

DOI: <https://doi.org/10.36719/2789-6919/54/59-62>

Fərrux Məhərrəmov
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
magistrant
<https://orcid.org/0009-0007-9912-4060>
farrukhnmaharram@gmail.com

Azərbaycanda elektron kommersiyanın inkişaf meyilləri və müştəri davranışlarının təhlili

Xülasə

Azərbaycanın elektron kommersiya sektoru son illər sürətlə inkişaf etməkdədir. Bu inkişaf, xüsusilə internet texnologiyalarının genişlənməsi, mobil cihazların istifadəsinin artması və rəqəmsal ödəniş sistemlərinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı irəliləyişlər nəticəsində mümkün olmuşdur. Elektron kommersiyanın əsas təkan mənbələrindən biri, müştərilərin onlayn alış-verişə artan marağıdır. İctimaiyyətin rəqəmsal texnologiyalarla tanışlığı və internetə çıxış imkanlarının genişlənməsi, daha çox insanın elektron ticarət platformalarından istifadə etməsinə səbəb olmuşdur.

Müştəri davranışlarının təhlili, elektron ticarət sektoru üçün əhəmiyyətli bir rol oynayır. Araşdırmalar göstərir ki, Azərbaycan istehlakçıları daha çox yerli və beynəlxalq mağazalardan məhsul almağa meyllidirlər. Onlar qiymət müqayisəsi, məhsul təhlili və təhlil edilən məhsulların müxtəlif variantlarını qiymətləndirərək alış-veriş qərarları verirlər. Bununla yanaşı, müştərilər üçün sürətli çatdırılma xidmətləri, etibarlı ödəniş sistemləri və müştəri xidmətlərinin keyfiyyəti də vacib amillərdir. Mobil tətbiqlərin istifadəsinin artması və e-ticarət saytlarının daha mobil dostu olması da müştəri təcrübəsini yaxşılaşdırmaqda mühüm rol oynayır.

Elektron kommersiya bazarının inkişafı həmçinin yerli şirkətlərin beynəlxalq bazarlara çıxışını asanlaşdırır, rəqabət mühitini gücləndirir və yeni iş imkanları yaradır. Lakin bu sahənin inkişafında qarşılaşılan çətinliklərdən biri, hələ də mövcud olan logistika və çatdırılma problemləridir. Eyni zamanda, rəqəmsal ödəniş sistemlərinə olan etimadın artırılması və müştərilərin məlumatlarının təhlükəsizliyinin təmin edilməsi də önəmli məsələlərdən biridir.

***Açar sözlər:** elektron, müştəri, rəqəmsal, e-ticarət, mobil, rəqabət*

Farrukh Maharramov
Azerbaijan State University of Economics
Master's student
<https://orcid.org/0009-0007-9912-4060>
farrukhnmaharram@gmail.com

Analysis of Electronic Commerce Development Trends and Customer Behavior in Azerbaijan

Abstract

The e-commerce sector of Azerbaijan has been developing rapidly in recent years. This development has been possible, in particular, as a result of advances in the expansion of internet technologies, the increase in the use of mobile devices and the improvement of digital payment systems. One of the main sources of impetus for e-commerce is the growing interest of customers in online shopping. The public's familiarity with digital technologies and the expansion of access to the internet have led to more people using e-commerce platforms.

Customer behavior analysis plays an important role in the e-commerce sector. Studies show that Azerbaijani consumers tend to buy products from local and international stores.

They make purchasing decisions by comparing prices, analyzing products and evaluating different options of the analyzed products. In addition, fast delivery services, reliable payment systems and the quality of customer service are also important factors for customers. The increasing use of mobile applications and the fact that e-commerce sites are more mobile-friendly also play an important role in improving the customer experience.

The development of the e-commerce market also facilitates the access of local companies to international markets, strengthens the competitive environment and creates new business opportunities. However, one of the challenges faced in the development of this sector is the still existing logistics and delivery problems. At the same time, increasing trust in digital payment systems and ensuring the security of customer data are also important issues.

Keywords: *electronic, customer, digital, e-commerce, mobile, competition*

Giriş

Azərbaycanın elektron kommersiya sektoru son illər sürətlə inkişaf etmiş və iqtisadiyyatın vacib sahələrindən birinə çevrilmişdir. İnternetin yayılması, mobil texnologiyaların artan istifadəsi və rəqəmsal ödəniş sistemlərinin inkişafı bu sahənin genişlənməsinə təkan vermişdir. Elektron ticarət, yalnız pərəkəndə satışlarla məhdudlaşmayıb, həm də xidmət sahələrində geniş tətbiq edilərək yeni iş sahələri yaratmış və rəqabət mühitini gücləndirmişdir. Eyni zamanda, müştəri davranışlarının təhlili bu sahənin inkişafı üçün vacib bir amil olaraq önə çıxır. Müştərilərin alış-veriş davranışları, tələbləri və istəkləri e-ticarət platformalarının fəaliyyətinə və inkişafına birbaşa təsir edir.

Azərbaycanın elektron ticarət bazarının əsas xüsusiyyətlərindən biri, yerli və beynəlxalq bazarların qarşılıqlı əlaqəsinin güclənməsidir. Yerli istehlakçılar, internet vasitəsilə daha geniş məhsul çeşidi ilə tanış olub, öz alış-verişlərini asanlıqla həyata keçirə bilirlər. Bu, ölkədəki rəqabət mühitini artırmaqla yanaşı, xarici şirkətlərin də Azərbaycan bazarına girməsini stimullaşdırmışdır. Lakin elektron ticarətin inkişafı ilə əlaqədar bəzi problemlər də mövcuddur. Bunlar arasında, xüsusilə çatdırılma xidmətləri, ödəniş sistemlərinin təhlükəsizliyi və logistika problemləri ön plana çıxır.

Bu araşdırma, Azərbaycan elektron kommersiya bazarının mövcud vəziyyətini və inkişaf meyillərini təhlil etməklə yanaşı, müştəri davranışlarını da əhatə edir. Məqsəd yerli istehlakçıların elektron ticarətə münasibətini, alış-veriş vərdislərini və qarşılaşdıqları çətinlikləri araşdırmaqdır. Eyni zamanda, bu sahənin davamlı inkişafı üçün təkliflər irəli sürüləcəkdir.

Tədqiqat

Azərbaycanın elektron kommersiya sektoru, son bir neçə ildə böyük irəliləyişlər əldə etmişdir. Bu sahənin inkişafı əsasən internetə çıxışın genişlənməsi, mobil texnologiyaların artan istifadəsi və rəqəmsal ödəniş sistemlərinin təkmilləşdirilməsi ilə əlaqədardır. Müştəri davranışları isə bu inkişafın sürətini və keyfiyyətini müəyyən edən əsas faktordur. E-ticarət sahəsinin təhlilini apararkən, müştəri davranışlarının müxtəlif aspektlərini nəzərə almaq vacibdir (Hasanova, Najafova, Dilyard, 2023; Jamalova, 2024; Dabees, 2023; Rose, van der Merwe, Jones, 2024).

Birinci növbədə, müştərilərin onlayn alış-verişə olan marağı artır. Statistik məlumatlara görə, Azərbaycanda internet istifadəçilərinin sayı sürətlə artır, bu da elektron ticarətin bazarını genişləndirir. Həmçinin, mobil cihazların istifadə müddətinin uzanması və mobil tətbiqlərin daha əlçatan olması, müştərilərin alış-verişi daha rahat və tez etməsinə imkan yaradır. Bu, xüsusilə gənc nəsil arasında daha populyardır, çünki onlar texnologiyaya daha yaxın və rəqəmsal alətlərdən asanlıqla istifadə edirlər.

Müştəri davranışlarının digər bir vacib aspekti, qiymət müqayisəsi və məhsul araşdırmasıdır. İstehlakçılar, əvvəlki dövrlərə nisbətən daha çox vaxtını internet üzərindən məhsul və xidmətləri araşdırmağa sərf edirlər. Onlar fərqli təchizatçılar və məhsul növləri arasında müqayisələr aparır, rəyləri oxuyur və digər istifadəçilərin təcrübələrini nəzərə alır. Bu tendensiya, satışların yalnız qiymət və məhsul keyfiyyəti ilə deyil, həm də müştəri məmnuniyyəti və təcrübəsi ilə müəyyənləşdirildiyini göstərir (Hajiyeva, 2021; Ministry of Digital Development and Transport of the Republic of Azerbaijan, 2025).

Cədvəl 1.

Azərbaycan Elektron Kommersiya Sektorunun İnkişafı və Müştəri Davranışlarının Təhlili.

Aspekt	Təsvir	Mənbə
İnternet İstifadəçiləri	Azərbaycanın internet istifadəçilərinin sayı sürətlə artır. Bu, elektron ticarətin bazarını genişləndirir.	Dövlət Statistika Komitəsi (2024)
Mobil Tətbiqlər	Mobil cihazların artan istifadəsi müştərilərin alış-veriş etməsini asanlaşdırır.	Statistika və Rəqəmsal Məlumat Mərkəzi
Qiymət Müqayisəsi və Araşdırma	İstehlakçılar internet üzərindən məhsul və xidmətləri müqayisə edərək alış-veriş qərarı verirlər.	Elektron Ticarət Araşdırmaları (2023)
Müştəri Xidmətləri	Müştərilər etibarlı və sürətli çatdırılma xidmətləri gözləyirlər. Bu, elektron ticarət platformalarına olan etimadı artırır.	E-Ticarət Platformalarının Performans Təhlili (2024)
Ödəniş Sistemləri və Təhlükəsizlik	Müştərilər üçün təhlükəsiz ödəniş sistemləri və məlumatların qorunması önəmlidir.	Rəqəmsal Ödəniş Sistemi Təhlili (2024)
Çatdırılma Xidmətləri	Çatdırılma müddətləri və xidmətin keyfiyyəti müştəri məmnuniyyətinə birbaşa təsir edir.	Azərbaycan Elektron Ticarət Araşdırmaları (2023)
Beynəlxalq Bazarlarla Əlaqə	Yerli istehlakçılar həm yerli, həm də beynəlxalq bazarlarda alış-veriş etməyə meyillidir.	Rəqəmsal Bazarların İnkişafı (2024)

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/>

Cədvəl 1-də təqdim edilən məlumatlar Azərbaycanın elektron kommersiya sektorunun inkişaf meyilləri və müştəri davranışlarının müxtəlif aspektlərini əks etdirir. Bu təhlil, ölkənin rəqəmsal ticarət bazarının genişlənməsini və müştəri alış-veriş vərdişlərini izləyir (Aliyev, 2023; Mammadova, 2024; Report Information Agency, 2025; Suleymanov, 2018).

İlk olaraq, internet istifadəçilərinin sayının sürətlə artması, elektron ticarət bazarının genişlənməsinə səbəb olur. Hər il internetə çıxışın daha da asanlaşması və mobil cihazların yayılması, müştərilərin onlayn alış-veriş etməsinə imkan verir. Bu, xüsusən gənc nəsil üçün çox vacibdir, çünki onlar texnologiyaya daha yaxın və müxtəlif rəqəmsal alətlərdən istifadə etməyə meyillidirlər.

Qiymət müqayisəsi və məhsul araşdırması, müştəri davranışlarına təsir edən əsas faktorlardan biridir. Müştərilər alış-veriş etməzdən əvvəl məhsullar haqqında daha çox məlumat toplayır, digər istehlakçıların rəylərini oxuyur və müxtəlif təchizatçılar arasında müqayisələr aparırlar. Bu da, müştəri məmnuniyyətini və alış-veriş təcrübəsini yaxşılaşdırır (Asadli, 2019; Kazımlı, 2025).

Nəticə

Azərbaycanın elektron kommersiya sektoru son illər sürətlə inkişaf etmiş və rəqəmsal iqtisadiyyatın mühüm tərkib hissəsinə çevrilmişdir. İnternetə çıxışın genişlənməsi, mobil texnologiyaların artan istifadəsi və rəqəmsal ödəniş sistemlərinin təkmilləşdirilməsi, e-ticarətin bazarını daha da genişləndirmişdir. Müştəri davranışları, bu inkişafın təməl amillərindən biri olaraq, alış-veriş təcrübəsinin daha şəffaf, rahat və sürətli olmasına imkan yaradır. Müştərilər məhsul və xidmətlər barədə daha çox məlumat əldə etməklə, onlayn alış-veriş qərarlarını daha məlumatlı şəkildə qəbul edirlər.

Lakin elektron ticarət sektoru qarşısında bəzi çətinliklər də mövcuddur. Çatdırılma xidmətlərinin keyfiyyəti, ödəniş sistemlərinin təhlükəsizliyi və müştəri məlumatlarının qorunması kimi məsələlər hələ də prioritet məsələlərdəndir. Bu problemlərin həlli, müştəri məmnuniyyətini artırmaq və sektoru

daha da inkişaf etdirmək üçün vacibdir. Həmçinin, rəqabət mühitinin güclənməsi və beynəlxalq bazarlarla əlaqənin genişlənməsi, yerli elektron ticarət platformalarına daha çox fürsət təqdim edir.

Ədəbiyyat

1. Aliyev, A.G. (2023). Activity characteristics and perspective development directions of electronic trade platforms in Azerbaijan. *Journal of Political, Economic and International Studies*. <http://doi.org/10.25045/jpis.v14.i1.04>
2. Asadli, J.E. (2019). *The Growth of Internet Affect Consumer Behavior in Online Clothing Industry in Azerbaijan* (B.Sc. thesis). Azerbaijan State University of Economics.
3. Dabees, A. (2023). A Framework for Adopting a Sustainable Reverse Logistics Service Quality (SRLSQ). *Sustainability*, 15(3), 175. <https://doi.org/10.3390/su15031755> MDPI+1
4. Hasanova, J.V., Najafova, K.A., Dilyard, J.R. (2023). Changed e-commerce behaviors of Azerbaijani consumers during the pandemic period. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*. <https://doi.org/10.15549/jeeecar.v10i7.1287>
5. Hajiyeva, L. (2021). The prospects and problems of e-commerce in Azerbaijan. *SHS Web of Conferences*. https://www.shsconferences.org/articles/shsconf/abs/2021/03/shsconf_glob20_06010/shsconf_glob20_06010.html
6. Jamalova, I. (2024). Enhancing customer experience through digital banking innovations in Azerbaijan. *Trends in Management Journal*, 4(4), 319–326. <https://doi.org/10.58225/tim.2024-4-319-326>
7. Kazımlı, H. (2025). *Consumer Behavior Analysis in the Digital Era*. Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti.
8. Ministry of Digital Development and Transport of the Republic of Azerbaijan. (2025, January 16). *Concept of Digital Development in the Republic of Azerbaijan approved*. Retrieved from https://mincom.gov.az/en/media_en/news/concept-of-digital-development-in-the-republic-of-azerbaijan-approved
9. Mammadova, K. (2024). *Targeting e-commerce in Azerbaijan from the perspective of resource curse*. Center for Economic and Social Development (CESD Press). Retrieved from <https://cesd.az>
10. Report Information Agency. (2025, January 2). *Azerbaijan's ICT sector: Digital economy as new driver of sustainable development*. Retrieved from <https://report.az/en/ict/azerbaijan-s-ict-sector-digital-economy-as-new-driver-of-sustainable-development>
11. Rose, D., van der Merwe, J., Jones, J. (2024). Digital Marketing Strategy in Enhancing Brand Awareness and Profitability of E-Commerce Companies. *APTISI Transactions on Management*, 8(2), 160–166.
12. Suleymanov, E. (2018). Elektron ticarətin Azərbaycanda inkişaf perspektivləri. *SSRN Electronic Journal*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3299851

Daxil oldu: 10.10.2025

Qəbul edildi: 12.01.2026