

III BÖLMƏ. BİZNES VƏ SAHİBKARLIĞIN İNKİŞAFI MƏSƏLƏLƏRİ

UOT:330.35; J; L81.EL: O47

Çingiz Allahyar oğlu İBRAHİMLİ
i.f.d., dos., Azərbaycan Kooperasiya Universiteti,
“Kommersiya” kafedrasının müdiri
E-mail: ch.ibrahimli@yahoo.com

BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏDƏ ELEKTRON BİZNESİN İQTİSADI ARTIMA TƏSİRİNİN TƏNZİMLƏNMƏSİNİN BƏZİ ASPEKTLƏRİ

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi – beynəlxalq təcrübədə elektron biznesin iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsinin xarakterik cəhətlərinin tədqiqi yolu ilə ölkəmiz üçün optimal hesab edilə bilən təklif və tövsiyələrin hazırlanmasından ibarətdir.

Tədqiqatın metodologiyası - araşdırılan problemə sistemli və kompleks yanaşma, habelə e-biznesin iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsinin müxtəlif aspektlərdən müqayisəli təhlili, ümumiləşdirilməsi və qiymətləndirilməsi ilə bağlı metodlardan istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti – alınmış nəticələrdən e-biznesin iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsi ilə bağlı nəzəri və praktiki problemlərin həll olunmasında istifadə edilə bilər.

Tədqiqatın nəticələri – qlobal çağırışlar və ölkənin müasir inkişaf səviyyəsi nəzərə alınmaqla e-biznesin iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsinin optimallaşdırılması üzrə təklif və tövsiyələrin hazırlanmasından ibarətdir.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi – məqalədə baxılan problemlərin həlli üzrə dünya təcrübəsi tədqiq olunmaqla müasir şəraitin tələblərinə uyğun yanaşmalar formalaşdırılmışdır. Beynəlxalq, regional və ayrı-ayrı milli iqtisadiyyatlar səviyyəsində elektron biznesin iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsi istiqamətləri təhlil edilmişdir. COVID-19 pandemiyasına qədər olan dövrdə və pandemiya dövründə elektron biznesin iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsi ilə bağlı həyata keçirilən tədbirlərin başlıca istiqamətləri tədqiq olunmaqla sistemləşdirilmişdir. Azərbaycanda elektron ticarətin Ümumi Daxili Məhsulda xüsusi çəkisinin artım dinamikası təhlil edilmiş, bu sahədə tənzimləmənin optimallaşdırılması ilə bağlı təklif və tövsiyələr irəli sürülmüşdür.

Açar sözlər: elektron biznes, elektron kommersiya, e-ticarət, iqtisadi artım, dövlət tənzimlənməsi.

Giriş

Qlobal və milli iqtisadiyyatların inkişafının daha əlverişli variantlarından biri kimi iqtisadi artımın stimullaşdırılması problemləri həmişə diqqət mərkəzində olmuşdur. Müasir şəraitdə tam əminliklə demək olar ki, elektron biznes iqtisadi artıma təsir edən amil kimi həm də digər istehsal amillərinin təkmilləşdirilməsinin məkanı və əsas vasitəsi kimi çıxış edir.

Hazırda inkişaf etmiş dünya ölkələri rəqəmsal inqilabın İnternet, mobil rabitə və Web 2.0 texnologiyaları (məs., tətbiqlər, sosial media, bulud hesabları və s.) ilə xarakterizə olunan nisbətən yetkin bir mərhələsindədir. Bu texniki-iqtisadi paradigma dəyişikliklərlə bərabər qlobal istehsal zəncirində kommunikasiya və əməliyyat xərclərinin azalması, həmçinin elektron kommersiyanın meydana gəlməsinə səbəb olmuşdur [10].

Elektron biznesin (e-biznesin) iqtisadiyyata təsirinin ildən-ilə genişlənməyini müxtəlif sahələrdə elektron kommersiya (e-kommersiya) əməliyyatlarının həcmının daima artması da təsdiq edir.

“Statista” şirkətinin məlumatlarına görə isə, 2020-ci ildə onlayn olaraq mal və ya xidmət satın alan insanların sayı 2 milyard nəfəri, dünya üzrə İnternet pərakəndə satışlarının həcmi isə 4,2 trilyon dolları keçmişdir [12].

BMT-nin Ticarət və İnkişaf Konfransı Təşkilatının 3 may 2021-ci il tarixində təqdim etdiyi hesabatda görə, dünya üzrə e-kommersiyanın həcmi 26,7 trilyon dollara qədər artmışdır [13].

Lakin xammaldan asılı olan bir çox inkişaf etməkdə olan ölkələrdə rəqəmsal iqtisadiyyat hələlik tətbiq edilmə mərhələsindədir və yeni texnologiyaların mövcudluğu hələ onların tətbiqinə zəmanət vermir. Bu prosesi məhdudlaşdıran başlıca amillərə İKT sahəsində zəruri infrastrukturun və vərdişlərin yaradılmasından imtina, zəruri institusional dəyişikliklərin realizəsi və maliyyə çatışmazlığı səbəbindən investisiyaların olmaması aid edilir [10].

Qlobal iqtisadiyyatda baş verən proseslərin təhlili göstərir ki, iqtisadi artımın mühüm təminatçısı kimi e-biznesin inkişafı üçün tələb olunan şərtlər çoxsaylı, ayrı-ayrı ölkələr üzrə kifayət qədər fərqli və dəyişkən amillərin təsiri altında formalaşır. Digər tərəfdən, pandemiya şəraitinin ənənəvi iqtisadiyyata təsirini nəzərə alsaq e-biznesin müasir dövrdə iqtisadi artımda iştirakının yeni prizmadan nəzərdən keçirilməsinin zəruriliyi aydın olur. Belə ki, COVID-19 pandemiyasının rəqəmsal transformasiyanı sürətləndirdiyi, dünya iqtisadiyyatı üçün trendlərdən, yeni “norma”lardan birinin dövlətin rolunun böhrandan əvvəlki həddə qayıtmayacağı və daha da güclənəcəyi olması barədə yanaşma [7, s. 205] getdikcə daha çox üstünlük qazanmaqdadır.

Bu baxımdan müasir dövrdə bir çox ölkələrin iqtisadiyyatı üçün aktual problemlərdən biri də e-biznesin, o cümlədən e-kommersiyanın iqtisadi artıma olan təsirinin tənzimlənməsi imkanlarının müəyyən edilməsidir.

Azərbaycanda yeni texnologiyaların inkişafı, rəqəmsal iqtisadiyyata keçid ilə bağlı ardıcıl olaraq strateji əhəmiyyətli addımlar atılır. Dördüncü Sənaye İnqilabında Azərbaycan Respublikasının mövqeyinin gücləndirilməsi və bu sahədə aparıcı ölkələr arasında yer almasının təmin edilməsi məqsədilə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 06 yanvar 2021-ci il tarixli Fərmanı ilə Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyinin tabeliyində “Dördüncü Sənaye İnqilabının Təhlili və Koordinasiya Mərkəzi” publik hüquqi şəxs yaradılmışdır [2]. Bu mərkəzin yaradılması və onun məqsədləri Azərbaycan dövlətinin ölkəmizin gələcək inkişafında rəqəmsal iqtisadiyyatın çağırışlarının, yeni təşəbbüs və strategiyaların nəzərə alınmasındakı marağını ifadə edir.

Beləliklə, Azərbaycan Respublikasında rəqəmsal iqtisadiyyatın aparıcı elementi kimi e-biznesin iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsində səmərəliliyin artırılması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bütün bunlar e-biznesin iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsi sahəsində ayrı-ayrı dövlətlərin mü-tərəqqi təcrübəsinin nəzəri-praktiki baxımdan tədqiqinin aktuallığını göstərir.

Beynəlxalq və regional səviyyədə e-biznesin iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsi istiqamətləri

Beynəlxalq e-ticarət sahəsində əlaqələrin tənzimlənməsi üçün təsirli hüquqi sistemin yaradılması bir çox ixtisaslaşmış dünya təşkilat və qurumlarının fəaliyyətlərinin başlıca prioritetlərindən biri olmuşdur. Belə ki, hələ 1992-ci ildə BMT-nin Beynəlxalq Ticarət Hüququ Komissiyası (UNCITRAL) tərəfindən elektron sənədlərin təqdim edilməsi ilə əlaqədar hüquqi qaydaların hazırlanmasına başlandı və bu fəaliyyətin nəticəsi olaraq 1996-cı ildə BMT Baş Məclisi tərəfindən E-ticarət haqqında Model Qanun qəbul edildi. Bundan sonra BMT Baş Assambleyasının 1997-ci il A/51/628 sayılı Qətnaməsi qəbul edildi. Qətnaməyə əsasən, kağız formalarına alternativ tətbiq olunan vahid qanunvericiliyin mövcudluğuna zərurəti yarandığı üçün dövlətlərə Model Qanunun müddəalarını nəzərə almaqla qanunvericilik hazırlamaları tövsiyə olunur [18].

1999-cu ildə BMT-nin informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə ixtisaslaşmış agentliyi Beynəlxalq Telekommunikasiya İttifaqı (ITU) tərəfindən hazırlanmış sənəddə qeyd edilirdi ki, e-ticarətin artımı ilə bərabər elektron əməliyyatlar beynəlxalq sərhədləri keçən zaman vergiqoyma və idxal rüsumları məsələləri ilə bağlı hökumətlər mürəkkəb və potensial narahatlıq doğuran ciddi problemlərlə üzləşə bilərlər. Eyni zamanda, biznes fəaliyyətinin onlayn texnologiyaya keçməsi səbəbindən hökumətlərin gəlir axınlarının zəiflətmə riski də ehtimal olunur. Çünki proqram təminatı,

səyahət və ya bankçılıq kimi rəqəmsallaşdırılmış məhsul və xidmətlərin beynəlxalq ticarəti üçün əsas problem tarif maneələri deyil, beynəlxalq bazarlara çıxmaqda yaranan digər maneələrdir [15].

Ümumdünya Ticarət Təşkilatı (ÜTT) prinsiplərinə görə, İnternet üzərindən alınan və ödənilən, lakin fiziki olaraq çatdırılan məhsullar, ÜTT-nin mal ticarəti ilə bağlı mövcud qaydaları ilə tənzimlənməlidir. Bununla yanaşı, xidmətlərə gəlincə, prinsipcə İnternet üzərindən göstərilən xidmətlərin Xidmətlərin Ticarəti üzrə Ümumi Saziş (GATS) çərçivəsində həyata keçirilməsi məqsəduyğun hesab olunur. Bu isə, həm də o deməkdir ki, elektron xidmətlərin göstərilməsi ilə bağlı yeni qaydaların hazırlanmasına ümumiyyətlə ehtiyac yoxdur [14].

ÜTT çərçivəsində e-ticarət məsələsinə yönəldilən diqqətin nəticəsi olaraq 1998-ci ildə Qlobal E-ticarətlə bağlı qəbul edilmiş Cenevrə Nazirlər Bəyannaməsinə uyğun olaraq, yalnız biznes proqramının məqsədləri üçün və nəticələrinə xələl gətirmədən “e-ticarət” termininin malların və xidmətlərin elektron vasitələrlə istehsalı, paylanması, marketinqi, satışı və ya çatdırılması mənasını ifadə etdiyi E-Ticarət İşçi Proqramı (WT/L/274, 1998) hazırlanmışdır.

2017-ci ilin dekabr ayında Buenos-Ayresdə (Argentina Respublikası) keçirilən XI ÜTT Nazirlər Konfransında nazirlər E-ticarət üzrə İşçi Proqramı (WT/MIN (17)/65-WT/L/1032, 2017) haqqında qərar qəbul etdilər.

BMT səviyyəsində e-ticarətin tənzimləyici bazası üzərində iş Avropa Birliyi tərəfindən də aparılır. Belə ki, e-ticarət sahəsində baza normativ aktın işlənilib hazırlanması üzrə qanun layihəsinə dair işlər 1996-cı ildən aparılaraq 1997-ci ilin aprel ayında Avropa Komissiyası “Elektron ticarət sahəsində Avropa təşəbbüsü” ilə çıxış etdi. Avropa Birliyinin qəbul etdiyi və e-ticarət məsələlərini tənzimləməyə yönəlmiş mühüm sənədlərdən biri də Avropa Parlamentinin və Şurasının 8 iyun 2000-ci il tarixli “İnformasiya cəmiyyəti xidmətlərinin bəzi hüquqi nöqtəyi-nəzərləri və xüsusilə də, daxili bazarda elektron ticarət haqqında direktiv”dir (Elektron ticarət haqqında 2000/31/EC Direktivi). Bu sənədin əsas məqsədi AB üzv ölkələri arasında beynəlxalq e-ticarətin düzgün işləməsi üçün şərtləri təmin etməkdir [11].

E-ticarət Direktivi, şübhəsiz ki, AB-nin ən uğurlu qanunvericilik aktlarından biri olsa da, 2020-ci ilin may ayında təqdim edilən “Daxili bazarda e-ticarətin hüquqi əsasları” adlı sənəddə perspektivdə Komissiyanın bazar ilə əlaqədar problemlərini həll etmək üçün Rəqəmsal Xidmətlər Qanununu təklif etmək planları təqdirəlayiq hesab olunurdu. Belə ki, gələcək qanunvericilik bazasının aşağıdakı ümumi müddəalara əsaslanmalı olduğu bildirilir:

1. Tənzimləmənin səmərəliliyi baxımından, gələcəkdə hər hansı bir sənədin mövcud qanunvericilik çərçivəsinə uyğun olması vacibdir.

2. Rəqəmsal Xidmətlər Qanununda nəzərə alınmalıdır ki, informasiya cəmiyyətinin xidmətləri hazırkı dövrdə Avropa vətəndaşlarının şəxsi həyatına ciddi təsir göstərə bilər.

3. Rəqəmsal Xidmətlər Qanunu, qlobal müəssisələr üçün bazarlarında görünməmiş qanunverici imkanların təsirlərini açıq və müvafiq şəkildə kənarlaşdırmalıdır.

4. Platformalarda məzmun moderasiyası üçün AB standartları elə hazırlanmalıdır ki, onlar nümunəvi şəkildə insan hüquqlarını, siyasi, iqtisadi və sosial maraqları tarazlaşdıraraq onlayn məkanlar üçün qlobal bir standart halına gətirilə bilsin [17, s. 39-40].

Qeyd olunanlarla yanaşı icra tədbirlərinin AB səviyyəsində koordinasiya edilməsi və gələcək tənzimləmənin davamlılığa təsirinin nəzərdən qaçırılmaması tövsiyə olunur.

İnternet-ticarət seqmenti dövlət büdcəsindən birbaşa subsidiyalardan başqa müxtəlif beynəlxalq grant və proqramlardan müəyyən üstünlüklər əldə edirlər. Məsələn, Asiya-Sakit okean iqtisadi əməkdaşlıq (ASTƏ) ölkələrinin 2017-ci ilin avqust ayında keçirilmiş toplantısında alyans iştirakçıları e-ticarətin inkişafı hesabına iqtisadiyyatın yüksək artım potensialına malik olduğunu qəbul etdilər. Qurumun işçi qrupu (APEC ECSG) inkişaf planına regionda e-kommersiyanın təşviqi və inkişafı prinsiplərini daxil etmişdir [22].

Artıq 2020-ci ilin mart ayında qurumun işçi qrupu regional e-ticarətin və rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafına təsir edən ayrı-ayrı problemlərin həlli üçün 3 başlıca tövsiyənin müzakirə olunduğunu bildirdilər:

1. İstehlakçıların və biznesin məlumatlılığının həlli və yüksəldilməsi məqsədilə rəqəmsal iqtisadiyyat üçün daxili qanunvericiliyin yenilənməsi;
2. Fərqli qanunlar arasında uyğunluğun və qarşılıqlı əlaqənin təşviq edilməsi;
3. Daha geniş beynəlxalq əməkdaşlığa ehtiyac [16, 75-76].

Göründüyü kimi, qarşıda duran bir çox problemlərin həlli üçün daha çox ölkənin öz daxili qanunvericiliyini dəyişdirməsi və inkişaf etdirə bilməsi üçün APEC üzvləri arasında potensialın artırılması söylərinin gücləndirilməsi vacib hesab olunur.

2015-ci ildən Avropa İttifaqında da “Avropa 2020” strategiyası çərçivəsində Vahid Rəqəmsal Bazarın formalaşması planı təsdiq olunmuşdur. Plana əsasən, 2020-ci ilə qədər Aİ-də e-ticarət qarşısında duran maneələrin aradan qaldırılması, zəruri internet infrastrukturun yaradılması və sifarişçilərin müdafiə parametrlərinin yaxşılaşdırılması nəzərdə tutulmuşdur. Aİ-nin rəhbərliyi Ümumavropa bazarının yaradılmasının üzv ölkələrin iqtisadiyyatına əlavə 415 mlrd avro illik gəlir gətirəcəyini proqnozlaşdırmışdır [22]. Hazırda Aİ-nin Vahid Rəqəmsal Bazar Strategiyası üç istiqamət üzərində qurulmuşdur: 1) Çıxış: Avropa boyunca istehlakçıların və müəssisələrin rəqəmsal məhsullara və xidmətlərə çıxışının yaxşılaşdırılması; 2) İnfrastruktur: rəqəmsal şəbəkələr və innovativ xidmətlərin inkişafı üçün düzgün və bərabər şəraitin yaradılması; 3) İqtisadiyyat və cəmiyyət: rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişaf potensialının maksimuma çatdırılması [21].

Göründüyü kimi, beynəlxalq təşkilatlar səviyyəsində e-biznesin iqtisadiyyatın artımına təsirinin tənzimlənməsi ilə əlaqədar təklif və tövsiyələri əsas etibarilə onun davamlı və bərabər inkişafını təmin etməyə yönəlmişdir. Regional qurumlar səviyyəsində isə bu prosesdə əsas diqqət daha çox üzv ölkələrin maraqlarının nəzərə alınmasına yönəldilir. Bu isə, ayrı-ayrı milli iqtisadiyyatlarda ölkənin inkişaf səviyyəsinə uyğun müvafiq tənzimləyici tədbirlərin həyata keçirilməsini şərtləndirir.

Milli iqtisadiyyatlar səviyyəsində e-biznesin iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsi təcrübəsi

Müxtəlif ölkələrdə e-biznesin, o cümlədən e-ticarətin iqtisadiyyata təsirinin öyrənilməsi sahəsində aparılan tədqiqatlarda dövlətin tənzimləyici rolunun xüsusiyyətləri adətən ümumi kontekstdə nəzərdən keçirilir. Lakin bir çox mütəxəssislər dövlətin bu sahənin inkişafında xüsusən maraqlı olmasını tövsiyə edirlər. Məsələn, A.Kwilinski, R.Volynets və başqaları qeyd edirlər ki, dünyanın aparıcı ölkələri üçün beynəlxalq e-ticarət problemləri ümummillə səviyyənin əsas prioritetləri sistemində əhəmiyyətli rol oynamaqla bərabər, həm ayrı-ayrı dövlətlərin qanunvericiliyində, həm də beynəlxalq səviyyədə fəaliyyətinin hərtərəfli tənzimləyici dəstəyini tələb edir [14].

“Statista” şirkətinin məlumatlarına görə ABŞ-ın Sietl şəhərində qeydiyyatdan keçmiş “Amazon” şirkəti 2020-ci ilin iyun ayında 5,2 milyarddan çox ziyarətçini qeydə almaqla trafik baxımından mal dövriyyəsinin ümumi həcminə görə global onlayn pərakəndə satışa liderlik edir. Lakin “Amazon” Çinin Taobao və Tmall'dan sonra üçüncü yerdədir [12]. Hər iki platforma Asiyanın aparıcı e-ticarət təminatçısı olan “Alibaba Group” tərəfindən idarə olunur.

Çin hökuməti hələ 2006-cı ildə BMT-nin Beynəlxalq müqavilələrdə elektron kommunikasiyaların istifadəsinə dair Konvensiyasını ratifikasiya etmişdir, bu isə, transsərhəd e-ticarətdə maneələrin azalmasına kömək edir. Qeyd edək ki, analogi addım Respublikamızda yalnız 5 mart 2018-ci il tarixdə atılmışdır [23].

2014-cü ilin mart ayında Çində e-ticarətin həyata keçirilməsi zamanı istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsini nəzərdə tutan yenilənmiş qanun qüvvəyə mindi. Beləliklə, Çin hökuməti ticarət prosesində hər 2 tərəfi - həm satıcıları, həm də alıcıları həvəsləndirir.

2015-ci ildə ÇXR-də “Beynəlxalq pərakəndə ixracın himayə edilməsi sahəsində siyasət haqqında tərəflərin rəyləri” təsdiq edilmiş, 2016-cı ildə isə, “İnternet+” strategiyasının reallaşmasına başlanmışdır. Bu proqramın başlıca tezisi elektron pərakəndə ticarət sektorunda ixraca dəstəyin zəruriliyidir. Təcrübədə bu, dövlətin əsas elektron platformalara köməklik göstərməsini, gömrük prosedurlarını optimallaşdırmasını, pərakəndə ixraca vergi güzəştlərinin tətbiqini, elektron ödəmə sistemlərinin işini və müxtəlif sahələrdə (istehsaldan tutmuş ticarət və logistikaya qədər) innovasiyaların tətbiqinin təşviqini ifadə edir. Başqa sözlərlə, ÇXR-də hakim partiya Alibaba, WeChat

və digər xidmətlərin uğurlarını büdcədən ayrılan pullarla maliyyələşdirmişdir [22].

2015-ci ildə ABŞ hökuməti tərəfindən “Digital Economy Agenda” proqramı elan edilmişdir. Bu proqram çərçivəsində hökumət bütün dünya üzrə İnternetin pulsuz yayılmasına, şəbəkəyə inamın təşviqinə, hər yerdə texnologiyalara sərbəst çıxışın təmin edilməsi və inkişafına yardıma xüsusi diqqət yetirirdi.

E-kommersiya yolu ilə ixracı təşviq siyasəti dünyanın e-ticarət bazarında əhəmiyyətli paya malik olan Cənubi Koreyada da mövcuddur. “Azad Əməkdaşlıq Sazişi” Yol xəritəsini inkişaf üçün əsas kimi götürən Cənubi Koreya 2015-ci ilədək ABŞ və Avropa Birliyi ölkələri də daxil olmaqla 14 tərəfdaş ölkə ilə belə bir saziş bağlamışdır. Artıq 2015-ci ilin sonunda Cənubi Koreyadan bu ölkələrə ixracın xüsusi çəkisi xarici satışların ümumi həcmnin 67%-ni təşkil etmişdir.

Böyük Britaniyada son illərdə e-ticarətin inkişafına fəal dövlət dəstəyi mövcuddur. Onlayn sahibkarlıq sahəsində kiçik və orta biznesə kömək etmək məqsədilə ölkə daxilində UKTI (UK Trade and Investment) proqramının 40-dan çox yerli ofislərdə yerləşən beynəlxalq ticarət komandaları (qrupları) çalışırlar. UKTI-nin mütəxəssisləri maliyyə subsidiyaları, ixrac sənədləri, xarici bazarlarda təmas və müqavilələr, xarici səfərlər, e-ticarət və bazar araşdırmaları kimi müxtəlif sahələrdə biznes nümayəndələrinə məsləhətlər verirlər [22].

Beləliklə, hazırda onlayn satışlarda və logistik xidmətlərdə daha çox uğur qazanan şirkətlər inkişaf etmiş və bu sahənin vacibliyini lazımınca qiymətləndirən ölkələri təmsil edir. E-ticarətin inkişafında gözlənilən nəticələrin əldə olunması bir daha göstərir ki, vaxtilə onlayn ticarətlə bağlı çoxsaylı proqram və layihələr həyata keçirən ölkələr (ABŞ, Çin, Birləşmiş Krallıq və s.) hazırda bu sahədə dünya liderliyinə sahibdirlər.

E-biznesin ənənəvi biznesə artıq alternativ deyil, gələcək perspektivdə onu tədricən əvəz edəcək vacib sahə olması danılmazdır. Eyni zamanda hər hansısa bir ölkədə konkret olaraq e-biznesin iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsi üçün kifayət qədər zəruri hesab edilən bir konseptual model, təklif və ya tövsiyələr toplusu mövcud deyil. Bu cəhətdən ərazi, mədəniyyət və iqtisadiyyat nöqtəyi-nəzərdən müxtəlif ölkələrdə tətbiq olunan tənzimlənmə tədbirlərinin fərqli istiqamətlərinin tədqiqi zəruridir.

Pandemiya şəraitində e-biznesin inkişaf vəziyyəti və onun iqtisadiyyata təsirinin tənzimlənməsi xüsusiyyətləri

Koronavirus (COVID-19) pandemiyası dünya miqyasında e-ticarətin inkişafı və istehlakçı davranışlarına əhəmiyyətli təsir göstərməyə davam edir. İqtisadi fəaliyyətin ümumi zəifləməsi fonunda COVID-19 e-ticarətdə sıçrayışa və rəqəmsal transformasiyanın sürətlənməsinə səbəb oldu. 2020-ci ilin əvvəlində milyonlarla insanın məcburən təcrid olunması səbəbindən rəqəmsal təchizat və satış kanalları ənənəvi ticarətin ən populyar alternativinə çevrildi. 2020-ci ilin iyun ayında qlobal e-ticarət pərakəndə satış trafikini 22 milyard ziyarət olmaqla rekord səviyyəyə çatsa da, yenə də gündəlik ərzaq məhsulları, geyim və pərakəndə texnoloji məhsullar üçün son dərəcə güclü tələb mövcuddur [12].

Artıq təcrid olunma ilə bağlı məhdudiyyətlər cəmiyyətdə normal hal kimi qəbul edilir, getdikcə daha çox müəssisə və istehlakçılar “rəqəmsallaşma”ya üstünlük verirlər. UNCTAD-ın 15 mart 2021-ci il tarixində təqdim olunmuş hesabatına görə bazarda mal və xidmətlərin onlayn alqı-satqısının artması, e-ticarətin qlobal pərakəndə ticarətdə payının 2019-cu ildəki 14%-dən 2020-ci ildə təxminən 17%-ə qədər yüksəlməsinə səbəb oldu [20].

COVID-19 böhranının ən kəskin dövründə (2020-ci ilin mart-aprel aylarında) belə dünyanın bir çox ölkələrində məhdudiyyət tədbirləri tətbiq edildiyi zaman ümumi pərakəndə satışda e-ticarətin payı əvvəllər görünməmiş həddə çatdı. Belə ki, Çində 2019-cu ilin avqust ayından 2020-ci ilin avqust ayına qədər keçən müddət ərzində onlayn pərakəndə satışların payı 19,4%-dən 24,6%-ə qədər yüksəldi. Təsədüfi deyil ki, 01.07.2020-ci il tarixində Çin Kommersiya Nazirliyinin açıqladığı “2019-cu ildə Çində e-ticarətin inkişafı haqqında Hesabat”ında bildirilmişdir ki, gələcəkdə e-ticarətin dəstəklənməsi və inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə daha çox dövlət proqramlarının yaradılması planlaşdırılır [19].

31 yanvar 2021-ci il tarixinə İngiltərə (24%), ABŞ (17%) və Kanada (15%) e-ticarətin ümumi pərakəndə satışda daha yüksək paya sahib olduğu ölkələr sırasında idi [9].

Nəticələr göstərir ki, e-ticarət bütün bölgələrdə fəal surətdə inkişaf etsə də, xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə istehlakçılar onlayn alış-verişə daha çox keçid edirlər. Məsələn, Latin Amerikasının onlayn bazarı “Mercado Libre”də 2020-ci ilin ikinci rübündə əvvəlki ilin eyni dövrünə nisbətən gün ərzində 2 dəfə çox məhsul satılmışdır. Bununla bərabər, dünyanın nisbətən az inkişaf etmiş ölkələrinin bir çoxunda istehlakçılar və müəssisələr davamlı maneələr səbəbindən pandemiya ilə əlaqəli e-ticarət imkanlarını istifadə edə bilməyiblər.

UNCTAD-ın hesabatına görə, əlverişli e-ticarət ekosisteminin qurulması dövlət siyasətində və işgüzar praktikada dəyişikliklər tələb edir. Buraya rəqəmsal və ticarət infrastrukturunun yaxşılaşdırılması, rəqəmsal ödənişlərin asanlaşdırılması, onlayn əməliyyatlar və təhlükəsizlik üçün müvafiq hüquqi və normativ tənzimləyici bazanın yaradılması daxildir [20].

Göründüyü kimi, rəqəmsal iqtisadiyyatda dəyər yaratmaq və əldə etmək üçün daha güclü tənzimləmə alətləri lazımdır. Bunu nəzərə alaraq Avropa Komissiyası tərəfindən 2021-ci ildə təsdiqlənərək 1 iyul 2021-ci il tarixində qüvvəyə minmiş E-Ticarət sahəsində ƏDV Qaydaları gömrük və vergi sahələrində bir sıra dəyişiklikləri nəzərdə tutur. Buraya bütün malların əvvəlcədən rəqəmsal formada bəyan edilməsi, qiymətindən asılı olmayaraq bütün mallardan ƏDV tutulması (məhdudiyyətin sonu 22 avroya qədər), satış nöqtələrində (məsələn, onlayn mağazada və ya meydançalarda) transsərhəd ƏDV-nin toplanmasına imkan verən Vahid İdxal Sisteminin (IOSS) tətbiq edilməsi və s. aid edilir. Dəyişikliklərin logistika sektoruna təsiri belə qiymətləndirilir ki, 1 iyul 2021-ci ildən sonra logistika axınları birləşdirilə bilər (yəni mallar birbaşa AB-dəki təyinat ölkəsinə göndəriləcək) [21].

Bütün qeyd edilənlərlə yanaşı, bu cəhətə də diqqət yetirilməlidir ki, xüsusilə pandemiya dövründə e-ticarət sahəsində həddindən artıq tənzimləmənin rəqabətin qarşısını almaq və inhisar yaratmaq meylinə malik olması müşahidə olunmuşdur. Belə ki, bir sıra ölkələrin (məsələn, Hindistan) hökumətləri tərəfindən qanunvericilik / inzibati sənədlərin əvəzinə özünütənzimləmənin zəruriliyi də vurğulanmışdır [8].

UNCTAD-n hesabatı, “Statista” şirkətinin proqnozları da e-ticarətə doğru meylin COVID-19-dan sonrakı bərpa müddətində də davam edəcəyini əks etdirir. Buna görə də mövcud problemlərin üzə çıxarılması, hökumətlərə və vətəndaşlara yeni iş üsullarının tətbiqini davam etdikləri zaman dəstək verilməsi vacib hesab edilir. Belə bir fikir də irəli sürülür ki, inkişaf etməkdə olan ölkələr yalnız rəqəmsal iqtisadiyyatın istehlakçısı deyil, həm də fəal oyunçusu və istehsalçısı olmalıdırlar [20; 12].

Bütün bunlar göstərir ki, e-kommersiya ayrı-ayrı ölkələr üzrə müxtəlif inkişaf sürəti və özünəməxsus cəhətlərə malikdir. Buna görə də e-biznesin (e-kommersiyanın) iqtisadiyyata, o cümlədən iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsi imkanlarının tətbiqi hər bir ölkənin potensialı nəzərə alınmaqla həyata keçirilə bilər.

Hesab edirik ki, ayrı-ayrı dövlətlərdə sahibkarlığın və əhəlinin məhdudiyyətlər dövründə rəqəmsal iqtisadiyyata üstünlük verməsi meylli hakimiyyət strukturlarının əsas diqqətin e-biznesin qalıcı inkişafına yönəltmək məqsədilə bütün mövcud resurslardan istifadəsi üçün real imkanlar meydana çıxarır. Eyni zamanda, digər ölkələrdə elektron bazarların inkişaf meylləri və hadisələrin məntiqi nəticələrinin qiymətləndirilməsi fonunda Azərbaycan Respublikasında e-biznesin iqtisadi proseslərə təsirinin tənzimlənməsi üçün xüsusi şərait yaranır.

Azərbaycan Respublikasında e-biznesin iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsi istiqamətləri

Azərbaycan Respublikasında qəbul olunan hüquqi, strateji və konseptual sənədlər, həyata keçirilən ardıcıl və məqsədyönlü tədbirlər dövlətin e-ticarətin inkişafında xüsusən maraqlı olduğunu nümayiş etdirir.

10 may 2005-ci il tarixində ölkə Prezidenti tərəfindən “Elektron ticarət haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu təsdiq olunmuş, ötən dövr ərzində xarici ölkələrin təcrübəsi də öyrənilə-

rək 23 dekabr 2016-cı ildə Qanuna əlavə və dəyişikliklər edilmişdir. Bununla yanaşı, Vergi Məcəlləsində edilən dəyişikliklərə əsasən məcəllənin 168.1.5, 169.1, 169.3 maddələri virtual aləmdə ƏDV-nin tətbiqini tənzimləyir [1; 24]. Hazırda Azərbaycan Respublikasında e-ticarətin həyata keçirilməsi üçün xüsusi razılıq (lisenziya) tələb olunmur.

Ölkəmizdə “Rəqəmsal Ticarət Qovşağı kimi Azərbaycan Respublikasının mövqeyinin gücləndirilməsi və xarici ticarət əməliyyatlarının genişləndirilməsi ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 22 fevral 2017-ci il tarixli Fərmanından [3] irəli gələn tapşırıqların yerinə yetirilməsi öz nəticələrini göstərməkdədir.

Müqayisə üçün bildirilməlidir ki, 2012-ci ildə Azərbaycanda e-ticarət dövriyyəsinin həcmi təqribən 1,6 mlyn. manat olduğu halda 2020-ci il üçün bu göstəricilər müvafiq olaraq təqribən 98,2 mlyn manat təşkil etmişdir. 2012-2020-ci illər ərzində e-ticarətin pərakəndə əmtəə dövriyyəsində payı 0,009%-dən 0,24%-ə qədər dəyişmişdir [4, s. 163; 6]. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən, 2020-ci ildə e-ticarətin 96,7 mlyn. manatlıq hissəsi, yəni 98,5%-i hüquqi şəxslər tərəfindən həyata keçirilmişdir. Müqayisə üçün bildirilməlidir ki, 2015-ci il üçün bu göstərici 91,1% təşkil etmişdir. Göründüyü kimi, qeyd olunan dövrdə ümumi dövriyyədə hüquqi şəxslərin payı artmaqda davam edir. Bu isə, həm də Azərbaycanda müəssisələrin e-əməliyyatlara cəlb olunmasının artan tempə davam etdiyini göstərir.

Qeyd edilməlidir ki, Azərbaycan Respublikasında həm elektron pərakəndə ticarətin həcmində, həm də onun ÜDM-də xüsusi çəkisində artım 2020-ci ildə əvvəlki illərə nisbətən daha nəzərə çarpan olmuşdur (Cədvəl 1.).

Cədvəl 1.

Azərbaycan Respublikasında 2015-2020-ci illər ərzində elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsinin həcmi və onun ÜDM-də xüsusi çəkisi

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Ümumi daxili məhsul, milyon manat | 54380,0 | 60425,2 | 70337,8 | 80092,0 | 81896,2 | 72432,2 |
| Pərakəndə e-ticarət dövriyyəsi, milyon manat | 12,8 | 25,6 | 46,2 | 43,4 | 40,3 | 98,1 |
| Pərakəndə e-ticarət dövriyyəsinin ÜDM-də xüsusi çəkisi, faizlə | 0,02 | 0,04 | 0,06 | 0,06 | 0,05 | 0,13 |

Mənbə: AR Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Cədvəlin təhlili də göstərir ki, 2020-ci ildə qlobal iqtisadiyyatda gedən proseslərin təsiri ilə Azərbaycanda da ÜDM-in həcmində müəyyən qədər azalması fonunda e-ticarətin həcmində xeyli artmasına baxmayaraq onun ÜDM-də xüsusi çəkisi hələ ki, çox azdır. Beləliklə də ölkə üzrə pərakəndə ticarətin ümumi həcmində e-ticarətin payı dünyanın inkişaf etmiş ölkələri ilə müqayisədə nisbətən az olsa da bu istiqamətdə artım meyilləri gələcəkdə bu göstəricinin artacağını proqnozlaşdırmağa imkan verir.

Azərbaycanın 20 fevral 2021-ci il tarixindən qüvvəyə minən “Asiya-Sakit Okeanda Sərhədlərarası Kağızsız Ticarətin Asanlaşdırılması Çərçivə Sazişi”ni imzalayan ilk dövlətlərdən olması qlobal müstəvidə ölkəmizin bu sahədə mövqeyinin yaxşılaşdırılmasına müsbət təsir edir və gələcəkdə də edəcəkdir. Belə ki, BMT-nin Asiya və Sakit Okean üzrə İqtisadi və Sosial Komissiyasının (United Nations ESCAP) Rəqəmsal texnologiyalar və ticarətin davamlı inkişafına dair Qlobal Tədqiqatının 2021-ci il üzrə sorğusunun nəticəsinə görə ölkəmiz üçün ticarət prosedurlarının sadələşdirilməsi üzrə meyarlar şəffaflıq indikatoru üzrə - 100%; rəsmi qaydalar indikatoru görə - 91,67%; institusional tənzimləmə və əməkdaşlıq indikatoru üzrə - 88,89%; kağızsız ticarət indikatoru üzrə - 85,19%; sərhədlərarası kağızsız ticarət indikatoru üzrə - 66,67% nəticə ilə qiymətləndirilmişdir [5]. Beynəlxalq ekspert qrupu tərəfindən qiymətləndirilən bu göstəricilər üzrə 2019-cu

illə müqayisədə bu il şəffaflıq indikatoru üzrə 6,67%, sərhdələrarası kağızsız ticarət indikatoru üzrə 16,67% artıma nail olunub.

Azərbaycanda son illər e-ticarətin təşviqi istiqamətində bir sıra tədbirlər həyata keçirilməsinə baxmayaraq, sahənin inkişafının təkcə sahibkarların şəxsi təşəbbüsləri sayəsində deyil, həm də dövlət dəstəyi ilə mümkün olduğu danılmazdır. Əldə olunan nəticələr, e-ticarət dövriyyəsinin həcmi bu sahədə dövlət tərəfindən görülən işlərin davamlılığının zəruriliyini və bu prosesin öz axınına buraxılmasının məqsədəuyğun olmadığını bir daha nümayiş etdirir. Hesab edirik ki, xüsusilə müasir şəraitdə e-biznesin iqtisadi artımda xüsusi çəkisinin artırılması məqsədilə dövlətin tənzimləmə siyasətinin hazırda dünyanın əksər ölkələrində bu sahənin inkişafı üçün tətbiq edilən güzəşt proqramlarının (gömrük, vergi və s.) genişlənməsinə istiqamətlənməsi daha məqsədəuyğun sayıla bilər.

Nəticə

E-biznesin qlobal xarakter alması ayrı-ayrı dövlətlər tərəfindən həyata keçirilən tənzimləmə tədbirlərinin yalnız ölkə daxilindəki sosial-iqtisadi prosesləri deyil, beynəlxalq və regional əhəmiyyətli tənzimləmə tədbirlərini də nəzərə almaqla yerinə yetirilməsini şərtləndirir. Bununla bərabər, beynəlxalq səviyyədə e-biznesin iqtisadiyyatın artımına təsirinin tənzimlənməsi ilə əlaqədar təklif və tövsiyələri əsas etibarilə onun davamlı və bərabər inkişafını təmin etməyə yönəlmişdir. Regional qurumlar səviyyəsində isə bu prosesdə əsas diqqət daha çox üzv ölkələrin maraqlarının nəzərə alınmasına yönəldilir. Bu isə, e-biznesin iqtisadiyyata, o cümlədən iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsi imkanlarının hər bir ölkənin xüsusiyyətlərinin tədqiqi yolu ilə həyata keçirilməsini zəruri edir.

Müasir şəraitdə dövlətin başlıca vəzifəsi iqtisadiyyatda qanunvericilik normalarının və qaydalarının müəyyənləşdirilməsi ilə paralel olaraq həm də e-biznes üçün müvafiq infrastrukturun yaradılması prosesini sürətləndirməkdir. Hazırda konkret olaraq e-biznesin iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsi üçün bir çox ölkələr üçün kifayət qədər optimal hesab edilən bir konseptual model, təklif və ya tövsiyələr toplusu mövcud deyil. Lakin vaxtilə onlayn ticarətlə bağlı çoxsaylı proqram və layihələr həyata keçirən ölkələrin (ABŞ, Çin, Birləşmiş Krallıq və s.) hazırda bu sahədə dünya liderliyinə sahib olması danılmaz faktır.

Bu ölkələrin təcrübəsindən istifadə olunmaqla Azərbaycan Respublikasında e-biznesin iqtisadi artıma təsirinin tənzimlənməsi sahəsində özünəməxsus inkişaf yolu müəyyən edilə bilər. Xüsusən də COVID-19 pandemiyası şəraitində e-ticarətin genişlənməsi meyli hakimiyyət strukturlarının əsas diqqətin e-biznesin qalıcı inkişafına yönəldilməsi məqsədilə bütün mövcud resurslardan istifadəsi üçün real imkanlar yaradır.

ƏDƏBİYYAT

1. “Elektron ticarət haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu (10.05.2005-ci il, № 908-IIQ, əlavə və dəyişikliklər 23.12.2016-cı il). <http://www.e-qanun.az/framework/10406>
2. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyinin tabeliyində “Dördüncü Sənaye İnqilabının Təhlili və Koordinasiya Mərkəzi” publik hüquqi şəxs yaradılması haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 06 yanvar 2021-ci il tarixli Fərmanı. <https://president.az/articles/49932>
3. “Rəqəmsal Ticarət Qovşağı kimi Azərbaycan Respublikasının mövqeyinin gücləndirilməsi və xarici ticarət əməliyyatlarının genişləndirilməsi ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 22 fevral 2017-ci il tarixli Fərmanı. <https://president.az/articles/22892>
4. “Azərbaycanda ticarət” /Statistik məcmuə/. Bakı, 2016.
5. Azərbaycan “BMT-nin Ticarət prosedurlarının sadələşdirilməsi məsələləri üzrə qlobal tədqiqatı”nda regionda liderdir 15 iyul 2021. <https://ereforms.gov.az/az/media/xeberler/azerbaycan-bmt-nin-ticaret-prosedurlarinin-sadelesdirilmesi-meseleleri-uzre-qlobal-tedqiqati-nda-regionda-liderdir-199>

6. Pərakəndə ticarət dövriyyəsi haqqında 18.01.2021.
<https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=4789>
7. Qasımlı V.Ə. İqtisadi artım. Bakı, 2021, “AzPrint MMC” nəşriyyatı, 234 s.
8. Bhasin L. E-commerce: Excessive regulations can undermine the sector’s growth potential. Updated on jun 28, 2021, <https://www.hindustantimes.com/opinion/ecommerce-excessive-regulations-can-undermine-the-sector-s-growth-potential-101624870092222.html>
9. Chevalier S. Development of e-commerce shares pre and post COVID-19 2020-2021, by country, Jul 7, 2021 <https://www.statista.com/statistics/1228660/e-commerce-shares-development-during-pandemic/>
10. COMMODITIES & DEVELOPMENT REPORT 2021, Escaping from the Commodity Dependence Trap through Technology and Innovation, United Nations publication issued by the United Nations Conference on Trade and Development. UNCTAD/DITC/COM/2021/1, p.XIX. https://unctad.org/system/files/official-document/ditccom2021d1_en.pdf
11. Directive on Electronic Commerce. (2000). Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market. Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex:32000L0031>
12. E-commerce worldwide - Statistics & Facts Published by Daniela Coppola, Jul 9, 2021 <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>
13. Global e-commerce jumps to \$26.7 trillion, COVID-19 boosts online sales 03 May 2021 <https://unctad.org/news/global-e-commerce-jumps-267-trillion-covid-19-boosts-online-sales>
14. Kwilinski A., Volynets R., Berdnik İ., Holovko M., Berzin P. E-Commerce: Concept and Legal Regulation in Modern Economic Conditions. Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues (Print ISSN: 1544-0036; Online ISSN: 1544-0044) Research Article: 2019 Vol: 22 Issue: 2S <https://www.abacademies.org/articles/ecommerce-concept-and-legal-regulation-in-modern-economic-conditions-8186.html>
15. Policy Considerations for Electronic Commerce. Discussion Paper. World Telecommunication Day 1999. <https://www.itu.int/newsarchive/wtd/1999/dp.html>
16. Regulations, Policies and Initiatives on E-Commerce and Digital Economy for APEC MSMEs' Participation in the Region, APEC Electronic Commerce Steering Group, March 2020. pp. 78.
17. The legal framework for e-commerce in the Internal Market. Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies Directorate-General for Internal Policies, Authors: Hans SCHULTE-NÖLKE et al. PE 652.707 – May 2020, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652707/IPOL_STU\(2020\)652707_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652707/IPOL_STU(2020)652707_EN.pdf) pp.43.
18. UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce (1996) with additional article 5 bis as adopted in 1998 https://uncitral.un.org/en/texts/ecommerce/modellaw/electronic_commerce
19. E-commerce Китая: крупные города доминируют 13 Июля 2020, <https://retail-loyalty.org/news/kitayskiy-e-commerce-krupnye-goroda-dominiruyut/>
20. Как COVID-19 стал поворотным моментом в цифровой и электронной коммерции <https://unctad.org/news/how-covid-19-triggered-digital-and-e-commerce-turning-point> 15 Mart 2021
21. Какой будет электронная коммерция в 2021 году и после? На информационном мероприятии EU4Digital в сфере электронной коммерции поговорили о предстоящих изменениях Дата: 09/06/21 <https://eufordigital.eu/ru/what-will-electronic-commerce-look-like-in-2021-and-beyond-eu4digital-ecommerce-awareness-event-highlights-upcoming-changes/>

22. Наумкин М. Новая экономика: как правительства разных стран стимулируют онлайн-торговлю/ 08.05.2018 <https://www.forbes.ru/biznes/pmef-2018361073-novaya-ekonomika-kak-pravitelstva-raznyh-stran-stimuliruyut-onlayn-torgovlyu>
23. <http://www.e-qanun.az/framework/38244>
24. <http://www.taxes.gov.az/uploads/2017/PV/e-ticaret.pdf>

Чингиз Аллахьяр оглы Ибрагимли
доктор философии по экономике, доцент,
заведующий кафедрой «Коммерция» АУК
E-mail: ch.ibrahimli@yahoo.com

Некоторые аспекты регулирования влияния электронного бизнеса на экономический рост в международной практике

Резюме

Целью исследования- является разработка предложений и рекомендаций, которые можно считать оптимальными для нашей страны, путем изучения особенностей регулирования влияния электронного бизнеса на экономический рост в международной практике.

Методология исследования - это системный и комплексный подход к изучаемой проблеме, а также методы сравнительного анализа, обобщения и оценки различных аспектов регулирования влияния электронного бизнеса на экономический рост.

Значимость исследования - полученные результаты могут быть использованы для решения теоретических и практических задач, связанных с регулированием влияния электронного бизнеса на экономический рост.

Результатом исследования является разработка предложений и рекомендаций по оптимизации регулирования влияния электронного бизнеса на экономический рост с учетом глобальных вызовов и современного уровня развития страны.

Оригинальность и научная новизна исследования - на основе изучения мирового опыта решения рассматриваемых в статье проблем сформированы подходы в соответствии с требованиями современных условий. Проанализированы направления регулирования влияния электронного бизнеса на экономический рост на уровне международной, региональной и отдельных национальных экономик. Систематизированы основные направления принимаемых мер по регулированию влияния электронного бизнеса на экономический рост в период до и во время пандемии COVID-19 путем изучения основных направлений. Проанализирована динамика роста доли электронной коммерции в ВВП в Азербайджане, даны предложения и рекомендации по оптимизации регулирования в этой сфере.

Ключевые слова: *электронный бизнес, электронная коммерция, электронная коммерция, экономический рост, государственное регулирование.*

Chingiz Allahiar Ibrahimli
Ph.d. in Economics, Associate Professor,
head of the "Commerce" chair, ACU
E-mail: ch.ibrahimli@yahoo.com

Some aspects of regulating the influence of electronic business on economic growth in international practice

Summary

The aim of the study- is to develop proposals and recommendations that can be considered optimal for our country by studying the features of regulating the impact of e-business on economic growth in international practice.

The research methodology - is a systematic and integrated approach to the problem being studied, as well as methods for comparative analysis, synthesis and assessment of various aspects of regulating the impact of e-business on economic growth.

The significance of the study - the results can be used to solve theoretical and practical problems associated with regulating the impact of e-business on economic growth.

The result of the study- is the development of proposals and recommendations for optimizing the regulation of the impact of e-business on economic growth, taking into account global challenges and the modern level of development of the country.

Originality and scientific novelty of research - based on the study of the world experience in solving the problems considered in the article, approaches were formed in accordance with the requirements of modern conditions. The directions of regulation of influence of e-business on economic growth at the level of international, regional and individual national economies are analyzed. The main directions of measures taken to regulate the impact of e-business on economic growth in the period before and during the pandemic are systematized COVID-19 by studying the main directions. The dynamics of e-commerce share growth in GDP in Azerbaijan was analyzed, proposals and recommendations on optimization of regulation in this area were given.

Key words: *e-business, e-commerce, e-commerce, economic growth, government regulation.*