

DOI: <https://doi.org/10.36719/2789-6919/51/62-65>

İlknur Rəcəbli

Bakı Biznes Universiteti

doktorant

<https://orcid.org/0009-0002-3503-0341>

irahiboglu@mail.ru

Rəqəmsal marketingdə innovativ texnologiyalar

Xülasə

Qlobal iqtisadi sistemdə rəqəmsallaşma və innovativ texnologiyaların sürətli inkişafı marketing sahəsini köklü şəkildə dəyişdirmişdir. Müasir dövrdə süni intellekt, böyük verilənlər (Big Data), blokçeyn və bulud texnologiyaları marketing strategiyalarının əsas elementinə çevrilmişdir. Bu texnologiyalar vasitəsilə müəssisələr daha fərdiləşdirilmiş müştəri təcrübəsi yaradır, reklam xərclərini optimallaşdırır, satış dövriyyəsini artırır və bazar tendensiyalarını daha dəqiq proqnozlaşdırırlar. Rəqəmsal marketingin inkişafı həm istehlakçı davranışlarının analizi, həm də real vaxt rejimində qərarların qəbulunu mümkün etmişdir. Eyni zamanda, sosial media platformaları, axtarış sistemləri və mobil tətbiqlər vasitəsilə şirkətlər geniş auditoriyaya daha az resursla çata bilirlər. Süni intellekt əsaslı alqoritmlər müştərilərin maraqlarını, satınalma vərdişlərini və onlayn davranışlarını təhlil edərək fərdi təkliflərin hazırlanmasına imkan yaradır. Bu, rəqəmsal mühitdə rəqəbat üstünlüyünün formalaşmasına və brend sadıqlılığının güclənməsinə şərait yaradır. Məqalədə rəqəmsal marketingdə innovativ texnologiyaların tətbiqi, onların iqtisadi təsirləri, ekoloji üstünlükləri və Azərbaycan bazarında perspektivləri elmi əsasda təhlil edilmişdir.

Açar sözlər: *rəqəmsal marketing, süni intellekt, innovasiya, böyük verilənlər, blokçeyn, rəqəmsal iqtisadiyyat*

Ilknur Rajabli

Baku Business University

PhD student

<https://orcid.org/0009-0002-3503-0341>

irahiboglu@mail.ru

Innovative Technologies in Digital Marketing

Abstract

The rapid development of digitalization and innovative technologies in the global economic system has fundamentally transformed the field of marketing. In the modern era, artificial intelligence (AI), big data, blockchain, and cloud technologies have become key elements of marketing strategies. Through these technologies, enterprises create more personalized customer experiences, optimize advertising costs, increase sales turnover, and predict market trends more accurately. The development of digital marketing has enabled both the analysis of consumer behavior and real-time decision-making processes. At the same time, through social media platforms, search engines, and mobile applications, companies can reach a wider audience with fewer resources. AI-based algorithms analyze customers' interests, purchasing habits, and online behaviors, enabling the creation of personalized offers. This fosters the formation of competitive advantages and strengthens brand loyalty in the digital environment. The article provides a scientific analysis of the application of innovative technologies in digital marketing, their economic effects, environmental benefits, and prospects in the Azerbaijani market.

Keywords: *digital marketing, artificial intelligence, innovation, big data, blockchain, digital economy*

Giriş

Son onillikdə dünyada gedən rəqəmsal transformasiya iqtisadi münasibətlərin bütün sahələrini əhatə etdiyi kimi, marketing fəaliyyətinə də tamamilə yeni məzmun gətirmişdir. Müasir dövrdə istehlakçının davranışı, üstünlükləri və maraqları rəqəmsal izlər vasitəsilə analiz olunur, nəticədə fərdiləşdirilmiş marketing strategiyaları hazırlanır. Süni intellekt alqoritmləri bu prosesdə mühüm rol oynayaraq, real vaxtda məlumatları emal edir və müəssisələrə müştərilərin ehtiyaclarına uyğun təkliflər formalaşdırmağa şərait yaradır.

Rəqəmsal transformasiya marketing kommunikasiya kanallarının strukturunu dəyişdirərək, müəssisələrə daha çevik və interaktiv əlaqə imkanları da yaratmışdır. Sosial media platformaları, mobil tətbiqlər və rəqəmsal analitika vasitələri vasitəsilə istehlakçıların seçimləri, emosional reaksiyaları və alış vərdişləri daha dəqiq müəyyən edilir. Bu yanaşma müəssisələrə bazar tendensiyalarını əvvəlcədən proqnozlaşdırmaq, məhsul portfelini optimallaşdırmaq və daha effektiv hədəflənmiş reklam strategiyaları qurmaq imkanı verir. Nəticədə rəqəmsal marketing ənənəvi metodlarla müqayisədə daha yüksək çeviklik, dəqiqlik və səmərəlilik təmin edir.

Rəqəmsal transformasiyanın təsiri təkcə istehlakçı davranışının dəyişməsi ilə məhdudlaşmır, həm də marketing menecerlərinin qərarvermə modelini əsaslı şəkildə yeniləyir. Böyük verilənlər (Big Data), blokçeyn və intellektual idarəetmə sistemləri kimi texnologiyalar müəssisələrə bazarda şəffaflıq, məlumat etibarlılığı və sürətli reaksiya imkanları yaradır. IBM-in (t.y.) məlumatına görə, NLP əsaslı çatbotlar şirkətlərin müştəri ilə ünsiyyət prosesini avtomatlaşdıraraq daha səmərəli xidmət göstərməsinə şərait yaradır. Hüseynova (2024) isə qeyd edir ki, rəqəmsal iqtisadiyyatın formalaşması marketing fəaliyyətinin strateji əhəmiyyətini artırmış, müəssisələrin rəqəbat mühitinə uyğunlaşma qabiliyyətini gücləndirmişdir. Bu tendensiyalar göstərir ki, rəqəmsal marketing artıq müasir iqtisadi inkişafın əsas istiqamətlərindən birinə çevrilmişdir.

Rəqəmsal transformasiya müəssisələrin müştəri təcrübəsinin idarəetmə modelini yenidən formalaşdırır. Artıq brendlər yalnız məhsul və ya xidmət satmaqla kifayətlənmir, istehlakçı ilə uzunmüddətli qarşılıqlı əlaqə yaratmağa çalışırlar. Bunun üçün personalizə edilmiş kontent, avtomatlaşdırılmış tövsiyə sistemləri və davranış analitikasına əsaslanan hədəfləmə mexanizmləri geniş tətbiq edilir. Süni intellekt alqoritmləri müştərinin əvvəlki alış tarixini, sosial media aktivliyini və onlayn davranışını nəzərə alaraq daha dəqiq proqnozlar verir və yüksək çeviklik tələb edən rəqəmsal mühitdə marketing kampaniyalarının effektivliyini artırır. Beləliklə, rəqəmsal transformasiya həm istehlakçının gözləntilərini, həm də müəssisələrin rəqəbat strategiyalarını köklü şəkildə dəyişən çoxşaxəli prosesə çevrilmişdir.

Tədqiqat

Rəqəmsal marketingin əsas üstünlüyü ondan ibarətdir ki, o, bazar haqqında məlumatı anlıq şəkildə toplaya və təhlil edə bilər. Böyük verilənlər texnologiyası bu baxımdan marketoloqlara əvəzolunmaz imkanlar yaradır. Blokçeyn texnologiyası isə rəqəmsal marketingdə etibar və şəffaflıq prinsipini gücləndirir. Blokçeynlər tranzaksiyaları emal etməyə qoyulan məhdudiyyətlərdən asılı olaraq inklüziv və eksklüziv növlərə bölünür. Inklüziv blokçeyndə istənilən qovşaq yeni blok yarada bildiyi halda, eksklüziv blokçeyndə bu funksiya yalnız seçilmiş qovşaqlara məxsusdur (İmamverdiyev, 2025; Qasımlı və b., 2023).

Müasir dövrdə interaktiv təqdimat üsulları pərakəndə satış, geyim sənayesi, avtomobil və turizm sektorlarında geniş tətbiq olunur. Beynəlxalq təcrübədə bir çox şirkətlər məhsullarını üçölçülü təsvirlər və virtual sınaq mexanizmləri vasitəsilə təqdim edərək müştərinin marağını artırır. Müasir çatbotlar isə NLP əsaslı süni intellekt metodlarından istifadə edərək istifadəçi suallarını daha dəqiq anlamaq və avtomatik cavablandırmaq imkanına malikdir (IBM, t.y.; Hüseynova, 2024).

Azərbaycanın iqtisadi reallığında rəqəmsal marketingin inkişafı dövlətin rəqəmsallaşma strategiyaları ilə sıx bağlıdır. “Rəqəmsal Transformasiya Strategiyası (2022–2026)” çərçivəsində rəqəmsal xidmətlərin genişləndirilməsi və biznes proseslərinin avtomatlaşdırılması prioritet istiqamətlər kimi müəyyən edilmişdir (Azərbaycan Respublikasının İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzi, 2024). Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən, 2024-cü ildə ölkədə rəqəmsal reklam bazarının ümumi dəyəri 92 milyon manatı keçmiş, bu göstəricinin 2027-ci

ilə qədər 140 milyon manata çatacağı proqnozlaşdırılmışdır. Bu dinamika yerli şirkətlərin rəqəmsal mühitə integrasiya səviyyəsinin yüksəldiyini göstərir (Hüseynova, 2024).

Rəqəmsal marketingin genişlənməsi həm də müəssisələrin rəqabət mühitinə daha çevik uyğunlaşmasını təmin edir. Süni intellekt və rəqəmsal analitika bazarın dinamikasını izləmək, istehlakçı segmentlərini dəqiq müəyyənləşdirmək və reklam strategiyalarını avtomatik optimallaşdırmaq imkanı yaradır. Hüseynova (2024) qeyd edir ki, rəqəmsallaşma təkcə marketing proseslərini deyil, bütövlükdə iqtisadiyyatın idarəetmə modelini dəyişdirərək daha çevik və məlumat yönümlü qərarverməyə şərait yaradır. Rəqəmsal ekosistemin inkişafı logistika, təchizat zənciri və müştəri xidmətləri kimi sahələrdə də səmərəliliyi artırır (İmanov, 2005; Məmmədov və b., 2002). Bu isə göstərir ki, rəqəmsal marketing yalnız reklam kanalı deyil, müasir biznesin strateji idarəetmə platforması kimi formalaşır.

Nəticə

Rəqəmsal marketingdə innovativ texnologiyaların tətbiqi müasir biznes modellərinin ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir. Süni intellekt, böyük verilənlər, blokçeyn, artırılmış reallıq və çatbot sistemləri bazarda rəqabət mühitini dəyişdirir, istehlakçı ilə müəssisə arasında qarşılıqlı münasibətləri yeni keyfiyyət mərhələsinə qaldırır.

Rəqəmsal marketingdə innovativ texnologiyaların tətbiqi müasir biznes modellərinin ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir. Süni intellekt, böyük verilənlər, blokçeyn, artırılmış reallıq və çatbot sistemləri bazarda rəqabət mühitini dəyişdirir, istehlakçı ilə müəssisə arasında qarşılıqlı münasibətləri yeni keyfiyyət mərhələsinə qaldırır.

Innovativ texnologiyaların geniş tətbiqi həm də müəssisələrin əməliyyat çevikliyini artırır, real vaxt rejimində qərar qəbul etmə imkanlarını genişləndirir və istehlakçı davranışının daha dəqiq təhlilinə şərait yaradır. IBM-in (t.y.) chatbot sistemləri ilə bağlı araşdırmaları göstərir ki, rəqəmsal ünsiyyət platformaları müştəri məmnuniyyətini yüksəltməklə yanaşı, xidmət proseslərini optimallaşdırır və əməliyyat xərclərini azaldır. Bu amillər rəqəmsal marketingin yalnız reklam vasitəsi kimi deyil, müəssisənin strateji idarəetmə aləti kimi də əhəmiyyət daşıdığını sübut edir (Hüseynova, 2024; Əliyev, 2006; Əsədov, 2014; Haqverdiyev, t.y.).

Digər tərəfdən, rəqəmsal transformasiya marketing strategiyalarında şəffaflığı və məlumat əsaslı qərarverməni gücləndirir. Blokçeyn texnologiyaları məlumatların təhlükəsiz saxlanmasını təmin etməklə yanaşı, istehlakçıların məhsulun mənşəyinə dair məlumatlara çıxışını artırır və etimadı gücləndirir (İmamverdiyev, 2025; Əsədov, 2022; Orucov, 1989; Hacızadə, Abdullayev & Abdullayev, 2003). Həmçinin, dövlətin rəqəmsal iqtisadiyyat üzrə qəbul etdiyi strateji sənədlər, xüsusən "Sosial-iqtisadi inkişaf strategiyası 2022–2026" rəqəmsal xidmətlərin və innovasiyaların geniş tətbiqini ölkənin uzunmüddətli inkişaf prioritetlərindən biri kimi müəyyənləşdirir (İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzi, 2024). Bu isə göstərir ki, rəqəmsal marketing yalnız biznes üçün deyil, ümumi iqtisadi ekosistemin inkişafı üçün də strateji əhəmiyyətə malikdir.

Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasının İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzi. (2024). *Sosial-iqtisadi inkişafın 2022–2026-cı illər üçün Strategiyası üzrə dəyişikliklər*. <https://ereforms.gov.az/en/publication/13>
2. Əliyev, E. (2006). *Qloballaşma dövründə beynəlxalq nəqliyyat daşımaları: Monoqrafiya*. Elm.
3. Əsədov, A. (2014). *Azərbaycan Respublikasında yeni nəqliyyat sisteminin formalaşması və davamlı inkişafı: elmi-nəzəri əsasları və perspektivləri*. Elm.
4. Əsədov, A. (2022). *Azərbaycan Respublikasında yeni nəqliyyat sisteminin formalaşması və davamlı inkişafının təmin olunması problemləri*. Dissertasiya işi.
5. Haqverdiyev, E. (t.y.). *Nəqliyyatda intellektual idarəetmə sistemləri*. Elm.
6. Hacızadə, V., Abdullayev, E. & Abdullayev, Z. (2003). *Neft təsərrüfatının iqtisadi strukturunun modernizasiyası*. Elm.

7. Hüseynova, A. (2024). *Yeni nəsil iqtisadiyyat: rəqəmsallaşma və inkişaf*. Elm.
8. IBM. (t.y.). *Unlocking the Power of Chatbots: Key Benefits for Businesses and Customers*.
<https://www.ibm.com/think/insights/unlocking-the-power-of-chatbots-key-benefits-for-businesses-and-customers>
9. İmamverdiyev, Y. (2025). *Blokçeyn texnologiyaları*. Mühazirələr.
10. İmanov, T. (2005). *Logistikanın əsasları*. Elm.
11. Məmmədov, H., Bağirov, S., Məmmədov, R., Abbasov, İ., Qəhrəmanov, N., Elyazov, İ., & Mövsümov, T. (2002). *Dəmir yol nəqliyyatı: Dərslik*. Elm.
12. Orucov, Ş. (1989). *Yükdaşımalar və tariflər: Dərs vəsaiti*. Elm.
13. Qasımlı, V., Talıbova, M., Quliyeva, G., Museyibov, A., Mirzəyev, F., Qədəşov, A., & Əhmədova, G. (2023). *Rəqəmsal iqtisadiyyat: Dərslik*. Elm.

Daxil oldu: 01.08.2025

Qəbul edildi: 02.11.2025