

**Nərminə QARAYEVA** t.e.f.d  
Qərbi Kaspi Universiteti

**Mirzə Mübariz oğlu MƏHƏRRƏMOV**  
Qərbi Kaspi Universitetinin magistrantı  
E-mail: mirzamaharramov@gmail.com

## **ELEKTRON BİZNESİN TƏHLÜKƏSİZLİYİNİN TƏMİN EDİLMƏSİ SİSTEMİ**

### **Xülasə**

Azərbaycanda sosial şəbəkələr elektron ticarət ilə məşğul olan sahibkarlar üçün əsas hərəkətverici qüvvə olması elektron biznesin təhlükəsizliyi baxımından üçüncü tərəfdən asılılıq yaradan və biznesin rəqəmsal transformasiya mərhələsinin inkişafı istiqamətinə keçid etməsində imkan verməməsi problemin mənbəyi idi.

Sosial şəbəkələrin işində fasilələrin yaranması, şayiələrin yaranması və şəxsi məlumatların satılması faktlarının aşkar edilməsi elektron biznesin təhlükəsizliyi baxımından çox ciddi şəkildə təhlükə yaradan və subyektiv olaraq qəbul edilən qəfil vəziyyətdir.

**Açar sözlər:** elektron-kommersiya, innovasiyalar, rəqəmsal idarəetmə, sosial şəbəkələr, elektron ticarət, təhlükəsizlik sistemləri, kibertəhlükəsizlik.

**JEL:** L 64

**DOI:** 10.54414/FNFY9536

### **Giriş**

Artıq xeyli müddətdir ki, Azərbaycanda sosial şəbəkələr elektron ticarət ilə məşğul olan bizneslər üçün əsas hərəkətverici qüvvədir. Son zamanlarda sosial şəbəkələrin işində fasilələrin çoxaldığını nəzərə alaraq, təhlükəsizlik amillərinin artması, biznesin “Facebook”, “Instagram” və digər sosial şəbəkələrdən asılılığı həssaslıq yarada, bəzən isə satışları dayandıra bilər. Bəs sosial şəbəkələrdən az asılı olmaq üçün işi düzgün necə təşkil etməli və öz biznesini bu cür hallardan necə qoruya bilərik? Müasir şəraitdə regional iqtisadiyyatın ən mühüm istiqamətlərindən biri elektron ticarətdir. Bəs biz “elektron ticarət” termini dedikdə, nəyi başa düşürük? İnternet şəbəkəsində texnologiyalar və kommunikasiyalar əsasında baş verən proseslərə elektron məlumat mübadiləsinə, pul vəsaitlərinin elektron köçürülməsini, elektron ticarəti (internet-mağazaları, satış platformalarını və s.), elektron ödəniş sistemlərini, onlayn xidmətləri (bank xidmətləri, sığorta xidmətləri, hüquqi xidmətləri və s.) aid etmək olar. Elektron ticarətin inkişaf

sürəti həm global səviyyədə, həm də Azərbaycanda artır. Bu, bilavasitə bütün dünyada İnternet istifadəçilərinin sayının artması ilə bağlıdır. “Maslou” piramidası nəzəriyyəsi ilə məsələyə yanaşsaq, insan övladının qidadan sonra ən vacib olan ehtiyac amili təhlükəsizlikdir. Elektron biznesin təhlükəsizliyi olduqca önəmli amillərdəndir.

Gəlin baxaq niyə elektron biznes hakerləri cəlb edir?

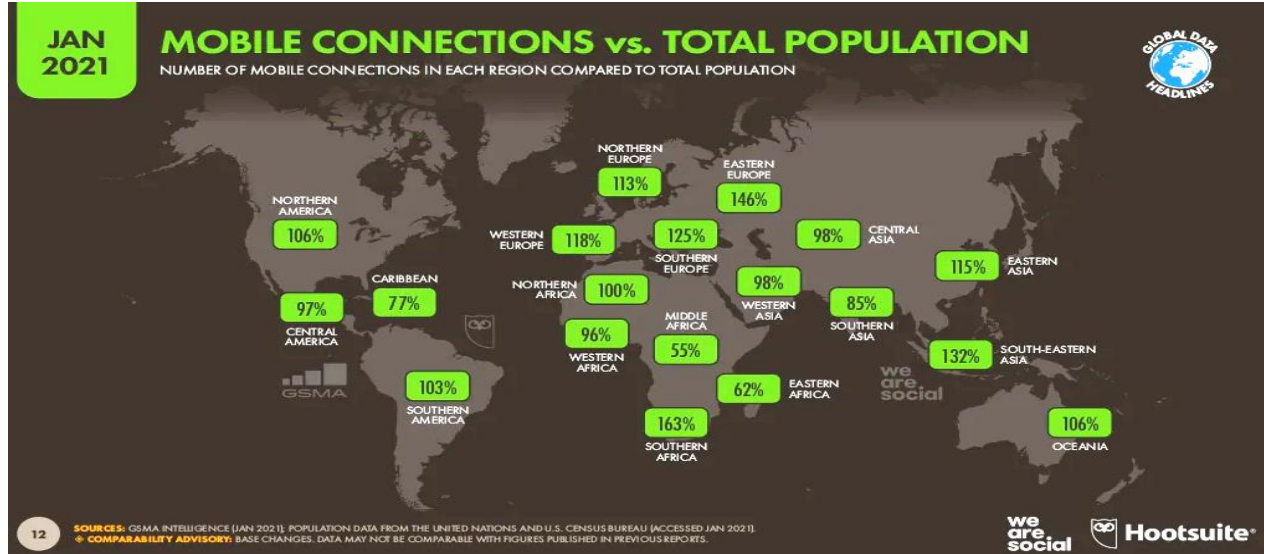
Kibercinayətkarların e-biznes sənayesinə hücum etməsinin bir neçə səbəbi var:

- Şəxsi məlumat
- Onlayn tranzaksiyalar

Tipik olaraq, onlayn mağaza sahibləri şəxsi müştəri məlumatlarının böyük məlumat bazasına malikdirlər. Əgər serverlər sındırılıbsa, haker qiymətli məlumatların - tam ad, ünvanlar, telefon nömrələri, e-poçt hesabları, bulud hesabları, korporativ məlumatlar olan cədvəl üzərində nəzarəti əldə edəcək. Bu məlumatlar birbaşa mənfəət üçün satıla və ya istifadə edilə bilər - məsələn, başqa bir şəxsin pasportu ilə kredit

götürmək üçün. Onlayn mağazalar istehlakçılara mallar üçün onlayn ödəmə imkanı təklif edir. Hakerlər ödəniş səhifəsinə zərərli kodlar yeridirlər, sonra isə müştəri vəsaitləri yersiz yerə yerləşdirilir.

İndiki vaxtda onlayn mağaza sahibləri PCI DSS kimi təhlükəsizlik standartlarını tətbiq etməklə bank məlumatlarını qorumağı öyrənmişlər. Lakin verilənlər bazasına hücumu qarşı durmaq daha çətinidir.



Şəkil 1. Yer planeti üzrə internet istifadəçilərinin ümumi sayı

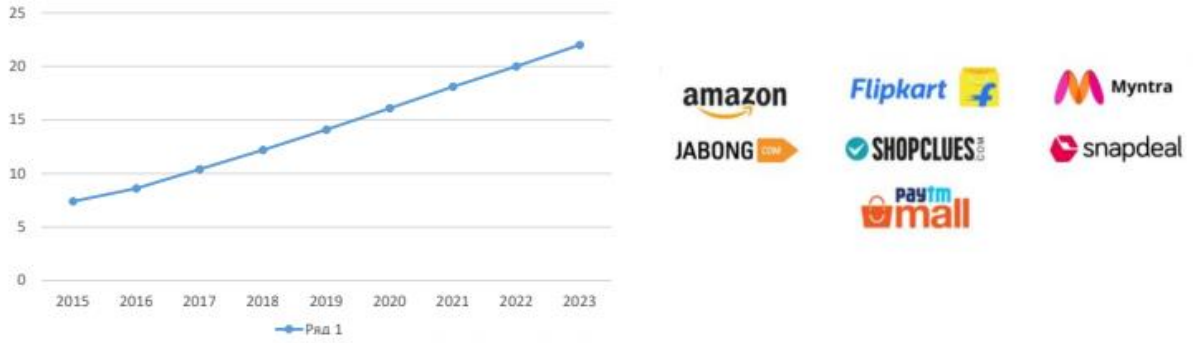
Beynəlxalq Elektrik Rabitə Birliyinin statistikasına görə, dünyada İnternet istifadəçilərinin ümumi sayı Yer planetinin ümumi əhalisinin təxminən 60%-ni təşkil edir, bunlardan 40%-i inkişaf edən ölkələrə aiddir, 60%-ni isə inkişaf

etmiş ölkələrdən istifadəçilər təşkil edir. Ölkələr arasında liderlər Çin (752 mln. istifadəçi, əhalinin 54%-i), Hindistan (450 mln. istifadəçi, əhalinin 35%-i), ABŞ-dır (300 mln. istifadəçi, əhalinin 87%).



Şəkil 2. Azərbaycan üzrə internet istifadəçilərinin statistikasını

Azərbaycanda əhalinin 81%-ni təşkil edən 8,2 mln. istifadəçi İnternetdən aktiv istifadə edir.

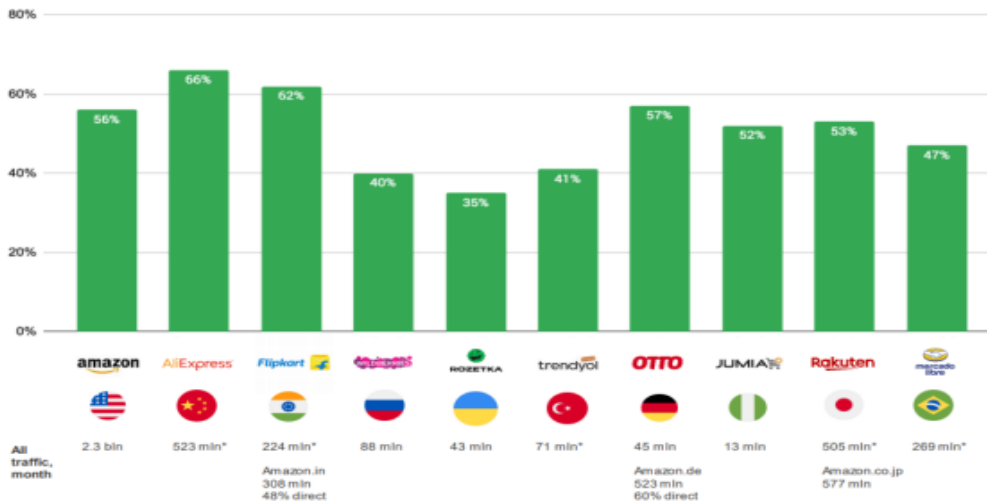


Şəkil 3. Beynəlxalq ticarət platformalarının ticarət həcmi (trln. ABŞ Dolları ilə)

Beynəlxalq analitiklər qeyd edir ki, qlobal hörümçək toru alıcılara (istifadəçilərə) malların və xidmətlərin əldə olunması üçün daha çox imkan təqdim edir, kommersiya təşkilatları isə sahibkarlıq fəaliyyətini həyata keçirməklə həmin şəbəkədə öz iştirakını artırır. Elektron ticarətin təkə bir sahibkarlıq segmentində satışların dünya üzrə ümumi həcmi 2012-ci ildə 1 trln. ABŞ dollarını keçmişdir.

Dünya elektron ticarət bazarının dövriyyəsinin 60%-i ticarət meydançalarının payına düşür və günbəgün artır. 2019-cu ildə dünya üzrə onlayn satışların ümumi payı 3,5 trln. ABŞ dolları təşkil etmişdir. Beynəlxalq analitiklər 2023-cü ildən başlayaraq 6,3 trln. ABŞ dollarına qədər artacağını proqnozlaşdırır. Azərbaycanda, əhalinin 81%-nin İnternetin aktiv istifadəçisi

olmasına baxmayaraq, təəssüf ki, əksər təşkilatlarda öz rəqəmsal modelinə keçid prosesi çox uzun sürmüşdür. Buna “Facebook” və “Instagram” kimi sosial şəbəkələr səbəb olmuşdur. Bir çox təşkilatların beynəlxalq platformalarda səhifələrinin mövcud olması onlar üçün müəyyən komfort zonası yaradır, lakin bu halda bütövlükdə ölkə üzrə elektron ticarətin inkişafı üçün çətinliklər yaranır. Tamamilə təbii ki, hər bir müəssisənin müştərilərin cəlb edilməsi və satışların gerçəkləşdirilməsi üçün mütləq yaxşı kontentə malik sosial səhifələri olmalıdır. Lakin biz unutmamalıyıq ki, hətta satışlardan və abunəçilərin böyük sayından yaxşı nəticə aldıqda belə, müəssisənin elektron modeli “üçüncü tərəfdən, yəni sosial şəbəkələrdən asılıdır”.

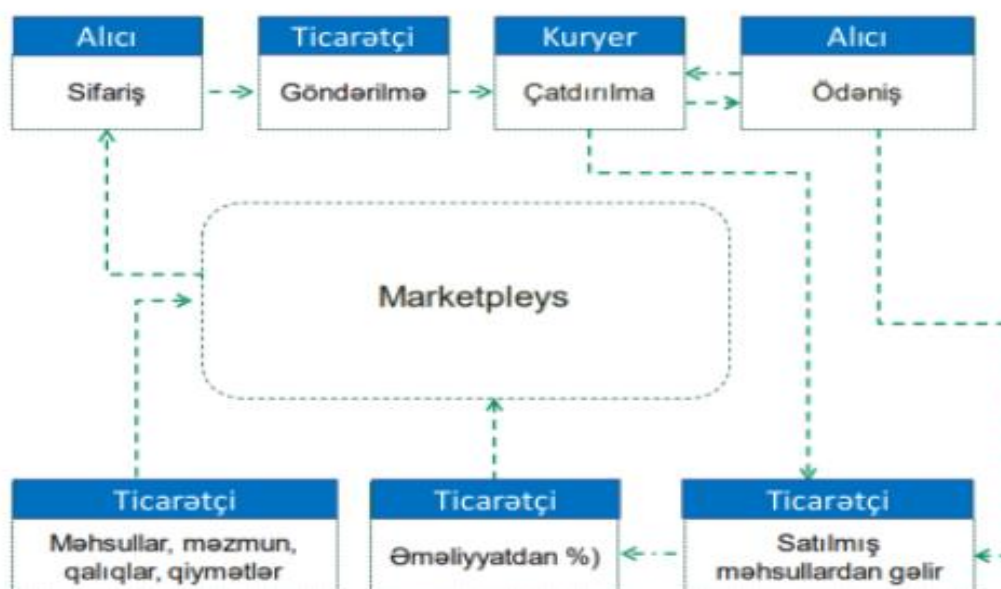


Şəkil 5. Qlobal e-ticarət platformalarının trafik və ticarət həcmi

Son illər ərzində biz dəfələrlə “Facebook”, “Instagram”, “Whatsapp” və s. şəbəkələrdə problemlərlə çox üzləşmişik. Nə baş verirdi? Satışlar dayanır, istifadəçilər sosial şəbəkədəki səhifəyə daxil ola bilmir, biznes proses dondurulur, səhifənin daxil edilməsi üçün bütün materiallar və məlumatlar ya bağlı olur və yaxud da itirilirdi. Gəlin təsəvvür edək ki, “Facebook” və digər sosial şəbəkələr öz fəaliyyətini dayandırdığına görə bizim daha həmin şəbəkələrdəki səhifələrə çıxışımız yoxdur. Bu halda nə edəcəyik? Necə hərəkət edəcəyik? Yəqin ki, hər şeyi sıfırdan başlamalı olacağıq. Buna görə də belə problemlə üzləşməmək üçün artıq sahibkarlıq subyektləri öz

platformalarını qurub, inkişaf etdirməli. Müştəriləri cəlb etməyi və öz veb-saytları vasitəsilə satışlar etməyi zərurəti yaranır.

Sosial şəbəkələr saytın inkişaf etdirilməsi, istifadəçilərin platformaya yönəldilməsi üçün alətdir, eyni zamanda, onlar sayt üçün müəyyən trafik yaradır. Sosial şəbəkələrin işində fasilələrin yaranması, şayiələrin yaranması və şəxsi məlumatların satılması faktlarının aşkar edilməsi, həmçinin qlobal pandemiya öz elektron modelini düzgün qurmaq üçün həmin “ilk addım” üçün əsas səbəbə çevrildi. Bunun üçün, ilk növbədə, müəssisələrdə innovasiyalardan aktiv istifadə üçün struktur təşkil edilməli və müasir idarəetmə sistemləri tətbiq olunmalıdır. Əks halda, inkişaf prosesi çox ləng olacaq.



Şəkil 6. Marketpleys-də proseslərin avtomatlaşdırılması

Sevindirici haldır ki, “COVID-19” virusunun yaratdığı şərtlərlə əlaqədar bütün düşüncə stereotipləri tamamilə dağıdılmış, Azərbaycanda bir çox ciddi təşkilatlar öz biznesini uğurla elektron modelə transformasiya edərək rəqəmsal idarəetmə formasına keçid edə bilmişdir. Şirkətin İnternet şəbəkəsindəki üzvü – veb-saytdır. Bu, elektron ticarət növü, onlayn platforma və şirkətin yeni satış kanalı olub, biznes üçün həm müştərilərlə işdə, həm də biznes proseslərinin sistemləşdirilməsində yeni qapılar açır. Elektron ticarət bir fəaliyyət növü kimi satışların yerinə yetirilməsi üçün vaxtın və xərclərin minimuma

əndirilməsi hesabına şirkətə rəqiblər qarşısında üstünlük təqdim edir. Biznes sistemlərinin avtomatlaşdırılması və optimallaşdırılması üçün şirkətin daxili hesabatlılıq sistemlərində fəaliyyət göstərən ERP sistemləri ilə veb platforma inteqrasiya edilərək sifarişlər, məhsullar, qiymətlər və bir sıra digər göstəricilərin vahid bir mərkəzi nöqtədən idarəedilməsi təmin edilir.

#### Nəticə

Edilən təhlillər onu göstərir ki, perspektiv baxımından, innovasiyaların bütün sahələrdə tətbiq edilməsi sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul

olan və rəqəmsal idarəetmə formasına keçid edən subyektlər üçün iqtisadi imkanlarını əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirir. Onların sosial və iqtisadi artırılmasına, məhsul və xidmətlərin vahidi üçün sərf olunan maddi xərclərin, maliyyə vəsaitlərinin, əmək məhsuldarlığının resurs tutumunun azaldılmasına şərait yaradır. İnnovasiyaların proseslərin avtomatlaşdırılması və sistemləşməsi üçün geniş tətbiqi mövcud bazarda rəqabətə davamlılıq qabiliyyətini artırmış olur və üçüncü tərəflərdən bütün asılıqları aradan qaldıraraq sistemli şəkildə özünə məxsus bir biznes prosesləri formalaşdırır. Lakin bütün qeyd edilən amillər təhlükəsizlik sistemləri olmadan elektron biznes sahibləri üçün ciddi risklər formalaşdırır, bu səbəbdən elektron biznesin təməli formalaşan zaman təhlükəsizlik baxımından gələcək yönümlü addımlar atılmalı və müasir texnologiyalar vasitəsi ilə təmin edilməlidir.

#### **ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:**

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. Самойлов А.М. Электронная коммерция в системе современного бизнеса. Автореферат канд. дис. на соис-е уч. ст.экон-ких наук. Москва, 2004 г.
4. Калужский М.Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка / М.Л. Калужский. – М.: Экономика, 2014. – 328 с.
5. Global E-Commerce Industry 2021-2026
6. [http://anl.az/down/meqale/azerbaycan/azerbaycan\\_avqust2009/88351.htm](http://anl.az/down/meqale/azerbaycan/azerbaycan_avqust2009/88351.htm)
7. "Elektron ticarət haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu [http://www.eqanun.az/alpdata/framework/data/10/f\\_10406.htm](http://www.eqanun.az/alpdata/framework/data/10/f_10406.htm)

**Нармин ГАРАЕВА**

Западно-Каспийский университет

**Мирза Мубариз МАГЕРРАМОВ**

Западно-Каспийский университет

E-mail: mirzamaharramov@gmail.com

## **ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА**

### **Резюме**

В Азербайджане источником проблемы стало то, что социальные сети являются основной движущей силой для предпринимателей, занимающихся электронной коммерцией, что создало зависимость от третьей стороны с точки зрения безопасности электронного бизнеса и не позволило бизнесу перейти к этапу развития цифровой трансформации. Сбои в работе социальных сетей, создание слухов и обнаружение фактов продажи личной информации – внезапная ситуация, представляющая очень серьезную угрозу безопасности электронного бизнеса и субъективно воспринимаемая.

**Keywords:** e-commerce, innovations, digital management, social networks, e-commerce, security systems, cyber security.





**Narmin GARAEVA**  
Western Caspian University

**Mirza Mubariz MAHARRAMOV**  
Western Caspian University  
E-mail: mirzamaharramov@gmail.com

## **E-BUSINESS SECURITY SUPPLY SYSTEM**

### **Summary**

In Azerbaijan, the fact that social networks are the main driving force for entrepreneurs engaged in e-commerce was the source of the problem, which created dependence on a third party in terms of the security of e-business and did not allow business to move towards the development of the digital transformation stage. Disruptions in the work of social networks, the creation of rumors and the discovery of the facts of the sale of personal information is a sudden situation that poses a very serious threat to the security of electronic business and is subjectively perceived.

**Keywords:** e-commerce, innovations, digital management, social networks, e-commerce, security systems, cyber security.

**Daxil olub:** 25.04.2023