

<https://doi.org/10.69495/2024.8.33>

**KƏRƏM HÜMBƏTZADƏ**  
**Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti**  
**Magistrant**  
**kerem.humetzade.04@gmail.com**  
**İstiqlaliyyət küç 6 Bakı**

## **RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATIN İNKİŞAFINDA ELEKTRON TİCARƏTİN ROLU VƏ TƏSİRİ**

### **Xülasə**

Rəqəmsal iqtisadiyyat, sadə dillə desək, veb iqtisadiyyatı, internet iqtisadiyyatı və onlayn iqtisadiyyat olaraq da adlandırılan internet iqtisadiyyatıdır. Bu, elektron şəbəkələr vasitəsilə iqtisadiyyat qurmaq prosesidir. Bu, "internet dünyası" iqtisadiyyatıdır və onun əsas quruluşu qlobal iqtisadiyyatımıza bənzəyir, lakin iştirak edən proseslər və strategiyalar tamamilə fərqlidir. Elektron ticarət inkişafında universal əlçatanlıq mərhələsinə qədəm qoydu. Bu mərhələnin səbəbi internet və rabitə vasitələri idi. Ticarət fəaliyyəti internetə keçdi, bütün dünyaya yayıldı və dayanmadan istifadəyə verildi. Yeni onlayn biznes platformaları bir çox böyük və kiçik şirkətlər üçün əsas oldu. İnformasiya Texnologiyalarının İnkişafı və yayılması rəqəmsal mənbələrin iş aparmaq üçün qlobal mövcudluğunun başlanğıcı oldu. Elektron ticarətin inkişafı və ya ən çox dediyimiz kimi, e-ticarət, intellektual mülkiyyətin əsas əhəmiyyəti ilə sıx bağlıdır. İnternetdə və digər elektron rabitə şəbəkələrində ticarət fəaliyyətinin əhəmiyyətli bir hissəsi intellektual mülkiyyətlə qorunan məlumatların, mədəni məhsulların və texnologiyaların satışı və ya lisenziyalaşdırılması ilə əlaqədardır. Rəqəmsal iqtisadiyyat "rəqəmsal dəyər yaratmaq prosesləri"nin bütün dəyişənlərini və iştirakçılarını əhatə edir. Bu multimedia agentlikləri, e-ticarət, interaktiv onlayn marketinq və mobil həllər təchizatçıları, oyun inkişaf etdiriciləri, sosial şəbəkə təminatçıları və s.kimi amilləri əhatə edir və birbaşa onlardan asılıdır. Məqalədə rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafına təsir göstərən elektron ticarətin əsas aspektləri müzakirə olunur.

**Açar sözlər:** internet, elektron ticarət, rəqəmsal iqtisadiyyat, informasiya texnologiyaları, sosial şəbəkələr.

### **Giriş.**

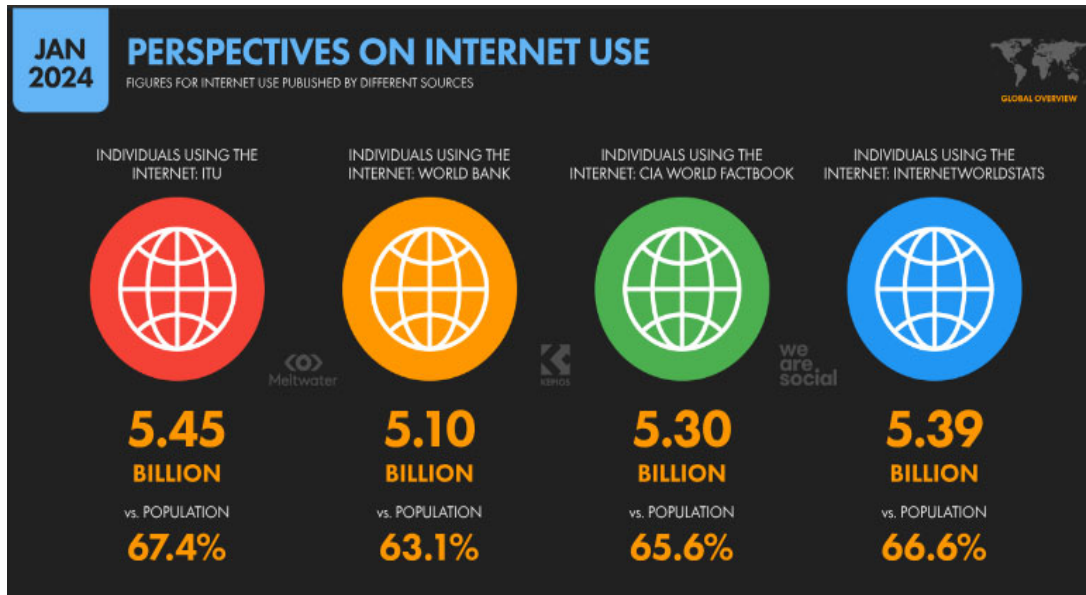
XXI əsrdə internetin yaranması insanlara və bütövlükdə cəmiyyətə dərin təsir göstərmişdir. İnternet nəinki dostlarımız və ailəmizlə ünsiyyət tərzimizi, həm də işimizi necə aparacağımızı dəyişdirdi. Bir çox şirkət internet və internet xidmətlərinin artan populyarlığı nəticəsində fəaliyyətlərinin çoxunu onlayn rejimə keçirdi.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin internetdən tam istifadə etməsi üçün lazım olan infrastrukturun olmaması səbəbindən son 20 ildə sənayeləşmiş ölkələrdə elektron ticarətin və ya "E-ticarət" in istifadəsi və inkişafı artmışdır [5]. Ancaq zaman keçdikcə inkişaf etməkdə olan ölkələr inkişaf etmiş ölkələrin keçməli olduqları informasiya texnologiyalarının inkişaf mərhələlərini atlayaraq irəliləyə bilərlər [3].

Elektron ticarətin sadə bir tərif, internet üzərindən mal və xidmətlər almaq və ya satmaq təcrübəsidir. Alibaba, Amazon və eBay kimi onlayn mağazalar və şirkətlər "e-ticarət" ifadəsini eşidəndə ağla gələn ilk şey ola bilər, ancaq söhbət yalnız onlayn ticarətdən getmir. Onlayn pərəkəndə satış, elektron bazarlar, qrup alqı-satqısı, onlayn auksionlar və digər onlayn xidmətlər, əməliyyatın həyat dövrünün ən azı bir mərhələsində ticarət əməliyyatları (mal və xidmətlərin satışı) həyata keçirmək üçün internetdən istifadəni əhatə edən müasir elektron ticarət sayəsində mümkün olmuşdur [2].

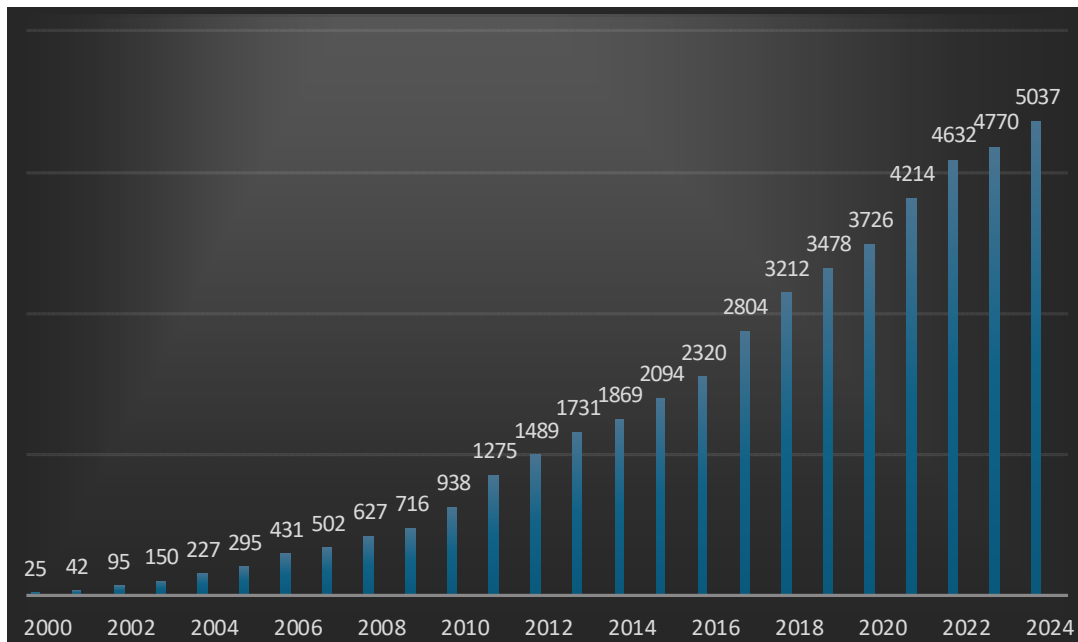
Bu iqtisadiyyat, digərlərindən fərqli olaraq, zaman keçdikcə texnologiya və informasiya texnologiyalarının inkişafı ilə geniş şəkildə yayılır. Bu iqtisadiyyat rəqəmsal dəyər proseslərinə əsaslanır. Digər tərəfdən, E - ticarət, internet üzərindən onlayn olaraq həyata keçirilən və elektron şəbəkələrin müxtəlif aspektlərini əhatə edən və dünyada milyardlarla internet istifadəçisi ilə birbaşa əlaqəli bir işdir.

Rəqəmsal iqtisadiyyat, məhdudiyətsiz ehtiyacları ödəmək üçün rəqəmsal texnologiyadan istifadə edən bir insanın davranışı və ya rəqəmsal olaraq həyata keçirilən istehsal, istehlak və paylama fəaliyyəti olaraq təyin edilə bilər. Bu çərçivədə istehlakçılar artıq mal və xidmətlər üçün fiziki bazarlara getməyə ehtiyac duymurlar; malları birbaşa evə çatdırmaqla ehtiyaclarını ödəmək üçün sadəcə bir smartfon istifadə edə bilərlər.



Elektron ticarət kompüter, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları (İKT) və onlayn bankçılığın inkişafı ilə də böyüyür. Bu iki faktora təsir edən əsas cəhət daha çox onlayn istehlakçı cəlb edən və həm elektron ticarəti, həm də rəqəmsal iqtisadiyyatı stimullaşdıran "rəqəmsal əməliyyatlar" dır. Həm rəqəmsal iqtisadiyyat, həm də elektron ticarət elm və texnologiyanın inkişafı ilə əlaqəli böyük gələcək perspektivləri olan paradigmalardır. Bu, bütün dünyada biznesin və iqtisadiyyatın geniş miqyaslı rəqəmsallaşmasına səbəb olacaq biznesin gələcəyidir.

Elektron ticarət rəqəmsal iqtisadiyyata birbaşa təsir göstərir. Daha əvvəl də qeyd edildiyi kimi, müasir dünyanın hər iki tərəfi internetlə bağlıdır və İnformasiya Texnologiyalarının (İT) genişlənməsi və inkişafı bütövlükdə texnoloji tərəqqi ilə ayrılmaz şəkildə bağlıdır. Elektron ticarət rəqəmsal iqtisadiyyatın təməl daşı hesab edilə bilər. E-ticarət, əvvəllər qeyd edildiyi kimi, elektron şəbəkələr vasitəsilə onlayn ticarət və iş aparmaqdır ki, bu da öz növbəsində onlayn iqtisadiyyat yaradır. "Rəqəmsal iqtisadiyyat" özü elektron ticarət yolu ilə yaradılan və daim inkişaf edən bir iqtisadiyyatdır. Bu, e-ticarət və rəqəmsal iqtisadiyyatın birbaşa necə əlaqəli olduğunu nümayiş etdirir.



Mənbə: [datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report](https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report)

Qrafik 1. Rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafında sosial media istifadəçilərin artımı  
Onlayn reklam və onlayn marketing, onlayn əməliyyatlar, sosial media, onlayn biznes platformaları, onlayn müştərilər və müştəri xidmətləri, telekommunikasiya,

telemarketing və e-ticarətin digər aspektləri rəqəmsal iqtisadiyyata birbaşa təsir edən amillərdir. Elektron ticarətin bu amilləri və aspektləri sürətlə böyüdükcə və inkişaf etdikcə rəqəmsal iqtisadiyyat da böyüyür. Ən son sosial media istifadəçilərinin sayı 5.6 % artmışdır.

**İstehlakçılara təsir.** Maliyyət, alıcının məhsulu satın alma qərarını təyin edən ən əhəmiyyətli amillərdən biridir; Brignolfsson və Smith tərəfindən aparılan bir araşdırmaya görə, onlayn kitabların və CD-lərin orta qiyməti kərpic və minaatan pərakəndə satış mağazalarından təxminən 10% aşağı idi [1]. Onlayn alış-veriş tez-tez ənənəvi pərakəndə mağazalarla müqayisədə qiymətlərin aşağı düşməsinə səbəb olur. Bir məhsulun aşağı qiyməti, ənənəvi pərakəndə mağazalarla müqayisədə daha aşağı onlayn mağaza xərclərinin birbaşa və ya dolaylı nəticəsi ola bilər. Müəssisələr tərəfindən təklif olunan onlayn platformadan istifadə edərək, müştərilər təkmilləşdirilmiş məhsul xüsusiyyətləri, satın alındıqdan sonra kömək və problemlərin aradan qaldırılması kimi təkmilləşdirilmiş alış dəstəyindən istifadə edə bilərlər və bunların hamısı onlayn əldə edilə bilər. Müştərilər, digər müştərilərin nə alacaqlarına qərar vermək üçün istifadə edə biləcəkləri məhsul və xidmətləri barədə şirkətlərə şərh yazı bilərlər.

E-ticarət həm də müştərilərin kommunal xərcləri ödəmək və ya onlayn bank xidmətləri almaq üçün uzun növbələrdə dayanmamasına imkan verməklə iş görməyi asanlaşdırır, bu da müştərilərin vaxtına qənaət edir. Bundan əlavə, lisenziyalar və icazələr üçün müraciət kimi dövlət xidmətlərinin alınması da onlayn ola bilər.

**Biznesə təsir.** Elektron ticarətin başqa bir üstünlüyü mal və xidmətlərin dəyərinin azalmasıdır; daha çox şirkət onlayn iş apardıqca bunun üçün daha böyük bazar sahələrinə ehtiyac yox olur. Müəssisələr mağazalarını onlayn köçürməklə pərakəndə satış sahələrinin alınmasına və ya icarəyə verilməsinə qənaət edə bilərlər. Pərakəndə onlayn mağazanın işləməsi üçün lazım olan işçilərin və enerji xərclərinin azaldılması əlavə qənaətə səbəb ola bilər. İstehsalçılara və istehlakçılara vasitəçilərdən çəkinməyə imkan verən E-ticarət texnologiyaları əməliyyat xərclərini də azaldır.

Elektron ticarətin əsas komponentlərindən biri onlayn əməliyyatlardır; satıcılar məhsullarını sosial media vasitəsi ilə potensial alıcılara fəal şəkildə tanıtdıra və təklif edə bilər ki, bu da ənənəvi iş şəbəkələrinin və fiziki yaxınlığın əhəmiyyətini azaldır [2]. Ticarətin liberallaşdırılmasının başqa bir nümunəsi internetin əvvəllər bağlanmış bazarları uğurla açmaq qabiliyyətidir. Bu, elektron ticarətin yoxsul ölkələrdən olan şirkətlərin beynəlxalq bazarlara çıxmasına və daha geniş auditoriyaya çatmasına imkan verdiyini göstərir. Bu, yalnız müştərilərin sayını artırır, həm də müəssisələrin mümkün mənbələrdən xammal almasını asanlaşdırır.

Əksər şirkətlər müştərilərini razı salmaq istədikləri üçün yüksək keyfiyyətli onlayn müştəri xidməti göstərmək bu işdə onlara kömək edə bilər. Son illərdə sosial media reklam, bazara çıxarmaq və onlayn satış aparmaq yollarını əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirdi. Sosial media profillərində şirkətlər ümumiyyətlə e-ticarət platfor-

malarına bağlantılar yerləşdirirlər ki, potensial alıcılar daha sonra satın ala biləcəkləri əşyaları asanlıqla satın ala və ya nəzərdən keçirə bilsinlər. Bundan əlavə, bir çox e-ticarət saytları istifadəçilərə məhsulun URL-sini sosial mediada paylaşaraq məhsullarını dostlarına reklam etmək imkanı təklif edə bilər [6].

Elektron ticarət də xidmət ticarətinə əhəmiyyətli təsir göstərəcəkdir. Xidmət ticarətində ən vacib dəyişiklik elektron ticarət və İKT-nin ticarət olmayan xidmətləri ticarətə çevirmə qabiliyyətidir. Əvvəllər ticarət üçün əlçatmaz olan fəaliyyətlər (məsələn, tədqiqat və inkişaf, hesablama, inventar idarəsi, keyfiyyət nəzarət, mühasibat, insan resursları, marketinq, reklam və paylama) elektron ticarətin istifadəsi ilə əlçatan olur. Bu, əsasən xidmət təminatçıları olan şirkətlərə xidmətlərini beynəlxalq bazarda potensial müştərilərə reklam etməyə və təklif etməyə imkan verir.

Beynəlxalq elektron ticarətin inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün potensial faydaları həm idxalın dəyərini azaltmaq, həm də ixracdan əldə olunan qiyməti artırmaqdır. Bir ölkə xidmətlər ixrac etməsə də, mallarla ödəməklə xidmətlərin idxalından faydalana bilər [7].

Yalnız informasiya və kommunikasiya texnologiyaları istehsal edən sahələrdə deyil, həm də olmayan sahələrdə məhsuldarlığı artırmaq mümkündür. İnternetdən istifadə bir iş başlamaq və idarə etmək xərclərini xeyli asanlaşdırır, sürətləndirir və azalda bilər. Məlumat, beynəlxalq sərəhədlər daxilində toplandıqda, bahalı bir işə çevrilir. Əslində, bu xərclər o qədər böyük ola bilər ki, əhəmiyyətli bir ticarət manesini təmsil edir. Uyğun bir təchizatçı tapmaq, məhsulun keyfiyyətini və ehtiyaclarını müəyyənləşdirmək, qiyməti əlaqələndirmək, malların tədarükünü və satışını təşkil etmək də olduqca bahalıdır. Bu əməliyyatlar bir-birindən alıcı və satıcıların fiziki iştirakı olmadan elektron ticarət yolu ilə həyata keçirilə bilər [5].

Texnologiya inkişaf etdikcə e-ticarət biznes üçün normaya çevrilir və qlobal rəqəmsal iqtisadiyyat üçün maraqlı imkanlar yaradır. Bu o deməkdir ki, informasiya-kommunikasiya texnologiyaları (İKT) və kompüter dünyası daha da inkişaf etdikcə, onlayn iş əməliyyatları daha sürətli bir sürətlə həyata keçiriləcək və elektron ticarətin inkişafına kömək edəcək və bu da iqtisadiyyatın digər sektorları ilə müqayisədə daha güclü və daha sürətli böyüyən rəqəmsal iqtisadiyyat yaradacaqdır. Onlayn müştəri itkisi yavaşlaya bilər, lakin cəmiyyət kompüterlər, smartfonlar və sosial media da daxil olmaqla texnologiyaya daha çox güvəndikcə bunun baş vermə ehtimalı azalır və bu sahələrdə daha da genişlənmə potensialı artır. Bu, e-ticarət və rəqəmsal iqtisadiyyatın zamanla dünya ticarətinin, biznesinin və marketinqinin əksər sahələrinin gələcəyi və bir çox texnoloji sahələrdə irəliləyiş olacağını göstərir. İT artıq dünya biznesində və ticarətində böyük ölçüdə üstünlük təşkil edir [4].

#### **Nəticə.**

Müəssisələr, istehlakçılar və inkişaf etməkdə olan ölkələr, internetin qlobal iqtisadiyyatda iştirak etmək baxımından hər kəsə tez bir zamanda açdığı yeni imkanlardan faydalana bilərlər. İnternetin və ən son iş təcrübələrinin tətbiqi inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün çox vacibdir. İKT-lər müasir dövrdə və müasir

İqtisadiyyatda əhəmiyyətli bir istehsal komponentinə çevrildi və texniki yenilik və inkişaf davamlı iqtisadi böyüməyə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərəcəkdir. İnkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlar məşğulluq, İKT inkişafı, xidmət sektorları və beynəlxalq ticarətin həcmi baxımından İnternet xidmətləri və elektron ticarətin böyüməsindən əhəmiyyətli dərəcədə faydalana bilər. Resursları məhdud olan kiçik inkişaf etməkdə olan hökumətlər, e-ticarətin səmərəliliyi və istehsalı baxımından faydalarını tanımalıdırlar.

Elektron ticarətin maliyyə faydaları inkişaf etməkdə olan ölkələrin qlobal iqtisadiyyatda rəqabət aparmasına kömək etmək üçün çox vacib olacaqdır. Nəticə olaraq, hökumətlər rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafını fəal şəkildə dəstəkləməlidirlər; bu kritik anda bu unikal şansıdan yararlanma bilməmək iqtisadi böyüməyə və məhsuldarlığa zərər verə bilər.

Elektron ticarət rəqəmsal iqtisadiyyatla sıx bağlıdır və onlayn biznesin inkişaf taktikası qaçılmaz olaraq rəqəmsal iqtisadiyyatın böyüməsinə kömək edir. Rəqəmsal iqtisadiyyatın iqtisadiyyatın ən inkişaf etmiş sektoru olduğunu izah edən əhəmiyyətli bir nailiyyətdir. Bu sənayeləri təsir edən bütün elementlər təbiətdə rəqəmsal və texnoloji olduğundan, böyük gəlir və maliyyə genişlənməsi ilə nəticələnən heç bir texniki xidmət və maliyyə sərmayəsi tələb etmir. Rəqəmsal iqtisadiyyat və onun onlayn dünyada perspektivli gələcəyi üçün möhkəm təməl bazarın davamlı böyüməsini təmin edən və bu böyüməyə və inkişafa daha da töhfə verən E-ticarət və onlayn bankçılıq üsulları ilə qoyulmuşdur.

#### Ədəbiyyat

1. Brynjolfsson, E. and M.D. Smith. Frictionless commerce? A comparison of Internet and conventional retailers in Brynjolfsson and Kahin (Eds), *Understanding the Digital Economy*. 1999
2. Evans, Richard (2002). "E-commerce, Competitiveness and Local and Regional Governance in Greater Manchester and Mersey side: A Preliminary Assessment". *Urban Studies*. 39 (5/6): 947–975.
3. Gazieva, L.. (2021). The Impact Of E-Commerce On The Digital Economy. 121-126. 10.15405/epsbs.2021.03.16.
4. Mentsiev, A. U., Engel, M. V., Tsamaev, A. M., Abubakarov, M. V., & Yus-haeva, R. S.-E. (2020). The Concept of Digitalization and Its Impact on the Modern Economy. *Proceedings of the International Scientific Conference Far East Con (ISCFEC 2020)*, 128, 2960-2965.
5. Nuray Terzi'a. The impact of e-commerce on International Trade and Employment. © 2011 Published by Elsevier Ltd. Selection and/or peer-review under responsibility 7th International Strategic Management Conference Social and Behavioral Sciences 24 (2011)745–753

6. Sagituly, Gaziz & Oteshova, Almagul & Prodanova, Natalia & Savina, Natalia & Bokov, Dmitry. (2020). Digital economy and its role in the process of economic development. *Journal of Security and Sustainability Issues*. 9. 10.9770/jssi.2020.9.4(9).
7. Panagariya, A. *E-Commerce, WTO, and Developing Countries. Policy issues in international trade and commodities study. Series No.2 UN, New York and Geneva.* 2000.

**KARAM HUMBATZADA**

## **THE ROLE AND IMPACT OF E-COMMERCE IN THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY**

### **Summary**

The digital economy can be defined as the internet economy, also referred to as the web economy, the internet economy and the online economy. This is the process of developing an economy through the utilisation of electronic networks. This is the economy of the "internet world," and its fundamental structure is analogous to that of the global economy. However, the processes and strategies involved are wholly distinct.

In the evolution of e-commerce, a new phase of universal accessibility was initiated. The advent of the Internet and the subsequent evolution of communication technologies have precipitated this stage. Commercial activity was relocated to the internet, disseminated globally and made continuously accessible. New online business platforms have become a foundation for numerous large and small companies. The advent of information technology marked the beginning of the global availability of digital resources for business. The development of e-commerce, or, as it is most commonly referred to, e-commerce, is inextricably linked to the pivotal role of intellectual property. A substantial proportion of commercial activity on the Internet and other electronic communication networks is concerned with the sale or licensing of information, cultural products and technologies that are protected by intellectual property rights. The digital economy encompasses all variables and participants involved in the generation of digital value. This includes multimedia agencies, e-commerce, interactive online marketing and mobile solutions suppliers, game developers, social network providers, and so forth. It is influenced by a range of factors, many of which are directly pertinent to its development. This article will examine the principal aspects of e-commerce that shape the growth of the digital economy.

**Keywords:** internet, e-commerce, digital economy, information technology, social networks.

**KARAM GUMBATZADE**

## **РОЛЬ И ВЛИЯНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ НА РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

### **Резюме**

Цифровая экономика-это интернет-экономика, также называемая веб-экономикой, интернет-экономикой и онлайн-экономикой. Это процесс построения экономики с помощью электронных сетей. Это экономика "мира интернета", и ее основная структура похожа на нашу глобальную экономику, но процессы и стратегии, которые в ней участвуют, совершенно разные.

Электронной коммерции вступил в фазу универсальной доступности. Причиной этого этапа стали интернет и средства связи. Коммерческая деятельность перешла в Интернет, распространилась по всему миру и стала доступной без остановки. Новые онлайн-бизнес-платформы стали основой для многих крупных и малых компаний. Развитие и распространение информационных технологий стало началом глобального присутствия цифровых ресурсов для ведения бизнеса. Развитие электронной коммерции, или, как мы чаще всего говорим, электронной коммерции, тесно связано с фундаментальной важностью интеллектуальной собственности. Значительная часть коммерческой деятельности в интернете и других сетях электронной связи связана с продажей или лицензированием информации, культурных продуктов и технологий, защищенных интеллектуальной собственностью. Цифровая экономика включает в себя все переменные и участников "процессов создания цифровой ценности". Это могут быть мультимедийные агентства, поставщики электронной коммерции, интерактивного онлайн-маркетинга и мобильных решений, разработчики игр, поставщики социальных сетей и т. д. В статье рассматриваются основные аспекты электронной коммерции, влияющие на развитие цифровой экономики.

**Ключевые слова:** интернет, электронная коммерция, Цифровая экономика, информационные технологии, социальные сети.

**Redaksiyaya daxil olma tarixi: 28.05.2024**  
**Çapa qəbul olunma tarixi: 23.08.2024**  
**Rəyçi: iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent**  
**İnara Rzayeva R.**  
**tərəfindən çapa tövsiyə olunmuşdur**