

RƏQƏMSAL TRANSFORMASIYA VƏ ELEKTRON TİCARƏTİN NƏZƏRİ-İQTİSADI ƏSASLARI

Sevinc Ağabala MƏMMƏDOVA 

Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universitetinin
Sənayenin iqtisadiyyatı kafedrasının iobarantı
E-mail: n.a.mamedova.87@gmail.com

Received: 22 April 2026

Revised: 26 Mai 2026

Accepted: 25 June 2026

UOT: 330.341.1:004.738.5

JEL: O33; L81; L86

DOI: <https://doi.org/10.32010/DPRI3922>

Xülasə: Rəqəmsal transformasiya müasir dövrdə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının həyatın bütün sahələrinə tətbiq olunması ilə bağlı genişmiqyaslı dəyişiklik prosesidir. Bu proses yalnız yeni texnologiyaların istifadəsini deyil, həm də müəssisələrin idarə olunması, biznes fəaliyyətinin təşkili və insanların davranışlarının dəyişməsinə əhatə edir. Rəqəmsal transformasiyanın əsas məqsədi fəaliyyətin daha səmərəli, çevik və innovativ şəkildə qurulmasını təmin etməkdir. Elektron ticarət isə bu transformasiyanın ən mühüm nəticələrindən biri hesab olunur. İnternet və rəqəmsal platformalar vasitəsilə həyata keçirilən alqı-satqı əməliyyatları həm müəssisələrə, həm də istehlakçılara vaxt və xərclərə qənaət etməyə imkan verir. Elektron ticarətin inkişafı müştəri məmnuniyyətinin artırılması, təhlükəsiz ödəniş sistemlərinin yaradılması, logistika xidmətlərinin təkmilləşdirilməsi və innovativ marketinq üsullarının tətbiqi ilə sıx bağlıdır. Məqalədə vurğulanır ki, rəqəmsal transformasiya və elektron ticarət bir-birini qarşılıqlı şəkildə dəstəkləyən proseslərdir. Rəqəmsal texnologiyaların inkişafı yeni elektron ticarət imkanları yaradır, elektron ticarətin genişlənməsi isə öz növbəsində rəqəmsal innovasiyalara və texnoloji infrastrukturun inkişafına təkan verir. Nəticədə bu proseslər iqtisadi inkişafın sürətlənməsinə, müəssisələrin rəqəbat qabiliyyətinin artmasına və istehlakçılar üçün daha keyfiyyətli xidmətlərin təqdim olunmasına şərait yaradır.

Açar sözlər: rəqəmsal transformasiya, elektron ticarət, rəqəmsal iqtisadiyyat, innovasiya, süni intellekt, kibertəhlükəsizlik, şəbəkə effektləri, rəqəmsal platformalar.

Giriş

Rəqəmsal transformasiya informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının (İKT) iqtisadiyyatın, cəmiyyətin və idarəetmənin bütün sahələrinə dərin inteqrasiyasıdır. Bu proses təkcə texnoloji yenilikləri deyil, həm də biznes modellərində, idarəetmə mexanizmlərində və istehlakçı davranışında köklü dəyişiklikləri əhatə edir.

Elmi əsaslar:

- Sistemli yanaşma;
- İnnovasiyanın yayılması nəzəriyyəsi (Rogers, 2003);
- Texnologiyanın Qəbul Modeli (TAM);
- Resurs əsaslı yanaşma (RBV).

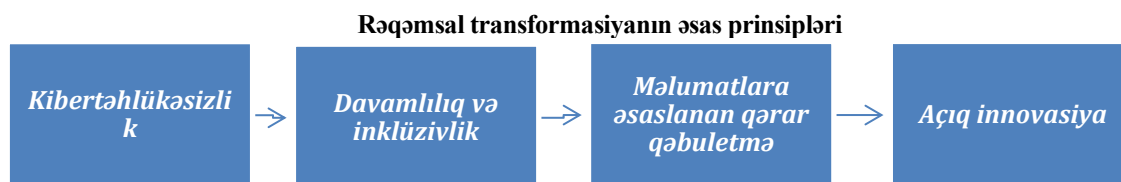
Sistem yanaşması müasir tədqiqatlarda rəqəmsal transformasiyanın elmi əsaslarını izah etmək üçün fundamental nəzəri çərçivə olaraq qalır. Bu

yanaşma iqtisadiyyatı və cəmiyyəti mürəkkəb, bir-birindən asılı elementlərdən ibarət vahid bir sistem kimi nəzərdən keçirir və bütün altsistemlərin - iqtisadi, sosial, texnoloji və idarəetmə strukturlarının qarşılıqlı təsirini araşdırır. Rəqəmsal transformasiya prosesi təkcə texnoloji deyil, həm də təşkilatı və sosial dəyişiklikləri əhatə etdiyindən, sistem yanaşması vasitəsilə bu proseslərin qarşılıqlı təsirlərini dərinlənən anlamaq mümkündür. Rəqəmsal transformasiya strategiyalarının uğurla həyata keçirilməsi üçün sistem daxilindəki elementlərin dinamik balansı və qarşılıqlı təsir mexanizmləri nəzərə alınmalıdır. Bu yanaşma həmçinin kiçik və orta müəssisələrin rəqəmsal qəbul proseslərinin təhlilində və rəqəmsal transformasiyanın proses sərhədlərinin müəyyən edilməsində uğurla tətbiq olunur.

İnnovasiyanın yayılması nəzəriyyəsi rəqəmsal texnologiyaların və innovasiyaların cəmiyyətdə necə yayıldığını izah edən əsas nəzəri çərçivədir və bu gün də aktuallığını qoruyur. İnnovasiya Nəzəriyyəsinin Yayılması, yeni texnologiyaların və innovasiyaların zamanla cəmiyyətdə necə tədricən qəbul edildiyini izah edir. Bu çərçivəyə görə, fərdləri innovasiyanı qəbul etmək istəklərinə görə beş kateqoriyaya bölmək olar. Bunlar yeni ideyaları ilk qəbul edən innovatorlardan tutmuş dəyişikliyi sonuncu qəbul edən geridə qalanlara qədərdir. Bulud hesablama, süni intellekt və blokçeyn kimi müasir texnologiyaların tətbiqinə sosial əlaqələr, fikir liderlərinin təsiri və iqtisadi şərait də daxil olmaqla bir neçə amil təsir göstərir. Texnologiyanın mənimsənilməsini anlamaq üçün digər vacib bir çərçivə Texnologiya Qəbulu Modelidir (TQM). Bu model, istifadəçilərin bir texnologiyanı mənimsəmək qərarlarının əsasən iki amillə müəyyən edildiyini göstərir: texnologiyanın onların performansını nə dərəcədə

yaxşılaşdıracağına inandıqları və istifadəsinin nə qədər asan olduğunu qəbul etdikləri. Bu ölçülər rəqəmsal texnologiyaların qəbulunu araşdıran tədqiqatlarda geniş tətbiq olunmağa davam edir. Orijinal TQM olduqca aktual olaraq qalsa da, tədqiqatçılar mədəni xüsusiyyətlər, təhlükəsizliklə bağlı narahatlıqlar və sosial təsirlər kimi əlavə determinantları daxil etməklə inkişaf edən rəqəmsal mühiti əks etdirmək üçün modeli genişləndiriblər. Bu, təşkilatların yeni texnologiyaların uğurla tətbiqi və istifadəçi davranışını dəqiq proqnozlaşdırması üçün möhkəm nəzəri təməl yaradır [1].

Resurs Əsaslı Baxış (RBV) müəssisənin rəqəbat üstünlüyünün əsas mənbəyini onun daxili resursları və imkanları kimi izah edir və rəqəmsal transformasiya kontekstində də əhəmiyyətini qoruyub saxlayır. Rəqəmsal resurslar - məlumatlar, platformalar, intellektual kapital, yüksək ixtisaslı insan resursları - yüksək keyfiyyətli inkişaf və innovasiya göstəricilərinə güclü təsir göstərir



Mənbə: [1]- müəllif tərəfindən istinadla tərtib edilmişdir.

Açıq innovasiya biliklərin yalnız daxili mənbələrdən deyil, həm də rəqəmsal transformasiya mühitində xarici tərəfdaşlardan (universitetlər, startaplar, tədqiqat mərkəzləri, müştərilər) əldə edilməsi və paylaşılması prinsipinə əsaslanır. Bu yanaşma müəssisələrə yeni ideyalar yaratmağa, bazara çıxışı sürətləndirməyə və riskləri bölüşməyə imkan verir. Açıq innovasiya ekosistemləri həm dövlət, həm özəl, həm də vətəndaş cəmiyyəti qurumlarının birgə fəaliyyətini stimullaşdırır və rəqəmsal məhsulların yaradılmasında daha çevik və kollektiv həllərin formalaşmasını təmin edir.

Məlumatlara əsaslanan qərar qəbul etmə rəqəmsal transformasiyanın ən vacib prinsiplərindən biridir və böyük məlumatlar, süni intellekt və qabaqcıl analitika vasitəsilə elmi əsasda strateji və əməliyyat qərarlarının qəbul edilməsini əhatə edir. Bu yanaşma ilə təşkilatlar müştəri davranışını, bazar trendlərini və daxili əməliyyat göstəricilərini real vaxt rejimində təhlil edərək

riskləri azalda və çevik qərarlar qəbul edə bilirlər. Məlumatlara əsaslanan idarəetmə həm xərclərin optimallaşdırılmasında, həm də yeni məhsul və xidmətlərin hazırlanmasında əsas üstünlük yaradır [2]

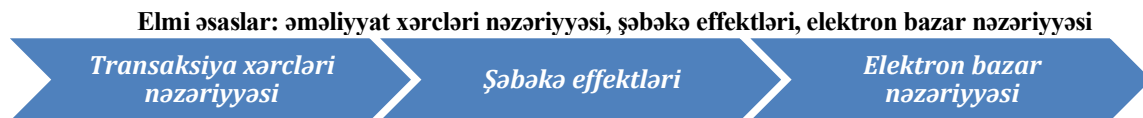
Davamlılıq və inklüzivlik rəqəmsal iqtisadiyyatın təkcə iqtisadi səmərəlilik əsasında deyil, həm də sosial ədalət və ətraf mühit məsuliyyəti əsasında inkişaf etməsini tələb edir. Rəqəmsal transformasiya layihələri ətraf mühitə təsirin azaldılmasını, enerji səmərəliliyini, gender bərabərliyini və müxtəlif sosial qruplar tərəfindən texnoloji imkanlardan bərabər istifadəni təmin etməlidir. Bu yanaşma davamlı inkişaf məqsədlərinə uyğundur və rəqəmsal texnologiyaların cəmiyyətin bütün təbəqələri üçün əlçatan olması üçün şərait yaradır.

Kibertəhlükəsizlik rəqəmsal transformasiyanın dayanıqlığını və etibarlılığını təmin edən vacib bir prinsipdir. Onlayn əməliyyatların artması və rəqəmsal platformaların istifadəsi kiberhücum

risklərini artırdığı üçün məlumatların məxfiliyini, bütövlüyünü və əlçatanlığını qorumaq üçün güclü təhlükəsizlik mexanizmləri tələb olunur. Kriptografik metodlar, çoxsəviyyəli identifikasiya, şəbəkə monitorinqi və risk əsaslı idarəetmə yanaşmaları kibertəhlükəsizliyi təmin edən əsas vasitələrdir. Bu prinsip rəqəmsal mühitdə etibar və

sabitliyi qorumaq üçün həm dövlət, həm də özəl sektorun strateji prioritetlərindən biridir.

Elektron ticarət (e-ticarət) İnternet və digər rəqəmsal platformalar vasitəsilə mal və xidmətlərin alqı-satqısı prosesidir. Bu modelə B2C, B2B, C2C, eləcə də yeni hibrid formatlar (C2B, G2C və s.) daxildir.



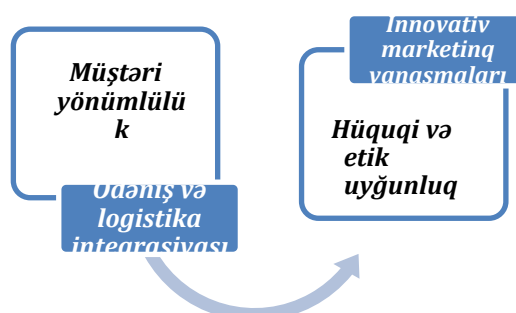
Mənbə:[3] - müəllif tərəfindən istinadla tərtib edilib

Elektron bazar nəzəriyyəsi elektron ticarətin iqtisadi əsaslarını izah etmək üçün ən vacib yanaşmalardan biridir. Bu nəzəriyyə rəqəmsal mühitdə qiymət formalaşması, alıcı və satıcıların qarşılıqlı təsiri və bazar vasitəçilərinin rolunun azaldılması kimi prosesləri öyrənir. Rəqəmsal texnologiyalar informasiya asimmetriyasını azaldır, əməliyyat xərclərini minimuma endirir və bazarlar arasında birbaşa əlaqəni gücləndirir. İştirakçılar. Elektron bazarlar daha yüksək qiymət şəffaflığı və tələblə təklifin uyğunlaşdırılması üçün daha səmərəli mexanizmlər ilə xarakterizə olunur. Bu xüsusiyyətlər həm istehlakçılar, həm də firmalar üçün əməliyyat xərclərinin azalmasına kömək edir və ümumi bazar göstəricilərini artırır. Elektron ticarətin genişlənməsinin əsas amili şəbəkə effektlərinin mövcudluğudur ki, burada onlayn platformaların dəyəri iştirakçıların sayı artdıqca artır və bu da rəqəmsal bazarların inkişafını sürətləndirir. Şəbəkə Bu effekt, platformaya qoşulan istifadəçilərin sayı artdıqca həmin platformanın ümumi dəyəri digər iştirakçılar üçün artdıqda baş verir. Bu təsir xüsusilə iki tərəfli bazarlarda - məsələn, onlayn bazarlarda və sosial şəbəkə əsaslı ticarət platformalarında özünü

göstərir. İstifadəçilərin sayı artdıqca satıcılar daha geniş alıcı bazasına çıxış əldə edir və alıcılar daha geniş məhsul və xidmət seçiminə malikdirlər. Bu, rəqəmsal platformaların eksponensial artımını stimullaşdırır və aparıcı platformaların bazarda dominant mövqe tutmasına səbəb olur[3].

Əməliyyat xərcləri nəzəriyyəsi (Coase, Williamson) elektron ticarətin əməliyyat xərclərinin strukturuna təsirini izah edir. Coase-in “Firmaların Təbiəti” yanaşmasına görə, şirkətlər bazar mexanizmi ilə müqayisədə daha aşağı daxili koordinasiya xərcləri səbəbindən formalaşır. Williamson da öz növbəsində bu yanaşmanı inkişaf etdirmiş və müqavilə nəzəriyyəsini və müxtəlif növ əməliyyat xərclərini (axtarış, müqavilə bağlanması, nəzarət və icra xərcləri) izah etmişdir. Elektron ticarət rəqəmsal texnologiyalar vasitəsilə bu xərcləri əhəmiyyətli dərəcədə azaldır: məhsul axtarışı, qiymət müqayisəsi, müqavilə bağlanması və ödəniş prosesləri onlayn platformalarda daha az vaxt və resurs tələb edir. Bu, bazar əməliyyatlarının daha səmərəli və çevik həyata keçirilməsinə, eləcə də yeni biznes modellərinin formalaşmasına imkan verir.

Elektron ticarətin əsas prinsipləri:



Mənbə: [4] müəllif tərəfindən istinadla tərtib edilmişdir.

Müştəri mərkəzliliyi elektron ticarətin əsas strategiyalarından biridir və müştərinin ehtiyaclarını və gözləntilərini bütün biznes proseslərinin mərkəzinə qoymağı nəzərdə tutur. Bu prinsip məhsul və xidmətlərin fərdiləşdirilməsi, yüksək keyfiyyətli müştəri dəstəyi və istifadəçi təcrübəsinin (UX/UI) optimallaşdırılması yolu ilə həyata keçirilir. Rəqəmsal analitika və süni intellekt texnologiyalarından istifadə müəssisələrə müştəri davranışı və üstünlükləri haqqında daha dərinlən məlumat əldə etməyə imkan verir. Məlumatlara əsaslanan yanaşmalardan istifadə etməklə şirkətlər fərdi müştəri ehtiyaclarını daha yaxşı qarşılayan yüksək dərəcədə fərdiləşdirilmiş məhsullar, xidmətlər və promosyon təklifləri hazırlaya bilərlər. Belə fərdiləşdirmə yalnız müştəri məmnuniyyətini artırmaqla yanaşı, daha güclü əlaqəyə və biznes fəaliyyətinin yaxşılaşdırılmasına da töhfə verir [4].

Ödəniş sistemlərinin və logistika əməliyyatlarının integrasiyası elektron ticarət mühitində uğurun əsas elementini təmsil edir. Səmərəli və təhlükəsiz ödəniş mexanizmləri, real vaxt rejimində göndərmə izləmə və çoxkanallı çatdırılma həlləri ilə birlikdə, rahat və ardıcıl müştəri səyahətinin yaradılmasına kömək edir. Bu integrasiya səviyyəsi əməliyyat effektivliyini artırır, əməliyyat və paylama xərclərini azaldır, təchizat zəncirinin cavabdehliyini artırır və şirkətin bazaradakı rəqabət mövqeyini gücləndirir. Hüquqi və etik standartlara riayət etmək elektron ticarət fəaliyyətinin uzunmüddətli dayanıqlığı üçün vacibdir. Təşkilatlar məlumatların məxfiliyini, elektron əməliyyatları, vergitutmanı və istehlakçıların hüquqlarının qorunmasını tənzimləyən həm milli, həm də beynəlxalq qaydalara riayət etməlidirlər. Bu hüquqi tələblərə riayət etmək potensial riskləri minimuma endirir və müştəri inamını yaratmağa kömək edir. Etik məsuliyyət şəffaf reklam təcrübələrinə, müştəri məlumatlarının diqqətlə idarə olunmasına və sosial məsuliyyətli biznes davranışının təşviqinə qədər uzanır.

Müasir marketinq strategiyaları getdikcə daha çox cəlbəedici və fərqli rəqəmsal təcrübələrin təqdim edilməsinə yönəlir. Sosial media marketinqi, süni intellektlə işləyən tövsiyə mexanizmləri, təsir gücünə malik əməkdaşlıq və məzmun əsaslanan kampaniyalar kimi yanaşmalar brend məlumatlılığının artırılmasında,

müştəri münasibətlərinin gücləndirilməsində və satış artımının stimullaşdırılmasında mühüm rol oynayır. Bundan əlavə, real vaxt analitik vasitələrinin mövcudluğu təşkilatlara daha dəqiq, ölçülə bilən və müştəri yönümlü marketinq təşəbbüsləri hazırlamağa imkan verir.

Rəqəmsal transformasiya və elektron ticarətin inkişafı bir-biri ilə sıx bağlı və qarşılıqlı dəstəkləyici proseslərdir. Texnoloji irəliləyişlər çoxkanallı pərakəndə satış və süni intellekt əsaslı fərdiləşdirmə də daxil olmaqla innovativ elektron ticarət modellərinin ortaya çıxmasına kömək edir. Eyni zamanda, elektron ticarətin sürətli böyüməsi təşkilatları rəqəmsal infrastruktura, texnoloji imkanlara və innovasiyaya daha çox investisiya qoymağa təşviq edir və bununla da ümumi rəqəmsal transformasiyanı sürətləndirir.

Nəticə

Tədqiqatın nəticələri rəqəmsal transformasiyanın və elektron ticarətin müasir iqtisadiyyatın tərəqqisini sürətləndirən vacib elementlərə çevrildiyini vurğulayır. Qabaqcıl informasiya və kommunikasiya texnologiyalarını biznes proseslərinə integrasiya etməklə rəqəmsal transformasiya ənənəvi təşkilati strukturları, idarəetmə təcrübələrini və əməliyyat modellərini yenidən formalaşdırmışdır. Bu transformasiya təşkilatlar üçün uyğunlaşma qabiliyyətinin artmasına, daha güclü innovasiya potensialına və rəqabət üstünlüklərinin artmasına töhfə verir. Sistem yanaşması, innovasiyaların yayılması nəzəriyyəsi, Texnologiyanın Qəbulu Modeli və resurs əsaslı baxış da daxil olmaqla nəzəri perspektivlər rəqəmsal texnologiyaların təşkilatlar daxilində necə qəbul edildiyini, tətbiq olunduğunu və effektiv şəkildə istifadə edildiyini izah etmək üçün hərtərəfli bir çərçivə təmin edir.

Tədqiqatda vurğulanır ki, elektron ticarət alıcılar, satıcılar və digər bazar iştirakçıları arasında daha səmərəli, şəffaf və sürətli qarşılıqlı əlaqələri təmin etməklə rəqəmsal transformasiyanın əsas komponenti kimi xidmət edir. Elektron bazarlar, şəbəkə effektləri və əməliyyat xərcləri nəzəriyyəsi anlayışları elektron ticarət sistemlərinin iqtisadi dəyərini, rəqabət üstünlüklərini və artım dinamikasını izah etməyə kömək edir. Bundan əlavə, davamlı elektron ticarətin inkişafı güclü müştəriyə yönəlmiş yanaşma, ödəniş və çatdırılma proseslərinin effektiv koordinasiyası, hüquqi və etik tələblərə uyğunluq və innovativ marketinq

strategiyalarının tətbiqi daxil olmaqla bir neçə vacib amildən asılıdır.

Tədqiqat həmçinin rəqəmsal transformasiya və elektron ticarətin bir-birinə davamlı və gücləndirici bir dövrdə təsir etdiyini göstərir. Rəqəmsal texnologiyaların inkişafı elektron ticarətin yeni formalarının inkişafı üçün imkanlar yaradır, elektron ticarətin genişlənməsi isə rəqəmsal infrastruktura daha çox investisiya qoyuluşunu stimullaşdırır, texnoloji innovasiyanı təşviq edir və iqtisadi fəaliyyətlərin daha səmərəli idarə olunmasını dəstəkləyir.

Bu baxımdan, müəssisələr və dövlət qurumları üçün rəqəmsal texnologiyalara investisiyaların artırılması, kibertəhlükəsizlik tədbirlərinin gücləndirilməsi və rəqəmsal iqtisadiyyatın davamlı inkişafı üçün innovasiya yönümlü strategiyaların tətbiqi böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Bu kontekstdə rəqəmsal transformasiya və elektron ticarət rəqabət qabiliyyətini gücləndirməklə, innovasiyanı təşviq etməklə və davamlı iqtisadi artım üçün təməl yaratmaqla müasir iqtisadi sistemlərin inkişafını dəstəkləyən tamamlayıcı proseslər kimi ortaya çıxır.

ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Plexanov, A. və b. (2023). Rəqəmsal Transformasiya: İcmal və tədqiqat gündəliyi. Beynəlxalq Biznes və Maliyyədə Tədqiqatlar, 64, 101864.

2. Chesbrough, H. W. (2020). Açıq İnnovasiya Nəticələri: Şöhrətdən kənara çıxmaq və işə başlamaq. Oxford Universiteti Nəşriyyatı

3. Williamson, O. E. (2010). Əməliyyat Xərcləri İqtisadiyyatı: Baxış. İqtisadi Ədəbiyyat Jurnalı, 48(3), 709.

4. Laudon, K. C. və Traver, C. G. (2021). Elektron ticarət: biznes, texnologiya, cəmiyyət (16-cı nəşr). Pearson.

5. Asiya İnkişaf Bankı. (2023). Mərkəzi Asiyada rəqəmsal ticarət və elektron ticarətin inkişaf perspektivləri. Manila: AİB.

6. Cavallo, A. (2017). Onlayn və oflayn qiymətlər oxşardır mı? American Economic Review, 107(1), 283–303.

7. Beynəlxalq Əmək Təşkilatı. (2021). Rəqəmsallaşmanın məşğulluğa təsiri. Cenevrə: BƏT.

8. Beynəlxalq Valyuta Fondu. (2020). Rəqəmsal ödənişlər və maliyyə inklüzivliyi. Vaşinqton, DC: BVF.

9. İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı. (2022). Azərbaycanda müəssisələrin rəqəmsallaşdırılmasının təşviqi. Paris: OECD.

10. Pearson, K. (1895). Reqrressiya və varislik haqqında qeydlər. London Kral Cəmiyyətinin materialları, 58, 240–242.

11. ABŞ Siyahıyaalma Bürosu (2024). Rüblük Pərakəndə Elektron Ticarət Satışları, 2023-cü ilin 4-cü rübü. Vaşinqton, DC: ABŞ Ticarət Nazirliyi.

12. ABŞ Ticarət Departamenti, İqtisadiyyat və Statistika İdarəsi (2023). Rəqəmsal İqtisadiyyat Göstəriciləri: Elektron ticarət və Pərakəndə Ticarət Statistika. Vaşinqton, DC. 60.

13. <https://data.tuik.gov.tr>

14. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-single-market>

THEORETICAL AND ECONOMIC FOUNDATIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION AND E-COMMERCE

Sevinj Agabala MAMMADOVA

Department of Industrial Economics, Azerbaijan State Oil and Industrial University

E-mail: n.a.mamedova.87@gmail.com

Abstract: Digital transformation refers to a comprehensive process of change driven by the integration of information and communication technologies into various aspects of contemporary society. This transformation extends beyond the adoption of advanced technologies and also encompasses modifications in organizational management, business operations, and individual behavior. Its primary objective is to enhance efficiency, adaptability, and innovation across different sectors.

One of the most significant outcomes of digital transformation is the emergence and rapid growth of electronic commerce. By enabling commercial transactions through online networks and digital platforms, e-commerce provides substantial benefits for both businesses and consumers, including reduced costs and increased convenience. The success of e-commerce largely depends on factors such as customer satisfaction, secure payment mechanisms, effective logistics systems, and innovative marketing strategies. Digital transformation and e-commerce are closely interconnected and reinforce one another. Advances in digital technologies create new opportunities for online business activities, while the expansion of e-commerce stimulates further technological innovation and infrastructure development. Consequently, these processes contribute to economic growth, strengthen the competitive position of enterprises, and improve the quality of services available to consumers.

Keywords: digital transformation, electronic commerce, digital economy, innovation, artificial intelligence, cybersecurity, network effects, digital platforms

ТЕОРЕТИЧЕСКИ-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ И ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Севиндж Агабала МАММАДОВА

Кафедра промышленной экономики, Азербайджанский государственный нефтяной и промышленный университет

E-mail: n.a.mamedova.87@gmail.com

Резюме: Цифровая трансформация представляет собой масштабный процесс изменений, связанный с внедрением информационно-коммуникационных технологий во все сферы современной жизни. Этот процесс охватывает не только использование новых технологий, но и трансформацию управления предприятиями, организации бизнес-деятельности и моделей поведения людей. Главная цель цифровой трансформации — обеспечить более эффективную, гибкую и инновационную организацию деятельности. Электронная коммерция считается одним из важнейших результатов этой трансформации. Сделки купли-продажи, осуществляемые через Интернет и цифровые платформы, позволяют как предприятиям, так и потребителям экономить время и сокращать издержки. Развитие электронной коммерции тесно связано с повышением удовлетворенности клиентов, созданием безопасных платежных систем, совершенствованием логистических услуг и применением инновационных методов маркетинга. В статье подчеркивается, что цифровая трансформация и электронная коммерция — это взаимодополняющие процессы. Развитие цифровых технологий открывает новые возможности для электронной коммерции, а расширение сферы электронной коммерции, в свою очередь, стимулирует цифровые инновации и развитие технологической инфраструктуры. В результате эти процессы создают условия для ускорения экономического развития, повышения конкурентоспособности предприятий и улучшения качества услуг для потребителей.

Ключевые слова: цифровая трансформация, электронная коммерция, цифровая экономика, инновации, искусственный интеллект, кибербезопасность, сетевые эффекты, цифровые платформы.