

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI

Əlyazması hüququnda

AZƏRBAYCANIN XARİCİ İQTİSADI FƏALİYYƏTİNDƏ ELEKTRON TİCARƏT SİSTEMİNİN ROLUNUN TƏDQIQI

İxtisas: 5310.01 – Dünya iqtisadiyyatı

Elm sahəsi: İqtisad elmləri

İddiaçı: **Şamxal Quluyar oğlu Məmmədov**

Fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün
təqdim edilmiş dissertasiyanın

AVTOREFERATI

Bakı – 2025

Dissertasiya işi Odlar Yurdu Universitetinin “İqtisadiyyat və iqtisadi münasibətlər” kafedrasında yerinə yetirilmişdir.

Elmi rəhbər:

iqtisad elmləri doktoru, professor
Hacıağa Baxış oğlu Rüstəmbəyov

Rəsmi opponentlər:

iqtisad elmləri doktoru, professor
Səfər Həsən oğlu Pürhəni

iqtisad elmləri üzrə fəlsəfə doktoru
Əhliman Yaşasif oğlu Abbasov

iqtisad elmləri üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
Gülənər Xanlar qızı Səmədova

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin nəzdində İqtisadi Araşdırmalar Elmi-Tədqiqat İnstitutunun nəzdində fəaliyyət göstərən FD 1.11 Dissertasiya şurası



Dissertasiya şurasının
sədri:

Əməkdar Elm Xadimi
iqtisad elmləri doktoru, professor
Yadulla Həmdulla oğlu Həsənli

Dissertasiya şurasının
elmi katibi.

iqtisad elmləri namizədi
Rəşad Aktiv oğlu Hüseynov

Elmi seminarın
sədri.

iqtisad elmlər doktoru, professor
Müşfiq Yelmar oğlu Quliyev

imza

Giriş

Mövzunun aktuallığı və işlənməsi dərəcəsi. Məlumdur ki, ölkələrin hər biri müxtəlif resurslara malikdir. Elə buna görə də onlar ehtiyaclarını öz resursları ilə ödəməkdə çətinlik çəkirlər. Çünki, ölkələrin malik olduğu resurslar həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət baxımından bir-birindən fərqlənir. Mövcud vəziyyət ölkələr arasında iqtisadi, sosial, siyasi və s. əlaqələrin yaranmasına səbəb olur. Ölkələr arasında iqtisadi əlaqələrin qurulması olduqca əhəmiyyətlidir və ən mühüm iqtisadi əlaqələr ölkələr arasında mal və xidmətlərin alqı-satqısı hesab olunur.

Ölkələr və ya şirkətlər xarici bazarlara mal və xidmətlər satmaqla və ya xarici bazarlardan mal və xidmətlər almaqla öz ölkələrinin resurslarından səmərəli istifadə etmək, öz ölkələrinin ehtiyaclarını daha ucuz ödəmək və dünya bazarlarında rəqabət gücünə sahib olmaq imkanı əldə edirlər.

Hazırda xarici ticarətin genişləndirilməsi ölkələr üçün ən mühüm məsələlərdən biri hesab olunur. Xarici ticarətdə idxal və ixrac etməyi planlaşdıran müəssisələr bölgədəki rəqib istehsalçılar, coğrafi şərait, çatdırılma üsulları, hökumət qərarları, qiymət, ödəniş şərtləri, reklam xərcləri, ölkənin iqtisadi və siyasi sabitliyi, rəqabət mühiti və şərtləri, texniki standartlar və qaydalar, ticarət kanalları, ticarət maneələri, məhsulun bazarda istifadə müddəti, məhsulun keyfiyyəti, sığorta tələbləri kimi mühüm məqamları araşdırmalıdırlar.

Dünya ölkələrində olduğu kimi, Azərbaycanın da xarici iqtisadi əlaqələri inkişaf etməkdədir. 2015-ci ildən 2023-cü ilədək qeydə alınan statistik məlumatlara nəzər yetirsək bu inkişafı aydın şəkildə görmək mümkündür. Belə ki, qeyd edilən illər ərzində Azərbaycanın xarici ticarət dövriyyəsi 2 dəfə artaraq 51,2 milyard ABŞ dollarına çatmış, ixracı 2,7 dəfə, idxalı isə 1,9 dəfə artmışdır. Azərbaycanın ixracının ilbəil artması çox əhəmiyyətlidir. Xüsusilə, son zamanlarda ixracda qeyri-neft sektorunun payının artması müsbət qeyd edilən məqamlardandır. 2019-2023-cü illərə nəzər yetirsək görürük ki, qeyri-neft sektoru üzrə ixrac 1,7 dəfə artaraq 2023-cü ildə 3,3 milyard ABŞ dollarına çatmışdır.

Müasir dövrdə IT-nın sürətlə inkişaf etməsi ilə əlaqədar olaraq

demək olar ki, bütün sahələrdə bu texnologiyalardan istifadə olunur. Hal-hazırda insanlar, internet resursların köməyiylə heç bir yərə getmədən bütün elektron xidmətlərdən istifadə edir və bununla da öz vaxtlarına qənaət etmiş olurlar. XX əsrdə İT-nin inkişafı sözsüz ki, ticarətə də öz təsirini göstərmiş, əsrin sonunda ticarətin yeni üsulu, elektron ticarət yaranmış, sonra tədricən əhatə dairəsini genişləndirmişdir. Zaman keçdikdə bir çox ölkələr ticarətin bu üsuluna maraq göstərməyə başladılar. Dünyada elektron ticarətin həcmnin artmasında İEO-in payı olduqca yüksəkdir. Qeyd etmək lazımdır ki, ümumi pərakəndə ticarətdə elektron ticarətin payı İEO-də xeyli yüksək, İEOO-də isə xeyli aşağıdır. Bunun əsas səbəbi internetin zəif olması, onlayn mağazaların müasir standartlara cavab verməməsi, təhlükəsizlik məsələlərinin öz həllini tapmaması, maariflənmənin zəif olması kimi amillər öz mənfi təsirini göstərir.

Dünya ölkələrində olduğu kimi, ölkəmizdə də elektron ticarət inkişaf etməkdədir. Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanda elektron ticarət 2005-ci ildə yaranmış, elə bundan sonra inkişaf etməyə başlamışdır. Elektron ticarətin Azərbaycanda 2005-ci ildə yaranmasına baxmayaraq, həmin ildə elektron ticarət etmək mümkün olmamışdır. Elektron ticarət etmək üçün ilk növbədə, məhsulların müştərilərə çatdırılması üçün kuryer xidməti, müasir texnologiyaları dəstəkləyən cihazlar, onlayn mağaza, ödəmə sistemi, ödəniş kartları, sürətli internet və s. elementlər olmalıdır. Bundan əlavə, qeyd edilən sahənin inkişafı üçün mövcud qanunvericiliyə əlavə və dəyişikliklərin edilməsi və onun təkmilləşdirilməsi olduqca əhəmiyyətlidir.

Azərbaycanda ümumi pərakəndə ticarətdə elektron ticarətin payı dünya üzrə orta göstəricidən azdır. Lakin, dövlətin bu sahəyə dəstəyi nəticəsində elektron ticarət son 5 ildə xeyli inkişaf etmişdir.

Dünya üzrə elektron ticarətin əhatə dairəsinin genişlənməsi ölkələrin xarici ticarət dövriyyəsinin artmasında əhəmiyyətli rol oynayır. Azərbaycanın xarici ölkələrlə, xüsusilə qonşu ölkələrlə iqtisadi əlaqələrinin inkişaf etdirilməsi mühüm məsələlərdən biridir. Azərbaycanın coğrafi mövqeyi çox əlverişlidir. Beynəlxalq əhəmiyyətli ticarət yolları, xüsusilə Avrasiyanın şimal və cənub, qərb və şərq istiqamətlərində həyata keçirilən yükdaşımalar Azərbaycanın ərazisindən keçir. Son zamanlarda Mərkəzi Asiya ölkələri Xəzər

dənizi üzərindən Azərbaycan ərazisi vasitəsilə öz məhsullarını Avropa bazarına çıxarmaq niyyətindədirlər. Artıq Azərbaycan regionda mühüm tərəfdaş hesab olunur. Ona görə də elektron ticarət vasitəsilə alınan məhsullar ölkəmiz vasitəsilə digər ölkələrə çatdırılır. Bu o deməkdir ki, qlobal elektron ticarət döviyyəsinin artması ölkəmiz üçün çox əhəmiyyətlidir. Baxmayaraq ki, ölkəmizin xarici ticarət döviyyəsində elektron ticarətin payı cüzdür, lakin illər ötdükcə, qeyri-neft sektorunda ixracın artması ilə əlaqədar olaraq elektron ixrac artacaqdır.

Beynəlxalq ticarət qədim tarixə malikdir. Orta əsrlərdə ən mühüm ticarət “İpək Yolu” ticarəti idi. Lakin, coğrafi kəşflərdən sonra ticarət yolları xeyli dəyişdi. Belə ki, Amerika, Avstraliya və Sakit Okean adalarının kəşfi dünya miqyasında mühüm hadisə hesab olunur.

İllər ötdükcə, xarici ticarət daha da aktual mövzuya çevrilmiş, bundan sonra xarici ticarət nəzəriyyələri yaranmağa başlamışdır. Xarici ticarətin nəzəri bazasını A. Smitin mütləq üstünlük, D. Rikardonun nisbi üstünlük, F. Listin tərbiyəvi himayədarlıq və başqa nəzəriyyələr formalaşdırmışdır. Ölkələr üçün ixtisaslaşma və mübadilənin faydalılığını klassik siyasi iqtisad məktəbinin nümayəndəsi Marks əsaslandırmışdır.

Dünya iqtisadiyyatının inkişafında ölkələr arasında yaradılan regional iqtisadi birliklərin mühüm rolu olmuşdur. Bunlardan AB-ni, ABŞ, Kanada və Meksikanın birlikdə yaratdığı NAFTA-nı, bəzi Şərqi Asiya və Sakit Okean ölkələrinin təsis etdiyi APEC-i qeyd etmək olar.

Dissertasiya işində dünya iqtisadiyyatı, xarici iqtisadi fəaliyyət, eləcə də elektron ticarət sferasında tədqiqat aparan bir sıra yerli tədqiqatçılardan A.M. Məhərrəmov, H.B. Rüstəmbəyov, H.H. Aslanov, İ.K. Musayev, M.N. Əlizadə, A.B. Mahmudov, M.Q. Əkbərov, N.Ə. Quliyev, E.M. Hacızadə, Ç.M. Abbasov, A.K. Ələsgərov, X.Ş. Kərimov, F.Ə. Qənbərov, S.H. Abasova, A.A. Eyvazov, G.X. Səmədova, Ə.B. Sarıyev, Ə.M. Bədəlov, A.M. Ağayev, S.J. Tağızadə, R.İ. Xasbulatov, K.X. Abdullayev, Q.S. Hüseynov; xarici tədqiqatçılardan N.S. Medjibovskaya, L.P. Qavrilov, O.D. Daşkovskaya, V.V. Dik, M.Q. Lujeçkiy, A.E. Rodionov, M.L. Kalujskiy, Y.V. Krutin, A.L. Denisova, N.V. Molotkova, M.A. Blyum, T.M. Ulyaxin, A.V. Quskov, İ.A. Çmır, O.Y. Voloqjanin, V.V. İlin,

L.S. Qalkina, T. Cura, C. Gürbüz, E. Öztürk, E. Tokatlı, M. Kara, S. Çelik, M. Kütz və digərlərinin fikirləri müqayisəli şəkildə təhlil olunmuşdur.

Tədqiqatın obyektı və predmeti. Tədqiqatın obyektı Azərbaycanın xarici iqtisadi fəaliyyətidir. Tədqiqatın predmeti isə Azərbaycanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin genişləndirilməsi və inkişafında elektron ticarətin rolunun araşdırılması təşkil edir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Dissertasiya işinin məqsədi elektron ticarət sahəsində ABŞ, AB və digər İEÖ-in təcrübəsinin təhlili əsasında Azərbaycanda elektron ticarətin inkişaf istiqamətlərini müəyyənləşdirmək və xarici iqtisadi fəaliyyətdə elektron ticarətin rolunun artırılması üçün təkliflərin verilməsindən ibarətdir. Bu məqsədə uyğun tədqiqatın müəyyən edilmiş vəzifələri aşağıdakılardır:

- Azərbaycanı elektron ticarətin inkişafına təsir edən amilləri vurğulamaq;
- Azərbaycanda elektron ticarət sistemini təkmilləşdirmək üçün beynəlxalq təşkilatların bu sahədə mövcud olan tələb və tövsiyələrinin ölkəmizdə tətbiq edilməsinin zəruriliyini qeyd etmək;
- Elektron ticarətin innovativ aspektlərini göstərmək;
- Azərbaycanda elektron ticarət sisteminin mövcud vəziyyətini təhlil etmək;
- Azərbaycanın xarici iqtisadi əlaqələrinin inkişafında elektron ticarətin rolunu tədqiq etmək;
- Azərbaycanın xarici iqtisadi fəaliyyətində elektron ticarətin əhəmiyyətini artırmaq üçün dünya ölkələrinin təcrübəsindən istifadə olunmasının vacibliyini vurğulamaq;
- Elektron ticarət sisteminin ixrac məhsullarının rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılmasına təsirini göstərmək;
- Azərbaycanda elektron ticarət sisteminin təkmilləşdirilməsinin alternativ variantlarını qeyd etmək;
- Azərbaycanda elektron ticarət sistemində vergi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi yollarını müəyyənləşdirmək;
- Azərbaycanda elektron ticarətin xarici iqtisadi fəaliyyətə təsirini qiymətləndirmək.

Tədqiqat metodları. Tədqiqatın nəzəri əsaslarını Azərbaycan

və dünya iqtisadçılarının mülahizələri təşkil edir. Araşdırma prosesində əsas etibarlı ilə elmi abstraksiya, təhlil və sintez, induksiya və deduksiya metodlarından və zaman sıraları tədqiqat alətindən istifadə olunmuşdur.

Müdafiəyə çıxarılan əsas müddəalar. Müdafiəyə aşağıdakı müddəalar çıxarılır:

1-ci müddəa: Azərbaycanda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin ölkəmizin əmtəə və xidmətlər ixracına təsirinin qiymətləndirilməsi həyata keçirilmişdir. Əldə edilmiş cavaba əsasən digər amillər sabit qaldığı təqdirdə Azərbaycanda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin 1% artımı bir il gecikmə ilə ortalama olaraq ölkəmizin əmtəə və xidmətlər ixracının 0.1% artımına səbəb olur.

2-ci müddəa: Azərbaycanda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin artımının ölkəmizin xarici ticarət dövriyyəsinə təsirinin elastiklik əmsalının müəyyənləşdirilməsi nəticəsində əldə edilmişdir ki, digər amillər sabit qaldıqda ölkədə elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsi 1% artdığı təqdirdə ortalama olaraq Azərbaycanın xarici ticarət dövriyyəsi 0.11% artır.

3-cü müddəa: Azərbaycanda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin inkişafına təsir edən amillərin qiymətləndirilməsi məqsədilə müvafiq ekonometrik qiymətləndirmə nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, müəssisələrin internet istifadəsi, ölkədə internet istifadəçilərinin ümumi əhalinin sayında payı və İnsan İnkişafı İndeksi müsbət təsir edir. Digər amillər sabit qaldığı təqdirdə internetdən istifadə edən müəssisələrin sayı 1% artdıqda bir il yubanma ilə elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsi 2.58%, ölkədə əhalinin internet istifadə səviyyəsi 1% artdıqda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsi 16.8% və ölkəmizin İnsan İnkişafı İndeksi 1% artdıqda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsi 32.8% artır.

4-cü müddəa: 27 Avropa ölkəsinin əmtəə və xidmətlər ixracına həmin ölkələrdəki elektron ticarətin ÜDM-də payının təsirinin panel yolla ekonometrik qiymətləndirilməsi həyata keçirilmişdir. Əldə edilmiş nəticələrə əsasən digər amillər sabit qaldıqda seçilmiş 27 Avropa ölkəsində elektron ticarətin ÜDM-də payının 1% artımı əmtəə və xidmətlər ixracını bir il yubanma ilə ortalama olaraq 0.13% artırır.

5-ci müddəa: 18 Avropa ölkəsinin statistik məlumat bazası

əsasında elektron ticarət üzrə satış həcmnin həmin ölkələrin əmtəə və xidmətlər ixracına təsirinin elastiklik əmsalı müəyyənləşdirilmişdir. Əldə edilmiş cavaba əsasən digər amillər sabit qaldıqda elektron ticarətin satış həcmnin 1% artımı iki il yubanma ilə əmtəə və xidmətlər ixracını ortalama olaraq 0.14% artırır.

6-cı müddə: 18 Avropa ölkəsində elektron ticarətin satış həcmnin həmin ölkələrin xarici ticarət dövriyyəsinə təsiri qiymətləndirilmişdir. Modelin nəticəsinə əsasən digər amillər sabit qalarsa 18 Avropa ölkəsində elektron ticarətin satış həcmi 1% artdığı təqdirdə bir il yubanma ilə xarici ticarət dövriyyəsi ortalama olaraq 0.15% artır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Tədqiqat işi Azərbaycanın xarici iqtisadi fəaliyyətində elektron ticarətin rolunun öyrənilməsinə həsr olunmuş ilk tədqiqat işidir. Tədqiqat işinin elmi yeniliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

1. Tədqiqat işində ilk dəfə olaraq, Azərbaycanın xarici iqtisadi fəaliyyətində elektron ticarətin rolu və təsirləri araşdırılmışdır.

2. Azərbaycanda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin ölkəmizin əmtəə və xidmətlər ixracına təsirinin elastiklik əmsalı müəyyənləşdirilmişdir;

3. Azərbaycanda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin ölkəmizin xarici ticarət dövriyyəsinə təsirini müəyyən edən elastiklik əmsalı hesablanmışdır;

4. Ekonometrik qiymətləndirmə nəticəsində Azərbaycanda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin artımına təsir edən amillərin elastiklik əmsalı tapılmışdır;

5. 27 Avropa ölkəsinin statistik rəqəmlərindən istifadə etməklə həmin ölkələrdə elektron ticarətin ÜDM-də payının əmtəə və xidmətlər ixracına təsiri ekonometrik qiymətləndirilmiş və elastiklik əmsalı tapılmışdır.

6. 18 Avropa ölkəsi timsalında elektron ticarət dövriyyəsinin həmin ölkələrdə əmtəə və xidmətlər ixracının artımına təsir səviyyəsini göstərən əmsal hesablanmışdır.

7. 18 Avropa ölkəsində elektron ticarət dövriyyəsinin həmin ölkələrin xarici ticarət dövriyyəsinə təsirinin elastiklik əmsalı tapılmışdır.

8. Tədqiqat işində Azərbaycanın elektron ticarət bazarının araşdırılmasının prioritet istiqamətləri müəyyən edilmişdir.

9. Ölkəmizdə fəaliyyət göstərən çatdırılma şirkətlərinin fəaliyyəti geniş şəkildə araşdırılmış, onların tarifləri müqayisəli şəkildə təhlil edilmiş və onların xidmət keyfiyyətinin artırılması istiqamətində əsaslandırılmış təkliflər irəli sürülmüşdür.

10. Azərbaycanda elektron ticarət bazarının, xüsusilə elektron turizmin inkişafı mexanizmləri təklif edilmişdir.

Tədqiqatın nəzəri və praktiki əhəmiyyəti. Tədqiqatın nəzəri müddəalarından istifadə etməklə rəqəmsal iqtisadiyyatla əlaqədar gələcək elmi işlərdə istifadə oluna bilər. Bundan əlavə müəllifin əldə etdiyi nəticələr Azərbaycanın xarici iqtisadi fəaliyyətində elektron ixracın artırılmasında mühüm rol oynaya bilər.

Aprobasiyası və tərtibi. Dissertasiya işində aparılmış elmi araşdırmaların məzmunu 10 elmi əsərdə öz əksini tapmışdır. Bunlardan 3-ü Azərbaycan və Türkiyədə keçirilmiş beynəlxalq əhəmiyyətli konfranslarda, 7-si isə Azərbaycan Respublikasının Ali Attestasiya Komissiyasının tövsiyə etdiyi yerli və beynəlxalq indeksli jurnallarda dərc edilmişdir.

Dissertasiya işinin yerinə yetirildiyi təşkilatın adı. Elmi-tədqiqat işi Odlar Yurdu Universitetində yerinə yetirilmişdir.

Dissertasiyanın struktur bölmələrinin ayrılıqda həcmi qeyd olunmaqla dissertasiyanın işarə ilə ümumi həcmi. Dissertasiya işi giriş (12759 işarə), 3 fəsil (I fəsil – 60211 işarə, II fəsil – 118219 işarə, III fəsil – 56855 işarə), nəticə (13277 işarə) və 240 adda istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir. Dissertasiya işi cədvəllər, qrafiklər, ədəbiyyat siyahısı istisna olmaqla 260176 işarədən ibarətdir.

DİSSERTASIYA İŞİNİN MÜNDƏRİCATI:

Giriş

I Fəsil. Xarici iqtisadi fəaliyyətdə elektron ticarət sistemi: nəzəri-metodoloji əsaslar

- 1.1. Elektron ticarət sisteminin mahiyyəti və onu zəruri edən amillər
- 1.2. Xarici iqtisadi fəaliyyətin genişləndirilməsində elektron ticarətin əhəmiyyəti və rolu
- 1.3. Elektron ticarət sisteminin innovativ aspektləri və təzahürləri

II Fəsil. Azərbaycanın xarici iqtisadi əlaqələrinin inkişafında elektron ticarətin rolunun müəyyənəşdirilməsi

- 2.1. Azərbaycanda elektron ticarət sisteminin mövcud vəziyyətinin təhlili
- 2.2. Azərbaycanın xarici iqtisadi əlaqələrinin inkişafında elektron ticarətin rolunun tədqiqi
- 2.3. Azərbaycanın xarici iqtisadi fəaliyyətində elektron ticarətin təsir imkanlarının artırılmasında dünya ölkələrinin təcrübəsindən istifadə
- 2.4. Elektron ticarət sisteminin ixrac məhsullarının rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılmasına təsiri
- 2.5. Azərbaycanda elektron ticarətin xarici iqtisadi fəaliyyətə təsirinin ekonometrik qiymətləndirilməsi

III Fəsil. Xarici iqtisadi fəaliyyətdə elektron ticarətin təsir mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi

- 3.1. Azərbaycanda elektron ticarət sisteminin təkmilləşdirilməsinin alternativ variantları
- 3.2. Azərbaycanda elektron ticarət sistemində vergi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi yolları

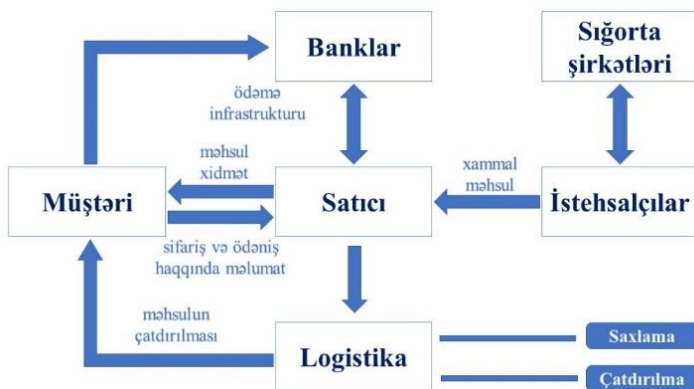
Nəticə və təkliflər

İstifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı

DİSSERTASIYANIN ƏSAS MƏZMUNU

Girişdə tədqiqat mövzusunun aktuallığı əsaslandırılır, elmi baxımından işlənmə dərəcəsi nəzərdən keçirilir, tədqiqatın məqsəd və vəzifələri, işin elmi yeniliyi, müdafiəyə çıxarılan əsas müddəalar qeyd edilir, tədqiqatın nəzəri-metodoloji əsasları təsvir edilir, işin nəzəri və praktiki əhəmiyyəti işıqlandırılır, onun aprobasiyası göstərilir.

Dissertasiyanın I fəslı “Xarici iqtisadi fəaliyyətdə elektron ticarət sistemi: nəzəri-metodoloji əsaslar” adlanır və üç yarım fəsildən ibarətdir. Qeyd edilən fəslin “Elektron ticarət sisteminin mahiyyəti və onu zəruri edən amillər” adlanan yarım fəsində dünyada elektron ticarətin yaranması və onu zəruri edən amillər, ənənəvi ticarət və elektron ticarət arasında fərqlər, elektron ticarətin müsbət və mənfi xüsusiyyətləri hərtərəfli araşdırılmış, dünya üzrə 2015-2023-cü illərdə elektron ticarətin həcmi qeyd edilmiş, ümumi pərakəndə ticarətdə global pərakəndə elektron ticarətin payı göstərilmiş, dünya üzrə nəhəng platformalar haqqında ətraflı məlumat verilmişdir.



Şəkil 1. Elektron ticarətin iş sistemi

Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Elektron ticarət elektron mühitlərdə həyata keçirilən kommersiya fəaliyyəti hesab olunur. Qeyd etmək lazımdır ki, elektron ticarətə bir çox amillər təsir göstərir və həmin amillərə demografik amillər, internet infrastrukturunu və onun yayılması, mobil cihazlardan istifadə, sosial medianın inkişafı, maliyyə məhsullarının yayılması,

logistika infrastrukturu və s. vurğulamaq olar. Dünya üzrə ilk onlayn alış-veriş sisteminin texniki olaraq 1979-cu ildə təqdim edilməsinə baxmayaraq, elektron ticarət 1995-ci ildə yaranmışdır¹.

Qlobal miqyasda elektron ticarətin həcmi artmaqdadır. 2019-2023-cü illər ərzində qlobal miqyasda pərakəndə elektron ticarətin həcmi 1,8 dəfə artaraq 5,78 trilyon ABŞ dollarına çatmış², ümumi pərakəndə ticarətdə payı isə 14,1%-dən 19,6%-ə yüksəlmişdir³.

I fəslin “Xarici iqtisadi fəaliyyətin genişləndirilməsində elektron ticarətin əhəmiyyəti və rolu” adlanan ikinci yarımfəslində xarici ticarətlə əlaqəli nəzəriyyələr, dünyada elektron ticarətin yaranması, formalaşması və inkişaf xüsusiyyətləri, həmçinin beynəlxalq təşkilatların elektron ticarətə aid tələb və tövsiyələri araşdırılmışdır.

Bu yarımfəsildə AİK-nın idarəetmədə, ticarətdə və nəqliyyatda proseduraların və praktikanın sadələşdirilməsi üzrə Mərkəzinin, BTP-nin, İƏİT-nin, BTT-nin, ASİƏ-nin tövsiyələri qeyd edilmişdir⁴.

I fəslin “Elektron ticarətin innovativ aspektləri və təzahürləri” adlanan üçüncü yarımfəslində İT-nin inkişafının elektron ticarətin inkişafına göstərdiyi təsirdən bəhs edilmişdir.

Elektron ticarətdə satışın təşkili üçün ən geniş çeşidli innovativ üsullardan istifadə edilir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində hər bir müəssisə rəqabət mühitində mövqeyini qorumaq üçün yeni məhsul istehsal etməli və mövcud məhsulları daima modernləşdirməlidir. Bunun üçün innovasiya fəaliyyətini genişləndirmək lazımdır. Elektron ticarətdə qlobal elektron şəbəkə məkanı, elektron məlumat mübadiləsi, elektron ödənişlər, mobillik və ona əsaslanan mobil ticarət, html, html5, xml şəbəkə dilləri kimi müasir İT-dan istifadə edilir⁵. Bu yarımfəsildə fərdiləşdirilmiş müştəri təcrübəsi, səsli axtarış, süni intellekt, blokçeyn texnologiyası, sürətli çatdırılma haqqında geniş

¹ <https://www.umityildirim.com/dosyalar/Yeni-Baslayanlar-Icin-E-Ticaret.pdf>

² <https://ticaret.gov.tr/data/632b143413b8767974670b97/Potansiyel%20E-%C4%B0hracat%20Pazarlar%C4%B1%20Raporu.pdf>

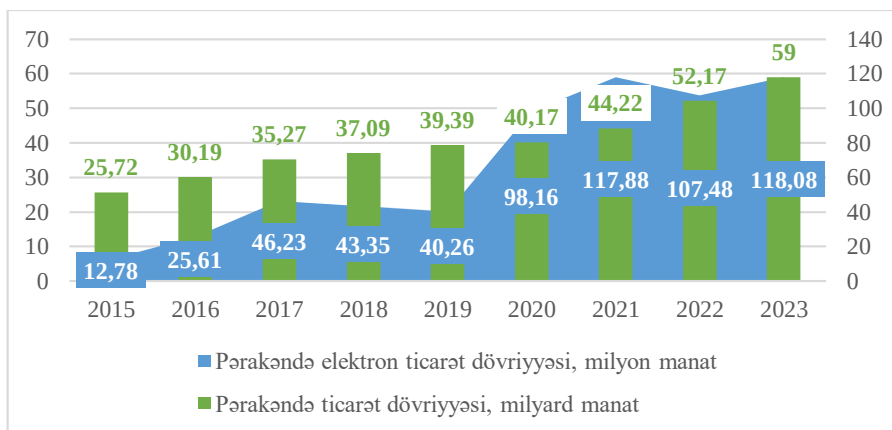
³ E-pazaryeri platformları sektor incelemesi ön raporu, Ankara, nisan 2021

⁴ Əkbərov M.Q. Elektron Kommersiya. Bakı, 2011

⁵ Гаврилов Л. П. Электронная коммерция. 2-е издание, дополненное Москва, Юрайт, 2018

məlumat qeyd edilmişdir. Bunlardan əlavə elektron ticarətdə ən son yenilik hesab edilən generativ süni intellektin elektron ticarətə verdiyi imkanlar araşdırılmışdır. Son zamanlar elektron ticarətdə D2C modelinin istifadə olunduğu vurğulanmışdır.

Dissertasiyanın II fəslı “Azərbaycanın xarici iqtisadi əlaqələrinin inkişafında elektron ticarətin rolunun müəyyənəşdirilməsi” adlanır və beş yarımşəsildən ibarətdir. Qeyd edilən fəslin “Azərbaycanda elektron ticarət sisteminin mövcud vəziyyətinin təhlili” adlanan I yarımşəsildə Azərbaycanda elektron ticarət bazarı geniş şəkildə araşdırılmış, debet və kredit kartları ilə həyata keçirilən nağdsız ödənişlərdə elektron ticarətin payı hesablanmış, Azərbaycanda fəaliyyət göstərən elektron ticarət saytları haqqında ətraflı məlumat verilmişdir. Bunlardan əlavə qeyd edilən yarımşəsildə Azərbaycanda pərakəndə ticarət dövriyyəsinin və pərakəndə elektron ticarət dövriyyəsinin həcmi qeyd edilmişdir.



Qrafik 1. Azərbaycanda pərakəndə elektron ticarət dövriyyəsi

Mənbə: DSK-nin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Azərbaycanda elektron ticarət nisbətən gec yaranmasına baxmayaraq, hal-hazırda yeni inkişaf mərhələsindədir. Qeyd etmək lazımdır ki, ölkəmizdə elektron ticarət “Elektron ticarət haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu ilə tənzimlənilir. Bu Qanunun 1-ci maddəsinin 1.0.1. yarımbəndində göstərilmişdir ki, elektron ticarət informasiya sistemlərindən istifadə edilməklə malların alqı-satqısı,

xidmətlərin göstərilməsi və işlərin görülməsi üzrə həyata keçirilən fəaliyyətdir. Yəni, İnternet şəbəkəsi vasitəsilə elektron kitabların, virtual oyunların, audio-video materialların yüklənməsi, reklamların yerləşdirilməsi və s. kimi xidmətlər elektron ticarətə aid edilir⁶.

Azərbaycan, BMT-nin Ticarət və İnkişaf üzrə Konfransının “B2C E-Commerce Index 2020” illik hesabatında verilən məlumata əsasən B2C elektron kommərsiya indeksinə görə 2016-cı ildə 60-cı, 2017-ci ildə 68-ci, 2018-ci ildə 68-ci, 2019-cu ildə 62-ci, 2020-ci ildə isə 65-ci⁷ yerdə olmuşdur.

Azərbaycanda “GoldenPay” kimi yerli elektron ödəniş sistemləri və “Asan İmza” elektron imza sistemi kimi onlayn autentifikasiya sistemləri onlayn satışların artmasına müsbət təsir göstərir. Lakin buna baxmayaraq, əhali ödənişləri nağd şəkildə həyata keçirməyə üstünlük verir. Ölkəmizdə sahibkarların elektron ticarətlə məşğul olması üçün xüsusi lisenziyaya ehtiyac yoxdur. Qeyd etmək lazımdır ki, sahibkarlar DVX-də qeydiyyatdan keçməli və VÖEN-ə malik olmalıdırlar. Azərbaycanda elektron ticarətə İN nəzarət edir və tənzimləyir⁸.

Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı “Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə SYX”də öz əksini tapmışdır⁹.

2019-2023-cü illər ərzində Azərbaycanda debet və kredit kartları ilə aparılan əməliyyatların sayında və həcmində artım müşahidə olunmuşdur. Belə ki, qeyd edilən illər ərzində aparılan əməliyyatların sayı 7,4 dəfə artaraq 1205083 min əməliyyat, həcmi isə 3,8 dəfə artaraq 91340 milyon manata çatmışdır. Qeyd etmək lazımdır ki, bu göstəricinin 85077 milyon manatı debet kartlarına, 6263 milyon manatı isə kredit kartlarına aiddir. Bu isə o deməkdir ki, debet kartları

⁶ “Elektron ticarət haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı şəhəri, 10 may 2005-ci il

⁷ THE UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2020, Spotlight on Latin America and the Caribbean, UNCTAD Technical Notes on ICT for Development, №17

⁸ <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/azerbaijan-ecommerce>

⁹ Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi, <https://e-qanun.az/framework/34254>

ilə aparılan əməliyyatların həcmi kredit kartları ilə aparılan əməliyyatların həcmindən 13,6 dəfə çox olmuşdur.

Cədvəl 1.

Azərbaycanda 2019-2023-cü illərdə debet və kredit kartları ilə aparılan ölkədaxili nağdsız ödənişlərin tərkibi, faizlə

Göstəricilər	2019	2020	2021	2022	2023
Elektron ticarət	68,19	63,39	64,53	75,87	79,88
POS-terminal	29,75	35,52	35,14	23,99	19,95
Bankomat	2,05	1,10	0,33	0,05	0,02
Özünəxidmət terminaları		0,02	0,06	0,09	0,15

Cədvəl MB-ın məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Azərbaycanda 2019-2023-cü illər ərzində debet və kredit kartları ilə aparılan ölkəxarici əməliyyatların həcmi xeyli artmışdır. Belə ki, qeyd edilən illər ərzində debet və kredit kartları ilə aparılan ölkəxarici əməliyyatların həcmi 2,2 dəfə, əməliyyatların sayı isə 3,7 dəfə artmışdır. Azərbaycanda 2023-cü ildə debet və kredit kartları ilə aparılan ölkəxarici əməliyyatların həcmi 2022-ci illə müqayisədə 23,8% artaraq 3 milyard 211 milyon manata çatmışdır¹⁰.

Hal-hazırda, Azərbaycanda elektron ticarət vasitəsilə müxtəlif məhsulları sifariş etmək mümkündür. Amma, müxtəlif səbəblərə görə istehlakçıların 90%-dən çoxu xarici onlayn platformalardan alış-veriş edirlər. Xarici onlayn platformlara misal olaraq “Amazon”, “Ebay”, “Aliexpress”, “Trendyol” və s. adlarını qeyd etmək olar¹¹.

Azərbaycanda üç yüzdən artıq elektron mağaza mövcuddur. Bu elektron mağazalara Kontakt Home, Bazarstore, Bravo, Neptun Supermarket, Baku Electronics, Ofisait və s. misal göstərmək olar¹². Qeyd etdiyim mağazaların kataloquna nəzər yetirdikdə aydın olur ki, Azərbaycanda elektron ticarət vasitəsilə bir çox çeşid məhsulu sifariş etmək və müxtəlif xidmətlərdən istifadə etmək mümkündür. Bu elektron mağazalardan onlayn olaraq ərzaq, idman geyimləri və ləvazimatları, kitab, mebel, məişət elektronika və s. məhsulları sifariş etmək mümkündür.

¹⁰ Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı, Statistik Bülleten, 12.2023 (285)

¹¹ <http://regionplus.az/az/articles/view/7625>

¹² <https://www.aftership.com/store-list/top-100-az-ecommerces-stores/page/5>

Cədvəl 2. Azərbaycanda onlayn mağazalar

Elektronika	İnşaat və tikinti malları	Şinlərin onlayn satışı	Biletlərin onlayn satışı
Baku Electronics Umico Market MG	OMİD Komfort İnşaat İnsaat.az	Radius Tekerstore	iTicket.az Azal.az ADY
Supermarket	Uşaq mağazası	Mebel	Universal
Bazarstore Neptun Bravo	Pandababy.az Dino Kids Shop Supertoys.az	İstikbal Embawood Madeyra	Kobmarket.az Kontakt.az Azexport.az

Cədvəl müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

II fəslin “Azərbaycanın xarici iqtisadi əlaqələrinin inkişafında elektron ticarətin rolunun tədqiqi” adlanan ikinci yarımfəslində Azərbaycanın xarici iqtisadi əlaqələri haqqında ətraflı məlumat verilmiş, xarici ticarətdə qeyri-neft məhsullarının ixracının artmasının əhəmiyyəti vurğulanmış və xarici iqtisadi fəaliyyətdə elektron ticarətin payı göstərilmişdir. Qeyd edilmişdir ki, informasiya texnologiyalarının sürətlə inkişaf etdiyi bir dövrdə ölkələrin xarici ticarət dövriyyəsində elektron ticarət dövriyyəsinin artması çox əhəmiyyətlidir. İEO-də bu göstəricinin daha yüksək olduğu, İEOÖ-də isə əksinə daha da az olduğu müəyyənləşdirilmişdir.

Xarici iqtisadi fəaliyyəti həyata keçirmək üçün Azərbaycanda geniş imkanlar mövcuddur. Bu imkanlara əlverişli coğrafi mövqe, zəngin təbii resurslar, tranzit nəqliyyat marşrutları və s. aid etmək olar¹³. Beynəlxalq iqtisadi əlaqələr hər bir ölkənin inkişafı baxımından çox vacibdir. Azərbaycanın xarici iqtisadi əlaqələri üzrə görülən işlərə idxal və ixrac, investisiya qoyuluşu, elmi-texniki əməkdaşlıq, iş qüvvəsinin miqrasiyası, valyuta-maliyyə əlaqələrinin təkmilləşdirilməsi, turizmin inkişafı, azad ticarət zonalarının yaradılmasını qeyd etmək olar. Xarici ticarət beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin ən çox inkişaf etmiş formasıdır və beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin təxminən 80%-i məhz xarici ticarətin payına düşür. Xarici ticarət dövriyyəsi idxal və ixracın həcmnin cəmidir¹⁴. 2023-cü ildə Azərbaycanın xarici ticarət dövriyyəsi 2022-ci ilə nisbətən 2,9%

¹³ İsmayılov B.V. Strateji menecment. Bakı, 2018

¹⁴ https://www.stat.gov.az/source/myxs/foreign_trade_indices/

azalaraq 51183,9 milyon ABŞ dolları olmuşdur. Qeyd edilən ildə xarici ticarət dövriyyəsinin 33898,6 milyon ABŞ dollarını ixrac, 17285,3 milyon ABŞ dollarını idxal təşkil etmişdir.

Qeyd etdiyim kimi, xarici iqtisadi fəaliyyətdə ixracın payı son illər xeyli artmışdır. Bu artımın növbəti illərdə də davam etməsi üçün ixracın genişləndirilməsi nəzərdə tutulmuş və qeyd edilən məsələ Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf strategiyasında öz əksini tapmışdır. Belə ki, qeyd edilən illər ərzində ixrac şaxələnəcək və qeyri-neft ixracı genişləndəcəkdir. İxracıya yönümlü yerli məhsulların keyfiyyətli istehsalı təmin olunacaq, elektron ixrac inkişaf etdiriləcək və qeyri-neft/qaz ixracının təşviqinə dövlət dəstəyi artırılacaqdır. Qeyd etmək lazımdır ki, qeyri-neft/qaz ixracının həcmnin 2026-cı ildə 2021-ci ilə nisbətən 85% artırılması nəzərdə tutulmuşdur¹⁵.

2019-2023-cü illər ərzində qeyri-neft sektoru üzrə ixracın həcmi 1,7 dəfə artaraq 2023-cü ildə 3,3 milyard ABŞ dolları olmuşdur¹⁶. Qeyd etmək lazımdır ki, 2022-ci ildə bu göstərici 3,05 milyard ABŞ dolları təşkil etmişdir¹⁷.

II fəslin “Azərbaycanın xarici iqtisadi fəaliyyətində elektron ticarətin təsir imkanlarının artırılmasında dünya ölkələrinin təcrübəsindən istifadə” adlanan üçüncü yarımfəslində Azərbaycanda elektron ticarətin yaranması, formalaşması və inkişaf xüsusiyyətləri araşdırılmış və ölkəmizdə elektron ticarətin inkişafı üçün dünya təcrübəsindən istifadə olunmasının vacibliyi qeyd olunmuşdur.

Bütün sahələrdə olduğu kimi, elektron ticarət sahəsinin inkişafı üçün dünya təcrübəsindən istifadə edilməsi zəruridir. Bu sahədə ABŞ, Çin, Yaponiya, Fransa, Türkiyə, Rusiya və s. kimi ölkələrin təcrübəsi ölkəmizdə öyrənilməlidir.

II fəslin “Elektron ticarət sisteminin ixrac məhsullarının rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılmasına təsiri” adlanan dördüncü

¹⁵ “Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf strategiyası”

¹⁶ Azərbaycan Respublikası İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzi, İxrac İcmalı

¹⁷ Azərbaycan Respublikası İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzi, Həftəlik İcmal, 2023-cü il, yanvar № 1 (73)

yarım fəslində elektron ixrac haqqında ətraflı məlumat verilmiş, elektron ixracın üstünlükləri vurğulanmış, xarici ticarətdə rəqabətin əhəmiyyəti qeyd edilmişdir.

Cədvəl 3.

**2019-2023-cü illərdə Azərbaycanın bütün xidmət növləri üzrə ixracı,
min ABŞ dolları¹⁸**

Göstəricilər	2019	2020	2021	2022	2023
İxrac	3761480	2620595	3795384	6405505	6257309
İdxal	6377143	5461255	5918282	7765216	8658028
Saldo	-2615663	-2840660	-2122898	-1359711	-2400719

Cədvəl müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Azərbaycanın iqtisadi inkişafı dünya təsərrüfatında baş verən dəyişikliklərlə sıx bağlıdır¹⁹. Belə ki, qlobal bazarlarda baş verən dəyişikliklər ölkədaxili bazarlara da öz təsirini göstərir. Hər bir ölkənin əsas məqsədi xarici ticarət dövriyyəsinə artırmaq və bunun nəticəsində daha çox gəlir əldə etməkdir. Bunun üçün xarici ticarət vasitəsilə daha çox məhsul ixrac etmək lazımdır. Dünya ölkələri səy göstərirlər ki, onların xarici ticarətində ixrac idxalı xeyli üstələsin. Belə olan halda ölkələr xarici məhsullardan asılılığı azaldır, nəticədə çoxlu gəlir əldə edə bilirlər. Hər bir ölkə dünya bazarına yerli məhsulları çıxarmaq üçün bu məhsulları özünəməxsus və digər məhsullardan fərqli xüsusiyyətlərə və yüksək keyfiyyətə malik istehsal etməlidir. Yəni, bu məhsulların dünya bazarında rəqabətə davamlı olması üçün fərqlilik və keyfiyyət çox əhəmiyyətlidir. Məhsullar həm keyfiyyətli və nisbətən ucuz olmalıdır ki, dünya üzrə bu məhsullara tələbat artsın. Əks halda məhsullar rəqabətə dözmür və bazardan çıxmalı olurlar. Məhsulların keyfiyyətli, həm də ucuz satılması üçün istehsalatda müasir texnologiyalardan istifadə edilməlidir ki, məhsulun maya dəyəri aşağı düşsün və bazara nisbətən aşağı qiymətlərlə daxil ola bilsinlər. ABŞ, Çin, Yaponiya, QA-nın bəzi ölkələrində və s. elm və texnologiyanın inkişafı nəticəsində məhsulların maya dəyəri digər ölkələrlə

¹⁸ ITC, TRADE MAP,

https://www.trademap.org/Country_SelService_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c%7c%7c%7cS00%7c1%7c3%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

¹⁹ Abbasov Ç.M. Azərbaycanın dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya yolları. Bakı, 2005

müqayisədə xeyli aşağı olur.

Müasir dövrdə dünya ölkələri elektron ticarətin inkişaf etdiyini nəzərə alaraq xarici ticarət fəaliyyətində ənənəvi ixracla yanaşı, elektron ixracdan da istifadə edirlər. Təbii ki, xarici ticarət dövrüyyəsində elektron ixracın payı xeyli azdır. Qeyd etmək lazımdır ki, elektron ixrac onlayn olaraq beynəlxalq bazarlara çıxmağa imkan verir. Elektron ixrac müxtəlif ölkələrdəki müştərilərə çatmaqda əhəmiyyətli üstünlük yaradır. Hədəf bazarının müəyyən edilməsi, yerli vergitutma və ödəmə üsullarına uyğun veb-sayt infrastrukturunun yaradılması kimi mühüm addımlar düzgün atılmalıdır. Elektron ticarət satış kanalları vasitəsilə xaricdən alınan sifarişlərin internetdə mikro ixrac şəklində reallaşdırılması elektron ixrac adlanır. Elektron ixrac dünyanın istənilən ölkəsindəki potensial müştərilərə həmin ölkənin bazarında fiziki iştiraka ehtiyac olmadan çatmağa imkan verir²⁰. Ölkəmizdə elektron ixracdan bəhs edərkən, Azexport portalını mütləq qeyd etmək lazımdır.

Cədvəl 4.

2019-2022-ci illərdə Azərbaycanın qeyri-neft ixracının həcmi və Azexport.az portalının ixrac sifarişlərinin dəyəri

Göstəricilər	2019	2020	2021	2022
Qeyri-neft ixracının həcmi, milyard ABŞ dolları	1,95	1,9	2,7	3,05
Azexport.az portalına daxil olan ixrac sifarişlərinin dəyəri, milyon ABŞ dolları	595,7	610,8	496,1	469,9
Azexport.az portalına daxil olan ixrac sifarişlərinin ümumi ixracda payı, faizlə	3,03	4,45	2,23	1,23
Azexport.az portalına daxil olan ixrac sifarişlərinin qeyri-neft ixracında payı, faizlə	30,55	32,15	18,37	15,41

Cədvəl İİTKM-nin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

II fəslin “Azərbaycanda elektron ticarətin xarici iqtisadi fəaliyyətə təsirinin ekonometrik qiymətləndirilməsi” adlanan beşinci yarımfəslində Azərbaycanda elektron ticarətin mal və xidmətlər ixracına, xarici ticarət dövrüyyəsinə təsirləri qiymətləndirilmiş və onun müsbət olduğu vurğulanmışdır. Bu məqsədlə 3 fərziyyə sınaqdan keçirilmişdir. Bundan əlavə elektron ticarətin Avropa ölkələrinin

²⁰ Cennet Gürbüz, Erhan Öztürk, Erkan Tokatlı, Mustafa Kara. E-ticaret uygulamaları. Muhasebe ve finansman alanı

əmtəə və xidmətlər ixracına, həmçinin xarici ticarət dövriyyəsinə təsiri qiymətləndirilmişdir:

1. Azərbaycanda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin Azərbaycanın əmtəə və xidmətlər ixracına təsirinin qiymətləndirilməsi;

2. Azərbaycanda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin ölkənin xarici ticarət dövriyyəsinə (əmtəə ixracı və idxalı) təsirinin qiymətləndirilməsi;

3. Azərbaycanda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin inkişafına təsir edən amillərin qiymətləndirilməsi.

4. 27 Avropa ölkəsində elektron ticarətin ÜDM-də payının həmin ölkələrdə əmtəə və xidmətlər ixracına təsirinin qiymətləndirilməsi;

5. 18 Avropa ölkəsində elektron ticarətin satış həcmi həmin ölkələrdə əmtəə və xidmətlər ixracına təsirinin qiymətləndirilməsi;

6. 18 Avropa ölkəsində elektron ticarətin satış həcmi həmin ölkələrdə xarici ticarət dövriyyəsinə təsirinin qiymətləndirilməsi.

Azərbaycanda elektron ticarətin xarici iqtisadi fəaliyyətə təsirinin ekonometrik qiymətləndirilməsi məqsədilə Zaman sıraları metodundan istifadə edilmişdir. Azərbaycan üzrə elektron ticarət göstəricisi hesablanmadığından Azərbaycanda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsi göstəricisindən istifadə edilmişdir. Bu məqsədlə Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin, Beynəlxalq Ticarət Mərkəzinin (International Trade Centre), habelə digər beynəlxalq təşkilatların rəsmi statistik rəqəmləri əsasında Azərbaycanda elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsi (min manatla), İnternetə çıxışı olan müəssisələrin sayı (vahidlə), internetdən istifadə edən əhəlinin ölkə üzrə bütün əhəlinin sayında xüsusi çəkisi (faizlə), İnsan İnkişafı İndeksi, ÜDM (milyon manatla), Azərbaycanın əmtəə və xidmətlər ixracının həcmi (milyard ABŞ dolları ilə), Azərbaycanın xarici ticarət dövriyyəsi (milyard ABŞ dolları ilə) və istehlakçı qiymətləri indeksi kimi göstəricilərindən ibarət məlumat bazası yaradılmışdır.

Dissertasiyanın III fəslə "Xarici iqtisadi fəaliyyətdə elektron ticarətin təsir mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi" adlanır və iki yarım fəsildən ibarətdir. Qeyd edilən fəslin "Azərbaycanda elektron

ticarət sisteminin təkmilləşdirilməsinin alternativ variantları” adlanan I yarımfəslində Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı üçün internetin, ödəniş sistemlərinin, çatdırılma xidmətinin, kibertəhlükəsizliyin yüksək səviyyədə təşkil edilməsinin vacibliyi vurğulanmışdır.

Azərbaycan 2019-cu ildə “Şəbəkələşmə hazırlığı indeksi”nə görə dünyanın 121 ölkəsi arasında 70-ci yerdə olmuşdur²¹. Azərbaycanda son illər internetin sürəti əvvəlki illərə nisbətən xeyli artmışdır. Bu xüsusən böyük şəhərlərə aiddir. Bəzi rayonlarda və onların kəndlərində internet problemi hələ də aktualdır. Bu isə orada yaşayan insanların elektron ticarət etməsinə əngəl yaradır. Sözsüz ki, bu problemlər zamanla aradan qaldırılacaq, bütün bölgələrdə əhali keyfiyyətli xidmətlə təmin olunacaqdır. Əgər internet nə qədər əlçatan və sürətli olarsa, alıcı bir o qədər tez alış-veriş etmə imkanı əldə edir. Tədqiqat işində paytaxt Bakıda və bölgələrdə internetin əlçatanlığı müəyyən edilmiş və böyük şəhərlərdə internetin onlayn alış-veriş üçün qənaətbəxş olduğu vurğulanmışdır.

Azərbaycan 2024-cü ilin mart ayında sabit genişzolaqlı internetin sürətinə görə dünyada 117-ci yerdə olmuşdur. Bu göstəricidə Azərbaycan qonşu ölkələrdən Rusiya və Türkiyədən geri qalsa da, Gürcüstan və İrandan öndə qərarlaşmışdır. Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan 2024-cü ilin mart ayında mobil internetin sürətinə görə dünyada 56-cı yerdə olmuş, bütün qonşu ölkələrdən öndə qərarlaşmışdır. Belə ki, qonşu ölkələrdən Gürcüstan 69-cu, Türkiyə 72-ci, İran 75-ci, Rusiya isə 111-ci yerdə olmuşdur²².

Elektron ticarətin təhlükəsizlik sistemləri ilə təmin olunması olduqca zəruridir. Elektron ticarətdə həm şirkəti, həm də müştərini qoruyan bir çox təhlükəsizlik sistemləri vardır. Buna misal olaraq SSL sertifikatı, SET, PCI DSS sertifikatları, 3D Secure və s. təhlükəsizlik sistemlərini qeyd etmək olar. Elektron ticarətdə təhlükəsizlik sistemləri şirkətlərin müştərilərinin sayının əhəmiyyətli dərəcədə artmasına səbəb olur.

²¹ https://networkreadinessindex.org/wp-content/uploads/2022/09/NRI_2019_Report.pdf

²² <https://www.speedtest.net/global-index>

Son illər ölkəmizdə MÖS vasitəsilə aparılan əməliyyatların sayı və həcmi artmaqdadır. 2023-cü ildə MÖS vasitəsilə aparılan əməliyyatların həcmi 766377,3 milyon manat təşkil etmiş, 2015-ci illə müqayisədə 5,6 dəfə artmışdır. Elə həmin ildə, MÖS vasitəsilə aparılan əməliyyatların 93,47%-i AZIPS-in, 6,4%-i XÖHKS-in və 0,14%-i isə AÖS-nin payına düşmüşdür.

Cədvəl 5.

2019-2023-cü illərdə MÖS-də AZIPS, XÖHKS və AÖS-nin payı, faizlə

MÖS	2019	2020	2021	2022	2023
AZIPS	89,76	87,54	84,31	87,6	93,47
XÖHKS	10,24	12,46	15,56	12,24	6,4
AÖS			0,13	0,16	0,14

Cədvəl MB-in məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

III fəslin “Azərbaycanda elektron ticarət sistemində vergi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi yolları” adlanan ikinci yarımfaslində Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı üçün vergi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsinin əhəmiyyəti vurğulanmışdır.

Azərbaycanda elektron ticarətin vergiyə cəlb edilməsi 2017-ci ildən etibarən həyata keçirilir. VM-nin 169.3-cü maddəsinə edilmiş əlavələrə əsasən isə ƏDV-nin məqsədləri üçün qeydiyyatdan alınmayan qeyri-rezidentə elektron ticarət qaydasında işlərin və xidmətlərin təqdim edilməsinə görə vergi orqanlarında uçotda olmayan şəxslər tərəfindən ödənişlər aparılarkən qeyd edilən maddə ilə müəyyən edilmiş qaydada qeyri-rezidentə ödənilməli olan məbləğə ƏDV hesablanmalı və ödənilməlidir.

2017-ci ildən qüvvəyə minən VM-nə edilmiş dəyişikliklərə əsasən, rəqəmsal iqtisadiyyatın vergiyə cəlb olunmasında əsas iki məsələ qeyd edilmişdir.

1. Ödəmə mənbəyində verginin tutulması (10%);
2. ƏDV-nin (18%) tətbiq edilməsi mexanizmi.

Aparılmış tədqiqatlara uyğun olaraq aşağıdakı nəticələri qeyd etmək olar:

- Azərbaycanda pərakəndə ticarət dövriyyəsinin həcmi 2015-2023-cü illərdə 2,3 dəfə artaraq 59 milyard manat təşkil etmişdir. Bundan əlavə, qeyd edilən illərdə ölkəmizdə pərakəndə elektron ticarət

dövriyyəsinin ümumi pərakəndə ticarətdə payı da xeyli artmışdır. Belə ki, 2015-2023-cü illərdə bu göstərici 9,2 dəfə artaraq 118,08 milyon manat təşkil etmişdir. Ümumi pərakəndə ticarətdə pərakəndə elektron ticarətin payı 2015-ci ildə 0,05%, 2019-cu ildə 0,1%, 2023-cü ildə isə 0,2% təşkil etmişdir;

- Məlumdur ki, ödəniş kartlarının artması nəticəsində elektron ticarət etmək imkanı çoxalır və nağdsız hesablaşmaların həcmi daha da genişlənir. Elə buna görə də ölkəmizdə ödəniş kartlarının artımını müsbət hal kimi qiymətləndirmək lazımdır. Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanda 2019-2023-cü illərdə ödəniş kartlarının sayı 2,2 dəfə artaraq 16 milyon 925 min ədəd təşkil etmişdir. Ölkəmizdə ödəniş kartlarının artımı ilə yanaşı, həmin kartlar vasitəsilə aparılan əməliyyatların sayı və həcmi də artmışdır. Belə ki, müvafiq illərdə ölkədaxili həm debet, həm də kredit kartları ilə aparılan əməliyyatların həcmində və sayında artım müşahidə edilmişdir. Bu dövrdə debet kartları vasitəsilə ilə həyata keçirilən əməliyyatların həcmi 3,8 dəfə, sayı 7,5 dəfə, kredit kartları ilə vasitəsilə həyata keçirilən əməliyyatların həcmi 3,9 dəfə, sayı isə 6,2 dəfə artmışdır. Ölkədaxili əməliyyatlarla yanaşı ölkəxarici əməliyyatların da sayı və həcmi artmışdır. Azərbaycanda debet və kredit kartları vasitəsilə 2019-2023-cü illərdə həyata keçirilən ölkəxarici əməliyyatların həcmi 2,2 dəfə və sayı isə 3,7 dəfə artmışdır. Bu artım xarici onlayn saytlardan alış-veriş edənlərin sayının artması ilə əlaqədardır;

- Azərbaycanda 2019-2023-cü illərdə debet və kredit kartları vasitəsilə həyata keçirilən ölkədaxili nağdsız ödənişlərin tərkibinə nəzər yetirsək görürük ki, burada elektron ticarət vasitəsilə edilən ödənişlərin payı 68,19%-dən 79,88%-ə yüksəlmişdir. Qeyd edilən dövrdə POS-terminal və bankomatlarla edilən ödənişlərin payı isə azalmışdır. Belə ki, POS-terminallarla edilən ödənişlər 29,75%-dən 19,95%-ə qədər, bankomatlarla edilən ödənişlər isə 2,05%-dən 0,02%-ə qədər azalmışdır;

- Son illərdə Azərbaycanın xarici ticarət sahəsində tərəfdaşlıq etdiyi ölkələrin sayı xeyli artmış və bunun nəticəsində xarici ticarət dövriyyəsi 2019-2023-cü illərdə 1,5 dəfə artaraq 51183,9 milyon ABŞ dolları təşkil etmişdir. Bu dövrdə, idxal 1,3 dəfə, ixrac isə 1,4 dəfə artmışdır.

- Azərbaycanca əvvəlki illərə nisbətən onlayn xidmət göstərən mağazaların sayı çoxalmış, onlayn mağazalar öz xidmət keyfiyyətini və məhsul çeşidini artırmışdır;

- Aparılan tədqiqatın nəticəsi olaraq qeyd etmək olar ki, Azərbaycanda elektron ticarət etmək üçün lazım olan mühit yaradılmış, elektron ticarət etmək üçün ən zəruri vasitələrin əlçatanlığı təmin edilmişdir.

- Azərbaycanda elektron ticarəti inkişaf etdirmək üçün gələcəkdə əhalini nisbətən ucuz İKT məhsulları təmin etmək lazımdır. Belə olduqda, aztəminatlı ailələr də elektron ticarətdən yararlanı biləcəklər. Əhalinin böyük qisminin müasir texnologiyaları dəstəkləyən cihazları olmalıdır ki, elektron ticarət edə bilsinlər;

- Azərbaycanda internetin əhatə dairəsinin və sürətinin artması vacibdir. Onu da vurğulamaq lazımdır ki, son illərdə Azərbaycanda bölgələr üzrə keyfiyyətli internet xətləri çəkilmişdir. Amma, hələ də internet olmayan yaşayış məntəqələri də mövcuddur. Xüsusilə, internet olmayan ucqar dağ kəndlərində internet xəttini çəkmək vacibdir. Belə olan halda vətəndaşlar elektron ticarət edə biləcək və digər xidmətlərin ödənişlərini ödəmək imkanına malik olacaqlar;

- Hüquqi bazanı gücləndirmək olduqca əhəmiyyətlidir. Hesab edirəm ki, qanunvericilikdə bəzi əlavə və dəyişikliklərin edilməsi məqsədəuyğun olar:

- Son illər dünyada elektron turizmin inkişaf etməsi turizm sahəsində bir yenilik hesab olunur. Artıq elektron ticarət turizm sektoruna nüfuz etmişdir. Bu baxımdan elektron turizmin ölkəmizdə effektiv təmin edilməsi üçün “Turizm haqqında” Qanuna elektron turizm bəndinin əlavə edilməsi məqsədəuyğun olar;

- “İstehlakçıların müdafiəsi haqqında” Qanuna “Elektron ticarət münasibətlərində istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi” bəndinin əlavə edilməsi məqsədəuyğun olar.

- Ölkəmizdə elektron ticarəti inkişaf etdirmək üçün düzgün maarifləndirmə işləri aparılmalıdır. Bu barədə televiziyalarda, sosial şəbəkələrdə və s. düzgün məlumatlar paylaşılmalıdır. Elektron ticarətin üstünlüklərini, səmərəli olduğunu nümayiş etdirən foto və videoların çəkilməsi olduqca əhəmiyyətlidir. Ölkəmizdə bu barədə təbliğat işləri çox az aparılır. Əhalinin əksər hissəsinin, xüsusilə

regionlarda elektron ticarət haqqında daha ətraflı məlumatı yoxdur;

- Elektron ticarətin təkcə ölkə daxilində deyil, həmçinin xarici ticarət dövriyyəsinin artmasında rolunu artırmaq lazımdır. Dünyada son illərdə elektron ixracın çəkisi artır. Buna görə də elektron ixracın payını artırmaq zəruridir. Rəqəmsal iqtisadiyyatda yeni texnologiyaların tətbiqi qaçılmazdır. Zamanla ayaqlaşmaq mütləqdir. Təbii ki, elektron ixracdan danışırıqsa, mütləq mümkün ixrac bazarları müəyyənləşdirilməlidir. Dünya bazarında ən çox tələb olunan yerli məhsulların istehsalını artırmaq vacibdir. Məhsullar standartlara uyğun və münasib qiymətə satışa çıxarılmalıdır ki, dünya bazarında xarici məhsullarla rəqabət apara bilsinlər. Hesab edirəm ki, Azərbaycan elektron ixrac vasitəsilə dünya bazarına xalça, çay və zəfəran ixrac edərək bu sahədə inkişaf edə bilər.

- Ödəniş zamanı təhlükəsizlik məsələləri öz həllini tapmalıdır. Bunun üçün dünya banklarının təcrübəsindən istifadə edilməlidir;

- Gələcəkdə kuryer fəaliyyətinin daha səmərəli təşkili bu sahənin inkişafına təkan verəcəkdir. Belə ki, dünyanın bəzi ölkələrində məhsulları müştərilərə robot kuryerlər vasitəsilə göndərilir. Dünyanın İEÖ-lərinin bəziləri bu sahədə dron texnologiyasından istifadə edirlər;

- Azərbaycanın xarici iqtisadi fəaliyyətində elektron ticarətin payını artırmaq üçün mütləq Azərbaycanda bütün növ xidmətlərin təşkil edildiyi elektron ticarət portalları yaradılmalı və bundan üçün dünya təcrübəsindən istifadə olunmalıdır. Sözsüz ki, bu sahədə dünya səviyyəsində inkişaf etmiş platformaların yaranması və inkişaf dövrü analiz edilməlidir və bu sahədə xarici ölkələrdən peşəkar mütəxəssislər ölkəmizə dəvət olunmalıdır.

Dissertasiyanın əsas məzmunu aşağıdakı nəşrlərdə öz əksini tapmışdır:

1. Məmmədov Ş.Q. “Azərbaycanda elektron ticarətin vergiyə cəlb edilməsi”. Tezis “Müasir təhsilin inkişafında beynəlmiləşmənin rolu” / Beynəlxalq elmi-praktiki konfrans, Odlar Yurdu Universiteti. Bakı şəhəri, 3 may 2019-cu il. s. 99-103

2. Məmmədov Ş.Q. “Azərbaycanda elektron ticarət sisteminin mövcud vəziyyətinin təhlili”. “Odlar Yurdu Universitetinin Elmi və Pedaqoji Xəbərləri” jurnalı. Məqalə. Bakı şəh. 2019, № 52, s. 50-61

3. Məmmədov Ş.Q. “Azərbaycanda pandemiya dövründə elektron ticarətə artan tələbat”. “Statistika Xəbərləri” elmi-praktik jurnal. Məqalə. Bakı şəh. 2021, № 3, s. 41-49

4. Shamxal Mammadov. “DEVELOPMENT OF ELECTRONIC TRADE IN AZERBAIJAN AND SOLUTIONS TO THE PROBLEMS IN THIS FIELD”. “RS Global” Journals. International Journal of Innovative Technologies in Economy. Article. (Warsaw, Poland). (2021, № 4(36)). s. 58-62

5. Məmmədov Ş.Q. “Azərbaycanda dövrün tələbinə uyğun İKT-nin və elektron ticarətin inkişafı”. “Statistika Xəbərləri” elmi-praktik jurnal. Məqalə. Bakı şəh. 2022, № 1, s. 54-60

6. Mammadov Sh. G. “Elektron ticarət sisteminin mahiyyəti və onu zəruri edən amillər”. Məqalə. “5 th INTERNATIONAL NOWRUZ CONFERENCE ON SCIENTIFIC RESEARCH”. Antalya, Turkey 17-21 march 2022. s. 159-166

7. Məmmədov Ş.Q. “Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı və 2022-ci ildə elektron ticarət vasitəsilə aparılan əməliyyatlar”. Məqalə. “Doktorant və Gənc tədqiqatçılarının Respublika elmi-praktik konfransın materialları”. Odlar Yurdu Universiteti. Bakı şəhəri, 4 may 2022-ci il. s. 110-117

8. Məmmədov Ş.Q. “Azərbaycanda elektron ticarət sisteminin təkmilləşdirilməsinin perspektiv imkanları”. “Odlar Yurdu Universitetinin Elmi və Pedaqoji Xəbərləri” jurnalı. Məqalə. Bakı şəh. 2022, № 61, s. 28-36

9. Məmmədov Ş.Q. “Azərbaycanın xarici ticarət əlaqələri və onun inkişaf perspektivləri”. “Statistika Xəbərləri” elmi-praktik jurnal. Məqalə. Bakı şəh. 2023, № 1, s. 61-69

10. Shamxal Mammadov. “ELECTRONIC COMMERCE IN AZERBAIJAN AND ITS ROLE IN FOREIGN TRADE”. “RS Global” Journals. International Journal of Innovative Technologies in Economy. Article. (Warsaw, Poland). (2024, № 4(48))

Dissertasiya müdafiəsi “12” sentyabr 2025-ci il tarixində saat 16:00-da Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin nəzdində İqtisadi Araşdırmalar Elmi-Tədqiqat İnstitutu nəzdində fəaliyyət göstərən FD 1.11 Dissertasiya şurasının iclasına keçiriləcək.

Ünvan: AZ 1001, Bakı şəhəri, İstiqlaliyyət küçəsi., 6

Dissertasiya ilə Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin kitabxanasında tanış olmaq mümkündür.

Avtoreferatın elektron versiyaları (Azərbaycan və ingilis dillərində) Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin rəsmi internet saytında yerləşdirilmişdir.

Avtoreferat 14 iyul 2025-ci il tarixində zəruri ünvanlara göndərilmişdir.

Çapa imzalanıb: 30.06.2025
. Kağızın formatı: 60x84 ¹/₁₆.
Həcmi 1 ç.v. (40195 işarə). Tiraj 100.

*“AA – Poliqraf” istehsalat-kommersiya birliyində
hazır diopozitivlərdən istifadə olunmaqla çap edilmişdir.*

Əlaqə üçün: capevi@internet.ru – (055) 201-2809