

AZERBAYCAN’DA E-TİCARET PROBLEMLERİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Röyal EYVAZOV¹

ÖZET

Ticaret, kar elde etmek için her hangi bir alım satım işlemi demektir. Dijitalleşmenin ve buna bağılı olarak e-ticaretin artması ticaret yapma biçimini de etkiledi. 1960’larda e-ticaretin temelleri atılmaya başlandı ve günümüzde e-ticaretin hacmi genişlemeğe devam etmektedir. İktisaden gelişmekte olan Azerbaycan Cumhuriyeti, bağımsızlığını kazandıktan sonra e-ticaretin gelişmesi için program ve projeler başlattı. Başlatılan ve halen yürürlükte olan program ve projelerin etkinlik düzeyi makalede incelenmiştir. İncelemelerin ana kaynağını oluşturan veriler bir çok ulusal ve uluslararası kuruluşların raporlarından elde edilmiştir. Yöntem olarak toplam ticaret rakamları içinde e-ticaretin hacmi incelenmiş, hacmin artmasının önündeki engeller belirtilmiştir. Sonuç olarak, sektörün yeterince gelişmediği tespit edilmiş, sektör temsilcileri ve hükümet arasındaki koordinasyonun önemine ve çeşitli yasal düzenlemeler yoluyla sektörün daha fazla gelişebileceği gibi önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Azerbaycan’da e-ticaret, internet, elektronik hükümet, devlet programı

E-COMMERCIAL PROBLEMS IN AZERBAIJAN AND SOLUTION PROPOSALS

ABSTRACT

Trade means any trading to make a profit. The increase in digitalization and e-commerce has also affected the way in which it is engaged. The foundations of e-commerce began to be laid in the 1960s, and today the volume of e-commerce continues to expand. After developing its independence, the Republic of Azerbaijan, which is an economically developing employee, started programs and projects for the development of e-commerce. The level of effectiveness of the programs and projects that have been launched and currently in effect has been examined in the article. The data that constitute the main source of the studies are obtained from the reports of many national and international organizations. As a method, the volume of e-commerce has been examined within the total trade figures and the barriers to the increase in volume have been indicated. As a result, it has been determined that the sector has not been developed sufficiently and suggestions have been made about the importance of coordination between the sector representatives and the government and the further development of the sector through various legal arrangements.

Keywords: E-commerce in Azerbaijan, internet, electronic government, state program

¹ Bursa Uludağ Üniversitesi, Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi,
eyvazovroyal@gmail.com

GİRİŞ

E-ticaret'in çeşitli kaynaklarda bir çok anlamı vardır. E-ticaret elektronik ortamda, özellikle de internet üzerinden veri aktarılarak işlem gören bir işletim sistemidir (Dictionary.com, 2019). Başka bir kaynakta e-ticaret, bilgisayar teknolojisi, elektronik iletişim kanalları ve ilgili diğer teknolojileri kullanılarak taraflar arasında tüm mal ve hizmetlerin alım satımı işlemidir. Telefon, faks ve TV ilk elektronik işlem kanallarıdır.

İlk defa 1960'larda Amerikan menşeli "American Airlines" ve "IBM" şirketlerinin, biletleri otomatik kesmesiyle e-ticaretin temeli atıldı. İlk defa 1994 yılında internet üzerinden alışveriş yapıldı (Ecommerce Guide, 2018). Geleneksel ticarete olan bir çok maliyetler e-ticaretin ortaya çıkması ile azalmıştır. Alıcılar ve satıcılar arasında mesafe çok kısaldı, aralarındaki görüşmeler kolaylaştı ve ulaştırma maliyetleri azaldı. Maliyetlerin azalması ticarete hızlı bir artışa neden oldu.

2016 verilerine göre dünyada yapılan perakende e-ticaret hacmi yaklaşık 1,6 trilyon dolar olmuştur (Kantar vd., 2017: 4). E-ticaretin bu kadar gelişmesine sebep artık dünyanın dijitalleşmeğe doğru gitmesi ve bir çok işlemin internet üzerinden gerçekleşmesi de etki etmiştir.

İnternetin gelişmesi yeni fırsatları beraberinde getirdi. Binlerce yabancı ve yerli işletmelerin bir biri ile veya müşterleriyle ile alım satım gerçekleştirmeleri için uygun bir platform haline gelen e-ticaretin gittikçe önemi daha da artmaktadır. Alibaba, Amazon, Ebay gibi bir çok platformlar bu konuda verilebilecek en iyi örneklerdendir. Tablo 1'de e-ticaretle geleneksel ticaret arasındaki farklar verilmiştir.

Tablo 1: Geleneksel Ticaretle Elektronik Ticaret Arasındaki Farklar

	Geleneksel Ticaret	Elektronik Ticaret
Satın Almayı Yapan Firma		
Bilgi Edinme Yöntemleri	Görüşmeler, dergiler, kataloglar, reklamlar	Web sayfaları
Talep Belirtme Yöntemi	Yazılı form	Elektronik posta
Talep Onayı	Yazılı form	Elektronik posta
Fiyat Araştırması	Kataloglar, görüşmeler	Web sayfaları
Sipariş Verme	Yazılı form, fax	Elektronik posta, EDI
Tedarikçi Firma		
Stok Kontrolü	Yazılı form, fax, telefon	Online Veritabanı, EDI
Sevkiyat Hazırlığı	Yazılı form, fax, telefon	Elektronik Veritabanı, EDI
İrsaliye Kesimi	Yazılı form	Online Veritabanı, EDI
Fatura Kesimi	Yazılı form	Elektronik Posta, EDI
Siparişi Yapan Firma		
Teslimat Onayı	Yazılı form	Elektronik Posta, EDI

Ödeme Programı	Yazılı form	Online Veritabanı, EDI
Ödeme	Banka Havalesi, Posta, Tahsildar	İnternet bankacılığı, EDI, EFT

Kaynak: (Ecommerce Guide, 2019)

Yeni bir kanal olarak e-ticaret, ticaretin maliyetini, değerini ve verimliliğini etkilemekte, ticaret tarzını değiştirmekte ve uluslararası ticaret üzerinde fazla etkiye sahiptir. Teknolojik ilerleme uluslararası ticareti büyük ölçüde etkiledi. E-ticaret, geleneksel ticaretle ilgili sorunların çoğunu bilgi ve iletişim teknolojisinin her yönünü kullanarak kolay, rahat, hızlı, kapsamlı ve ekonomik bir şekilde çözmeyi amaçlayan, geleneksel ticaret yapılarından kurtulmuş bir tür işlemdir (Süleymanov ve İbrahimova, 2018: 2).

İnternet yaygınlaşınca e-ticaret geliştikçe çeşitli e-ticaret türleri ortaya çıktı. Aşağıda e-ticaretin türleri verilmiştir.

1. G2G (Government to Government): Devletin devletle yaptığı ve ya devletin kurumları arasında yaptığı işlem türüdür. Bilgi alışverişi, merkez bankaları arasında yapılan para transferleri ve diğer bu gibi işlemler bu kategoriye girer.
2. G2B (Government to Business) – devletle işletme arasında yapılan e-ticaret işlemleridir. Devletin kamu ihalelerini internetten yayması, işletmelerin teklifler vermesi ve benzeri işlem türüdür.
3. B2G (Business to Government): İşletme ile devlet arasında yapılan işlem türüdür. İşletmelerin vergi ve sair borçların ödenmesi gibi işlemler bu türe aittir.
4. B2B (Business to Business) – işletmeler arası gerçekleşen e-ticaret türüdür. Burda esasen işletmeler arası mal ve hizmet alışverişi gerçekleşiyor. Hacmine göre en çok yapılan işlem türüdür.
5. B2C (Business to Consumer): İşletmelerle tüketici arasında yapılan işlem türüdür. Bu türe ait olan işletmelerden Hepsiburada, Gittigidiyor ve Trendyol gibi marka işletmelerini örnek verebiliriz.
6. C2G veya G2C (Citizen to Government) veya (Citizen to Government): Vatandaşla devlet arasında yapılan işlem türüdür. Trafik cezalarının ödenmesi, bireysel vergi borçlarının ödenmesi gibi işlemler bu işlem türüne aittir.
7. C2B (Consumer to Business): Tüketici ile işletme arasında yapılan işlem türüdür. Örneğin, firmalar konusunda blog yazarlığı yapan, kendi video ve benzeri ürünlerinde firma ürünlerini tanıtan kişiler bu e-ticaret türüne aittir.
8. C2C (Consumer to Consumer): Tüketici ile tüketici arasında yapılan e-ticaret türüdür. Tüketiciler ürünü alıp belli bir komisyonla yeniden başka bir tüketiciye satılması ve buna benzer işlem türüdür.

2020 yılında, küresel e-ticaretin %64'ünün gelişmekte olan ülkeler tarafından yaratılması ve toplam işlem hacmi 3 trilyon dolar olması bekleniyor (Kantar vd., 2017: 4). Dünyada işlem hacminin giderek artmasına rağmen Azerbaycan'da bu sektörün gelişmesi için atılan adımlar verilen kararlar yetersiz kalmıştır.

Yapılan çalışmada Azerbaycan'da e-ticaretin gelişimi için verilen devlet programları incelenmiş, ülkede sektörün durumu verilmiş, problemler belirlenmiş ve son kısımda çözüm önerileri sunulmuştur.

1. AZERBAJCAN'DA E-TİCARETİN DURUMU

Azerbaycan bağımsızlığını kazandıktan sonra dünya bilgi ve iletişim teknolojileri ile entegrasyon çalışmalarına başladı. Çeşitli reformlar yaptı ve yapmaya devam etmektedir. Azerbaycan'da bu reformların amacı Bilgi ve İletişim Teknolojileri'nin (BİT) kamu ve özel kurumlarda yaygınlaştırılması, bu yolla Azerbaycan nüfusunu bilgi toplumuna dönüştürülmesi hedeflenmektedir. 17 Şubat 2003 yılında Azerbaycan Cumhurbaşkanı'nın talimatıyla kabul edilen "Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Gelişimi için Ulusal Bilgi ve İletişim Teknolojileri Stratejisi (2003-2012)" programı bu yönde en önemli adımlardan biridir. Programın hedefi ülkede devlet kurumları, sivil toplum kuruluşları, ekonomik, sosyal, bilim, eğitim ve kültür alanlarında BİT kullanımını yaygınlaştırılması olmuştur (H. ƏLİYEV, 2003: 5).

Programın kabul edilmesinden 2 yıl sonra Azerbaycan'da "Elektronik ticaret hakkında" kanun imzalandı. Bu kanun Azerbaycan Cumhuriyeti'nde elektronik ticaretin düzenlenmesi ve uygulanmasının hukuki temellerini, onun kullanıcılarının hak ve görevlerini, ayrıca elektronik ticarete ortaya çıkan anlaşmazlıkların çözülmesi için hukuki boyutunu belirlemektedir. 2005 yılında imzalanan kanuna 2016 ve 2018 yıllarında değişiklikler yapılmıştır ("Elektron Ticarət Haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu", 2005).

Azerbaycan hükümeti bundan önceki dönemlerde olduğu gibi sonraki yıllarda da stratejik plan ve programlar kabul etmiştir. Cumhurbaşkanı 21 Ekim 2005 yılında "2005-2008 yılları arasında Azerbaycan'da Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Geliştirilmesi Devlet Programı" (I. Elektronik Azerbaycan)" imzalamıştır (İ. Əliyev, 2005).

"I. Elektronik Azerbaycan" programının amaçları:

1. BİT'in geliştirilmesi için etkili mekanizmaların belirlenmesi ve mekanizmaları geliştirmek;
2. Global BİT alanına entegrasyonu genişletmek;
3. Kamu ve özel kurumların, tüzel ve gerçek kişilerin BİT alanına erişimini kolaylaştırmak;
4. Ülkenin ulusal bilgi güvenliği sistemini oluşturmak, BİT alanında güvenliği sağlamak ve vatandaşların bilgilerini korumamak;
5. BİT'in gelişmesini sağlamak için yasal çerçevenin geliştirmek;
6. BİT alanında belgelendirme ve standardizasyonu uluslararası standardizasyona uygunlaştırmak;
7. BİT sektöründe yatırımı teşvik etmek ve özel sektörü geliştirmek;
8. Posta hizmetlerini iyileştirmek ve yeni hizmet türleri yaratmak;
9. BİT'i yaygınlaştırmak için bilimsel araştırmaları uygulamak;
10. Eğitimde BİT kullanımını yaygınlaştırmak ve bu konuda uzmanlar yetiştirmek;
11. BİT pazarında serbest rekabet koşullarını yaratmak, ihraç edilmesini kolaylaştırmak ve teşvik etmektir.

I. Elektronik Azerbaycan Devlet Programı amaçları uygulandıktan sonra 11 Ağustos 2010 yılında programın devamı olarak "Azerbaycan Cumhuriyeti'nde 2010-2012 için Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Gelişimi Devlet Programı" diğer adıyla "II. Elektronik Azerbaycan" devlet programı kararnamesi kabul edildi.

II Elektronik Azerbaycan devlet programı Azerbaycan'da BİT'in yaygınlaştırması konusunda en önemli adımlarındandır. Devlet programları 4 istikamette hayata

geçirilmektedir(Süleymanlı, 2015: 68). Her bir istikamet çeşitli politikalara ayrılmaktadır. İstikametler ve politikalar aşağıda gösterilmiştir.

1. Ulusal telekomünikasyon ve posta altyapısı ve hizmetlerinin geliştirilmesi

- *ülkedeki telekomünikasyon ve posta altyapısının modernizasyonu ve geliştirilmesi, yeni teknolojilere dayanarak, ülke genelinde bireylerin ve tüzel kişilerin telekomünikasyon ve posta hizmetlerine erişimini sağlamak;*
- *uydu iletişim teknolojilerinin ve hizmetlerinin geliştirilmesi;*
- *Dijital televizyon dahil üzere radyo-televizyon yayıncılığı;*
- *ulusal internet segmenti altyapısının geliştirilmesi;*
- *kamuya kaliteli ve tatmin edici telekomünikasyon ve posta hizmetleri verilmesi;*

1. BİT'in uygulanması ve e-hizmetlerin bölgesel ve yerel yönetim organlarında geliştirilmesi

- *Devlet kurumlarında BİT çözümlerinin yaygın kullanımı için güvenilir çoklu servis ağının geliştirilmesi ve ortak bilgi veritabanı oluşturulması;*
- *Devlet bilgi sistemlerinin ve kaynaklarının oluşumu, entegrasyonu ve gelişimi için ileri mekanizmaların uygulanması ve kamu yetkilileri ile bireyler ve tüzel kişiler arasında güvenli bilgi alışverişi sağlanması;*
- *"e-devlet" çözümlerinin tanıtımı ve "tek pencere"² ilkesine göre elektronik hizmetlerin sunulması;*
- *BİT alanında yapılan çalışmalar hakkında bilginin yayılması.*

2. Bilgi toplumuna geçiş için koşulların yaratılması

- *"dijital gerikalmışlığı" azaltmak için önlemlerin genişletilmesi;*
- *bilgisayar kullanıcılarının sayısının artırılması;*
- *nüfusu modern bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımları hakkında eğitmek, toplumun BİT okuryazarlığını arttırmak;*
- *internetin nüfusun tüm kategorileri için kullanımı ve engelli insanlar için sınırlı erişim dahil olmak üzere BİT'in genişletilmesi;*
- *ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda bilgi kaynaklarının yaratılması ve geliştirilmesi;*
- *uluslararası deneyimleri göz önünde bulundurarak, bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki lisanslama faaliyetlerinde şeffaflığın sağlanması;*
- *elektronik ekonomiye geçişi hızlandırmak;*
- *bilgi güvenliği önlemleri almak;*
- *BİT ve bilgi güvenliği konularında modern uzmanlıklar dalında personel yetiştirmek ve eğitmek için önlemler almak.*

3. Rekabet edilebilirliğin ve ihracata yönelik BİT'in güçlendirilmesi

- *BİT alanında devlet standartlarının hazırlanması;*
- *Azerbaycan dilinin ulusal elektronik bilgi alanında uygulanmasının genişletilmesi (İ. Əliyev, 2010).*

Kararnameye göre, devlet programında öngörülen önlemlerin uygulanmasının koordinasyonu Azerbaycan Cumhuriyeti Bilgi ve İletişim Teknolojileri Bakanlığı'na verilmiştir.

² Verilerin tek bir merkezde birleştirilmesi ve vergi kayıtları dahil tüm idari kayıtların senkronize edilmesi

Devlet programının uygulanması, devlet bütçesinden ve ayrıca mevzuat tarafından yasaklanmayan diğer kaynaklardan finanse edilecektir (AZƏRTAC, 2010).

Programın ana amaçlarından olan “BİT'in uygulanması ve e-hizmetlerin bölgesel ve yerel yönetim organlarında geliştirilmesi” politikasının uygulanması hizmetlerin gelişmesinin kanıtıdır. Birleşmiş Milletler (BM) “2014 E-Hükümet Araştırması” raporuna göre Azerbaycan 193 ülke arasında 68. Sırada verilmiştir (UN DESA, 2014: 199).

Cumhurbaşkanının talimatıyla ABD'nin önde gelen danışmanlık şirketi olan Booz Allen Hamilton ile Azerbaycan Ulaştırma, Haberleşme ve Yüksek Teknolojiler Bakanlığı arasında “Bölgesel İnovasyon Merkezi” projesi ile ilgili anlaşma imzalanmıştır (Karimov ve Imrani, 2015: 82).

2014 yılında Cumhurbaşkanının imzaladığı emirle “2014-2020 Döneminde Azerbaycan Cumhuriyeti'nde Bilgi Toplumunun Gelişimi için Ulusal Strateji” hazırlandı. Ulusal strateji hedeflerine ulaşmak için aşağıdaki hususların yapılması zorunludur:

- *artan talebi karşılamak için bilgi ve telekomünikasyon altyapısının modernizasyonu, kaliteli hizmet sunumu, genel olarak nüfus, işletmeler ve toplum için bilgi ve teknolojiye erişim imkanlarının genişletilmesi;*
- *nüfusa eğitim, sağlık, sosyal koruma ve diğer sosyal alanlarda sunulan hizmetlerin kalitesini artırılması;*
- *bilgi toplumunun etkili bir şekilde düzenlenmesi, insan haklarına kapsamlı ve ücretsiz erişim, özellikle bilgi ve iletişime bireysel erişim;*
- *rekabetçi ve ihracata yönelik BİT endüstrisinin kurulması, geleneksel bilişimden yeni bir ekonomi türüne - bilgi teknolojisinin geniş kullanımı yoluyla bilgi ekonomisine geçiş sağlanması;*
- *“Elektronik devlet”in genişletilmesi ve BİT'in uygulanmasıyla demokratik ilkelerin geliştirilmesi, yüksek kalitede elektronik hizmetlerin sağlanması yoluyla kamu idarelerinde etkinliğin artırılması;*
- *bilgi toplumunda, halkın tarihsel, edebi ve kültürel mirasının korunması ve geniş tebliği;*
- *bilgi ve telekomünikasyon teknolojileri alanında yüksek nitelikli bilimsel ve profesyonel kadroların hazırlanması;*
- *her vatandaş için BİT eğitimine ve eğitime erişim sağlayarak bilgi ve BİT'in güvenli kullanım kültürünü yükseltmek;*
- *dünya bilgi alanında Azerbaycan Cumhuriyeti'nin ulusal çıkarlarının korunmasına yönelik bilgi güvenliği sisteminin geliştirilmesi, toplumda BİT'in yasal ve güvenli kullanımı, modern teknolojilere duyulan güvenin artırılması;*
- *bölgesel ve uluslararası bilgi alanına entegrasyonun genişletmesi ulusal stratejinin ana amaç ve görevleridir (İ. Əliyev, 2014).*

Ulusal stratejinin temel amacı, ülkede bilgi toplumunu kurmak, vatandaşların, toplumun ve devletin yararına bilgi toplumunun yarattığı fırsatların etkin kullanmak, ülkenin sürdürülebilir kalkınmasına çalışmak, BİT'i kamu yönetiminde kapsamlı uygulamak ve sosyo-ekonomik ve kültürel kalkınmayı teşvik etmektir. BM “2016 Elektronik Hükümet Araştırması” raporuna göre 56. Sırada, 2018 raporuna göre ise 70. Sırada verilmiştir (UN DESA, 2016: 154), (UN DESA, 2018: 228).

Devlet programının diğer bir istikameti olan insanların bilgi toplumuna geçiş, insanların bilgi ve iletişim teknolojileri konusundaki bilinçlendirilmesi ve insanlar arasında internet

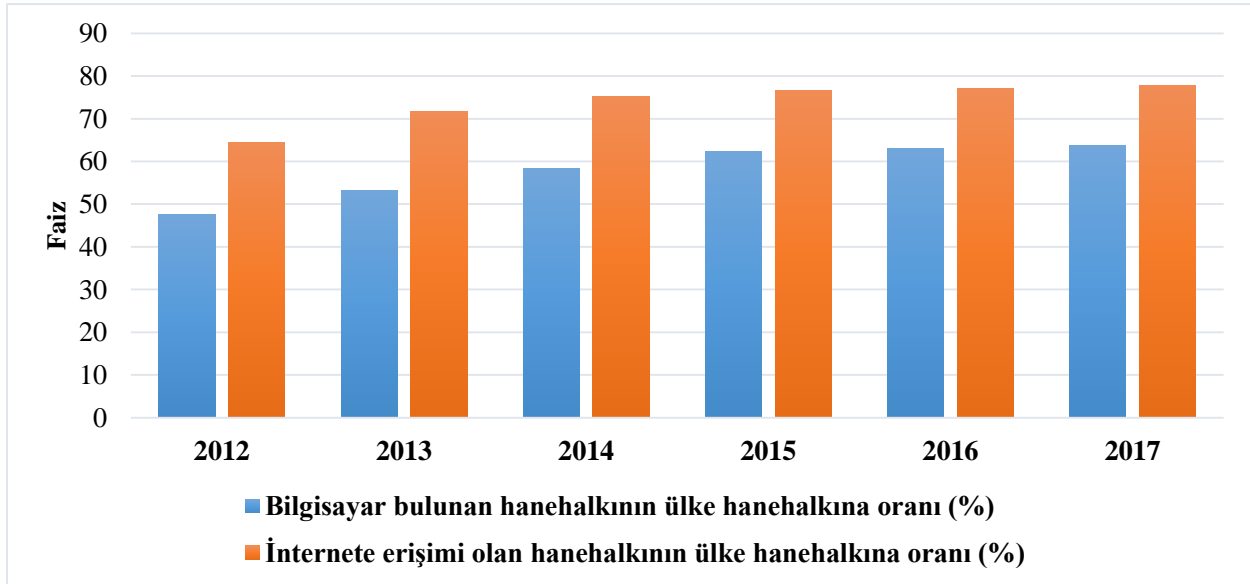
kullanımlarının yaygınlaştırılması hem de elektronik ticaret hacminin artmasına yöneliktir. İnsanların e-ticaretden yararlanması hem devlet için hem de insanlar için oldukça büyük avantaj sağlamaktadır. Devlet için avantajı vergilerin ve diğer ödemelerin daha şeffaf bir ortamda alınması, ekonomi istatistiklerinde verilerin daha güvenilir olması ve diğer bu gibi avantajları var. Devlet için avantajların bir kısmı 3 başlıkta aşağıda gösterilmiştir(eTR, 2019).

1. Rekabet ortamının oluşturulmasına katkısı – Ekonominin serbestleşmesi için politika uygulayan devletlerin öncelikli hedeflerinden biri serbest rekabet ortamının oluşturmasıdır. Rekabet piyasa fiyatlarını mümkün olduğunca aşağıya çeker, tüketici açısından daha ucuz, kaliteli ve sürekli mal tedariki imkanı sağlar.
2. E-ticaretin eflasyona etkisi – Global bir ortamda fiyatların kolay dalgalanmayacağı düşünülürse, fiyat dalgalanmalarından doğan enflasyon üzerinde azaltıcı etkisi olur.
3. İç ve dış ticaret politikalarına etkisi – E-ticaret raporlarında ticaretin ayrıntılı olarak izlenmesi ticaret politikalarının daha sağlıklı şekilde belirlenmesine, ticaretin geliştirilmesine ve küreselleştirilmesine, uluslararası ticaretten daha fazla pay alınmasına katkısı olur.

Kullanıcılar için en büyük avantajlarından biri insanlar bulunduğu ortamı terk etmeden, istediği ortamdan, istediği saatte, istediği ürünü sipariş verebiliyor olmasıdır. İşletmeler için avantajı ise fiziksel mağazaya göre internet mağazasının açılması kolay ve çok düşük masraflıdır. Bu etkenler göz önüne alındıkta hem kullanıcı hem devlet ve şirketler için cazib gözüküyor.

E-ticaretin gelişmesi için en önemli etken internet kullanımının yaygın olmasıdır. Azerbaycan nüfusu 2018 yılına göre 9,8 milyon kişi olmuştur. Nüfusun her geçen yıl internet kullanım oranları istatistiklerine dikkat etsek bu oranda son 6 yıldır artış gözüküyor. Bu artışın sebebi devlet ve bir çok kuruluşların programları vasıtasıyla nüfusun bilinçlendirilmesidir.

Şekil 2: İnternet ve Bilgisayar Kullanan Hanehalkının Ülke Nüfusundaki Payı

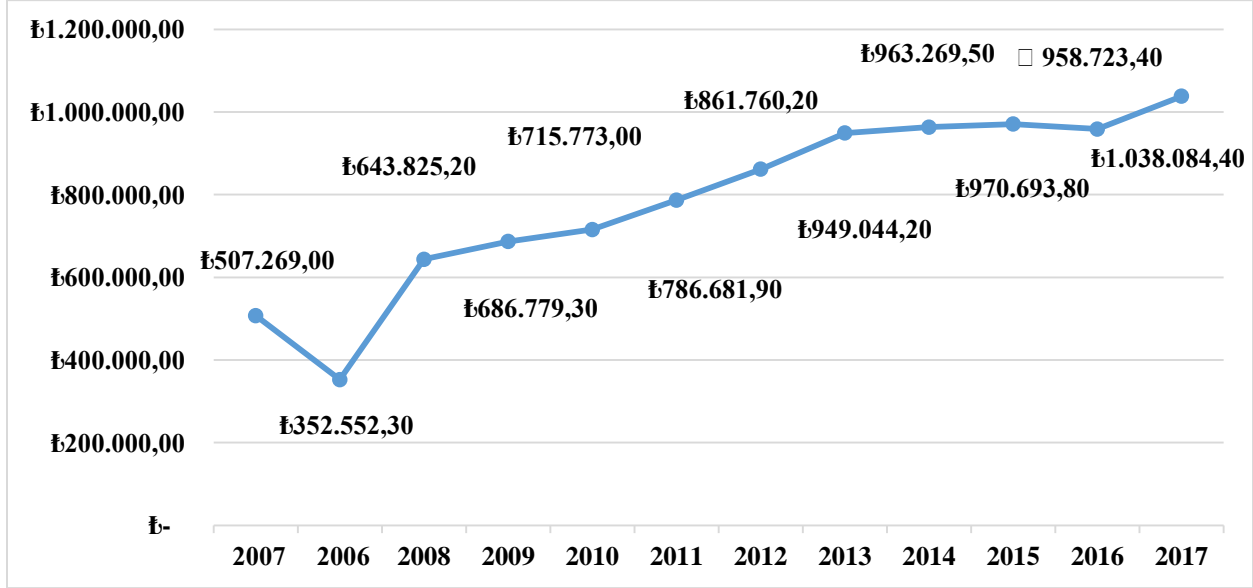


Kaynak: (Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi, 2018)

BİT sektöründe katma değerli mal ve hizmet üretmek ve bu malları ihraç etmek I ve II “Elektronik Azerbaycan” devlet programları ve “Ulusal Strateji”nin ana hatlarından birini oluşturmaktadır. Buna göre devlet desteği ve devlet tarafından yatırım yapılmış şirketler

tarafından ürün ve hizmetlerin miktarı her geçen yıl artmaktadır. Şekil 1'de Azerbaycan para birimini manat üzerinden verilen miktar artışı grafiği bunun kanıtıdır.

Şekil 1: 2007-2017 BİT Sektöründe Katma Değerli Mal ve Hizmet Üretimi



Kaynak: (Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi, 2018)

E-ticaretin gelişmesi için diğer başlıca unsurlardan olan ödeme sistemleri ve işlem merkezleridir. Ödeme sistemlerinin geliştirmek için Cumhurbaşkanı'nın 9 Aralık 2004 yılında onayladığı "2005-2007 Yılı Ulusal Ödeme Sistemi Geliştirme Programı" bu yönde yapılmış ilk programlardandır.

Devlet programının amaçları:

- Kart ödemelerinin daha da geliştirilmesi ve "Ulusal Ödeme Sistemi" programının tamamlanması için "Ulusal Kart İşleme Merkezi" yaratmalı;
- Yurtiçi ticari bankaların bilgi ve muhasebe sistemlerini daha da geliştirmeli ve uluslararası standarizasyona uygunlaştırmalı;
- Çok sayıda yardımcı hizmet kuruluşu (elektrik, gaz, su, telefon vb.), vergi, gümrük, emeklilik maaşı ve diğer sosyal koruma ödemelerinden sorumlu devlet kurumlarının, ödeme sistemleri altyapısına teknolojik entegrasyonun tamamlanmalı;
- Ödeme sistemlerinin coğrafi kapsamı genişletmeli ve bölgelere yönlendirmeli ve hanehalkı için finansmana erişim imaknını artırmalı;
- Ödeme sistemlerinde risk yönetimi verimliliğini artırmalı ve güvenlik standartların belirlemelidir (ƏLİYEV, 2004: 2-4).

Devlet programının finansal kaynağı uluslararası finans kurumlarının kredileri, Azerbaycan Cumhuriyeti Ulusal Bankası'nın kaynakları, ticari bankaların yatırımları ve Devlet Programının uygulanmasına katılan kuruluşların yatırımlarıdır. Devlet programı çerçevesinde 14 Temmuz 2006 yılında "Millikart" işlem merkezi kuruldu (Şükürzadə, 2015: 10).

Azerbaycan'da ilk ödeme sistemini Ferit İsmayılzade tarafından 2008 Aralık ayında resmen açılmıştır. İlk işlem merkezi 1996 yılında kurulmuş olan Azericard işlem merkezidir

(Süleymanlı, 2015: 61). Bu gün Azərbaycan bankacılık sisteminde 3 kart işlem merkezi çalışmaktadır. Bunlar:

1. Azericard – Ülkede kurulan ilk işlem merkezidir ve “Azərbaycan Uluslararası Bankası” A.Ş'ye mahsusdur.
2. Millikart - “2005-2007 yıllarında Azərbaycan Cumhuriyeti'nde Ödeme Sisteminin Geliştirilmesi Devlet Programı” çerçevesinde kurulmuştur.
3. Kapitalkart – Sadece “Kapital Bankası” A.Ş'ye hizmet vermektedir.

Daha sonra Ferit İsmayılzade tarafından 2011 yılında “Hesab.az” portalı kurulmuş ve site kullanıcıları için bir çok kolaylıklar sağlanmıştır. Kullanıcılar çeşitli ödemelerini bu site vasıtasıyla hiç bir yere gitmeden banka ve kredi kartları ile ödeme yapabiliyorlar. Azərbaycan Devlet Merkez Bankası'ndan aldığımız verilere göre banka ve kredi kartları sayı tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: 2013-2018 Yılları Arasında Azərbaycan Bankalarında Toplam Banka ve Kredi Kartları Sayısı (adet)

	Banka Kartları			Kredi kartları
	<i>Sosyal ödeme kartları</i>	<i>Maaş kartları</i>	<i>Diğer</i>	
2013	2504965	1437041	788155	942456
2014	2426300	1443677	793532	1301698
2015	2451259	1466752	731754	1009736
2016	2552415	1520600	630114	631102
2017	2535369	1826647	814817	623011
2018	2522000	2040000	1089000	860000

Kaynak: (Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı, 2018)

Son yıllarda Azərbaycan'da ödeme sistemlerinin genişletilmesiyle ilgili Cumhurbaşkanı 26 Eylül 2018 tarihli "Azərbaycan Cumhuriyeti'nde 2018-2020'de Dijital Ödemelerin Geliştirilmesi Devlet Programı" imzaladı. Devlet programı “Azərbaycan Cumhuriyeti'nde Telekomünikasyon ve Bilgi Teknolojilerinin Geliştirilmesi Stratejik Yol Haritası”ndaki dijital ödemelerin yaygınlaştırılması için öngörülen önlemlerin uygulanması için geliştirilmiştir. Devlet programının amacı, vatandaşlar, ticari kuruluşlar ve devlet kurumları arasındaki nakitsiz ödeme ortamını önemli ölçüde genişletmek, nakit akışını en aza indirmek ve nihayetinde bankacılık sektörünün mali kaynaklarını güçlendirmektir. Bu amaçla, başlıca stratejik öncelikler ülkedeki dijital ödeme hizmetlerinin kurumsal ve yasal temelini güçlendirmek, bu hizmetlerin kapsamını, kalitesini ve kapsamını genişletmek ve altyapı kapasitelerini artırarak kullanımlarını artırmaktır (ƏLİYEV, 2018).

Azərbaycan Devlet İstatistik Komitesi'den alınan verilere göre ülkede e-ticaret hacmi 2013 yılında 2,7 milyon manat, perakende ticaret hacmi ise 19 milyar 655,9 milyon manat olmuştur. E-ticaretin toplam perakende ticaretteki hacmi yaklaşık %0,014 olmuştur. 2014 yılında toplam perakende ticaret hacmi 22,002 milyar manat, e-ticaret hacmi 6,4 milyon manatla, e-ticaretin toplam perakende ticaretteki hacmi %0,029 olmuştur. 2015 Eylül raporlarına göre Ocak-Ağustos ayları döneminde bu rakam 8,2 milyon manata yükselmiştir ve aynı döneme göre toplam

hacmin %92,7'si tüzel kişiler, %7,3'ünü bireysel kişiler tarafından gerçekleştirilmiştir (Gümüş, 2018). Ocak-Ağustos ayları 2016 yılında e-ticaret hacmi 25,6 milyon manat, perakende ticaret 30 milyar 190 milyon manat gerçekleştirilmiştir. 2017 yılında ise bu rakam 20,6 milyon artarak yaklaşık 46,2 milyon manat olmuştur.

Azerbaycan, Dünya Ekonomik Forumu 2016 Küresel Bilgi Teknolojileri Raporu'na göre şirketlerin B2B kullanımına göre 139 ülke arasında 5,2 değerle 33. sırada, B2C kullanımına göre ise 4,9 değerle 44. sırada geliyor (Baller vd., 2016: 62). Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (World Intellectual Property Organization-WIPO) 2018 raporlarına göre dünya ülkeleri arasında internet erişimine göre 66,2 puanla 63. sırada, BİT kullanımına göre 55,5 puanla 56. sırada, hükümetin çevrim içi hizmetlerine göre 68,1 puanla 47. sırada, küresel inovasyon endeksine göre ise 82. sırada geliyor (Dutta vd., 2018: 27). Azerbaycan, Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı 2018 raporlarına göre e-ticarette B2C'ye göre 144 ülke arasında 68. sırada duruyor (UNCTAD, 2018).

2. AZERBAIJAN'DA E-TİCARET SORUNLARI

Azerbaycan dünya ekonomisi ile entegrasyon çalışmalarının ana hatlarından birini oluşturan e-ticarette diğer entegrasyon çalışmalarından olan ekonominin serbestleşmesi, yeni işletme kuracak kişilere kolaylıklar sağlanması ve sair gibi ilerilemenin gerisinde kalıyor. Bunu Azerbaycan Devlet İstatistik Komitesi'nden alınan verilere göre Azerbaycan'da gerçekleşen e-ticaret hacminin toplam perakende ticaret hacmine oranda çok düşük olduğu gözükmektedir.

E-ticaret hacminin düşük kalmasının ve daha da gelişmemesinin sebebi aşağıda gösterilmiştir.

1. Nüfusun e-ticaret alışkanlıklarının gelişmemesi: Orta ve yaşlı insanların internete güvenmemeleri bu sektörün gelişmesinin karşısında büyük engel teşkil ediyor.
2. İnternete erişimde engeller: Hızlı, güvenli, ucuz ve uygun fiyatlı bir ağ altyapısı olmadan e-ticaretin gelişmesi düşünülemez. Teknik altyapı zayıflığı sebebiyle birçok yatırımcılar e-ticaret sektörüne yatırım yapmaktan çekiniyorlar.
3. Kullanıcı bilgilerinin korunmasında güvenliğin zayıf olması: Örneğin, 2015 Eylül'de Azerbaycan bankalarından olan Amrahbank A.Ş'ye gerçekleştirilen, Temmuz 2016 "Ravan Sığorta" A.Ş'ye gerçekleştirilen siber saldırı güvenlik önlemlerinin yetersiz olduğunun göstergesidir.
4. E-ticaret mevzuatının yenilenmemesi: Örneğin, ticaret sektöründe anlaşmazlık çerçevesinde bir takım kanun ve yasalarda e-ticaret ve ticaret kavramlarının aynı olması buna örnektir.
5. E-imza kullanımının yaygınlaşmaması: Hem kullanıcılar tarafından hem hükümet tarafından BİT sektöründe yaygınlaştırıcı politikalarının yetersiz kalması buna örnektir. Kamu ve özel hizmetlerinin tamamının elektronik ortama geçmemesi sebebi sektörün gelişmesinin önünde engel teşkil ediyor.
6. Elektronik hükümete kamu kurum ve kuruluşlarının entegre olması önündeki engeller: Devletin kurum ve kuruluşların entegre çalışmasında finansal kaynakların yetersizliği bu çalışmanın önündeki en büyük engeldir.

E-ticaret sektörünün karşısında duran engeller, hükümet programlarında verimliliğin beklenen seviyede olmaması, e-ticaret sektörüne vergi, teşvik ve bunun gibi destek

politikalarının yetersiz olması, posta hizmetlerinin e-ticaret sektörü ile entegre olmaması örnek olarak gösterilebilir (Prygozhyna ve Boon, 2016: 6).

SONUÇ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Verilere baktığımızda hükümetin yürüttüğü programlara rağmen e-ticaretin gelişmediğini görülmektedir. 2013 yılında e-ticaretin hacmi toplam perakende ticaret hacminde karşılığı %0,014, 2014 yılında toplam hacimdeki karşılığı %0,029, sonraki yıllarda toplam perakende ticaret hacmindeki karşılığı %1'i geçemediği bunun göstergesidir. Bu sektörün gelişmesi hem hükümet için hemde kullanıcılar için büyük avantajları vardır. Yukarıda bahsedildiği gibi Azerbaycan'da da iç ve dış ticaret politikalarının oluşturulması, rekabet ortamının iyileştirilmesi ve diğer ekonomik avantajların sağlanması ve dış ticaretin gelişmesi için uygun politikaların uygulanması gerekmektedir..

E-ticaret sektörünün gelişmesi adına aşağıda öneriler verilmiştir.

- İnsanların internete daha kolay erişme bilmesini sağlamak gerekir. WIPO 2018 raporlarında internete erişim imkanları endeksine göre 63. sırada olan Azerbaycan, daha ön sıralara gelmek için internet kullanımını yaygınlaştırması gerekir.
- Altyapıyı geliştirmek ve bu geliştirme programlarında kamu kurumlarına yeterli bütçeler ayırmak gerekir.
- Kullanıcılara siber saldırılara, kullanıcı bilgileri ve ödeme kartı bilgilerinin çalınmasına karşı güven vermek gerekir.
- Kanun ve kararlarda e-ticaret ve ticaretle ilgili ibarelerin anlaşılması açısından yenilenmesi gerekir.
- E-ticaretin gelişmesi için devletin bu sektöre vergi muafiyeti, vergi indirimi, çeşitli teşvik politikaları gibi programlar uygulanması gerekir.

Dijitalleşen dünyada Azerbaycan'da hükümetin ve kullanıcıların rahatlığı, insanların ürün ve hizmetlere kolay ulaşabilmesi açısından e-ticaretin gelişmesi gerekir. Sektörün gelişmesi için devletin kurum ve kuruluşları birlikte ve kordineli şekilde çalışması gerekmektedir. Ayrıca Azerbaycan devletinin, sektörün gelişmesi için yasa ve kararnameleri uluslararası yasalarla uyumlaştırması gerekmektedir. Örneğin tüketici haklarının korunması açısından 19 Eylül 1994 yılında verilen ve en son 10 Haziran 2005 yılında değişiklik yapılan "Tüketici Haklarının Korunması Hakkında" kanununun değişiklikler yapılarak yenilenmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi. (2018a). Ev Təsərrüfatlarında Komputer və İnternetdən İstifadə Göstəriciləri. 19 Şubat 2019 tarixində https://www.azstat.org/portal/tblInfo/TblInfoList.do;jsessionid=9B0C3A3C41633A1EBA237FDF6951E4BF#994_027 adresindən erişildi.
- Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi. (2018b). İKT Sektorunda Yaradılmış Əlavə Dəyər. Bakı. 18 Şubat 2019 tarixində https://www.azstat.org/portal/tblInfo/TblInfoList.do#994_027 adresindən erişildi.
- Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı. (2018). Debet və Kredit Kartları ilə Aparılan əməliyyatlar. *Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı Rəsmi Saytı*. 18 Şubat 2019 tarixində <https://esasodi.cbar.az:9804/obiee/ESAHS.jsp> adresindən erişildi.
- AZƏRTAC. (2010). Yeni “Elektron Azərbaycan” Dövlət Proqramı Təsdiqlənmişdir. *Azərbaycan Dövlət İnformasiya Agentliyi Rəsmi Saytı*. 6 Mart 2019 tarixində https://azertag.az/xeber/YENI_ELEKTRON_AZARBAYCAN_DOVLAT_PROQRAMI_TASDIQLANMISDIR-489516 adresindən erişildi.
- Baller, S., Dutta, S. ve Lanvin, B. (2016). *The Global Information Technology Report 2016 Innovating in the Digital Economy. World Economic Forum*. doi:10.17349/jmc117310
- Dictionary.com. (y.y.). E-commerce. 2019. 14 Nisan 2019 tarixində <https://www.dictionary.com/browse/e-commerce> adresindən erişildi.
- Difference between Traditional Commerce and Ecommerce. (y.y.). *DifferenceBetween.net*. 7 Mart 2019 tarixində <http://www.differencebetween.net/business/difference-between-traditional-commerce-and-ecommerce/> adresindən erişildi.
- Dutta, S., Lanvin, B. ve Wunsch-Vincent, S. (2018). *Global Innovation Index 2018: Energizing the World with Innovation. World Intellectual Property Organization*. Geneva. doi:10.1088/1751-8113/44/8/085201
- Ecommerce Guide. (2018). What is ecommerce? *Ecommerce Guide*. 18 Şubat 2019 tarixində <https://ecommerceguide.com/guides/what-is-ecommerce/> adresindən erişildi.
- Elektron Ticarət Haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. (2005). *Azərbaycan Respublikasının Qanunvericilik Toplusu*. 7 Mart 2019 tarixində http://www.e-qanun.az/alpdata/framework/data/10/f_10406.htm adresindən erişildi.
- eTR. (2019). Elektronik Ticaretin Etkileri ve Faydaları. *Elektronik Ticaret Rehberi*. 14 Nisan 2019 tarixində <http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaretin-etkileri-faydalari.php> adresinden erişildi.
- Əliyev, H. Azərbaycan Respublikasının inkişafı naminə informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli Strategiyanın (2003-2012-ci illər) (2003).
- Əliyev, İ. Azərbaycan Respublikasında Milli Ödəniş Sisteminin İnkişafı üzrə 2005–2007-ci illər üçün Dövlət Proqramı (2004). Azərbaycan.
- Əliyev, İ. “Azərbaycan Respublikasında Rabitə və İnformasiya Texnologiyalarının İnkişafı üzrə 2005-2008-ci illər üçün Dövlət Proqramı (Elektron Azərbaycan)” Təsdiq Edilməsi Haqqında Sərəncam. Azərbaycan Respublikasının Qanunvericilik Toplusu (2005). Azərbaycan: Normativ Hüquqi Aktların Vahid İnternet Elektron Bazası. <http://e->

- qanun.gov.az/framework/10778 adresinden erişildi.
- Əliyev, İ. Azərbaycan Respublikasında Rabitə və İnformasiya Texnologiyalarının İnkişafı üzrə 2010-2012-ci illər üçün Dövlət Proqramı (II Elektron Azərbaycan). Azərbaycan Prezidentinin Rəsmi İnternet Səhifəsi (2010). Azərbaycan. <https://president.az/articles/564> adresinden erişildi.
- Əliyev, İ. Azərbaycan Respublikasında İnformasiya Cəmiyyətinin İnkişafına dair 2014-2020-ci illər üçün Milli Strategiya. Azərbaycan Prezidentinin Rəsmi İnternet Səhifəsi (2014). <https://president.az/articles/11312> adresinden erişildi.
- Gümüş, N. (2018). Tüketicilerin Online Alışveriş Alışkanlıklarının Ve Online Alışverişe Yönelik Algılarının Belirlenmesi: Azerbaycan Örneği. *Journal of Turkish Studies*, 13(7), 141–161. doi:10.7827/TurkishStudies.12990
- Kantarçı, Ö., Özalp, M., Sezginsoy, C., Özaşkın, O. ve Cavlak, C. (2017). *Dijitalleşen Dünyada Ekonominin İtici Gücü: E-Ticaret*. İstanbul. http://www.eticaretraporu.org/wp-content/uploads/2017/04/TUSIAD_E-Ticaret_Raporu_2017.pdf adresinden erişildi.
- Karimov, R. ve Imrani, Z. (2015). Study of Development of Information and Communication Technology in Azerbaijan with Marketing Approach. *International Journal of Advanced Computer Research*, 5(18).
- Prygozhyna, A. ve Boon, J. (2016). *Azerbaijan: Leveraging Postal Network For Financial And Social Inclusion*. Washington, D.C.
- Şükürzadə, İ. (2015). *Ödəniş Sisteminin İnkişafında Yeni Meyllər*. Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti.
- Süleymanlı, C. (2015). *Azerbaycanda E-ticaretin Kullanımı, Hukuksal Yapısı ve Çözüm Yolları*. İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Süleymanov, E. ve İbrahimova, X. (2018). Elektron Ticarətin Azərbaycanında İnkişaf Perspektivləri. *1st International Science and Engineering Conference* içinde (ss. 1–7). Bakı.
- UN DESA. (2014). *United Nations E-Government Survey 2014*. United Nations. New York. doi:10.1016/S1369-7021(02)00629-6
- UN DESA. (2016). *E-Government Survey 2016*.
- UN DESA. (2018). *E-Government Survey 2018*. United Nations E-Government Survey 2012. doi:e-ISBN: 978-92-1-055353-7
- United Nations Conference On Trade And Development. (2018). *Technology and Innovation Report 2018*. United Nations (C. 54).