ANALYSIS OF DIGITAL MARKETING ACTIVITIES IN AZERBAIJANI ENTERPRISES

Bölmə 17

Tural Arzuman oğlu Məmmədov, qr. M784a

Rəhbər – i.ü.f.d Rəşad Əbləsənov

Xülasə: Sosial media marketinqi, SEO, rəqəmsal reklam və elektron ticarət vasitələrinin müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında rolu təhlil edilmişdir. Eyni zamanda rəqəmsal marketinq sahəsində mövcud problemlər və inkişaf perspektivləri qiymətləndirilmişdir. Tədqiqat nəticəsində müəyyən olunmuşdur ki, rəqəmsal marketinq Azərbaycan müəssisələrinin bazarda mövqeyinin gücləndirilməsi və müştəri münasibətlərinin inkişaf etdirilməsi üçün mühüm strateji vasitədir.

Abstract: The role of social media marketing, SEO, digital advertising, and e-commerce tools in increasing the competitiveness of enterprises is analysed. At the same time, the existing challenges and development prospects in the field of digital marketing are evaluated. The research concludes that digital marketing is an important strategic tool for strengthening the market position of Azerbaijani enterprises and improving customer relations.

Açar sözlər: Rəqəmsal marketinq, elektron ticarət, rəqəmsal reklam, müştəri münasibətləri, rəqabət üstünlüyü, innovasiya, marketinq strategiyası.

Keywords: Digital marketing, e-commerce, digital advertising, customer relations, competitive advantage, innovation, marketing strategy.

Qlobal iqtisadiyyatın rəqəmsallaşması müasir müəssisələrin fəaliyyət prinsiplərində mühüm dəyişikliklər yaratmışdır. İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarının sürətli inkişafı nəticəsində ənənəvi marketinq üsulları tədricən rəqəmsal marketinq yanaşmaları ilə əvəz olunmağa başlamışdır. Bu proses Azərbaycan müəssisələrinin fəaliyyətinə də ciddi təsir göstərmiş, onların bazar strategiyalarında və müştəri münasibətlərində yeni yanaşmaların formalaşmasına səbəb olmuşdur.

Müasir dövrdə istehlakçıların internetdən və sosial media platformalarından istifadəsinin genişlənməsi müəssisələri rəqəmsal marketinq tədbirlərinə daha çox diqqət ayırmağa məcbur edir. Rəqəmsal marketinq müəssisələrə daha geniş auditoriyaya çıxış əldə etmək, bazar tələblərini operativ müəyyənləşdirmək və müştərilərlə interaktiv əlaqə qurmaq imkanı verir. Sosial media platformaları, elektron ticarət sistemləri, mobil tətbiqlər və rəqəmsal reklam vasitələri marketinq fəaliyyətinin əsas alətlərinə çevrilmişdir [3].

Azərbaycanda rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafı və internet istifadəçilərinin sayının artması müəssisələrin rəqəmsal marketinq fəaliyyətini genişləndirmişdir. Xüsusilə kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri rəqəmsal marketinq vasitəsilə daha aşağı xərclərlə bazarda rəqabət aparmaq imkanı əldə etmişlər [4]. Bununla yanaşı, rəqəmsal marketinqin tətbiqi zamanı texnoloji infrastrukturun yetərsizliyi, peşəkar kadr çatışmazlığı və yüksək rəqabət kimi problemlər də mövcuddur.

Məqalənin əsas məqsədi Azərbaycan müəssisələrində rəqəmsal marketinq tədbirlərinin tətbiq səviyyəsini, onların biznes fəaliyyətinə təsirini və mövcud problemləri təhlil etməkdir.

Rəqəmsal marketinqin sürətli inkişafına baxmayaraq Azərbaycan müəssisələri bu sahədə bir sıra problemlərlə qarşılaşırlar. Əsas problemlərdən biri peşəkar rəqəmsal marketinq mütəxəssislərinin çatışmazlığıdır. Bir çox müəssisələr rəqəmsal marketinq strategiyalarını effektiv şəkildə hazırlamaq və həyata keçirmək üçün kifayət qədər ixtisaslı kadrlara malik deyillər.

Texnoloji infrastrukturun bəzi sahələrdə zəif inkişaf etməsi də rəqəmsal marketinq fəaliyyətinə mənfi təsir göstərir [2]. Kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üçün rəqəmsal texnologiyalara investisiya qoyuluşu müəyyən maliyyə çətinlikləri yaradır [1].

Rəqəmsal mühitdə yüksək rəqabət müəssisələrin daha innovativ marketinq yanaşmaları tətbiq etməsini tələb edir. Müştəri davranışlarının sürətlə dəyişməsi müəssisələri marketinq strategiyalarını davamlı yeniləməyə məcbur edir.

Nəticə Tədqiqat nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, rəqəmsal marketinq Azərbaycan müəssisələrinin fəaliyyətində mühüm strateji alətlərdən birinə çevrilmişdir. Sosial media platformaları, elektron ticarət sistemləri və rəqəmsal reklam vasitələri müəssisələrin bazarda mövqeyinin gücləndirilməsində və müştəri münasibətlərinin inkişaf etdirilməsində mühüm rol oynayır.

Araşdırma göstərmişdir ki, rəqəmsal marketinq tədbirləri müəssisələrin satış həcminin artırılmasına, bazar payının genişlənməsinə və rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsinə müsbət təsir göstərir. Bununla yanaşı, peşəkar kadr çatışmazlığı, texnoloji problemlər və yüksək rəqabət müəssisələrin qarşılaşdığı əsas çətinliklər sırasındadır.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Qəribov A. H. İnvestisiya amilinin iqtisadi təhlükəsizliyin təmin edilməsində rolu // “Aqrar təsərrüfatların inkişafının yeni istiqamətləri və ətraf mühitin mühafizəsi” mövzusunda respublika elmi konfransı. – S. 78.
2. İbrahimov O. Qlobal internet iqtisadiyyatı: müasir çağırışlar, imkanlar və Azərbaycan üçün açılan perspektivlər. – 2022. – 19 s.
3. Kolyandov S., Radev R. Internet marketing: modern advertising models for reaching new customers // Trakia Journal of Sciences. – 2021. – Vol. 19, № 1. – P. 122–129.
4. Məmmədov E. S. M., Musayev P. D. V. S. Azərbaycanda süni intellektə əsaslanan iqtisadi islahatlardan irəli gələn yeni çağırışlar və imkanlar // Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyinin İqtisadi Elmi Tədqiqat İnstitutu. – S. 148.