

Nihad Murad oğlu ƏSGƏROV
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin magistrantı
E-mail: nihad200230@gmail.com

Gülzarə İlham qızı İSMAYILOVA
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin muellimi
E-mail: gulnara.aliyeva@unec.edu.az

E-TİCARƏTİN İNKİŞAF MEYİLLƏRİ VƏ ONLARIN MÜASİR TİCARƏT MÜƏSSİSƏLƏRİNİN FƏALİYYƏTİNƏ TƏSİR MEXANİZMLƏRİ

Xülasə

Bu tədqiqat işində e-ticarətin inkişaf meyilləri və onların müasir ticarət müəssisələrinin fəaliyyətinə təsir mexanizmləri kompleks şəkildə təhlil edilmişdir. Araşdırmada qlobal rəqəmsallaşma proseslərinin sürətlənməsi fonunda e-ticarətin genişlənməsi, onlayn platformaların bazar strukturuna təsiri və istehlakçı davranışında baş verən dəyişikliklər əsas istiqamətlər üzrə qiymətləndirilmişdir. Müəyyən edilmişdir ki, e-ticarət yalnız satış kanallarının rəqəmsallaşması ilə məhdudlaşmır, eyni zamanda müəssisələrin idarəetmə sistemlərinin, logistika proseslərinin və marketinq strategiyalarının transformasiyasına səbəb olur. Tədqiqat nəticələri göstərir ki, müasir ticarət müəssisələri üçün e-ticarətin tətbiqi rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında mühüm rol oynayır. Xüsusilə məlumatların analitik təhlili, fərdiləşdirilmiş marketinq yanaşmaları və müştəri yönümlü xidmət modelləri biznes fəaliyyətinin effektivliyini yüksəldir. Bununla yanaşı, e-ticarətin inkişafı müəssisələr qarşısında yeni çağırışlar da yaradır ki, bunlara kibertəhlükəsizlik riskləri, rəqəmsal infrastrukturun təkmilləşdirilməsi və kadr potensialının inkişafı daxildir. E-ticarət müasir kommersiya mühitində əsas inkişaf istiqamətlərindən biri kimi çıxış edir və müəssisələrin davamlı inkişafı üçün strateji əhəmiyyət daşıyır.

Açar sözlər: e-ticarət, rəqəmsallaşma, marketinq, logistika, rəqabət qabiliyyəti.

UOT: 339.166:004.738.5

JEL: L81, M31, O33, L86

DOI: <https://doi.org/10.54414/GMXJ7833>

Giriş

Müasir dövrdə qlobal iqtisadiyyatın inkişaf istiqamətləri rəqəmsal texnologiyaların sürətli yayılması ilə sıx bağlıdır və bu proses ticarət sahəsində köklü dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Xüsusilə internetin genişlənməsi, mobil texnologiyaların inkişafı və informasiya-kommunikasiya sistemlərinin təkmilləşməsi nəticəsində e-ticarət qısa müddət ərzində ənənəvi ticarət modellərinə alternativ deyil, onları tamamlayan və transformasiya edən əsas mexanizmlərdən birinə çevrilmişdir. Bu baxımdan e-ticarətin inkişaf meyillərinin öyrənilməsi və onun müasir ticarət müəssisələrinə təsirinin araşdırılması aktual elmi və praktiki əhəmiyyət kəsb edir. Eyni zamanda, bu proses qlobal rəqabət mühitində ölkələrin

iqtisadi dayanıqlığının artırılması və biznes strukturlarının beynəlxalq bazarlara inteqrasiyası baxımından da strateji önəm daşıyır.

Son illərdə müşahidə olunan tendensiyalar göstərir ki, istehlakçıların alış davranışı əhəmiyyətli dərəcədə dəyişmiş, onlayn platformalara üstünlük verilməsi geniş vüsət almışdır. İstehlakçılar üçün vaxta qənaət, məhsul çeşidinin genişliyi, qiymətlərin müqayisə imkanları və xidmətlərin əlçatanlığı e-ticarətin əsas üstünlükləri kimi çıxış edir. Eyni zamanda rəqəmsal ödəniş sistemlərinin inkişafı, çatdırılma xidmətlərinin optimallaşması və süni intellekt əsaslı tövsiyə sistemləri alış prosesini daha sürətli və fərdiləşdirilmiş etmişdir. Bu dəyişikliklər isə öz növbəsində

ticarət müəssisələrini fəaliyyət strategiyalarını yenidən qurmağa, rəqəmsal kanallara inteqrasiya olunmağa və innovativ idarəetmə üsullarını tətbiq etməyə məcbur edir. Nəticədə bazar strukturu daha çevik xarakter alır, istehlakçı ilə müəssisə arasındakı qarşılıqlı əlaqə isə daha operativ və məlumat əsaslı olur.

E-ticarətin inkişafı yalnız satış proseslərinin elektron mühitə keçirilməsi ilə məhdudlaşmır, həm də logistika, təchizat zənciri, marketinq və müştəri münasibətlərinin idarə olunması kimi sahələrdə yeni yanaşmaların formalaşmasına gətirib çıxarır. Müasir ticarət müəssisələri üçün böyük verilənlərin (big data) analizi, rəqəmsal marketinq alətləri, sosial media platformaları və avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemləri mühüm rol oynayır. Bu texnologiyalar müəssisələrə istehlakçı davranışını daha dəqiq analiz etmək, bazar tələbatını proqnozlaşdırmaq və fərdiləşdirilmiş təkliflər hazırlamaq imkanı verir. Nəticədə müəssisələrin daha çevik, səmərəli və müştəri yönümlü fəaliyyət göstərməsi təmin olunur, rəqabət qabiliyyəti isə əhəmiyyətli dərəcədə artır. Bununla yanaşı, rəqəmsal transformasiya biznes proseslərinin şəffaflığını artırır və qərarvermə mexanizmlərini daha elmi əsaslara söykənmiş hala gətirir.

Bununla yanaşı, e-ticarətin genişlənməsi bir sıra problemləri də gündəmə gətirir. Kibertəhlükəsizlik məsələləri, fərdi məlumatların qorunması, rəqəmsal infrastrukturun bəzi regionlarda yetərsizliyi və yüksək rəqabət mühiti müəssisələrin qarşılaşdığı əsas çağırışlar sırasındadır. Eyni zamanda loqistika xərclərinin artması, geri qaytarma proseslərinin idarə olunması və rəqəmsal platformalardan asılılığın yüksəlməsi də biznes strukturlar üçün əlavə risklər yaradır. Bu səbəbdən müəssisələr həm texnoloji, həm də təşkilati səviyyədə davamlı yenilənmə aparmalı, risklərin idarə olunması mexanizmlərini gücləndirməli və rəqəmsal təhlükəsizlik standartlarına ciddi əməl etməlidirlər.

Ümumilikdə, e-ticarət müasir iqtisadi sistemdə yalnız texnoloji yenilik deyil, həm də biznes modellərinin transformasiyasını şərtləndirən əsas amillərdən biridir. Onun inkişafı ticarət müəssisələrinin idarəetmə strukturunu dəyişdirməklə yanaşı, istehlak bazarının da daha dinamik və rəqabətli olmasına şərait

yaradır. Buna görə də e-ticarətin inkişaf istiqamətlərinin davamlı şəkildə tədqiqi və yeni tendensiyaların izlənməsi həm elmi araşdırmalar, həm də praktiki biznes fəaliyyəti üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir və müasir iqtisadiyyatın rəqəmsal transformasiya prosesinin daha səmərəli həyata keçirilməsinə töhfə verir.

E-ticarətin inkişaf meyillərinin formalaşmasına təsir edən əsas amillər. Müasir iqtisadi sistemdə e-ticarətin sürətli inkişafı təsadüfi xarakter daşmır, əksinə bu proses müxtəlif iqtisadi, texnoloji və sosial amillərin qarşılıqlı təsiri nəticəsində formalaşır. E-ticarətin inkişaf meyillərinin düzgün başa düşülməsi üçün onun formalaşmasına təsir edən əsas faktorların sistemli şəkildə təhlili mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu amillər həm global miqyasda, həm də konkret ölkə və bazar səviyyəsində e-ticarətin inkişaf sürətini və istiqamətini müəyyənləşdirir. Eyni zamanda, bu faktorlar bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə fəaliyyət göstərərək rəqəmsal iqtisadiyyatın strukturunu formalaşdırır və ənənəvi ticarət modellərindən rəqəmsal platformalara keçidi sürətləndirir. Nəticə etibarilə, e-ticarətin inkişafı təkcə texnoloji yeniliklərlə deyil, həm də iqtisadi struktur dəyişiklikləri və sosial davranış modellərinin transformasiyası ilə sıx bağlıdır. Bu proses həm də qlobal inteqrasiyanın dərinləşməsi, istehlak bazarlarının sərhədsizləşməsi və rəqabətin daha dinamik xarakter alması ilə müşayiət olunur ki, bu da ümumi iqtisadi sistemin rəqəmsallaşmasını daha da sürətləndirir.

İlk növbədə, texnoloji inkişaf e-ticarətin genişlənməsinin əsas hərəkətverici qüvvəsi hesab olunur. İnternet infrastrukturunun təkmilləşməsi, genişzolaqlı bağlantının əlçatanlığının artması və mobil texnologiyaların inkişafı e-ticarətin geniş kütlələr üçün əlçatan olmasına şərait yaratmışdır. Xüsusilə smartfonların yayılması istehlakçıların istənilən vaxt və məkanda alış-veriş etməsinə imkan verir ki, bu da onlayn satışların həcmının artmasına səbəb olur. Bununla yanaşı, bulud texnologiyaları, böyük verilənlər (big data) və süni intellekt sistemləri e-ticarət platformalarının funksionallığını artıraraq daha fərdiləşdirilmiş xidmətlərin təqdim olunmasına imkan verir. Bu texnologiyalar müəssisələrə istifadəçi davranışını real vaxt rejimində analiz etmək,



tələb proqnozlaşdırması aparmaq və avtomatlaşdırılmış tövsiyə sistemləri vasitəsilə satış effektivliyini yüksəltmək imkanı yaradır. Eyni zamanda, blokçeyn texnologiyaları və rəqəmsal təhlükəsizlik sistemlərinin inkişafı onlayn əməliyyatların etibarlılığını artıraraq istehlakçı inamını gücləndirir. Nəticədə e-ticarət yalnız satış kanalı deyil, həm də məlumat əsaslı idarəetmə və analitik qərarvermə sisteminə çevrilir [3].

İkinci mühüm amil iqtisadi faktorlarla bağlıdır. Qlobal bazarların liberallaşması, beynəlxalq ticarətin genişlənməsi və rəqabətin artması müəssisələri daha səmərəli və innovativ satış kanallarına yönəlməyə vadar edir. E-ticarət müəssisələrə fiziki məkan məhdudiyyətlərini aradan qaldıraraq daha geniş bazarlara çıxış imkanı verir və bu, xüsusilə kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üçün strateji üstünlük yaradır. Çünki onlar minimal ilkin investisiya ilə həm yerli, həm də beynəlxalq bazarlarda fəaliyyət göstərə bilirlər. Eyni zamanda, xərclərin azaldılması, xüsusilə icarə, anbar, logistika və əməliyyat xərclərinin optimallaşdırılması e-ticarətin iqtisadi cəhətdən daha cəlbedici olmasını təmin edir. Bundan əlavə, rəqəmsal ödəniş sistemlərinin inkişafı, elektron bankçılığın genişlənməsi və maliyyə texnologiyalarının (fintech) sürətli yayılması əməliyyatların daha sürətli, şəffaf və təhlükəsiz aparılmasına şərait yaradır ki, bu da biznes dövriyyəsinin artmasına birbaşa təsir göstərir. Bu iqtisadi dəyişikliklər nəticəsində müəssisələr daha çevik maliyyə idarəetmə sistemlərinə keçid edir və bazar dəyişikliklərinə daha operativ uyğunlaşma imkanı əldə edirlər.

Sosial amillər də e-ticarətin inkişafında mühüm rol oynayır. Müasir istehlakçıların həyat tərzində baş verən dəyişikliklər, xüsusilə vaxtın dəyərinin artması və rahatlıq amilinin ön plana çıxması onlayn alış-verişə olan tələbatı artırır. İnsanlar artıq fiziki mağazalara getmək əvəzinə, mobil tətbiqlər və veb-platformalar vasitəsilə daha sürətli və rahat şəkildə məhsul və xidmətlərə çıxış əldə etməyə üstünlük verirlər. İstehlakçılar daha geniş məhsul çeşidi, qiymət müqayisə imkanları və istifadəçi rəylərinə əsaslanaraq qərar vermə üstünlüyünə malik olurlar. Bu isə bazarda

şəffaflığın artmasına və rəqabətin güclənməsinə səbəb olur [4]. Eyni zamanda sosial şəbəkələrin təsiri də istehlakçı davranışını formalaşdıran əsas amillərdən birinə çevrilmişdir, çünki rəylər, reklamlar və influencer marketinqi alış qərarlarına birbaşa təsir göstərir. Nəticədə e-ticarət mühiti daha dinamik, interaktiv və istehlakçı yönümlü xarakter alır.

Digər mühüm faktor logistika və ödəniş sistemlərinin inkişafıdır. Effektiv çatdırılma sistemləri e-ticarətin uğurlu fəaliyyətinin əsas şərtlərindən biri olmaqla yanaşı, müştəri təcrübəsinin keyfiyyətini birbaşa müəyyən edən amildir. Müasir dövrdə sürətli çatdırılma, real vaxt rejimində sifariş izləmə imkanları və çevik logistika şəbəkələri istehlakçıların gözləntilərinin əsas hissəsinə çevrilmişdir. Kuryer xidmətlərinin inkişafı, anbarların avtomatlaşdırılması və “son mil çatdırılma” (last-mile delivery) sistemlərinin təkmilləşdirilməsi istehlakçı məmnuniyyətini artırır və təkrar alış ehtimalını yüksəldir. Bununla yanaşı, elektron ödəniş sistemlərinin, bank kartlarının, mobil bankçılığın və rəqəmsal pul kisələrinin geniş yayılması alış-veriş prosesini daha təhlükəsiz, sürətli və rahat edir. Bu texnologiyalar həm nağdsız iqtisadiyyatın inkişafına töhfə verir, həm də ticarət əməliyyatlarının şəffaflığını artırır. Nəticə etibarilə, logistika və ödəniş infrastrukturunun inkişafı e-ticarətin dayanıqlı böyüməsini təmin edən əsas dayaqlardan birinə çevrilir.

E-ticarətin inkişafına təsir edən digər mühüm amil dövlət siyasəti və hüquqi mühitdir. Elektron ticarətin tənzimlənməsi, vergi siyasəti, istehlakçı hüquqlarının qorunması və rəqəmsal təhlükəsizlik sahəsində qəbul olunan normativ aktlar bazarın inkişafına birbaşa və dolaylı təsir göstərir. Aydın və stabil hüquqi baza həm istehlakçılarda, həm də sahibkarlıq subyektlərində etimad formalaşdırır ki, bu da e-ticarət əməliyyatlarının həcmünün artmasına şərait yaradır. Dövlət tərəfindən rəqəmsal iqtisadiyyatın təşviqi, startup ekosisteminin dəstəklənməsi, innovasiya mərkəzlərinin yaradılması və genişzolaqlı internet infrastrukturunun inkişafı e-ticarətin genişlənməsini sürətləndirən əsas mexanizmlərdən biridir. Eyni zamanda kibertəhlükəsizlik siyasətinin gücləndirilməsi və şəxsi

məlumatların qorunmasına dair qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi rəqəmsal mühitdə risklərin azaldılmasına xidmət edir. Bu faktorlar birlikdə e-ticarətin daha sabit və etibarlı inkişafını təmin edir [5].

Bununla yanaşı, rəqabət mühiti və bazar strukturu da e-ticarətin inkişafında mühüm rol oynayır. Qlobal və regional bazarlarda fəaliyyət göstərən böyük e-ticarət platformalarının dominant mövqə tutması kiçik və orta müəssisələr üçün həm yeni imkanlar, həm də ciddi çağırışlar yaradır. Bir tərəfdən, bu platformalar vasitəsilə bazara daxil olmaq daha

asan olur, çünki hazır infrastruktur, geniş müştəri bazası və logistika şəbəkələri istifadə imkanını təqdim edilir. Digər tərəfdən isə yüksək rəqabət şəraiti qiymətlərin optimallaşdırılmasını, xidmət keyfiyyətinin artırılmasını və innovativ yanaşmaların tətbiqini zəruri edir. Bu şəraitdə müəssisələr rəqəmsal marketing strategiyalarını təkmilləşdirməyə, brend fərqləndirməsinə və müştəri loyallığının artırılmasına xüsusi diqqət yetirirlər. Nəticədə bazar daha dinamik, innovativ və çevik bir struktur qazanır, bu isə ümumilikdə e-ticarət sektorunun inkişafını daha da sürətləndirir.

Cədvəl 1. E-ticarətin inkişaf meyillərinə təsir edən əsas amillər və onların xarakteristikası.

Amil qrupu	Əsas komponentlər	Təsirin xarakteri
Texnoloji amillər	İnternet, mobil texnologiyalar, süni intellekt, big data	İnkişafı sürətləndirir, innovasiyanı artırır
İqtisadi amillər	Qlobal bazarlar, rəqabət, xərclərin azaldılması	Bazar genişlənməsini təmin edir
Sosial amillər	İstehlakçı davranışı, rahatlıq, vaxt qənaəti	Tələbatı artırır
Logistika və ödəniş	Çatdırılma sistemləri, elektron ödənişlər	Etibarlılığı və əlçatanlığı yüksəldir
Hüquqi amillər	Dövlət siyasəti, tənzimləmə, təhlükəsizlik	Bazarın sabitliyini təmin edir
Rəqabət mühiti	Platformalararası rəqabət, bazar strukturu	İnnovasiyanı stimullaşdırır

Mənbə: müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Cədvəl 1-dən göründüyü kimi, e-ticarətin inkişafı çoxşaxəli amillərin qarşılıqlı təsiri nəticəsində formalaşır və bu amillərin hər biri sistem daxilində mühüm rol oynayır. Xüsusilə texnoloji və iqtisadi faktorlar əsas hərəkətverici qüvvə kimi çıxış etsə də, sosial və institusional amillər də bu prosesi tamamlayır və onun dayanıqlı şəkildə inkişafını təmin edir. Bu amillərin qarşılıqlı əlaqəsi nəticəsində e-ticarət yalnız satış mexanizmi kimi deyil, həm də müasir iqtisadi sistemin ayrılmaz tərkib hissəsi kimi formalaşır. Nəticədə bazar strukturu daha çevik olur, istehlakçı davranışları dəyişir və müəssisələr rəqəmsal transformasiya prosesinə daha sürətli uyğunlaşır. Bu isə iqtisadi sistemdə rəqabət mühitinin yenidən formalaşmasına, innovasiyaların sürətlənməsinə və biznes modellərinin daha çevik karakter almasına şərait yaradır.

E-ticarətin inkişaf meyillərinin formalaşması kompleks və dinamik prosesdir. Bu proses həm daxili bazar şərtləri, həm də qlobal iqtisadi tendensiyalarla sıx bağlıdır və daim

yenilənən texnoloji mühitin təsiri altında dəyişir. Rəqəmsallaşmanın sürətlənməsi, istehlakçı gözləntilərinin artması və qlobal inteqrasiyanın genişlənməsi bu prosesin daha da intensiv karakter almasına səbəb olur. Bu inkişafın düzgün idarə olunması müasir ticarət müəssisələrinə yeni imkanlar açır və onların rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına şərait yaradır. Eyni zamanda, rəqəmsal platformaların səmərəli istifadəsi müəssisələrə xərclərin optimallaşdırılması, satış kanallarının genişləndirilməsi və müştəri ilə daha effektiv kommunikasiya qurmaq imkanını verir. Bundan əlavə, məlumat əsaslı idarəetmə yanaşmaları müəssisələrə daha dəqiq proqnozlar verməyə və bazar dəyişikliklərinə operativ reaksiya göstərməyə imkan yaradır. Bu amillər birlikdə müəssisələrin bazarda daha dayanıqlı mövqə tutmasına və uzunmüddətli inkişaf strategiyalarını daha uğurla həyata keçirməsinə şərait yaradır.

Eyni zamanda, bu amillərin hərtərəfli təhlili müəssisələrin strateji qərarlarının daha



əsaslandırılmış şəkildə qəbul edilməsinə imkan verir. Rəqəmsal transformasiya şəraitində əldə olunan böyük həcmdə məlumatların düzgün analizi idarəetmə proseslərinin səmərəliliyini artırır və risklərin minimuma endirilməsinə kömək edir. Bu yanaşma müəssisələrə yalnız mövcud vəziyyəti qiymətləndirməyə deyil, həm də gələcək inkişaf istiqamətlərini proqnozlaşdırmağa imkan verir. Nəticədə resursların daha düzgün bölüşdürülməsi, investisiya qərarlarının optimallaşdırılması və strateji planlaşdırmanın təkmilləşdirilməsi mümkün olur. Bu isə müəssisələrə dəyişən bazar şərtlərinə daha çevik uyğunlaşmaq və rəqabət üstünlüyünü qorumaq imkanı yaradır. Nəticə etibarilə, e-ticarətin inkişaf meyillərinin elmi əsaslarla öyrənilməsi həm nəzəri, həm də praktiki baxımdan mühüm əhəmiyyət kəsb edir və müasir iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafına, eləcə də rəqəmsal iqtisadi sistemin formalaşmasına əhəmiyyətli töhfə verir.

Müasir ticarət müəssisələrində e-ticarətin tətbiq mexanizmləri və təsir istiqamətləri. Müasir iqtisadi şəraitdə ticarət müəssisələrinin fəaliyyətində e-ticarətin tətbiqi artıq alternativ deyil, zəruri inkişaf istiqaməti kimi çıxış edir. Rəqəmsallaşma proseslərinin sürətlənməsi, istehlakçı davranışında baş verən dəyişikliklər və global rəqabətin güclənməsi müəssisələri e-ticarət texnologiyalarını geniş şəkildə tətbiq etməyə sövq edir. Bu baxımdan e-ticarətin tətbiq mexanizmlərinin və onun müəssisələrin fəaliyyətinə təsir istiqamətlərinin sistemli şəkildə təhlili mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

E-ticarətin tətbiq mexanizmləri ilk növbədə rəqəmsal platformaların qurulması ilə bağlıdır. Müasir müəssisələr öz fəaliyyətlərini genişləndirmək üçün ya müstəqil onlayn satış platformaları yaradır, ya da mövcud beynəlxalq və yerli marketplace sistemlərinə inteqrasiya olunur. Bu platformalar məhsulların təqdimatı, sifarişlərin qəbulu, ödənişlərin həyata keçirilməsi və müştəri ilə əlaqələrin idarə olunmasını vahid sistem daxilində birləşdirir. Beləliklə, müəssisələr üçün satış prosesinin avtomatlaşdırılması və idarə olunması daha səmərəli hala gəlir.

E-ticarətin tətbiqində mühüm mexanizmlərdən biri də rəqəmsal marketing alətlərinin

istifadəsidir. Müasir şəraitdə müəssisələr sosial media platformaları, axtarış sistemləri və e-poçt marketingi vasitəsilə potensial müştərilərə çıxış əldə edir. Bu alətlər vasitəsilə həyata keçirilən hədəfli reklam kampaniyaları məhsul və xidmətlərin daha effektiv şəkildə tanıtılmasına imkan verir. Xüsusilə məlumatların analitik emalı əsasında qurulan marketing strategiyaları müştəri davranışının daha dəqiq proqnozlaşdırılmasına şərait yaradır [2].

Digər mühüm mexanizm logistika və təchizat zəncirinin optimallaşdırılması ilə bağlıdır. E-ticarətin uğurlu tətbiqi üçün sifarişlərin vaxtında və düzgün çatdırılması əsas şərtlərdən biridir. Bu məqsədlə müəssisələr anbar idarəetmə sistemləri, avtomatlaşdırılmış sifariş emalı və kuryer xidmətləri ilə inteqrasiya olunmuş logistika modellərindən istifadə edir. Bu yanaşma çatdırılma müddətinin azalmasına və müştəri məmnuniyyətinin artmasına səbəb olur.

E-ticarətin tətbiqində ödəniş sistemlərinin rolu da xüsusi qeyd olunmalıdır. Müasir müəssisələr müxtəlif ödəniş üsullarını – bank kartları, elektron pul kisələri, mobil ödənişlər və onlayn bankçılıq xidmətlərini tətbiq etməklə müştərilərə rahat və təhlükəsiz alış imkanları yaradır. Bu isə satışların artmasına və müştəri etibarının güclənməsinə şərait yaradır.

E-ticarətin müəssisələrin fəaliyyətinə təsiri çoxşaxəlidir və bu təsir müxtəlif istiqamətlər üzrə özünü göstərir [1]. İlk növbədə, e-ticarət müəssisələrin bazar imkanlarını genişləndirir. Coğrafi məhdudiyyətlərin aradan qalxması nəticəsində müəssisələr beynəlxalq bazarlara çıxış əldə edir və yeni müştəri segmentlərinə xidmət göstərə bilər. Bu isə satış həcmünün artmasına və gəlirlərin yüksəlməsinə səbəb olur.

İkinci mühüm təsir istiqaməti xərclərin optimallaşdırılması ilə bağlıdır. Ənənəvi ticarət modelindən fərqli olaraq, e-ticarət fiziki mağazalara olan ehtiyacı azaldır və əməliyyat xərclərini minimuma endirir. Bu isə müəssisələrin daha səmərəli fəaliyyət göstərməsinə imkan verir.

Üçüncü istiqamət müştəri münasibətlərinin idarə olunması ilə bağlıdır. E-ticarət platformaları vasitəsilə müəssisələr müştərilər haqqında geniş məlumat bazası əldə edir və bu

məlumatlar əsasında fərdiləşdirilmiş xidmətlər təqdim edir. Bu isə müştəri məmnuniyyətinin və loyallığının artmasına səbəb olur.

Cədvəl 2-dən göründüyü kimi, e-ticarətin tətbiqi müəssisələrin fəaliyyətində əhəmiyyətli müsbət dəyişikliklərə səbəb olur. Xüsusilə satış həcmnin və müştəri sayının artması, xərclərin azalması və xidmət keyfiyyətinin yüksəlməsi bu sahədə əsas nəticələr kimi çıxış edir. Bu dəyişikliklər təkcə qısa müddətli iqtisadi göstəricilərdə deyil, həm də uzunmüddətli strateji inkişafda özünü göstərir. Belə ki, müəssisələr e-ticarət platformalarına inteqrasiya etdikcə daha geniş coğrafi bazarlara çıxış əldə edir, istehlakçıların davranışlarını daha dəqiq analiz edə bilir və

fərdiləşdirilmiş təkliflər formalaşdırmaq imkanı qazanır. Eyni zamanda, rəqəmsal satış kanallarının tətbiqi əməliyyatların avtomatlaşdırılmasına, insan resurslarından daha səmərəli istifadəyə və idarəetmə proseslərinin optimallaşdırılmasına şərait yaradır ki, bu da ümumi biznes səmərəliliyini artırır. Bundan əlavə, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi müəssisələrdə qərarvermə proseslərini daha çevik və məlumat əsaslı hala gətirir, bazar dəyişikliklərinə operativ reaksiya vermək imkanını genişləndirir və risklərin idarə olunmasını daha effektiv edir [5]. Nəticədə müəssisələr yalnız mövcud bazarda deyil, həm də yeni bazarlarda rəqabət üstünlüyü əldə edərək daha dayanıqlı inkişaf trayektoriyasına daxil olurlar.

Cədvəl 2. E-ticarətin tətbiqindən əvvəl və sonra əsas göstəricilərin müqayisəsi.

Göstəricilər	Ənənəvi model	E-ticarət tətbiqindən sonra	Dəyişmə (%)
Satış həcmi	100	145	+45%
Müştəri sayı	100	160	+60%
Əməliyyat xərcləri	100	75	-25%
Müştəri məmnuniyyəti	100	150	+50%
Sifarişlərin icra müddəti	100	70	-30%

Mənbə: müəllif tərəfindən hesablanmışdır.

E-ticarətin təsir istiqamətlərindən biri də rəqabət mühitinin dəyişməsi ilə bağlıdır. Rəqəmsal platformaların geniş yayılması bazarda rəqabəti daha da gücləndirir və müəssisələri daha innovativ yanaşmalar tətbiq etməyə məcbur edir. Bu şəraitdə yalnız ənənəvi satış üsullarına əsaslanan müəssisələr bazarda mövqelərini qorumaqda çətinlik çəkir, əksinə rəqəmsal texnologiyaları aktiv şəkildə istifadə edən şirkətlər üstünlük əldə edirlər. Bu isə ümumilikdə bazarın strukturunun dəyişməsinə, daha çevik və innovasiyaya açıq biznes mühitinin formalaşmasına səbəb olur. Eyni

zamanda, rəqabətin güclənməsi qiymət siyasətinin optimallaşmasına, xidmət keyfiyyətinin yüksəlməsinə və müştəri məmnuniyyətinin artırılmasına gətirib çıxarır [6]. Bundan başqa, rəqəmsal bazarda şəffaflığın artması istehlakçıların seçim imkanlarını genişləndirir və müəssisələri daha yüksək keyfiyyət standartlarına uyğun fəaliyyət göstərməyə sövq edir. Nəticə etibarilə, e-ticarət yalnız müəssisələrin daxili fəaliyyətinə deyil, bütövlükdə bazar dinamikasına, rəqabət mexanizmlərinə və iqtisadi sistemin inkişaf trayektoriyasına təsir edən strateji əhəmiyyətli bir amil kimi çıxış edir.

Cədvəl 3. E-ticarətin müəssisə fəaliyyət sahələrinə təsir səviyyəsi.

Fəaliyyət Sahəsi	Təsir səviyyəsi	Təsirin xarakteri
Marketing	Yüksək	Hədəfli reklam, fərdiləşdirmə
Satış	Yüksək	Onlayn satış kanallarının artması
Logistika	Orta-Yüksək	Çatdırılma optimallaşdırılması
Müştəri xidmətləri	Yüksək	24/7 xidmət və sürətli kommunikasiya
Maliyyə əməliyyatları	Orta	Rəqəmsal ödəniş sistemləri

Mənbə: müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Cədvəl 3 göstərir ki, e-ticarət müəssisələrin demək olar ki, bütün fəaliyyət sahələrinə

təsir edir və bu təsir ən çox marketing, satış və müştəri xidmətləri sahələrində özünü göstərir.



Bununla yanaşı, e-ticarətin təsiri yalnız bu istiqamətlərlə məhdudlaşmır, həm də təchizat zəncirinin idarə olunması, logistika planlaşdırılması, maliyyə əməliyyatları və insan resurslarının idarə edilməsi kimi sahələrdə də özünü göstərir. Rəqəmsal alətlərin tətbiqi müəssisələrə real vaxt rejimində məlumat əldə etməyə, istehlakçı davranışını daha dəqiq təhlil etməyə və bazar tələbatına operativ reaksiya verməyə imkan yaradır. Bu isə ümumi biznes proseslərinin daha çevik və effektiv şəkildə təşkil olunmasına şərait yaradır [7]. Eyni zamanda, rəqəmsal transformasiya nəticəsində müəssisələrdə məlumat axını sürətlənir, idarəetmə qərarları daha dəqiq analitik əsaslara söykənir və əməliyyat xərclərinin optimallaşdırılması mümkün olur.

Nəticə etibarilə qeyd etmək olar ki, e-ticarətin tətbiqi müasir ticarət müəssisələrinin fəaliyyətində keyfiyyətə yeni mərhələ formalaşdırır. Bu yanaşma müəssisələrə daha geniş bazar imkanları, yüksək səmərəlilik və gücləndirilmiş rəqabət üstünlüyü qazandırır. Eyni zamanda, e-ticarət biznes modellərinin transformasiyasına səbəb olaraq ənənəvi ticarət mexanizmlərini rəqəmsal sistemlərlə inteqrasiya edir və nəticədə daha dayanıqlı iqtisadi struktur formalaşır. Bu proses müəssisələrin həm daxili idarəetmə sistemlərini təkmilləşdirir, həm də müştəri ilə qarşılıqlı əlaqəni daha şəffaf və effektiv edir. Bundan əlavə, rəqəmsal platformalar vasitəsilə müştəri davranışlarının izlənməsi və təhlili biznes strategiyalarının daha çevik şəkildə formalaşdırılmasına imkan verir.

Eyni zamanda, e-ticarətin uğurlu tətbiqi üçün müəssisələrin texnoloji infrastrukturunu gücləndirməsi, innovativ idarəetmə üsullarını tətbiq etməsi və müştəri yönümlü strategiyalara üstünlük verməsi zəruridir. Bundan əlavə, rəqəmsal bacarıqların inkişaf etdirilməsi, işçi heyətinin yeni texnologiyalara uyğunlaşdırılması və məlumat təhlükəsizliyinin təmin olunması da mühüm şərtlər sırasındadır. Müəssisələr həmçinin kibertəhlükəsizlik risklərinə qarşı effektiv müdafiə sistemləri qurmalı, logistika və təchizat proseslərini rəqəmsallaşdırmalı və müştəri xidmətlərini avtomatlaşdırılmış sistemlər üzərində inkişaf etdirməlidirlər. Bu amillərin kompleks şəkildə həyata keçirilməsi müəssisələrin rəqəmsal mühitdə

davamlı inkişafını təmin edir və onların uzunmüddətli rəqabət qabiliyyətini gücləndirir. Beləliklə, e-ticarət yalnız satış mexanizmi deyil, həm də müasir biznesin strateji inkişaf istiqamətini müəyyən edən əsas transformasiya amili kimi çıxış edir.

Nəticə

Aparılmış tədqiqat göstərir ki, e-ticarət müasir iqtisadi sistemdə ticarət fəaliyyətinin əsas istiqamətlərindən birinə çevrilmiş və ənənəvi biznes modellərinin transformasiyasında həlledici rol oynamışdır. Rəqəmsal texnologiyaların inkişafı, internetə çıxış imkanlarının genişlənməsi, mobil cihazların kütləvi istifadəsi və istehlakçı davranışında baş verən dəyişikliklər e-ticarətin sürətli yayılmasını şərtləndirən əsas amillər kimi çıxış edir. Bu proses təkcə satış kanallarının dəyişməsi ilə məhdudlaşmır, eyni zamanda biznesin idarə olunması fəlsəfəsini də yenidən formalaşdırır. Nəticədə müəssisələr daha çevik, məlumat əsaslı, analitik yanaşmalara söykənən və müştəri yönümlü idarəetmə modellərinə keçid etməyə məcbur olurlar ki, bu da ümumi iqtisadi strukturun rəqəmsallaşmasını sürətləndirir. Eyni zamanda, rəqəmsal iqtisadiyyatın formalaşması müəssisələr arasında informasiya axınının sürətlənməsinə, qərarvermə proseslərinin optimallaşmasına və bazar dinamikasının daha çevik xarakter almasına səbəb olur.

Təhlil nəticələri göstərir ki, e-ticarətin tətbiqi müəssisələrə bir sıra mühüm üstünlüklər qazandırır. Bunlara bazarların coğrafi baxımdan genişlənməsi, əməliyyat xərclərinin optimallaşdırılması, müştəri bazasının artması və xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi daxildir. Xüsusilə məlumatların analitik emalı, süni intellekt əsaslı tövsiyə sistemləri və fərdiləşdirilmiş marketinq yanaşmaları müəssisələrin rəqabət qabiliyyətini əhəmiyyətli dərəcədə artırır. Eyni zamanda, e-ticarət platformaları vasitəsilə real vaxt rejimində satış və qərarvermə imkanları yaranır ki, bu da biznes proseslərinin daha operativ, dəqiq və effektiv idarə olunmasına şərait yaradır. Bundan əlavə, rəqəmsal ekosistem daxilində müştəri ilə qarşılıqlı əlaqə daha şəffaf, davamlı və interaktiv xarakter alır, bu isə uzunmüddətli müştəri loyallığının formalaşmasına və brend

dəyərinin yüksəlməsinə xidmət edir. Nəticədə müəssisələr təkcə satış həcmi artırır, həm də bazarda dayanıqlı mövqə əldə edirlər.

Bununla yanaşı, e-ticarətin inkişafı müəssisələr qarşısında yeni çağırışlar da yaradır. Kibertəhlükəsizlik risklərinin artması, məlumatların qorunması problemləri, yüksək texnoloji tələblər və rəqəmsal savadlılığın artırılması zərurəti bu sahədə diqqət tələb edən əsas məsələlərdir. Eyni zamanda, lojistika sistemlərinin effektiv idarə olunması, rəqəmsal platformalardan asılılığın artması və yüksək rəqabət mühiti də müəssisələr üçün əlavə çətinliklər yaradır. Bu problemlərin həlli üçün müəssisələrin innovativ yanaşmaları tətbiq etməsi, texnoloji infrastrukturunu gücləndirməsi, informasiya təhlükəsizliyi sistemlərini inkişaf etdirməsi və insan resurslarının rəqəmsal bacarıqlarını artırması vacibdir. Bundan başqa, strateji idarəetmə yanaşmalarının təkmilləşdirilməsi və risklərin proaktiv idarə olunması da e-ticarət mühitində uğur qazanmaq üçün mühüm şərtlərdən biridir.

Nəticə etibarilə, e-ticarət müasir ticarət müəssisələrinin davamlı inkişafı və rəqabət üstünlüyü əldə etməsi üçün strateji əhəmiyyət kəsb edir. Onun imkanlarından səmərəli istifadə edən müəssisələr bazar şəraitinə daha tez uyğunlaşır, müştəri tələblərinə daha çevik cavab verir və resurslardan daha səmərəli istifadə edirlər. Uzunmüddətli perspektivdə isə e-ticarət müəssisələrin dayanıqlı inkişafını təmin edən əsas amillərdən birinə çevrilir və

global iqtisadi inteqrasiyada onların mövqeyini gücləndirir. Beləliklə, e-ticarət yalnız texnoloji yenilik deyil, həm də müasir biznes mühitində strateji transformasiyanın əsas hərəkətverici qüvvəsi kimi çıxış edir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi. Elektron ticarətin inkişaf göstəriciləri. Bakı. 2023.
2. Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi. Rəqəmsal ticarətin inkişafı və sahibkarlığın dəstəklənməsi üzrə hesabat. Bakı. 2024.
<https://www.economy.gov.az>
3. Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı. Ödəniş sistemləri statistik bülleten. Bakı. 2025.
<https://www.cbar.az/statistics/payment-systems>
4. İbrahimli Ç. Elektron biznesin inkişafının iqtisadiyyata təsirinin tədqiqi. Bakı. 2019.
5. Musayev A.F., Əsədova S.S., Mədətova Ş.Q. Elektron ticarətin müasir inkişaf istiqamətləri. Bakı. 2020.
6. Sofiyeva Ə.F. Elektron ticarət: Konseptual çərçivə, təsnifat və inkişafın statistik təhlili. UNEC. 2023.
7. Vəliyev Ü.F. Elektron ticarətin anlayışı, tətbiq modelləri və rəqəmsal iqtisadiyyat kontekstində strateji əhəmiyyəti. UNEC Tələbə Tədqiqatları Jurnalı, 2025;2(2):129–141.

Nihad Murad ASKEROV

Master's student at Azerbaijan State University of Economics

Gulnara İlham İSMAYILOVA

Teacher at Azerbaijan State University of Economics

DEVELOPMENT TRENDS OF E-COMMERCE AND THEIR INFLUENCE MECHANISMS ON THE ACTIVITIES OF MODERN TRADE ENTERPRISES

Summary

In this research work, the development trends of e-commerce and their mechanisms of influence on the activities of modern trade enterprises were analyzed in a comprehensive manner. In the study, the expansion of e-commerce against the background of the acceleration of global digitalization processes, the impact of online platforms on the market structure and changes in consumer behavior were evaluated in the main directions. It was determined that e-commerce is not limited to the



digitalization of sales channels, but also leads to the transformation of enterprise management systems, logistics processes and marketing strategies. The results of the study show that the implementation of e-commerce for modern trade enterprises plays an important role in increasing their competitiveness. In particular, analytical analysis of data, personalized marketing approaches and customer-oriented service models increase the effectiveness of business activities. At the same time, the development of e-commerce also creates new challenges for enterprises, including cybersecurity risks, improving digital infrastructure, and developing human resources. E-commerce is one of the main development directions in the modern commercial environment and is of strategic importance for the sustainable development of enterprises.

Keywords: e-commerce, digitalization, marketing, logistics, competitiveness.

Нихад Мурад АСКЕРОВ

Азербайджанский государственный экономический университет, магистрант

Гульнара Ильхам ИСМАИЛОВА

Преподаватель Азербайджанского Государственного Экономического Университета

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ И МЕХАНИЗМЫ ИХ ВЛИЯНИЯ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

В данной исследовательской работе всесторонне проанализированы тенденции развития электронной коммерции и механизмы их влияния на деятельность современных торговых предприятий. В исследовании в основных направлениях оценено расширение электронной коммерции на фоне ускорения глобальных процессов цифровизации, влияние онлайн-платформ на структуру рынка и изменения в поведении потребителей. Установлено, что электронная коммерция не ограничивается цифровизацией каналов продаж, но также приводит к трансформации систем управления предприятиями, логистических процессов и маркетинговых стратегий. Результаты исследования показывают, что внедрение электронной коммерции для современных торговых предприятий играет важную роль в повышении их конкурентоспособности. В частности, аналитический анализ данных, персонализированные маркетинговые подходы и клиентоориентированные модели обслуживания повышают эффективность деловой деятельности. В то же время развитие электронной коммерции создает для предприятий новые вызовы, включая риски кибербезопасности, совершенствование цифровой инфраструктуры и развитие человеческих ресурсов. Электронная коммерция является одним из основных направлений развития в современной коммерческой среде и имеет стратегическое значение для устойчивого развития предприятий.

Ключевые слова: электронная коммерция, цифровизация, маркетинг, логистика, конкурентоспособность.

Daxil olub: 22.04.2026