alternativ) planlar arasında optimal planın seçilməsinin ümümləşdirilmiş riyazi modelinin işlənməsi.

Elektron kommersiyasının həyata keçirilməsinin tənzimlənməsi

Elektron kommersiyasının həyata keçirilməsinin hüquqi əsasları, əsasən, elektron ticarət və elektron imza haqqındakı qanunlarla tənzimlənir. “Elektron ticarət haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu elektron ticarətin təşkili və həyata keçirilməsinin hüquqi əsaslarını, onun iştirakçılarının hüquq və vəzifələrini, habelə elektron ticarət haqqında qanunvericiliyin pozulmasına görə məsuliyyəti müəyyən edir. Bu qanunda aşağıdakı əsas anlayışlardan istifadə edilmişdir: 1) elektron ticarət-informasiya sistemlərindən istifadə edilməklə malların alqı-satqısı, xidmətlərin göstərilməsi və işlərin görülməsi üzrə həyata keçirilən fəaliyyət; 2) elektron ticarətin iştirakçıları – elektron ticarətin həyata keçirilməsi zamanı satıcı (təchizatçı), alıcı (sifarişçi) və elektron sənəd dövriyyəsi vasitəçisi kimi çıxış edən hüquqi və fiziki şəxslər; 3) satıcı (təchizatçı) – malları satan (xidmətləri göstərən, işləri görən) elektron ticarət iştirakçısı; 4) alıcı (sifarişçi) – malları alan (xidmətləri, işləri sifariş edən) elektron ticarət iştirakçısı; 5) elektron sənəd dövriyyəsi vasitəçisi – elektron sənədi göndərən və alan arasında elektron sənəd dövriyyəsi xidmətlərini göstərən fiziki və ya hüquqi şəxs.

Bu qanunun tətbiq sahəsi maliyyə bazarı, o cümlədən sığorta və qiymətli kağızlar bazarı istisna olmaqla, respublikada bütün digər sahələrdə həyata keçirilən elektron ticarətə şamil olunur. Elektron ticarətin hüquqi tənzimlənməsi aşağıdakı prinsiplərə əsaslanır: 1) iştirakçıların hüquq bərabərliyi; 2) iştirakçıların iradə

sərbəstliyi; 3) iştirakçıların əmlak müstəqilliyi; 4) mülkiyyətin toxunulmazlığı; 5) müqavilə azadlığı; 6) sahibkarlıq fəaliyyətinin maneəsiz həyata keçirilməsi; 7) azad və ədalətli rəqabət; 8) malların, xidmətlərin və maliyyə vəsaitlərinin sərbəst hərəkəti; 9) hüquqların məhkəmədə müdafiəsinə təminat verilməsi.

Bir qayda olaraq, elektron ticarətin həyata keçirilməsinə xüsusi razılıq (lisenziya) tələb olunmur. Xüsusi razılıq (lisenziya) tələb olunan fəaliyyət sahələrində elektron ticarət aparıldıqda isə satıcı (təchizatçı) qanunvericilikdə müəyyən edilmiş qaydada həmin fəaliyyətə xüsusi razılıq (lisenziya) almalıdır. Elektron ticarətdə satıcı (təchizatçı) ilə alıcı (sifarişçi) arasında müqavilələr elektron sənəd formasında bağlanır.

İnternet məkanında meydana gələn e-kommersiya ənənəvi sahibkarlıq qədər geniş və hərtərəflidir. E-kommersiyanın yaranmasının və eyni zamanda onun səciyyəvi xüsusiyyətlərinin və üstünlüklərinin əsas səbəbi, təbii ki, istehsalın tranzaksiya xərclərinin aşağı salınmasıdır. Bununla belə, məqsəd təkə tranzaksiya xərclərinin aşağı salınması deyildir. Əsas məsələ son məhsulun dəyərinin aşağı salınmasında iqtisadi səmərənin əldə edilməsi, yeni, daha effektiv, yüksək dərəcəli istehlak dəyərinə malik məhsulların hazırlanmasında yeni texnologiyaların istifadə edilməsidir. Qiymətlərin aşağı salınması, bazarın genişləndirilməsi, rəqabətin güclənməsi mühüm şərtidir.

E-kommersiya texnologiyası biznesin aparılmasının ən yaxşı üsullarını meydana çıxartmağa imkan verir. O, müasir beynəlxalq münasibətlər sistemində makroiqtisadi aspektdə müsbət təsirə malikdir. Elektron kommersiya beynəlxalq əmək bölgüsünə, kapitalın beynəlxalq hərəkətinə, işçi qüvvəsinin miqrasiyasına və s. kifayət qədər böyük təsir göstərir.

Ədəbiyyat

1. Алиев А.Г. “Проблемы информатизации общества и экономики“. Баку, Элм, 2003, 460 стр.
2. Алгулиев Р.М., Алиев Г.М. Модели и бизнес-процессы в э-коммерции. Баку, Элм, 2003.
3. Алиев А.Г. “Теоретико-прикладные аспекты информатизации гуманитарных отраслей”. Баку, “ЭЛМ”, 2006 г., 474 стр.
4. Самойлов А.М. Электронная коммерция в системе современного бизнеса. Автореферат канд. дис. на соис-е уч. ст. экон-ких наук. Москва, 2004 г.
5. Вишнякова С.С. Формирование сферы электронных услуг в России. Автореферат канд. дис. на соис-е уч. ст. экон-ких наук. Москва, 2007 г.

УДК 316.77; 002:338.98; 002:681.3(07); 338.9:681. 3

Алиев А.Г, Аббасова В.А., Абедини М.А.

Институт Информационных Технологий НАНА, Баку, Азербайджан

alovsat8@iit.ab.az, depart8@iit.ab.az

Вопросы регулирования применения технологий электронной коммерции

В статье рассматриваются вопросы формирования инфраструктуры для применения э-коммерции как инновационного элемента рыночной экономики, анализируются особенности развития э-коммерции. Были рассмотрены условия, созданные для продавцов и покупателей, преимущества и функции э-коммерции, а также описаны вопросы регулирования его реализации.

Ключевые слова: инновационный элемент, э-коммерция, э-торговля, интернет-экономика, виртуальная экономика, э-бизнес, модели типа B2B, коммерческий цикл, инфраструктура э-коммерции.

Aliyev A.G., Abbasova V.A., Abedini M.A.

Institute of Information Technology ANAS, Baku, Azerbaijan

alovsat8@iit.ab.az, depart8@iit.ab.az

The problems of regulation on introduction of e-commerce technologies

The problems the application of e-commerce technology as an innovativ element in the market economy are shown, and basics of development of economy are analysed in the abstract. The conditions given for the customers and sellers; the advantages and functions for e-commerce are looked through, the problems of regulation of its realization are touched as well.

Key words: innovativ element, e-commerce, e-market, internet-economy, virtual economy, e-business, B2B type models, commercial cycle, e-commerce infrastructure, e-commerce.