**UOT: 339.187; 339.13**

# İNTERNET VASITƏSI ILƏ TICARƏTIN MARKETINQƏ MÜSBƏT TƏSIRLƏRI

**A.T. ƏLİMƏMMƏDOV**
**Bakı Mühəndislik Universiteti**

*Məqalədə internetin müasir marketinqə müsbət təsirlərindən danışılır. Xülasə olaraq deyə bilərik ki, internet marketinqin inkişafını, firmalarası rəqabəti, tələbə daha yaxın olmağı, reklam və digər bu kimi xüsusiyyətləri daha da inkişaf etdirir. Günümüzdə olan şirkətlərin müasir tələblərə cavab dərəcəsi, texnoloji inkişaf, məhsul sifarişi və çatdırılması, ödəniş imkanları və istədiyimiz məhsul barədə keyfiyyətli informasiyanı rahat şəkildə əldə etməyimiz bunun bariz nümunəsidir.*

***Açar sözlər:*** *internet, inkişaf, marketinq, satış, reklam, informasiya.*

İşgüzar şəbəkə yaratmaq, satış etmək və müəssisələrini addım – addım inkişafa aparmaq üçün sahibkaların ən çox istifadə etdiyi metod E-ticarət – yəni internet vasitəsi ilə ticarətdir. İnkişaf etməkdə olan texnologiya nəticəsində, internetin artan əhəmiyyəti ilə ortaya çıxan e-ticarət, ticarətin elektron mühitdə aparılmasına aid olan bir üsuldur. E-icarət internet şəbəkəsi vasitəsi ilə istehlakçılar və potensial müştərilər dünyanın hər hansı bir yerində məhsul və ya xidmət təklif edən firmaların fəaliyyətlərindən xəbərdar ola bilir, məhsul və xidmətdən yerindəcə yararlana bilirlər. Bu da sahibkarların beynəlxalq bazarda daha aktiv olmasına şərait yaradır. Bununla birgə qeyd edək ki, internet vasitəsi ilə ticarət ənənəvi ticarət üsullarından daha az xərc tələb edir.[1, səh 23]

Araşdırmalar göstərir ki, texnologiyanın son illərdə sürətlə inkişafı sahibkarların sayına və onların bazardakı uğuruna xeyli müsbət təsir göstərmişdir. Bunun səbəbi, e-ticarətin böyük sərmaye yatırmadan sahibkarların öz işlərini aça bilməsinə və işlərini az xərclərlə görə bilmələrinə şərait yaratmasıdır. Sahibkarlar marketinq və satış fəaliyyətlərini elektronik mühitə daşıya bilərlər. Yaxşı bə e-ticarətin sahibkarlar üçün təklif etdiyi imkanlar hansılardır?[1, səh. 25-33]

**I- Əlçatan olması.**

E-ticarətlə məşğul olan müəssisələr internet sayları vasitəsi ilə 7/24 saat açıqdır. Potensial müştərilər istədikləri vaxtda müəssisə barədə məlumatlara sahiblənə bilər, təklif edilən məhsul və xidmətlər barədə araşdırma apara bilərlər. Bundan əlavə elektron olaraq satınalma şəraiti yaradan şirkətlər məhsullarının və xidmətlərinin mağazalara nisbətən internetlə daha çox halda biləcəklərini düşünürlər. Bunun səbəbi inişaf etmiş texnologiya sayəsində bank, təhsil, sağlamlıq və s. kimi xidnətlərdən zaqda olan müştərilər varsa onların satınalma cəhətdən daha asan yol axtarmalarıdır.

**II- Bazara yaxınlıq.**

Ənənəvi ticarətin tətbiq olunduğu yerlərdə ən əsas meyarlardan biri də bazara yaxınlıqdır. Bu həm fiziki həm də psixoloji bir yaxınlıqdır. Hər bir şirkət istesal etdiyi məhsulun və ya xidmətin təklif etdiyi bazara yaxın olmasını istəyir. Bunun səbəbi satılan məhsul və ya xidmətin doğru yollarla və təmiz olaraq müştəriyə çatdırmaqvə müştərinin məhsuldan razı qalıb qalmamasını öyrənmək istəyidir. E-ticarət "uzaqları yaxın edən"bir ticarət növü olduğundan ənənəvi ticarətlə işləyən şirkətlərdəki bir-çox problemi aradan qaldırır.

**III- Problemləri ən az xərclə aradan qaldırma.**

Müəssisə sahibləri məhsullarının satışını və marketinqini həyata keçirmək üçün (müəssisə növü fərqli olsa belə) çox vaxt mağaza ofis və restoran kimi daşınmaz əmlalara da ehtiyac duyurlar. Müəssisələrini böyütmək istəyən müəssisələrin qabağına çıxan ən böyük problem açmaq istədikləri mağaza və ya ofisdir. Bu da müəssisənin başqa bir filialının olmasını əngəlləyir. E-ticarətlə məşğul olan müəssisə isə rahatlıqla həm də ən az xərclə 3 filial aça bilər. Aylıq arenda və kommunal xərcləri ödəmə məcburiyyətində qalmadan, müştərilərin 7/24 əlaqə yarada biləcəkləri bir şöbə açmaq e-ticarət şəbəkəsi sayəsində olduqca praktik və ağıllı bir yöntəmdir.

**IV- Qarşılıqlı əlaqə.**

E-ticarət, müəssisələrə istehsal və marketinq proseslərində öz müştəriləri haqqında məlumat verməyə imkan verir. Müştərilərin tələblərinə uyğun olaraq məhsul və ya xidmətləri istehsal edir və müştərilər tərəfindən seçilən kanallardan satış edə bilir. Elektron ticarətlə yaradılan fərqlə, ünsiyyət yalnız müəssisədən müştəriyə və müştəridən biznesə ötürülə bilər. E-ticarət saytına malik bir şirkət, biznesin mövcud filiallarına və mağazalarına daha çox müştərilər cəlb edəcək və bu sayt vasitəsilə əldə edilən məlumat və təhlillərə əsasən daha çox adını açıqlayan üsulları inkişaf etdirə bilər.

**V- Müştəri tələblərinin effektiv və sürətli təxmin edilməsi:**[2]

Müştərinin hansı məhsulu istədiyini onlar haqqında məlumat bazası yaradaraq tələbə uyğunlaşmağa çalışılırlar.

**VI- Elektron ödəmə imkanı:**

Borc yaxud kreditlər elektron olaraq kredit kartı yaxud ödəmə nöqtələrindən ödənilir. Bu da firmalara görə infrastruktur xərclərinin azaldılmasına kömək edir.

## ƏDƏBİYYAT

1. Savaş Çetinkaya. İdea soft yazılım; Ankara – 2016. 2. https://www.webtures.com.tr. 3. Şenol Elbay. Pazarlamanın önemi; Balıkesir-2018

## Цели торгового рынка с интернет-вакитацией

**А.Т.Алимамедов**

В статье обсуждается положительное влияние Интернета на современный маркетинг. Подводя итог, можно сказать, что развитие интернет-маркетинга, конкуренция компаний, сближение студентов, реклама и многое другое. Это яркий пример того, что современные компании имеют доступ к качественной информации о современных требованиях, развитии технологий, заказе и доставке продуктов, способах оплаты и продуктах, которые мы хотим.

**Ключевые слова:** интернет, разработка, маркетинг, продажи, реклама, информация.

## Purposes of trade market with internet vacitation

**A.T.Alimamedov**

The article discusses the positive effects of the internet on modern marketing. In summary, we can say that the development of internet marketing, company competition, student closer, advertising, and more. It's a clear example of the fact that today's companies have access to quality information about modern requirements, technology development, product ordering and delivery, payment options, and the products we want.

***Key words:*** *internet, development, marketing, sales, advertising, information.*

arslanalimamedov@hotmail.com