

УДК 339.1:004.738.5 JEL: L81, O33

Агаев Риад Ильхам оглы магистрант, Западный Каспийский Университет,
Азербайджанская Республика, г. Баку

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ
БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В
АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

Аннотация

В статье исследуются ключевые тенденции, факторы роста и сдерживающие механизмы развития рынка электронной коммерции (e-commerce) в Азербайджане. На основе анализа макроэкономических показателей и регуляторной среды определены основные диспропорции между столицей и регионами, а также проанализировано влияние цифровизации платежных систем на потребительское поведение. Сформулированы стратегические рекомендации по оптимизации логистической инфраструктуры и повышению уровня доверия населения к цифровым торговым платформам.

Annotation

The article examines the key trends, growth factors, and constraining mechanisms of the e-commerce market development in Azerbaijan. Based on the analysis of macroeconomic indicators and the regulatory environment, the main disproportions between the capital and the regions are identified, and the impact of payment systems digitalization on consumer behavior is analyzed. Strategic recommendations are formulated to optimize the logistics infrastructure and increase public trust in digital trading platforms.

Ключевые слова: электронная коммерция, Азербайджан, цифровая экономика, безналичные платежи, маркетплейсы, логистическая инфраструктура.

Keywords: e-commerce, Azerbaijan, digital economy, cashless payments, marketplaces, logistics infrastructure.

Введение Современный этап развития глобальной экономики характеризуется стремительной цифровизацией традиционных секторов рынка. Электронная коммерция выступает одним из главных драйверов этого процесса, трансформируя структуру розничной торговли и создавая новые каналы распределения благ. В Азербайджанской Республике сектор e-commerce демонстрирует высокие темпы роста, что обусловлено государственной поддержкой цифровых инициатив, ростом проникновения высокоскоростного интернета и изменением потребительских привычек населения [1].

Однако, несмотря на положительную динамику, национальный рынок электронной коммерции сталкивается с рядом системных вызовов. К ним относятся инфраструктурные ограничения в регионах, высокая доля наличного расчета при доставке (Cash on Delivery) и регуляторные барьеры для малого и среднего бизнеса [2]. Настоящее исследование направлено на комплексный анализ текущего состояния e-commerce в Азербайджане и определение стратегических направлений его дальнейшей оптимизации.

Методология Методологическую основу работы составили системный и сравнительный анализ, методы обобщения и статистического моделирования. В качестве информационной базы использовались официальные данные Государственного комитета по статистике Азербайджанской Республики, отчеты Центрального банка АР, а также аналитические обзоры международных организаций (программы развития ООН, Всемирного банка) за период 2021–2025 гг.

Результаты и обсуждение Согласно статистическим данным, объем рынка электронной торговли в Азербайджане за последние пять лет увеличился более чем в три раза [1]. Главным катализатором долгосрочного роста послужила государственная программа по развитию безналичных

платежей, реализуемая Центральным банком. Внедрение мгновенных платежных систем и расширение сети POS-терминалов создали фундамент для безопасных онлайн-транзакций.

По данным Центрального банка Азербайджана, доля безналичных операций во внутристрановых карточных платежах к концу 2025 года превысила рубеж в 56,1%, что напрямую коррелирует с ростом объемов покупок на локальных и зарубежных маркетплейсах [3]. Данная тенденция подкрепляется стабильно высоким уровнем проникновения интернета, который к 2025 году достиг 92,5% от общего числа населения страны. При этом ежегодный прирост объемов электронной розничной торговли в рассматриваемый период устойчиво удерживался на отметке около 30%, что свидетельствует о формировании зрелой цифровой экосистемы [1], [3].

Несмотря на выраженный восходящий тренд, детальный анализ выявляет глубокую географическую диспропорцию. Более 80% всех операций в сфере электронной коммерции приходится на Абшеронский экономический район и город Баку [4]. В регионах страны развитие сектора сдерживается следующими ключевыми факторами:

1. Логистический разрыв. Отсутствие развитой сети локальных фулфилмент-центров и постаматов увеличивает стоимость и сроки доставки «последней мили» в удаленные районы [5].
2. Психологический барьер и недоверие. Значительная часть региональных потребителей по-прежнему предпочитает оплату наличными при получении товара, опасаясь мошенничества или несоответствия качества продукции заявленным характеристикам [2].
3. Высокие транзакционные издержки. Для мелких локальных предпринимателей комиссии на эквайринг и интеграцию платежных шлюзов часто оказываются экономически неэффективными [4].

С теоретической точки зрения, модель развития e-commerce в развивающихся экономиках часто сталкивается с «кризисом доверия к платформе», что подтверждается исследованиями международных экспертов

[6]. Без формирования жестких правовых гарантий защиты прав потребителей в цифровой среде темпы роста рынка неизбежно замедлятся.

Заключение Для преодоления выявленных барьеров и обеспечения устойчивого развития электронной коммерции в Азербайджане необходима реализация комплексной стратегии. В первую очередь требуется децентрализация логистики: стимулирование государственно-частного партнерства для создания региональных логистических хабов и субсидирование операторов экспресс-доставки за пределами столицы. Важным аспектом является повышение цифровой грамотности малого и среднего бизнеса для вывода локальных товаров на маркетплейсы. Кроме того, необходима оптимизация фискальной политики, включая введение временных сниженных ставок по эквайрингу для транзакций в секторе электронной торговли для региональных стартапов [5]. Реализация данных мер позволит трансформировать электронную коммерцию из столичного тренда в полноценный инструмент сбалансированного экономического развития регионов Азербайджана.

Литература

1. Государственный комитет по статистике Азербайджанской Республики. Статистический ежегодник «Розничная торговля и услуги в Азербайджане». – Баку, 2025. – 142 с. Баку: Государственный комитет по статистике Азербайджанской Республики, 2025. – 142 с.
2. Алиев, М. А. Анализ потребительского поведения на рынке электронной коммерции в странах Южного Кавказа / М. А. Алиев, Т. Э. Мамедов // Вестник экономической науки. – 2024. – № 3. – С. 45–52.
3. Центральный банк Азербайджанской Республики. Официальный отчет о развитии платежных систем и цифрового банкинга за 2025 год. – Баку, 2026. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.cbar.az> (дата обращения: 23.06.2026).

4. Велиев, Р. С. Проблемы и перспективы интеграции малого бизнеса Азербайджана в систему цифровой торговли / Р. С. Велиев // Экономические инновации. – 2024. – Т. 26, № 2. – С. 89–97.
5. Гусейнова, Л. Н. Логистическое обеспечение электронной торговли: международный опыт и реалии Азербайджана / Л. Н. Гусейнова // Международный трансфер технологий и цифровая экономика. – 2025. – № 1. – С. 112–120.
6. Electronic Commerce 2025: A Managerial and Social Networks Perspective / E. Turban, J. Outland, D. King [et al.]. – Springer, 2025. – 680 P.