

*Багирли Вугар Давид оглы,
доктор философии по праву,
старший преподаватель,
Университет Азербайджан,
E-mail: vuqar_bagirli@mail.ru
© Багирли В.Д., 2022*

УДК - 34

РАЗВИТИЕ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Р Е З Ю М Е

Цель исследования - изучить цифровую экономику и ее роль в экономической системе, исследовать связь между устойчивым развитием и цифровой экономикой, исследовать влияние цифровой трансформации на экономику, а также исследовать развитие цифрового предпринимательства.

Методология исследования - теоретической основой исследования является изучение развития цифровых технологий в экономике с помощью определенных методов. В исследовании использовались методы наблюдения, индукции, обобщения и сравнения.

Практическая значимость исследования – основные положения и результаты исследования показали, что экономическая активность в Европейском союзе, развивающаяся параллельно с темпами использования информации и связи, во многих сферах ниже среднего по Азербайджану.

Результаты исследования - связаны с выявлением и рассмотрением разработок в области информационных и коммуникационных технологий в Азербайджане, а также этим определяются использование и правовое регулирование цифровой экономики.

Оригинальность и научная новизна исследования - в исследовании определена роль цифровых технологий в экономике, проанализированы экономические преимущества современных технологий, изучены и уточнены правовые вопросы в цифровой экономике.

Ключевые слова: цифровая экономика, деструктивные технологии, правовое регулирование, экономическое развитие.

ВВЕДЕНИЕ

Предпринимательская деятельность играет важную роль в условиях острой конкуренции, например, способствуя решению проблемы безработицы, переводу экономических ресурсов из низкопродуктивных сфер в высокопроизводительные, создавая условия для инноваций и творчества. Параллельно с современными технологическими разработками изменилась концепция предпринимательства предприятий. Поразительное развитие информационных и коммуникационных технологий привело к цифровым изменениям. В то время как цифровые изменения повлияли на образ жизни людей, они также изменили способ работы бизнеса. Теперь компании должны отказаться от традиционных предпринимательских идей и переосмыслить свои продукты, услуги, процессы, стратегии, организационные структуры, человеческие ресурсы и бизнес-модели, используя преимущества новых и быстро развивающихся технологий. Другими словами, предприятия должны поставить цифровые технологии в центр своего бизнеса, чтобы идти в ногу с цифровым веком и обеспечивать его устойчивость. В дополнение к концептуальной основе цифрового предпринимательства, это исследование направлено на предоставление общей информации по теме, приводя примеры из делового мира. В этом контексте сначала будут обсуждаться истоки, развитие, определение, виды и отличия цифрового предпринимательства от традиционного предпринимательства.

Основное содержание исследования

С цифровыми изменениями один из элементов цифровой экономики, потребители, клиенты, компании, цепочки создания стоимости, сектора и экосистемы претерпели совсем другие изменения. Это изменение проявляется почти во всех областях, таких как стратегии компании, бизнес-модели, продукты и услуги, клиенты, процессы, организационные структуры, механизмы принятия решений, технологическая инфраструктура и партнерства. Новые цифровые технологии, такие как мобильные вычисления, облачные вычисления, социальные сети, 3D-печать и анализ данных, знаменуют собой начало новой эры в предпринимательстве, приводя к значительным изменениям в бизнес-процессах и результатах. Таким образом, при объединении понятий предпринимательства и информационных технологий возник новый предпринимательский подход, получивший название «цифровое предпринимательство» [4, с.124-125]. В цифровом предпринимательстве часть или вся традиционная предпринимательская деятельность осуществляется в цифровом формате. Соответственно, существует три типа цифрового предпринимательства (см. Таб.1).

Таблица 1.

Виды цифрового предпринимательства [6]



С ростом возможностей цифровых технологий все более широкое распространение получают практики цифрового предпринимательства. Цифровое предпринимательство стало популярным видом предпринимательства в результате обновленных информационных технологий, различного использования обрабатываемых данных, дифференциации каналов связи и изменений в средствах коммуникации. Степень цифровизации компании определяется скоростью цифрового маркетинга, цифровых продаж, цифровым качеством товаров или услуг, цифровым потенциалом дистрибуции товаров или услуг, цифровым взаимодействием с ключевыми внешними заинтересованными сторонами в цепочке создания стоимости и критериями цифрового потенциала. Сегодня цифровые предприниматели, которые имеют право голоса в создании виртуальных организаций, их продвижении на рынке, обеспечении конкурентного преимущества, определяются как те, кто может видеть все возможности, связанные с информационными технологиями. Тем, кто рассматривает возможность открытия цифрового бизнеса, следует обсудить типологию, особенности и то, как эти особенности формируются, а также возможности и угрозы цифрового предпринимательства.

Различия между цифровым предпринимательством и традиционным предпринимательством

Традиционная концепция предпринимательства заключается в том, чтобы распознать и использовать возможности, превращать эти возможности в рыночные товары

или услуги, создавать добавленную стоимость, идти на риск и получать вознаграждение. Цифровое предпринимательство, с другой стороны, сочетает в себе характеристики традиционного предпринимательства с уникальностью цифрового поля и связывает его с большей чувствительностью к риску, креативностью или гибкостью. Цифровое предпринимательство имеет иные аспекты, чем традиционное предпринимательство. Эти различия сравниваются ниже [5]:

1. Простота выхода на рынок: в цифровом предпринимательстве доступ к рынку прост и занимает меньше времени. Этот вид предпринимательства позволяет физическим лицам создавать малые предприятия и коммерческие сайты в короткие сроки.

2. Простота производства и защиты. Традиционные предприниматели находятся в невыгодном положении с точки зрения производства и сбыта. Цифровое предпринимательство экономит на производстве и защите. В цифровом мире инвентаризация бессмысленна. В этом случае иногда нет необходимости в производственном помещении или складе.

3. Простота распространения: в цифровом предпринимательстве распространение продукта происходит быстрее и дешевле.

4. Цифровое рабочее место. По мере того как товары и услуги становятся цифровыми, потребность в физически собранных рабочих группах значительно снижается. Цифровое предпринимательство дает возможность работать с сотрудниками и партнерами из любой точки мира.

5. Приверженность цифровым технологиям. Развитие организационной приверженности в цифровом предпринимательстве сложнее, чем в традиционном предпринимательстве.

6. Связь с цифровыми технологиями. Цифровые предприятия могут использовать компьютерные технологии в своих организациях в качестве основного средства связи между ключевыми заинтересованными сторонами, такими как поставщики и клиенты, или внутри компании.

7. Гибкая организационная структура. Технологическое движение делит компании на иерархические организационные структуры, вынуждая их разрабатывать гибкую и совместную новую организационную структуру, состоящую из многофункциональных команд.

Кроме того, существуют различия между цифровым предпринимательством и традиционным предпринимательством с точки зрения экспортного потенциала. Благодаря цифровым инициативам стал возможен устойчивый экспорт на разные рынки различных продуктов и новых инициатив. В то время как темпы роста компаний электронного экспорта в 2018-2019 годах составили 92%, темпы роста традиционных компаний-экспортеров за предыдущие пять лет, включая 2017 год, составили 37%.

Таблица 2.

Отличие цифрового предпринимательства от традиционного предпринимательства [7].

| | Традиционное предпринимательство | Цифровое предпринимательство |
|-------------------------------|---|-------------------------------------|
| Доступ к рынку | Трудно | Легко |
| Развертывание | Медленнее | Быстрее |
| Рабочее место | Физически объединяются | Цифровое рабочее место |
| Организационное обязательство | Легко | Труднее |
| Режим общения | Лицом к лицу | Компьютерные и цифровые технологии |
| Организационная структура | Иерархически | Гибкий и совместный |
| Производство и хранение | Трудно | Легко |

Приведем некоторые примеры для сравнения [1, с.67].

Netflix:

Основана в 1997 году в США. Он занимается производством и распространением сериалов. Это потоковый сервис, который позволяет клиентам смотреть различные сериалы, фильмы и документальные фильмы на устройствах, подключенных к Интернету. По состоянию на 2018 год компания работает более чем в 190 странах.

Google:

Компания Google, основанная в США в 1998 году, инвестирует в поиск в Интернете, распространение данных в Интернете, рекламные технологии и поисковые системы. Он имеет миллиарды веб-каталогов. Таким образом, пользователи могут искать нужную им информацию, используя ключевые слова и приложения. По состоянию на май 2015 года компания является крупнейшей интернет-компанией в мире с рыночной стоимостью 510 миллиардов долларов. Доход Google в 2018 году составил 109,65 млрд долларов, и большая часть этого дохода пришла от рекламы.

Facebook:

Основанная в США в 2004 году, компания является одной из самых популярных социальных платформ в мире. Оборот компании увеличился с 40,7 млрд долларов в 2017 году до 70,7 млрд долларов в 2019 году. Хотя большую часть выручки компания получает от рекламы, в 2018 году произошел переход на электронную коммерцию и онлайн-маркетинг.

Airbnb:

Компания, основанная в США в 2018 году, представляет собой веб-приложение,

AUDIT 2022, 1 (35), səh. 120-129.

AUDIT 2022, 1 (35), pp. 120-129.

которое позволяет людям находить и арендовать жилье во время путешествий. Домовладельцы и гости получают выгоду от этой платформы при общении друг с другом и отправке платежей. Выручка Airbnb в мае 2018 года составила 31 миллиард долларов. Для большинства гостей, которые пользуются этой услугой, использование Airbnb обходится дешевле, чем обычный номер в отеле. Например, в 2015 году средний дневной срок пребывания в собственности компании Airbnb в Сан-Франциско был на 18,8% ниже, чем средний дневной тариф для отелей.

WeChat:

Платформа, основанная в Китае в 2011 году, представляет собой новое мощное мобильное приложение. Пользователь завершает процесс регистрации со своим номером телефона. Это приложение позволяет совершать видео- и голосовые вызовы, а также обмениваться сообщениями. В 2013 году китайские пользователи WeChat использовали мобильные данные на сумму 15,3 миллиарда долларов. Во втором квартале 2018 года у компании было 1 057,7 миллиона пользователей в месяц.

SocietyOne:

Основанная в Австралии в 2013 году, компания объединяет нуждающихся и кредиторов, предлагая индивидуальные кредиты под низкие проценты и быстрые, в зависимости от их кредитной истории. С момента основания компании общий объем кредитных операций увеличился с 70 млн долларов США в начале 2016 года до 465 млн долларов США в июне 2018 года. Компания помогла более чем 20 000 должникам лучше погасить свои долги.

Alibaba:

Основанный в Китае в 2015 году, сайт представляет собой оптовую онлайн-площадку, где фабрики и дистрибьюторы со всего мира демонстрируют свою продукцию. Благодаря Alibaba покупатели могут фотографировать товары и сортировать их по категориям с описаниями, создавать профиль компании и иметь небольшой сайт в виде виртуального салона. По состоянию на второй квартал 2018 года общий доход Alibaba составил 12,2 миллиарда долларов.

Uber:

Основанная в США в 2017 году, компания является международной транспортной сетевой компанией. Uber предоставляет услуги по поиску пассажиров, звонкам, ценообразованию и маршрутизации. Пользователи устанавливают приложение на свои телефоны и делятся информацией о местоположении. Среди транспортных средств, зарегистрированных в системе, ближайшее к пассажиру транспортное средство подбирает пассажира и доставляет его в то место, куда он хочет отправиться.

Таким образом, обеспечивается быстрая и легкая транспортировка. В 2018 году количество клиентов Uber достигло 40 миллионов в месяц. По состоянию на май 2017 года доля Uber на рынке такси США составляла 77%. Это напрямую связано с сокращением использования традиционных такси. Быстрый рост использования смартфонов

AUDIT 2022, 1 (35), səh. 120-129.

AUDIT 2022, 1 (35), pp. 120-129.

в мире повлиял на успех Uber [2, с.134]. Кроме того, есть много причин, по которым клиенты предпочитают Uber традиционным такси. Некоторые из них; Обзор цен предварительного бронирования, навигация в одно касание, просмотр фотографий водителей — узнайте, кто они, возможность безналичной оплаты и обратной связи и т. д.

Над программами цифрового предпринимательства в Азербайджане работают следующие компании:

Acqalma.az

Компания, основанная в 2018 году, является одним из сервисов онлайн-заказа и доставки еды в Азербайджане. Пользователи могут размещать свои заказы самым простым и быстрым способом без дополнительной оплаты, заходя в меню ресторанов, с которыми у компании заключен договор [2, с.34]. Источник дохода компании основан на взимании определенной комиссии с ресторанов за заказы. По состоянию на 2019 год через компанию было заказано 190 миллионов порций еды из 22 000 частных ресторанов.

Tezbazar.az:

Основанная в 2000 году, компания представляет собой сайт бесплатной рекламы и онлайн-покупок. Это платформа для рекламы и сделок электронной коммерции во многих категориях, таких как недвижимость, транспортные средства, покупка товаров и услуг [3, с.45]. Сегодня компания, у которой 23,1 миллиона активных пользователей, 261 миллион посещений и 8 миллиардов страниц в месяц, продолжает устанавливать стандарты в своей сфере деятельности с 3 миллионами активных объявлений и большим количеством типов продуктов. Генеральный директор компании говорит, что если это возможно, он может сотрудничать с международными компаниями.

Modafun.az:

Компания, основанная в 2019 году, представляет собой торговый сайт, работающий в сфере электронной коммерции в направлении моды. Здесь продаются изделия различных всемирно известных брендов одежды. Позволяет клиентам делать покупки в различных магазинах одежды.

В результате сегодня распространение технологических новшеств во всех сферах, рост использования смартфонов и склонность клиентов к инновационным подходам находят свое отражение в деятельности бизнеса. Предприятия начали использовать информационные и коммуникационные технологии в бизнес-процессах, чтобы не отставать от цифровой трансформации, и появилась концепция цифрового предпринимательства. Успешные практики компаний, которые охватывают концепцию цифрового предпринимательства, которое отличается от традиционного предпринимательства с точки зрения определенных критериев, таких как доступ к рынку, производство, хранение, распространение, рабочее место, организационная приверженность, стиль общения и организационная структура, добились значительных успехов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом компании, занимающиеся цифровым предпринимательством, в основном работают в различных секторах, таких как развлечения, технологии, жилье, финансы, продажи, транспорт, продукты питания, напитки и мода. Кроме того, можно сделать вывод, что некоторые цифровые инициативы в Азербайджане привлекли внимание иностранных компаний, и они вместе начали строить стратегическое партнерство. На основании этих результатов ожидается, что в будущем цифровое предпринимательство будет иметь более широкую область применения по всему миру. По этой причине компаниям необходимо рассматривать развитие цифровых технологий как возможность разрабатывать новые бизнес-модели, превосходящие ожидания клиентов, с использованием технологий, соответствующих их культуре, целям, структурам и процессам. В связи с этим, помимо государственной поддержки, необходимы центры, которые будут консультировать и обучать предпринимателей цифровой трансформации. Кроме того, можно рассмотреть примеры успешных стран, ведущих цифровую трансформацию, и для сравнения можно инвестировать в аналогичные или разные области. Детальный анализ может быть представлен в качестве предложений для дальнейших исследований.

Список литературы:

1. Səmədov S.A. İqtisadi sektorlarda rəqəmsal texnologiyanın təsirləri. Bakı, 2019, 342
2. Ehnert I.H. Digital economy in London, London, POP press, 2017, 454 p.
3. Jackson L.K. Digital economy and its effect, LL press, Birmingham, 2019, 324 p.
4. İlhami F.A. Yeni texnologijiler və dijital həyat, İstanbul, KUY Baskı, 2018, 378 s.
5. <https://www.researchgate.net/publication/341868128> - rəqəmsal iqtisadiyyat 2021.
6. https://www.researchgate.net/publication/349849677_Dijital_Cagda_Yeni_Bir_Girisimcilik_Yaklasimi_Dijital_Girisimcilik/link/6043ceb54585154e8c80995d/download-girisimcilik-ve-dijital-ekenomi-2021
7. https://www.researchgate.net/publication/349849677_Dijital_Cagda_Yeni_Bir_Girisimcilik_Yaklasimi_Dijital_Girisimcilik/link/6043ceb54585154e8c80995d/download-dijital-ekenomi-ve-girisimcilik-2021

*Bağırılı Vüqar David oğlu,
hüquq elmləri üzrə fəlsəfə doktoru,
Azərbaycan Universiteti,
E-mail: vuqar_bagirli@mail.ru
© Bağırılı V.D., 2022*

RƏQƏMSAL İQTİSADİYYATDA HÜQUQİ TƏNZİMLƏNMƏNİN İNKİŞAFI

X Ü L A S Ə

Tədqiqatın məqsədi - rəqəmsal iqtisadiyyatı və onun iqtisadi sistemdəki rolunu öyrənmək, davamlı inkişaf və rəqəmsal iqtisadiyyat arasında əlaqəni araşdırmaq, rəqəmsal transfer-masiyanın iqtisadiyyata təsirini araşdırmaq və rəqəmsal sahibkarlığın inkişafını araşdırmaq.

Tədqiqat metodologiyası - tədqiqatın nəzəri əsasını müəyyən metodlardan istifadə etməklə iqtisadiyyatda rəqəmsal texnologiyaların inkişafını öyrənmək təşkil edir. Tədqiqatda müşahidə, induksiya, ümumiləşdirmə və müqayisə metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti - tədqiqatın əsas müddəaları və nəticələri göstərdi ki, Avropa İttifaqında informasiya və kommunikasiyadan istifadə tempi ilə paralel inkişaf edən iqtisadi fəaliyyət bir çox sahələrdə Azərbaycan üzrə orta göstəricidən aşağıdır.

Tədqiqatın nəticələri - Azərbaycanda informasiya-kommunikasiya texnologiyaları sahəsində baş verən hadisələrin müəyyən edilməsi və nəzərə alınması ilə bağlıdır və bu, həm də rəqəmsal iqtisadiyyatın istifadəsini və hüquqi tənzimlənməsini müəyyən edir.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi - tədqiqatda rəqəmsal texnologiyaların iqtisadiyyatda rolu müəyyən edilir, müasir texnologiyaların iqtisadi üstünlükləri təhlil edilir, rəqəmsal iqtisadiyyatda hüquqi məsələlər öyrənilir və aydınlaşdırılır.

Açar sözlər: rəqəmsal iqtisadiyyat, dağıcı texnologiyalar, hüquqi tənzimləmə, iqtisadiyyatın inkişafı.

Vugar David Bagirli,
PhD (Law),
Azerbaijan University,
E-mail: yuqar_bagirli@mail.ru
© V.D.Bagirli, 2022

LEGAL REGULATION DEVELOPMENT IN DIGITAL ECONOMY

ABSTRACT

The purpose of the research - is to study the digital economy and its role in the economic system, explore the relationship between sustainable development and the digital economy, explore the impact of digital transformation on the economy, and explore the development of digital entrepreneurship.

The methodology of the research -the theoretical basis of the research is to study the development of digital technologies in the economy using certain methods. The study used the methods of observation, induction, generalization and comparison.

The practical importance of the research - the main provisions and results of the study showed that economic activity in the European Union, developing in parallel with the pace of information and communication use, is in many areas below the average for Azerbaijan.

The results of the research - are related to the identification and consideration of developments in the field of information and communication technologies in Azerbaijan, and this also determines the use and legal regulation of the digital economy.

The originality and scientific novelty of the research - the study defines the role of digital technologies in the economy, analyzes the economic advantages of modern technologies, studies and clarifies legal issues in the digital economy.

Keywords: digital economy, destructive technologies, legal regulation, economic development.

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur:
11.02.2022
Təkrar işləməyə göndərilmişdir:
21.02.2022
Çapa qəbul olunmuşdur: 25.02.22

Дата поступления статьи в редакцию: 11.02.2022
Отправлено на повторную обработку: 21.02.2022
Принято к печати: 25.02.22

The date of the admission of the article to the editorial office: 11.02.2022
Send for reprocessing: 21.02.2022
Accepted for publication: 25.02.22