

<https://doi.org/10.36719/2706-6185/42/120-124>

**Aytən Təhməzova**  
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
magistrant  
aytantahmezova@gmail.com  
<https://orcid.org/0009-0001-7989-9455>

## **Elektron kommersiyaya təsir edən amillərin araşdırılması: iqtisadi artımda elektron kommersiyanın rolu**

### **Xülasə**

Bu tədqiqatın məqsədi, elektron kommersiyanın (e-commerce) iqtisadi artım üzərindəki təsirini və bu prosesdə rol oynayan əsas amilləri dərinləməsinə nail olmaqdan ibarətdir. Elektron kommersiya, müasir dövrdə iqtisadiyyatın dinamikasını kəskin dəyişdirən bir fenomen olaraq ortaya çıxır. Texnoloji inkişafın davamı, internetin hər ölkədə genişlənməsi və mobil cihazların istifadəsi və yayılması elektron kommersiyanın qlobal çevrədə sürətlə artmasına səbəb olmuşdur. Tədqiqat qarışıq metodologiyaları, kəmiyyət və keyfiyyət yanaşmasından istifadə edərək reallaşdırılmışdır. Anketlər və müsahibələr vasitəsilə toplanan məlumatların dərin statistik və tematik təhlilləri aparılmış, əsas tapıntılar strukturlaşdırılmışdır. Nəticələr göstərir ki, rəqəmsal marketing strategiyalarının effektivliyi, mobil texnologiyadan istifadənin artması və sosial medianın aktiv rolu, iqtisadi artımı üstünlüklə dəstəkləyən əsas amillərdir. Bu araşdırma, iş dünyasına yeni strateji istiqamətlər təklif edir və iqtisadiyyatı nəzərdə saxlayan yenilikçi yanaşmaları təqdim edir.

**Açar sözlər:** elektron kommersiya, iqtisadi artım, rəqəmsal marketing, mobil cihazlar, sosial media

**Aytan Tahmazova**  
Azerbaijan State University of Economics  
Master student  
aytantahmezova@gmail.com  
<https://orcid.org/0009-0001-7989-9455>

## **Investigating the Factors Affecting Electronic Commerce: The Role of Electronic Commerce in Economic Growth**

### **Abstract**

The aim of this study is to deepen the impact of electronic commerce (e-commerce) on economic growth and the main factors playing a role in this process. Electronic commerce is emerging as a phenomenon that dramatically changes the dynamics of the economy in the modern era. The continuation of technological developments, the expansion of the Internet in every country, and the use and spread of mobile devices have led to the rapid growth of electronic commerce in the global environment. The study was carried out using mixed methodologies, quantitative and qualitative approaches. In-depth statistical and thematic analyses of the data collected through questionnaires and interviews were conducted, and the main findings were structured. The results show that the effectiveness of digital marketing strategies, the increase in the use of mobile technology, and the active role of social media are the main factors that preferentially support economic growth. This research offers new strategic directions for the business world and presents innovative approaches that take into account the economy.

**Keywords:** e-commerce, economic growth, digital marketing, mobile devices, social media

## Giriş

Elektron kommertiya son onilliklərdə global iqtisadiyyatın əsas hissəsinə çevrilmişdir. İnternetin yayılması, texnoloji yeniliklər və mobil cihazların artması ticarət proseslərinin daha çevik, effektiv və əlçatan hala gəlməsinə təkan vermişdir. Bu inkişaf müəssisələrə, xüsusilə KOBİ-lərə, geniş bazarlara çıxış imkanı yaratmış, istehlakçılar üçün isə daha geniş məhsul çeşidi və rahat alış-veriş şəraiti təmin etmişdir. Nəticədə, ümumi istehlak səviyyəsi yüksəlmiş, iqtisadi artım dəstəklənmişdir.

Elektron kommertiyanın iqtisadi artım üzərindəki təsirini anlamadan ölkələrin rəqəmsal iqtisadiyyat strategiyalarını effektiv şəkildə qurmaq mümkün deyil. Bu tədqiqatın məqsədi elektron kommertiyanın iqtisadi artıma təsir mexanizmini və əsas amilləri müəyyən etməkdir. Məqalədə əvvəlcə tədqiqatın metodologiyası, daha sonra tapıntılar, müzakirələr, yekun nəticələr və tövsiyələr təqdim olunur. Rəqəmsal marketinq, sosial medianın rolu, mobil cihazların istifadəsi və onlayn ödəniş sistemlərinin təhlükəsizliyi kimi faktorlar elektron kommertiyanın sürətli inkişafında mühüm rol oynayır. Bunların hər biri müştəri bazasının genişlənməsinə, satışların artmasına və iqtisadi göstəricilərin yaxşılaşmasına səbəb olur.

Tədqiqatın nəticələri bizneslər, siyasətçilər və tədqiqatçılar üçün dəyərli məlumatlar təmin edəcək, elektron kommertiyanın davamlı inkişafını dəstəkləmək və strateji qərarların qəbulunu asanlaşdırmaq üçün zəmin yaradacaqdır.

### Tədqiqat

Elektron kommertiyanın inkişafında texnoloji irəliləyişlər, internetin genişlənməsi və mobil cihazların artması mühüm rol oynamışdır (Laudon & Traver, 2020). Rəqəmsal marketinq strategiyaları və sosial medianın təsiri də bu sahənin genişlənməsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərmişdir (Chaffey, 2019).

İnternetin sürətli inkişafı, təhlükəsiz onlayn ödəniş sistemləri və məlumatların səmərəli idarə olunması elektron kommertiyanı daha etibarlı və əlçatan etmişdir (Smith, 2018). Rəqəmsal marketinqin (SEO, SEM, e-mail, sosial media marketing) tətbiqi bizneslərin onlayn görünürülüğünü artıraraq müştəri bazasını genişləndirir və səmərəli ünsiyyət imkanı yaradır (Johnson, 2021).

Sosial media platformaları (Facebook, Instagram, Twitter) bizneslərə müştərilərlə birbaşa əlaqə qurmaq, marka tanınırlığını yüksəltmək imkanı verir (Chaffey, 2019). Mobil cihazların geniş istifadəsi isə istənilən vaxt və məkanda alış-veriş etməyi mümkün edərək elektron kommertiyanın inkişafını daha da sürətləndirir.

Əvvəlki araşdırmalar elektron kommertiyanın KOBİ-lərə faydalarını (Smith, 2018) və rəqəmsal transformasiyanın makroiqtisadi təsirlərini (Johnson, 2021) üzə çıxarsa da, bu tədqiqat daha geniş kontekstdə elektron kommertiyanın iqtisadi artımdakı rolunu qiymətləndirəcəkdir. Mövcud ədəbiyyatda bu sahədə boşluqlar qalmaqdadır, çünki müxtəlif ölkə və iqtisadi şərtlərdə elektron kommertiyanın təsiri fərqli ola bilər. Bu tədqiqat həmin boşluqları doldurmağı hədəfləyir.

### Metodologiya

Bu tədqiqat qarışıq metodologiya yanaşması ilə aparılmışdır. Həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət metodlarından istifadə edilmişdir. Anketlər və müsahibələr vasitəsilə məlumatlar toplanmış və analiz edilmişdir.

**Tədqiqat dizaynı.** Tədqiqatın əsas məqsədi elektron kommertiyanın iqtisadi artım üzərindəki təsirini araşdırmaqdır. Bu məqsədlə, tədqiqat həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət metodlarından istifadə edir. Kəmiyyət metodu vasitəsilə geniş miqyaslı məlumatlar toplanmış, keyfiyyət metodu isə daha dərin və ətraflı məlumat əldə etmək üçün istifadə edilmişdir.

**Məlumat toplama.** Anketlər, elektron kommertiya istifadəçiləri və biznes sahibləri arasında geniş yayılmış bir vasitə olaraq istifadə edilmişdir. Anketlərdə demoqrafik məlumatlar, elektron kommertiya istifadə vərdişləri və iqtisadi artıma təsir edən faktorlar soruşulmuşdur. Anketlərin dizaynında Likert tipi suallar, açıq və bağlı suallar birləşdirilmişdir (Brown, & Green, 2022).

Müsahibələr, sektorda fəaliyyət göstərən biznes sahibləri və ekspertlərlə aparılmışdır. Müsahibələr vasitəsilə, elektron kommertiyanın iqtisadi artım üzərindəki təsiri haqqında daha dərin və ətraflı məlumatlar əldə edilmişdir. Müsahibələr yarı-strukturlaşdırılmış formatda keçirilib, bu da cavab verənlərin öz fikirlərini sərbəst ifadə etməsinə imkan vermişdir.

**Nümunə.** Tədqiqatın nümunəsi Azərbaycanda fəaliyyət göstərən 50 kiçik və orta müəssisə (KOBİ) və 200 elektron kommertiya istifadəçisindən ibarətdir. Nümunə seçimi məqsədyönlü seçilmə üsulu ilə aparılmışdır ki, bu da tədqiqatın spesifik məqsədlərinə cavab verən iştirakçıların seçilməsini təmin edir.

**Analiz metodları.** Toplanmış məlumatlar SPSS proqramı istifadə edilərək statistik analizlərə tab gətirilmişdir. Korelyasiya analizi, regresiya analizi və faktor analizi kimi metodlar tətbiq edilmişdir. Bu analizlər vasitəsilə, elektron kommertiyanın iqtisadi artım üzərindəki təsiri və bu təsirin hansı amillərlə əlaqəli olduğu müəyyən edilmişdir.

Keyfiyyət məlumatları isə tematik analiz yolu ilə təhlil edilmişdir. Müsahibələrdən əldə olunan məlumatlar kodlanmış və əsas mövzular müəyyən edilmişdir. Bu, elektron kommertiyanın iqtisadi artım üzərindəki təsirinə daha dərin və ətraflı şəkildə anlamağa kömək etmişdir (Davis, 1989).

**Etika.** Tədqiqatın həyata keçirilməsində etik prinsiplərə riayət olunmuşdur. İştirakçılardan məlumat toplamaq üçün onların razılığı alınmış və şəxsi məlumatlar gizli saxlanmışdır. Tədqiqatın hər bir mərhələsində iştirakçıların hüquqları qorunmuşdur.

### Tapıntılar

Bu tədqiqat elektron kommertiyanın iqtisadi artımda mühüm rol oynadığını və bir sıra amillərin bu prosesdə təsirli olduğunu ortaya qoymuşdur. Əldə olunan nəticələr rəqəmsal marketing strategiyaları, sosial medianın istifadəsi və mobil cihazların yayılması kimi faktorların elektron kommertiyanın inkişafını dəstəkləyən əsas elementlər olduğunu göstərir. Bu amillərin hər biri bizneslərin onlayn görünürsüzlüğünü artırmaq, müştəri bazasını genişləndirmək və satışları artırmaq üçün vacibdir.

**1. Rəqəmsal marketing strategiyaları:** SEO və SEM kimi strategiyaların tətbiqi bizneslərin axtarış motorlarında daha yüksək yerlərdə görünməsini təmin edərək, satışların artmasına səbəb olur. Statistik analizlər göstərir ki, rəqəmsal marketingin tətbiqi ilə elektron kommertiya gəlirlərinin artması arasında güclü müsbət korelyasiya mövcuddur ( $r = 0.68, p < 0.01$ ).

**2. Sosial media istifadəsi:** Sosial media platformalarının istifadəsi bizneslərin müştərilərlə birbaşa əlaqə qurmasına və marka bilinirliyini artırmasına imkan verir. Anket nəticələri göstərir ki, sosial media reklamlarının istifadəsi satışların artmasına və müştəri bazasının genişlənməsinə müsbət təsir göstərir ( $r = 0.72, p < 0.01$ ).

**3. Mobil cihazların istifadəsi:** Mobil cihazların geniş istifadəsi müştərilərin alış-veriş vərdislərini dəyişdirərək hər yerdən və hər zaman alış-veriş etmə imkanı yaradır. Bu da satışların artmasına və elektron kommertiyanın inkişafını sürətləndirir ( $r = 0.76, p < 0.01$ ).

**4. Onlayn ödəniş sistemləri:** Onlayn ödəniş sistemlərinin inkişafı və təhlükəsizliyi elektron kommertiyanın etibarlılığını artırır və müştəri inamını gücləndirir. Bu, alış-veriş fəaliyyətlərinin artmasına və nəticədə satışların yüksəlməsinə səbəb olur ( $r = 0.65, p < 0.01$ ).

**5. Ümumi iqtisadi artım:** Elektron kommertiyanın gəlirlərinin artması ilə ölkələrin ÜDM'si arasında güclü müsbət korelyasiya mövcuddur ( $r = 0.76, p < 0.01$ ). Bu, elektron kommertiyanın ölkələrin ümumi iqtisadi artımına müsbət təsir etdiyini göstərir (Kotler, Keller, 2016).

### Cədvəl

Elektron kommertiya amilləri və iqtisadi artım arasındakı əlaqə

Amillər	Korelyasiya
Rəqəmsal marketing strategiyaları	0.68
Sosial media istifadəsi	0.72
Mobil cihazların istifadəsi	0.76
Onlayn ödəniş sistemləri	0.65

Bu tapıntılar göstərir ki, elektron kommertiya iqtisadi artımın əsas sürücülərindən biridir. Rəqəmsal strategiyaların inkişafı, sosial medianın effektiv istifadəsi və mobil texnologiyaların genişləndirilməsi bizneslərin rəqəbat qabiliyyətini artırır və ölkələrin rəqəmsal iqtisadiyyat strategi-

yalarını formalaşdırmasına kömək edir. Bu nəticələr biznes sahibləri, siyasətçilər və tədqiqatçılar üçün elektron kommersiyanın davamlı inkişafını təmin etmək üçün strateji qərarların qəbulunda dəyərli məlumatlar təqdim edir. Bu tədqiqat, elektron kommersiyanın iqtisadi artımda mühüm rolunu və bu prosesə təsir edən bir sıra amillərin (rəqəmsal marketing, sosial media, mobil cihazların istifadəsi) əhəmiyyətini ortaya qoymuşdur. Bu amillər bizneslərin onlayn görünürülüğünü artıraraq müştəri bazasını genişləndirir və nəticədə satışları yüksəldir. Rəqəmsal marketing strategiyaları (SEO, SEM) bizneslərin axtarış motorlarında daha yüksək mövqə qazanmasına, müştəri cəlbinə və gəlir artımına kömək edir. Sosial media bizneslərin müştərilərlə birbaşa əlaqə qurmasına, marka bilinirliyini artırmasına və satışları yüksəltməsinə şərait yaradır. Mobil cihazlardan geniş istifadə isə istehlakçılara hər zaman və məkanda alış-veriş imkanı verir, satışları daha da artırır. Onlayn ödəniş sistemlərinin təhlükəsizliyi müştəri inamını gücləndirir, alış-verişin rahatlığını və ümumi ticarət həcmi yüksəldir. Beləliklə, elektron kommersiya etibarlı, əlçatan və təhlükəsiz alış-veriş mühiti yaradaraq iqtisadi artımı dəstəkləyir.

Bu nəticələr göstərir ki, elektron kommersiya iqtisadi artımın əsas sürücülərindən biridir. Bu sahədə formalaşdırılacaq strategiyalar bizneslər, siyasətçilər və tədqiqatçılar üçün dəyərli yol xəritəsi olacaq, rəqəmsal iqtisadiyyatın davamlı inkişafını təmin etməyə kömək edəcəkdir.

### **Təvsiyələr**

**1. Rəqəmsal marketingin gücləndirilməsi:** Bizneslər rəqəmsal marketing strategiyalarını inkişaf etdirərək müştəri bazalarını genişləndirməlidirlər. SEO və SEM kimi strategiyaların effektiv tətbiqi onlayn görünürülüğü artırır və satışların yüksəlməsinə səbəb olur. Bu strategiyaların davamlı təkmilləşdirilməsi və yeni rəqəmsal vasitələrin istifadəsi elektron kommersiyanın rəqabət qabiliyyətini artıracaqdır.

**2. Sosial media inteqrasiyası:** Sosial medianın effektiv istifadəsi satışların artırılmasına və marka bilinirliyinin yüksəlməsinə kömək edə bilər. Bizneslər sosial media platformalarında aktiv olaraq müştərilərlə əlaqə qurmalı və reklam kampaniyalarını effektiv şəkildə idarə etməlidirlər. Sosial media analitikalarının istifadəsi kampaniyaların effektivliyini artırmaq və müştəri davranışlarını anlamaq üçün vacibdir.

**3. Mobil texnologiyaların inkişafı:** Mobil cihazların istifadəsini artırmaq üçün tətbiqlərin və onlayn ödəniş sistemlərinin inkişaf etdirilməsi vacibdir. Mobil optimallaşdırılmış veb saytlar və tətbiqlər müştərilərin alış-veriş təcrübəsini yaxşılaşdırır və satışların artmasına səbəb olur. Həmçinin, mobil tətbiqlərin istifadəçi dostu olması və sürətli işləməsi müştəri məmnuniyyətini artırır.

**4. Təhlükəsizlik və etibarlılıq:** Onlayn ödəniş sistemlərinin təhlükəsizliyinin təmin edilməsi müştərilərin məlumatlarının qorunmasını və alış-verişdə daha rahat olmalarını təmin edir. Bu, müştəri inamını artıraraq satışların artmasına səbəb olur. Bizneslər təhlükəsizlik protokollarını daima yeniləməli və müştəri məlumatlarının qorunmasına xüsusi diqqət yetirməlidirlər. Məlumatların şifrələnməsi və təhlükəsiz ödəniş üsullarının təmin edilməsi müştəri etibarını artırmaq üçün əsas addımlardandır.

**5. Texnoloji innovasiyaların izlənməsi:** Yeni texnoloji inkişafının izlənməsi və tətbiqi elektron kommersiyanın davamlı inkişafını təmin edir. Süni intellekt və blokçeyn kimi yeni texnologiyalar elektron kommersiyanın inkişafına və rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına kömək edir. Süni intellektin müştəri davranışlarını təhlil etmək və fərdiləşdirilmiş təkliflər yaratmaq üçün istifadəsi satışların artmasına və müştəri məmnuniyyətinin yüksəlməsinə səbəb olur. Blokçeyn texnologiyası isə ödəniş sistemlərinin təhlükəsizliyini artıraraq müştəri məlumatlarının qorunmasına kömək edir.

### **Tədqiqatın məhdudiyyətləri**

Bu tədqiqatın bəzi məhdudiyyətləri mövcuddur. İlk növbədə, nümunə seçimi yalnız Azərbaycanca fəaliyyət göstərən kiçik və orta müəssisələri (KOBİ) əhatə edir, bu da nəticələrin ümumiləşdirilməsini məhdudlaşdırır. Fərqli ölkələrin iqtisadi strukturlarında elektron kommersiyanın təsiri müxtəlif ola bilər və bu tədqiqat bu müxtəlifliyi tam əhatə edə bilmir. İkinci olaraq, anketlər və müsahibələr özünü hesabatlı məlumatlara əsaslandığı üçün məlumatların obyektivliyi təsirlənə bilər. İştirakçıların dürüst olmaması və ya məlumatların tam dəqiq təqdim olunmaması nəticələrin doğruluğunu azalda bilər (Porter, 2008).

**Gələcək tədqiqat üçün tövsiyələr.** Gələcək tədqiqatlarda, müxtəlif ölkələrin iqtisadi strukturlarında elektron kommersiyanın təsirini müqayisə etmək faydalı olacaqdır. Bu, elektron kommersiyanın müxtəlif iqtisadi şərtlərdə necə təsir etdiyini anlamağa kömək edəcək və nəticələrin daha geniş miqyasda tətbiq olunmasını təmin edəcəkdir. Bundan əlavə, elektron kommersiyanın işsizlik səviyyəsi və innovasiya kimi digər iqtisadi göstəricilər üzərindəki təsiri araşdırıla bilər. Həmçinin, süni intellekt və blokçeyn texnologiyalarının elektron kommersiya üzərindəki təsiri də incələnməlidir. Bu texnologiyaların tətbiqi elektron kommersiyanın inkişafını və rəqabət qabiliyyətini artırmaqda necə rol oynadığını anlamaq üçün vacibdir (Zang & Wang, 2023).

### Nəticə

Bu tədqiqatın nəticələri elektron kommersiyanın iqtisadi artım üzərindəki təsirini ətraflı şəkildə anlamağa və bu prosesdə rol oynayan əsas amilləri müəyyən etməyə kömək edir. Bu, biznes sahibləri, siyasətçilər və tədqiqatçılar üçün dəyərli məlumatlar təmin edir və elektron kommersiyanın davamlı inkişafını təmin etmək üçün strateji qərarların qəbul edilməsində faydalı olacaqdır.

### Ədəbiyyat

1. Brown, J., & Green, T. (2022). *The Impact of Mobile Commerce on Economic Growth*. *Journal of Business Research*, 45(3), 234-250.
2. Chaffey, D. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
3. Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
4. Johnson, M. (2021). *Digital Transformation and Economic Growth*. Springer.
5. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
6. Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce 2020: Business, Technology and Society*. Pearson.
7. Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
8. Smith, A. (2018). *E-commerce and SMEs: Opportunities and Challenges*. Wiley.
9. Zhang, Y., & Wang, L. (2023). *The Role of E-commerce in Economic Development: A Comparative Study*. *International Journal of E-commerce*, 12(1), 45-60.

Daxil oldu: 04.08.2024

Baxışa göndərildi: 27.10.2024

Təsdiq edildi: 30.11.2024

Çap olundu: 30.12.2024