

DOI: <https://doi.org/10.36719/2663-4619/122/83-88>

Tapdıq Abbasov
Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti
<https://orcid.org/0009-0003-6387-205X>
tapdiqabbasov475@gmail.com

Azərbaycan iqtisadiyyatında rəqəmsal marketing və intellektual idarəetmə

Xülasə

Rəqəmsal transformasiya şəraitində Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafında rəqəmsal marketing və intellektual idarəetmə mühüm strateji istiqamətlərdən biri kimi çıxış edir. Müasir texnologiyaların sürətli tətbiqi ilə birlikdə iqtisadi subyektlər rəqabət mühitində uğur qazanmaq üçün ənənəvi yanaşmalardan imtina edərək daha çevik, interaktiv və məlumat əsaslı metodlara üstünlük verməyə başlayıblar.

Rəqəmsal marketing vasitələri müəssisələrin bazardakı mövqeyini izləməsinə, hədəf auditoriyanın davranış və seçim modellərini daha dərinləndirən öyrənməsinə, eləcə də fərdiləşdirilmiş və real vaxtda yenilənə bilən strategiyalar formalaşdırmasına imkan yaradır.

Digər tərəfdən, intellektual idarəetmə sistemləri süni intellekt (AI), böyük verilənlər (Big Data) analitikası, maşın təlimi və avtomatlaşdırılmış qərar qəbulətmə modelləri vasitəsilə müəssisələrin daxili idarəetmə proseslərini optimallaşdırır. Bu texnologiyalar operativ və strateji qərarların qəbulunu sürətləndirir, resursların daha rəşional bölgüsünü təmin edir və risklərin idarə edilməsində yeni imkanlar yaradır. Məsələn, AI əsaslı proqnozlaşdırma modelləri bazar dəyişikliklərini əvvəlcədən müəyyən etməyə və operativ müdaxilə tədbirləri görməyə şərait yaradır.

Rəqəmsal marketing ilə intellektual idarəetmənin sinerji şəkildə inteqrasiyası ölkənin innovativ inkişaf modeli çərçivəsində xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Bu inteqrasiya təkcə iqtisadi göstəricilərin yaxşılaşdırılması ilə məhdudlaşmır, eyni zamanda rəqəmsal ekosistemin formalaşdırılması, rəqəmsal savadlılığın artırılması və yeni texnoloji sahələrin inkişafı üçün də əlverişli zəmin yaradır. Beləliklə, Azərbaycan dayanıqlı və inklüziv iqtisadi artım məqsədlərinə daha sürətli və effektiv şəkildə çatmağa bilər.

Açar sözlər: Azərbaycan iqtisadiyyatı, rəqəmsal marketing, intellektual idarəetmə, rəqəmsal transformasiya, süni intellekt, böyük verilənlər, rəqabət qabiliyyəti, dayanıqlı inkişaf, innovasiya, strateji idarəetmə

Tapdıq Abbasov
Azerbaijan University of Architecture and Construction
<https://orcid.org/0009-0003-6387-205X>
tapdiqabbasov475@gmail.com

Digital Marketing and Intellectual Management in the Azerbaijani Economy

Abstract

Digital marketing and intelligent management act as one of the main directions for the development of the Azerbaijani economy in the conditions of digital transformation. Digital marketing tools allow enterprises to monitor market dynamics, analyze customer behavior more accurately, and optimize sales strategies through personalized approaches. This process also increases the competitiveness of companies and accelerates their integration into international markets.

On the other hand, intelligent management systems based on artificial intelligence, big data analytics and automated management technologies improve the decision-making mechanisms of

enterprises, facilitate risk management and ensure more efficient use of resources. The integration of digital marketing and intelligent management makes a significant contribution to the construction of an innovation-oriented economy in Azerbaijan, the realization of sustainable development goals and the formation of a digital ecosystem.

The article comprehensively analyzes the theoretical foundations, application possibilities and potential impact mechanisms of these directions on the national economy.

Keywords: *Azerbaijani economy, digital marketing, intelligent management, digital transformation, artificial intelligence, big data, competitiveness, sustainable development, innovation, strategic management*

Giriş

Müasir dövrdə iqtisadi inkişafın əsas hərəkətverici qüvvələrindən biri rəqəmsal texnologiyaların sürətli yayılması və tətbiqidir. Qlobal iqtisadiyyatda rəqəmsal transformasiya prosesləri yeni idarəetmə modellərinin formalaşmasına, marketing strategiyalarının yenilənməsinə və müəssisələrin fəaliyyət səmərəliliyinin yüksəlməsinə şərait yaratmışdır. Azərbaycan da bu prosedən kənarda qalmamış, iqtisadiyyatın rəqəmsallaşdırılması dövlət siyasətinin prioritet istiqamətlərindən birinə çevrilmişdir.

Rəqəmsal marketing müasir biznes mühitində istehlakçı davranışlarının analizi, bazar konjunkturasının öyrənilməsi, məhsul və xidmətlərin çevik şəkildə təqdim edilməsi baxımından mühüm alət rolunu oynayır. Sosial media platformaları, onlayn reklam sistemləri, elektron kommersiya və müştəri münasibətlərinin idarə olunması texnologiyaları müəssisələrə həm yerli, həm də beynəlxalq bazarlarda rəqəbat üstünlüyü əldə etmək imkanı verir.

Bununla yanaşı, intellektual idarəetmə sistemləri süni intellekt, maşın öyrənməsi və böyük verilənlərin analizi kimi innovativ texnologiyalara əsaslanaraq idarəetmə proseslərini optimallaşdırır. Bu yanaşma yalnız istehsal və xidmət sahələrində deyil, həm də maliyyə, logistika və strateji planlaşdırmada tətbiq olunaraq səmərəliliyi artırır, riskləri azaldır və çevik qərar qəbul etmə mexanizmlərini təmin edir.

Azərbaycan iqtisadiyyatında rəqəmsal marketing və intellektual idarəetmənin inteqrasiyası ölkənin rəqəmsal transformasiya strategiyasının mühüm komponenti olmaqla, iqtisadi artımın dayanıqlılığının təmin edilməsinə, innovasiya yönümlü inkişafın gücləndirilməsinə və beynəlxalq rəqəbat mühitində mövqelərin möhkəmləndirilməsinə xidmət edir.

Tədqiqat

Azərbaycan iqtisadiyyatında rəqəmsal transformasiya prosesi son illərdə sürətlə gedir. İnternet istifadəçilərinin sayının artması, mobil cihazların geniş yayılması və elektron ticarət platformalarının böyüməsi rəqəmsal marketingin inkişafı üçün əlverişli zəmin yaradır. Sosial şəbəkə platformaları (Facebook, Instagram, TikTok və s.) və yerli onlayn media kanalları brendlərin hədəf auditoriyasına daha effektiv çatmasına imkan verir.

Bu da müəssisələrə aşağıdakı üstünlükləri təqdim edir (Əliyeva, 2021):

- Müştəri davranışının analizi;
- Şəxsi yanaşma;
- Sərfəli xərclər.

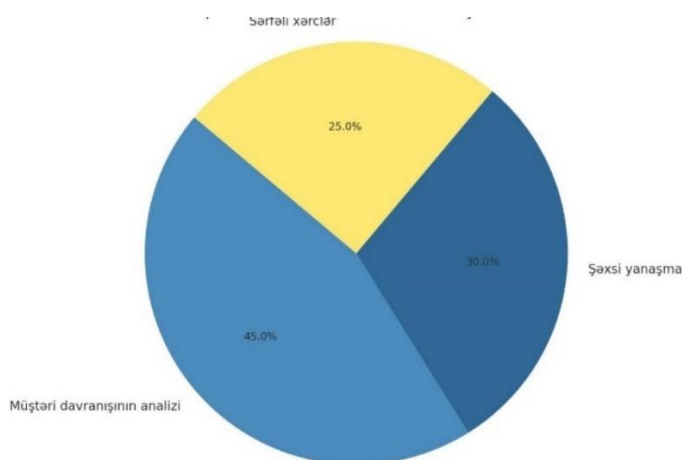
Azərbaycan iqtisadiyyatında rəqəmsal transformasiyanın əsas üstünlüklərindən biri müştəri davranışlarının dərin təhlilinə imkan verən böyük verilənlər (Big Data) texnologiyalarının inkişafıdır. Rəqəmsal marketing platformaları vasitəsilə sosial şəbəkələr, onlayn alış-veriş saytları, mobil tətbiqlər və elektron ödəniş sistemləri üzərindən toplanan geniş həcmli məlumatlar istehlakçıların maraqları, xərcləmə vərdisləri, alış tezliyi və məhsul seçimləri barədə ətraflı informasiya təqdim edir (Həsənov, 2022). Bu məlumatların süni intellekt və maşın öyrənməsi alqoritmləri ilə emalı şirkətlərə real vaxtda trendləri müəyyən etməyə, tələbat proqnozları aparmağa və müştərilərin gələcək davranışlarını modelləşdirməyə şərait yaradır. Nəticədə bizneslər reklam kampaniyalarını daha məqsədyönlü qurur, məhsul çeşidini bazar tələblərinə uyğunlaşdırır və müştəri məmnuniyyətini yüksəldir. Bu yanaşma eyni zamanda dövlət strukturlarına da iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində

istehlakçı davranışlarını izləmə və makroiqtisadi qərarları daha elmi əsaslarla planlaşdırma imkanı verir.

Rəqəmsal marketingin əsas üstünlüklərindən biri müştəriyə fərdiləşdirilmiş (personalized) xidmət təqdim etməkdir. Azərbaycan bazarında fəaliyyət göstərən iri ticarət şəbəkələri, banklar və elektron ticarət platformaları müştəri məlumat bazalarından istifadə edərək fərdi təkliflər, xüsusi endirimlər və hədəfli reklamlar hazırlayırlar. Məsələn, e-ticarət saytları alıcının keçmiş alış-veriş tarixçəsinə əsaslanaraq oxşar məhsulları təklif edir və ya banklar müştərinin gəlir-xərc davranışını analiz edərək ona uyğun kredit və investisiya məhsulları təqdim edirlər. Süni intellekt dəstəyi ilə hazırlanan chatbotlar və avtomatlaşdırılmış mesajlaşma sistemləri müştərilərə 24/7 fərdi dəstək göstərməklə müştəri məmnuniyyətini artırır və brendlərə sadıqlığı gücləndirir. Fərdiləşdirilmiş yanaşma həm də rəqabət üstünlüyü yaradır, çünki hər bir müştəri özünü xüsusi hiss edir və bu, uzunmüddətli əməkdaşlığın əsasını qoyur (Hacıyev, 2020).

Rəqəmsal marketing ənənəvi marketing üsullarına nisbətən xərclərin optimallaşdırılmasına əhəmiyyətli dərəcədə imkan yaradır. Televiziya, radio və çap reklamları ilə müqayisədə onlayn reklam kampaniyaları daha aşağı büdcə tələb edir və daha geniş auditoriyaya daha dəqiq hədəfləmə ilə çatmağı mümkün edir. Azərbaycan şirkətləri sosial şəbəkə reklam platformalarının analitik imkanlarından yararlanaraq müəyyən yaş qrupu, coğrafi ərazi və maraq sahələri üzrə dəqiq auditoriya seçə bilir. Bu, reklamın effektini yüksəldir və lazımsız xərcləri minimuma endirir. Eyni zamanda, pay-per-click (PPC) modelləri və e-mail marketing kimi rəqəmsal alətlər yalnız nəticə əldə edildikdə ödəniş tələb etdiyi üçün investisiyanın geri dönüşü (ROI) daha yüksək olur. Bu yanaşma kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinə də böyük şirkətlərlə rəqabət aparmaq imkanı verir və ölkə üzrə iqtisadi dinamikanın daha ədalətli inkişafına töhfə verir (Kotler & Kartajaya, 2021).

Şəkil 1. Rəqəmsal marketing üstünlüklərinin paylanması.



Dövlətin rəqəmsal iqtisadiyyata dair strateji planları və elektron hökumət xidmətlərinin genişlənməsi də rəqəmsal marketing ekosisteminin inkişafına dəstək verir.

İntellektual idarəetmə – süni intellekt (SI), maşın öyrənməsi və avtomatlaşdırma texnologiyalarından istifadə etməklə idarəetmə qərarlarının keyfiyyətinin yüksəldilməsini nəzərdə tutur. **Azərbaycanın iqtisadi sahələrində bu yanaşma aşağıdakı istiqamətlərdə tətbiq oluna bilər (Məmmədli, 2018):**

- Maliyyə sektoru;
- Enerji sektoru;
- Kənd təsərrüfatı;
- Dövlət idarəçiliyi.

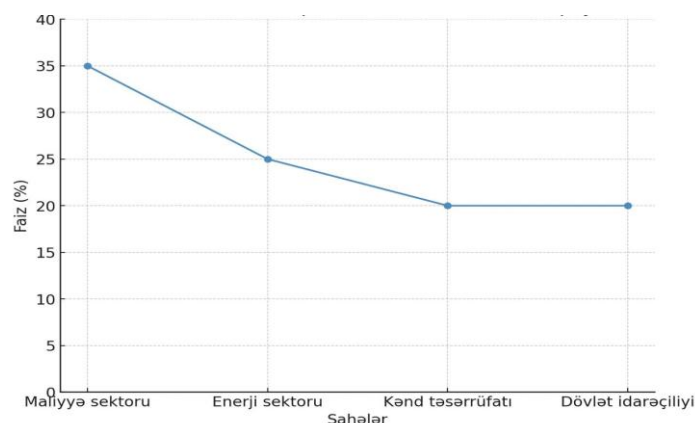
İntellektual idarəetmə banklar, sığorta şirkətləri və investisiya qurumlarında risklərin daha dəqiq analizi və əməliyyatların avtomatlaşdırılması üçün geniş imkanlar açır. Süni intellekt əsaslı alqoritmlər böyük həcmdə müştəri və bazar məlumatlarını emal edərək kredit risklərinin proqnoz-

laşdırılması, firıldaqqılıq hallarının aşkarlanması və fərdiləşdirilmiş maliyyə məhsullarının hazırlanmasında istifadə olunur. Məsələn, maşın öyrənməsi modelləri vasitəsilə müştərinin maliyyə davranışı analiz edilərək ona uyğun kredit limitləri və faiz dərəcələri müəyyən edilə bilər. Bu yanaşma əməliyyat xərclərini azaldır, xidmət keyfiyyətini artırır və qərarların daha çevik qəbuluna imkan yaradır (Berger, 2016).

Enerji sektorunda intellektual idarəetmə, xüsusilə neft-qaz və bərpa olunan enerji sahələrində istehsalın optimallaşdırılması və proqnozlaşdırma işlərinin dəqiqləşdirilməsi üçün əvəzsizdir. Süni intellekt sistemləri enerji istehlakı üzrə real vaxt məlumatlarını toplayaraq tələb-təklif balansını idarə edə, avadanlıqların nasazlıqlarını əvvəlcədən müəyyənləşdirə və profilaktik təmir planlarını optimallaşdırı bilər. Bərpa olunan enerji layihələrində isə hava şəraiti proqnozlarının analizi ilə külək və günəş elektrik stansiyalarının istehsal gücü səmərəli şəkildə tənzimləyə bilər (Porter & Heppelmann, 2015).

Kənd təsərrüfatında intellektual idarəetmə resursların daha səmərəli istifadəsinə və məhsuldarlığın artırılmasına xidmət edir. Süni intellekt və sensor texnologiyaları torpaq rütubətini, iqlim göstəricilərini və bitkilərin sağlamlıq vəziyyətini izləyərək fermerlərə dəqiq məlumat təqdim edir. Bu, suvarma və gübrələmə proseslərinin optimallaşdırılmasına, xəstəliklərin vaxtında aşkarlanmasına və məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsinə şərait yaradır. Nəticədə kənd təsərrüfatında xərclər azalır və istehsal sabitliyi artır (Məmmədov, 2020).

Şəkil 2. İntellektual idarəetmənin iqtisadi sahələr üzrə təxmini paylanması.



Dövlət sektorunda intellektual idarəetmə elektron hökumət xidmətlərinin təkmilləşdirilməsinə və vətəndaşlara daha fərdiləşdirilmiş xidmət göstərilməsinə imkan yaradır. Süni intellekt əsaslı analitik sistemlər büdcə planlaşdırılması, vergi inzibətçiliyi, ictimai xidmətlərin göstərilməsi və infrastruktur layihələrinin idarə olunması kimi sahələrdə qərarların daha effektiv qəbuluna kömək edir. Eyni zamanda, vətəndaş müraciətlərinin avtomatik emalı, chatbot xidmətləri və proqnozlaşdırıcı analitika dövlət xidmətlərinin sürətini və keyfiyyətini əhəmiyyətli dərəcədə artırır. Bu yanaşma şəffaflıq və hesabatlılıq səviyyəsini yüksəldərək dövlət-vətəndaş münasibətlərini möhkəmləndirir.

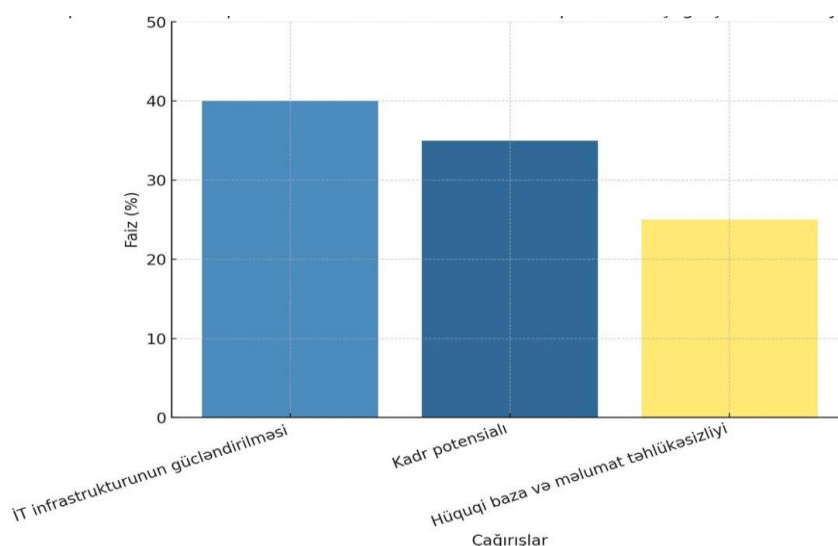
Rəqəmsal marketing və intellektual idarəetmənin geniş tətbiqi üçün bəzi çağırışlar mövcuddur (Schwab, 2016):

- IT infrastrukturunun gücləndirilməsi;
- Kadr potensialı;
- Hüquqi baza və məlumat təhlükəsizliyi.

Rəqəmsal iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafı üçün yüksək sürətli internet şəbəkələri, müasir data mərkəzləri və bulud xidmətlərinin inkişafı mühüm əhəmiyyət daşıyır. Xüsusən regionlarda genişzolaqlı internet bağlantısının məhdudluğu rəqəmsal marketing və süni intellekt əsaslı idarəetmə sistemlərinin tətbiqini ləngidir. İnfrastrukturun gücləndirilməsi həm dövlət, həm də özəl sektor investisiyalarını tələb edir. Bulud texnologiyalarının inkişafı, 5G şəbəkələrinin qurulması və müasir server avadanlıqlarının təmin edilməsi bu istiqamətdə prioritet sahələrdir. Bu addımlar bizneslərin

rəqəmsal xidmətlərə çıxışını asanlaşdırır və intellektual idarəetmə sistemlərinin səmərəli işləməsinə şərait yaradar (Tapscott, 2015). Rəqəmsal marketing və intellektual idarəetmə üçün süni intellekt, maşın öyrənməsi, böyük verilənlər (Big Data) analitikası, kibertəhlükəsizlik və rəqəmsal kommunikasiya üzrə ixtisaslaşmış kadrların hazırlanması vacibdir. Hazırda bu sahələrdə ixtisaslı mütəxəssislərin çatışmazlığı bazarın əsas problemlərindən biridir. Ali təhsil müəssisələrində müvafiq ixtisasların gücləndirilməsi, peşəkar təlim proqramlarının təşkili və beynəlxalq təcrübə mübadiləsi bu boşluğun aradan qaldırılmasına kömək edə bilər. Kadr potensialının artırılması rəqəmsal transformasiyanın sürətlənməsinə və yerli şirkətlərin global rəqabətə hazır olmasına zəmin yaradır (Scott, 2020). Rəqəmsal transformasiya ilə yanaşı, şəxsi məlumatların qorunması, elektron əməliyyatların hüquqi tənzimlənməsi və süni intellektin etik istifadəsi məsələləri də aktuallaşır. Məlumatların məxfiliyinin təmin edilməsi, kibertəhlükəsizlik standartlarının tətbiqi və müvafiq qanunvericiliyin inkişaf etdirilməsi rəqəmsal marketing və intellektual idarəetmənin dayanıqlı inkişafı üçün vacibdir. Azərbaycan qanunvericiliyində şəxsi məlumatların qorunması və rəqəmsal əməliyyatların hüquqi bazasının gücləndirilməsi üçün beynəlxalq təcrübədən istifadə olunmalı, həm dövlət qurumları, həm də özəl sektor üçün aydın normativ çərçivə yaradılmalıdır. Bu, həm bizneslər, həm də vətəndaşlar üçün etibarlı rəqəmsal mühit formalaşdıracaq (Cəfərova, 2019).

Şəkil 3. Rəqəmsal marketing və intellektual idarəetmənin tətbiqində əsas çağırışların əhəmiyyət paylanması.



Bu sahələrin inkişafı Azərbaycanın rəqəmsal iqtisadiyyatına beynəlxalq rəqabət qabiliyyəti qazandıracaq, eyni zamanda bizneslər üçün daha səmərəli idarəetmə və bazar genişlənməsi imkanları yaradacaq.

Nəticə

Araşdırmalar göstərir ki, rəqəmsal marketing və intellektual idarəetmə Azərbaycan iqtisadiyyatının müasir mərhələdə inkişafı üçün vacib istiqamətlərdən biridir. Rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi istehsal və xidmət sektorunda innovativ yanaşmaları gücləndirir, müəssisələrin rəqabət qabiliyyətini artırır və istehlakçı tələblərinə daha çevik uyğunlaşmanı təmin edir. İntellektual idarəetmə isə qərar qəbulətmə mexanizmlərini təkmilləşdirərək resurslardan səmərəli istifadəni mümkün edir, risklərin azaldılmasına və uzunmüddətli strateji inkişafın reallaşdırılmasına şərait yaradır.

Azərbaycan iqtisadiyyatında bu iki sahənin inteqrasiyası yalnız rəqəmsal transformasiyanın sürətlənməsinə deyil, həm də dayanıqlı inkişaf hədəflərinə çatmağa xidmət edir. Nəticə etibarilə, rəqəmsal marketing və intellektual idarəetmə ölkənin global rəqabət mühitində mövqeyini gücləndirən əsas strateji alətlərdən biri kimi çıxış edir.

Ədəbiyyat

1. Berger, J. (2016). *Contagious: Why things catch on*. Simon & Schuster.
2. Cəfərova, G. (2019). *Azərbaycan iqtisadiyyatında rəqəmsal texnologiyalar*. Elm və Təhsil.
3. Əliyeva, N. (2021). *Azərbaycan iqtisadiyyatında innovasiya və rəqəmsal transformasiya*. Elm və Təhsil.
4. Hacıyev, K. (2020). *Rəqəmsal transformasiya və iqtisadi inkişaf*. Elm.
5. Həsənov, S. (2022). *Rəqəmsal marketing: nəzəriyyə və təcrübə*. GDU Nəşriyyatı.
6. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*.
7. Məmmədli, R. (2018). *Marketing tədqiqatlarının müasir metodları*. Azər nəşr.
8. Məmmədov, E. (2020). *Rəqəmsal iqtisadiyyat və inkişaf perspektivləri*. Elm və Təhsil.
9. Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2015). *How smart, connected products are transforming competition*. Harvard Business Review Press.
10. Schwab, K. (2016). *The fourth industrial revolution*. World Economic Forum.
11. Scott, D. M. (2020). *The new rules of marketing and PR*.
12. Tapscott, D. (2015). *The digital economy: Rethinking promise and peril in the age of networked intelligence*. McGraw-Hill.

Daxil oldu: 20.06.2025

Qəbul edildi: 29.09.2025