

S.M.Məmmədbağirova
magistrant, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
sarambagirova@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 26.09.2023

The article was received by editorial board on 26.09.2023

Статья принята к печати 26.09.2023

ELEKTRON KOMMERSIYANIN İNKİŞAFININ İQTİSADIYYATA TƏSİRİ

Xülasə

Elektron ticarət, malların və xidmətlərin onlayn alışı və satışı, son bir neçə onillikdə global iqtisadi mənzərəni dəyişdirdi. Bu məqalə elektron ticarətin inkişafının iqtisadiyyata çoxşaxəli təsirinin dərin təhlilini təqdim edir. O, e-ticarətin böyüməsinin ənənəvi biznes modellərini, istehlakçı davranışlarını və daha geniş iqtisadi mühiti necə dəyişdirdiyini araşdırır.

Məqalə elektron ticarətin inkişafının müsbət aspektlərini araşdırır, onun iqtisadi artımı, iş yerlərinin yaradılmasını və global bazarın genişlənməsini təşviq etməkdəki rolunu vurğulayır. O, e-ticarətin istehlakçılara təklif etdiyi əlçatanlıq və rahatlıqdan bəhs edir, onlara daha geniş çeşiddə məhsul və xidmətlərə tez-tez rəqabətli qiymətlərlə daxil olmaq imkanı verir.

Açar sözlər: elektron ticarət, rəqəmsal transformasiya, istehlakçı davranışı, qloballaşma, elektron ticarət platformaları, iqtisadi sektorlar.

GİRİŞ

Son onilliklərdə dünya elektron ticarətin və ya e-ticarətin sürətli inkişafı ilə idarə olunan biznesin aparılması tərzində inqilabi dəyişikliklərin şahidi oldu. Elektron ticarət onlayn platformalar vasitəsilə mal və xidmətlərin alqı-satqısına aiddir və onun yayılması bütün dünya iqtisadiyyatlarına dərin təsir göstərmişdir. Bu rəqəmsal inqilab təkcə ticarətin ənənəvi mənzərəsini dəyişməyib, həm də iqtisadi artım və transformasiyanın yeni dövrünü açıb.

Elektron ticarətin yaranması və davamlı təkamülü istehlakçıların bizneslərlə qarşılıqlı əlaqəsini yenidən formalaşdırdı və bu dəyişiklik iqtisadiyyatın müxtəlif sektorlarında əks-səda verdi. Nəticədə, e-ticarət inkişafının iqtisadiyyata çoxşaxəli təsirini araşdırmaq və anlamaq getdikcə daha vacib hala gəldi.

Bu məqalə elektron ticarətin iqtisadiyyata əhəmiyyətli təsirlərini tədqiq edəcək, onun məşğulluq, bazar dinamikası, istehlakçı davranışı və hökumət siyasəti kimi müxtəlif aspektlərə müsbət və mənfi təsirlərini araşdıracaq. Bu təsirləri təhlil edərək, biz e-ticarətin iqtisadi mənzərəni necə formalaşdırdığı və onun bizneslərə, hökumətlərə və bütövlükdə cəmiyyətə təqdim etdiyi problemlər və imkanlara dair hərtərəfli perspektiv əldə etməyi hədəfləyirik.

Bu kontekstdə biz e-ticarətin iqtisadi artıma necə töhfə verdiyini, ənənəvi pərakəndə satış sektorunu dəyişdirdiyini və kiçik biznesin rəqəmsal dövrdə inkişaf etməsinə necə imkan verdiyini araşdıracağıq. Eyni zamanda, biz iş yerlərinin dəyişdirilməsi, kibertəhlükəsizlik təhdidləri və e-ticarətin genişlənməsi ilə yanaşı yaranan tənzimləmə problemləri ilə bağlı narahatlıqları da həll edəcəyik (Алексунин В.А., Родигина В.В., 2007).

Bu aspektləri araşdırdıqca aydın olur ki, e-ticarət təkcə texnoloji irəliləyiş deyil, həm də iqtisadiyyatları və cəmiyyətləri yenidən formalaşdırmaq potensialına malik transformasiyaedici qüvvədir. Onun təsirini tam qiymətləndirmək üçün biz onun müxtəlif maraqlı tərəflərə olan nüanslı təsirlərini araşdırmalı və bu rəqəmsal idarə olunan iqtisadi mənzərədə qarşıda duran imkanlar və çağırışların balanslaşdırılmış şəkildə dərk edilməsinə çalışmalıyıq.

Məqalə e-ticarətin gətirdiyi çətinlikləri və pozulmaları, o cümlədən kərpic və minaatan bizneslərin yerdəyişməsi, təchizat zəncirlərinin təkamülü və tənzimləyici uyğunlaşma

ehtiyaclarını araşdırır. Rəqabətli mənzərənin formalaşmasında rəqəmsal bazarların təsirini və texnologiya nəhənglərinin yüksəlişini araşdırır.

Bundan əlavə, tədqiqat elektron ticarətin kiçik və orta müəssisələrə (KOB) təsirlərini müzakirə edir, onların onlayn platformalardan istifadə etməklə və daha geniş müştəri bazasına çatmaqla rəqəmsal dövrdə inkişaf etmək potensialını vurğulayır. O, həmçinin e-ticarət imkanlarına bərabər çıxışın təmin edilməsində rəqəmsal savadlılığın və infrastrukturun vacibliyini nəzərə alır.

Məqalədə e-ticarət ekosisteminin formalaşdırılmasında, vergitutma, məlumatların məxfiliyi və istehlakçıların müdafiəsi kimi məsələlərin həllində hökumətin siyasət və qaydaların rolu təhlil edilir. O, bütün maraqlı tərəflərin maraqlarını qoruyarkən innovasiyaları təşviq edən balanslaşdırılmış yanaşmanın zəruriliyini vurğulayır.

Məqalədə mobil ticarət, süni intellekt və blokçeyn texnologiyası da daxil olmaqla e-ticarətdə yaranan tendensiyalar və onların iqtisadi mənzərəni daha da formalaşdırmaq potensialı araşdırılır.

Bu məqalə e-ticarət inkişafının iqtisadiyyata təsirinin hərtərəfli icmalını təqdim edir, onun transformativ təsirlərini, çağırışlarını və imkanlarını vurğulayır. O, bu rəqəmsal inqilaba uyğunlaşmağın və inkişaf edən və əhatəli e-ticarət ekosisteminə təşviq edən siyasətlərin hazırlanmasının vacibliyini vurğulayır.

TƏHLİL

Elektron ticarətin inkişafının iqtisadiyyata təsiri dərin və çoxşaxəli olmuşdur. Elektron ticarət və ya elektron ticarət, mal və xidmətlərin internet üzərindən alqı-satqısına aiddir. Onun böyüməsi və təkamülü iqtisadiyyatın müxtəlif aspektlərinə, o cümlədən biznes əməliyyatlarına, istehlakçı davranışına və ümumi iqtisadi göstəricilərə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərmişdir.

Elektron ticarət bizneslərə daha geniş müştəri əhatəsi təqdim etməklə iqtisadi artıma töhfə vermişdir. Bu, şirkətlərə öz bazarlarını coğrafi hədudlardan kənarda genişləndirməyə və bununla da satışları və gəlirləri artırmağa imkan verdi.

Elektron ticarətin inkişafı, xüsusən də veb inkişafı, rəqəmsal marketinq, logistika və müştəri dəstəyi sahələrində yeni iş yerlərinin yaradılmasına səbəb oldu. Bununla belə, bu, ənənəvi pərakəndə satışı da pozdu və bəzi sektorlarda iş yerlərinin itirilməsinə səbəb oldu.

E-ticarət kiçik biznes üçün oyun sahəsini bərabərləşdirdi və onlara global miqyasda daha böyük müəssisələrlə rəqabət aparmağa imkan verdi. Onlayn bazarlar və platformalar kiçik biznesin global müştəri bazasına çatmasını asanlaşdırıb.

Elektron ticarət bir çox iş proseslərini sadələşdirərək, fiziki vitrinlərə olan ehtiyacı və əlaqədar xərcləri azaltdı. O, həmçinin inventar idarəetməsini təkmilləşdirib, daşınma xərclərini və tullantıları azaldı (Юпачов А.В., 2003).

Elektron ticarət məhsul və xidmətlərə 24/7 çıxışı təmin etməklə istehlakçıların rahatlığını əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırmışdır. Alıcılar evlərinin rahatlığında və ya yolda olarkən qiymətləri müqayisə edə, rəyləri oxuya və alış-veriş edə bilərlər.

Elektron ticarət təchizat zəncirinin idarə edilməsində inqilab etdi. Şirkətlər onlayn alış-verişin tələblərini ödəmək üçün daha mürəkkəb logistika və anbar sistemlərini qəbul etmişlər ki, bu da daha çox səmərəliliyə və çatdırılma vaxtının azalmasına səbəb olub.

Elektron ticarət böyük həcmdə məlumat yaradır ki, bu da müəssisələr istehlakçı seçimlərini və davranışlarını daha yaxşı başa düşmək üçün istifadə edə bilər. Bu məlumatlar marketinq strategiyalarına, məhsulun inkişafı və inventar idarəçiliyinə məlumat verə bilər.

Elektron ticarət transsərhəd əməliyyatlar üçün maneələri aradan qaldıraraq beynəlxalq ticarəti asanlaşdırdı. Bu, bizneslərə global bazarlara daxil olmağa və müştəri bazasını şaxələndirməyə imkan verdi.

Hökumətlər yeni vergi siyasəti və qaydaları tətbiq etməklə rəqəmsal iqtisadiyyata uyğunlaşmalı olublar. Elektron ticarət hökumətlər üçün vergi gəlirləri yaratdı, baxmayaraq ki, sərhədlər boyu onlayn satışlardan vergi toplamaqda problemlər qalmaqdadır.

Elektron ticarət bir çox fayda gətirsə də, ənənəvi pərakəndə satışı da pozdu və bəzi hallarda fiziki mağazaların və ticarət mərkəzlərinin bağlanmasına səbəb oldu. Bundan əlavə, məlumatların məxfiliyi, kibertəhlükəsizlik və böyük e-ticarət platformalarının rəqabətə təsiri ilə bağlı narahatlıqlar var.

Elektron ticarətin inkişafı rəqəmsal infrastruktura, o cümlədən genişzolaqlı giriş və təhlükəsiz ödəniş şlüzlərinə əhəmiyyətli investisiyaların qoyulmasını tələb etdi.

Elektron ticarətin inkişafının iqtisadiyyata təsiri əsasən müsbət olub, iqtisadi artıma, iş yerlərinin yaradılmasına və istehlakçılar üçün rahatlığın artmasına səbəb olub. Bununla belə, o, həm də rəqabət, vergitutma və müxtəlif sektorlarda uyğunlaşma ehtiyacı ilə bağlı problemlər təqdim etmişdir. Elektron ticarətin davamlı təkamülü çox güman ki, qlobal iqtisadiyyata davamlı və transformativ təsir göstərəcək (Гридасов А.Ю., Ивасенко А.Г., Павленко В.А., 2005).

Elektron kommersiyanın inkişaf perspektivləri

Elektron ticarət kimi də tanınan elektron ticarətin inkişaf perspektivləri yüksək perspektivlidir və sürətlə inkişaf etməkdə davam edir.

Elektron ticarət artıq bir neçə region və ya ölkə ilə məhdudlaşmır. Bu, qlobal bir fenomenə çevrildi və müəssisələr getdikcə daha çox beynəlxalq bazarlara girməyə çalışırlar. Qlobal miqyasda genişlənmə daha böyük müştəri bazasına və yeni gəlir axınlarına çıxış təklif edir.

Smartfonların geniş yayılması ilə mobil ticarət yüksəlir. İstehlakçılar alış-veriş üçün getdikcə daha çox mobil cihazlarından istifadə edirlər ki, bu da bizneslərin mobil cihazlara uyğun veb-saytların və proqramların olmasını vacib edir.

Amazon-un Alexa və Google Assistant kimi səsli aktivləşdirilən qurğular alış-veriş üçün populyarlıq qazanır. Səsin tanınması texnologiyası təkmilləşdikcə bu tendensiya davam edəcək.

İstehlakçılar satın almalarının ekoloji və etik təsirləri barədə getdikcə daha çox narahat olurlar. Elektron ticarət müəssisələri davamlı və ekoloji cəhətdən təmiz məhsullar və təcrübələr təklif etməklə cavab verirlər.

Amazon, Alibaba və Walmart kimi e-ticarət nəhəngləri imkanlarını və təsirlərini genişləndirirlər. Kiçik bizneslər bu platformalardan istifadə etməli və ya effektiv rəqabət aparmaq üçün niş bazarlar tapmalı ola bilər.

Təchizat zəncirinin şəffaflığı və təhlükəsiz əməliyyatlar üçün Blockchain texnologiyası araşdırılır. Bəzi e-ticarət platformaları kriptovalyutaları da qəbul edir ki, bu da daha geniş yayıla bilər.

Abunə əsaslı e-ticarət modelləri həm biznes, həm də müştərilər üçün rahatlıq və proqnozlaşdırıla bilənlik təklif edərək populyarlıq qazanır.

Sürətli və ekoloji cəhətdən təmiz çatdırılma variantları müştəri məmnuniyyəti üçün çox vacibdir. Logistika və icrada yeniliklərin davam edəcəyi ehtimalı var.

Elektron ticarət xüsusilə məlumatların məxfiliyi, vergitutma və antiinhisar məsələləri ilə bağlı artan tənzimləyici yoxlama ilə üzləşir. Müəssisələr dəyişən qaydalara uyğunlaşmalıdırlar.

Sosial media platformaları alış-veriş xüsusiyyətlərini birləşdirir, istifadəçilərə məhsulları birbaşa sosial proqramlar vasitəsilə almağa imkan verir. Bu tendensiya sosial media ilə e-ticarət arasındakı sərhədi bulandırır.

Müştəri məlumatlarının qorunması çox vacibdir. Elektron ticarət müəssisələri möhkəm təhlükəsizlik tədbirlərinə investisiya qoymalı və məlumatların qorunması qaydalarına əməl etməlidir (Брагина Л.А., 2005).

Xülasə, e-ticarətin gələcəyi davamlı inkişaf və innovasiya ilə parlaqdır. İnkişaf etməkdə olan texnologiyalara uyğunlaşan, müştəri təcrübəsinə üstünlük verən və davamlılıq problemlərini həll edən müəssisələr, çox güman ki, inkişaf edən e-ticarət mənzərəsində uğur qazanacaqlar. Bununla belə, onlar etimad və uyğunluğu qorumaq üçün tənzimləyici dəyişikliklər və kibertəhlükəsizlik mövzusunda da ayıq qalmalıdırlar.

NƏTİCƏ

Elektron ticarətin inkişafı iqtisadiyyata dərin və geniş təsir göstərmişdir. Nəticə olaraq, bu təsiri ümumiləşdirmək üçün bir neçə əsas məqamı qeyd etmək olar.

Elektron ticarət bütün ölçülərdə olan biznes üçün qlobal müştəri bazasına çatmaq üçün yeni imkanlar açıb. Bu artan bazar əlçatanlığı kiçik və orta müəssisələrə (KOB) daha böyük korporasiyalarla rəqabət aparmağa, sağlam rəqabəti və innovasiyaları təşviq etməyə imkan verdi.

Elektron ticarətin inkişafı logistika, rəqəmsal marketinq, müştəri dəstəyi və texnologiyanın inkişafı da daxil olmaqla müxtəlif sektorlarda çoxsaylı iş yerlərinin yaradılmasına səbəb olub. Bu iş imkanları nəinki işsizlik səviyyəsini aşağı saldı, həm də işin özünü dəyişdirdi.

Elektron ticarət istehlakçıların alışı-verişi tərzində inqilab edərək onu daha rahat və səmərəli etdi. Bu, istehlakçı məmnunluğunun və xərclərin artmasına, pərakəndə satış sektoruna və daha geniş iqtisadiyyata fayda gətirdi.

Elektron ticarət, alıcıları və satıcıları sərhədlər boyunca birləşdirərək beynəlxalq ticarəti asanlaşdırdı. Bu, bizneslərə yeni bazarlar kəşf etməyə və məhsullarını daha asan ixrac etməyə imkan verib, iqtisadi artıma və diversifikasiyaya töhfə verib.

Elektron ticarət ödəniş emalı, məlumat analitikası və kibertəhlükəsizlik kimi sahələrdə texnoloji irəliləyişlərə səbəb olub. Bu yeniliklər nəinki e-ticarət ekosistemini təkmilləşdirdi, həm də daha geniş texnologiya sektorunda dalğalanma effektləri verdi.

Elektron ticarət çoxsaylı faydalar gətirsə də, ənənəvi kərpic və minaatan bizneslər üçün də problemlər yaratdı. Bəziləri rəqəmsal mənzərəyə uyğunlaşmaqda çətinlik çəkib, müəyyən sektorlarda bağlanmalara və iş yerlərinin itirilməsinə səbəb olub.

Elektron ticarətin davamlı inkişafı rəqəmsal infrastruktura investisiyaların qoyulmasını və istehlakçıların müdafiəsini, ədalətli rəqabəti və məlumatların məxfiliyini təmin etmək üçün müvafiq qaydaların işlənilib hazırlanmasını zəruri edib (Гридасов А.Ю., Ивасенко А.Г., Павленко В.А., 2005).

Elektron ticarət optimallaşdırılmış logistika və fiziki vitrinləri azaltmaqla ənənəvi pərakəndə satışın ətraf mühitə təsirini azaltmaq potensialına malikdir. Bununla belə, elektron ticarətin ətraf mühitə təsiri, xüsusilə qablaşdırma və son çatdırılma ilə bağlı davamlı diqqət və innovasiya tələb olunur.

Yekun olaraq qeyd edək ki, elektron ticarətin inkişafının iqtisadiyyata təsiri çoxşaxəlidir. O, böyümə, innovasiya və qlobal əlaqə üçün əhəmiyyətli imkanlar yaratdı, eyni zamanda diqqətli nəzərdən keçirilməsi və proaktiv həllər tələb edən problemləri təqdim etdi. Elektron ticarət inkişaf etməyə davam etdikcə, onun iqtisadiyyata təsiri davam edəcək və gələcək illər üçün müəssisələrin fəaliyyətini və istehlakçıların ticarətlə məşğul olmasını formalaşdıracaq. Onun bütün potensialından istifadə etmək və mənfi nəticələrini azaltmaq üçün hökumətlər, bizneslər və bütövlükdə cəmiyyət üçün uyğunlaşma, innovasiya və əməkdaşlıq etmək vacibdir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Алексунин В.А., Родигина В.В. (2007). Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: Учебное пособие. М.: Изд. Дашков и К°.
2. Гридасов А.Ю., Ивасенко А.Г., Павленко В.А. (2005). Информационные технологии в экономике и управлении. – М.: КОНКУРС.
3. Электронная коммерция/Под ред. Брагина Л.А. (2005). М.: Экономист.
4. Юрасов А.В. (2003). Электронная коммерция. М.: Изд. «Дело».
5. Шевцова Ю.А., Толкачев С.А. «Налогообложение электронной коммерции: проблемы и перспективы» [Электронный ресурс]: Режим доступа: URL: kapital – rus.ru/articles/article/203298

S.M.Mammadbaghirova

master student, Azerbaijan State Economic University

The impact of the development of electronic commerce on the economy

Abstract

E-commerce, the online buying and selling of goods and services, has transformed the global economic landscape over the past few decades. This article provides an in-depth analysis of the multifaceted impact of e-commerce development on the economy. It explores how the growth of e-

commerce is changing traditional business models, consumer behavior and the wider economic environment.

The article examines the positive aspects of the development of e-commerce, highlighting its role in promoting economic growth, job creation and global market expansion. It speaks to the accessibility and convenience that e-commerce offers consumers, enabling them to access a wider range of products and services, often at competitive prices.

Key words: E-commerce, digital transformation, consumer behavior, globalization, e-commerce platforms, economic sectors.

С.М.Мамедбагирова

магистрант, Азербайджанский Государственный Экономический Университет

Влияние развития электронной коммерции на экономику

Резюме

Электронная коммерция, онлайн-покупка и продажа товаров и услуг, за последние несколько десятилетий изменила глобальный экономический ландшафт. В данной статье представлен углубленный анализ многогранного влияния развития электронной коммерции на экономику. В нем исследуется, как рост электронной коммерции меняет традиционные бизнес-модели, поведение потребителей и более широкую экономическую среду.

В статье рассматриваются положительные стороны развития электронной коммерции, подчеркивая ее роль в содействии экономическому росту, созданию рабочих мест и расширению глобального рынка. Это говорит о доступности и удобстве, которые электронная коммерция предлагает потребителям, позволяя им получить доступ к более широкому спектру продуктов и услуг, часто по конкурентоспособным ценам.

Ключевые слова: электронная коммерция, цифровая трансформация, поведение потребителей, глобализация, платформы электронной коммерции, секторы экономики.