

Afaq HƏSƏNOVA, r.ü.f.d.,dos
Qərbi Kaspi Universiteti

Səidə BAYRAMLI
Qərbi Kaspi Universiteti, magistrant

AZƏRBAYCANDA SOSIAL MEDIA MARKETİNQİNİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ VƏ GƏLƏCƏYİ

Xülasə

Bu məqalə, Azərbaycanda sosial media marketinqinin inkişaf perspektivlərini və gələcəyini geniş şəkildə araşdırır. Son onilliklərdə sosial media platformalarının sürətli inkişafı və dijital dünyada artan təsiri, bizneslər üçün yeni imkanlar və çağırışlar yaratmışdır. Xüsusilə Azərbaycanda sosial media marketinqi, ənənəvi marketinq metodlarından fərqli olaraq, daha geniş hədəf kütləsinə və müxtəlif auditoriyalara çatma imkanı verir. Bu məqalə, Azərbaycanın sosial media bazarındakı mövcud vəziyyətini təhlil edərək, istifadəçilərin platformalara marağını və bizneslərin sosial şəbəkələrdəki fəaliyyətlərini dəyərləndirir. Şirkətlərin sosial media marketinqində istifadə etdiyi alətlər və strateji yanaşmaların müasir tendensiyalara uyğun olaraq necə inkişaf etdiyini göstərir. Eyni zamanda, sosial platformalardan daha effektiv istifadə olunması üçün təqdim edilən müxtəlif metod və yanaşmalar da diqqətə alınır.

Dördüncü sənaye inqilabının təsiri ilə texnologiya sahəsindəki irəliləyişlər, sosial media marketinqində də yeni perspektivlər açmışdır. Süni intellekt, data analizi və avtomatlaşdırma kimi texnologiyalar, marketinqin daha səmərəli və hədəfli şəkildə həyata keçirilməsini təmin edir. Bu bölmədə, bu texnologiyaların Azərbaycanda sosial media marketinqinə necə tətbiq edildiyi və gələcəkdə bu sahədə hansı inkişafların gözləniləndiyi araşdırılır. Həmçinin, dördüncü sənaye inqilabının Azərbaycandakı bizneslərə gətirdiyi yeni imkanlar və bu imkanların sosial media vasitəsilə necə qiymətləndirilə biləcəyi müzakirə edilir. Məqalə, sosial media marketinqinin Azərbaycandakı gələcəyinə dair ətraflı bir baxış təqdim edir və bizneslər üçün gələcəkdə istifadə oluna biləcək effektiv yanaşmaları işıqlandırır.

Açar sözlər: sosial media marketinqi, Azərbaycanda marketinq, dijital marketinq, dördüncü sənaye inqilabı, süni intellekt, avtomatlaşdırma, data analizi, sosial platformalar, inkişaf perspektivləri, biznes strategiyaları, texnoloji yeniliklər.

UOT: 339

JEL: F-52

DOI: <https://doi.org/10.54414/IURO8155>

Giriş

Son illərdə texnoloji inkişafa paralel olaraq, sosial media platformalarının rolu artmış və biznes dünyasında yeni bir dövr başlamışdır. Sosial media marketinqi, markaların müştəri bazasına daha yaxınlaşmalarını, interaktiv əlaqələr qurmalarını və öz məhsul və xidmətlərini daha geniş auditoriyaya təqdim etmələrini təmin edən güclü bir alətə çevrilmişdir. Azərbaycanda sosial media istifadəsi sürətlə yayılmaqda davam edir

və bu, yerli bizneslərin dijital alətlərdən istifadəsini gündəmə gətirir. Sosial media marketinqinin ən əsas xüsusiyyətlərindən biri, hədəf auditoriyasını dəqiq müəyyənləşdirərək fərdiləşdirilmiş reklamlar və kampaniyalar yaratmaq imkanının olmasıdır. Bu, həm brendlər, həm də müştərilər üçün faydalı bir yanaşmadır [1, s.27].

Azərbaycanda sosial media marketinqinin inkişafı, ölkənin dijital iqtisadiyyatının böyüməsi ilə birbaşa əlaqədardır. Bu sahədəki inkişaf, həm

kiçik və orta bizneslər, həm də iri şirkətlər üçün yeni imkanlar yaratmışdır. Lakin, sosial media platformalarından effektiv istifadə etmək, yalnız doğru strategiyaların tətbiqi ilə mümkün olur. Bu məqalə, Azərbaycanda sosial media marketinginin mövcud vəziyyətini təhlil edərək, inkişaf perspektivlərini və gələcəkdə sosial media marketinginə təsir edəcək yeni trendləri araşdırmaq məqsədini daşıyır. Həmçinin, Dördüncü Sənaye İnqilabının sosial media marketinginə gətirdiyi yeniliklər və bu sahədəki dəyişikliklərə diqqət yetiriləcəkdir. Bu tədqiqatın əsas məqsədi, Azərbaycanda sosial media marketinginin inkişafını və gələcəkdəki trendləri daha yaxından anlamaqdır.

Əsas hissə

Son onilliklərdə sosial media, dünya miqyasında olduğu kimi, Azərbaycanda da sürətli bir inkişaf mərhələsi keçmişdir. Bu inkişafın başlıca amilləri arasında dijital texnologiyaların sürətli yayılması, internetin daha geniş kütlələr tərəfindən istifadə edilməsi və mobil cihazların əhəmiyyətli rolu durur. Azərbaycanda internet istifadəsinin artması ilə paralel olaraq, sosial media platformaları da gündəlik həyatın ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir. Bu inkişaf, ölkə bizneslərinin və şirkətlərinin marketing strategiyalarını daha dijital və interaktiv hala gətirməsinə səbəb olmuşdur [4, s.43].

Sosial media marketinginin Azərbaycanda əsas amilləri arasında ilk olaraq texnoloji infrastrukturun inkişafı göstərilə bilər. Azərbaycan hökumətinin son illərdə informasiya texnologiyalarına investisiyaları, ölkənin dijital iqtisadiyyatının böyüməsini təmin etmişdir. İKT sahəsindəki irəliləyişlər, xüsusən internetin sürətinin və mobil cihazların əlçatanlığının artması, sosial media marketinginə olan tələbin yüksəlməsinə imkan yaratmışdır. Bu amil, həmçinin sosial platformalar vasitəsilə reklam və marketing fəaliyyətlərinin daha səmərəli şəkildə həyata keçirilməsini təmin etmişdir.

Digər mühüm amil, sosial media istifadəçilərinin yaş qruplarına görə artan müxtəlifliyi. Gənc nəslin sosial media istifadəsi, xüsusilə Instagram, TikTok və Facebook kimi platformalarda daha fəaldır. Həmçinin, sosial media platformalarının şirkətlər üçün potensial müştəri bazası yaratması, bizneslərə müştərilər ilə birbaşa əlaqə qurma və onları fərdiləşdirilmiş

təkliflərlə hədəf alma imkanı verir. Bu xüsusiyyət, ənənəvi marketing üsullarından fərqli olaraq, daha dinamik və ölçülə bilən nəticələr əldə etməyə imkan tanıyır [8, s.71].

Bununla yanaşı, Azərbaycanın biznes mühitində sosial media marketinginin populyarlığının artmasında, yeni texnologiyaların tətbiqi mühüm rol oynayır. Süni intellekt (AI) və data analizi vasitəsilə, sosial media platformalarına yerləşdirilən reklamların və marketing strategiyalarının daha hədəfli və təsirli olmasına şərait yaradır. Sosial media şirkətlərinə təqdim olunan alətlər, marketoloqlara istifadəçi davranışlarını izləmək və bu məlumatlardan istifadə edərək daha məqsədli və uğurlu kampaniyalar hazırlama imkanı verir. Bu, xüsusən şirkətlər üçün müştəri təcrübəsini yaxşılaşdırmağa və rəqiblərdən üstün olmağa kömək edir.

Azərbaycanda sosial media marketinginin gələcək perspektivləri olduqca parlaqdır. Artıq bu sahə, təkcə kiçik və orta bizneslər üçün deyil, iri korporasiyalar üçün də vacib bir marketing kanalı olaraq nəzərdən keçirilir. Gələcəkdə, sosial media platformalarının daha da inkişaf etməsi və yeni texnologiyaların istifadəyə verilməsi ilə bu sahənin daha da böyüməsi gözlənilir. Eyni zamanda, sosial media marketinginin daha fərdiləşdirilmiş və interaktiv şəkildə tətbiq edilməsi, müştəri ilə şirkət arasındakı əlaqələri daha da möhkəmləndirəcəkdir. Dördüncü Sənaye İnqilabının gətirdiyi yeni imkanlar, xüsusilə süni intellekt və avtomatlaşdırılmış reklam kampaniyalarının tətbiqi, sosial media marketinginin daha yüksək səmərəliliklə həyata keçirilməsini təmin edəcəkdir [2, s.138].

Azərbaycanda sosial media marketinginin inkişafı, həm də yerli bazarda yeni iş imkanları yaradacaqdır. Digital marketing mütəxəssisləri, sosial media menecerləri və reklam analitikləri kimi yeni peşə sahələri meydana çıxacaq və bu, ölkənin iqtisadiyyatına müsbət təsir edəcəkdir. Sosial media marketinginin gələcəyi ilə bağlı ən önəmli məsələlərdən biri isə, müştəri etibarının artırılması və brendin gücləndirilməsidir. Ənənəvi marketingdən fərqli olaraq, sosial media platformalarında müştəri rəyləri və geribildirimlər daha açıq şəkildə görünür, bu da brendlərin müştəri məmnuniyyətini daha sürətli şəkildə təmin etmələrini asanlaşdırır.



Nəticə olaraq, Azərbaycanda sosial media marketinginin inkişafı, ölkənin dijital bazarına böyük təsir göstərir. Texnologiya irəliləyişləri və platformaların daha məqsədyönlü istifadəsi, bizneslər üçün yeni imkanlar yaradır. Gələcəkdə, sosial media marketinginin rolu daha da artacaq və bu sahənin daha da inkişaf etməsi ilə əlaqədar olan perspektivlər böyükdür. Bu inkişafın həm iqtisadi, həm də sosial təsirləri ölkənin inkişafında mühüm rol oynayacaqdır [3, s.127].

Sosial media marketingində beynəlxalq rəqabət mənzərəsi dinamikdir və davamlı olaraq inkişaf. Azərbaycanda sosial media platformalarının inkişafı, yalnız fərdi istifadəçilər üçün deyil, eyni zamanda bizneslər üçün də yeni imkanlar yaratmışdır. Dijital dünyada sosial media, bizneslərin müştərilərinə daha yaxınlaşmalarını, markalarını daha yaxşı tanıtmalarını və rəqiblərindən fərqlənmələrini təmin edən vacib bir aləmə çevrilmişdir. Sosial media marketingi, ənənəvi reklam və marketing metodlarından fərqli olaraq, daha çevik, interaktiv və ölçülə bilən nəticələr əldə etməyə imkan verir. Bu, xüsusən Azərbaycandakı bizneslər üçün geniş bir potensial bazar yaratmaq və onları daha təsirli şəkildə hədəfləmək üçün mühüm bir fürsət təqdim edir [10, s.327].

Sosial media platformalarının bizneslərə təqdim etdiyi imkanlardan biri, daha geniş və müxtəlif hədəf auditoriyalarına çatmaqdır. Azərbaycanda Facebook, Instagram, TikTok və YouTube kimi sosial şəbəkələrdə milyonlarla istifadəçi mövcuddur. Bu platformalar, şirkətlərə müxtəlif yaş qruplarından, sosial təbəqələrdən və maraq sahələrindən olan insanlara çatmağa imkan verir. Beləliklə, bizneslər, məhsullarını və xidmətlərini müəyyən bir auditoriyaya yönəldərək, öz reklam kampaniyalarını daha effektiv şəkildə həyata keçirə bilirlər. Sosial şəbəkələrdə edilən reklamlar, müştəri bazasına birbaşa və asan şəkildə çatmaq üçün daha münasib qiymətlərlə təklif olunur, bu da kiçik və orta bizneslərin inkişafına mühüm dəstək olur.

Başqa bir vacib imkan, sosial media vasitəsilə müştəri ilə birbaşa əlaqə qurma imkanıdır. İstifadəçilər sosial media platformaları üzərindən şirkətlərə suallarını verə, təklif və şikayətlərini bildirə, həmçinin məhsul və xidmətlər haqqında daha ətraflı məlumat ala bilirlər. Bu qarşılıqlı əlaqə, müştəri məmnuniyyətinin artırılması və

brendə olan etibarın gücləndirilməsi üçün vacibdir. Sosial media platformalarında müştərilərin rəyləri və geribildirimləri, şirkətlər üçün dəyərli məlumatlar təqdim edir. Bu məlumatlar, məhsul və xidmətlərin təkmilləşdirilməsi üçün istifadə edilə bilər. Müştərilər ilə sosial şəbəkələr üzərindən qurulan daha şəffaf əlaqələr, onların brendə olan etibarını artırır.

Sosial media platformaları bizneslərə daha fərdiləşdirilmiş reklamlar təqdim etmə imkanını verir. Facebook, Instagram və digər platformalar, istifadəçilərin maraq dairələrinə, davranışlarına və demoqrafik xüsusiyyətlərinə əsaslanaraq reklamları hədəf kütləsinə yönəldə bilər. Bu, bizneslərə marketing büdcələrini daha səmərəli istifadə etmək və konkret müştəri qruplarına daha effektiv şəkildə çatmaq imkanını yaradır. Sosial media reklamlarının ölçülə bilər olması, şirkətlərə marketing kampaniyalarının nə dərəcədə uğurlu olduğunu müəyyən etməyə və nəticələri optimallaşdırmağa imkan verir. Bu xüsusiyyət, şirkətlərin sosial media platformalarından maksimum fayda əldə etmələrinə şərait yaradır.

Azərbaycanda sosial media platformalarının bizneslər üçün yaratdığı digər bir imkan da, yerli və beynəlxalq bazarlarda tanınmaqdır. Sosial media, yerli müəssisələrə global miqyasda tanıtım etmək imkanını verir. Azərbaycanlı bizneslər, öz məhsul və xidmətlərini sosial media vasitəsilə dünya bazarlarına tanıdaraq, beynəlxalq müştəri bazası qura bilirlər. Sosial media platformaları, həmçinin şirkətlərə beynəlxalq sərgilər və tədbirlər barədə məlumat verərək, daha geniş bir müştəri kütləsinə çatma şansı təqdim edir.

Sosial media platformalarından istifadə edərək, bizneslər həmçinin yeni satış kanalları açmaq imkanını əldə edir. Sosial media üzərindən e-ticarət fəaliyyətləri həyata keçirmək, xüsusən kiçik bizneslər üçün yeni satış mənbələri yaradır. Instagram və Facebook kimi platformalar, bizneslərə onlayn satış, məhsul təqdimatı və müştəri ilə əlaqə yaratmaq kimi imkanlar təqdim edir. Sosial media vasitəsilə həyata keçirilən e-ticarət, ənənəvi fiziki dükanlara nisbətən daha sərfəlidir və müştərilərə daha əlçatan olur [9, s.14].

Azərbaycandakı sosial media platformalarının bizneslər üçün yaratdığı imkanlar, ölkənin iqtisadiyyatına müsbət təsir edir. Kiçik və orta

bizneslər, sosial media vasitəsilə öz brendlərini qurur, bazarda mövqeyini gücləndirir və daha çox müştəriyə xidmət göstərir. Eyni zamanda, sosial media marketingi sahəsində yeni iş imkanlarının yaranması, ölkənin əmək bazarını da zənginləşdirir. Sosial media bizneslər üçün yalnız satış deyil, həm də müştəri əlaqələri və brendin gücləndirilməsi baxımından mühüm bir platformadır. Sosial media platformalarının bizneslərə təqdim etdiyi bu imkanlar, Azərbaycanın dijital iqtisadiyyatının inkişafında həlledici rol oynamaqdadır.

Dördüncü Sənaye İnqilabı, texnologiyanın inkişafı ilə əlaqəli olaraq, informasiya texnologiyalarının və avtomatlaşdırmanın daha da genişlənməsini təmin etmişdir. Bu inqilabın ən əhəmiyyətli xüsusiyyətlərindən biri, süni intellekt (AI), big data (böyük məlumatlar), avtomatlaşdırma və internetin daha geniş şəkildə tətbiqi ilə iş dünyasında köklü dəyişikliklərin baş verməsidir. Sosial media marketingi, bu inkişaflardan ən çox təsirlənən sahələrdən biridir və Dördüncü Sənaye İnqilabının gətirdiyi yeniliklər, bizneslərin sosial media platformalarında daha hədəfli və effektiv marketing strategiyaları tətbiq etmələrinə imkan tanımışdır. Azərbaycanda bu inkişafların sosial media marketinginə təsiri isə ölkənin dijital iqtisadiyyatının böyüməsi ilə sıx əlaqəlidir.

Dördüncü Sənaye İnqilabının sosial media marketinginə olan əsas təsirlərindən biri, müştəri davranışlarının daha yaxşı analizi və hədəfli reklamların yaradılmasında istifadə olunan texnologiyaların genişlənməsidir. Süni intellekt və böyük məlumatlar vasitəsilə sosial media platformalarında istifadəçi davranışları daha dərinlən təhlil edilə bilər. Bu texnologiyalar sayəsində, şirkətlər öz müştərilərinin maraq və tələblərini daha yaxşı anlayır və onların ehtiyaclarına uyğun fərdiləşdirilmiş reklamlar təqdim edirlər. Məsələn, Facebook və Instagram kimi platformalar, istifadəçilərin keçmiş fəaliyyəti və maraqlarına əsaslanaraq, reklamları daha məqsədli şəkildə göstərir. Bu, şirkətlərin reklam büdcələrini daha səmərəli istifadə etmələrinə imkan verir [5, s.38].

Dördüncü Sənaye İnqilabının sosial media marketinginə təsir edən digər bir mühüm amil isə, avtomatlaşdırma və robot texnologiyalarının

istifadəsidir. Avtomatlaşdırılmış sistemlər, reklam kampaniyalarını daha sürətli və effektiv şəkildə həyata keçirməyə imkan verir. Şirkətlər, sosial media reklamlarını və marketing fəaliyyətlərini avtomatikləşdirərək, insan səhvlərini azaltmağa və daha sürətli nəticələr əldə etməyə nail olurlar. Sosial media analitikləri və müştəri xidməti robotları, müştəri ilə daha sürətli və səmərəli əlaqə qurmağa imkan verir. Bu cür texnoloji irəliləyişlər, sosial media marketinginin daha yüksək səviyyədə idarə olunmasını təmin edir və şirkətlərin daha çox müştəriyə daha təsirli şəkildə çatmasına şərait yaradır.

Azərbaycanda Dördüncü Sənaye İnqilabının təsiri, ölkənin dijital bazarına da özünü göstərir. Azərbaycan hökuməti, informasiya texnologiyalarına olan investisiyalarını artıraraq, dijital iqtisadiyyatın inkişafını stimullaşdırır. Bu, sosial media marketinginin inkişafını təşviq edən bir amil olmuşdur. Son illərdə Azərbaycanda sosial media platformaları daha çox istifadə olunmağa başlanmış və bizneslər dijital alətlərdən faydalanaraq marketing fəaliyyətlərini daha səmərəli şəkildə həyata keçirə bilmişlər. Azərbaycanın gənc nəsli, texnologiyaya daha yaxın olduğu üçün sosial media platformalarını fəal şəkildə istifadə edir və bu, bizneslər üçün yeni müştəri bazaları yaratmaqda mühüm rol oynayır [6, s.58].

Azərbaycanda Dördüncü Sənaye İnqilabının sosial media marketinginə olan təsirini nəzərə alaraq, gələcək perspektivlər olduqca ümidvericidir. Gələcəkdə, süni intellektin və digər texnoloji yeniliklərin daha da inkişaf etməsi ilə sosial media marketingi daha fərdiləşdirilmiş və müştəri mərkəzli olacaqdır. Müştəri məlumatlarının daha dərinlən təhlil edilməsi və daha hədəfli reklamların tətbiq edilməsi, bizneslər üçün böyük bir üstünlük yaradacaqdır. Eyni zamanda, sosial media platformalarının daha inkişaf etmiş analitik alətləri və daha məqsədli reklam sistemləri, müştəri ilə daha dərin əlaqələr qurmağa imkan verəcəkdir.

Azərbaycanda bu inkişaflar, həmçinin, yeni iş sahələrinin yaranmasına və dijital marketing mütəxəssislərinə olan tələbin artmasına səbəb olacaqdır. Sosial media marketingi sahəsində peşəkarların və mütəxəssislərin yetişdirilməsi, ölkənin iqtisadiyyatına müsbət təsir edəcəkdir. Gələcəkdə, Azərbaycanın sosial media bazarının



daha da böyüməsi və innovativ marketing üsullarının tətbiqi, yerli bizneslərin beynəlxalq səviyyədə rəqabət qabiliyyətini artıracaqdır.

Nəticədə, Dördüncü Sənaye İnqilabı, Azərbaycanda sosial media marketinginin inkişafına böyük təsir göstərmişdir. Texnologiyanın inkişafı, müştəri əlaqələrinin daha səmərəli qurulmasına və daha fərdiləşdirilmiş reklam kampaniyalarının yaradılmasına imkan tanıyır. Azərbaycanda bu inqilabın sosial media marketinginə gətirdiyi perspektivlər, ölkənin dijital iqtisadiyyatının inkişafına töhfə verəcək və bizneslər üçün yeni imkanlar yaradacaqdır.

Nəticə

Azərbaycanda sosial media marketinginin inkişafı, texnoloji yeniliklərin və dijital iqtisadiyyatın təsiri ilə sürətlə irəliləyir. Dördüncü Sənaye İnqilabının gətirdiyi süni intellekt, böyük məlumatlar və avtomatlaşdırma kimi texnologiyalar, sosial media platformalarının bizneslər üçün effektiv bir marketing alətinə çevrilməsini təmin etmişdir. Bu inkişaf, şirkətlərə müştərilərinə daha yaxınlaşmaq, onların ehtiyaclarını daha dəqiq təhlil etmək və daha fərdiləşdirilmiş reklamlar yaratmaq imkanı verir. Müştəri ilə daha interaktiv əlaqələr qurulması və reklam kampaniyalarının daha səmərəli şəkildə həyata keçirilməsi, bizneslərin müvəffəqiyyətini artıran əsas amillərdən biri olmuşdur [7, s.152].

Azərbaycanda sosial media platformalarının istifadəsi artdıqca, yerli bizneslər üçün yeni imkanlar yaranır. Hədəf kütlələrinin daha yaxşı müəyyənləşdirilməsi və müştəri davranışlarının analiz edilməsi, şirkətlərin daha məqsədyönlü və effektiv marketing strategiyaları tətbiq etmələrinə şərait yaradır. Bu inkişafın gələcəkdə daha da dərinləşməsi, sosial media marketinginin daha da populyarlaşmasına və dijital bazarın genişlənməsinə səbəb olacaqdır.

Azərbaycandakı bizneslər, bu yeni texnologiyalardan istifadə edərək beynəlxalq bazarda da

rəqabət qabiliyyətlərini artırmaq imkanı əldə edirlər. Dördüncü Sənaye İnqilabının təsiri ilə gələcəkdə sosial media marketinginin rolunun daha da önəmli olacağı şübhəsizdir. Bu dəyişikliklər, həmçinin, yerli iqtisadiyyata da müsbət təsir edəcək və yeni iş sahələrinin yaranmasına səbəb olacaqdır. Beləliklə, sosial media marketinginin Azərbaycandakı inkişaf perspektivləri son dərəcə ümidverici və gələcəyə yönəlmişdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Məmmədov, R., Sosial media marketinginin əsasları. Bakı: Təhsil nəşriyyatı, 2020, 185 səh.
2. Həsənov, M., Dijital marketingin inkişafı və Azərbaycanın bazarındakı rolu. Bakı: Elm və təhsil nəşriyyatı, 2018, 220 səh.
3. Quliyev, T., Sosial şəbəkələr və biznesin inkişafı. Bakı: Bakı Press, 2021, 198 səh.
4. Əliyev, F., İnternet reklamçılığı və sosial media. Bakı: Azərbaycan Universiteti nəşriyyatı, 2020, 176 səh.
5. Abdullayeva, A., Sosial media marketinginin iqtisadiyyata təsiri. Bakı: İqtisadiyyat nəşriyyatı, 2019, 210 səh.
6. İsmayılov, V., Sosial şəbəkələrdə brend idarəetməsi. Bakı: Azərkitab nəşriyyatı, 2017, 198 səh.
7. Rzayev, E., Azərbaycanın dijital marketingin gələcəyi. Bakı: Gənclik nəşriyyatı, 2021, 230 səh.
8. Kotler, P., Armstrong, G., Principles of Marketing. 15th edition. New Jersey: Pearson Education, 2013, 640 p.
9. Ryan, D., Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. London: Kogan Page, 2016, 366 p.
10. Chaffey, D., Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. 6th edition. Harlow: Pearson Education, 2015, 532 p.

Saida BAYRAMLI

Master's student at Western Caspian University

DEVELOPMENT PERSPECTIVES AND FUTURE OF SOCIAL MEDIA MARKETING IN AZERBAIJAN

Summary

This article extensively explores the development perspectives and future of social media marketing in Azerbaijan. In recent decades, the rapid growth of social media platforms and the increasing influence of the digital world have created new opportunities and challenges for businesses. Especially in Azerbaijan, social media marketing, unlike traditional methods, provides the opportunity to reach a wider target audience and various groups. The article analyzes the current state of the social media market in Azerbaijan, users' interest in platforms, and businesses' activities on social networks. It also discusses the tools and strategic approaches used by companies in social media marketing and how they have evolved in line with modern trends. Additionally, various methods and approaches for more effective use of social platforms are examined.

The impact of the Fourth Industrial Revolution and technological advancements have opened new perspectives for social media marketing. Technologies such as artificial intelligence, data analysis, and automation are enabling more efficient and targeted marketing efforts. This section discusses how these technologies are being applied in social media marketing in Azerbaijan and what future developments are expected in this area. It also addresses how the new opportunities brought by the Fourth Industrial Revolution can be leveraged by businesses through social media. The article provides a detailed overview of the future of social media marketing in Azerbaijan and highlights effective approaches that can be used in the future for businesses.

Keywords: social media marketing, marketing in Azerbaijan, digital marketing, Fourth Industrial Revolution, artificial intelligence, automation, data analysis, social platforms, development perspectives, business strategies, technological innovations.

Саида БАЙРАМЛИ

Западно-Каспийского университета, магистрант

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ И БУДУЩЕЕ СОЦИАЛЬНО-МЕДИЙНОГО МАРКЕТИНГА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Резюме

Эта статья широко исследует перспективы развития и будущее социального медиа-маркетинга в Азербайджане. За последние десятилетия быстрый рост платформ социальных медиа и возрастающее влияние цифрового мира создали новые возможности и вызовы для бизнеса. Особенно в Азербайджане социальный медиа-маркетинг, в отличие от традиционных методов, предоставляет возможность охватывать более широкую целевую аудиторию и различные группы. В статье анализируется текущее состояние рынка социальных медиа в Азербайджане, интерес пользователей к платформам и деятельность бизнеса в социальных сетях. Рассматриваются инструменты и стратегические подходы, которые компании используют в социальном медиа-маркетинге, а также как они развиваются в соответствии с современными тенденциями. Также обсуждаются различные методы и подходы для более эффективного использования социальных платформ.

Влияние Четвертой промышленной революции и технологические достижения открыли новые перспективы в социальном медиа-маркетинге. Технологии, такие как искусственный интеллект, анализ данных и автоматизация, обеспечивают более эффективную и

целенаправленную реализацию маркетинга. В этой части рассматривается, как эти технологии применяются в социальном медиа-маркетинге в Азербайджане, а также какие дальнейшие развития ожидаются в этой области. Также обсуждается, как новые возможности, принесенные Четвертой промышленной революцией, могут быть использованы для бизнеса через социальные медиа. Статья предоставляет подробный обзор будущего социального медиа-маркетинга в Азербайджане и освещает эффективные подходы, которые могут быть использованы в будущем для бизнеса.

Ключевые слова: социальный медиа-маркетинг, маркетинг в Азербайджане, цифровой маркетинг, Четвертая промышленная революция, искусственный интеллект, автоматизация, анализ данных, социальные платформы, перспективы развития, бизнес-стратегии, технологические инновации.