



Journal of Baku Engineering University

ISSN 2521-6341

Volume 7
Number 2

2023

ECONOMICS AND
ADMINISTRATION

Journal is published twice a year
Number-1. June, Number-2. December

An International Journal

<http://journal.beu.edu.az>

Editor-in-chief

Elchin Suleymanov

Editor

Mayis Azizov

Farid Jabiyev

Editorial board

Altay Ismayilov (Azerbaijan, Baku Higher Oil School)

Elsever Ibadov (Azerbaijan, Baku Engineering University)

Firudin Sultanov (Azerbaijan, Baku Engineering University)

Hazi Eynalov (Azerbaijan, Baku Engineering University)

Murad Isgandarov (Azerbaijan, Baku Engineering University)

Nasimi Kamalov (Azerbaijan, Baku Engineering University)

Tarbiz Aliev (ANAS, Institute of Economy)

Vilayat Valiyev (Azerbaijan, Azerbaijan Technical University)

Khanlar Haydarov (Azerbaijan, Baku Engineering University)

Samir Guliyev (Azerbaijan, Baku Engineering University)

Yadullah Hasanli (Azerbaijan, Azerbaijan State University of Economics)

International Advisory board

Alina Daniłowska (Poland, Warsaw University of Life Sciences)

Alp Malazgirt (Rep. of Korea, SolBridge International School of Business)

Anthony Adamthwaite (USA, University of California Berkeley)

Gregory R. Quinet (USA, Southern Polytechnic State University)

James Dingley (UK, Francis Hutcheson Institute)

James F. Rinehart (USA, Troy University)

Manouchehr Mokhtari (USA, University of Maryland)

Mark S. Hiatt (USA, Southern Polytechnic State University)

Manuela Tvaronaviene (Lithuania, Vilnius Gediminas Technical University)

Nalan Basturk (Netherlands, Erasmus University Rotterdam)

Robert Powel (USA, University of California Berkeley)

Ronny L. Richardson (USA, Southern Polytechnic State University)

Shahriyar Muhtarov (Poland, Vistula University)

Tara Sinclair (USA, George Washington University)

William Patrick Leonard (Rep. of Korea, SolBridge Inter. School of Business)

Executive Editors

Shafag Alizade

Assistant Editors

Rufat Mammadov

Design

Ilham Aliyev

Contact address

Journal of Baku Engineering University

AZ0101, Khirdalan city, Hasan Aliyev str. 120, Absheron, Baku, Azerbaijan

Tel: 00 994 12 - 349 99 66/78 Fax: 00 994 12 349-99-90/91

e-mail: jr-eco.adm@beu.edu.az

web: <http://journal.beu.edu.az>

facebook: Journal Of Baku Engineering University

Copyright © Baku Engineering University

ISSN 2521-6341

ISSN 2521-6341



Journal of Baku Engineering University

**ECONOMICS AND
ADMINISTRATION**

Baku - AZERBAIJAN

JOURNAL OF BAKU ENGINEERING UNIVERSITY

ECONOMICS AND ADMINISTRATION

2023. Volume 7, Number 2

CONTENTS

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA DAXİLDƏ EMAL XÜSUSİ GÖMRÜK PROSEDURUNUN TƏTBİQİ VƏ YARANAN GÖMRÜK RİSKLƏRİ

Elvin Əlirzayev, Azər Maqsudov _____ 85

“AZƏRBAYCANDA E-TİCARƏT İSTİFADƏÇİLƏRİNİN ALIŞ DAVRANIŞI VƏ ONLARIN SEÇİMLƏRİNƏ TƏSİR EDƏN ELEMENTLƏR”

Gülınar Məmmədova _____ 94

КОИНТЕГРАЦИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДВУСТОРОННИХ ТОРГОВЫХ ПОТОКОВ МЕЖДУ АЗЕРБАЙДЖАНОМ И УКРАИНОЙ И ЭКОНОМИК ЭТИХ СТРАН В ПОДУШЕВОМ АСПЕКТЕ

Арзу Ализаде _____ 104

AZƏRBAYCANDA XARİCİ TİCARƏTİN İQTİSADİ ARTIMA TƏSİRİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Elvin Əlirzayev Vahid oğlu, Yedigərova Aytəkin Təbriz qızı _____ 118

ELEKTRON TİCARƏTDƏ SÜNİ İNTELLEKT

Nigar Məmmədova _____ 124

XXI ƏSRDƏN ETİBARƏN AZƏRBAYCANDA ELEKTRON KOMMERSİYANIN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

Məhəmməd Məmmədli _____ 129

EKOLOJİ FAKTORLARIN ƏHALİNİN HƏYAT SƏVİYYƏSİ VƏ KEYFİYYƏTİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİNDƏ ROLU

Züleyxa Yaşar qızı Cavanşirova _____ 138

ELEKTRON TİCARƏTDƏN İSTİFADƏNİN NƏTİCƏLƏRİ VƏ ONUN GƏLƏCƏK PERSPEKTİVLƏRİ

Nuriyev Fərid Yusif oğlu _____ 145

BİZNESDƏ TİCARƏT TEXNOLOGİYALARI VASİTƏSİLƏ DAVAMLI İNKİŞAF

Tağıyeva Aytac Elçin qızı _____ 151

UOT: 33,330

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA DAXİLDƏ EMAL XÜSUSİ GÖMRÜK PROSEDURUNUN TƏTBİQİ VƏ YARANAN GÖMRÜK RİSKLƏRİ

Elvin ƏLİRZAYEV

Dövlət Gömrük Komitəsinin Akademiyası

elvin.alirzayev@ascca.edu.az

Azər MAQSUDOV

Dövlət Gömrük Komitəsi

azar.magsudov.10569@customs.gov.az

XÜLASƏ

Yaratdığı iqtisadi dəyər və ixracatı təşviq etməsi baxımından "daxildə emal" xüsusi gömrük prosedurunun əhəmiyyəti böyükdür. Bu baxımdan, bu prosedurdan istifadə hallarının artırılması, eləcə də baş verəcək risklərin azaldılması vacibdir. Bu məqalədə Azərbaycan gömrüyündə "daxildə emal" proseduru təhlil edilərək artan ticarət dövriyyəsi fonunda hüquqi və iqtisadi baxımdan tövsiyələr verilmişdir.

Açar sözlər: xüsusi gömrük proseduru, daxildə emal, gömrük siyasəti.

APPLICATION OF THE SPECIAL CUSTOMS PROCEDURE FOR INTERNAL PROCESSING IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN AND ARISING CUSTOMS RISKS

ABSTRACT

The "inward processing" special customs procedure has great importance in terms of the economic value it creates and the promotion of exports. In this regard, it is important to increase the usage of this procedure and reduce possible risks as well. In this article, the practice of "inward processing" procedure in Azerbaijan Customs has been analyzed and suggestions are made from the legal and economic perspectives in the background of growing trade turnover.

Keywords: special customs procedure, inward processing, customs policy.

Giriş

Gömrük proseslərində vaxt sərfinə qənaət, sahibkarların ödəmələrinin azadılması ilə rəqabət qabiliyyətliliyin artırılması, ixracatın təşviq edilməsi ilə ölkə iqtisadiyyatının dayanıqlılığının artırılması və digər məqsədlər üçün xüsusi gömrük prosedurlarının funksionallığı daim diqqət mərkəzindədir. Azərbaycan Respublikasının Gömrük Məcəlləsinə görə gömrük sahəsində 9-u xüsusi gömrük proseduru olmaqla 14 gömrük prosedurundan istifadə olunur. Bunlardan biri olan "Daxildə emal" xüsusi gömrük prosedurunda yerləşdirilən mallar idxal gömrük rüsumlarından, malların idxalı üzrə alınan aksizlərdən, ƏDV-dən və ticarət siyasəti tədbirlərindən azad edilir.

Emal proseduru – hüquqi və iqtisadi baxımdan

Gömrük Məcəlləsinin 167.3-cü maddəsinə əsasən "Daxildə emal" xüsusi gömrük prosedurundan istifadə hüququ yalnız rezidentlərə verilir. Rezidentlər malları ölkə ərazisinə gətirir, daha sonra emal edərək mallar üzərində yeni dəyər yaradaraq malları ixrac edirlər. Belə olan halda bu prosedur ölkənin ixrac potensialının, dolayısı ilə ÜDM-in artmasına

səbəb olur. İxracın artmasıyla ölkəyə daxil olan xarici valyutanın həcmi də artır və milli valyutanın xarici valyuta qarşısında güclənməsinə də təsir edir. Digər tərəfdən, bu prosedurun tətbiqi yeni iş yerlərinin açılmasına, məhsulun maya dəyərinin aşağı düşməsinə, inzibatçılıq işlərinin azalmasına, ölkəyə yeni investisiya axımının gəlməsinə, məhsulların rəqabətqabiliyyətinin artmasına, ixracyönümlü istehsalatın artmasına şərait yaradır ki, bu da iqtisadiyyatın əsas hərəkətverici mexanizmidir.

Gömrük siyasəti vasitəsilə sadəcə ölkələrarası alqı-satqı və onun tənzimlənməsi deyil, yeni məhsul yaradılması prosesi baş tutur. Eləcə də, yerli bazarın strukturunu pozmadan, xarici malların ölkə ərazisində emal prosesindən keçirilərək ixrac olunması, gömrük sisteminin ixracata qatdığı ən önəmli iqtisadi faydadır. Digər tərəfdən, emal əməliyyatlarından keçmiş mallar təkrar ixrac olunmaq deyil, sərbəst dövriyyəyə buraxılmaq məqsədi daşıyarsa, burada idxal rüsum və vergilər ödənilməklə kommersiya siyasəti təbirləri həyata keçirilir, həm də yerli bazarın xüsusiyyətləri və ehtiyacları nəzərə alınaraq əlavə yerli iqtisadi dəyər yaradılır. Bundan başqa, emal olunmuş malları gömrük anbarlarında yaxud sərbəst zonalarda saxlamaqla başqa dəyər mexanizmlərini də işə salmaq mümkündür.

Kyoto Konvensiyasına görə, "Daxildə emal" prosedurunun əsas məqsədi milli müəssisələrin öz məhsullarını və ya xidmətlərini xarici bazarlarda rəqabətədavamlı qiymətlərlə təklif etmək, beləcə iqtisadi artımı təşviq etmək və daha çox məşğulluq imkanları yaratmağa kömək etməkdir. Bununla yanaşı, daxili iqtisadiyyata əlavə təkan vermək və milli sənayenin rəqabət qabiliyyətini gücləndirmək bu prosedurun əsas faydalarındandır. Emal prosesində yerli xammaldan və daha əvvəl (rüsum və vergilər ödənilərək) idxal olunan xammallardan istifadə etmək mümkündür [10].

Dünya ölkələri sərhəd idarəçiliyi performansını, ticarət infrastrukturunu və xidmətlərin qlobal ən yaxşı təcrübələrin optimal səviyyəsinin yarısına qədər çatdıra bilsə, bu qlobal ixracatda təxminən 1,6 trilyon ABŞ dolları (14,5 faiz) və qlobal ÜDM-də 2,6 trilyon (4,7%) ABŞ dolları artıma gətirib çıxarar. ABŞ, Çin, Braziliyada daxildə emal proseduru ixracın əsas təşviq aləti kimi çıxış edir. Belə ki, 2011-ci ildə emal vasitəsilə ixrac proseduru Çinin ixracatının yarısını təşkil etmişdir. Daxildə emal proseduru biznesin inkişafı üçün çox vacib dəstəkdir. Nümunə üçün qeyd edək, 2011-ci ildə Avropa İttifaqında 160 milyard Avro dəyərində nəqliyyat vasitələri ixracının 43%-i (69 milyard avro) Daxildə emal proseduru altında istehsal olunan nəqliyyat vasitələrinin ixracı təşkil edib. Başqa sözlə, onlar mahiyyətcə dünya ölkələrindən gətirilərək Avropada hissə və komponentlərdən yığılmış avtomobillər olub. Lakin Avropa İttifaqında bütün ixracın 10%-i (148 milyard Avro) bu prosedurla həyata keçirilmişdir. Digər tərəfdən həmin il üzrə Aİ daxildə emal prosedura üçün ABŞ-dan 35%-lik mal gətirilmiş və bu prosedurun nəticəsinin 27%-i təkrar ABŞ-a ixrac olunmuşdur. Başqa tədqiqata görə, Aİ-nin ABŞ-dan idxalının təxminən 15%-i və Aİ-nin ABŞ-a ixracının təxminən 18%-i daxildə və xaricə emal prosedura altında həyata keçirilir. Türkiyədə KOÇ holdinqinin tərkibində olan Ford Otosan və Arçelik şirkətləri ixracatlarının demək olar ki, hamısını bu prosedur altında həyata keçirir və bununla da ölkəyə 8.5 milyard dollar gətirir. Bu isə, Türkiyədə daxildə emal proseduru ilə olan ixracatın 14%-dir. Nümunə üçün, 2018-ci il üzrə Türkiyənin daxildə emal proseduru üzrə idxalatı 28 milyard dollar həcmində olmuş və daxildə emal proseduru üzrə ixracatı isə 65 milyard dollar reallaşmışdır. Bu isə, Türkiyənin cari əməliyyatlar kəsirini (tədiyyə balansını) 37 milyard dollar azaltmışdır. Daha dəqiq ifadə etsək, Ford Otosan şirkəti bu prosedur altında ixracı 2009-cu

ildə 1.2 milyard dollar olmuşdursa, 2018-ci ildə bu 4.91 milyard dollar reallaşmışdır. Arçelik firmasının bu prosedur üzrə ixracı 2009-cu ildə olan 1.1 milyard dollardan 2018-ci ildə 3.53 milyard dollara yüksəlmişdir [6,7,8,9].

Hər ikisinin xarici iqtisadi fəaliyyət iştirakçıları üçün əlverişli prosedurlar sayılması baxımından “Müvəqqəti idxal” və “Daxildə emal” prosedurlarının fərqli və oxşar cəhətlərini təhlil etsək, emal prosedurunun üstünlüyünü görmək mümkündür. Oxşarlıq baxımdan müddətlərin 2 il olması, müəyyən müddətlik olmaları, idxalın sadələşdirilmiş forması olmalarını qeyd etmək olar. Fərqli cəhətləri isə emal prosedurunda mallar kifayət qədər emala və ya dəyişikliyə məruz qalır, lakin müvəqqəti idxalda mallarda dəyişiklik olmamalıdır. İstifadə olunması şərtinə əsasən emal proseduru mallarda emal əməliyyatlarını və ya təmirinə əsasən istifadə olunursa, müvəqqəti idxalda və ya ixracda mallar sərqi, yarış və s. kimi müəyyən məqsədlərə görə istifadə olunur “Müvəqqəti idxal” zamanı mallar həmin ölkəyə yaxud müqavilə ilə digər ölkəyə qaytarılır, eləcə də Nazirlər Kabinetinin 10 aprel 2023-cü il tarixli 102 nömrəli qərarına əsasən “Emal” prosedurunda mallar 3-cü ölkəyə ixrac oluna bilər. Başqa sözlə desək, dəyişikliyə əsasən, prosedur sahibi sifariş müqaviləsi ilə yanaşı alqı-satqı müqaviləsi əsasında da istənilən ölkədən xammal yaxud materialı ölkəyə gətirib emal prosesindən keçirərək istənilən ölkədəki alıcıya satmaq (ixrac) imkanı əldə etmişdir. Nazirlər Kabinetinin 20 may 2022-ci il tarixli 200 nömrəli ilə qaydalara yeni bənd əlavə olunmuşdur. Qaydalardakı dəyişikliyə əsasən, artıq bu prosedur üzrə gömrük borcunun ödənilməsinə məcburi təminatın verilməsi aradan qaldırılmışdır. Qeyd edək ki, bu prosedurdan istifadə icazəsi üzrə sənədləşmə prosesi də sadələşdirilmişdir [1,4,5].

Malların “daxildə emal” xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilməsi üçün Dövlət Gömrük Komitəsinə yazılı və ya elektron formada ərizə ilə müraciət edilir. Bu ərizəyə gömrük orqanı tərəfindən iki iş günü müddətində baxılaraq malların “daxildə emal” xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilməsinə eyni formada cavabla icazə verilir. Sahibkar tərəfindən təqdim olunmuş sənədlərdə çatışmazlıqlar olduqda ərizəçiyə məlumat verilir və yeni müraciətə bir iş günü ərzində yenidən baxılaraq müvafiq qərar qəbul edilir. Malların daxildə emal prosedurunda saxlanması müddəti 2 ildir, lakin müddətin başa çatmasına ən az 15 gün qalmış prosedur sahibinin əsaslandırılmış müraciəti əsasında gömrük orqanı tərəfindən prosedurun müddətinin 1 ilədək uzadılmasına baxıla bilər [11].

2023-cü ilin 9 ayında ötən ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 1,5 dəfə çox, başqa ifadəylə 500 milyon ABŞ dollarından çox dəyərdə məhsullar “daxildə emal” gömrük proseduru altında yerləşdirilmişdir. Bu artım, ölkədə emal və xidmət sektorunun inkişafı, eləcə də ixracatın artırılması baxımından mühüm əhəmiyyətə malik olduğunu göstərir [2].

Daxildə emal proseduru vasitəsilə sahibkarlığın inkişaf etməsinə NK-nin yeni qərarının faydası çox olacaqdır. Belə ki, əvvəllər ancaq aldığımız ölkəyə ixrac edilirdisə, artıq, nümunə üçün, Şərqdən alıb Qərbbə satmaqla Azərbaycanın tranzit potensialı da artırılmış olacaqdır. Artıq bir çox şirkət Azərbaycan vasitəsilə yeni bazarlara çıxış imkanı əldə edəcəkdir.

Emal proseduru zamanı risklərin təhlili

Daxildə emal prosedurundan istifadə zamanı yarana biləcək riskləri 7 bölmədə qruplaşdırmaq olar:

1. Hasilat normasına düzgün riayət olunmaması.

Daxildə emal xüsusi gömrük prosedurundan istifadə zamanı gömrük ödənişlərindən azad olunması bəzi hallarda bundan sui-istifadə hallarına da gətirib çıxara bilər. Digər ifadəylə, ölkə ərazisinə gətirilərək daxildə emal xüsusi gömrük prosedurunda bəyan olunan mallar üçün yanlış hasilat normasının tərtib olunması yaxud düzgün tərtib olunmuş hasilat normasına riayət olunmaması xarici malların gömrük ödənişlərindən yayındırılaraq sərbəst dövriyyəyə daxil olması ilə nəticələnə bilər. Nümunə üçün, bir malın emalı üçün 3-ü xarici olmaqla 5 xammala müxtəlif nisbətlərdə ehtiyac vardır. 100 kq emal məhsulunun hazırlanması üçün xarici mallardan 1-dən 20 kq, 2-cidən 15 kq, 3-cüdən isə 30 kq lazım olduğunu prosedur sahibi tərəfindən hasilat normasında qeyd olunmuşdur. Emal prosesi zamanı qeyd olunan göstəricilərdən daha aşağı miqdarda, məs. 1-cidən 19 kq, 3-cüdən 27 kq istifadə olunması, qalan xarici xammal nisbətini artırır və hər 100 kq-lıq emal məhsulunun hazırlanması zamanı 1-ci xammaldan 1 kq, 3-cüdən isə 3 kq məhsulun gömrük ödənişlərindən yayındırılaraq sərbəst dövriyyəyə buraxılma riski yaranır.

2. Ekvivalent mallardan istifadə edilən zaman bu malların həmin tələblərə uyğun olmama ehtimalı.

Belə olan halda, ekvivalent mallar düzgün seçilməzsə, keyfiyyətli və ya gömrük dəyəri yüksək olan məhsulun əvəzinə daha keyfiyyətsiz və ya gömrük dəyəri daha aşağı olan məhsullardan istifadə edilərək gömrük ödənişlərindən yayınma halları baş verə bilər. Nümunə üçün, ekvivalent məhsullardan istifadə etməklə, daha bahalı olan xarici xammalın kənar sərbəst dövriyyəyə buraxılma ehtimalı ola bilər. Ekvivalent xammalın rahat əlçatanlığı və qiymətinin cazib olması bəzi sahibkarların emal prosesində buna üstünlük verməsi halları baş verə bilər. Emal olunmuş hazır məhsulun içərisində ekvivalent (yerli) xammalın dəyərinin və keyfiyyət göstəricilərinin müəyyənləşdirilməsi ekspertiza baxımından da çətinlik yaradır. Buna görə də, ekvivalent xammalın (dəyər və keyfiyyəti nəzərə alınmadan) düzgün seçilməməsi gömrük riski yaradır.

3. Daxildə emal proseduru altında yerləşdirilən malların emal əməliyyatları aparıldıqdan sonra ixrac edilməməsi və sərbəst dövriyyəyə buraxılması.

Əslində, Azərbaycan Respublikası Gömrük Məcəlləsinin 169-cu maddəsinə əsasən prosedurun bitmiş hesab edilməsi üçün həmin malların sərbəst dövriyyəyə buraxılaraq gömrük ödənişlərini ödəməsi də kifayət edir. Deyilə bilər ki, prosedur sahibi gömrük ödənişlərini ödəyirsə burada hansı risk faktoru var? Nəzərə alaq ki, daxildə emal xüsusi gömrük prosedurunun başa çatma müddəti 2 ildir, hətta müraciət olunduğu təqdirdə 1 il də uzadıla bilər. Belə olan halda sahibkarın malı daxildə emal proseduru altında yerləşdirilərək gömrük ödənişini 3 il gecikdirməsi riski vardır. Bu zaman aşağıda göstərilən hallar baxımından risklər yarana bilər:

- 3 il əvvəl hesablanmış vəsaitin inflyasiya nəzərə alınmadan dövlət büdcəsinə ödənilməsi;

- 3 il ərzində büdcə gəlirləri və onun proqnozunda qeyri-müəyyənlik ola bilər.
- Dövlət büdcəsinə ödənişin vaxtında olunmadığı təqdirdə həmin büdcə gəlirlərinin investisiya xərclərinə yönəldilə bilər. Belə olan halda investisiya multiplikatorunun təsiri ilə ÜDM-in artmasına səbəb ola bilər;
- Ödənişlərin uzun müddət gecikdirilərək malların daxili bazarda satılması digər sahibkarlarla rəqabət baxımdan ədalətsizliyə, həmçinin yerli istehsalçıların maraqlarına mənfi təsir göstərə bilər. Qeyd edək ki, Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2014-cü il 14 yanvar tarixində təsdiq edilmiş 4 nömrəli "Malların daxildə emal xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilməsi Qaydaları"nın təsdiq edilməsi haqqında Qərarına əsasən daxildə emal üçün icazənin verilməsi yerli istehsalçıların maraqlarına mənfi təsir göstərməməlidir [3].

4. İstehsalat tullantılarının sərbəst dövriyyəyə buraxılmaması.

Nazirlər Kabinetinin 2014-cü il 14 yanvar tarixində təsdiq edilmiş 4 nömrəli Qərarının 3.4-cü bəndinə əsasən istehsalat tullantıları kommersiya məqsədləri üçün yararlı olduğu halda sərbəst dövriyyəyə buraxılmalıdır [3]. Bəzi hallarda istehsalat tullantıları kommersiya məqsədləri üçün yararsız olması və yaxud miqdarının və ya dəyərinin aşağı göstərilməsi gömrük ödənişlərindən yayınma hallarına səbəb ola bilər.

5. Daxildə emal xüsusi gömrük prosedurunda yerləşdirilən malların emal əməliyyatları aparıldıqdan sonra ixrac və ya təkrar ixrac gömrük proseduru altında yerləşdirilməsi.

Praktikada bu prosesə 2-cür yanaşma mövcuddur. Bunlardan birincisi sahiblik hüququnun kimdə olmasına görə, ikincisi isə malın daxili və ya xarici mal statusu almasına görədir. Hesab edirik ki, Azərbaycan Respublikasının Gömrük Məcəlləsi və digər hüquqi normativ aktlar baxımdan ikinci yanaşmanın tətbiqi daha məqsədə uyğun olardı. Rezidentlər malları emal etdikdən sonra həmin malları ölkə ərazisindən aparmaq zərurəti yaranır. Bildiyimiz kimi, bu prosedur altında yalnız xarici mallar yerləşdirilə bilər. Lakin xarici mallar ölkə ərazisində kifayət qədər emala məruz qalığı təqdirdə daxili mal statusu alırlar. Bu meyarlara əsasən daxili mallar ixrac gömrük proseduru, xarici mallar isə təkrar ixrac gömrük proseduru altında yerləşdirilməlidir. Yəni ki, malların daxili və yaxud xarici mal statusunun düzgün müəyyən edilməməsi gömrük statistikasının və digər iqtisadi statistikaların yanlış aparılmasına səbəb ola bilər.

6. Daxildə emal xüsusi gömrük proseduru ilə rəsmiləşdirilmiş malların emal əməliyyatları aparıldıqdan sonra təkrar ixrac edilməsi.

Bəzi hallarda rezidentlərin daxildə emal proseduru üzrə malları rəsmiləşdirən zaman təqdim etdikləri müqavilədə mallar barəsində sahiblik hüququnun xarici şirkətdə olmasını (alqı-satqı müqaviləsi olmadan), yalnız emal məqsədi ilə malların təmiri və yaxud digər emal əməliyyatlarının aparılması üçün ölkə ərazisinə gətirilməsi qeyd olunur. Belə olan halda, xaricdəki sahibkarlarla əlbir olaraq vergilərdən yayınma halları ola bilər. Nümunə üçün: A rezident şirkəti B xarici şirkəti ilə alqı-satqı müqaviləsi olmadan, yalnızca emal əməliyyatları aparılmaqla təkrar ixrac edilərək, təkrarən B şirkətinə yaxud B şirkətinin təyin etdiyi digər C şirkətinə satılması barədə müqavilə bağlayıblar. Lakin A və B şirkəti gizli sövdələşərək əslində malların B şirkətinə satılmasını planlaşdırmışlar. Yəni A şirkəti mallar barədə ödənişləri bank vasitəsi ilə deyil, müxtəlif üsullarla B şirkətinə yönəldir. Daha sonra isə B

şirkətinin adından onun təyin etdiyi C şirkətinə satır. C şirkəti mallar barədə ödənişləri dolayı müxtəlif yollarla A şirkətinə çatdırır. Belə olan halda şirkət emal əməliyyatları vasitəsilə qazandığı vəsaiti əsas göstərərək vergi ödəmiş olur. Lakin, əslində işə malı almışdır və B şirkəti vasitəsilə C şirkətinə baha qiymətə satmışdır. Bu zaman gəlir və xərclərini yanlış göstərərək vergilərdən yayınma riski ortaya çıxır.

7. Ölkə ərazisinə gətirilən xammalın mənşə ölkəsinin düzgün qeyd edilməməsi.

Daxildə emal xüsusi gömrük prosedurunda rəsmiləşdirilən mallar cüzi emal əməliyyatlarına məruz qaldıqda, XİFMN-də qeyd edilən kodun ilk 4 rəqəminin dəyişmədiyi halda, malların mənşə ölkəsinin Azərbaycan kimi qeyd edilməsi baş verir. Bu halda gömrük, həm də digər statistikaların hazırlanmasında yanlış hesabatlar aparılır. Bundan əlavə, digər əhəmiyyətli risk faktoru işə digər yerli istehsalçıların haqsız rəqabətə məruz qalmasıdır ki, bu da gömrük orqanlarının apardığı fiskal və proteksionist siyasətlə uzlaşmır. Tutaq ki, Azərbaycan Respublikasının rezidenti olan A şirkəti Avropadan hər hansı bir məhsulu daxil-də emal proseduru altında rəsmiləşdirərək üzərində çox kiçik emal əməliyyatı aparır. Rusiya ilə Azərbaycan arasında "Sərbəst ticarət haqqında" ikitərəfli sazişə əsasən Rusiyaya idxal zamanı gömrük rüsumlarından azad olunması məqsədi ilə malları bilərəkdən Avropa mənşəli deyil də, Azərbaycan mənşəli göstərə bilər. İlkin olaraq belə düşünülə bilər ki, bu hal yenə də ixracımıza müsbət təsir edir. Lakin, bu belə deyil. Rusiyada malı alan alıcı Azərbaycan mənşəli mal almaq istəyir, bu məhsulu ölkə ərazisində tamamilə istehsal etmiş B şirkətinə ala bilərdi. Bu həm yerli sahibkarların mənafeyi baxımından, həmçinin vergi orqanları tərəfindən dövlət büdcəsinə yönəldilən daxilolmaları artırmış olardı.

İndi işə qeyd olunan risklərin ehtimalının azaldılması və ya aradan qaldırılması yollarını araşdıraq:

1. Qeyd olunan 1-ci, 2-ci, 3-cü risk hallarının qarşısının alınması məqsədi ilə emal proseduru zamanı hasilat normasına əməl olunması və ümumiyyətlə bu məhsulların emal proseduruna icazə verildiyi müddətdə sərbəst dövriyyəyə buraxılmadığını və həqiqətən də emal əməliyyatlarına cəlb olunduğunu yəqinləşdirmək məqsədi ilə planlı və plandankənar yoxlamalar təşkil etmək lazımdır. Bundan əlavə, bəzi hallarda daxil-də emal prosedurunda rəsmiləşdirilən xarici malların çeşidlərinin müxtəlifliyi, miqdarlarının çoxluğu və prosedurun davamlılıq müddətinin çox olması bu prosedur üzərində gömrük nəzarətini çətinləşdirir. Təklif edirik ki, VAİS-də emal xüsusi gömrük proseduruna nəzarət üçün ayrıca pəncərə yaradılsın və bu pəncərədə "hasilat normaları" hissəsi qeyd olunsun. VAİS-də hasilat normaları qeyd edildikdə həmin daxil-də emal xüsusi gömrük proseduru altında rəsmiləşdirilən gömrük bəyannaməsi üzrə malların hansı hissəsinin emal olunub ixrac olunmasına və hansı hissəsinin gömrük nəzarətində qalmasına sistem üzərində operativ və rahat qaydada nəzarət etmək olar.

2. 3-cü hissədə qeyd etdiyimiz "Daxildə emal" xüsusi gömrük prosedurunda yerləşdirilən malların sonradan sərbəst dövriyyəyə buraxılması zamanı yaranan risklərin azaldılması məqsədi ilə mövcud qanunvericiliyə müvafiq dəyişikliklər edilməklə aşağıda göstərilənləri təklif edirik:

- Sərbəst dövriyyəyə buraxılan zaman idxal zamanı qüvvədə olan qanunvericiliyə əsasən gömrük ödənişlərinin hesablanması aparılmasının VAİS sisteminə tətbiq olunması;

- Sərbəst dövriyyəyə buraxıldıqda gömrük ödənişləri alınan zaman malların daxildə emal xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirildiyi dövrdən qeyd edilən dövrə inflyasiyanın nəzərə alınması və buna uyğun gömrük ödənişlərinin tətbiq edilməsi;
- Hər ilin sonunda daxildə emal xüsusi gömrük prosedurunda mallar barədə VAİS üzərində monitorinqin aparılması. Ölkə ərazisinə emal məqsədilə gətirilən mallar hansı faizinin sonradan sərbəst dövriyyəyə buraxılması dəqiqləşdirilməli və bu nisbət (faiz) müəyyən həddən çox olduğu təqdirdə növbəti ildən həmin şirkətə müəyyən müddət ərzində bu prosedurdan istifadə hüququnun verilməsinin məhdudlaşdırılması lazımdır. Həmin faiz limiti və məhdudlaşdırma müddəti də qanunvericilikdə öz əskini tapmalıdır.

3. 4-cü hissədə qeyd olunan riskin azaldılması və ya aradan qaldırılması üçün iki əsas amilə diqqət yetirmək lazımdır. Birincisi, istehsalat tullantısının kommertiya məqsədləri üçün yararlı olub-olmamasının aydınlaşdırılması, ikincisi isə həmin tullantılar kommertiya məqsədləri üçün yararlı olduğu halda həmin malların gömrük dəyərinin müəyyən edilməsi. Bu baxımdan hesab edirik ki, Gömrük Məcəlləsinin 322.1.8-ci maddəsinə əsasən malların gömrük dəyərinin müəyyən edilməsi məqsədi ilə mallar barədə gömrük ekspertizası aparıla bilər. Hazırda gömrük ekspertizasının malların gömrük dəyərinin aparılması baxımdan aparılması praktikada çox az halda istifadə olunur. Mərkəzi Gömrük Ekspertizası idarəsində gömrük dəyərinə görə malların gömrük ekspertizasının aparılması məqsədi ilə xüsusi ekspertlər hazırlanmalıdır. Bu sahə üzrə tullantıların gömrük dəyərinin müəyyən edilməsi üzrə müəyyən meyarların qəbul edilməsi və metodiki tövsiyələrin hazırlanması prosesin düzgün aparılması baxımdan önəmlidir.

4. 5,6 və 7-ci risk hallarının azaldılması məqsədilə ilkin növbədə malların daxili mal statusu alması və Azərbaycan mənşəli mal olmasının dəqiqləşdirilməsi önəmlidir. Belə olan halda, mal emal prosesinə məruz qaldıqdan sonra mənşə ölkəsinin müəyyənləşdirilməsi baxımdan ikili yoxlamanın aparılması məqsədəuyğun olacaqdır. Yəni ki, emal məhsulu ölkə ərazisindən aparılan zaman 1-ci növbədə mənşə sertifikatı tələb olunmalı, 2-ci növbədə isə bu mallar seçmə üsulu ilə mənşə ölkəsinin müəyyən edilməsi baxımdan gömrük ekspertizasına yönləndirilməlidir. Hər 2 prosesin uyğun gəldiyi halda prosedurun rəsmiləşdirilməsi aparılmalıdır. Əgər mal daxili mal statusu almışdırsa, mallar "ixrac" gömrük proseduru altında rəsmiləşdirilməli, xarici mal statusundadırsa "təkrar ixrac" gömrük proseduru altında rəsmiləşdirilməlidir. Bundan əlavə malların ölkə ərazisinə gətirilən zamankı ödəniş şərtinə diqqət yetirilməlidir. Belə ki, mal ölkə ərazisinə müvafiq gömrük proseduru altında yerləşdirilən zaman ölkədən çıxan valyutanın məbləğinin, mal təkrar ixrac və yaxud ixrac gömrük proseduru altında yerləşdirilən zaman ölkəyə daxil olan valyutanın məbləğindən az olmamasına diqqət yetirilməlidir. Düzdür, ixracda əksər mallar gömrük ödənişlərindən azaddır. Lakin bu həm valyuta nəzarəti baxımdan, həm də mənfəət vergisinin hesablanması baxımdan əhəmiyyətlidir. Belə malların gömrük dəyərinin bəyan edilməsinə diqqət yetirmək, lazım gəldikdə idxalda olduğu kimi gömrük dəyərinə görə bildirişlərin verilməsinin tətbiq olunmasını təklif edirik. Gömrük tarifi haqqında qanunun 7.1-ci maddəsinə əsasən malların gömrük dəyərinin müəyyən edilməsi gömrük ərazisinə gətirilən mallara şamil edildiyini nəzərə alaraq, mövcud qanunvericiliyə bu məsələ ilə əlaqədar dəyişikliklərin edilməsi tövsiyə olunur.

5. Nəzərə alsaq ki, malların daxildə emal xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilməsinə yerli istehsalçıların maraqlarına zərər vermədiyi təqdirdə icazə verilir, burada 2 cür icazə sənədinin tələb olunması rəqabət baxımından önəmli sayılır. Dövlət Gömrük Komitəsi və İqtisadiyyat Nazirliyi yanında Antiinhisar və İstehlak Bazarlarına Nəzarət Dövlət Xidmətində Komissiyalar yaradılmalı və hər iki qurumdan müəyyən parametrlərə əsasən icazə sənədi alınmaqla bu prosedurun tətbiq edilməsi tövsiyə olunur. Həmçinin, icazələrin verilməsi üçün yerli istehsalçıların maraqlarına toxunmamaq üçün konkret tələblər və meyarlar müəyyənləşdirilməlidir.

6. Son illərdə daxildə emal xüsusi gömrük prosedurundan istifadə edən sahibkarların sayında artım müşahidə olunur. Lakin, bu prosedurdan istifadə edənlərə diqqət yetirsək, əksəriyyətinin hüquqi şəxslər olduğunu görürük. Kiçik və orta sahibkarların inkişafı baxımdan təklif edirik ki, sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan fiziki şəxslər və dövriyyəsi aşağı olan hüquqi şəxslər də bu prosedurdan istifadəyə cəlb edilməlidir. Bununla əlaqədar mütəmadi olaraq kiçik sahibkarlar üçün təlimlər təşkil olunmalı, prosedurun tələbləri və mövcud qanunvericilik izah edilməlidir.

Nəticə və təkliflər

Daxildə emal proseduru ixracın artırılması ilə yanaşı, ölkədə emal sənayesinin inkişaf etdirilməsi kimi iqtisadi, ixtisaslı məşğulluğun artırılmasıyla sosial, ölkəyə valyuta axınını təmin etməsiylə maliyyə baxımdan faydalıdır. Nazirlər Kabinetinin 102 nömrəli qərarından sonra isə Azərbaycanın ticarət dövriyyəsi ilə yanaşı tranzit və logistikanın inkişafına da müsbət təsirləri olacaqdır. Bunlarla yanaşı, emal proseduru zamanı həlli vacib bir sıra məsələlər olur. Bunlar, hasilat normasına düzgün riayət olunmama, ekvivalent malları tələblərinə uyğun olmama, bu malların emal sonrasında ixrac edilməmə və sərbəst dövriyyəyə buraxılma, istehsalat tullantılarının sərbəst dövriyyəyə buraxılmaması, emal sonrası ixrac və ya təkrar ixrac gömrük proseduru altında yerləşdirilmə, emal sonrası təkrar ixrac edilmə, xammalın mənşə ölkəsinin düzgün qeyd edilməməsi kimi məsələlərdə neqativ halların baş vermə ehtimalı vardır.

Bu risk faktorlarının azaldılması üçün təklif edirik ki, VAİS-də emal xüsusi gömrük proseduruna nəzarət üçün ayrıca pəncərə yaradılsın və bu pəncərədə "hasilat normaları" hissəsi qeyd olunsun. Bu mallar sərbəst dövriyyəyə buraxılırsa, gömrük ödənişlərinin aparılması (inflyasiya nəzərə alınmaqla) VAİS sistemində qeyd olunsun. İl sonuna emal olunmayan mallar və onların xüsusi payı (faiz nisbəti) barədə VAİS-də monitorinqin aparılması imkanı olması təklif olunur. Bu sahə üzrə tullantıların gömrük dəyərinin müəyyən edilməsi üzrə ekspertiza qaydalarının müəyyən olunması önəmlidir. Bununla yanaşı, daxili bazarı qorumaq üçün burada icazə sənədinin tələb olunması rəqabətlik baxımdan önəmli addım sayıla bilər. Emal prosedurunun nəticəsinin ölkə iqtisadiyyatı üçün əhəmiyyətini nəzərə alaraq, kiçik sahibkarların da bu prosesə cəlb olunması üzrə tədbirlərin keçirilməsi məqsədə uyğun hesab edirik.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Azərbaycan Respublikasının Gömrük Məcəlləsi, Bakı, 2011. (2023-cü il dəyişiklikləri nəzərə alınmaqla) <https://e-qanun.az/framework/46957>
2. "Azərbaycanda daxildə emal gömrük proseduru altında yerləşdirilən malların həcmi artıb", 20 Noyabr, 2023. "Report" informasiya agentliyi məlumatı, <https://report.az/biznes-xeberleri/azerbaycanda-daxilde-emal-gomruk-proseduru-altinda-yerlesdirilen-mallar-in-hecmi-artib/>
3. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2014-cü il 14 yanvar tarixli 4 nömrəli Qərarı ilə təsdiq edilmiş "Malların daxildə emal xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilməsi Qaydaları", <https://e-qanun.az/framework/26861>
4. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2014-cü il 14 yanvar tarixli 4 nömrəli Qərarı ilə təsdiq edilmiş "Malların daxildə emal xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilməsi Qaydaları"nda dəyişiklik edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin Qərarı, № 102, 10 aprel 2023-cü il <https://e-qanun.az/framework/53917>
5. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi, "Daxildə emal xüsusi gömrük proseduru: emal və xidmət sektorunun inkişafına, ixrac fəaliyyətinin genişləndirilməsinə töhfə", 2023-cü il, <https://economy.gov.az/az/page/daxilde-emal-xususi-gomruk-proseduru-emal-ve-xidmet-sektoruna-ixrac-artimina-tohfe>
6. Aslan Aynur Önür və Dinçer Mithat Zeki (2020) The Effect of Inward Processing Regime on Foreign Trade: The Case of Automotives and White Goods, Istanbul Journal of Economics, İstanbul Universiteti nəşri. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1189239>
7. Darshan Fiaz (2017) Inward Processing Role in the Global Economy, tədqiqat sənədi, Erasmus Universiteti, Niderland. <https://www.erasmusfiscalstudies.nl/upload/Darshan.pdf>
8. EC (2012), Avropada daxildə emal proseduru haqqında məlumat, https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs-4/customs-procedures-import-and-export-0/what-importation/inward-processing_en
9. Pajot, Michaël və Cernat Lucian (2012). Assembled in Europe: The role of processing trade in EU export performance. <https://cepr.org/voxeu/columns/assembled-europe-role-processing-trade-eu-export-performance>
10. ÜGT. (2000) "Kioto Konvensiyası", F Xüsusi Əlavəsinin Təlimatı, 1-ci Fəsil, (Guidelines on Inward processing). <https://www.wcoomd.org/~media/wco/public/global/pdf/topics/wto-atf/dev/rkc-guidelines-sa-f-1.pdf?la=en>
11. Vəlizadə, Cavid (2022) Malların "daxildə emal" xüsusi gömrük proseduru altında yerləşdirilməsi, 9 fevral 2022-ci il, Vergilər sosial-iqtisadi onlayn qəzeti, <https://vergilər.az/news/economy/16845.html>

UOT: 658.8

“AZƏRBAYCANDA E-TICARƏT İSTIFADƏÇİLƏRİNİN ALİŞ DAVRANIŞI VƏ ONLARIN SEÇİMLƏRİNƏ TƏSİR EDƏN ELEMENTLƏR”

Gülnar MƏMMƏDOVA

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

Bakı, Azərbaycan

g.memmedova2000@gmail.com

XÜLASƏ

İstehlakçılar müxtəlif məqsədlər üçün və müxtəlif ehtiyaclarını ödəmək üçün alış-veriş edirlər. İstehlakçıların alış-veriş davranışına və seçimlərinə təsir edən elementlər var hansı ki, bu məqalədə logistika xidmətinin keyfiyyəti, e-sədaqət, müştəri xidmətinin keyfiyyəti, güvən, ticarət saytının estetikası, etibarlılıq kimi elementlər araşdırılmağa çalışılıb. Asan seçmə metodu ilə anket vasitəsilə 316 nəfərdən data toplanmışdır, analiz edilərək 50 nəfər çıxarılmış və 266 nəfər anketə uyğun olduğu təyin edilmişdir. Oxşar mövzularda müxtəlif ölkələr üzərində araşdırmalar aparılsa da coğrafi olaraq inkişaf etməkdə olan ölkələrdən biri Azərbaycan nəzərə alınmamışdır. Bu araşdırmanın məqsədi Azərbaycanda e-ticarət platformalarında alış-veriş edən istehlakçıların alış davranışlarına və onların məhsul seçimlərini təsir edən elementlərə yönəlik bir anlayış qazanmaqdır. Bu araşdırma üçün dörd hipotez irəli sürülmüşdür və bütün hipotezlər təsdiq olunmuşdur. Azərbaycanda e-ticarəti inkişaf etdirmək və müştərilərin e-ticarət üzərindən alış-veriş etməsinə nail olmaq üçün şirkətlər müştəri xidmət keyfiyyətini yüksəltməli, müştəri məmnuniyyətini artırmaq üçün logistika xidmətinin keyfiyyətini inkişaf etdirməli və e-ticarət saytının cəlbediciliyinə diqqət yetirməlidir.

Açar sözlər: e-ticarət, xidmət keyfiyyəti, e-sədaqət, güvən, sayt estetikası, etibarlılıq.

“THE SHOPPING BEHAVIOR OF E-COMMERCE USERS IN AZERBAIJAN AND THE FACTORS INFLUENCING THEIR CHOICES”

ABSTRACT

Consumers shop for various purposes and to meet their diverse needs. There are elements that influence consumers' shopping behavior and choices, such as the quality of logistics services, e-security, customer service quality, trust, and the aesthetics of the e-commerce website. A total of 316 individuals were surveyed using a convenient sampling method, and after analysis, 50 respondents were excluded, leaving 266 respondents deemed suitable for the survey. While research on similar topics has been conducted in various countries, one of the geographically developing countries, Azerbaijan, has not been considered. The aim of this research is to gain an understanding of the shopping behavior of consumers who shop on e-commerce platforms in Azerbaijan and the factors influencing their product choices. Four hypotheses were put forward for this research, and all hypotheses have been confirmed. To promote e-commerce in Azerbaijan and encourage customers to shop online, companies should improve customer service quality, enhance the quality of logistics services to increase customer satisfaction, and pay attention to the attractiveness of the e-commerce website.

Keywords: e-commerce, service quality, e-security, trust, website aesthetics, and reliability.

“ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ИХ ВЫБОР В ЭЛЕКТРОННОМ ТОРГОВЛЕ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ”

РЕЗЮМЕ

Потребители совершают покупки с различными целями и для удовлетворения различных потребностей. В данной статье рассматриваются элементы, влияющие на потребительское поведение и выборы, такие как качество логистики, электронная безопасность, качество обслуживания клиентов, доверие, эстетика торгового сайта и надежность. Для исследования был использован метод легкого выбора, при помощи опроса были собраны данные от 316 человек, после анализа было исключено 50 человек, и определено, что 266 человек соответствуют критериям опроса. Несмотря на проведение

исследований по схожим темам в различных странах, географически развивающаяся страна, такая как Азербайджан, не была рассмотрена. Целью данного исследования является получение понимания потребительского поведения и факторов, влияющих на выбор продукции потребителями, совершающими покупки на электронных торговых площадках Азербайджана. Для этого были выдвинуты четыре гипотезы, и все они были подтверждены. Для развития электронной торговли в Азербайджане и привлечения клиентов к совершению покупок через интернет компаниям следует улучшить качество обслуживания клиентов, развивать качество логистики для удовлетворения клиентов и обращать внимание на привлекательность торгового сайта.

Ключевые слова: электронная коммерция, качество обслуживания, э-честность, доверие, эстетика сайта, надежность.

Giriş

E-ticarət istifadəçilərinin olduğu mühit kompüter və internetə əsaslanır. 1990-cı illərin ikinci yarısından bu günə qədər qeydə alınan sahələrdəki inkişaf, elektron ticarətdə istehlakı artırmağa səbəb olmuşdur. Elektron ticarət sahəsinin inkişaf etməsinə nail olan digər amillər arasında pul köçürmə və elektron ödəmə sistemlərinin qurulması da yer alır (İ.K.Arslan/M.Koçum-2020). Azərbaycanda elektron ticarət anlayışının formalaşması 2005-ci ildə "Elektron Ticarət haqqında" qanunun təsdiq edilməsi ilə başlamışdır. Qanunun qəbul olunması ilə yanaşı, ölkədə elektron ticarət fəaliyyətinə 2008-ci il dekabrın 2-dən başlamaq mümkün olmuşdur. 2005-ci ildə qanunun qəbul edilməsinə baxmayaraq, Azərbaycanda internet üzərindən ödəmə sistemi mövcud olmadığı üçün bu sahədə fəaliyyət göstərmək mümkün olmamışdı. Onlayn ödəmə sisteminin təşkilatlandırılması isə yalnız 2008-ci ildə həyata keçirilmiş və bu da əlavə bir gecikməyə səbəb olmuşdur (Elektron Ticarət haqqında qanun).

Müasir marketinq strategiyasının ölçülərindən biri də potensial müştəri ehtiyacını müəyyən etmək və bu ehtiyaca cavab vermək olsa da digər əsas ölçü kimi istehlakçıların ehtiyaclarını qarşılamaq üçün onları motivasiya etməkdən ibarətdir (Selda Ene, 2007).

E-ticarət inkişaf etdikcə şirkətlər arasında e-rəqabət günü-gündən artmaqdadır. Buna görə də şirkətlər rəqabət üstünlüyünü əldə etmək üçün məhsulun keyfiyyəti ilə yanaşı logistikanın xidmətinin keyfiyyəti, müştəri təcrübəsi, e-ticarət saytının estetikası və e-sədaqət kimi amillərə daha çox vəsait ayıraraq diqqət yetirməyə çalışırlar. Bütün bunlar araşdırılan məqalənin aktual olmasından xəbər verir.

Bu məqalə xülasə, giriş hissə, ədəbiyyat incələməsi, hipotezlər, metodlar, tapıntılar, nəticə, təkliflər və ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.

E-ticarətə təsir edən elementlər

Digital mühitdə ticarətin belə qısa zamanda yayılmasına təkan verən amillərdən biri şirkətlərin daha az maliyyə ilə daha çox istehlakçıya çatmaq istəyidir. Elektron ticarətin sürətli inkişafı digər bir çox sahəyə də təsir etmiş və inkişafına səbəb olmuşdur. Özəlliklə logistika və maliyyə sahələri, e-ticarətin bürünc addımına qoşularaq bu yeni bazar tələbatlarına cavab verməkdə səmimi dəstək göstərmişlər (Erçetin, Arıkan, 2015). Müştəri məmnuniyyəti və rəqabətli bazar şəraitində logistika müəssisələrinin mövqeyini müəyyənləşdirmək, ən əhəmiyyətli amillərdən biri kimi qəbul edilmişdir (Gulc, 2017). Logistika, uzunmüddətli dövrü əhatə edən fəaliyyətlərdə qərarların qəbulunda ciddi və strateji bir rola malikdir. Həmçinin, bu fəaliyyət, müştəri məmnuniyyəti, mənfəət və digər

əsas fəaliyyətlərlə doğrudan əlaqəlidir, bu da logistikanın şirkətlər üçün əhəmiyyətini və prioritetini artırır (Aslan, Taşçı, Yıldız, 2018). Artıq gərgin və qarışıq rəqabət mühitində biznesin sağ qalması olduqca çətinləşib. Daim dəyişən müştəri tələbləri və ehtiyacları özlüyündə yeni marketing strategiyaları inkişaf etdirir. Bu səbəbdən müştəriyə önəm verən, müştərinin emosiyalarına yönəlmiş və davamlı təcrübələrə hədəflənən təcrübi marketing anlayışı yaranmışdır. Elektron ticarət təcrübi marketing təcrübələrinə müraciət edərək müştərilərinə dəyər təklif edən biznes mühitinə çevrilmişdir (Yeşilot, Nil Esra Dal, 2019). Müasir Sosial elmlərdə estetikanın əhəmiyyəti demək olar ki, çoxdan sübut edilmişdir. E-bizneslə bağlı son tədqiqatlar göstərir ki, rəng və qrafika kimi vəzifə ilə əlaqəli olmayan estetik keyfiyyətlər cəlbedici və təcrübəvi elektron alış-veriş saytlarının yaradılmasında mühüm rol oynayır (Jennings, 2000). İstehlakçı davranışını müəyyən edən amillərdən biri veb saytın estetikası olmaqdadır. Bu araşdırma nəticəsində veb-sayt estetikası haqqında mövcud anlayış gücləndiriləcək və müxtəlif alış-veriş tapşırıqlarını dəstəkləmək üçün estetik e-ticarət veb saytlarının necə dizayn ediləcəyinə dair elektron alış-veriş saytlarına təsir göstərəcəkdir (Shun Cai, Yunjie Xu, Jie Yu, 2008). Müştəri loyallığı yaratmaq, çox saylı ənənəvi və onlayn biznes üçün özəl olaraq təşkil edilmiş marketing strategiyalarının əsasını təşkil edir. Onlayn loyallığa (e-sədaqət) təsir edəcək amilləri müəyyən etmək isə hələ tam olaraq aydın deyil. Bu tədqiqat, bir sıra əhəmiyyətli və yeni dəyişənləri ortaya qoyaraq, mövzuya özünəməxsus bir yanaşmanı təqdim edir (C. Valvi, C. West, 2013). Elektron loyallıq anlayışı, 2000-ci illərdə mövcud olmuş, ancaq son illərdə müzakirə edilərək və konseptuallaşdırılaraq daha geniş şəkildə tanınmış bir yanaşmadır (Emel.G, 2018).

Onlayn alış-verişə olan güvən, saytın təhlükəsiz və qaydaların düzgün icrasına əsaslanan bir təsəvvürdür. Əgər alış-veriş saytı istehlakçıya aldadıcı və ya yanlış məlumat verirsə, malları düzgün çatdırmırsa, istehlakçının güvəni sarsılır və bu da alış-veriş davranışını təsir edir. Risklər, onlayn alış-veriş edən müştərilərin satınalma güvənini sarsa bilər. Bu səbəblə, e-ticarət sahəsində fəaliyyət göstərən şirkətlər müştəri portfelinə genişləndirərkən bu risklərdən xəbərdar olmalı və aktivlərini qorumaq üçün lazımi tədbirləri görməlidirlər (Akçacı, Büşra Kur, 2020).

E-ticarətdə etibarlılıq mühüm rol oynayan əsas bir elementdir. Etibarın e-ticarətdə bu qədər vacib olmasının səbəbləri aşağıdakılardır:

1. Əlaqə quran qarşı tərəf tanınmaya bilər, yəni başqa bir ifadə ilə əlaqə quran tərəfin kimliyi və haqqında məlumatlar yoxdur, sadəcə www ünvanı mövcuddur. Bu növ tərəflərin həqiqi və güvənli olduğunu doğrulamaq üçün ən təhlükəsiz yol, hər iki tərəfi tanıyan etibarlı bir şəxsin və ya qurumun varlığıdır.

2. Məlumatın və ya məhsulun satıcıdan alıcıya çatdırılmasında tam nəzarət mümkün deyil. Onlayn alış-veriş zamanı, seçilmiş məhsulun çatdırılma prosesi həyata keçirilir. Alış-veriş platforması öz etibarını qorumaq üçün işlədiyi çatdırılma şirkətinin güvənli olmasına diqqət etməlidir, bu da istehlakçıların həmin şirkətə olan etibarını azaltmamalıdır (Kizilyalçin, Gürdin, 2017).

3. Araşdırma modeli və hipotezlər

Məqalə modeli, mövzu ilə əlaqəli olan dəyişənləri təsvir edən bir modeldir. Bu model, bir məqalənin özünü formalaşdıran və müstəqil hissələrdən ibarət olan bir struktur təşkil edir. Modelin məqsədi, mövzu ilə bağlı əsas ideyaları və fikirləri düzgün və sistemlik

şəkildə ifadə etməkdir. Bu model, mövzu ilə əlaqəli dəyişənlərin birləşməsini təşkil edir və məqalənin əsas ideyasını və əlaqəli dəyişənlər arasındakı əlaqə və səbəb-sonuç əlaqələrini aydınlaşdırmağa kömək edir. Modeldən də göründüyü kimi e-ticarət istehlakçılarının alış davranışına logistika xidmətinin keyfiyyəti, müştəri təcrübəsi, e-ticarət saytının estetikası, e-sədaqət müsbət yöndə təsir edir.

İstehlakçılar, alış-verişlərini daha effektiv və ətraflı həyata keçirmək məqsədilə, paketlərin çatdırılma statusunu və çatma vaxtını dəqiq şəkildə izləyirlər. Müştərilər, yüklərin pərakəndə satış məntəqəsindən göndərilmə statusunu bilmək, alışlarını daha dəqiq təşkil etmələri üçün əhəmiyyətli görür (Riley, Klein, 2019). Burada qeyd olunan məntiqə uyğun olaraq, fərz edirik:

H1: Logistika xidmətinin keyfiyyəti artdıqca müştəri güvəni və bununla əlaqəli olaraq satın alma niyyəti də artır.

E-xidmət keyfiyyəti, internet mühitində effektiv alış-verişin həyata keçirilməsi və məhsul və xidmətin asanlıq kimi görünür. Bu, müştərilərin onlayn platformalardan daha çox istifadə etməsini təşvik edir və bir şirkətin uğurunu formalaşdıran əsas bir amildir (Sevim, 2018).

H2: Müştəri xidmətinin keyfiyyəti sədaqətə müsbət yöndə təsir edir.

Veb sayt dizaynı, istehlakçıların diqqətini cəlb etmək üçün olduğu kimi, etibara da təsir göstərir. Onlayn pərakəndə satışda reputasiya çox tez-tez istehlakçıların şirkətə olan inamının bir göstəricisi kimi qəbul olunur. Lewitin (1965) fikrincə, bir təşkilatın etibarı və populyarlığı, o təşkilatın nüfuzunu əks etdirir. Əgər məhsulun əsas xüsusiyyətləri, fiziki və funksional xüsusiyyətləri açıq deyilsə, brend adı istehlakçıya inamı təmin edən ən mühüm amildir (Caruana, 1997). Mağaza sahibləri istehlakçıya eyni qayğı göstərdiklərini hiss etdirir və istehlakçılar da onlara dürüst davranıldığına inansalar, inam əmsalı artacaq (Sevim, Hall, 2014). Yüksək keyfiyyətli elektron ticarət saytı istehlakçılarda bu saytdan alış-veriş etmək istəyi oyadır (Gefen, 2003; Heijden, 2003; Wells, 2011; Javornik, 2016).

H3: E-ticarət saytının estetikası etibarlılığa müsbət yöndə təsir edir.

Müştəri loyallığı, müştərilərin müsbət münasibət və təkrar alış davranışlarına əsaslanan bir konseptdir. Araşdırmalara görə, müştəri e-güvən və e-məmnuniyyət hissiyatları ilə sayta qarşı qəbul etdiyi mərhələdə e-loyallığın inkişaf etdiyini bildirmişlər (Sevim, 2018).

H4: Güvən E-sədaqətə müsbət təsir edir.

4. Metodlar

Bu məqalədə araşdırılan dəyişənlər ilə əlaqəli kitab, dissertasiyalar, oxşar elmi məqalələr əsasında tənqidi ədəbiyyat incələməsi həyata keçirilmişdir. Araşdırma Azərbaycanda yaşayan vətəndaşları əhatə edir. Məlumat toplama vasitəsi olaraq anketdən, nümunə seçmə metodu olaraq isə bəsit (asan) seçmə və qartopu metodlarından istifadə edilmişdir. Bu anket Google Forms üzərindən hazırlanıb, sosial şəbəkə vasitəsi ilə paylaşılmışdır. Anket 30 sualdan ibarətdir və 316 nəfər tərəfindən cavablandırılmışdır. Anket sorğusunda iştirak edənlərdən 50 nəfər e-ticarətdən istifadə etmirəm qeyd etdiyi üçün nəticələri nəzərə alınmamışdır. Anket suallarının hazırlanmasında Y.H.Canöz-2021 və Cenk Erçetin/Dr.Esra Arıkan - 2015 istifadə edilmişdir.

5. Tədqiqat işinin müzakirəsi və nəticələri

Tədqiqat çərçivəsində tətbiq edilən sorğunun nəticələri aşağıda verilmişdir. Bu sorğunun nəticələri SPSS 23 proqramından istifadə etməklə təhlil edilmişdir. Anketin etibarlılıq analizi aparılmış və Cronbach Alpha əmsalı 0,739 olduğu müəyyən edilib. Bu göstərici analizin nəticəsinin etibarlı olmasını göstərir.

Cədvəl 1: Son üç ay ərzində iştirakçıların e-ticarətdən alış-veriş səviyyəsi

	Kateqoriya	Frekans dəyəri	%
Son üç ay ərzində neçə dəfə E-ticarət ilə alış-veriş həyata keçirmisiniz?	1-5	150	56.4
	6-10	64	24.1
	11-15	35	13.2
	16 və daha çox	17	6.4

Cədvəl 2: Faktor analizi 1.1

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.838
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1032.829
	df	190
	Sig.	0

Kaiser-Meyer-Olkin dəyəri 0.838 olduğundan və bu dəyər 0.7 dəyərindən böyük olduğuna görə və Bartlett's Test of Sphericity testinin Sig. dəyəri 0.05-dən kiçik olduğuna görə datalarımız faktor analizinə uyğundur.

Cədvəl 3: Faktor analizi 1.2

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.765	23.826	23.826	2.157	10.787	10.787
2	1.616	8.079	31.905	2.064	10.320	21.107
3	1.347	6.735	38.640	1.949	9.747	30.854
4	1.189	5.945	44.585	1.630	8.152	39.005
5	1.063	5.315	49.900	1.615	8.073	47.078
6	1.004	5.020	54.920	1.568	7.842	54.920

Analizə daxil edilən 20 ifadə faktor analizinə uyğun olaraq 6 qrupda toplandı. Toplam açıqlanan varians dəyəri 54.920 % olduğundan qəbul edilən dəyər hesab edilir.

Cədvəl 4: Regressiya analizi 1.1

Model Summary		ANOVA ^a	Coefficients ^a					
R	R Square	Sig.	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
				B	Std. Error	Beta		
.408 ^a	.166	.000 ^b	(Constant)	2.109	.283		7.444	.000
			LXK_yeni	.489	.067	.408	7.260	.000
a. Dependent Variable: G_yeni b. Predictors: (Constant), LXK_yeni								

Cədvəl 4-də olan R Square dəyərində baxdıqda LXK müstəqil dəyişəninin G asılı dəyişəndəki dəyişimin 16 % açıqladığını görmək mümkündür. Yəni G asılı dəyişəndəki hər hansı bir dəyişimin 16 %-i LXK müstəqil dəyişənindən qaynaqlanır. LXK müstəqil dəyişəndəki 1 vahid artım G asılı dəyişəndə 0.489 vahid artıma səbəb olacaqdır. Sig. dəyərinin 0.000 olması LXK müstəqil dəyişəninin G dəyişəninin üzərində anlamlı təsirinə olduğunu göstərir. Eyni zamanda sabit-in LXK müstəqil dəyişəni kimi modelə təsirinə anlamlı olduğunu görmək mümkündür.

Cədvəl 5: Regressiya analizi 1.2

Model Summary		ANOVA ^a	Coefficients ^a					
R	R Square	Sig.	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
				B	Std. Error	Beta		
.312 ^a	.097	.000 ^b	(Constant)	2.909	.202		14.384	.000
			MXK_yeni	.279	.052	.312	5.332	.000
a. Dependent Variable: ES_yeni b. Predictors: (Constant), MXK_yeni								

Cədvəl 5-də olan R Square dəyərində baxdıqda MXK müstəqil dəyişəninin ES asılı dəyişəndəki dəyişimin 9 % açıqladığını görmək mümkündür. Yəni ES asılı dəyişəndəki hər hansı bir dəyişimin 9 %-i MXK müstəqil dəyişənindən qaynaqlanır. MXK müstəqil dəyişəndəki 1 vahid artım ES asılı dəyişəndə 0.279 vahid artıma səbəb olacaqdır. Sig. dəyərinin 0.000 olması MXK müstəqil dəyişəninin ES dəyişəninin üzərində anlamlı təsirinə olduğunu göstərir. Eyni zamanda sabit-in MXK müstəqil dəyişəni kimi modelə təsirinə anlamlı olduğunu görmək mümkündür.

Cədvəl 6: Regressiya analizi 1.3

Model Summary		ANOVA ^a	Coefficients ^a					
R	R Square	Sig.	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
				B	Std. Error	Beta		
.260 ^a	.068	.000 ^b	(Constant)	2.669	.318		8.383	.000
			ETSE_yeni	.330	.075	.260	4.373	.000
a. Dependent Variable: E_yeni b. Predictors: (Constant), ETSE_yeni								

Cədvəl 6-da olan R Square dəyərində baxdıqda ETSE müstəqil dəyişəninin ES asılı dəyişəndəki dəyişimin 6 % açıqladığını görmək mümkündür. Yəni ES asılı dəyişəndəki hər

hansı bir dəyişimin 6 %-i ETSE müstəqil dəyişənindən qaynaqlanır. ETSE müstəqil dəyişəndəki 1 vahid artım E asılı dəyişəndə 0.330 vahid artıma səbəb olacaqdır. Sig. dəyərinin 0.000 olması ETSE müstəqil dəyişəninin ES dəyişəninin üzərində anlamlı təsirinə olduğunu göstərir. Eyni zamanda sabit-in ETSE müstəqil dəyişəni kimi modele təsirinə anlamlı olduğunu görmək mümkündür.

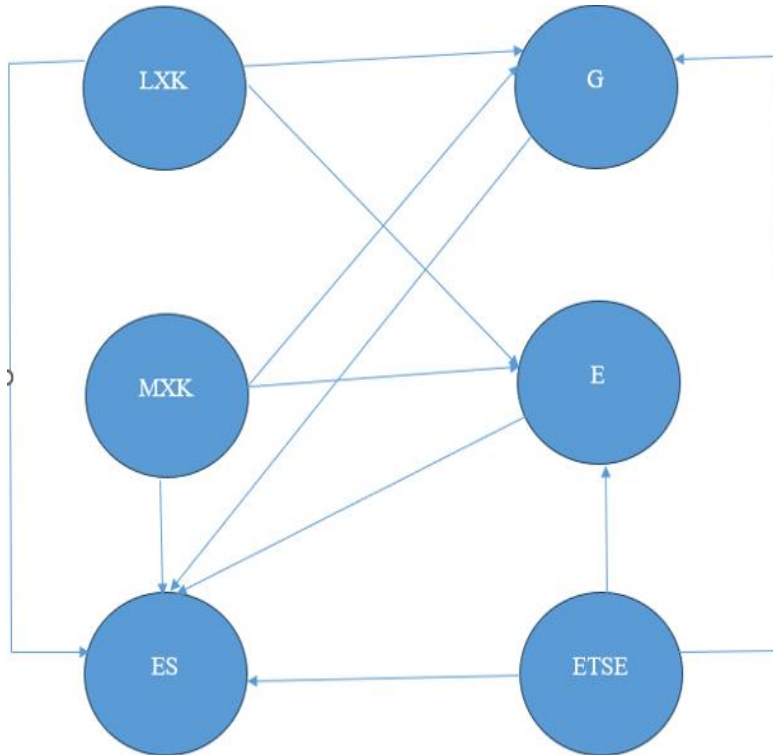
Cədvəl 7: Regressiya analizi 1.5

Model Summary		ANOVA ^a	Coefficients ^a					
R	R Square	Sig.	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
				B	Std. Error	Beta		
.347a	.121	.000 ^b	(Constant)	2.625	.226		11.602	.000
			G_yeni	.322	.054	.347	6.017	.000

a. Dependent Variable: ES_yeni
b. Predictors: (Constant), G_yeni

Cədvəl 7-də olan R Square dəyərinə baxdıqda G müstəqil dəyişəninin ES asılı dəyişəndəki dəyişimin 12 % açıqladığını görmək mümkündür. Yəni ES asılı dəyişəndəki hər hansı bir dəyişimin 12 %-i G müstəqil dəyişənindən qaynaqlanır. G müstəqil dəyişəndəki 1 vahid artım ES asılı dəyişəndə 0.322 vahid artıma səbəb olacaqdır. Sig. dəyərinin 0.000 olması G müstəqil dəyişəninin ES dəyişəninin üzərində anlamlı təsirinə olduğunu göstərir. Eyni zamanda sabit-in G müstəqil dəyişəni kimi modele təsirinə anlamlı olduğunu görmək mümkündür.

Model 1.



Cədvəl 8: Hipotezlər

Hipotezin nömrəsi	Hipotez	Nəticə
H1:	Logistika xidmətinin keyfiyyəti artdıqca müştəri güvəni və bununla əlaqəli olaraq satın alma niyyəti də artır.	Qəbul edildi
H2	Müştəri xidmətinin keyfiyyəti sədaqətə müsbət yöndə təsir edir.	Qəbul edildi
H3	E-ticarət saytının estetikası etibarlılığa müsbət yöndə təsir edir.	Qəbul edildi
H4	Güvən E-sədaqətə müsbət təsir edir.	Qəbul edildi

Bu məqalədə e-ticarət istehlakçılarının alış davranışına təsir edən elementləri aydınlaşdırılmış və əlavə olaraq bu elementlərin Azərbaycan e-ticarət istehlakçıları üzərində təsiri araşdırılmışdır. Məqalənin nəticəsinə uyğun olaraq Azərbaycanda olan və yenicə bu sahəyə başlamış e-ticarət şirkətləri müəyyən qərarlar verə bilər. Bu məqalədə 4 hipotez irəli sürülmüşdür. Cədvəldə qeyd olunduğu kimi hər bir hipotez qəbul edilmişdir.

Təkliflər

Bu araşdırma gələcək tədqiqatlarda nəzərə alınmalı olan bəzi məhdudiyətlərə malikdir. Araşdırma yalnız Azərbaycan üzərindən aparıldığına görə başqa ölkələr üçün ümumiləşdirmək problemli olardı. Ölkələrarası iqtisadi və mədəni fərqlər olduğu üçün E-ticarət istehlakçılarının alış davranışı və onların seçimlərinə təsir edən elementlərin qiymətləndirilməsi beynəlxalq miqyasda gələcək tədqiqatlar aparıla və nəticələr müqayisə edilə bilər. Həmçinin araşdırmada olan dəyişənləri ölçmək üçün verilən suallar dəyişəni tam əhatə etməməkdədir. Buna görə də tədqiqat aparmaq istəyənlər dəyişənləri tam ifadə etmək üçün daha detallı suallar qoymalıdır. Araşdırmada kainat olaraq Bakı götürülmüşdür, gələcəkdə bu sahənin inkişaf etdirilə bilməsi üçün bütün ərazilər ayı-ayrılıqda sorğu keçirilməlidir. Həmçinin gələcək tədqiqatlarda bu araşdırmanın nəticəsindən istifadə etməklə müəyyən məhsul qruplarını istehlak edən müştərilər, müəyyən sektorda fəaliyyət göstərən şirkətlərin müştəriləri üzərində araşdırmalar aparmaq və əldə edilən nəticələri müzakirə etmək tövsiyyə olunur.

Bu araşdırma çərçivəsində e-ticarət ilə məşğul olan şirkətlər öz müştərilərinin loyallığını saxlamaq üçün müştəri sədaqətinin necə təmin olunmasına dair məlumatlar əldə edirlər. Həmçinin bu məqalədə istehlakçının alış davranışlarına təsir edən elementlərdən sayt estetikasından bəhs olunmuşdur və nə qədər böyük rol oynadığı görülmüşdür. E-ticarət saytlarında satışa təqdim olunan məhsulların gözəl və ətraflı şəkildə təsvir edilməsi müştərilərin dəyərləndirməsinin artmasına kömək edir. Bu səbəbdən, satıcıların məhsulları detallı şəkildə və ətraflı təsvir etmələri və ən yaxşı görüntü təmin etmələri vacibdir. Digər tərəfdən məqalədə də qeyd olunduğu kimi müştəri xidmətinin keyfiyyəti artdıqca müştərinin e-ticarət şirkətlərinə və e-ticarət məhsullarına bağlılığı artır. Müştəri xidmət keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq üçün şirkətlərin aşağıda qeyd olunanlara riayət etmələri tövsiyyə olunur:

1.Şirkətlər müştərilər üçün əlaqə mexanizmlərini yaratmalı və müştərilərin problemlərini dərhal həll etməlidirlər. Əlaqə mexanizmləri kimi e-poçt, telefon, canlı söhbət kimi vasitələrdən istifadə edə bilərlər.

2.Müştəri müraciətlərinə dərhal cavab verilməsi müştəri xidmət keyfiyyətinin əhəmiyyətli hissələrindən biridir.

3.Müştərilər arasında tez-tez sorğuların həyata keçirilməsi həm müştərilərin loyallığını artırır, həm də şirkətlərin müştəri xidmət keyfiyyətinin inkişaf etdirilməsinə yardım edər.

Əgər şirkətlər müştərilərinin logistika xidməti vasitəsi ilə aldığı məhsulları zamanında və sağlam şəkildə çatdırıbilsə bu müştərilərdə daha çox etibar və şirkətə qarşı olan sədaqət yaradacaq, digər tərəfdən də şirkətin nüfuzunu artıracaqdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.

- 1.“Elektronik pazarlamanın tüketicilərin satın alma davranışları üzərindəki etkisi” İstanbul Ticaret Üniversitesi girişimcilik dergisi, 2020.
2. Elektron ticarət haqqında qanun, <https://e-qanun.az/framework/10406>.
3. Doç. Dr. İsmet Kahraman Arslan, Müge Koçum, “İnternet üzərindən alışverişdə tükətici davranışlarını etkileyen faktörler: güdülenmə üzerine bir uygulama” Selda Ene Doktora tezi, İstanbul 2007.
4. Cenk Erçetin/Dr.Esra Arıkan, “Elektronik ticarətdə tüketicilərin satın alma davranış və tercihlerini etkileyen unsurlar: e-ticarət siteleri üzərində bir çalışma” Yüksek Lisans Bitirme Tezi, 2015.
5. Aleksandra Gulc “Models and Methods of Measuring the Quality of Logistic Service” ScienceDirect, 2017.
6. Fikriye Yeşilot, Nil Esra Dal, “Müşəri Deneyimi Oluşturma ve Deneyimsel Pazarlama: İyaşpark Alışveriş Merkezi (AVM) Müşterileri ile Bir Araştırma” Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler dergisi, 2019.
7. Jennings, M, “Theory and models for creating engaging and immersive commerce Websites”, ACM Press (2000), p.77-85.
8. Shun Cai, Yunjie Xu, Jie Yu, “The effects of web site aesthetics and shopping tasks on consumer online purchasing behavior”, research-article, 2008.
9. Aikaterini C. Valvi, Douglas C. West “E-loyalty is not all about trust, price also matters: extending expectation-confirmation theory in bookselling websites” Journal of electronic commerce research, 2013.
10. Y.H.Canöz, “Elektronik ticarətdə sağlanan lojistik hizmet kalitesi ile müşteri Memnuniyeti ve sadakati arasındaki ilişki”, Yüksek lisans tezi, 2021.
11. Aslan, H., Taşçı, H. & Yıldız B., “Lojistik Hizmet Kalitesi ve Lojistik Bilgi Teknolojisinin Lojistik ve Firma Performansı Üzerindeki Etkisi”, (2018).
12. Emel, G, “Online seyahat alışverişlerinin hizmet kalitesinin e-memnuniyet ve e-sadakat üzerindeki etkisi”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 2018.
13. Jason M. Riley and Richard Klein, “How logistics capabilities offered by retailers influence millennials’ online purchasing attitudes and intentions”, 2019.
14. LaSalle, D. & Britton, T.A., “Deneyimlerinin Etkileri Üzerine Bir Araştırma”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2003.
15. Schmitt, B., “Experiential marketing”, Journal of Marketing Management, 1999.
16. N.Sevim, “Çevrimiçi E-Müşəri Sadakatinin Oluşumunda E-Hizmet Kalitesi, EGüven Ve E-Tatminin Etkisi”, BMIJ, 2018.
17. Gefen, D., Karahanna, E. and Straub, D.W., “Trust and TAM in online shopping: An integrated mode”, MIS Quarterly, 2003.
18. Van Der Heijden, H., Verhagen, T. and Creemers, M., “Understanding online purchase intentions: Contributions from technology and trust perspectives”, European Journal of Information Systems, 2003.
19. Fei Liu, Bo Xiao, Eric T.K. Lim, Chee-Wee Tan, “The art of appeal in electronic commerce: understanding the impact of product and website quality on online purchases”, 2017.
20. Taner Akçacı, Fatma Büşra Kur, “Online süpermarket alışverişinde tükətici güven faktörü”, Dicle üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesi dergisi, araştırma makalesi, 2020.
21. D. Ali Kızılyalçın, Bahar Gürdin, “Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin bakış açısıyla e-ticaret ve güvenilirliği: Uyucak myo örneği”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2017.

22. Sevim, N. & Eroğlu Hall, E., "Tüketici güveninin online alışveriş niyetine etkisi", Hakemli-süreli-bilimsel dergi, Journal of internet, 2014.
23. S.Huma, W.Ahmad, M.İkram, M.İ.Khawaja, "The effect of logistics service quality on customer loyalty: case of logistics service industry", South Asian Journal of Business Studies, Emerald journal, 2020.
24. W. Zhang və J. Chen, "A Study on the Impact of Logistics Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in E-commerce", 2020.
25. P.Kalia, R.Arora, S.Kumalo, "E-service quality, consumer satisfaction and future purchase intentions in e-retail", e-Service Journal, 2016.
26. J. Cox and B.G. Dale, "Service quality and e-commerce: an exploratory analysis", Emerald journal, 2001.
27. K.Ö. Atılğan, H. Alhusein, "İnternet sitesi tasarımının müşteri güveni, müşteri memnuniyeti ve satın alma niyetine etkisi", Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2021.
28. Tuygun Toklu, A., "Çevrimiçi alışveriş ve müşteri memnuniyetinin araştırılması: web tasarımının rolü", BMIJ, 2019.
29. M.S. Aydın, doç.E.Çakır, "Elektronik ticarete sadakati etkileyen faktörlerin e-sadakate etkisi", Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 2021

UOT: 519.86

КОИНТЕГРАЦИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДВУСТОРОННИХ ТОРГОВЫХ ПОТОКОВ МЕЖДУ АЗЕРБАЙДЖАНОМ И УКРАИНОЙ И ЭКОНОМИК ЭТИХ СТРАН В ПОДУШЕВОМ АСПЕКТЕ

Арзу АЛИЗАДЕ

Бакинский государственный университет

arzu.alizade.98@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В данной работе построена ЕСМ-модель (модель коррекции ошибок) взаимосвязи торгового оборота Азербайджана с Украиной на душу населения Азербайджана и ВВП этих стран в подушевом аспекте за период 1994-2022 гг., последние показатели которых отражают уровень активности и уровень жизни в этих странах. В работе использована эконометрическая методология гравитационного моделирования взаимосвязи между нестационарными временными рядами и корректно были использованы различные методы, включая расширенный тест Дики-Фуллера на наличие единичного корня, тест Грейнджера на причинно-следственную связь, тесты Энгла-Йохансена на коинтеграцию, векторная модель коррекции ошибок. Обосновано существование одного статистически значимого коинтеграционного соотношения равновесной долгосрочной взаимосвязи между анализируемыми показателями. Определен статистически значимый коэффициент приспособления, равный $-0,35$, показывающий скорость возврата к равновесной траектории после шоковых воздействий независимых факторов. Равновесная траектория после шока в предыдущем году обеспечивается почти через три года.

Ключевые слова: торговый оборот, ВВП, нестационарные ряды, коинтеграция, модель коррекции ошибок

CO-INTEGRATION OF INDICATORS OF BILATERAL TRADE FLOWS BETWEEN AZERBAIJAN AND UKRAINE AND THE ECONOMIES OF THESE COUNTRIES IN PER CAPITA ASPECT

ABSTRACT

In this paper an ECM model (error correction model) of the relationship between the trade turnover of Azerbaijan with Ukraine per capita of Azerbaijan and GDP of these countries in per capita aspect for the period 1994-2022 is constructed, the last indicators of which reflect the level of activity and standard of living in these countries. The article uses econometric methodology of gravitational modeling of relationship between non-stationary time series. Various methods including the augmented Dickey-Fuller unit root test, Granger causality test, Engle-Johansen cointegration tests, vector error correction model were correctly used in modeling. The existence of one statistically significant cointegration relationship of the equilibrium long-run relationship between the analyzed indicators was substantiated. A statistically significant adjustment coefficient equal -0.35 has been determined, showing the rate of return to the equilibrium trajectory aftershocks of independent factors. The equilibrium trajectory after the shock of the previous year is provided after almost three years.

Keywords: trade turnover, GDP, nonstationary time series, cointegration, error correction model

AZƏRBAYCANLA UKRAYNA ARASINDA İKİTƏRƏFLİ TİCARƏT AXINI GÖSTƏRİCİLƏRİ İLƏ BU ÖLKƏLƏRİN İQTİSADİYYATLARININ ADAMBAŞINA ASPEKTDƏ KOİNTEQRASIYASI

XULASƏ

Məqalədə 1994-2022-ci illər ərzində Azərbaycanın adambaşına düşən Ukrayna ilə mal dövriyyəsinin və bu ölkələrin adambaşına düşən ÜDM-i arasındakı əlaqənin ECM modeli (səhvlərin korreksiyası modeli) qurulmuşdur. Sonuncu göstəricilər bu ölkələrdə fəaliyyət səviyyəsini və yaşayış səviyyəsini əks etdirir. Təhlil olunan zaman sıraları səviyyələrdə qeyri-stasionardır və onların birinci tərtib fərqləri stasionardır. Bütün zaman sıraları logarifmlənmişdir. Məqalədə qeyri-stasionar zaman sıraları arasındakı əlaqənin qravitasiya modelləşdirilməsinin ekonometrik metodologiyasından istifadə olunur. Modelləşdirmə zamanı müxtəlif metodlardan korrekt istifadə edilmişdir, o cümlədən genişləndirilmiş Dickey-Fuller vahid kök testi, Granger

səbəbiyyət testi, Engle-Johansen kointegrasiya testləri, vektor səhvlərin korreksiyası modeli və standart diaqnostik testlər. Təhlil olunan göstəricilər arasındakı tarazlı uzunmüddətli əlaqənin statistik cəhətdən əhəmiyyətli bir kointegrasiya asılılığının mövcudluğu əsaslandırılmışdır. Statistik əhəmiyyətli səhvlərin düzəlişi əmsalının qiyməti -0,35 müəyyənləşdirilmişdir. Bu qiymət asılı olmayan faktorların şokları nəticəsində tarazlıq vəziyyətindən kənara çıxmanın həmin vəziyyətə qayıtma sürətidir və tarazlıq traektoriyasına 3 ildən sonra qayıtmanı göstərilir.

Acar sözlər: mal dövriyyəsi, UDM, qeyri-stasionar zaman sıraları, kointegrasiya, səhvlərin korreksiyası modeli

Введение

Одним из важнейших показателей открытости торговли между двумя странами является взаимная торговля на душу населения. Рост этого показателя на прямую зависит от сокращения численности населения, что увеличивает степень открытости экономики данной страны. Торговый оборот на душу населения также является одним из индикаторов внешнеэкономической безопасности во внешнеторговом аспекте. Хотя ВВП на душу населения является одним из базовых в международной статистике для анализа уровня жизни, он дает лишь приблизительные представления о благосостоянии населения, поскольку не учитывает ряд важных моментов. Например, не показывает равномерность распределения национальных доходов между гражданами страны. Динамика доходов населения отражает общеэкономические тренды роста или спада ВВП на душу населения. На фоне украинского кризиса исследование торгово-экономических отношений приобретает особую актуальность. В настоящее время торговля между Украиной и Азербайджаном испытывает влияние геополитической напряженности и войны между Россией и Украиной, что неблагоприятно сказывается на деловые климаты, торговлю за счёт нарушения экономической деятельности, транспортной и логистической инфраструктуры, а также гибели и перемещения людей, которые были экономически активной частью населения Украины. Налаживание глубоких торговых экономических связей между этими странами может дать толчок к экономическому процветанию двух стран, особенно Украины. На протяжении последних 6 лет в обоих государствах отмечается рост ВВП на душу населения. До этого периода в динамике данных показателей наблюдались колебательные характеристики с небольшими амплитудами. Вместе с тем, устойчивой конвергенции экономик не наблюдалось. Сохраняется разрыв в уровнях доходов на душу населения. При этом в период экономической и логистической нестабильности, войны с Россией наблюдалась дивергенция показателей. У обеих стран, начиная с 2017 г. по 2022 г. наблюдается рост ВВП на душу населения, но разрыв между показателями стран увеличивается в сторону Азербайджана. Еще в 2017 году величина ВВП на душу населения составила 2190 долларов США. Украина стала самой бедной страной по ВВП на душу населения, опередив по этому показателю Молдавию. Начиная с 2002 г. по 2022 г. население Украины каждый год сокращалось. Численность населения страны на момент начала боевых действий (24 февраля 2022 года) превысила 41 млн человек. Несколько миллионов украинцев были вынуждены покинуть свои дома, при этом больше всего украинских беженцев, около 3,5 млн человек, приняла Россия. Общее число украинских беженцев, зарегистрированных в Европе, около 8 млн человек. В Украину могут не вернуться до 3,3 млн беженцев, что обойдётся в примерно 7% ВВП.

Невозвращение украинцев сильно влияет на украинскую экономику, которая может терять от 2% до 7% ВВП ежегодно.

Индекс экономической свободы страны по данным 2021 года [13] составил 56,2, а рейтинг снизился с умеренной свободы до, в основном, несвободной (рейтинг группы 50-59 баллов). Этот коэффициент для Азербайджана составил 70,1 как в группе стран с основной свободой экономики (группа 70-79 баллов). В этом же индексе показатель для

Украины в 2022 году составил 54,1 баллов, а для Азербайджана-61,6. В 2023 году в Азербайджане ухудшился данный показатель и составил 61,4 баллов, попадая в группу стран с умеренно свободной экономикой (от 60-70 баллов). По данным за 1995-2023 гг. показатель индекса экономической свободы Украины в период 1998-2003 гг. поднялся с 40,4 до 53,4 баллов, а для Азербайджана с 44,1 до 54,1 баллов. Начиная с 2007 по 2021 гг. в Украине наблюдался незначительный подъем данного показателя- с 51,5 до 54,1 баллов, в то время как в Азербайджане произошел значительный подъем с 54,6 до 70,1 баллов.

Тренд за весь период для Украины выражается логарифмической функцией $y_t = 3,67 \ln t + 39,816$ ($R^2 = 0,4528$), а для Азербайджана линейным уравнением $y_t = 0,9826t + 40,74$ ($R^2 = 0,7853$).

Основной причиной снижения уровня свободы является четкое неадекватное проведение монетарной политики в условиях сложной политико-экономической ситуации.

Анализ последних публикаций

Имеются очень мало опубликованных работ, посвященных исследованию торгово-экономических и гуманитарных связей между Украиной и Азербайджанской Республикой. Есть отдельные работы, в которых было проанализировано современное состояние экономики Украины, Азербайджана и воздействие военного конфликта между Россией и Украиной на социально-экономическое развитие последней, а также последствий для украино-азербайджанских торгово-экономических связей в условиях заблокированной логистики. В частности, в работе [1] построен математико-статистически корректный динамический аналог гравитационной модели торговых потоков между Украиной и Азербайджаном в зависимости от ВВП этих стран, что позволяет провести динамический анализ эффективного государственного регулирования экспортных и импортных операций между этими странами для балансирования взаимной торговли. Например, в 2022 году Украина имела торговый дефицит с Азербайджаном на 98169200 долларов США. Необходимо продолжить анализ подобной модели с добавлением последующих годов для отыскания путей снижения дефицита торгового баланса. В работе [2] определено, что экономические последствия от современных военных конфликтов, наряду с другими макроэкономическими факторами, количественно и качественно влияют на изменения ВВП на душу населения. В статьях [3-5] проанализировано современное состояние экономики Украины, детально изучены вопросы внешнеторговых отношений Украины, динамика экспортно-импортных операций этой страны сырьем, анализирована структура экспорта и импорта. Работа [6] связана с исследованием украино-азербайджанского торгово-экономического сотрудничества. Здесь были отмечены основные риски и угрозы, ограничивающие расширение торговли между

двумя странами. Авторы склонны к тому, что азербайджанская сторона вряд ли отдает приоритет поставкам углеводородов в Украину и вопрос поставок будет обсуждаться лишь декларативно, без видимых перспектив его решения в интересах Украины, есть риск одностороннего нарушения Баку в отношении реализации зоны свободной торговли, сигналом которого является введение Баку необоснованных неофициальных ограничений на объем ввозимой продукции, произведенной в Украине. Отметим, что высказанное мнение авторов этой статьи о риске неуместно в реалиях. Азербайджан является стратегическим партнером Украины как в политической, так и торгово-экономической сферах с первых дней обретения независимости двух стран. Помимо этого, Азербайджан никогда не расторгнул ни одного двустороннего межправительственного соглашения с Украиной в одностороннем порядке, и наоборот, заключенные договоры выполняются в полном объеме без каких-либо ограничений, неотраженных в договоре. В статье [7] приведен сравнительный анализ методов экономико-статистического и управленческого анализа, которые могут послужить инструментом при рассмотрении воздействия экономической асимметрии стран-партнеров на эффективность их торгово-экономической интеграции. В работе [8] с более обстоятельным сопоставлением с работой [1] определяется новая спецификация модели зависимости между ВВП Азербайджана и торговым оборотом с Украиной в дополнении с Грузией. Исследование [9] является дополнением к статье [8]. Результаты работы [10] показали, что сближение экономик по уровню доходов и сокращение существующих разрывов в условиях геополитической и экономической неопределенности, продолжающейся войны и вызванными ею разрывами с логистической цепочке, является труднореализуемыми. Здесь уместно также отметить, что ВВП на душу населения по ППС-это очень важный показатель, отражающий, сколько реально потребляют люди. То есть, по сути, реальный уровень жизни. Для сравнения в Азербайджане он равен 17764,4 долларов США на 2022 год, а в Украине 12671,2 долларов США, то есть среднестатистический азербайджанец жил в 1,4 раза лучше украинца. В работе [11] проанализированы последствия санкций против России для постсоветских партнерских стран.

Цели и методология

Целью данной работы является коинтеграционный анализ показателей двусторонних торговых потоков между Азербайджаном и Украиной на душу населения Азербайджана и ВВП этих стран в подушевом аспекте в условиях сильного влияния в условиях сильного влияния финансовых и социально-экономических кризисных процессов и войны. Работа направлена на эмпирическое исследование совместного движения этих показателей, выявление причинно-следственных связей и коинтеграционной зависимости, определение долгосрочного коинтеграционного соотношения, построение ЕСМ-модели (модели коррекции ошибок) взаимосвязи торгового оборота Азербайджана с Украиной на душу населения Азербайджана и ВВП этих стран в подушевом аспекте. Период наблюдения с 1994 по 2022 гг. В работе использована эконометрическая методология, включая расширенный тест Дики-Фуллера на наличие единичного корня, тест Грейнджера на причинно-следственную связь, тесты Энгла-Йохансена на коинтеграцию и векторная модель коррекции ошибок, стандартные диагностические тесты.

Основные результаты исследования

В данной работе исследуются взаимосвязи показателей ВВП Азербайджана и Украины на душу населения и торгового оборота на душу населения Азербайджана с помощью метода логарифмической аппроксимации фактических данных с последующей экстраполяцией. При этом в качестве исходной зависимости рассмотрено мультипликативно-степенное соотношение

$$y_t = \alpha_0 e^{\alpha t} x_{t1}^{\alpha_1} x_{t2}^{\alpha_2} d^{\alpha_3} \varepsilon_t \quad t = \overline{1,29} \quad (1)$$

модели зависимости торгового оборота на душу населения Азербайджана y_t от фактора x_{t1} , означающего ВВП на душу населения Азербайджана и фактора x_{t2} , означающего ВВП на душу населения Украины, со случайным членом ε_t , который включает в себя суммарное влияние всех неучтенных в модели факторов, ошибок измерений и географическим расстоянием d (в тыс. километрах) между Баку и Киевом. В этой формуле α_0 - свободный член, α -коэффициент, характеризующий экспоненциальный временной тренд; введение этого множителя уменьшает эффект ложной регрессии, связанный с наличием переменных общего детерминированного тренда, $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ - постоянные числа. Здесь основные факторные элементы объединяются операцией умножения. Предполагается, что $\alpha_1 > 0, \alpha_2 > 0, \alpha_3 < 0$.

Здесь в качестве факторов, влияющих на торговый оборот на душу населения Азербайджана выбираются основные макроэкономические показатели – ВВП на душу населения Азербайджана и Украины [14]. Используются данные о численности населения Азербайджана и Украины за период 1994-2022 гг. без учета Автономной Республики Крым и г. Севастополь с 2015 года [15,16].

Уравнение регрессии является линейным относительно логарифмов исходных переменных, модель является двойной логарифмической с трендовой составляющей.

Изучаемые временные ряды будем трансформировать в логарифмические. Такая трансформация позволяет более наглядно представить связь между рассматриваемыми показателями. Первые разности логарифмов являются аппроксимацией темпов прироста соответствующих переменных.

Дескриптивные статистики по логарифмам переменных и динамические описания данных приведены в таблице 1 и на рисунке 1:

Таблица 1. Дескриптивные статистики по логарифмам переменных

	LN_ТОРГОВОБОРОТ_АЗ	LN_ВВП_АЗ	LN_ВВП_УКР	LN_ОСТАТКОВ
Среднее значение	3.565080	7.661385	7.585440	-1.796868
Медиана	3.728401	8.263767	7.779602	-1.706395
Максимум	5.081547	8.973457	8.482156	-0.176556
Минимум	1.738722	5.056651	6.454818	-4.181147
Стандартное отклонение	0.971736	1.184844	0.669863	0.997854
Асимметрия	-0.311784	-0.545504	-0.325597	-0.405188
Экссесс	1.862812	1.902474	1.572313	2.606473
Статистика Jarque-Bera	2.032457	2.893790	2.975332	0.980649
Вероятность	0.361957	0.235300	0.225899	0.612428
Сумма	103.3873	222.1802	219.9778	-52.10917
Сумма квадрат. отк.	26.43959	39.30798	12.56404	27.87995
Количество наблюдений	29	29	29	29

Источник: разработка автора

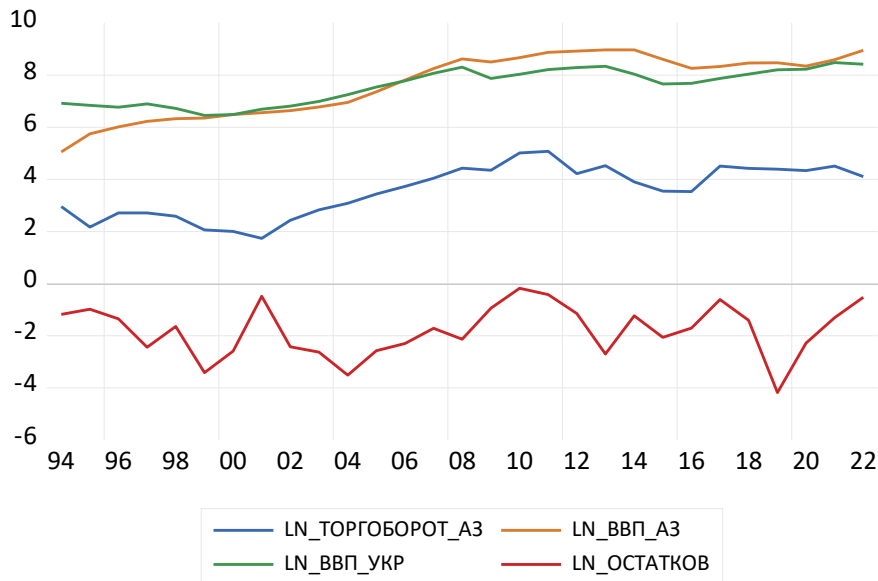


Рисунок 1. Динамические описания данных
Источник: разработка автора

Исходя из сравнительного анализа с результатами работы [12], таблицы 1 и рисунка 1, можно выдвинуть предположение о том, что зависимость логарифма оборота внешней торговли на душу населения Азербайджана от логарифмов ВВП Азербайджана и Украины на душу населения описывается следующей линейной регрессионной моделью

$$\ln y_t = \alpha_{00} + at + \alpha_1 \ln x_{t1} + \alpha_2 \ln x_{t2} + \ln \varepsilon_t, t = \overline{1, 29} \quad (2)$$

где y_t, x_{t1}, x_{t2} – соответствующие факторы, $\alpha_{00} = \ln \alpha_0 + \alpha_3 \ln d$, α_1, α_2 – неизвестные параметры модели; ε_t – случайный член, который включает в себя суммарное влияние всех неучтенных в модели факторов, ошибок измерений.

Для определенности возьмем $d = 2,233$ тыс. км, $\alpha_3 = -2$. Преобразование (1) в (2) приводит к преобразованию случайных отклонений ε_t в $\ln \varepsilon_t$. Использование метода наименьших квадратов (МНК) в (2) для нахождения оценок параметров требует чтобы отклонения $v_t = \ln \varepsilon_t$ удовлетворяли предпосылкам МНК: $v_t \sim N(0, \sigma^2)$, т.е. v_t должна подчиняться нормальному распределению с нулевым математическим ожиданием и конечной дисперсией σ^2 . Это возможно только в случае логарифмического нормального распределения случайной величины ε_t с математическим ожиданием

$$M(\varepsilon_t) = e^{\frac{\sigma^2}{2}} \text{ и дисперсией } D(\varepsilon_t) = e^{\sigma^2}(e^{\sigma^2} - 1).$$

Оцененная модель множественной регрессии по методу наименьших квадратов, реализованная в специальном программном обеспечении Eviews 12, описывается в таблице 2:

Таблица 2. Оцененная модель множественной регрессии по логарифмам переменных

Зависимая переменная : LN_ТОРГОВОРОТ_АЗ				
Метод: Наименьших квадратов				
Выборка: 1994 2022				
Включенные наблюдения: 29				
Переменные	Коэффициент	Станд.ошибка	t-статистика	Вероятность
LN_ВВП_АЗ	0.087899	0.164418	0.534606	0.5978
LN_ВВП_УКР	1.386268	0.259806	5.335791	0.0000
LN_ОСТАТКОВ	0.050289	0.068098	0.738481	0.4674
@ТРЕНД	-0.016706	0.017561	-0.951357	0.3509
С	-7.299549	1.351969	-5.399200	0.0000
Коэффициент детерминации	0.889892	Среднее арифметическое значение зависимой переменной		3.565080
Скорректированный коэф.детерминации	0.871541	Стандартное среднее квадратическое отклонение зависимой переменной		0.971736
Станд.ошибка регрессии	0.348282	Информационный критерий Акайке		0.883975
Сумма квадратов остатков	2.911204	Критерий Шварца		1.119716
Значение функции максимального правдоподобия	-7.817644	Критерий Ханнана-Куина		0.957807
F-статистика	48.49207	Статистика Дарбина-Уотсона		1.433581
Вероятность(F-статистика)	0.000000			

Источник: разработка автора

и имеет следующий формальный вид:

$$\text{LN_ТОРГОВОРОТ_АЗ} = 0.0878986580843 \cdot \text{LN_ВВП_АЗ} + 1.38626825346 \cdot \text{LN_ВВП_УКР} + 0.0502890848992 \cdot \text{LN_ОСТАТКОВ} - 0.0167063492504 \cdot \text{@ТРЕНД} - 7.29954877485 \quad (3)$$

Как видно из полученных в таблице 2 результатов, общая формальная модель точна, коэффициент детерминации имеет высокое значение 88%.

Введение временного тренда не является, видимо, важным, поскольку и без него значение коэффициента детерминации велико, тем не менее, он улучшает точность. Необходимо рассмотреть как коррелируют логарифмы факторов со временем t . Хорошая корреляция логарифмов величин с t фактически свидетельствует о хорошей точности аппроксимации зависимости самих величин от временной экспоненты. Коэффициент при переменной ВВП на душу населения Украины становится положительным на отметке 1%, а для ВВП на душу населения Азербайджана - положительным незначительно. Это означает, что для Украины взаимная торговля между странами объясняется со слабой схожестью уровня развития стран. Это означает, что для Азербайджана взаимная торговля между странами объясняется со слабой схожестью уровня развития стран.

Рассмотрим другие прогностические характеристики модели на основе тестов CUSUM. Данные тесты основаны на расчете накопленных сумм рекурсивных остатков и накопленных сумм квадратов рекурсивных остатков и оценке соответствующих уравнений. Результатами тестов являются диаграммы динамики этих величин и 95%-ые доверительные интервалы для них. Если рекурсивные оценки остатков выходят за критические границы, то это говорит о нестабильности параметров модели. Результаты тестирования для модели (3) описаны рисунками 2 и 3. В рисунке 2

расположение синей линии между красными линиями означает, что гипотеза H_0 – об устойчивости параметров принимается, а если синяя линия пересекается с красными, тогда гипотеза H_0 отклоняется в пользу альтернативной гипотезы H_a – о неустойчивости параметров относительно длины временного отрезка. Рисунок 3 показывает, что рекурсивные оценки остатков (CUSUM) и квадраты рекурсивных оценок остатков (CUSUM of Squares) не выходят за 95%-ые доверительные интервалы, что еще раз подтверждает высокие прогностические возможности разработанной модели (3). Таким образом, проведенные прогностические тесты показали, что модель (3) является стабильной, правильно специфицированной и обладает устойчивыми прогностическими характеристиками.

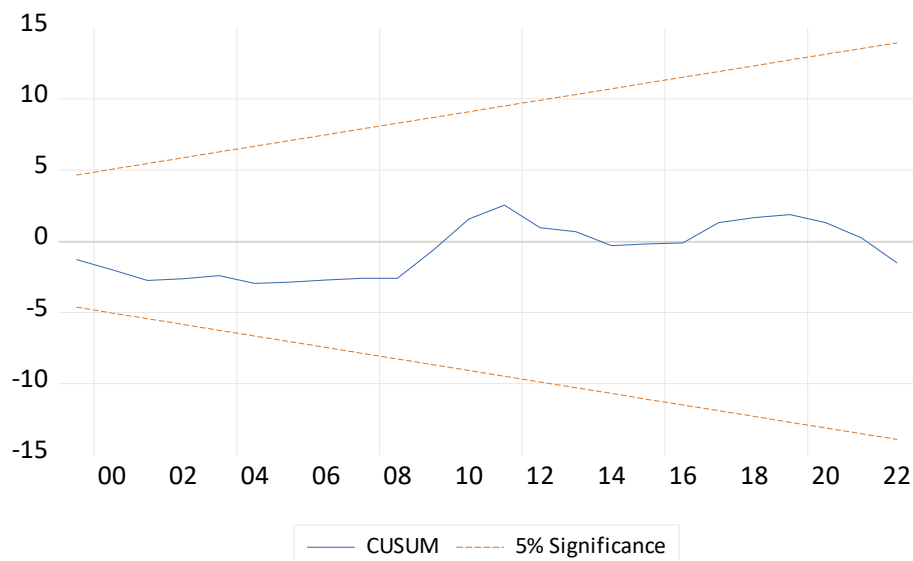


Рисунок 2. Рекурсивные оценки остатков

Источник: разработка автора



Рисунок 3. Стандартизированные оценки остатков

Источник: разработка автора

Обратим внимание на коэффициенты корреляции между факторами, представленные корреляционной матрицей таблицы 3:

Таблица 3. Корреляционная матрица

	LN_ТОРГОВОРОТ_АЗ	LN_ВВП_АЗ	LN_ВВП_УКР
LN_ТОРГОВОРОТ_АЗ	1.000000	0.865995	0.939225
LN_ВВП_АЗ	0.865995	1.000000	0.920561
LN_ВВП_УКР	0.939225	0.920561	1.000000

Источник: разработка автора

Качественная оценка тесноты связи между факторами выявляется по шкале Чедокка. На основе этой шкалы, если значение элемента этой матрицы находится между 0,5 и 0,7, тогда теснота связи между соответствующими факторами считается заметной, а если значение элемента находится в интервале (0,7; 0,9), тогда теснота связи соответствующих пар принимается как высокая. Высокое значение коэффициента корреляции между независимыми факторами указывает на наличие частичной мультиколлинеарности между этими показателями, что ухудшает точность расчетов коэффициентов модели. В этом случае такой моделью некорректно пользоваться, на ее основании невозможно сделать обоснованный прогноз. Следовательно, полученная формальная модель (3) нуждается в изменении и уточнении. Для этой цели будем переходить от самих величин к разностям их логарифмов для уравнения (3). Возьмем последовательные разности логарифмов в моменты t и $t-1$, то есть фактически темпы прироста рассмотренных показателей.

Для проверки значимости построенной модели (3) рассчитаны наблюдаемое и критическое значения критерия Фишера. Эти значения соответственно равны 48.49207 и 2,78 на уровне значимости 5% и степени свободы $k_1 = 4$, $k_2 = 24$. Ввиду того, что $48.49207 > 2,78$, модель считается значимой.

Проверка автокорреляции осуществлена с помощью d -статистики Дарбина-Уотсона. По таблице критических значений d -статистики для числа наблюдений 29, числа объясняющих переменных 4 и заданного уровня значимости 0,05 значения $d_{\text{нижний}} = 1,12$ и $d_{\text{верхний}} = 1,74$, которые разбивают отрезок $[0,4]$ на пять областей, найдено наблюдаемое значение $d_{\text{набл}} = 1.43$. Так как $d_{\text{набл}} > d_{\text{нижний}}$, наблюдаемое значение попадает в зону неопределенности.

Теперь рассмотрим задачу на наличие гетероскедастичности. Гетероскедастичность приводит к тому, что оценки коэффициентов регрессии не являются эффективными, увеличиваются дисперсии распределений оценок коэффициентов. Здесь гетероскедастичность остатков проверена тестом Уайта и результаты, представленные в таблице 4. Величина $nR^2 = Obs * R - squared$, где $n = 29$, R^2 - коэффициент детерминации для вспомогательной регрессии квадратов остатков на все регрессоры, их квадраты, попарные произведения и константу, и равен 26.97468, и эта величина меньше значения $\chi_{0,194}^2(14) = 26,97469$. Так как $nR^2 < \chi_{0,0212}^2$, то гипотеза о гомоскедастичности принимается.

Таблица 4. Результаты теста Уайта на наличие гомоскедастичности

F-статистика	13.31874	Вероятность. F(14,14)	0.0000
Наб*Коэффициент детерминации	26.97468	Вероятность Хи-Квадрат(14)	0.0194

Источник: разработка автора

Проверка стационарности временных рядов переменных моделирования проведена при помощи расширенного теста Дики-Фуллера. Результаты тестирования показали, что исходные ряды не стационарны, а их первые разности являются стационарными. Ряд $\Delta LN_ТОРГОВОРОТ_АЗ$ является стационарным на всех уровнях значимости как для случая только со свободным членом, так и случая со свободным членом и трендом. Ряд $\Delta LN_ВВП_АЗ$ является стационарным на 5%-ном и 10%-ном уровнях значимости для случая со свободным членом, а ряд $\Delta LN_ВВП_УКР$ стационарен на всех уровнях значимости для спецификации со свободным членом, а также на 5%-ном и 10%-ном уровнях значимости для случая со свободным членом и трендом.

Таблица 5. Результаты теста Дики-Фуллера

Переменные	Статистика критерия	Критич. знач.1%	Критич. знач. 5%	Критич. знач.10%	Уровень вероят.
Разности первого порядка					
$\Delta LN_ТОРГОВОРОТ_АЗ$	-5.594453	-3.699871	-2.976263	-2.627420	0.0001
$\Delta LN_ВВП_АЗ$	-3.417111	-3.699871	-2.976263	-2.627420	0.0192
$\Delta LN_ВВП_УКР$	-3.718642	-3.699871	-2.976263	-2.627420	0.0096

Источник: разработка автора

Проверка причинных связей между факторами для лаговых значений $m=1,2,3$ осуществлена тестом Грэйнджера. Результат описан в таблице 6.

Таблица 6. Результаты теста Грейнджера

Нулевая гипотеза	m=1		m=2		m=3	
	F-стат.	P-знач.	F-стат.	P-знач.	F-стат.	P-знач.
$LN_ВВП_АЗ$ не является причиной $LN_ТОРГОВОРОТ_АЗ$	3.78818	0.0629	0.31518	0.7329	2.34908	0.1048
$LN_ТОРГОВОРОТ_АЗ$ не является причиной $LN_ВВП_АЗ$	12.1933	0.0018	2.13403	0.1422	0.74240	0.5399
$LN_ВВП_УКР$ не является причиной $LN_ТОРГОВОРОТ_АЗ$	2.91654	0.1001	1.02332	0.3759	1.32646	0.2952
$LN_ТОРГОВОРОТ_АЗ$ не является причиной $LN_ВВП_УКР$	0.69210	0.4133	0.65314	0.5302	0.29099	0.8314
$LN_ВВП_УКР$ не является причиной $LN_ВВП_АЗ$	15.7152	0.0005	3.03491	0.0686	1.40257	0.2728
$LN_ВВП_АЗ$ не является причиной $LN_ВВП_УКР$	0.28863	0.5959	1.07249	0.3594	0.56582	0.6442

Источник: разработка автора

Как видно из таблицы 6, между переменными $LN_ВВП_АЗ$ и $LN_ТОРГОВОРОТ_АЗ$ имеются двусторонние причинно-следственные связи для лага $m=1$ на 10% уровне значимости, а также односторонние связи для лага $m=2$ на уровне

значимости 15% и для лага $m=3$ на 10% уровне значимости. А между переменными LN_ВВП_УКР и LN_ТОРГОВОБОРОТ_АЗ обнаружена односторонняя причинно-следственная связь для лага $m=1$ на 10% уровне значимости.

Тест Йохансена показал, что все переменные являются коинтегрированными, что удостоверяет их долгосрочную взаимосвязь и подлинность корреляции. Учитывая информационные критерии Акайке и Шварца, наилучшим оказался лаг, равный 1. Получено одно коинтеграционное соотношение со степенью интеграции 1 и рангом коинтеграции равным 1. Результаты тестирования представлены в таблице 7:

Таблица 7. Результаты теста Йохансена на коинтегрированность по логарифмам переменных

Выборка: 1994 2022					
Включенные наблюдения: 26					
Ряды: LN_ТОРГОВОБОРОТ_УКР LN_ВВП_АЗ LN_ВВП_УКР					
Выбранное (5% уровень значимости*) количество коинтегрирующих связей по модели					
Тренд данных:	Нет тренда	Нет тренда	Линейный тренд	Линейный тренд	Квадратичный тренд
Тип теста	Нет константы	Константа	Константа	Константа	Константа
	Нет тренда	Нет тренда	Нет тренда	Тренд	Тренд
Trace	1	1	1	1	1
Max-Eig	1	1	1	1	1
Информационные критерии по рангу и модели					
Тренд данных:	Нет тренда	Нет тренда	Линейный тренд	Линейный тренд	Квадратичный тренд
Ранг	Нет константы	Константа	Константа	Константа	Константа
	Нет тренда	Нет тренда	Нет тренда	Тренд	Тренд
Значение функции максимального правдоподобия по рангу (строки) и модели (столбцы)					
0	32.91224	32.91224	35.72163	35.72163	38.45180
1	46.72191	47.51390	50.22850	59.65976	61.82923
2	50.43974	53.52211	53.54540	66.86722	69.01568
3	51.75519	55.81538	55.81538	69.33592	69.33592
Информационный критерий Акайке по рангу (строки) и модели (столбцы)					
0	-0.472979	-0.472979	-0.457731	-0.457731	-0.436144
1	-1.097753	-1.081112	-1.138280	-1.812781	-1.826338
2	-0.915179	-1.001768	-0.923632	-1.829378	-1.921254*
3	-0.540415	-0.625231	-0.625231	-1.466874	-1.466874
Критерий Шварца по рангу(строки) и модели (столбцы)					
0	0.843407	0.843407	1.004920	1.004920	1.172772
1	0.511163	0.576559	0.616901	-0.008844*	0.075108
2	0.986267	0.997188	1.124080	0.315844	0.272722
3	1.653561	1.715011	1.715011	1.019633	1.019633

Источник: разработка автора

В таблице 7 анализированы все 5 вариант гипотез: $H_2(r)$, $H_1^*(r)$, $H_1(r)$, $H^*(r)$, $H(r)$, соответственно означающие: $H_2(r)$ – данные не имеют детерминированного тренда, уравнение коинтеграции не содержит ни тренда, ни свободного члена; $H_1^*(r)$ – данные не имеют детерминированного тренда, коинтеграционное соотношение содержит свободный член и не содержит тренда; $H_1(r)$ – данные содержат детерминированный тренд, коинтеграционное уравнение содержит свободный член и не содержит тренд; $H^*(r)$ – данные имеют детерминированный линейный тренд, коинтеграционное соотношение имеет и тренд, и свободный член; $H(r)$ – данные содержат

детерминированный квадратичный тренд, коинтеграционное уравнение содержит тренд и свободный член. В случае $H^*(r)$ информационные критерии Акайке и Шварца соответственно имели низкие значения -1.921254* и --0.008844*

Выполняя процедуры программы Eviews 12 найдены следующие уравнения коррекции ошибок для разностей первого порядка логарифмических значений торгового оборота на душу населения Азербайджана и ВВП на душу населения Азербайджана и Украины:

$$\begin{aligned} D(LN_ТОРГОВОБОРОТ_A3) = & - 0.350430326548*(LN_ТОРГОВОБОРОТ_A3(-1) - \\ & 5.30129654417*LN_ВВП_A3(-1) + 9.57563039523*LN_ВВП_УКР(-1) - \\ & 0.291117217058*@ТРЕНД(94) - 30.5194035535) + \\ & 0.0687177243902*D(LN_ТОРГОВОБОРОТ_A3(-1)) + \\ & 0.605983940278*D(LN_ТОРГОВОБОРОТ_A3(-2)) + 0.220756761058*D(LN_ТОРГОВОБОРОТ_A3(- \\ & 3)) - 0.711028206071*D(LN_ВВП_A3(-1)) - 1.13996513215*D(LN_ВВП_A3(-2)) + \\ & 3.00153332854*D(LN_ВВП_A3(-3)) + 2.42545811732*D(LN_ВВП_УКР(-1)) + \\ & 1.77274528852*D(LN_ВВП_УКР(-2)) + 0.100627135037*D(LN_ВВП_УКР(-3)) - \\ & 0.50282164582 \quad (4) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} D(LN_ВВП_A3) = & 0.0427383676263*(LN_ТОРГОВОБОРОТ_A3(-1) - \\ & 5.30129654417*LN_ВВП_A3(-1) + 9.57563039523*LN_ВВП_УКР(-1) - \\ & 0.291117217058*@ТРЕНД(94) - 30.5194035535) + \\ & 0.0542058308932*D(LN_ТОРГОВОБОРОТ_A3(-1)) + \\ & 0.00822519837898*D(LN_ТОРГОВОБОРОТ_A3(-2)) + \\ & 0.0188186999211*D(LN_ТОРГОВОБОРОТ_A3(-3)) + 0.167739492593*D(LN_ВВП_A3(-1)) - \\ & 0.250507614332*D(LN_ВВП_A3(-2)) - 0.0784618422815*D(LN_ВВП_A3(-3)) + \\ & 0.10242336541*D(LN_ВВП_УКР(-1)) - 0.0566079351706*D(LN_ВВП_УКР(-2)) + \\ & 0.162346672584*D(LN_ВВП_УКР(-3)) + 0.110666586236 \quad (5) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} D(LN_ВВП_УКР) = & - 0.0557627412502*(LN_ТОРГОВОБОРОТ_A3(-1) - \\ & 5.30129654417*LN_ВВП_A3(-1) + 9.57563039523*LN_ВВП_УКР(-1) - \\ & 0.291117217058*@ТРЕНД(94) - 30.5194035535) + 0.162663681264*D(LN_ТОРГОВОБОРОТ_A3(- \\ & 1)) + 0.204464584302*D(LN_ТОРГОВОБОРОТ_A3(-2)) + \\ & 0.119795375019*D(LN_ТОРГОВОБОРОТ_A3(-3)) - 0.361765309934*D(LN_ВВП_A3(-1)) + \\ & 0.2615833541*D(LN_ВВП_A3(-2)) - 0.0147169990467*D(LN_ВВП_A3(-3)) + \\ & 0.643048883218*D(LN_ВВП_УКР(-1)) - 0.214163623484*D(LN_ВВП_УКР(-2)) + \\ & 0.121164246472*D(LN_ВВП_УКР(-3)) - 0.00167692859547 \quad (6) \end{aligned}$$

В таблице 8 представлены тесты остаточной последовательной корреляции множителей Лагранжа (Residual Serial Correlation LM Tests), не выявивший никаких проблем, так как р-значение = 0,6421 больше 0,05. Тест на гетероскедастичность (Residual Heteroskedasticity Tests) не выявил гетерогенной проблемы (P=0,2382 больше значения 0,05). Тест на нормальность (Residual Normality Tests) показал, что значение асимметрии близко к 0 (-0.386279), а значение эксцесса близко к 3 (2.379243), также эмпирическое распределение остатков отклоняется от нормального и принимает значение 1.023109, что несильно отличается от соответствующего значения 0.980649 из таблицы 1.

Таблица 8. Диагностические тесты

Статистика	Расчетное значение	Вероятность
Residual Serial Correlation LM Tests	7.009031	0.6421
Residual Heteroskedasticity Tests	130.6700	0.2382
Residual Normality Tests	1.023109	0.5996
Асимметрия	-0.386279	0.4304
Экспесс	2.379243	0.5264

Источник: разработка автора

Выводы

Для разности логарифмических уровней торгового оборота на душу населения Азербайджана получено представление в виде суммы коинтеграционного уравнения с ожидаемым знаком множителя приспособления и лаговых значений до 3-го порядка разностей логарифмических значений всех переменных.

Получено следующее статистически значимое коинтеграционное соотношение:

$$CoInt_t = LN_ТОРГОВОБОРОТ_УКР_t + 5.301297_ВВП_А3_t - 9.575630LN_ВВП_УКР_t + 0.291117ТРЕНД_t + 30.51940 \quad (7)$$

Это соотношение является долгосрочным и равновесным совместным движением факторов.

Коэффициент скорости дисбаланса является статистически значимой величиной, равной -0,35. Это означает, что при шоковых воздействиях независимых факторов положительный дисбаланс будет обеспечивать падение, а отрицательный дисбаланс – рост торгового оборота на душу населения Азербайджана. Ликвидация и возвращение к равновесной траектории от воздействия шоков предыдущего года достигается почти через три года.

Для альтернативных вариантов и без множителя в виде экспоненциального временного тренда ранг коинтеграции для лага 1, согласно тесту Йохансена на коинтеграцию, равен нулю для всех спецификаций, а для лаговых значений 2, несмотря на то, что ранги коинтеграции отличны от нуля и равны единице, ЕСМ-модель статистически незначима (коэффициент приспособления незначим) для одних спецификаций, в то время как для других коэффициент приспособления зашкаливает со значением -1,06. Поэтому системы (4)-(6) лучше всего подходят для описания поставленной задачи и являются наиболее подходящими из всех вариантов спецификаций модифицированной торговой модели с наиболее корректными характеристиками с точки зрения статистической значимости регрессионных уравнений для темпов прироста соответствующих коинтеграционных показателей.

В дальнейших исследованиях будет проведен сравнительный анализ результатов моделирования посредством методом нелинейной регрессии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Orudzhev, E., & Alizade, A. (2021). Cointegration analysis of the impact of Azerbaijan and Ukraine GDPs on the trade turnover between these countries. *Journal of International Studies*, 14(3), 274-290. DOI: 10.14254/2071-8330.2021/14-3/18
2. Хаустова В. Є., Решетняк О. І., Проноза П. В. Сучасні війни та воєнні конфлікти: сутність, класифікація, особливості та вплив на економіку. *Бізнес Інформ*. 2022. №11. С. 6–21.
3. Малярець Л. М., Денисюк О. В., Куліков О. П., Фат'янов Д. В. Стратегія ефективності використання експортно-імпортного потенціалу. *Проблеми економіки*. 2023. №1. С. 49–57.
4. Птащенко О. В., Денисюк О. В., Курцев О. Ю., Малінка І. Л. Особливості економічної інклюзії у воєнний період. *Бізнес Інформ*. 2023. №5. С. 11–18.
5. Савченко М. В., Кузьменко Є. Г., Чопляк М. П. Тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України сировинними товарами та її наслідки для економіки країни та світу. *Бізнес Інформ*. 2023. №5. С. 33–40. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-5-33-40>
6. Булах Т. М., Іващенко О. А., Мотузка О. М. Зовнішньоторговельні зв'язки України з Республікою Азербайджан: стан, ризики, стратегічні та інноваційні напрями зміцнення. *Статистика України*. 2022. № 1. С. 40–46.
7. Nataliya Kalyuzhna, Liudmyla Kudyрко. Effectiveness of trade and economic integration of asymmetric countries: Assessment methods and tools. *Journal of Economy and Technology*, Volume 1, 2023, Pages 119-126.
8. Алізаде А. Р. к. Про одну задачу коінтеграції торговельних зв'язків України, Азербайджану та Грузії. *Бізнес Інформ*. 2022. №7. С. 49–60.
9. Alizade, A. (2023). Econometric analysis of trade relations between Azerbaijan, Ukraine and Georgia. *Scientific Collection «InterConf+»*, (33(155)), 16–34.
10. Алізаде А. Р. к. Про спільні зміни ВВП за паритетом купівельної спроможності на душу населення України та Азербайджанської Республіки. *Проблеми економіки*. 2023. №3. С. 5–14.
11. Niftiyev, I. (2023). Third-country economic consequences of Western sanctions on Russia: a thematic analysis of expert opinions in Azerbaijan. *SocioEconomic Challenges*, 7(3), 113-140.
12. Оруджев, Э. Г., & Ализаде, А. Р. (2020). Коинтеграция Торгово-Экономических Отношений между Азербайджаном и Украиной. *Journal of Contemporary Applied Mathematics*, 10(1).
13. Heritage Foundation. Index of Economic Freedom [URL: heritage.org/index].
14. <https://data.worldbank.org/>
15. <https://www.stat.gov.az/>
16. <https://www.ukrstat.gov.ua/>

UOT:339.5

AZƏRBAYCANDA XARİCİ TİCARƏTİN İQTİSADI ARTIMA TƏSİRİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Elvin Əlirzayev Vahid oğlu

Azərbaycan Dövlət Gömrük Komitəsi Akademiyasının
"Gömrük işi və idarəetmə" kafedrasının müdiri, i.ü.f.d.

Elvin.Alirzayev@asca.edu.az

<https://orcid.org/0000-0002-1244-1263>

Yadigarova Aytəkin Təbriz qızı

Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsi Akademiyası, tələbə.

Bakı, Azərbaycan

Aytekina.Yadigarova@asca.edu.az

<https://orcid.org/0009-0003-2597-8822>

XÜLASƏ

İqtisadi ədəbiyyatlarda ölkənin ÜDM, xarici ticarət dövriyyəsi və investisiya qoyuluşları arasında əlaqə hər zaman tədqiqat mövzusu olmuşdur. Belə ki, ixrac və idxalın, eləcə də investisiyaların həcminin dəyişməsinin ölkənin ÜDM artımına təsiri iqtisadi baxımdan arzuolunan haldır. Azərbaycan Respublikası üzrə adambaşına düşən ÜDM-lə, adambaşına düşən ixrac, idxal və investisiya qoyuluşları arasında əlaqə araşdırılmamış sahədir. Bu məqalədə Azərbaycan Respublikasının 1996-2022-ci illər üzrə adambaşına düşən ümumi daxili məhsulu, ixrac, idxal və investisiya qoyuluşu təhlil edilərək Eviews-12 proqram paketində qiymətləndirilmişdir. Bu göstəricilər arasındakı korrelyasiya-reqressiya əlaqəsi qurularaq, modelin statistik əhəmiyyətliliyi və modelin proqnoz xarakteristikaları əsasında onun proqnoza yararlılığı müəyyən edilmişdir.

Açar sözlər: iqtisadi artım, ixrac, idxal, ümumi daxili məhsul, proqnoz, reqressiya, model.

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ АЗЕРБАЙДЖАНА РЕЗЮМЕ

В экономической литературе связь между ВВП страны, внешнеторговым оборотом и инвестициями всегда была предметом исследования. Таким образом, влияние изменения объемов экспорта и импорта, а также инвестиций на рост ВВП страны желательно с экономической точки зрения. Взаимосвязь между ВВП на душу населения и экспортом, импортом и инвестициями на душу населения в Азербайджанской Республике является неисследованной областью. В статье проанализированы валовой внутренний продукт на душу населения, экспорт, импорт и инвестиции Азербайджанской Республики за 1996-2022 годы и оценены в программном комплексе Eviews-12. Установлена корреляционно-регрессионная связь между этими показателями и определена ее прогностическая пригодность на основании статистической значимости и прогнозных характеристик модели.

Ключевые слова: экономический рост, экспорт, импорт, валовой внутренний продукт, прогноз, регрессия.

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF FOREIGN TRADE ON ECONOMIC GROWTH IN AZERBAIJAN ABSTRACT

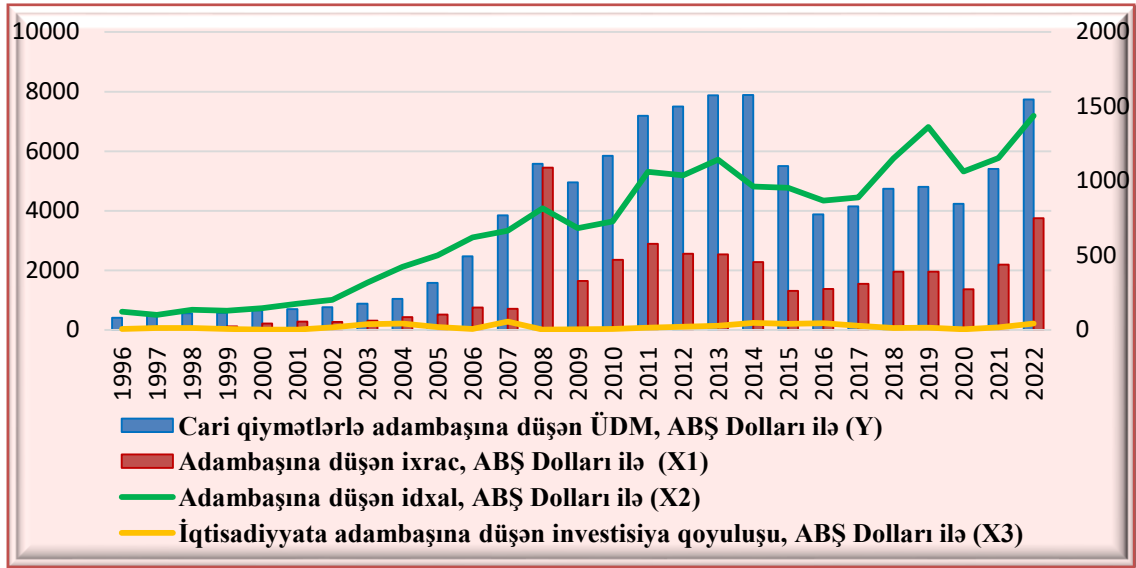
In the economic literature, the relationship between the country's GDP, foreign trade turnover and investments has always been a subject of research. Thus, the impact of changes in the volume of exports and imports, as well as investments on the country's GDP growth is desirable from an economic point of view. The relationship between per capita GDP and per capita exports, imports and investments in the Republic of Azerbaijan is an unexplored area. This article analyzes the gross domestic product per capita, exports, imports and investments of the Republic of Azerbaijan for 1996-2022 and assessed them in the Eviews-12 software package. A correlation-regression relationship between these indicators has been established and its predictive suitability has been determined based on the statistical significance and predictive characteristics of the model.

Key words: economic growth, export, import, GDP, forecast, regression

Giriş. Dünya iqtisadiyyatının qloballaşma şəraitində beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin differensiasiyasının artmasına baxmayaraq, bu əlaqələrin 80%-ni təşkil edən beynəlxalq ticarət, beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin üstünlük təşkil edən forması olaraq qalmaqdadır [1]. Xarici ticarətin inkişafı milli iqtisadiyyatın iqtisadi artımına təsir edərək, hər bir ölkənin sosial-iqtisadi inkişafında mühüm rol oynayır. İnkişaf etməkdə olan və keçid iqtisadiyyatlı ölkələr istehsal amilləri ilə təmin olunma səviyyələrindəki fərqlər, təbii və coğrafi ehtiyatlar üzərində monopoliya kimi amillər hesabına ənənəvi müqayisəli üstünlüklərdən istifadə etməkdə davam edirlər. İnkişaf etmiş ölkələrdə xarici ticarətin hərəkətverici qüvvələri innovasiya prosesləri, informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqində liderlik və istehlakçıların üstünlükləri ilə müəyyən edilən amillərlə xarakterizə edilir. İqtisadiyyatın innovativ inkişafı məhsulun rəqabət qabiliyyətinə təsir edərək, daxili və xarici bazarlarda satışdan əldə olunan gəliri artırmaqla, ölkə üzrə iqtisadi artımın inkişafına şərait yaradır. İqtisadiyyatın innovativ inkişafı iqtisadiyyata qoyulan investisiyalardan da əsaslı şəkildə asılıdır.

Əsas hissə. Xarici ticarətlə iqtisadi artım arasındakı əlaqə nəzəriyyələrinə görə, xarici ticarətin iqtisadi artıma təsir mexanizminin müəyyən edilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Məlumdur ki, malların ixracı məcmu tələbi və məcmu təklifi stimullaşdırmaqla iqtisadi artıma gətirib çıxarır. Məcmu tələbin stimullaşdırılması həm bilavasitə xalis ixracın artımı, həm də dolaylı yolla, ixrac sənayesində fəaliyyət göstərən istehsal amillərinin qiymətinin artırılması, vergi və gömrük ödənişləri hesabına həyata keçirilir. Bu, müvafiq olaraq istehlak xərclərinin, müəssisələrin investisiyalarının və dövlət xərclərinin artmasına səbəb olur. Məcmu təklifin stimullaşdırılması birbaşa ixrac sahələrində istehsalın həcmünün artırılması hesabına həyata keçirilir. Tədqiqatlar göstərir ki, idxalın iqtisadi artıma təsir mexanizmi birmənalı deyildir [1]. Belə ki, bir tərəfdən idxalın artması milli mal və xidmətlərə yaranan məcmu tələbi azaltmaqla, məcmu təklifin həcmi də azaldır. Digər tərəfdən, əvvəlki dövrlərdə yüksək texnologiyalı malların idxalı iqtisadi artımın intensiv amilləri vasitəsilə cari dövrdə milli iqtisadiyyatın iqtisadi artımını stimullaşdırır. Bu baxımdan Azərbaycan Respublikasında xarici ticarətin və iqtisadiyyata qoyulan investisiyaların iqtisadi artıma təsirinin qiymətləndirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

1991-1993-cü illəri əhatə edən dövr üzrə müstəqiliyin ilk illərində Azərbaycan Respublikasında iqtisadiyyata qoyulan investisiyaların olduqca aşağı səviyyəsi, yüksək infilyasiya, xarici ticarət əlaqələrinin zəif inkişafı, makroiqtisadi göstəricilərə təsir edərək iqtisadiyyatın iqtisadi tənəzzüllə xarakterizə edilməsinə səbəb olmuşdur. Ulu Öndər H.Əliyevin hakimiyyətə qayıdışından sonra 20 sentyabr 1994-cü ildə "Əsrin Müqaviləsi" Sazişinin imzalanması ilə əlaqədar olaraq, Azərbaycan iqtisadiyyatında iqtisadi tənəzzülün qarşısı alınaraq, iqtisadiyyatın bütün sahələrində neft gəlirləri hesabına canlanma yarandı. İqtisadiyyata investisiya qoyuluşunun həcmi artırması, ölkənin xarici ticarət əlaqələrinin inkişafında əsaslı dönüş yaradaraq, adambaşına düşən ümumi daxili məhsulun (ÜDM) artması ilə nəticələnərək, sosial-iqtisadi inkişafın təməlini qoydu. Aşağıdakı qrafikdə Azərbaycan Respublikası üzrə 1996-2022-ci illəri əhatə edən dövrdə iqtisadi artımı ifadə edən adambaşına düşən ÜDM, adambaşına düşən ixrac və idxal, həmçinin iqtisadiyyata yönəldilən adambaşına düşən investisiyaların məbləği qeyd edilmişdir [4, 5, 6, 7, 8].



Qrafik 1. Azərbaycan Respublikasının 1996-2022-ci illər üzrə adambaşına düşən ÜDM, ixrac, idxal və investisiya qoyuluşu, ABŞ Dolları ilə

Mənbə: [4, 5, 6, 7, 8] məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Qrafikdən görüldüyü kimi iqtisadi artımı ifadə edən adambaşına düşən ÜDM 1996-2008-ci illər üzrə artan dinamika ilə inkişaf edərək, 2008-ci ildə 5574,5 ABŞ Dolları olmuşdur. 2009-cu ildə isə əvvəlki illə müqayisədə 624,1 ABŞ Dolları məbləğində azalsa da, 2009-2014-cü illər üzrə artmışdır. 2014-2022-ci illər üzrə isə adambaşına düşən ÜDM 2014-cü illə müqayisədə azalmışdır. Neft qiymətlərinin dünya bazarında qiymətinin kəskin ucuzlaşması ilə əlaqədar olaraq, milli valyutanın məzənnəsinin ABŞ Dolları ilə müqayisədə aşağı düşməsi nəticəsində 2015-2016-cı illərdə adambaşına düşən ÜDM daha çox azalaraq 2016-cı il üzrə 3880,7 ABŞ Dolları təşkil etmişdir ki, bu da 2014-cü illə müqayisədə 50,8% azalma deməkdir. Pandemiya dönməndə, xüsusilə də 2020-ci ildə bu göstəricilərin hamısında ciddi azalma olmuşdur. Eyni qaydada, növbəti il bütün göstəricilərdə artım müşahidə olunmuşdur. Adambaşına düşən ÜDM-ə təsir edən amillər üzrə adambaşına düşən ixrac, dxal və investisiyaların təsirinin bu baxımdan araşdırılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. EViews-12 proqram paketindən istifadə edərək, qrafik 1 məlumatları əsasında Azərbaycan Respublikası üzrə adambaşına düşən ÜDM-lə, adambaşına düşən ixrac, idxal və investisiya qoyuluşunun korrelyasiya-reqressiya analizi aparsaq aşağıdakı nəticəni alırıq.

Cədvəl 1. Reqressiya analizinin nəticəsi

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 10/29/23 Time: 08:57
Sample: 1996 2022
Included observations: 27

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X3	17.21101	8.190871	2.101243	0.0084
X2	3.424846	0.811338	4.221234	0.0003
X1	0.863326	0.250176	3.450877	0.0022
C	-249.3162	437.7221	-0.569577	0.5745
R-squared	0.858657	Mean dependent var		3750.833
Adjusted R-squared	0.840221	S.D. dependent var		2667.442
S.E. of regression	1066.240	Akaike info criterion		16.91762
Sum squared resid	26147953	Schwarz criterion		17.10959
Log likelihood	-224.3878	Hannan-Quinn criter.		16.97470
F-statistic	46.57489	Durbin-Watson stat		1.439088
Prob(F-statistic)	0.000000			

Mənbə: Eviews-12 tətbiqi proqram paketi əsasında tərtib edilmişdir.

Eviews-12 tətbiqi proqram paketinə görə alınmış nəticəyə əsasən reqressiya tənliyi aşağıdakı kimi olacaqdır:

$$Y = 10.863325968825 * X1 + 3.42484624939 * X2 + 7.2110089261 * X3 - 249.31624954, R^2 = 0,866$$

$$(t) (3,4509) (4,221) (2,101) (-0,57) DW=1,439$$

Cədvəl 1-ə görə, Azərbaycan Respublikasında adambaşına düşən ÜDM-lə adambaşına düşən ixrac, adambaşına düşən idxal və adambaşına düşən investisiya qoyuluşu arasında Çeddok şkalasına əsasən yüksək korrelyasiya əlaqəsi vardır ($R^2=0,866$). Determinasiya əmsalı 0,866 olduğundan, alınmış xətti reqressiya tənliyi 86,6% dispersiya nəticə göstəricilərini ifadə edən izahedici dəyişənlər hesabına, 13,4%-i isə bu modelə daxil olmayan başqa amillər hesabına izah olunur [2].

EViews-12 proqram paketinə uyğun olaraq alınmış modeldə izahedici dəyişənlərin ($X1$, $X2$. və $X3$) əmsallarının standart səhvləri, əmsalların faktiki qiymətlərindən aşağıdır. Həmçinin, F- Fişer kriteriyası $= 46,57 > F_{cədvəl}(0,05; 3; 23) = 3,05$ olduğundan reqressiya tənliyinin əmsalları statistik əhəmiyyətlidir [2, səh.297]. Modeldə həmçinin qalıqların avtokorrelyasiyası mövcud deyildir. Belə ki, 95%-li inamlı intervala əsasən, $\alpha = 0,05$ əhəmiyyətlik səviyyəsində izahedici dəyişənlər ($m=3$) və $n=27$ müşahidə dövrü əsasında Darbon-Uotsonun cədvəldəki böhran nöqtələri $d_l = 1,162$ $d_u = 1,651$ üzrə, $d_l = 1,162 \leq DW = 1,439 < d_u = 1,651$ olduğundan, göstəricilər arasında avtokorrelyasiyanın mövcudluğu haqqında nəticə təyin edilməmişdir [3, səh.171]. Bu isə modelin adekvatlığını göstərir [2, səh.322]. Xətti rüqressiya modelindəki izahedici dəyişənlərin əmsalları və 1996-2022-ci illəri əhatə edən dövr üzrə səbəb amilləri (izahedici dəyişənlər) ilə nəticə amilinin (asılı dəyişən) orta qiymətlərinə əsasən elastiklik əmsalını hesablasaq aşağıdakı nəticəni alarıq [3, s.150].

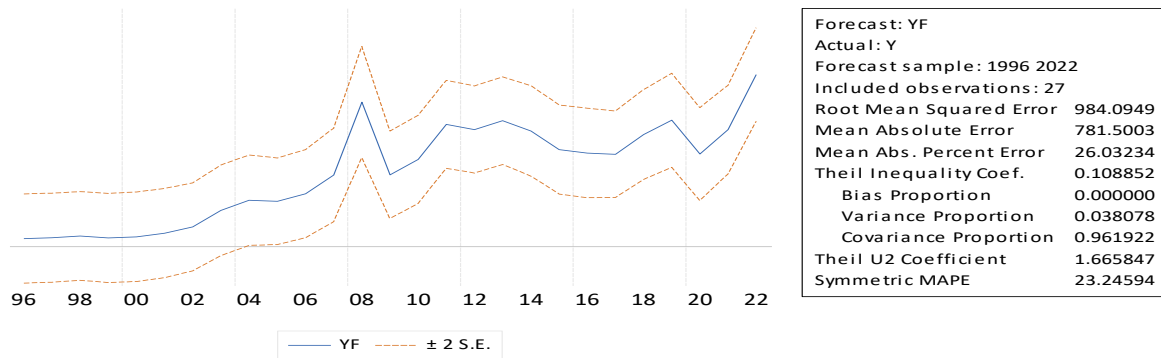
$$E_{\text{adambaşına düşən ixrac}} = \frac{\alpha_1 \times \bar{x}_1}{\bar{Y}} = \frac{10,863 \times 146389,1852}{32169552} = 0,049433$$

$$E_{\text{adambaşına düşən idxal}} = \frac{\alpha_2 \times \bar{x}_2}{\bar{Y}} = \frac{3,425 \times 98553,3}{32169552} = 0,010493$$

$$E_{\text{adambaşına düşən investisiya qoyuluşu}} = \frac{\alpha_3 \times \bar{x}_3}{\bar{Y}} = \frac{7,211 \times 414279,037}{32169552} = 0,092863$$

Elastiklik əmsalının görə, tədqiq olunan dövr üzrə Azərbaycanda adambaşına düşən ixracın 1% artması, adambaşına düşən ÜDM-in 0,05%, adambaşına düşən idxalın 1% artması adambaşına düşən ÜDM-in 0,01%, adambaşına düşən investisiya qoyuluşunun 1% artması isə adambaşına düşən ÜDM-in 0,09% artması ilə nəticələnmişdir.

Eviews-12 tətbiqi proqram paketinə görə $Y = 10.863 * X1 + 3.425 * X2 + 7.211 * X3 - 249.31$ reqressiya tənliyində iqtisadi artımı ifadə edən adambaşına düşən ÜDM-in illər üzrə qiymətləri və standart səhvləri, habelə tənliyin proqnoz məqsədi üçün istifadə edilməsinin əsas xarakteristikaları aşağıdakı qrafikdə göstərilmişdir.



Qrafik 2. Azərbaycanda adambaşına düşən ÜDM-in illər üzrə qiymətləri, standart səhvləri və proqnoz üçün xarakteristikaları

Mənbə: Eviews-12 tətbiqi proqram paketi əsasında tərtib edilmişdir.

Qrafikə əsasən modelin proqnoz xarakteristikaları proqnoza yararlı olduğundan, Azərbaycan Respublikasında adambaşına düşən ÜDM-in proqnoz qiymətlərini hesablamaq üçün istifadə edilə bilər.

Nəticə. Tədqiqat işində müəyyən edilmişdir ki, Azərbaycan Respublikası üzrə adambaşına düşən ÜDM-lə, adambaşına düşən ixrac, idxal və investisiya qoyuluşları arasında $Y = 10.863 * X1 + 3.425 * X2 + 7.211 * X3 - 249.31$ xətti reqressiya tənliyi ilə əks edilən yüksək korrelyasiya əlaqəsi vardır və qurulmuş bu model adekvat olduğundan modelin proqnoz xarakteristikalarının yararlılığı əsasında Azərbaycanda adambaşına düşən ÜDM-i tədqiq olun müşahidə dövrününün 1/3 hissəsini əhatə edən dövrdə proqnozlaşdırmaq olar. Müəyyən edilmişdir ki, Azərbaycanda adambaşına düşən ixracın 1% artması, adambaşına düşən ÜDM-i 0,05%, adambaşına düşən idxalın 1% artması isə adambaşına düşən ÜDM-i 0,01%, adambaşına düşən investisiya qoyuluşunun 1% artması isə adambaşına düşən ÜDM-i 0,09% artırır.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Qafarov Ş.S. Müasir iqtisadi sistem və qloballaşma. Bakı: SBŞ, 2005, 632 s.
2. Yadigarov T.A. Əməliyyatlar tədqiqi və ekonometrik məsələlərin MS Excel və Eviews proqram paketlərində həlli: nəzəriyyə və praktika. Bakı-2020. 352 səh.
3. Yadigarov T.A. "Gömrük statistikasına və müasir informasiya texnologiyaları" (monoqrafiya). Bakı, «Avropa» nəşriyyatı, 2020, -520 səh
4. <http://www.stat.gov.az/>
5. <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=AZ>
6. <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.DEFL.KD.ZG?locations=AZ>
7. <https://unctad.org/publication/world-investment-report-2023>
8. <https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/country/by-country/startyear/LTST/endyear/LTST/tradeFlow/Export/indicator/XPRT-TRD-VL/partner/WLD/product/Total#>.

UOT: 338-04

ELEKTRON TİCARƏTDƏ SÜNİ İNTELLEKT

Nigar MƏMMƏDOVA

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

Bakı, Azərbaycan

nigar2.mammadova@unec.edu.az

XÜLASƏ

Süni intellekt insan resurslarından marketinqə, maliyyədən istehsalə qədər bir çox iş strukturlarında istifadə edilir. Süni intellektin (AI) inkişafı Elektron ticarət üçün vacib hala gəldi. Onun sürətli inkişafı və böyüməsi istehlakçıların onlayn alış-veriş davranışına, müəssisələrin elektron ticarət sektorunda rəqabətinin artmasına təsir etdi. Qlobal rəqabətdə uğur qazanmaq istəyən e-ticarət müəssisələrinin süni intellekt tətbiqlərini sistemlərinə inteqrasiya etməsi vacibdir. Bütün bunları nəzərə alaraq, bu araşdırmada e-ticarət ilə məşğul olan bizneslərə və istifadəçilərə kömək etmək üçün e-ticarət sektorunda süni intellektin necə tətbiq edildiyi ilə bağlı məlumatlar paylaşılacaq. Məqalə e-ticarətdə olan süni intellektə aid anlayışlardan bəhs edir və bu texnologiyanın e-ticarətdə istifadəsi ilə bağlı nəzəri və praktiki bilikləri genişləndirmək, aktual məsələlərin gündəmdə saxlanmasına töhfə vermək məqsədi daşıyır.

Açar sözlər: e-ticarət, süni intellekt, logistika, chatbot, rəqəmsal iqtisadiyyat

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN E-COMMERCE

ABSTRACT

Artificial intelligence is used in many business structures, from human resources to marketing, from finance to manufacturing. The development of artificial intelligence (AI) has become essential for e-commerce. Its rapid development and growth has influenced the online shopping behavior of consumers, increasing the competition of businesses in the e-commerce sector. It is important for e-commerce businesses that want to succeed in global competition to integrate artificial intelligence applications into their systems. With all this in mind, this review will share information on how artificial intelligence is being applied in the e-commerce sector to help e-commerce businesses and users. The article discusses the concepts of artificial intelligence in e-commerce and aims to expand the theoretical and practical knowledge about the use of this technology in e-commerce, and to contribute to keeping current issues on the agenda.

Keywords: e-commerce, artificial intelligence, logistics, chatbot, digital economy

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

РЕЗЮМЕ

Искусственный интеллект используется во многих бизнес-структурах: от управления персоналом до маркетинга, от финансов до производства. Развитие искусственного интеллекта (ИИ) стало необходимым для электронной коммерции. Его быстрое развитие и рост повлияли на поведение потребителей в сфере онлайн-покупок, увеличивая конкуренцию предприятий в секторе электронной коммерции. Для предприятий электронной коммерции, которые хотят добиться успеха в глобальной конкуренции, важно интегрировать приложения искусственного интеллекта в свои системы. Учитывая все это, в этом исследовании будет представлена информация о том, как искусственный интеллект применяется в секторе электронной коммерции, чтобы помочь предприятиям и пользователям электронной коммерции. Статья посвящена концепциям, связанным с искусственным интеллектом в электронной коммерции, и направлена на расширение теоретических и практических знаний об использовании этой технологии в электронной коммерции, чтобы способствовать поддержанию текущих вопросов в повестке дня.

Ключевые слова: электронная коммерция, искусственный интеллект, логистика, чат-бот, цифровая экономика.

1.Giriş

Elektronika və kompüter elmindəki sürətli dəyişikliklər nəticəsində süni intellekt (AI) sahəsində araşdırılması lazım olan bir mövzuya çevirmişdir. İnternetin yayılması və artann

giriş imkanları ilə də süni intellekt IT sektorunda sürətli inkişafın və rəqəmsal transformasiyanın əsas komponentinə çevrilmişdir [1]. 1990-cı illərin ikinci yarısından bu yana bu sahələrdə olan inkişaf hərçündən elektron ticarətdə istehlak artırmağa səbəb olmuşdur. Elektron ticarətin inkişafına səbəb olan digər vasitələr pul köçürmə və elektron ödəmə sistemlərinin formalaşması olmuşdur [2]. AI texnologiyaları həyatımızın hər sahəsinə inteqrasiya etməyə başladı və bu inkişaf əvvəllər yalnız xəyal etdiyimiz və ya filmlərdə gördüyümüz yeniliklərin gerçəkləşməsinə səbəb oldu. Süni intellekdən istifadə olunan platformalar gündəlik həyatımızda səhiyyə, təhsil, bankçılıq, nəqliyyat, marketinq, istehsalat kimi müxtəlif iş sahələrində vacib rol oynayır. Süni intellekt insan səhvləri nəticəsində yarana biləcək fəsadları azaltmağa kömək edir. Belə ki, süni intellekt insanları əvəz edərək məşğulluq imkanlarını azaltsa da, təşkilatlara faydası böyükdür. Son 20 ildə süni intellekt elektron ticarət sahəsində mühim dəyişikliklərə başladı və bizneslərdə rəqabət üstünlüyünü artırdı. 2025-ci ildə dünya üzrə e-ticarətdən əldə edilən süni intellekt gəlirlərinin 36.8 milyard dollara çatacağı gözlənilir [3]. Qlobal rəqabət mühitində uğur qazanmaq istəyən e-ticarət müəssisələri üçün texnologiyanın həm sürət, həm də xərc üstünlükləri verməsi kritik əhəmiyyət kəsb edir. Bu çərçivədə, e-ticarət sektorunda süni intellektin tətbiq sahələrinə diqqət yetirərək müəssisələr və istehlakçılar üçün maarifləndirici məlumatların təmin edilməsi hədəflənir. E-ticarət saytları süni intellekt texnologiyalarından istifadə etməklə müştərilərlə olan təcrübələrini təkmilləşdirərək məhsul və xidmət marketinqini daha effektiv edə bilər. Məhsul və ya xidmətin e-ticarət platformalarına üstünlük verən müştərilərə vaxtında və doğru yerə çatdırma biləcəyi üçün müştəri məlumatlarının düzgün qeyd edilməsindən və təhlilindən asılıdır. E-ticarət sahəsində fəaliyyətdə olan müəssisələr istifadəçi davranışlarını izləmək və marketinq fəaliyyətlərini avtomatlaşdırmaq üçün təbii dilin emalı, təsviri, nitqin tanınması və problemin həlli kimi süni intellekt proqramlarından istifadə edirlər [4]. Bu mövzu əhatəsində aparılan araşdırmalara “The Application of Artificial Intelligence in Electronic Commerce” nümunə göstərilə bilər. Bu məqalə xülasə, giriş, əsas hissə, nəticə və ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.

2. Əsas hissə

E-ticarət bu gün ticarətin böyük ölçüsünü təmsil edir və internet üzərindən həyata keçirilən alış-verişə aid olan bir anlayışdır. Günümüzdə internet istifadəçilərinin əksəriyyəti hansısa formada e-ticarət vasitəsilə alış-veriş edir ki, bu da bu sahənin nə qədər geniş və effektiv olduğunu göstərir. Ehtiyaclar çoxaldıqca və internetdən istifadə yayıldıqca, bütün dünyada e-ticarət satışları çox artdı. 2017-ci ildə 2.4 trilyon dollara çatan e-ticarət satışları, 2021-ci ildə 5 trilyon dollara yaxınlaşması böyümə tendensiyasına işarə edir. B2C e-ticarət bazarında Çin, Amerika, Yaponiya və Böyük Britaniya qlobal arenada təsir edici lider mövqelərini qoruyub saxlayırlar.

Elektron ticarətdə çıxış etmək istəyən müəssisələr bu nəhəng ekosisteminin qaydalarını öyrənməli və öz strategiyalarını yaratmalıdırlar. Yeni nəsillik e-ticarət alqoritmləri və hüquqi tənzimləmələr e-ticarət mühitini daha təhlükəsiz hala gətirir ki, bu vəziyyət investorları və sahibkarları virtual e-ticarət platformalarına yönləndirir. Elektron ticarət platformalarına bir neçə nümunə göstərmək olar: Alibaba, Amazon, eBay, Etsy, Newegg, Rakuten, Walmart Marketplace, Wayfair. İnternet, elektron məlumat mübadiləsi, verilənlər bazası, e-poçt və proqram təminatının yaradılması e-ticarət texnologiyasının əsas hissəsidir. Müəssisələr ənənəvi ticarətdən elektron ticarətə keçid edirlər və onlar rəqabətli mövqelərini qorumaq,

müştəriləri cəlb etmək üçün davamlı və uyğun texnologiya seçməlidirlər. Hal-hazırda buna ən uyğun həll yolu AI texnologiyasının tətbiqidir.

Süni intellekt kompüter sistemlərinə insanların düşünmə və öyrənmə qabiliyyətlərini təqlid edərək özünü inkişaf etdirə bilən elm sahəsidir. Bu texnologiya vasitəsi ilə kompüter sistemləri tapşırıqları yerinə yetirmək problemləri həll etmək, insana bənzər intellekt ilə qərar verə bilmə kimi proqramlaşdırıla bilər. Süni intellekt kompüterləri müəyyən tapşırıqları yerinə yetirə bilən xüsusiyyətlərindən öyrənə bilən, uyğunlaşan və mürəkkəb problemləri həll edə bilən intellektual varlıqlara çevirməyi hədəfləyir.

Süni intellekt iki əsas kateqoriyaya bölünə bilər: güclü və zəif süni intellekt. Güclü AI ümumi və düşünə bilən intellekti əhatə edir, yəni süni intellekt insanların zəka tapşırıqlarını yerinə yetirə bilər. Zəif AI dedikdə isə yalnız xüsusi və konkret sahələrdə olan tapşırıqları yerinə yetirə bilən sistemlərə aiddir.

Süni intellektin həyata keçirilə bilməsi üçün maşın və dərin öyrənmə üsulları vardır. Maşın öyrənmə dedikdə alqoritmlərə müəyyən tapşırığı yerinə yetirə bilməsi üçün təkamül etməyə imkan verən bir yanaşmadır. Dərin öyrənmə isə neyron şəbəkələri adlanan mürəkkəb riyazi strukturlardan istifadə edərək mürəkkəb tapşırıqları yerinə yetirə bilən maşın öyrənmənin alt bölməsidir.

Süni intellektin inkişafı ilə birlikdə etik və təhlükəsizlik məsələləri də ön plana çıxır, belə ki avtomatlaşdırmanın yayılması iş itkisinə və qərar vermə proseslərinin ədalətsizlik ilə nəticələnməsinə gətirib çıxarır. Süni intellekt gələcək innovasiyaların və texnoloji inkişafının açarı ola bilər, lakin prosesdə etik standartlar və təhlükəsizlik tədbirləri daim diqqətdə saxlanılmalıdır.

Süni intellektin elektron ticarət platformalarında əhəmiyyətli təsir göstərdiyi sahələri: süni intellekt köməkçisi, tövsiyə mühərriki, ağıllı logistika, optimal qiymətləndirmə.

1. Süni intellekt köməkçisi (artificial intelligence assistant) - əsasən chatbotlar kimi tanınır. Bu ağıllı agentlər təbii dildə işləmə, suallara cavab vermək və səs əmrlərini emal etməklə müştərilərlə problemsiz əlaqə saxlayır. E-ticarət saytlarında və mobil tətbiqlərdə öyrənmə alqoritmləri ilə təchiz edilir və bu alqoritmlər müştərilərlə şəxsi və effektiv ünisiyyət qura bilməsinə dəstək olur. Chatbotların əsas xüsusiyyətləri: eyni anda daha çox müştərilərə əlaqə yaradırlar, həftənin 24 saati xidmət göstəririlər, müştərilərdən yığıqları məlumatlar ilə müştəri datası yaradırlar bu da müəssisələrin xidmət səviyyəsini və sədaqətliliyini artırır, müştərilərə məhsulları tapmaqda, məhsul müqayisələrini yerinə yetirməkdə, ödəniş etməkdə kömək edirlər.

Bu təbii dil emal imkanları və fərdiləşdirilmiş qarşılıqlı əlaqə imkanları ilə təchiz edilmiş chatbotlar əmək xərclərini effektivliyini azalda, xidmət keyfiyyətini yaxşılaşdıraraq e-ticarətin gələcəyini formalaşdırmağa davam edir. Müştəri məmnuniyyətini artırmaq, biznes proseslərində səmərəliliyi təmin etmək və xidmət keyfiyyətini optimallaşdırmaq potensialı ilə chatbotlar rəqəmsal ticarətin dinamik və innovativ tərəfini təmsil etməyə davam edəcək.

2. Tövsiyə mühərriki (recommendation engine) – süni intellekt tərəfindən müştəri davranışını anlamaq və proqnozlaşdırmaq qabiliyyətinə sahibdir. Böyük məlumat dəstlərinin dərinədən öyrənilməsi, statistik proqramlaşdırma, müştəri davranışının proqnozlaşdırılması və təhlili ilə bu AI alqoritmləri hansı məhsulların müştəriləri cəlb

edəcəyini proqnozlaşdırma bilir. Əsasən potensial müştərilərin son axtarışlarına əsaslanan alqoritmlər daxildir. Bu alqoritmlər axtarılan məhsulun vacib detallarını dəqiqliklə qeyd edə bilir və daha sonra brauzer üçün uyğun tövsiyələr yaradır, onları fərdiləşdirərək istehlakçıların məhsulları daha tez tapmasına kömək edir. Süni intellektin tövsiyə mühərrikinə gətirdiyi ən mühüm dəyişiklik odur ki, o artıq tövsiyə nəticələrinin müstəqil birləşməsi deyil, tamamilə insan-kompüter əlaqəsi kimi qəbul edilir. Bu sistemlərə istifadəçi ilə daha yaxın əlaqə yaratmağa və zamanla tələblərin dinamik formada başa düşməsinə təmin edir. Amazon, Alibaba, Trendyol kimi aparıcı e-ticarət şirkətləri öz məhsullarının hədəf auditoriyasını müəyyən etmək və müştəri məmnuniyyətini artırmaq üçün tövsiyə mühərrikindən istifadə edirlər. Bu sistemlər müştəri təcrübəsini zənginləşdirməklə bərabər satışların da artırılmasında əsas rol oynayır.

3. Ağıllı logistika (intelligent logistics) – informasiya texnologiyalarından istifadə etməklə avadanlıq və idarəetmənin ağıllı hala gətirərək insanları texniki avadanlıqla əvəz etməyi hədəfləyən logistika inkişaf modelidir. Bu model ənənəvi logistika rejimi ilə müqayisədə xidmət keyfiyyətini və əməliyyat səmərəliliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırmağa imkan verir. Süni intellekt (AI) ən effektiv şəkildə tədarük zəncirinə və logistika əlaqələrinə dərin təsir göstərir. Sürətlə dəyişən tələblə rəqabətli bazarlarda inventarın proqnozlaşdırılması sadə məsələ deyildir. Maşın öyrənmə sistemlərinin üstünlüyü ondan ibarətdir ki, onlar zaman keçdikcə özlərini inkişaf etdirə bilir və müəssislərin inventar tələblərini daha dəqiq proqnozlaşdırmağa imkan verir.

Ağıllı logistikanın bir alt qolu kimi önə çıxan ağıllı saxlama sistemləri insan müdaxiləsi olmadan inventarların idarə edilməsindən sifarişin işlənməsinə qədər bir sıra logistik prosesləri avtomatlaşdıraraq daha səmərəli və ağıllı logistika təcrübəsi təmin etməyi hədəfləyir. Bu, bizneslərə sürətli və səhvsiz saxlama, paylama prosesini təmin etmək potensialı təklif etməklə müştəri məmnuniyyətini və əməliyyat səmərəliliyini artırmaq məqsədi daşıyır.

Logistikada istifadə edilən ağıllı planlaşdırma sistemi nəticəsində sifarişlər daha rahat idarə olunur. Belə ki, ənənəvi ticarətdə planlaşdırma dispetçer tərəfindən aparılır və dispetçer gündə min sifarişi idarə edə bilər. Bir milyon sifarişi yerinə yetirmək üçün min dispetçer lazımdır ki, bu da böyük xərcdir. Çoxlu sayda sifarişin qəbulunun və çatdırılmasının planlaşdırılması üçün ağıllı və avtomatik planlaşdırma sisteminə ehtiyac vardır. Sistemin sifarişləri planlaşdırma bilməsi üçün düzgün kuryer seçilməsinə, yer və sifariş məlumatlarının düzgün daxil edilməsi lazımdır.

4. Optimal qiymətləndirmə (optimal pricing) - sürətlə inkişaf edən e-ticarət sənayesində qiymətlərin mürəkkəbliyi ilə məşğul olmaq satıcılar üçün çətin məsələdir və bu tip qiymət problemi dərinlən araşdırılması lazım olan bir mövzudur və bu mövzuda süni intellekt kifayət qədər uğurludur. Süni intellekt böyük həcmdə məlumatı tez emal etmək qabiliyyəti sayəsində çoxlu sayda məhsulun avtomatik qiymətlənməsi problemini həll edib. Optimal qiymət məhsul və ya xidməti ən sərfəli qiymətə bazara çıxarmağı nəzərdə tutur. Bu, müştəri tələblərinə, rəqabət mühitinə və digər amillərə həssas uyğunlaşma tələb edir ki, süni intellekt bu vəzifədə böyük üstünlüyə malikdir. AI texnologiyası daim bazar dinamikasını qiymətləndirə və optimal qiymət problemini həll etmək üçün

rəqabətli bazarda baş verən dəyişikliklərdən istifadə edə bilir. Bu yolla müəssisələr daha səmərəli, rəqabətli və müştəri yönümlü qiymət strategiyası inkişaf etdirə bilirlər.

3. Nəticə

Bu gün e-ticarət ümumi ticarətin böyük hissəsini təşkil edir. İnternet istifadəçilərinin əksəriyyəti onlayn alış-veriş etməsi bu sektorun mənimsənildiyini göstərir. İstehlakçılar satın alma qərarlarını internet vasitəsilə verirlər və texnologiya mərkəzli düşünürlər. Texnoloji sektorunda olan daimi inkişaf fərdi ehtiyacları və vərdişləri köklü olaraq dəyişdirir. Elektron ticarət sektoruna addım atmaq istəyən müəssisələr bu ekosistemi anlamalı və öz strategiyalarını inkişaf etdirməlidirlər. Müəssisələr rəqabət üstünlüklərini qorumaq üçün davamlı uyğun texnologiyaları seçməlidirlər ki, bu nöqtdədə mövcud olan ən uyğun həll süni intellekt (AI) texnologiyasıdır. Gələcəkdə süni intellektin qərar qəbul etmə proseslərindən tutmuş fərdiləşdirmə, uyğunlaşma və real vaxtda əhval-ruhiyyə təhlilinə qədər bir sıra sahələrdə mühüm rol oynayacağını proqnozlaşdırmaq olar [5]. E-ticarət müəssisələri müştəri təcrübələrini təkmilləşdirmək üçün süni intellektdən mümkün qədər faydalanmağa çalışacaqlar. Erkən sərmayə qoyan e-ticarət müəssisələri bu texnologiyanın potensialını kəşf edəcək və gələcəyi idarə edəcəklər. Xüsusilə e-ticarət nəhəngləri rəqabət üstünlüklərini artırmaq üçün süni intellekt texnologiyasından səmərəli istifadə edir və öz e-ticarət platformalarını optimallaşdırmaq üçün səylərini sürətlə davam etdirirlər. Zamanla süni intellekt e-ticarətin transformasiyasında əsas hərəkətverici qüvvəyə çevriləcək. Süni intellekt texnologiyasının dəstəyi ilə e-ticarət daha geniş inkişaf potensialına malik olacaq.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Özer Çaylan, D. & Çaylan, D., İnsan Merkezli Yapay Zekâ ve Geleceğin İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi. N. Ö. İyigün ve M. K. Yılmaz (Ed.), Yapay Zekâ Güncel Yaklaşımlar ve Uygulamalar içinde (s. 213-242). İstanbul: Beta Kitap – 2021
2. doç. Dr. İsmet Kahraman Arslan, Müge Koçum, “Elektronik pazarlamanın tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisi” İstanbul Ticaret Üniversitesi girişimcilik dergisi - 2020.
3. “Yapay Zeka E-ticaretin DNA’sını değiştiriyor”, ICT Media – 2021
4. İsmail Karakulle, Şule Aktepe, “İşletmelerde Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Yapay Zeka Kullanımı: E-Ticaret Sitelerinin Mobil Uygulamalar Örneği”, Fenerbahçe Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi – 2023.
5. Hüseyin Güven, Emine Türkan Ayvaz Güven, “Yapay Zeka Uygulamalarının E-Ticarette Kullanımı”, International Journal of Management and Administration – 2023
6. Chenxing Wang, Sayed Fayaz Ahmadb, Ahmad Y.A. Bani Ahmad Ayassrahc, Emad Mahrous Awwadd, Muhammad Irshade, Yasser A. Alif, Muna Al-Razgang, Yasser Khanh, Heesup Hani, “An empirical evaluation of technology acceptance model for Artificial Intelligence in E-commerce” Journal Heliyon – 2023
7. Matthias Klumpp, “Automation and artificial intelligence in business logistics systems: human reactions and collaboration requirements” International Journal of Logistics Research and Applications – 2017
8. Manuel Woschank, Erwin Rauch, Helmut Zsifkovits, “A Review of Further Directions for Artificial Intelligence, Machine Learning, and Deep Learning in Smart Logistics” Sustainability Journal – 2020
9. “Online Perakendenin Toplam Perakende içindeki Payı (2018)” grafiği, TÜSİAD E-Ticaret Raporu - 2019
10. Xia Song¹, Shiqi Yang¹, Ziqing Huang², Tao Huang³, “The Application of Artificial Intelligence in Electronic Commerce”, Journal of Physics: Conference Series – 2019
11. Yavuz Köroğlu, “Yapay Zekanın Teorik ve Pratik Sınırları” Boğaziçi Üniversitesi – 2017

UOT: 338-04

XXI ƏSRDƏN ETİBARƏN AZƏRBAYCANDA ELEKTRON KOMMERSİYANIN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

Məhəmməd MƏMMƏDLİ

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

Bakı, Azərbaycan

mahammad.mammadli123@gmail.com

XÜLASƏ

Məqalədə elektron kommersiyanın və rəqəmsal iqtisadiyyatın nəzəri metodoloji əsasları, dünyada və Azərbaycanda elektron kommersiyanın mövcud vəziyyəti, həmçinin Azərbaycanda daha çox rəqəmsal infrastrukturun inkişafı, Big Data texnologiyalarının inkişafı, Azərbaycan əhəlisinin elektron ticarət ilə istehlakçı vərdişlərinin formalaşdırılması yolları araşdırılaraq qiymətləndirilmişdir. Son illər elektron kommersiya, xüsusən də elektron ticarətin inkişafı və mal və xidmətlər bazarının elektron sahələrə keçidi sürətlə inkişaf etmişdir. Azərbaycan kimi bir sıra inkişaf etməkdə olan ölkələrin digər dünya ölkələrindən bəzi mexanizmlər tətbiq edərək bu sektoru inkişaf etdirməkdə zəmin yaradır. Elektron ticarət coğrafi məhdudiyatsızlıq, geniş seçim, komfort və digər səbəblərdən ticarətin sürətlə inkişaf edən bir növüdür. Bəzi mexanizmlərin çatışmadığı ölkələr elektron ticarətin inkişafı üçün rəqəmsal infrastrukturunu təmin etməyə çalışırlar. Bu səbəbdən rəqəmsallıq və elektronlaşma getdikcə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə olduğu kimi Azərbaycan üçün də ən vacib inkişaf vasitələrindən birinə çevrilir.

Açar sözlər: Elektron ticarət, Elektron ticarətin mövcud vəziyyəti, Elektron ticarətin Azərbaycanda inkişaf perspektivləri.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ С XXI ВЕКА

РЕЗЮМЕ

В статье рассмотрены теоретические методологические основы электронной коммерции и цифровой экономики, современное состояние электронной коммерции в мире и в Азербайджане, а также развитие более цифровой инфраструктуры в Азербайджане, развитие технологий больших данных и пути оценены возможности формирования потребительских привычек населения Азербайджана с помощью электронной коммерции. В последние годы электронная коммерция, особенно развитие электронной коммерции и переход рынка товаров и услуг в электронную сферу, получила быстрое развитие. Ряд развивающихся стран, таких как Азербайджан, применяют некоторые механизмы других стран мира и закладывают основу для развития этого сектора. Электронная коммерция является быстрорастущим видом коммерции благодаря географической свободе, широкому выбору, удобству и другим причинам. Страны, в которых отсутствуют какие-либо механизмы, пытаются предоставить свою цифровую инфраструктуру для развития электронной коммерции. По этой причине цифровизация и электроника постепенно становятся одним из важнейших средств развития как для Азербайджана, так и для развивающихся стран.

Ключевые слова: Электронная коммерция, Текущее состояние электронной коммерции, Перспективы развития электронной коммерции в Азербайджане.

DEVELOPMENT PERSPECTIVES OF ELECTRONIC COMMERCE IN AZERBAIJAN SINCE THE XXI CENTURY

ABSTRACT

In the article, the theoretical methodological bases of electronic commerce and digital economy, the current state of electronic commerce in the world and in Azerbaijan, as well as the development of more digital infrastructure in Azerbaijan, the development of Big Data technologies, and the ways of forming the consumer habits of the population of Azerbaijan with electronic commerce were evaluated. In recent years, e-commerce, especially the development of e-commerce and the transition of the market of goods and services to electronic areas, has developed rapidly. A number of developing countries, such as Azerbaijan, apply some mechanisms from other countries of the world and lay the groundwork for developing this sector. E-commerce is a fast-growing type of commerce due to geographic freedom, wide selection, convenience and other reasons. Countries that lack some mechanisms are trying to provide their digital

infrastructure for the development of e-commerce. For this reason, digitization and electronicization are gradually becoming one of the most important means of development for Azerbaijan as well as for developing countries.

Keywords: E-commerce, Current state of E-commerce, Development prospects of E-commerce in Azerbaijan.

Giriş

Son illər Azərbaycanda sürətlə dəyişən texnologiya və istehlakçı vərđişləri ilə yanaşı, e-ticarət sahəsində də ciddi inkişaf müşahidə olunur. Ölkədə rəqəmsallaşmanın artması və internetin geniş yayılması Azərbaycanın elektron ticarət sektoruna yol açıb. Bu inkişaf, ənənəvi ticarətlə yanaşı, onlayn alış-verişin getdikcə daha çox üstünlük təşkil etdiyi bir dövrü meydana gətirdi.

Azərbaycanın e-ticarət səhnəsindəki bu yüksəliş xüsusilə gənc əhalinin texnologiyaya marağından təsirlənib. Gənc istehlakçılar müxtəlif məhsul və xidmətləri onlayn platformalardan asanlıqla əldə etməyin üstünlüklərinə diqqət yetirərək ənənəvi alış-veriş vərđişlərini dəyişməyə başlayıblar. Bu vəziyyət Azərbaycan iqtisadiyyatının rəqəmsallaşma prosesi ilə paralel olaraq elektron ticarətin də geniş vüsət almasına səbəb olub.

Azərbaycan e-ticarətinin inkişafında digər mühüm amil yerli və beynəlxalq elektron ticarət platformalarından fəal istifadə olunmasıdır. Onlayn bazarların müxtəlif üstünlükləri istehlakçılara geniş çeşiddə məhsullar təqdim etməklə yanaşı, təhlükəsiz alış-veriş təcrübəsini təmin etmək səyləri ilə diqqəti cəlb edir. Bu platformalar istehlakçılara məhsulları nəzərdən keçirməyə, müqayisələr aparmağa və alışlarını tez bir zamanda tamamlamağa imkan verir.

Azərbaycan elektron ticarətinin dinamik inkişafı biznes üçün də yeni imkanlar yaradıb. Kiçik və orta sahibkarlar rəqəmsal marketing strategiyalarını mənimsəyərək daha geniş müştəri bazasına çatmaq imkanı tapdılar. Bu, yerli biznesin öz hüdudlarından kənara çıxması və beynəlxalq bazarlara genişlənməsi imkanını özü ilə gətirdi.

Bununla belə, Azərbaycan elektron ticarətinin sürətli inkişafı özü ilə bəzi çətinlikləri də gətirib. Xüsusilə təhlükəsizlik və ödəniş məsələləri kimi məsələlərdə daha çox ehtiyat tədbirlərinin görülməsinə və tənzimləyici bazanın gücləndirilməsinə ehtiyac var. Bu kontekstdə Azərbaycanın elektron ticarət sektorundakı bu müxtəlif dinamikalar ölkənin rəqəmsallaşma prosesindəki uğurları və çətinlikləri ilə birlikdə qiymətləndirilməli olan mühüm məsələdir.

E-ticarət

İnternetin yayılması ilə e-ticarət müxtəlif növ və əməliyyat modellərini yerləşdirmək üçün inkişaf etmişdir. Aşağıda müxtəlif e-ticarət növləri haqqında məlumat verilmişdir:

1. Dövlətlərarası Əməliyyatlar (G2G - Government to Government): Bu növ dövlətlər arasında məlumat mübadiləsi və mərkəzi banklar arasında pul köçürmələri kimi əməliyyatları əhatə edir.
2. Hökumətdən Biznesə Əməliyyatlar (G2B - Government to Business): Buraya hökumət və bizneslər arasında internet üzərindən ictimai tenderlərin elan edilməsi və təkliflər yerləşdirən bizneslər kimi e-ticarət əməliyyatları daxildir.
3. Biznes-Hökumət Əməliyyatları (B2G - Business to Government): Bizneslərin vergi ödənişləri kimi hökumət yönümlü əməliyyatları daxildir.

4. **Biznesdən Biznesə Əməliyyatlar (B2B - Business to Business):** Bu, biznesdən biznesə elektron ticarətin ən geniş yayılmış növüdür və mal və ya xidmətlərin mübadiləsini nəzərdə tutur.
5. **Biznesdən İstehlakçıya Əməliyyatlar (B2C - Business to Consumer):** Bu, istehlakçılara məhsul və ya xidmətlər satan biznesləri əhatə edir. Məsələn, Amazon, AliExpress, Trendyol kimi platformalar bu kateqoriyaya misaldır.
6. **Vətəndaş-Hökumət Əməliyyatları (C2G - Consumer to Government):** Buraya vətəndaşların hökumətə yol hərəkəti cərimələrini ödəməsi və fərdi vergi borclarını ödəməsi kimi əməliyyatlar daxildir.
7. **İstehlakçıdan Biznesə Əməliyyatlar (C2B - Consumer to Business):** İstehlakçıların bizneslərlə əlaqə quraraq, məsələn, blog yazmaqla və ya məhsullarını tanıtmaqla gəlir əldə etdikləri bir növdür.
8. **İstehlakçıdan İstehlakçıya Əməliyyatlar (C2C - Consumer to Consumer):** İstehlakçılar arasında həyata keçirilən elektron ticarət növüdür. Burada istehlakçılar müəyyən komissiya müqabilində məhsulları alıb digər istehlakçılara satırlar.

Bu müxtəlif e-ticarət növləri rəqəmsallaşmanın təsiri ilə iş dünyasında şaxələnmiş və iqtisadi əlaqələri daha da zənginləşdirmişdir.

Doğan və Haşimoğlunun (2002) araşdırmasına görə, elektron ticarətin əsas məqsədləri şirkətlərin yerli və qlobal səviyyədə fəaliyyətlərini asanlaşdırmaq, şirkətin effektivliyini artırmaq, elektron qarşılıqlı əlaqəni yüksək keyfiyyətli və ahəngdar səviyyəyə çatdırmaq, şirkətin bütün müvafiq elektron platformalarda effektiv fəaliyyətini təmin etməkdir.

Elektron ticarətin populyarlığının artması istifadəçilərin sayının artması ilə düz mütənasibdir. Elektron ticarətin istehlakçılar üçün ən cəlbedici üstünlüyü onun rəqabətli qiymətləri ehtiva etməsidir. Elektron ticarət platformalarında satılan məhsullar, xüsusən də kitablar, geyimlər və buna bənzər məhsullar eyni kateqoriyadakı məhsullarla müqayisədə 10% daha qənaətlidir. Bundan əlavə, ənənəvi pərakəndə satış sahələrində mağazaların, işçilərin əmək haqqının və digər qaimə xərclərinin yüksək olması fiziki mağazalarda satışın maya dəyərini artırır. Bu çərçivədə elektron ticarət, xərcləri azaldan effektiv satış və marketinq kanalı olma xüsusiyyətinə malikdir (Dereli, 2015, s. 58).

E-ticarətin yüksəlişi məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi, eləcə də ödənişin asanlıığı, məhsul çeşidinin genişlənməsi və daha praktik çatdırılma kimi amillərlə müşayiət olunub. Elektron ticarət dünya bazarlarında satılan məhsullar haqqında məlumat əldə etməyi asanlaşdırıb və bazarlara yeni istehsalçıların daxil olmasını təşviq edib. Bu, keyfiyyətli məhsulların daha rəqabətədavamlı qiymətlərlə təklif edilməsinə imkan yaratdı. Elektron ticarətin üstünlükləri sayəsində istehlakçılar və istehsalçılar ənənəvi ticarətdə qarşılaşdıqları çətinliklərdən xilas olaraq, bazarlara çatmaqda, ünsiyyət qurmaqda və ehtiyaclarına uyğun istehsal etməkdə daha təsirli olmuşlar (Yılmaz, 2010, s. 40-41).

Elektron ticarətin satıcılar üçün üstünlükləri

- **Coğrafi Məhdudiyətsizlik və Kütləvi Nəqliyyat İmkanı:** Elektron ticarət bizneslərə qlobal bazarlarda pay əldə etməyə imkan verir. Bu, daha az səy və kapitaldan daha səmərəli istifadə deməkdir. Elektron ticarət qısa müddətdə birdən çox müştəriyə

çatmaq üstünlüyünü təklif edir. Elektron ticarətin ən fərqli xüsusiyyətlərindən biri coğrafi məhdudiyyətlər olmadan geniş müştəri bazasına çatmaq qabiliyyətidir (Sugözü & Demir, 2011, s. 109-110). Elektron ticarət müştərilərə çatmaqda məhdudiyyətsiz çeviklik təmin edir.

- Xərclərin Azaldılması: Elektron ticarət fəaliyyəti yaradılması, saxlanması, paylanması, saxlanması və daşınması proseslərində aşağı qiymət üstünlükləri təklif edir. Elektron ticarət ənənəvi ticarətdən fərqli bir quruluşa malikdir və buna görə də rahat saxlama imkanları təklif edir. Tələblər nəzarətdə saxlanıla bilər və lazım olan kadrların sayı azalır. Bu vəziyyət kadr xərclərini minimuma endirməyə kömək edir (Sugözü & Demir, 2011, s. 109-110).
- Davamlı əməliyyat: Elektron ticarətdə xidmət müddətində heç bir məhdudiyyət yoxdur; Xidmət həftənin 7 günü, günün 24 saati mövcuddur. Tənzimləmə tələb edən vəziyyətlər çox vaxt günün qeyri-pik gecə saatlarında baş verə bilər.

İstehlakçılar üçün faydalar aşağıdakılardır (Bidgoli, 2002, s. 58; Yılmaz və başqaları, 2016):

- Yeni təqdim olunan məhsulu asanlıqla ala bilər.
- Alış-veriş zamanı yer məhdudiyyəti yoxdur.
- Çoxsaylı ödəniş variantları arasından seçim edə bilərsiniz.
- İstədiyiniz vaxt alış-veriş edə bilərsiniz, bununla da vaxtınıza qənaət edə bilərsiniz.
- Müvafiq məhsullar üçün təşkil edilən kampaniyaları izləyə bilər.
- Məhsulları, markaları, qiymətləri və xüsusiyyətləri istənilən vaxt məhdudiyyətsiz seçə bilər.

Elektron ticarətin mənfi cəhətləri

Elektron ticarətin üstünlükləri ilə yanaşı, zəif təşkili və tənzimləmənin olmaması bir sıra problemlərə səbəb ola bilər. Bunlara aşağıdakılar daxildir:

- potensial imkan və genişzolaqlı problemlər,
- təhlükəsizliklə bağlı narahatlıqlar,
- internetə çıxışı olmayan insanların olması,
- texnologiyanın hər kəs tərəfindən qəbul edilməməsi,
- biznes strategiyaları və məqsədləri haqqında anlayışın olmaması və məhsulları fiziki olaraq yoxlamaq qabiliyyətinin olmaması (Sugözü & Demir, 2011, səh. 112).

Dünyada e-ticarət.

Rəqəmsal xidmətlər dünyada hər gün daha geniş yayılır. Texnologiyadakı yeni inkişaflar indi bir çox işi rəqəmsal platformalarda yerinə yetirməyə imkan verir. İndiki vaxtda müxtəlif innovasiya yanaşmaları, rəqəmsal texnologiyaların sürətlə yayılması ilə birlikdə ənənəvi alış-veriş vərdişlərinin müxtəlif onlayn alış-veriş platformalarına ev sahibliyi etməsinə səbəb olmuşdur. İstehlakçılar müxtəlif variantlar arasında istədikləri məhsulu saniyələr ərzində müqayisə edib almaq imkanı əldə edirlər.

Elektron biznes tətbiqlərində əsas diqqət biznes proseslərini dəqiq planlaşdırmaq və onları elektron mühitə köçürməkdir. Mühasibat uçotu sistemi, faktura prosesləri, logistika imkanları, təchizatçı tutumu, anbar idarəçiliyi kimi bütün iş prosesləri internet üzərindən həyata keçirilə bilər. Elektron ticarət təkcə təchizatçılar və dilerlərlə inteqrasiyanı deyil, həm də son istifadəçilər üçün elektron ticarət saytlarının yaradılmasını nəzərdə tutur. Elektron biznes elektron mühitədə bütün biznes proseslərində işçilər arasında məlumatların ötürülməsini əhatə edir (ISO, 2021: 8).

Çinli istehsalçılar geyimdən tutmuş maşın avadanlığı və doldurma vahidlərinə qədər geniş çeşiddə məhsullar təklif edərək qlobal alıcılara çatmağı və transsərhəd e-ticarət platformalarından istifadə edərək satışlarını artırmağı hədəfləyirlər. Şirkətin prezidenti Wang Chuanming, rəqəmsal platformalar vasitəsilə ixracının 2022-ci ildə 11 milyon yuana (1,5 milyon dollar) ötdüyünü və onlayn sifarişlərin təxminən 80%-nin Alibaba.com saytından gəldiyini bildirdi (Feifei, 2023). Çinin transsərhəd e-ticarət sektoru ölkənin xarici ticarətinə müsbət təsir göstərən və onun böyüməsinə töhfə verən mühüm amil kimi önə çıxır. 2023-cü ilin ilk altı ayında Çinin transsərhəd e-ticarət həcmi əvvəlki ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 16% artaraq 1,1 trilyon yuana (153,9 milyard ABŞ dolları) çatıb. Bu dövrdə e-ticarət vasitəsilə ixrac 19,9% artaraq 821 milyard yuana, idxal isə 5,7% artaraq 276 milyard yuana çatıb (Emirates News Agency, 2023).

Amerikada 2017-ci ildə 247,1 milyon istehlakçı rəqəmsal platformalardan onlayn alış-veriş edib. Pərakəndə e-ticarət satışlarında artım olduqca sürətlidir, satışlar 2017-ci ildəki 468,129 milyard dollardan 2018-ci ildə 501,012 milyard dollara yüksəlmişdir. Rusiyada e-ticarət bazarı 2010-cu ildə 260 milyard rubl (4,152 milyard dollar) dəyərlə başlayıb, 2017-ci ilə qədər isə 1 trilyon rublu (15,97 milyard dollar) ötüb. 2019-cu ilin birinci yarısında 725 milyard rubla (11,57 milyard dollar) çatıb. Rusiyada transsərhəd e-ticarət (e-ixrac) dəyişkən bir kurs izləyir; 2019-cu ildə yerli elektron ticarət bazarının payı 92%, elektron ixracın payı isə 8% olub. 2017-ci ildə transsərhəd elektron ticarətin ümumi e-ticarət bazarında payı 36%, yerli elektron ticarətin payı isə 64% olaraq qeydə alınıb. Rusiya istehlakçıları ümumiyyətlə onlayn əməliyyatların və pərakəndə satıcıların təhlükəsizliyinə və dürüstlüyünə etibar etməzlər, buna görə də onlar tez-tez ödənişdən əvvəl fiziki məhsulların çatdırılmasına üstünlük verirlər (E-ticarət Məlumat Platforması, 2023).

Bununla belə, Rusiya Elektron Ticarət Şirkətləri Assosiasiyasının məlumatına görə, 2023-cü ilin birinci yarısında e-ticarət satışlarının həcmi keçən ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 20% artaraq 2,7 trilyon rubl (27,67 milyard ABŞ dolları) dəyərində olub. Rusiyada ümumi pərakəndə satışların 12,7%-ni təşkil edən elektron ticarətin ən populyar məhsul kateqoriyası rəqəmsal və məişət texnikasıdır ki, bu da 522,5 milyard rubl (5,35 milyard ABŞ dolları) ilə ümumi satışların 19,1%-ni təşkil edir (Rusiya Brifinqi, 2023).

2022-ci ildə Böyük Britaniyanın e-ticarət iqtisadiyyatı 139,22 milyard funt-sterlinqlə dünyanın üçüncü ən böyük iqtisadiyyatı olmağı bacardı. Bu, Avropada yeni bazarlara çıxmaq istəyən bizneslər üçün əhəmiyyətli bir fürsət təqdim edir, lakin artan inflyasiya və yaşayış xərcləri istehlakçıların alış-veriş seçimlərinə təsir edir. Böyük Britaniyanın e-ticarət səhnəsində Amazon dünyanın ən böyük bazarı kimi liderdir və istehlakçıların 86%-i onlayn alış-veriş üçün Amazon UK-a üstünlük verirlər (Oplog, 2023).

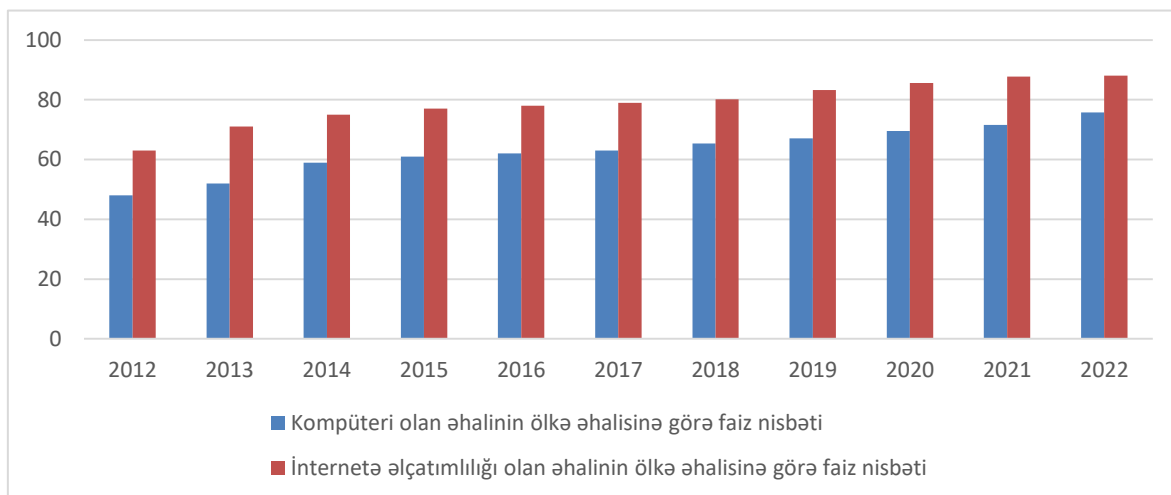
2014 və 2022-ci illər arasında seçilmiş Avropa ölkələrində (Birləşmiş Krallıq, Hollandiya, Almaniya, Fransa, İspaniya, İtaliya) pərakəndə e-ticarət satışlarının payını qiymətləndirdiyi-

miz zaman, 2022-ci ildə Böyük Britaniyada pərakəndə satışın təxminən 26,5%-i onlayn həyata keçirilib. Bu, Böyük Britaniyanı pərakəndə ticarətin pərakəndə e-ticarət satış payında qabaqcıl etdi. Eyni dövrdə pərakəndə ticarətdə ən yüksək onlayn paya malik ölkə Böyük Britaniya, onu Almaniya, Hollandiya və Fransa izləmişdir (Statista, 2023).

Pərakəndə elektron ticarətin ümumi pərakəndə satış həcmində payı Amerika Birləşmiş Ştatlarında 26.3%, Almaniya 15.7%, Argentinada 13.3%, Braziliyada 20.5%, Çində 31.4%, Hindistanda 6.7%, Britaniyada 27.5%, Polşada 14.9%, Türkiyədə isə 16.5% təşkil edir. (Elektron Ticarət Müəssisələri Assosiasiyasının Hesabatı, 2022)

Azərbaycanda e-ticarət

Elektron ticarətin inkişafına ən böyük töhfə internetdən geniş istifadədir. 2018-ci ildə Azərbaycan əhalisinin sayı 9,8 milyon nəfər olub. Əhalinin internetdən istifadə göstəriciləri son altı ildə davamlı olaraq artmaqdadır. Bu müsbət tendensiyanın əsas səbəbi dövlətin və müxtəlif qurumların təşkil etdiyi proqramlar vasitəsilə əhalinin maarifləndirilməsi istiqamətində görülən işlərin səmərəli olmasıdır.



Qrafik 1: Kompüter və İnternet istifadə edən əhalinin ümumi əhaliyə olan faiz nisbəti

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi (2022)

Elektron ticarətin inkişafı üçün vacib element ödəniş sistemləri və əməliyyat mərkəzləridir. Bu sahədə inkişaf səyləri Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2004-cü il 9 dekabr tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş "2005-2007-ci illər üçün Milli Ödəniş Sisteminin İnkişafı Proqramı" ilə başlamışdır. Proqramın əsas məqsədləri bunlardır:

- Kart ödənişlərinin daha da inkişaf etdirilməsi və "Milli Ödəniş Sistemi" proqramının başa çatdırılması üçün "Milli Kart Prosesinq Mərkəzi" nin yaradılması,
- Yerli kommersiya banklarının məlumat və uçot sistemlərinin təkmilləşdirilməsi və beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması;
- Müxtəlif xidmət təşkilatlarının (işıq, qaz, su, telefon və s.), vergi, gömrük, pensiya və digər sosial müdafiə ödənişlərinə cavabdeh olan dövlət qurumlarının ödəniş sistemlərinin infrastrukturuna texnoloji inteqrasiyasının başa çatdırılması;

- Ödəniş sistemlərinin coğrafi əhatəsinin genişləndirilməsi, onların regionlara yönəldilməsi və ev təsərrüfatlarının maliyyəyə çıxış imkanlarının artırılması;
- Ödəniş sistemlərində risklərin idarə edilməsinin səmərəliliyinin artırılması və təhlükəsizlik standartlarının müəyyən edilməsi (ƏLİYEV, 2004: 2-4).

Dövlət proqramının maliyyə resurslarına beynəlxalq maliyyə institutlarının kreditləri, Azərbaycan Respublikası Milli Bankının resursları, kommersiya banklarının investisiyaları və proqramın həyata keçirilməsində iştirak edən digər təşkilatların investisiyaları daxildir. Bu kontekstdə 14 iyul 2006-cı ildə "Millikart" əməliyyat mərkəzinin yaradılması ilə proqram daha bir addım həyata keçirildi (Şükürzadə, 2015: 10).

Azərbaycanda ilk ödəniş sistemi rəsmi olaraq 2008-ci ilin dekabrında Ferit İsmayılzadə tərəfindən tətbiq edilib. İlk əməliyyat mərkəzi 1996-cı ildə yaradılmış Azericard əməliyyat mərkəzi olmuşdur (Süleymanlı, 2015: 61). Hazırda Azərbaycanın bank sistemində 3 kart prosessinq mərkəzi fəaliyyət göstərir:

1. Azericard - Ölkədə yaradılmış ilk əməliyyat mərkəzidir və eksklüziv olaraq "Azərbaycan Beynəlxalq Bankı"
2. Millikart - "2005-2007-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında ödəniş sisteminin inkişafına dair Dövlət Proqramı" çərçivəsində yaradılmışdır.
3. Kapitalkart - Yalnız "Kapital Bankası"

Daha sonra 2011-ci ildə Fərid İsmayılzadə tərəfindən "Hesab.az" portalı yaradılıb və sayt istifadəçilərinə bir çox rahatlıqlar təklif olunub. İstifadəçilər heç yerə getmədən bu sayt vasitəsilə debet və kredit kartları ilə müxtəlif ödənişlər edə bilirlər.

Azərbaycanda 2022-ci ilin hesabatlarına əsasən ölkə daxilində ödənişlər 55.980 milyon manat təşkil edib. Bunun 24.192 milyon manatı kartla (43.2%), 31.787 milyon manat isə nağd olaraq edilmiş ödənişlərdir (56.8%) və nağd ödənişlərin əhəmiyyətli bir hissəsi terminal və bankomatlarla olmuşdur. 2023-cü ilin ilk rübünün hesabatlarına əsasən, ölkədə kartla olan əməliyyatların sayı (Elektron ticarət) 17.556 milyon manat (77.5%), terminalla olan ödənişlər isə 2.017 milyon manat (22.5%) təşkil edib.

2022-2023-cü illər arasında Azərbaycanda nağd ödənişlərin hələ də əhəmiyyətli paya malik olacağı gözlənilsə də, rəqəmsal ödəniş üsullarının davamlı böyüməsi biznes və fiziki şəxslər arasında getdikcə daha çox üstünlük təşkil edir. (epoint.az)

Nəticələr və Təkliflər

Azərbaycanda e-ticarət son illərdə nəzərəcarpacaq dərəcədə inkişaf edib və ölkənin iqtisadi transformasiyasında təsirli rol oynayıb. Dünyadakı rəqəmsal transformasiya ilə Azərbaycan da bu dəyişikliyə ayaq uydurmuş və informasiya texnologiyaları sahəsindəki irəliləyişləri qiymətləndirmişdir. Bu kontekstdə əldə edilən nəticələr və gələcək inkişaf üçün tövsiyələr aşağıdakılardır:

Nəticələr

B2B və B2C Rankings üzrə irəliləyiş: Dünya İqtisadi Forumu və Ümumdünya Əqli Mülkiyyət Təşkilatının hesabatlarına əsasən, Azərbaycan B2B və B2C elektron ticarətdən istifadə üzrə dünya reytinglərində mühüm irəliləyiş əldə edib. Bu, ölkədə biznes və istehlakçılar tərəfindən rəqəmsal platformaların daha effektiv mənimsənilməsini nümayiş etdirir.

İnternetə çıxışın təkmilləşdirilməsi: Azərbaycan Ümumdünya Əqli Mülkiyyət Təşkilatının (ÜƏMT) hesabatlarına görə internetə çıxışda 63-cü yerdədir. Bunun üçün genişzolaqlı infrastrukturun gücləndirilməsi, kənd yerlərinə çıxışın artırılması və internet sürətinin yüksəldilməsi kimi tədbirlər tələb olunur.

İnternetə çıxış və istifadənin artması: Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ticarət və İnkişaf üzrə Konfransının Azərbaycandakı hesabatlarına əsasən, İKT-dən istifadə və onlayn xidmətlərə dair hökumət siyasəti nəticəsində internetə çıxış artıb. Bu, e-ticarətin yayılması üçün möhkəm zəmin yaratmışdır.

Milli Ödəniş Sistemlərinin yaradılması: Azərbaycan hökuməti ödəniş sistemlərini inkişaf etdirmək məqsədilə 2005-2007-ci illər üzrə Milli Ödəniş Sisteminin İnkişafı Proqramının təşəbbüskarı olmuşdur. Millikart kimi tranzaksiya mərkəzlərinin yaradılması ödəniş sistemlərinin etibarlılığını artırıb və maliyyə infrastrukturunu gücləndirib.

Elektron Ticarət İnfrastrukturunun İnkişafı: Ölkədə kart prosessinq mərkəzlərinin sayının artırılması və ödəniş sistemlərinin təkmilləşdirilməsi onlayn ticarətin inkişafını dəstəkləyər bilər. Hökumətin bu sahədə proqramları təşviq etməsi vacibdir.

Təkliflər

Təhsil və Maarifləndirmə Kampaniyaları: Elektron ticarətin daha da geniş vüsət alması üçün dövlət və özəl sektorun əməkdaşlıq etməsi, maarifləndirmə və maarifləndirmə kampaniyaları təşkil etməsi vacibdir. Bizneslər və istehlakçılar rəqəmsal ticarətin faydalarını anlamalı və təhlükəsiz istifadədən xəbərdar olmalıdırlar.

KOM-ların rəqəmsallaşdırılması üçün stimullar: Kiçik və orta müəssisələrin (KOB) rəqəmsallaşdırılmasını təşviq etmək üçün hökumət tərəfindən stimullar və dəstək proqramları yaradılmalıdır. KOM-ların elektron ticarətə inteqrasiyası ölkə iqtisadiyyatına mühüm töhfələr verər bilər.

Rəqəmsal İnfrastrukturun Gücləndirilməsi: Azərbaycan milli səviyyədə rəqəmsal infrastrukturunu gücləndirməli və sürətli və etibarlı internetə çıxışı təmin etmək üçün infrastruktur investisiyalarına diqqət yetirməlidir. Bu, e-ticarətin daha effektiv inkişafını dəstəkləyəcək.

İnnovasiya və Ar-Ge İntestisiyaları: Elektron ticarətin davamlı böyüməsi üçün innovasiya və R&D investisiyaları təşviq edilməlidir. Yeni texnologiyalara və biznes modellərinə diqqət yetirmək Azərbaycanın rəqəbat üstünlüyünü artırır bilər.

Yekun olaraq qeyd edək ki, Azərbaycanın elektron ticarət sahəsində əldə etdiyi nailiyyətlər ölkənin rəqəmsallaşma prosesində müsbət irəliləyişləri əks etdirir. Bu uğurların davamlı olması üçün texnoloji infrastrukturda təhsil, təşviqlərə və strukturlaşmaya diqqət yetirmək vacibdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi. (2022). Ev Təsərrüfatlarında Kompüter və İnternetdən İstifadə Göstəriciləri.
2. Bidgoli, H. (2002). Electronic Commerce Principles and Practice. San Diego: Academic Press.
3. Dereli, D. (2015). Yeni Ekonomide Elektronik Ticaret ve Türkiyə'de Elektronik Ticaretin Boyutu ve Vergilendirilmesi. İktisadi Yenilik Dergisi, 2(2), pp. 56 - 71.
4. Doğan, Z. & Haşimoğlu, A. B. (2002). 2002 Yılına doğru yeni ekonomi kavramı üzerine genel bir değerlendirme ve elektronik ticaret kavramı. Kocaeli, Kocaeli Üniversitesi İİBF İktisat ve İşletme Bölümü, I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi / Bildiriler.
5. E-point elektron kommersiya xidmət platforması. <https://epoint.az/az/article/onlayn-odenislerin-hecmi-artir>
6. Emirates Xəbər Agentliyi (2023). Cross-border e-commerce becomes a new engine of China's foreign trade. <https://wam.ae/en/details/1395303183464>
7. Əliyev, İ. Azərbaycan Respublikasında Milli Ödəniş Sisteminin İnkişafı üzrə 2005–2007-ci illər üçün Dövlət Proqramı (2004). Azərbaycan.
8. Oplog (2023). İngiltərə e-ticaret pazar verileri, 2023'te ne olacak? <https://www.oplog.io/tr/blog/ingiltere-eticaret-verileri>
9. Russia Briefing (2023). Russian e-commerce sales volumes up 20% in h1 2023. <https://www.russia-briefing.com/news/russian-e-commerce-sales-volumes-up-20-in-h1-2023.html/>
10. Şükürzadə, İ. (2015). Ödəniş Sisteminin İnkişafında Yeni Meyllər. Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti.
11. Statista (2023). Retail e-commerce sales as a share of retail trade in selected European countries from 2014 to 2022. <https://www.statista.com/statistics/281241/online-share-of-retail-trade-in-european-countries/>
12. Sugözü, İ. & Demir, S. (2011). İnternet Teknolojisi ve Elektronik Ticaret. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
13. Yılmaz, C. (2010). Online Alışverişte Algılanan Değer, Memnuniyet, Güven Ve Sadakat Arasındaki İlişki. Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Magistr Dissertasyonu.

UOT: 330.59

EKOLOJİ FAKTORLARIN ƏHALİNİN HƏYAT SƏVİYYƏSİ VƏ KEYFİYYƏTİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİNDƏ ROLU

Züleyxa Yaşar qızı CAVANŞİROVA

Bakı Dövlət Universiteti

shabiyeva.zuleyxa@gmail.com

XÜLASƏ

Məqalədə əhalinin həyat keyfiyyətinin və səviyyəsinin qiymətləndirilməsində ekoloji faktorların rolundan bəhs edilmişdir. Burada ekoloji faktorlar dedikdə hansı göstəricilərin nəzərə alındığı, bu göstəricilərin nə kimi təsir gücü olduğu və bu təsirlərin illər ərzində nə dərəcədə dəyişdiyi cədvəllər vasitəsilə qeyd edilmişdir. Eyni zamanda davamlı inkişaf üçün vacib olan göstəricilərdən biri olan ekoloji göstəricilərin statistik xarakteristikaları məqalədə öz əksini tapmışdır. Bunlarla yanaşı hal-hazırda mövcud olan ekoloji problemlərin aradan qaldırılmasının həyat səviyyəsi və keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün nə dərəcədə önəmli olması da qeyd edilmişdir. Məqalədə həmçinin ekoloji vəziyyətin bərpası üçün ölkə ərazində həyata keçirilən bəzi tədbirlərdən və onların nəticələrindən bəhs edilmişdir. Həmçinin ekoloji problemlərin həll edilməsi ilə yanaşı faktorların ölkə əhalisinin həyat səviyyəsinin və keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün həyata keçirilən tədbirlər kompleksinə bu faktorların daxil edilməsi təklif olunur.

Açar sözlər: ekoloji faktorlar, əhalinin həyat səviyyəsi və keyfiyyəti, davamlı sosial-iqtisadi inkişaf, ekoloji göstəricilər.

РОЛЬ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ В ОЦЕНКЕ УРОВНЯ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

РЕЗЮМЕ

Статья посвящена роли экологических факторов в оценке качества жизни и уровня жизни населения. Здесь обсуждаются показатели, учитываемые при упоминании экологических факторов, их воздействие, а также изменения в этих воздействиях в течение лет, представленные в виде таблиц. При этом в статье отражены статистические характеристики экологических показателей, которые являются одними из важных показателей устойчивого развития. В статье также подчеркивается, насколько важным является решение существующих экологических проблем для улучшения уровня и качества жизни. Также обсуждаются некоторые меры и результаты, реализуемые национальной территорией для восстановления экологической обстановки. Кроме того, предлагается включение этих факторов в комплекс мероприятий по улучшению уровня жизни и качества жизни населения, помимо решения экологических проблем.

Ключевые слова: экологические факторы, уровень жизни и качество жизни, устойчивое развитие, экологические показатели.

THE ROLE OF ECOLOGICAL FACTORS IN ASSESSING THE LEVEL AND QUALITY OF POPULATION

LIFE

ABSTRACT

The article discusses the role of ecological factors in assessing the quality and standard of living of the population. When referring to ecological factors, it highlights the indicators considered, the influence of these indicators, and how these influences have changed over the years as noted through tables. It also notes that statistical characteristics of ecological indicators, which are essential for sustainable development, have been found in the article. Additionally, it emphasizes the importance of addressing current ecological issues for improving life quality and standards. The article also discusses some measures implemented within the country to restore the ecological situation and their results. Furthermore, it proposes the inclusion of these factors in the complex of measures aimed at improving the population's quality of life and well-being alongside solving ecological problems.

Keywords: ecological factors, standard of living, and quality of life, sustainability development, ecology indicators.

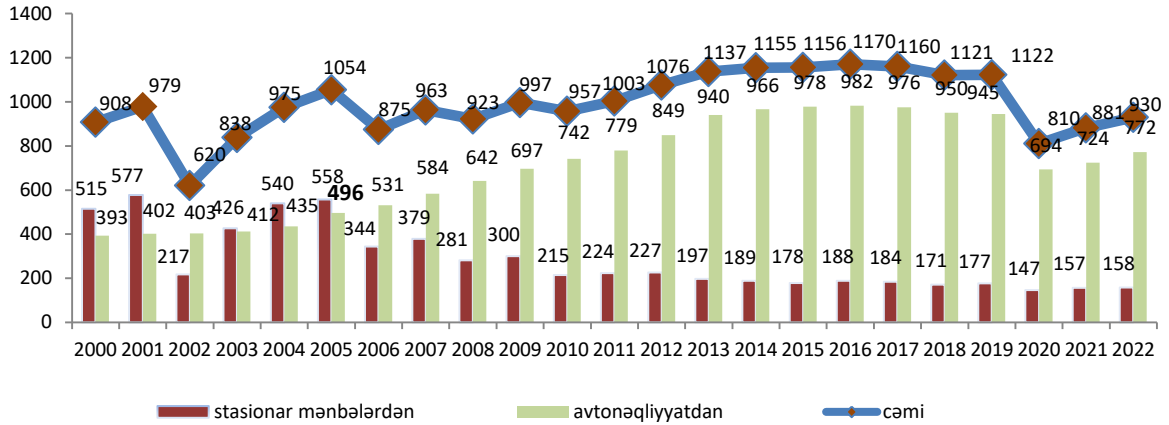
GİRİŞ

Həyat səviyyəsi və keyfiyyəti, bir cəmiyyətin üzvlərinin rifahının və yaşam standartlarının ən önəmli göstəriciləridir. Bu anlayışlar maddi imkanlar, sağlamlıq, təhsil, yaşayış şəraiti və mühit kimi müxtəlif amillərin təsirinə məruz qalır. Qeyd etmək lazımdır ki, həyat səviyyəsi və keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması hər bir ölkənin siyasət sahələrindən biridir. Bu səbəblə bu siyasətin uğurla həyata keçirilməsi bir çox araşdırmaların əsas mövzusunə çevrilmişdir. Bu istiqamətdə xarici alimlərin bir çox araşdırmaları olmuşdur. Misal olaraq Easterlin, R.Veenhoven, Praag, A.Kapteyn, Diener, A.Sen, J.Stiglitz, Fairris D. və s. kimi xarici alimlərin elmi işlərini göstərə bilərik [6]. Ölkənin digər siyasi vəzifələrindən biri də davamlı inkişafın həyata keçirilməsidir. Davamlı inkişaf dedikdə çağdaş nəsillərin tələbini ödəməyə imkan verən və eyni zamanda gələcək nəsillərin öz ehtiyaclarını qarşılamaq imkanına xələl gətirməyən inkişaf nəzərdə tutulur [1]. Qeyd edək ki, iqtisadi inkişafın dayanıqlılığı haqqında danışarkən onu xarakterizə edən göstəriciləri nəzərə almaq lazımdır hansı ki, bu göstəricilərin üç qrupa bölünməsi təklif olunur: iqtisadi, ekoloji və sosial. Bu göstəricilərin ayrı-ayrılıqda nəzərdən keçirilməsi bütövlükdə iqtisadiyyatın dayanıqlıq səviyyəsi ilə bağlı düzgün nəticə çıxarmağa çətinlik törədəcək. Bu məqsədlə bu göstəricilərin bütövlükdə ölçülməsinə çalışılır. Bu istiqamətdə aparılan araşdırmalarda ekoloji faktorların təsirini də nəzərə almaq lazımdır. Çünki əhalinin həyat səviyyəsi və keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi üçün istifadə olunan subyektiv yanaşmanın əsas göstəricilərdən biri də ekoloji təhlükələrdən qorunma indeksi, havanın təmizlik indeksi və suyun təmizlik indeksi əsasında müəyyən edilən ekoloji vəziyyətin keyfiyyətidir [3]. Buradan da göründüyü kimi ekoloji faktorlar bu göstəricilərin qiymətləndirilməsində mühüm rol oynayan elementlərdən biridir. Bu faktorlar hava və su keyfiyyəti, iqlim dəyişiklikləri, çirklənmə, bioçeşidlilik və təbii ehtiyatların istifadəsi kimi geniş bir spektri əhatə edir.

Əhalinin həyat səviyyəsi və keyfiyyətinə təsir edən ekoloji faktorlar

Hava və su keyfiyyəti, insan sağlamlığı üçün hədsiz dərəcədə böyük əhəmiyyətə malikdir. Təmiz hava və su, həm fiziki həm də ruhi sağlamlığın qorunmasında əsas rol oynayır. Məlumdur ki, çirklənmiş hava və su mənbələri tənəffüs yolu xəstəlikləri, allergiyalar və həzm sistemi xəstəlikləri kimi sağlamlıq problemlərinə səbəb ola bilər. Bu faktorlar, əhalinin həyat keyfiyyətinin qiymətləndirilməsində vacibdir. Məsələn, Azərbaycanda sənaye və nəqliyyatın intensiv inkişafı ilə yaranan hava çirklənməsi, şəhər sakinlərinin sağlamlığı üzərində mənfi təsirlər yaratmışdır. Qeyd etmək lazımdır ki, stasionar mənbələrlə yanaşı avtomobil nəqliyyatı da atmosferin çirkləndirilməsində çox böyük rol oynayır. Aşağıda 2000-2022-ci illər ərzində Azərbaycanda stasionar mənbələr və avtomobil nəqliyyatı tərəfindən atmosfərə atılan çirkləndirici maddələrin miqdarı diaqram vasitəsi ilə göstərilmişdir. [2]

Diqram1: Azərbaycanda stasionar mənbələr və avtomobil nəqliyyatı tərəfindən atmosfərə atılan çirkləndirici maddələrin miqdarı



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Statistik göstəriciləri (<https://www.stat.gov.az>)

Diqramdan da göründüyü kimi 2022-ci ildə ölkədə stasionar mənbələrdən və avtomobillərdən atmosfer havasına 930,6 min ton zərərli maddə atılmışdır. Atılan çirkləndirici maddələrin 158,4 min tonu stasionar mənbələrdən olmuş və bu əvvəlki illə müqayisədə 1,7 min ton və ya 1,1 faiz çoxdur. Stasionar mənbələrdən atılan zərərli tullantıların 58,1 faizini karbohidrogenlər, 16,6 faizini karbon oksidi, 14,0 faizini azot oksidi, 0,6 faizini kükürd anhidridi, qalan hissəsini isə digər çirkləndirici maddələr təşkil etmişdir. Atmosferin çirklənməsində avtomobil nəqliyyatı vasitələrindən atılan zərərli maddələr daha böyük paya malik olmuş və 2022-ci ildə bu maddələr 772,2 min ton və ya 83,0 faiz təşkil etmişdir.

İqlim dəyişikliyi və digər ekoloji hadisələr də (quraqlıq, sel, fırtına və s.) insanların yaşayış şəraitinə və kənd təsərrüfatı məhsuldarlığına təsir edir. Bu, ərzaq təhlükəsizliyi və su ehtiyatlarına təsir göstərərək, dolayısıyla insanların həyat səviyyəsinə və keyfiyyətinə təsir edə bilər. Azərbaycan kimi iqlim dəyişikliyindən ciddi şəkildə təsirlənən bir ölkədə, quraqlıq və ekstremal hava hadisələrinin artması kənd təsərrüfatının məhsuldarlığını və eyni zamanda ərzaq təhlükəsizliyini təhdid edir.

Bioçeşidlilik və sağlam ekosistemlər, təbii ehtiyatların müxtəlifliyi və keyfiyyəti ilə sıx əlaqədardır. Bu faktorlar insanların təbiətdən əldə etdikləri faydaları (məsələn, dərman bitkiləri, təmiz hava və su) təmin edir. Bioçeşidliliyin azalması ekoloji tarazlığın pozulmasına şərait yaradır və nəticədə həyat keyfiyyətinə mənfi təsir göstərir. Azərbaycanda, Xəzər dənizinin sahil zolaqlarında və ya Qafqaz dağlarında bioçeşidliliyin qorunması bu baxımdan mühüm əhəmiyyət kəsb edir. .

Təbii ehtiyatların davamlı istifadəsi və ətraf mühitin qorunması, həyat səviyyəsinin yaxşılaşdırılması üçün əsas şərtlərdən biridir. Bu faktorlar, həm cari nəsilin ehtiyaclarını ödəmək, həm də gələcək nəsillər üçün bu ehtiyatları saxlamaq baxımından vacibdir. Məsələn, Azərbaycanda neft və qaz ehtiyatlarının istifadəsi ilə yanaşı, alternativ enerji mənbələrinin inkişaf etdirilməsi və ətraf mühitin qorunması istiqamətində atılan addımlar uzunmüddətli ekoloji və iqtisadi dayanıqlılığı təmin etmək üçün mühümdür.

Ekoloji faktorlar sosial və iqtisadi təsirlərlə də sıx əlaqəlidir. Məsələn, sənaye çirklənməsi və hava keyfiyyətinin pisləşməsi iş yerlərinin və iqtisadi fəaliyyətlərin yerləşməsinə təsir edə bilər. Həmçinin, çirklənmiş ərazilərdə yaşayan əhalinin sağlamlıq xərcləri artır və bu, onların maddi rifahına mənfi təsir göstərir. Ətraf mühitin keyfiyyəti insanların psixoloji və ictimai rifahı üçün də önəmlidir. Təmiz və sağlam bir mühit, insanların stress səviyyəsini azaldır və həyat keyfiyyətini yüksəldir. Çirklənmiş və xəstə mühit insanların ruhi və ictimai sağlamlığına mənfi təsiredir.

Yuxarıda deyilənləri nəzərə alsaq, bu problemlərin həlli üçün ekoloji faktorların ölkə əhalisinin həyat səviyyəsi və keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün həyata keçirilən tədbirlər silsiləsinin tərkib hissəsi olmasının nə qədər vacib olduğunu anlamış olarıq. Təmiz enerji, tullantıların utilizasiyası, suyun və hava keyfiyyətinin qorunması kimi tədbirlər, əhalinin ümumi rifahına müsbət təsir göstərir. Azərbaycanda bu kimi tədbirlərin həyata keçirilməsi, ölkənin ekoloji və sosial dayanıqlılığının artırılmasına xidmət edir. Qeyd edək ki, bu məqsədlə 2020-ci il Azərbaycanda "Ekologiya ili" elan edilmişdir. Bu təşəbbüs ölkədə ətraf mühitin qorunması, ekoloji maarifləndirmə və təbii resursların davamlı istifadəsi ilə bağlı məsələlərə xüsusi diqqət yönəltmək məqsədini güdürdü. 2020-ci ildə "Ekologiya İli" çərçivəsində həyata keçirilən tədbirlər aşağıdakıları əhatə edir:

1. Ekoloji maarifləndirmə: Cəmiyyət arasında ekoloji təhsil və maarifləndirmənin artırılması, xüsusilə gənclər və uşaqlar arasında ekoloji məsuliyyət şüurunun yüksəldilməsi

2. Yaşıl zonaların genişləndirilməsi: Yaşıl zonaların və park sahələrinin genişləndirilməsi, ağacəkmə kampaniyalarının təşkili. Təmiz hava ekologiya üçün çox önəmlidir çünki yaşıl bitki örtüyü şəhərlərin landşaft peyzajlarını yaradır, havanı tozdan, zəhərli qazlardan, radioaktiv maddələrdən təmizləyir, yayda temperaturu aşağı salır.

3. Tullantıların idarə edilməsi: Tullantı idarəetmə sisteminin yaxşılaşdırılması, çirkləndirici maddələrin azaldılması və təkrar emalı. Bərk məişət tullantılarının utilizasiyası müasir gündə əsas problem kimi qalır. Bu tullantıların yığıldığı zibilliklər çox təhlükəli məskənlərə çevrilmişdir, partlayıcı və yanğın təhlükəli situasiyalar yaradır. Dünyada məişət tullantılarının miqdarı o qədər çoxdur ki, bu vəziyyət planetdə karbon qazı və oksigenin balansına kifayət qədər təsir göstərir, təmiz su ehtiyatını azaldır, torpağın tərkibini dəyişir və çirkləndirir, zibilin parçalanma prosesi zamanı xoşagəlməyən qoxunun əmələ gəlməsinə səbəb olur, əhali arasında immunitet çox kəskin aşağı düşür. Bütün bunlarla yanaşı çirklənmiş sudan sistemə istifadə edilməsi də əhalidə immunitetin çox kəskin aşağı düşməsinə səbəb olur və bu da insanlarda da, ev heyvanlarında da leykemiya bənzər xəstəliklərinin inkişafına şərait yaradır. [5] Qeyd edək ki, dünyada bu problemlərlə mübarizə üçün 1000-dən artıq zibil palegonları fəaliyyət göstərir. Bizim ölkədə də son illər Balaxanıda müasir bir zavod tikilmişdir. 2010-2022-ci illər ərzində ölkə ərazisindəki tullantıların miqdarına aşağıdakı cədvəldə baxa bilərik. [2]

Cədvəl 1: 2010-2022-ci illər ərzində ölkə ərazisindəki tullantıların miqdarı

Tullantıların yaranması (min ton)				
	2010	2015	2020	2022
Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq	2.6	20.0	31.5	36.4
Mədəncıxarma sənayesi	246.6	196.7	206.3	262.0
Emal sənayesi	414.6	526.9	692.5	836.2
Elektrik enerjisi, qaz və suyun istehsalı və bölüşdürülməsi	1.6	4.6	7.6	4.8
Tikinti	0.6	3.3	3.1	43.8
Digər iqtisadi fəaliyyət növləri	6.2	64.2	161.3	143.6
Ev təsərrüfatları	1609.3	1534.7	2350.0	2658.3

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Statistika göstəriciləri (<https://www.stat.gov.az>)

2022-ci ildə müəssisə və təşkilatlarda, ev təsərrüfatlarında 3985,1 min ton və ya əvvəlki illə müqayisədə 5,5 faiz çox tullantı əmələ gəlmiş və onların 66,7 faizini (2658,3 min ton) bərk məişət tullantıları, 33,3 faizini isə müəssisələrin istehsal fəaliyyəti nəticəsində yaranmış müxtəlif növ tullantılar təşkil etmişdir. 2022-ci ildə 2658,3 min ton bərk məişət tullantılarının 78,3 faizi zərərsizləşdirilməsi məqsədilə poliqonlara daşınmış, 21,2 faizi enerji əldə edilməsi məqsədilə istifadə olunmuş, 0,5 faizi isə ölkə daxilində satılmışdır. Məişət tullantılarından istifadə hesabına 205.3 milyon kVt saat elektrik enerjisi istehsal edilmişdir.

4. Su ehtiyatlarının qorunması: Su mənbələrinin qorunması və suyun səmərəli istifadəsi ilə bağlı tədbirlər, su çirklənməsinin qarşısının alınması.

5. Ekoloji standartların tətbiqi: Sənaye və kənd təsərrüfatı sahələrində ekoloji standartların tətbiqi, ətraf mühitin mühafizəsinə xidmət edən texnologiyaların istifadəsi.

6. İctimai cəlb edilmə: İctimai təşkilatların və KİV-in ekoloji layihələrdə iştiraka cəlb edilməsi, vətəndaşların ekoloji məsələlərdə fəal iştirakının təşkil edilməsi.

Bu tədbirlər Azərbaycanın ətraf mühitinin qorunması və ekoloji davamlılığın təmin edilməsi istiqamətindəki səylərini gücləndirməyə yönəlmişdir. Bu təşəbbüslər, həm ölkənin ekoloji vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına, həm də vətəndaşların ekoloji məsuliyyət şüurunun artırılmasına xidmət etmişdir.

Davamlı inkişafın ekoloji göstəriciləri

Davamlı inkişafı üçün ekoloji göstəricilərin təsviri statistikasını təhlil edək. Bunun üçün ilk növbədə 2010-2022-ci illər ərzində ətraf mühitin mühafizəsinə çəkilən xərclərin ÜDM-də payına baxaq[2]. Ətraf mühitin mühafizəsinə çəkilən xərclər istehsal prosesi nəticəsində çirklənmənin qarşısının qismən alınmasına, əsasən azaldılmasına, aradan qaldırılmasına yönəldilmiş bütün məqsədyönlü fəaliyyətlərə xərclənən pul miqdarı kimi müəyyən edilir.

Cədvəl 2: 2010-2022-ci illər ərzində ÜDM və ətraf mühitin mühafizəsinə çəkilən xərclər

İllər	ÜDM(milyon AZN)	Ətraf mühitin mühafizəsinə çəkilən xərclər (min manat)
2010	42465	260673.8
2011	52082	320253.5
2012	54743.7	419317.9
2013	58182	398187.5
2014	59014.1	283414.6
2015	54352.1	136208.3
2016	60425.2	155817.2
2017	70337.8	189044.1
2018	80092	319256.1
2019	81681	387680.4
2020	72432.2	239764.5
2021	93203.2	141342.7

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Statistik göstəriciləri (<https://www.stat.gov.az>)

2010-cu ildə ətraf mühitin mühafizəsinə çəkilən xərclər 260673.8 min manat olmuş və ÜDM-in 0.6 faizini təşkil etmişdir. 2013-cü ildə isə bu göstərici 0.1 faiz bəndi artaraq 0.7 faiz olmuşdur. Baxılan dövr ərzində bu göstəricinin ən yüksək qiyməti 2012-ci ilə təsadüf etmiş və 0.8 faiz olmuşdur.

Ekoloji göstəricilərin təsviri statistikasını üçün aşağıdakı işarələri qəbul edək: A₁ - Ətraf mühitin mühafizəsinə çəkilən xərclərin ÜDM-də payı (%);

A₂-Stasionar mənbələrdən atmosfərə atılan çirkləndirici maddələr (min ton);

A₃- Avtomobil nəqliyyatından atmosfərə atılan çirkləndirici maddələr (min ton). Cədvəl 3-də bu göstəricilərin statistik xarakteristikaları verilmişdir.

Cədvəl 3: Ekoloji göstəricilərin statistik xarakteristikaları

Descriptive Statistics	A ₁	A ₂	A ₃
Mean	0.425	183.1667	879.5833
Standard Error	0.056575	7.099758	31.5149
Median	0.35	181	942.5
Standard Deviation	0.195982	24.59428	109.1708
Sample Variance	0.038409	604.8788	11918.27
Kurtosis	-0.55142	-0.11044	-1.35809
Skewness	0.711935	0.530439	-0.67329
Range	0.6	80	288
Minimum	0.2	147	694
Maximum	0.8	227	982
Sum	5.1	2198	10555
Count	12	12	12
Largest(1)	0.8	227	982
Smallest(1)	0.2	147	694

Mənbə : Müəllif tərəfindən aparılan hesablamalar

Təsviri statistika əsasında bu göstəricilərin variyasiya və dayanıqlılıq əmsallarına baxaq.

Cədvəl 4. Ekoloji göstəricilərin variyasiya və dayanıqlıq əmsalları

Göstəricinin adı	Variyasiya əmsalı, faizlə	Dayanıqlılıq əmsalı, faizlə
Ətraf mühitin mühafizəsinə çəkilən xərclərin ÜDM-də payı	40.00	60.00
Stasionar mənbələrdən atmosfərə atılan çirkləndirici maddələr (min ton)	13.25	86.75
Avtomobil nəqliyyatından atmosfərə atılan çirkləndirici maddələr (min ton)	11.70	88.30

Mənbə : Müəllif tərəfindən aparılan hesablamalar

Ətraf mühitin çirklənməsi anlayışı geniş bir sahəni əhatə edir. Sadə şəkildə ifadə etsək, təbiətə zərər verən hər şey ətraf mühitin çirklənməsinə səbəb olur. Bunlara müəssələrin tullantıları, plastik vasitələrdən və kimyəvi tərkibli maddələrdən həddindən artıq istifadə edilməsi, məişət və tibbi tullantıların təkrar emal olunmaması, istixana qazı yayan vasitələrin geniş yayılması və s. misal ola bilər. Cədvəl 5-də 2010-2019-cu illər ərzində atmosfer havasına atılan çirkləndirici maddələrin miqdarı verilib.

NƏTİCƏ

Bütün deyilənləri nəzərə alsaq deyə bilərik ki, ekoloji faktorların insanların həyatı üzərində çoxistiqamətli təsirləri var və bu təsirlərin əhəlinin həyat səviyyəsi və keyfiyyətinin qiymətləndirilməsindəki rolu inkaredilməzdir. Bu təsirlərin aydınlaşdırılması və idarə edilməsi davamlı bir gələcək üçün vacib məsələdir. Aparılan təhlillər bunu deməyə imkan verir ki, ölkədə ekoloji problemlərin həll edilməsi üçün görülən tədbirlər ölkənin davamlı inkişafına müsbət təsir göstərir. Bu isə göstərir ki, davamlı inkişafın təmin olunması üçün insanların bu mövzuda məqsədyönlü davranması və ölkələrin siyasətinin bu istiqamətdə formalaşdırılması çox mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

ƏDƏBİYYAT

1. Eurostat. Sustainable development in the European Union. 2015 monitoring report of the EU Sustainable Development Strategy. Luxembourg, 2015
2. Azərbaycan Respublikasının Statistik göstəriciləri (<https://www.stat.gov.az>)
3. Əliyev, A.Z. Azərbaycanda həyat səviyyəsi və keyfiyyəti // Əmək və Sosial Problemlər üzrə Elmi Tədqiqat və Tədris Mərkəzinin 20 illiyinə həsr olunmuş "Əmək, məşğulluq və sosial müdafiənin aktual məsələləri" mövzusunda Beynəlxalq elmi-praktik konfrans, -Bakı: -20 oktyabr -2017, -s.169-172.
4. Астратова Г.В., Синякова М.Г., Захарова Е.Н., Коржавина Н.П. Субъективные факторы оценки качества жизни на индивидуальном уровне//Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2018. № 3 (225). С. 18-27.
5. В.Н.Кузнецов , Экология, Москва, Дрофа, 2002г., 128с.
6. Fairris, D. The impacts of living wage policies: introduction to the special issue / D. Fairris and M. Reich // Industrial Relations, -2005, 44(1), -p. 1-13.

UOT: 339.5

ELEKTRON TİCARƏTDƏN İSTİFADƏNİN NƏTİCƏLƏRİ VƏ ONUN GƏLƏCƏK PERSPEKTİVLƏRİ

NURİYEV Fərid Yusif oğlu

feridnuriyev48@gmail.com

XÜLASƏ

Məqalədə Azərbaycanda internet üzərindən ticarətin müasir forması olan elektron ticarətin istifadəsi və gələcək perspektivləri barədə söz açılıb. Ölkəmizdə “elektron ticarət”in informasiya və telekommunikasiya texnologiyaları vasitəsilə elektron biznes ünsiyyətini təmin etməsi diqqətə alınır. Əmtəələrin təqdim edilməsi və xidmətlərin göstərilməsi biznesin fiziki müdaxilə və ya fiziki təmas olmadan internet vasitəsilə fiziki şəxslər arasında həyata keçirilməsi prosesi olan elektron ticarətin ölkəmizdəki istifadə effektivliyi və nəticələri təhlil edilib.

Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə tənzimlənən elektron ticarət və şəbəkə marketinqinin yüksək peşəkarlıq və operativliklə aparıldığı təqdirdə inkişafı təmin edən müasir biznes növü olması təsbit edilib.

Tədqiqatın yekununda Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafına təsir edən əsas amillərin iki qrupa bölündüyü öz əksini tapıb. Elektron ticarətin inkişafı üçün yeni stimullara malik olmağın və ölkədə elektron ticarət üçün daha əlverişli mühit yaratmağın zəruri olduğu diqqətə çatdırılıb.

Açar sözlər: e-ticarət, elektron imza, ticarət portalı, İKT.

ПОСЛЕДСТВИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ И ЕЕ БУДУЩИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

РЕЗЮМЕ

В статье говорится об использовании и будущих перспективах электронной коммерции, которая является современной формой интернет-торговли в Азербайджане. Отмечено, что «электронная коммерция» обеспечивает электронное деловое общение посредством информационных и телекоммуникационных технологий в нашей стране. Проанализированы эффективность и результаты использования электронной коммерции в стране, которая представляет собой процесс ведения бизнеса по представлению товаров и оказанию услуг между физическими лицами посредством сети Интернет без физического вмешательства и физического контакта.

Установлено, что электронная коммерция и сетевой маркетинг, регулируемые законодательством Азербайджанской Республики, являются современным видом бизнеса, который обеспечивает развитие, если ведется с высоким профессионализмом и оперативностью.

В конце исследования было отражено, что основные факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в Азербайджане, делятся на две группы. Было отмечено, что необходимо иметь новые стимулы для развития электронной коммерции и создать более благоприятную среду для электронной коммерции в стране.

Ключевые слова: электронная коммерция, электронная подпись, торговый портал, ИКТ.

CONSEQUENCES OF USING ELECTRONIC COMMERCE AND ITS FUTURE PERSPECTIVES

ABSTRACT

The article talks about the use and future perspectives of e-commerce, which is a modern form of online trading in Azerbaijan. It is noted that “electronic commerce” provides electronic business communication through information and telecommunication technologies in our country. The effectiveness and results of using e-commerce in the country are analyzed, which is the process of doing business by presenting goods and providing services between individuals via the Internet without physical intervention or physical contact.

It has been established that e-commerce and network marketing, regulated by the legislation of the Republic of Azerbaijan, are a modern type of business.

At the end of the research, it was reflected that the main factors influencing the development of e-commerce in Azerbaijan are divided into two groups. It was noted that it is necessary to have new incentives for the development of e-commerce and create a more favorable environment for e-commerce in the country.

Keywords: e-commerce, electronic signature, trade portal, ICT.

Giriş

Qlobal informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının inkişafındakı müasir nailiyyətlər “e-ticarət” adlanan iqtisadi fəaliyyətin sürətli inkişafına səbəb olmuşdur. Elektron ticarətin inkişafı və həcmnin artması qlobal iqtisadiyyat üçün müəyyən müsbət təsirlərlə müşayiət olunur. Bunlara aşağıdakılar daxildir: əməliyyat xərclərinin azaldılması, ticarət prosedurlarının sadələşdirilməsi, investisiya axını üçün imkanların genişləndirilməsi, coğrafi ərazinin və biznesin əlçatanlığının genişləndirilməsi və rəqabətin artırılması.

İnternetdə qloballaşma ilə iqtisadiyyat geniş spektrli yeni imkanlar əldə edir. Ən son İT texnologiyalarından istifadə etməklə həyata keçirilən iqtisadi fəaliyyət səmərəli və gəlirlidir. Elektron ticarət getdikcə praktiki əhəmiyyət kəsb edən “yeni iqtisadiyyat”ın əsas komponentlərindən biridir. Elektron ticarətin effektivliyi onunla müəyyən edilir ki, bu ticarət forması ilə əməliyyat xərcləri, yəni verilənlərin axtarışı və emalı, danışıqların aparılması və müqavilələrin imzalanması ilə bağlı xərclər azalır, nəticədə alqı-satqı prosesi və əməliyyatların bağlanması və investisiyaların cəlb edilməsi imkanları genişləndirilir, coğrafi əlçatanlıq təkmilləşdirilir. Azərbaycanda elektron ticarət inkişaf mərhələsindədir və gələcək inkişaf üçün geniş perspektivlərə malikdir.

Tədqiqat metodu

Tədqiqat işində mövzunun təhlili zamanı ümumiləşdirmə metodu və iqtisadi göstəricilərin amillər üzrə təhlili metodlarından istifadə edilib.

Tədqiqat işinin müzakirəsi və nəticələri

Hazırda Azərbaycanda ənənəvi neft sektoru ilə yanaşı, qeyri-neft sektorunun inkişafı, o cümlədən informasiya kommunikasiyalarının inkişafı və informasiya cəmiyyətinin qurulması prioritet məsələdir. Bu kontekstdə, elektron ticarətin inkişafı “Elektron hökumət” üzrə Dövlət Proqramının da prioritet istiqamətlərindən biridir. 2008-ci il dekabrın 2-də “SilverKey Azerbaijan” şirkəti ölkədə ilk onlayn ödəniş sistemi – “GoldenPay” sistemini yaradıb, bu sistem Visa və MasterCard-ın eksklüziv lisenziyalarına layiq görülüb və şirkətlərə və dövlət qurumlarına təqdim edilib. Araşdırmalara görə, vətəndaşlar daha çox avtomobil, mobil telefon, geyim, kosmetika, ucuz zinət əşyalarını onlayn sifariş edirlər. Onlayn satış qiymətləri də mağazalardakı adi qiymətlərdən xeyli aşağıdır [1, səh. 5].

Azərbaycanda elektron ticarət günü-gündən inkişaf edir. 2004-cü ildə elektron ticarət əməliyyatları zamanı sənədlərin dövriyyəsinə tənzimləyən “Elektron imza və elektron sənəd haqqında” Qanun, 2005-ci ildə isə “Elektron ticarət haqqında” qanun qəbul edilib və bu qanunlar elektron ticarət fəaliyyəti ilə məşğul olan şəxsin elektron ticarətdəki bütün hüquq və vəzifələrini tənzimləyir [2].

2017-ci ildə elektron ticarət əməliyyatlarını asanlaşdıran Azərbaycan Rəqəmsal Ticarət Qovşağı yaradılıb. Bu fəaliyyətlərin tənzimlənməsi istiqamətində atılan addımlar ölkədə elektron ticarətin payının artmasında özünü göstərir.

Elektron alış-veriş bir çox üstünlüklərə, o cümlədən vaxta və pula qənaət, geniş seçimlər, rahatlıq və sadələşdirilmiş alış proseduru malikdir. Bu baxımdan, 2008-ci ildən Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı müşahidə olunur. 2020-ci ilin yanvar-mart aylarında ölkədə elektron ticarət şəbəkəsində 10,1 milyon manatlıq məhsul satılıb. Bu, 2016-cı ilin yanvar ayı ilə müqayisədə müqayisəli qiymətlərlə 1,7 dəfə çoxdur. Lakin ekspertlərin

fikrincə, Azərbaycanda elektron ticarət ənənəvi ticarət əməliyyatlarının cəmi 4%-ni təşkil edir. Müqayisə üçün qeyd edək ki, ABŞ-da ticarətin 80 %-i, Avropada isə 60 %-i elektron şəkildə həyata keçirilir. Odur ki, dövlət büdcəsində vergilərin payının az olduğunu nəzərə alaraq, Azərbaycan hökuməti bu sahənin inkişafında birbaşa maraqlı olmalıdır [3].

Elektron ticarətin inkişafı birbaşa internet və informasiya kommunikasiyalarının inkişafı ilə bağlıdır. 2018-ci ildə Azərbaycan İKT sektorunda 21 %-lik inkişaf tempinə çatıb və internetdən istifadəyə görə MDB ölkələri arasında liderlərdən birinə çevrilib. Dövlət Neft Fondunun Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi ilə birgə həyata keçirdiyi “Ev üçün optika” modeli çərçivəsində həyata keçirilən layihəyə əsasən, Azərbaycanın ucqar kəndləri də daxil olmaqla bütün əhalinin əksəriyyəti 10-100 Mb/s sürətli genişzolaqlı internetlə təmin edilib. Genişzolaqlı internetə çıxışı olan fiziki şəxslər və firmalar öz kommersiya fəaliyyətlərində alıcı və ya satıcı kimi çıxış edə bilər və öz növbəsində əməliyyatları fiziki mühitdən elektron mühitə keçirə bilər ki, bu da elektron ticarət əməliyyatları və elektron biznesin inkişafı üçün əlverişli mühit yaradır.

Azərbaycanda elektron ticarətin hazırkı vəziyyətini təhlil edərkən xarici və ya yerli elektron ticarət portalları vasitəsilə istehlakçıların alqı-satqı əməliyyatlarının köməyi ilə vəziyyəti qiymətləndirmək mümkündür. Qiymətləndirmə göstərir ki, xarici elektron ticarət resurslarından alışların həcmi dəfələrlə çoxdur. Bunun əsas səbəbi malların çeşidinin çoxluğu və qiymətlərin aşağı olmasıdır. Yerli elektron ticarət saytları olsa da, onların dövriyyəsi beynəlxalq e-ticarət portallarından xeyli aşağıdır və onların əksəriyyəti alış-verişdən daha çox xidmət göstərən saytların payına düşür. Sığorta, qida çatdırılması, kuryer xidmətləri, səyahət xidmətləri göstərən xidmət şirkətləri daha populyardır [4, səh. 8].

Ölkədə elektron ticarətin inkişafına təsir edən amillərdən biri də təhlükəsiz ödəniş sisteminin və ödəniş vasitələrinin mövcudluğuudur. 2008-ci ildə “SilverKey Azerbaijan” şirkətinin təklif etdiyi və “Golden Pay” sistemi ilə işləyən ilk milli onlayn ödəniş sistemi olan “hesab.az” istifadəyə verilib. Azərbaycanın ən böyük ödəniş portalı olan “hesab.az”-da yeni xidmətlərin dövriyyəsi ildə 4-5 dəfə artır. Bundan başqa, “million.az” saytı “KomtecLtd” (MilliON ticarət nişanı) şirkəti tərəfindən yaradılıb və elektron ödəniş xidmətlərini təklif edib. Hazırda hər iki portal vasitəsilə kommunal xidmətlər, internet, mobil və stasionar telefonlar, reklam, lizinq, ödəniş kartları, elektron pul kisələri, smart alış-veriş, kabel televiziya, bankçılıq, sığorta, elektron mağaza xidmətlərinin ödənişlərini həyata keçirmək mümkündür [5, səh. 7].

Günümüzdə ölkədə bütün iştirakçıları yerli bazarın nümayəndələri olan elektronika mağazalarının sayı artır. Ölkə əhalisi dünyanın müxtəlif ölkələrində yaradılmış və internet üzərindən fəaliyyət göstərən çoxsaylı elektron mağazalardan da istifadə edir. Təbii ki, Azərbaycan dövlətinin formalaşdırdığı qanunvericilik bazası və informasiya texnologiyalarının inkişafı bu ticarət sahəsinin genişlənməsinə şərait yaradır. Qeyd etmək lazımdır ki, son 3 ildə respublikamız İKT-nin inkişafı üzrə MDB ölkələri arasında liderliyini qoruyub saxlamışdır. Ölkədə 2 milyona yaxın internet istifadəçisinin olması İKT resurslarından yüksək səviyyədə istifadəni təsdiqləyən amillərdən biridir [6].

Hazırda ölkəmizdə elektron ticarətin daha da inkişaf etdirilməsi, ixrac potensialının artırılması istiqamətində işlər aparılır. İqtisadi İslahatlar Mərkəzi tərəfindən “www.azexport.az” internet portalının yaradılması da buna xidmət edir. Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi də bu proseslərdə, xüsusilə transsərhəd elektron

xidmətlərin təmin edilməsi məqsədilə qeyri-rezidentlər tərəfindən elektron imzadan istifadənin asanlaşdırılması istiqamətində yaxından iştirak edir.

Vergilər Nazirliyi Azərbaycanda elektron ticarətin vergiyə cəlb edilməsi ilə bağlı təkliflər paketi hazırlayır. Hazırda nazirlik dünyada geniş yayılmış bu sahənin Azərbaycanda vergiyə cəlb edilməsi üzərində işləyir. Elektron ticarət sahəsində qabaqcıl təcrübənin öyrənilməsi istiqamətində müəyyən işlər görülür, müxtəlif Avropa ölkələrinin təcrübələri araşdırılır.

Elektron ticarətin iştirakçıları bu fəaliyyət zamanı satıcı, alıcı və elektron sənəd dövriyyəsi agenti kimi çıxış edən hüquqi və fiziki şəxslərdir. Vergilər Nazirliyinin rəsmi saytında yerləşdirilən məlumatlara müvafiq olaraq, Vergi Məcəlləsində 2017-ci ildə qüvvəyə minmiş dəyişikliklərə nəzər saldıqda Məcəllənin 168.1.5, 169.1, 169.3-cü maddələrinin ƏDV-nin virtual mühitdə tətbiqini tənzimlədiyinin şahidi oluruq. Otel xidmətləri və bilet sifarişləri xidmətləri istisna olmaqla, digər xidmətlərə görə xaricdə edilən ödənişlərə ƏDV tətbiq edilir.

“Elektron Hökumət” strukturu “Azərbaycan Respublikasının təkmilləşdirilməsi naminə informasiya-kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli Strategiya” prinsipi əsasında yaradılıb və “Elektron Azərbaycan” Dövlət Proqramı çərçivəsində həyata keçirilir.

Bu gün həm hüquqi, həm də fiziki şəxslər qlobal internetə çıxışı olan “Elektron hökumət” portalının xidmətlərindən istifadə edə bilirlər.

Elektron hökumət portalına giriş bir neçə yolla həyata keçirilir [7, səh. 4]:

- “e-imza” elektron imza xidmətlərinin köməyi ilə;
- “e-gov identity” identifikasiyasından istifadə ilə;
- “Asan İmza” xidmətlərindən istifadə yolu ilə;
- e-gov.az saytıdan əldə edilə bilən loqin və paroldan istifadə etməklə.

Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə tənzimlənən elektron ticarət və şəbəkə marketinqi yüksək peşəkarlıq və operativliklə aparıldığı təqdirdə inkişafı təmin edən müasir biznes növüdür. Hər bir alıcı şəbəkə biznesinə qoşulmazdan əvvəl ən yaxşı şəbəkə marketinq şirkətini diqqətlə seçməlidir. Şəbəkə işçisi əsl şəbəkəçi olduqdan sonra, frilanser öz biznesini qurmaq üçün şəbəkəyə yeni distribyutorlar cəlb etməli və bu yeni qoşulmuş distribyutorları müvafiq məlumat, təlim materialları və lazım gəldikdə dəstəyi ilə təmin etməlidir. Hər bir şəbəkə işçisi işlədiyi ölkənin qanunlarına ciddi əməl etməli və işlədiyi şirkətin qaydalarının yerli qanunlara uyğun olmasını təmin etməlidir. Heç bir halda distribyutor elektron mağazanın işçisi hesab edilmir, o, ondan əmək haqqı almır, o, yalnız məhsulun təşviqi yolu ilə satışdan əldə olunan gəlirdən komissiya ala bilər.

Araşdırmaları yekunlaşdıraraq belə qənaətə gəlmək olar ki, Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafına təsir edən əsas amilləri iki qrupa bölmək olar: məhdudlaşdırıcı və stimullaşdırıcı amillər. Elektron ticarətin inkişafı üçün yeni stimullara malik olmaq və ölkədə elektron ticarət üçün daha əlverişli mühit yaratmaq lazımdır.

Cədvəl 1. Elektron ticarətin inkişafına təsir edən amillər

Amillər	Məhdudlaşdırıcı	Stimullaşdırıcı
Hüquqi	- Elektron ticarətin tənzimlənməsi üçün hüquqi baza formalaşmayıb; - Nazirlər Kabinetinin yeni qərarı ilə onlayn sifariş vasitəsilə malların rüsumsuz idxalının məbləği 1000 ABŞ dollarından 300 ABŞ dollarına (fiziki şəxslər üçün) azaldılıb.	Elektron ticarət haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu
İqtisadi	- iqtisadi vəziyyətin qeyri-sabitliyi; - kölgə iqtisadiyyatının mövcudluğu; - sənaye, rabitə və nəqliyyatın yüksək inhisarçılığı; - vahid qiymət mexanizminin olmaması; - biznes üçün əlverişli vergi sisteminin olmaması; - mövcud resurslardan tam istifadə; - əlverişsiz investisiya mühiti.	- iqtisadi inkişaf; - gəlirin artması; - adambaşına düşən ÜDM-in artımı; - şirkətlərdə təchizat və marketing fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması zərurəti; - internet bankçılığın inkişafı.
İnfrastruktur	- İnkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə informasiya texnologiyalarının inkişaf tempinin aşağı olması; - telekommunikasiyanın zəif inkişafı; - İnternetin aşağı sürəti və keyfiyyəti.	- Adambaşına düşən beynəlxalq internet kanallarının yüksək həcmi.
Sosial	- Əhalinin elektron alış-veriş vərdislərinin aşağı olması; - Elektron ödəniş sistemlərinə inamsızlıq; - Satış əməliyyatlarında plastik kartlardan daha az istifadə.	- İnternet istifadəçilərinin çoxluğu; - Elektron Ticarət İctimai Birliyinin yaradılması.

Bununla belə, müşahidə olunan müsbət tendensiyalar, o cümlədən BMT-nin Ticarət və İnkişaf üzrə Konfransının (UNCTAD) B2-C elektron ticarət indeksinə görə, ölkəmizin 68-ci yerdən 62-ci yerə yüksəlməsi, ölkədə internet istifadəçilərinin sayının çoxluğu, gəlirlərin artması, onlayn ticarətin gənclər arasında populyarlığı və xüsusən də pandemiya dövründə elektron ticarətin ənənəvi ticarətdən üstünlük təşkil etməsi Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı üçün geniş perspektivlərin olduğunu göstərir [8, səh. 7].

Ölkədə elektron ticarətin inkişafı üçün atılacaq zəruri addımlara aşağıdakılar aid edilə bilər:

- Elektron ticarətin inkişafını tənzimləyən hüquqi bazanın ən qısa zamanda yaradılması;
- Qiymət mexanizminin aydınlaşdırılması;
- Elektron ticarəti dəstəkləyən vergi siyasətinin aparılması;
- İnternet provayderlərinin fəaliyyətinin tənzimlənməsi, internetin sürətini və keyfiyyətini tənzimləyən və dünya standartlarına müvafiq standartların yaradılması;
- Milli elektron mağazaların inkişafı;
- Əhali (xüsusilə yaşlılar) arasında elektron ticarətin təşviqi.

Texnoloji tərəqqi və imkanlar ölkədə elektron xidmətlər, o cümlədən elektron ticarət üçün şərait yaradır. Ümumilikdə, "rəqəmsal transformasiya", ölkə iqtisadiyyatında rəqəmsal iqtisadiyyatın qurulması istiqamətində işlər davam etdirilir. Onlayn ödəniş sistemləri elektron xidmətlərin ödəniş səviyyəsinin yüksəldilməsinə şərait yaradır.

Ölkəmizdə elektron ticarətin potensialı daha böyükdür. Vətəndaş cəmiyyəti təşkilatları və özəl şirkətlər tərəfindən həyata keçirilən layihələr, eləcə də dövlət dəstəyi nəticəsində Azərbaycanda elektron ticarət sektoru inkişaf edəcək və ölkəmiz bu sahədə regional liderə çevriləcək.

ƏDƏBİYYAT

1. E. Suleymanov. "Electronic commerce and IT's probable effects on Azerbaijan Economy". Application of Information and Communication Technologies. AICT 2009. International Conference 14-16 Oct. 2009.
2. Elektron ticarət haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu. 10 may 2005-ci il.
3. Information Society. Statistical publication. State Statistical Committee. Retrieved from: https://www.stat.gov.az/source/information_society, 2020.
4. E. Süleymanov, F. Əliyev. E-Ticarət Və Azərbaycanda Tətbiqinin İqtisadi Səmərəliliyi. Qafqaz Universiteti, Bakı. 2010.
5. R.M. Alguliyev, A.G. Aliyev. Razrabotka strategii razvitiya i analiz tendentsiy formirovaniya informatsionnoy ekonomiki v Azerbaydzhane na osnove opyta zarubezhnykh stran. Mezhdunarodnyy zhurnal sotsial'noy, povedencheskoy, obrazovatel'noy, ekonomicheskoy, delovoy i promyshlennoy inzhenerii. (на русском языке), 2015.
6. Azerbaijan: Country Digital Development Overview. Asian Development Bank. Retrieved from: <https://www.adb.org/sites/default/files/institutionaldocument/484586/aze-digital-development-overview.pdf>, 2019.
7. E. Suleymanov, Kh. Ibrahimova. Perspectives of E-Commerce Development in Azerbaijan. SSRN Electronic Journal, Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3299851>, 2018.
8. E. Süleymanov, X. İbrahimova. "Elektron ticarətin Azərbaycanda inkişaf perspektivləri". Bakı Mühəndislik Universiteti, Bakı. 2018.

UOT:330.341.1

BİZNESDƏ TİCARƏT TEXNOLOGİYALARI VASİTƏSİLƏ DAVAMLI İNKİŞAF

TAĞIYEVA Aytac Elçin qızı

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, Bakı, Azərbaycan

a.tva@mail.ru

XÜLASƏ

Biznesdə davamlı inkişaf üçün ticarət texnologiyalarından istifadə etmək vacibdir. Texnologiyadan səmərəli istifadə etməklə müəssisələr resursların bölüşdürülməsini optimallaşdırır, tullantıları azalda və şəffaflığı artırır. Bu məqalə ticarət texnologiyaları və davamlı təcrübələr arasındakı sinerjiyə araşdırır, onların ekoloji təsirləri azaldarkən iqtisadi artımın təşviq edilməsində əsas rolunu vurğulayır.

Açar sözlər: biznes, ticarət, texnologiya, davamlı inkişaf

SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN BUSINESS THROUGH COMMERCIAL TECHNOLOGIES

ABSTRACT

It is important to use trading technologies for sustainable development in business. By using technology effectively, businesses can optimize resource allocation, reduce waste and increase transparency. This article explores the synergy between commercial technologies and sustainable practices, highlighting their key role in promoting economic growth while reducing environmental impacts.

Keywords: business, trade, technology, sustainable development

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА С ПОМОЩЬЮ КОММЕРЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

РЕЗЮМЕ

Для устойчивого развития бизнеса важно использовать торговые технологии. Эффективно используя технологии, предприятия могут оптимизировать распределение ресурсов, сократить отходы и повысить прозрачность. В этой статье исследуется синергия между коммерческими технологиями и устойчивыми практиками, подчеркивая их ключевую роль в содействии экономическому росту при одновременном снижении воздействия на окружающую среду.

Ключевые слова: бизнес, торговля, технологии, устойчивое развитие.

Giriş

Bugün sürətlə inkişaf edən qlobal mənzərədə davamlı inkişaf konsepsiyası bütün dünya üzrə bizneslər üçün əsas məqsəd kimi ortaya çıxdı. Ətraf mühitin deqradasiyası, sosial bərabərsizlik və iqtisadi qeyri-sabitliklə bağlı narahatlıqlar güclənməkdə davam etdikcə, şirkətlər ətraf mühitə təsirlərini azaltmaqla yanaşı, həm də cəmiyyətə müsbət töhfə verən və uzunmüddətli iqtisadi həyat qabiliyyətini təmin edən davamlı təcrübələri qəbul etməyə getdikcə daha çox təzyiq göstərirlər.

Bu fonda ticarət texnologiyaları biznes əməliyyatlarında davamlı inkişafı təmin etmək potensialını saxlayan güclü alətlər kimi ortaya çıxdı. Texnologiya və ticarətin kəsişməsi şirkətlər üçün öz proseslərini optimallaşdırmaq, resurs istehlakını minimuma endirmək və təchizat zəncirlərində şəffaflığı gücləndirmək üçün unikal imkan təqdim edir. İnnovativ ticarət texnologiyalarından istifadə etməklə, müəssisələr eyni zamanda bazarda rəqabət üstünlüklərini gücləndirməklə yanaşı, davamlılığın mürəkkəb problemlərini effektiv şəkildə idarə edə bilirlər.

Bu məqalə müasir biznes təcrübələri kontekstində davamlı inkişaf və ticarət texnologiyaları arasındakı mürəkkəb əlaqəni araşdırır. O, müxtəlif sektorlar və sənayelər arasında davamlılığı təşviq etmək üçün ticarət texnologiyalarından istifadə edilə bilən müxtəlif yolları araşdırır. Blockchain ilə təchiz edilmiş təchizat zəncirinin idarə edilməsindən karbon emissiyalarını azaltmaq üçün nəzərdə tutulmuş alqoritmik ticarət strategiyalarına qədər texnologiyanın davamlı biznes təcrübələrinə inteqrasiyası imkanları geniş və transformativdir.

Bundan əlavə, bu sənəd davamlı ticarət texnologiyalarının mənimsənilməsində maraqlı tərəflərin, o cümlədən hökumətlərin, korporasiyaların, investorların və istehlakçıların rolunu araşdırır. O, mənalı dəyişikliyə təkan vermək və biznesdə davamlılıq qarşısındakı maneələri aradan qaldırmaq üçün birgə səylərin və strateji tərəfdaşlığın vacibliyini vurğulayır [1].

Bu kəşfiyyat zamanı davamlı inkişaf üçün ticarət texnologiyalarının inteqrasiyası ilə bağlı əsas problemlər və imkanlar həll olunacaq. Məlumatların məxfiliyi ilə bağlı narahatlıqlardan tutmuş davamlılığı stimullaşdıran tənzimləyici çərçivələrə ehtiyaca qədər, bu inkişaf edən mənzərənin mürəkkəblikləri arasında naviqasiya həm texnoloji imkanların, həm də davamlılıq prinsiplərinin hərtərəfli başa düşülməsini tələb edir.

Ticarət texnologiyaları və davamlı inkişaf arasında sinerjiyə işıq salmaqla, bu sənəd biznesləri davamlılıq məqsədlərinə nail olmaq üçün bir vasitə kimi innovasiyaları qəbul etməyə ruhlandırmaq məqsədi daşıyır. O, ənənəvi biznes modellərinin yenidən formalaşdırılmasında və müsbət ekoloji və sosial nəticələrin əldə edilməsində texnologiyanın transformasiya potensialını vurğulayır.

Nəticə olaraq, ticarət texnologiyaları vasitəsilə biznesdə davamlı inkişafın axtarışı daha ədalətli, möhkəm və firavan gələcəyə doğru dinamik səyahəti təmsil edir. İnnovasiyaları təşviq etmək və davamlılığı təşviq etmək üçün texnologiyanın gücündən istifadə etməklə, müəssisələr nəinki riskləri azalda və səmərəliliyi artır, həm də cəmiyyətin və planetin rifahına töhfə verə bilirlər. Strateji inteqrasiya və əməkdaşlıq vasitəsilə gələcək nəsillər üçün daha dayanıqlı və firavan dünyaya yol açmaqla biznesdə davamlı inkişaf vizyonu həyata keçirilə bilər.

Müasir iş dünyasında texnologiya biznes üçün rəqabət üstünlüyü təmin edən bir vasitəyə çevrilmişdir. Bununla belə, getdikcə aydın olur ki, texnologiya təkə mənfəət əldə etmək üçün deyil, həm də davamlılıq məqsədlərini dəstəkləmək üçün istifadə edilə bilər. Ticarət texnologiyaları müəssisələrin davamlılıq səylərini gücləndirə biləcək mühüm alətlər təklif edir. Bu məqalə bizneslər üçün innovativ həllər təmin etmək üçün ticarət texnologiyalarının potensialını və onların davamlılıq kontekstində oynadığı rolu araşdıracaq [2].

1. Ticarət texnologiyaları tərəfindən bizneslərə təqdim olunan innovativ həllər

Ənənəvi ticarət üsulları vaxt aparan, baha başa gələn və ətraf mühitə təsirlərə səbəb ola biləcək prosesləri əhatə edə bilər. Bununla belə, ticarət texnologiyaları müəssisələrə daha sürətli, daha səmərəli və davamlı həllər təklif edir. Məsələn, avtomatlaşdırılmış ticarət sistemləri və süni intellektə əsaslanan analiz alətləri bizneslərə ticarət proseslərini optimallaşdırmağa və qərar qəbul etməyi təkmilləşdirməyə kömək edə bilər. Bu texnologiyalar müəssisələrə inventar idarəetməsini optimallaşdırmağa, tələbin proqnozlaşdırılmasını təkmilləşdirməyə və təchizat zənciri proseslərini daha səmərəli etməyə imkan verir.

Bundan əlavə, blokçeyn texnologiyası kimi innovativ həllər ticarətin şəffaflığını artırır və bütün təchizat zəncirində etibarlılığı təmin edə bilər. Məhsulların mənşəyini izləməyi asanlaşdırmaqla, blokçeyn davamlılıq standartlarına cavab verməyə və tədarük zəncirinə mənfi təsirləri azaltmağa kömək edə bilər.

2. Davamlılıq kontekstində ticarət texnologiyalarının rolu

Ticarət texnologiyaları davamlılıq səylərini dəstəkləməkdə mühüm rol oynayır. Davamlı biznes təcrübələri ətraf mühitə və sosial təsirləri azaltmağa və biznesin uzunmüddətli uğurunu dəstəkləməyə çalışır. Ticarət texnologiyaları müəssisələrə davamlılıq məqsədlərinə çatmağa kömək edə bilər, çünki:

Səmərəliliyi artıran həllər: Ticarət texnologiyaları müəssisələrə resurslardan daha səmərəli istifadə etməyə imkan verir. Bu, enerji və material istehlakını azalda və tullantıları minimuma endirə bilər, beləliklə, müəssisələrə ətraf mühitə təsirini azaltmağa kömək edə bilər.

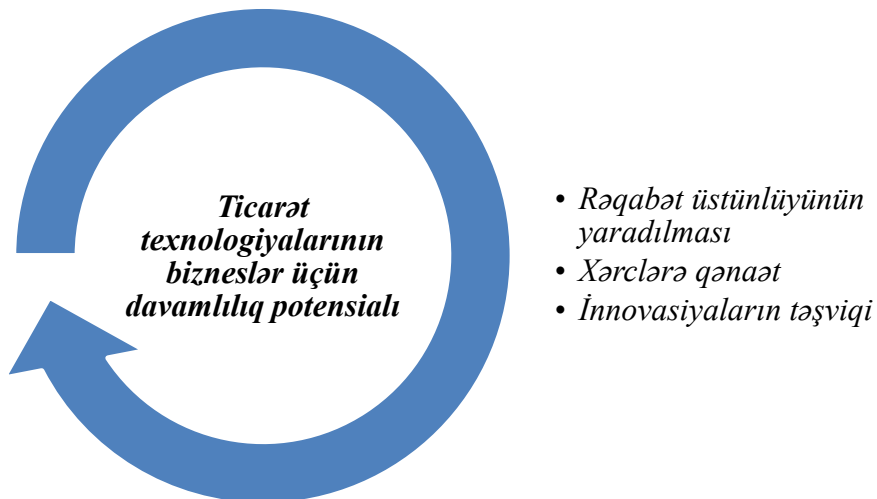
Şəffaflıq və izlənilə bilənlik: Ticarət texnologiyaları tədarük zənciri vasitəsilə məhsulların hərəkətini izləməyi və sənədləşdirməyi asanlaşdırır. Bu yolla, müəssisələr təchizat zənciri proseslərini daha şəffaf edə və davamlılıq standartlarına cavab vermək üçün tələb olunan addımları müəyyən edə bilərlər [3].

Ticarət texnologiyaları bizneslərə müxtəlif sektorlardan olan maraqlı tərəflərlə əməkdaşlıq etməyə və davamlılıq üçün innovativ həllər hazırlamağa imkan verir. Bu əməkdaşlıqlar davamlı biznes təcrübələrinin yayılmasına və sənaye standartlarının inkişafına töhfə verə bilər.

3. Bizneslər üçün ticarət texnologiyalarının davamlılıq potensialı

Ticarət texnologiyalarının bizneslər üçün davamlılıq potensialı böyükdür. Bu potensiala aşağıdakılar daxil ola bilər:

Sxem 1: Ticarət texnologiyalarının bizneslər üçün davamlılıq potensialı



Mənbə: [4]

Rəqabət üstünlüyünün yaradılması: Davamlılıq istehlakçılar arasında getdikcə daha vacib amilə çevrilir. Ticarət texnologiyaları bizneslərə davamlılıq səylərini marketing strategiyalarına inteqrasiya etməyə və rəqabət üstünlüyü əldə etməyə imkan verir.

Xərclərə qənaət: Ticarət texnologiyaları biznes proseslərini optimallaşdırmaqla müəssisələrə xərcləri azaltmağa kömək edə bilər. Təchizat zəncirinin daha səmərəli idarə edilməsi və satınalma müəssisələrin əməliyyat xərclərini azalda və gəlirliliyini artırmağa imkan verir [5].

İnnovasiyaların təşviqi: Ticarət texnologiyaları müəssisələrə davamlı yeniliklər etmək və davamlılıq səylərini təkmilləşdirmək imkanı verir. İnnovativ ticarət texnologiyaları bizneslərə davamlılıq məqsədlərinə daha effektiv nail olmaq və sənaye liderləri olmaq imkanı verir [6].

Nəticə olaraq, ticarət texnologiyaları müəssisələr üçün davamlılıq üçün mühüm alətə çevrilir. İnnovativ həllər təklif edən bu texnologiyalar müəssisələrin səmərəliliyini artırmağa, ətraf mühitə təsirini azalda və rəqabət üstünlüyü təmin edə bilər. Buna görə də, bizneslərin ticarət texnologiyalarına sərmayə qoyması və davamlılıq məqsədlərini dəstəkləmək üçün bu texnologiyalardan səmərəli istifadə etməsi vacibdir. Bununla belə, uğurlu inteqrasiya üçün bizneslər strateji yanaşma ilə ticarət texnologiyalarını qəbul etməli və onları öz biznes proseslərinə uyğunlaşdırmalıdır.

Nəticə

Ticarət texnologiyaları davamlılıq səylərini dəstəkləyir və müəssisələr üçün innovativ həllər təqdim edir. Bu məqalədə ticarət texnologiyalarının biznes üçün üstünlükləri, davamlılıq kontekstində oynadıqları rol və biznes üçün potensial gəlirləri araşdırılır.

Ənənəvi ticarət üsulları ilə müqayisədə ticarət texnologiyaları biznesə daha səmərəli, şəffaf və izlənilə bilən ticarət mühiti təmin edir. Bu texnologiyalar müəssisələrə inventar idarəetməsi, təchizat zəncirinin idarə edilməsi və tələbin proqnozlaşdırılması kimi kritik prosesləri optimallaşdırmağa kömək edir, eyni zamanda xərclərin azaldılmasına və əməliyyat səmərəliliyinin artırılmasına töhfə verir.

Davamlılıq kontekstində ticarət texnologiyaları ətraf mühitə təsirləri azaltmağa və sosial məsuliyyətləri dəstəkləməyə kömək edir. Blokçeyn kimi innovativ həllər təchizat zənciri proseslərini şəffaflaşdırmaqla davamlılıq standartlarına cavab verməyə kömək edir, süni intellekt və məlumat analitikası kimi texnologiyalar isə ətraf mühitə təsirləri azaltmaqda biznesə rəhbərlik edir.

Nəticədə, ticarət texnologiyalarının biznes üçün davamlılıq potensialı böyükdür. Bu texnologiyalar müəssisələrə rəqabət üstünlüyü təmin edir, xərcləri azaldır və innovativ həllər təklif edir. Bununla belə, müvəffəqiyyətlə inteqrasiya olunmaq üçün müəssisələrin bu texnologiyaları strateji yanaşma ilə mənimsəməsi və onları öz iş proseslərinə uyğunlaşdırması vacibdir. Gələcəkdə ticarət texnologiyalarının davamlılıqdakı rolu daha da artacaq və biznes üçün mühüm diqqət mərkəzinə çevriləcəkdir. Buna görə də, bizneslərin bu tendensiyanı izləməsi və davamlılıq məqsədlərinə dəstək vermək üçün ticarət texnologiyalarından səmərəli istifadə etməsi çox vacibdir.

Bundan əlavə, davamlılıq sahəsində ticarət texnologiyalarının potensialı təkcə müəssisələrin öz fəaliyyətlərini deyil, həm də təchizat zəncirində geniş spektrli təsirləri əhatə edir. Təchizat zəncirində əməkdaşlıq və şəffaflıq təmin etməklə, ticarət texnologiyaları təkcə

müəssisələrin öz davamlılıq söylərini deyil, həm də təchizatçıların və tərəfdaşların davamlılıq göstəricilərini təkmilləşdirə bilər.

Bununla belə, davamlılıq üçün ticarət texnologiyalarının potensialı müəssisələrdən onları müəyyən öhdəlik və uzunmüddətli baxışla qəbul etməyi tələb edir. Təkcə texnoloji həlləri həyata keçirmək kifayət deyil; Eyni zamanda, bizneslər davamlılıq strategiyalarını və məqsədlərini vahid yanaşma ilə birləşdirməlidirlər.

Nəhayət, davamlılıq kontekstində ticarət texnologiyalarının potensialını tam reallaşdırmaq üçün müəssisələrin maraqlı tərəflərlə əməkdaşlıq etməsi və sənaye standartlarının inkişafına töhfə verməsi vacibdir. Davamlılıqda transformasiya təkcə biznes daxilində deyil, həm də bütün sektorda əldə edilə bilər.

Buna görə də, ticarət texnologiyalarının bizneslər üçün davamlılıq baxımından böyük potensiala malik olmasına baxmayaraq, bizneslər bu potensialı reallaşdırmaq üçün qətiyyətli və birgə hərəkət etməlidirlər. Yalnız bu şəkildə ticarət texnologiyaları biznesin gəlirliliyini artırmaqla yanaşı, planetimizin davamlılığına da töhfə verəcək.

ƏDƏBİYYAT

1. Atakişiyev M. (2004). "İnnovasiya menecmenti."
2. Əhmədov Ə., Hacıyev M., (2010), Azərbaycan iqtisadiyyatı, Dərslik, Bakı, Səda 177 s.
3. Əliyev Ə. (2009). "Elektron-kommersiya texnologiyalarının tətbiqi və inkişaf etdirilməsi günün tələbidir." İqtisad elmləri namizədi. URL: https://anl.az/down/meqale/azerbaycan/azerbaycan_avqust2009/88351.htm
4. Qasimov F.H., Əliyev T.N. (2003). "Milli innovasiya sisteminin təşkili və idarə edilməsi."
5. Qasimov F.H., Nəcəfov Z.M. (2009). "İnnovasiyalar: yaranması, yayılması və inkişaf perspektivləri."
6. Mustafayev Ş.A. (2012). "İnkişafın Azərbaycan modelinin yaradıcısı"

INSTRUCTIONS FOR AUTHORS

1. "The Baku Engineering University Economics and Administration" accepts original unpublished articles and reviews in the research field of the author.
2. Articles are accepted in English.
3. File format should be compatible with **Microsoft Word** and must be sent to the electronic mail (**journal@beu.edu.az**) of the Journal. The submitted article should follow the following format:
 - Article title, author's name and surname
 - The name of workplace
 - Mail address
 - Abstract and key words
4. The title of the article should be in each of the three languages of the abstract and should be centred on the page and in bold capitals before each summary.
5. **The abstract** should be written in **9 point** type size, between **100** and **150** words. The abstract should be written in the language of the text and in two more languages given above. The abstracts of the article written in each of the three languages should correspond to one another. The keywords should be written in two more languages besides the language of the article and should be at least three words.
6. **UDC** and **PACS** index should be used in the article.
7. The article must consist of the followings:
 - Introduction
 - Research method and research
 - Discussion of research method and its results
 - In case the reference is in Russian it must be given in the Latin alphabet with the original language shown in brackets.
8. **Figures, pictures, graphics and tables** must be of publishing quality and inside the text. Figures, pictures and graphics should be captioned underneath, tables should be captioned above.
9. **References** should be given in square brackets in the text and listed according to the order inside the text at the end of the article. In order to cite the same reference twice or more, the appropriate pages should be given while keeping the numerical order. For example: [7, p.15].

Information about each of the given references should be full, clear and accurate. The bibliographic description of the reference should be cited according to its type (monograph, textbook, scientific research paper and etc.) While citing to scientific research articles, materials of symposiums, conferences and other popular scientific events, the name of the article, lecture or paper should be given.

Samples:

 - a) **Article:** Demukhamedova S.D., Aliyeva İ.N., Godjajev N.M.. *Spatial and electronic structure of monomerrik and dimeric conapeetes of carnosine üith zinc*, Journal of structural Chemistry, Vol.51, No.5, p.824-832, 2010
 - b) **Book:** Christie ohn Geankoplis. *Transport Processes and Separation Process Principles*. Fourth Edition, Prentice Hall, p.386-398, 2002
 - c) **Conference paper:** Sadychov F.S., Aydın C., Ahmedov A.İ.. Appligation of Information – Commu-nication Technologies in Science and education. II International Conference."Higher Twist Effects In Photon- Proton Collisions", *Baki, 01-03 Noyabr, 2007, ss 384-391*
References should be in 9-point type size.
10. The margins sizes of the page: - Top 2.8 cm. bottom 2.8 cm. left 2.5 cm, right 2.5 cm. The article main text should be written in Palatino Linotype 11 point type size single-spaced. Paragraph spacing should be 6 point.
11. The maximum number of pages for an article should not exceed 15 pages
12. The decision to publish a given article is made through the following procedures:
 - The article is sent to at least to experts.
 - The article is sent back to the author to make amendments upon the recommendations of referees.
 - After author makes amendments upon the recommendations of referees the article can be sent for the publication by the Editorial Board of the journal.

YAZI VƏ NƏŞR QAYDALARI

1. "Journal of Baku Engineering University-İqtisadiyyat və İdarəetmə"- əvvəllər nəşr olunmamış orijinal əsərləri və müəllifin tədqiqat sahəsi üzrə yazılmış icmal məqalələri qəbul edir.
 2. Məqalələr İngilis dilində qəbul edilir.
 3. Yazılar **Microsoft Word** yazı proqramında, (**journal@beu.edu.az**) ünvanına göndərməlidir. Göndərilən məqalələrdə aşağıdakılara nəzərə alınmalıdır:
 - Məqalənin başlığı, müəllifin adı, soyadı,
 - İş yeri,
 - Elektron ünvanı,
 - Xülasə və açar sözlər.
 4. **Məqalədə başlıq hər xülasədən əvvəl** ortada, qara və böyük hərflə xülasələrin yazıldığı hər üç dildə olmalıdır.
 5. **Xülasə** 100-150 söz aralığında olmaqla, 9 punto yazı tipi böyüklüyündə, məqalənin yazıldığı dildə və bundan əlavə yuxarıda göstərilən iki dildə olmalıdır. Məqalənin hər üç dildə yazılmış xülasəsi bir-birinin eyni olmalıdır. Açar sözlər uyğun xülasələrin sonunda onun yazıldığı dildə verilməklə ən azı üç sözdən ibarət olmalıdır.
 6. Məqalədə UOT və PACS kodları göstərməlidir.
 7. Məqalə aşağıdakılardan ibarət olmalıdır:
 - Giriş,
 - Tədqiqat metodu
 - Tədqiqat işinin müzakirəsi və onun nəticələri,
 - İstinad ədəbiyyatı rus dilində olduğu halda orijinal dili mötəzə içərisində göstərməklə yalnız Latın əlifbası ilə verilməlidir.
 8. **Şəkil, rəsm, grafik və cədvəllər** çapda düzgün, aydın çıxacaq vəziyyətdə və mətn içərisində olmalıdır. Şəkil, rəsm və grafiklərin yazıları onların altında yazılmalıdır. Cədvəllərdə başlıq cədvəlün üstündə yazılmalıdır.
 9. **Mənbələr** mətn içərisində kvadrat mötərizə daxilində göstərməklə məqalənin sonunda mətn daxilindəki sıra ilə düzəlməlidir. Eyni mənbəyə iki və daha çox istinad edildikdə əvvəlki sıra sayı saxlanmaqla müvafiq səhifələr göstərməlidir. Məsələn: [7,səh.15].

Ədəbiyyat siyahısında verilən hər bir istinad haqqında məlumat tam və dəqiq olmalıdır. İstinad olunan mənbənin biblioqrafik təsviri onun növündən (monoqrafiya, dərslik, elmi məqalə və s.) asılı olaraq verilməlidir. Elmi məqalələrə, simpozium, konfrans, və digər nüfuzlu elmi tədbirlərin materiallarına və ya tezislərinə istinad edərkən məqalənin, məruzənin və ya tezisnin adı göstərməlidir.
- Nümunələr:**
- a) **Məqalə:** Demukhamedova S.D., Aliyeva İ.N., Godjayev N.M.. *Spatial and electronic structure of monomeric and dimeric complexes of carnosine with zinc*, Journal of structural Chemistry, Vol.51, No.5, p.824-832, 2010
 - b) **Kitab:** Christie ohn Geankoplis. *Transport Processes and Separation Process Principles*. Fourth Edition, Prentice Hall, 2002
 - c) **Konfrans:** Sadychov F.S., Aydın C., Ahmedov A.İ.. Appligation of Information-Communication Technologies in Science and education. II International Conference. "Higher Twist Effects In Photon- Proton Collisions", Baki, 01-03 Noyabr, 2007, ss 384-391
- Mənbələr 9 punto yazı tipi böyüklüyündə olmalıdır.
10. **Səhifə ölçüləri:** üstədən 2.8 sm, altdan 2.8 sm, soldan 2.5 sm və sağdan 2.5 sm olmalıdır. Mətn 11 punto yazı tipi böyüklüyündə, **Palatino Linotype** yazı tipi ilə və tək simvol aralığında yazılmalıdır. Paraqraflar arasında 6 punto yazı tipi aralığında məsafə olmalıdır.
 11. Orijinal tədqiqat əsərlərinin tam mətni bir qayda olaraq 15 səhifədən artıq olmamalıdır.
 12. Məqalənin nəşrə təqdimi aşağıdakı qaydada aparılır:
 - Hər məqalə ən azı iki ekspertə göndərilir.
 - Ekspertlərin tövsiyələrini nəzərə almaq üçün məqalə müəllifə göndərilir.
 - Məqalə, ekspertlərin tənqidi qeydləri müəllif tərəfindən nəzərə alındıqdan sonra Jurnalın Redaksiya Heyəti tərəfindən çapa təqdim oluna bilər.

YAZIM KURALLARI

1. "Journal of Baku Engineering University- Ekonomi ve Yönetim" önceler yayımlanmamış orijinal çalışmaları ve yazarın kendi araştırma alanın-da yazılmış derleme makaleleri kabul etmektedir.
2. Makaleler İngilizce kabul edilir.
3. Makaleler Microsoft Word yazı programında, (**journal@beu.edu.az**) adresine gönderilmelidir. Gönderilen makalelerde şunlar dikkate alınmalıdır:
 - Makalenin başlığı, yazarın adı, soyadı,
 - İş yeri,
 - E-posta adresi,
 - Özet ve anahtar kelimeler.
4. **Özet** 100-150 kelime arasında olup 9 font büyüklüğünde, makalenin yazıldığı dilde ve yukarıda belirtilen iki dilde olmalıdır. Makalenin her üç dilde yazılmış özeti birbirinin aynı olmalıdır. Anahtar kelimeler uygun özeti sonunda onun yazıldığı dilde verilmekle en az üç sözcükten oluşmalıdır.
5. Makalede UOT ve PACS tipli kodlar gösterilmelidir.
6. Makale şunlardan oluşmalıdır:
 - Giriş,
 - Araştırma yöntemi
 - Araştırma
 - Tartışma ve sonuçlar,
 - İstinat Edebiyatı Rusça olduğu halde orjinal dili parantez içerisinde göstermekle yalnız Latin alfabesi ile verilmelidir.
7. **Şekil, Resim, Grafik ve Tablolar** baskıda düzgün çıkacak nitelikte ve metin içerisinde olmalıdır. Şekil, Resim ve grafiklerin yazıları onların alt kısmında yer almalıdır. Tablolarda ise başlık, tablonun üst kısmında bulunmalıdır.
8. **Kullanılan kaynaklar**, metin dâhilinde köşeli parantez içerisinde numaralandırılmalı, aynı sırayla metin sonunda gösterilmelidir. Aynı kaynaklara tekrar başvurulduğunda sıra muhafaza edilmelidir. Örneğin: [7,seh.15]. Referans verilen her bir kaynağın künyesi tam ve kesin olmalıdır. Referans gösterilen kaynağın türü de eserin türüne (monografi, derslik, ilmi makale vs.) uygun olarak verilmelidir. İlmî makalelere, sempozyum, ve konferanslara müracaat ederken makalenin, bildirinin veya bildiri özetlerinin adı da gösterilmelidir.

Örnekler:

- a) **Makale:** Demukhamedova S.D., Aliyeva İ.N., Godjajev N.M.. *Spatial and Electronic Structure of Monomeric and Dimeric Conapeetes of Carnosine Üith Zinc*, Journal of Structural Chemistry, Vol.51, No.5, p.824-832, 2010
- b) **Kıtap:** Christie ohn Geankoplis. *Transport Processes and Separation Process Principles*. Fourth Edition, Prentice Hall, p.386-398, 2002
- c) **Kongre:** Sadychov F.S., Aydın C., Ahmedov A.İ. Appligation of Information-Communication Technologies in Science and education. II International Conference. "*Higher Twist Effects In Photon- Proton Collisions*", Baki, 01-03 Noyabr, 2007, ss 384-391

Kaynakların büyüklüğü 9 punto olmalıdır.

9. **Sayfa ölçüleri**; üst: 2.8 cm, alt: 2.8 cm, sol: 2.5 cm, sağ: 2.5 cm şeklinde olmalıdır. Metin 11 punto büyüklükte **Palatino Linotype** fontu ile ve tek aralıkta yazılmalıdır. Paragraflar arasında 6 puntoluk yazı mesafesinde olmalıdır.
10. Orijinal araştırma eserlerinin tam metni 15 sayfadan fazla olmamalıdır.
11. Makaleler dergi editör kurulunun kararı ile yayımlanır. Editörler makaleyi düzeltme için yazara geri gönderilebilir.
12. Makalenin yayına sunuşu aşağıdaki şekilde yapılır:
 - Her makale en az iki uzmana gönderilir.
 - Uzmanların tavsiyelerini dikkate almak için makale yazara gönderilir.
 - Makale, uzmanların eleştirel notları yazar tarafından dikkate alındıktan sonra Derginin Yayın Kurulu tarafından yayına sunulabilir.
13. Azerbaycan dışından gönderilen ve yayımlanacak olan makaleler için,(derginin kendilerine gönderilmesi zamani posta karşılığı) 30 ABD Doları veya karşılığı TL, T.C. Ziraat Bankası/Üsküdar-İstanbul 0403 0050 5917 No'lu hesaba yatırılmalı ve makbuzu üniversitemize fakslenmelidir.

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

1. «Journal of Baku Engineering University» - Экономика и управление публикует оригинальные, научные статьи из области исследования автора и ранее не опубликованные.
2. Статьи принимаются на английском языке.
3. Рукописи должны быть набраны согласно программы **Microsoft Word** и отправлены на электронный адрес (**journal@beu.edu.az**). Отправляемые статьи должны учитывать следующие правила:
 - Название статьи, имя и фамилия авторов
 - Место работы
 - Электронный адрес
 - Аннотация и ключевые слова
4. **Заглавие статьи** пишется для каждой аннотации заглавными буквами, жирными буквами и располагается по центру. Заглавие и аннотации должны быть представлены на трех языках.
5. **Аннотация**, написанная на языке представленной статьи, должна содержать 100-150 слов, набранных шрифтом 9 punto. Кроме того, представляются аннотации на двух других выше указанных языках, перевод которых соответствует содержанию оригинала. Ключевые слова должны быть представлены после каждой аннотации на его языке и содержать не менее 3-х слов.
6. В статье должны быть указаны коды UOT и PACS.
7. Представленные статьи должны содержать:
 - Введение
 - Метод исследования
 - Обсуждение результатов исследования и выводов.
 - Если ссылаются на работу на русском языке, тогда оригинальный язык указывается в скобках, а ссылка дается только на латинском алфавите.
8. **Рисунки, картинки, графики и таблицы** должны быть четко выполнены и размещены внутри статьи. Подписи к рисункам размещаются под рисунком, картинкой или графиком. Название таблицы пишется над таблицей.
9. **Ссылки** на источники даются в тексте цифрой в квадратных скобках и располагаются в конце статьи в порядке цитирования в тексте. Если на один и тот же источник ссылаются два и более раз, необходимо указать соответствующую страницу, сохраняя порядковый номер цитирования. Например: [7, стр.15]. Библиографическое описание ссылаемой литературы должно быть проведено с учетом типа источника (монография, учебник, научная статья и др.). При ссылке на научную статью, материалы симпозиума, конференции или других значимых научных мероприятий должны быть указаны название статьи, доклада или тезиса.

Например:

- a) **Статья:** Demukhamedova S.D., Aliyeva I.N., Godjajev N.M. *Spatial and electronic structure of monomeric and dimeric complexes of carnosine with zinc*, Journal of Structural Chemistry, Vol.51, No.5, p.824-832, 2010
- b) **Книга:** Christie on Geankoplis. *Transport Processes and Separation Process Principles*. Fourth Edition, Prentice Hall, 2002
- c) **Конференция:** Sadychov F.S, Fydin C, Ahmedov A.I. Application of Information-Communication Nechnologies in Science and education. II International Conference. "Higher Twist Effects In Photon-Proton Collision", Baki,01-03 Noyabr, 2007, ss.384-391

Список цитированной литературы набирается шрифтом 9 punto.

10. **Размеры страницы:** сверху 2.8 см, снизу 2.8 см, слева 2.5 и справа 2.5. Текст печатается шрифтом **Palatino Linotype**, размер шрифта 11 punto, интервал-одинарный. Параграфы должны быть разделены расстоянием, соответствующим интервалу 6 punto.
11. Полный объем оригинальной статьи, как правило, не должен превышать 15 страниц.
12. Представление статьи к печати производится в ниже указанном порядке:
 - Каждая статья посылается не менее двум экспертам.
 - Статья посылается автору для учета замечаний экспертов.
 - Статья, после того, как автор учел замечания экспертов, редакционной коллегией журнала может быть рекомендована к печати.