

Cavidan Azad oğlu ZEYNALOV

Qərbi Kaspi Universitetinin magistrantı, Bakı, Azərbaycan

E-mail: czeynalov2002@gmail.com

ELEKTRON TİCARƏTDƏ REKLAM FƏALİYYƏTİNİN SƏMƏRƏLİLİYİNİN ARTIRILMASINDA İNNOVATİV RƏQƏMSAL TEXNOLOGİYALARIN VƏ AVTOMATLAŞDIRILMIŞ HƏLLƏRİN ROLU

Xülasə

Məqalədə elektron ticarət şəraitində reklam fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılmasında innovativ rəqəmsal texnologiyaların və avtomatlaşdırılmış həllərin rolu araşdırılır. Rəqəmsallaşmanın sürətlənməsi reklam proseslərinin planlaşdırılması, icrası, monitorinqi və qiymətləndirilməsi mexanizmlərində mühüm dəyişikliklər yaratmışdır. Elektron ticarət platformaları müasir texnoloji vasitələrdən istifadə etməklə istehlakçı davranışlarını daha dəqiq təhlil edir, reklam mesajlarını hədəf auditoriyanın maraqlarına uyğunlaşdırır və reklam nəticələrini real vaxt rejimində izləyə bilir. Məqalədə avtomatlaşdırılmış reklam idarəetməsi, məlumat əsaslı analitika alətləri, fərdiləşdirilmiş məzmun texnologiyaları, davranış əsaslı hədəfləmə, performans izləmə sistemləri və avtomatik büdcə bölgüsü mexanizmləri təhlil olunur. Göstərilir ki, bu texnologiyalar reklam fəaliyyətində çevikliyi, dəqiqliyi və xərc-effektivliyi artırır. Eyni zamanda reklam büdcəsinin daha rəşional bölüşdürülməsi, səmərəsiz reklam elementlərinin vaxtında müəyyən edilməsi və strategiyaların operativ şəkildə yenilənməsi elektron ticarət subyektlərinin rəqəbat qabiliyyətini gücləndirir. Nəticə etibarilə, innovativ rəqəmsal texnologiyalar reklam fəaliyyətinin strateji idarə olunmasında mühüm inkişaf amili kimi çıxış edir.

Açar sözlər: elektron ticarət, rəqəmsal reklam, avtomatlaşdırma, analitika, fərdiləşdirmə.

UOT: 339.37:339.138:004.89

JEL: M31, L81, O33, M15

DOI: <https://doi.org/10.54414/OAAS8439>

Giriş

Müasir dövrdə elektron ticarətin sürətli inkişafı reklam fəaliyyətinin təşkili və idarə olunması üsullarında əsaslı dəyişikliklər yaratmışdır. Rəqəmsal mühitdə fəaliyyət göstərən biznes subyektləri artıq yalnız ənənəvi reklam vasitələri ilə kifayətlənmir, daha çox məlumat əsaslı, çevik və nəticələri ölçülə bilən texnoloji həllərə üstünlük verirlər. Bu proses reklam fəaliyyətinin daha məqsədyönlü planlaşdırılmasını, istehlakçı davranışlarının daha dəqiq öyrənilməsini və reklam büdcəsinin səmərəli idarə edilməsini zəruri edir. Elektron ticarət platformalarında rəqəbatın güclənməsi reklam strategiyalarının innovativ rəqəmsal texnologiyalar əsasında qurulmasını vacib şərtə çevirmişdir. Rəqəmsallaşma reklam fəaliyyətinin həm məzmun, həm idarəetmə, həm də qiymətlən-

dirmə mərhələlərinə təsir göstərir. Avtomatlaşdırılmış reklam idarəetməsi, məlumat əsaslı analitika alətləri, davranış əsaslı hədəfləmə, fərdiləşdirilmiş məzmun texnologiyaları və real vaxt monitorinq sistemləri reklam proseslərinin daha səmərəli aparılmasına imkan yaradır. Bu texnologiyalar vasitəsilə reklam kampaniyalarının nəticələri operativ şəkildə izlənilir, zəif göstəricilər vaxtında müəyyən edilir və reklam strategiyaları bazar dəyişikliklərinə uyğunlaşdırılır. Nəticədə reklam fəaliyyəti daha planlı, ölçülə bilən və iqtisadi baxımdan əsaslandırılmış xarakter alır. Elektron ticarət şəraitində reklam fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması yalnız texniki vasitələrin tətbiqi ilə məhdudlaşmır. Burada əsas məsələ texnologiyalardan düzgün istifadə etməklə istehlakçı ehtiyaclarına uyğun reklam məzmununun hazırlanması, resursların

məqsədyönlü bölüşdürülməsi və qərar qəbul etmə prosesinin real məlumatlara əsaslandırılmasıdır. Bu baxımdan innovativ rəqəmsal texnologiyalar reklam fəaliyyətinin keyfiyyətini yüksəltməklə yanaşı, elektron ticarət subyektlərinin bazar mövqelərinin möhkəmlənməsinə də şərait yaradır.

Təhlil

Elektron ticarət şəraitində reklam fəaliyyətinin daha səmərəli təşkili innovativ rəqəmsal texnologiyalardan istifadə ilə birbaşa əlaqəlidir. Rəqəmsallaşma prosesinin sürətlənməsi reklamın planlaşdırılması, icrası və nəticələrinin qiymətləndirilməsi mexanizmlərini daha çevik və ölçülə bilən formaya gətirir. Müasir texnoloji vasitələr reklam fəaliyyətinin idarə olunmasında yeni funksional imkanlar yaradır. Elektron ticarət platformaları bu texnologiyalardan istifadə etməklə istehlakçı davranışlarını daha dəqiq izləyə və təhlil edə bilirlər. Məlumatların sürətli emalı reklam strategiyalarının vaxtında yenilənməsinə və dəyişən bazar şərtlərinə uyğunlaşdırılmasına şərait yaradır. İnnovativ texnologiyaların reklam prosesinə inteqrasiyası qərar qəbul etməni daha əsaslandırılmış və operativ edir. Texnoloji imkanların genişlənməsi reklam fəaliyyətinin keyfiyyətini yüksəldir və elektron ticarət subyektlərinin rəqabət üstünlüyünü gücləndirir.

Avtomatlaşdırılmış həllər reklam fəaliyyətinin idarə edilməsində xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Reklam kampaniyalarının avtomatik formada planlaşdırılması və icrası vaxt itkisini minimuma endirir. Elektron platformalar avtomatlaşdırma vasitələri ilə reklamların yerləşdirilməsi, hədəflənməsi və optimallaşdırılması prosesini daha dəqiq idarə edə bilirlər. Avtomatik sistemlər reklam büdcəsinin daha səmərəli bölüşdürülməsinə imkan verir. İnsan amilindən asılılığın azalması nəticələrin daha sabit və davamlı olmasına şərait yaradır. Avtomatlaşdırılmış monitoring alətləri reklam nəticələrinin real vaxt rejimində izlənməsini təmin edir. Bu imkan reklam fəaliyyətində çevik idarəetmə qərarlarının qəbulunu asanlaşdırır. Nəticədə reklam proseslərinin ümumi effektivliyi artır.

İnnovativ rəqəmsal texnologiyalar reklam məzmununun fərdiləşdirilməsi üçün geniş imkanlar formalaşdırır. İstifadəçi məlumatlarının təhlili reklam mesajlarının istehlakçı maraqlarına daha uyğun hazırlanmasına şərait yaradır. Rəqəmsal alətlər istehlakçıların seçimlərini, davranışlarını və alış meyllərini daha dərinlən öyrənməyə kömək edir. Reklam mesajlarının hədəf auditoriyaya uyğunlaşdırılması istehlakçı reaksiyalarını gücləndirir. Fərdiləşdirilmiş məzmun reklamın qəbul edilmə səviyyəsini artırır və platformalara reklam fəaliyyətini daha məqsədyönlü şəkildə həyata keçirmək imkanı verir.

Reklam fəaliyyətində avtomatlaşdırılmış həllərin tətbiqi xərclərin optimallaşdırılması baxımından da mühüm əhəmiyyət daşıyır [2]. Resurslardan səmərəli istifadə reklam büdcəsinin daha düzgün istiqamətləndirilməsini təmin edir. Avtomatik sistemlər daha uğurlu reklam formatlarını müəyyənləşdirməyə və zəif nəticə göstərən elementləri vaxtında dəyişdirməyə imkan yaradır. Platformalar bu yolla reklamla bağlı riskləri minimuma endirə bilirlər. Reklam kampaniyalarının davamlı olaraq optimallaşdırılması satış nəticələrinə müsbət təsir göstərir. Avtomatlaşdırılmış analiz vasitələri idarəetmə qərarlarının daha əsaslı qəbul edilməsinə şərait yaradır [3]. Bu proses reklam fəaliyyətinin davamlı inkişafını dəstəkləyir. İnnovativ rəqəmsal texnologiyalar və avtomatlaşdırılmış həllər elektron ticarətdə reklam səmərəliliyinin artırılmasında strateji rol oynayır. Cədvəl 1 elektron ticarətdə reklam fəaliyyətinin səmərəliliyinin yüksəldilməsində innovativ rəqəmsal texnologiyaların və avtomatlaşdırılmış həllərin rolunu analitik formada göstərir. Cədvəldə qeyd olunan texnoloji həllər reklam prosesinin planlaşdırma, icra və nəzarət mərhələlərini əhatə edir. Reklam fəaliyyətinin rəqəmsal əsaslarla idarə olunması daha çevik, dəqiq və ölçülə bilən nəticələrin əldə edilməsinə imkan verir [4]. Elektron ticarət platformaları bu texnologiyalar vasitəsilə reklam proseslərini daha sistemli şəkildə təşkil edə bilirlər. Reklam qərarlarının qəbulunda operativlik və dəqiqlik əsas üstünlüklər kimi çıxış edir. Texnoloji həllərin tətbiqi reklam idarəçiliyində yeni imkanlar yaradır.

Cədvəl 1. Elektron ticarətdə reklam fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılmasında innovativ rəqəmsal texnologiyalar və avtomatlaşdırılmış həllərin analitik qiymətləndirilməsi.

Texnoloji həll növü	Reklam fəaliyyətində tətbiq sahəsi	Əldə olunan funksional üstünlüklər	Səmərəliliyə təsir istiqaməti
Avtomatlaşdırılmış reklam idarəetməsi	Reklam kampaniyalarının planlaşdırılması və həyata keçirilməsi	Vaxt itkisinin azalması, operativ nəzarət imkanları	Reklam prosesinin çevikliyinin və dəqiqliyinin yüksəlməsi
Məlumat əsaslı analitika alətləri	İstehlakçı davranışlarının öyrənilməsi	Daha əsaslandırılmış qərar qəbul etmə imkanı	Reklam nəticələrinin ölçülə bilmə səviyyəsinin artması
Fərdiləşdirilmiş məzmun texnologiyaları	Reklam mesajlarının auditoriyaya uyğunlaşdırılması	İstifadəçi maraqlarına uyğun reklam məzmunu	Reklamın qəbul edilməsi və reaksiya səviyyəsinin yüksəlməsi
Avtomatik optimallaşdırma mexanizmləri	Reklam büdcəsinin bölüşdürülməsi və tənzimlənməsi	Xərclərin daha balanslı idarə edilməsi	Xərc-effektivliyin artırılması
Real vaxt monitoring sistemləri	Reklam nəticələrinin izlənilməsi	Vaxtında müdaxilə imkanlarının yaranması	Nəticələrin daha sabit idarə olunması

Mənbə: [1] mənbə əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Avtomatlaşdırılmış reklam idarəetməsi reklam kampaniyalarının planlaşdırılması və icrası mərhələsində mühüm rol oynayır. Reklamın yerləşdirilməsinin avtomatik tənzimlənməsi vaxt itkisini azaldır və kampaniya proseslərinin daha səmərəli aparılmasına imkan verir. Reklam büdcəsinin düzgün bölüşdürülməsi üçün çevik mexanizmlər formalaşır. İnsan faktorundan asılılığın azalması nəticələrin daha sabit olmasına şərait yaradır. Kampaniyaların icrası zamanı nəzarət imkanlarının genişlənməsi reklam fəaliyyətinin koordinasiyasını gücləndirir. Platformalar bu imkanlardan istifadə etməklə reklam fəaliyyətini daha dəqiq istiqamətləndirə bilirlər.

Məlumat əsaslı analitika alətləri reklam fəaliyyətinin keyfiyyətinin artırılmasında əsas vasitələrdən biri kimi qiymətləndirilir [5]. İstehlakçı davranışlarının təhlili reklam strategiyalarının daha düzgün qurulmasına şərait yaradır. Alış meylləri, maraq dairələri və istifadəçi davranışları bu mərhələdə müəyyən edilir. Analitik alətlər reklam nəticələrinin daha aydın və obyektiv ölçülməsinə imkan verir. Qərar qəbul etmə prosesi real göstəricilərə əsaslandığı üçün reklam strategiyalarının təkmilləşdirilməsi daha səmərəli həyata keçirilir. Bu proses reklam fəaliyyətinin effektivliyini artıran mühüm amil kimi çıxış edir.

Fərdiləşdirilmiş məzmun texnologiyaları reklam mesajlarının istehlakçı maraqlarına uyğun hazırlanmasına imkan verir. Reklam

məzmununun auditoriyaya uyğunluğu istifadəçinin diqqətini cəlb etməyə və müsbət reaksiya formalaşdırmağa kömək edir. Avtomatik optimallaşdırma mexanizmləri reklam xərclərinin daha balanslı idarə edilməsinə şərait yaradır. Səmərəsiz reklam elementləri vaxtında müəyyən edilərək dəyişdirilir. Bu isə resurslardan daha məqsədyönlü istifadə imkanlarını artırır. Reklam fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyi məhz bu mərhələdə daha aydın görünür [6]. Real vaxt monitoring sistemləri reklam göstəricilərinin operativ izlənilməsinə təmin edir. Reklam nəticələrində baş verən dəyişikliklərin dərhal müşahidə olunması idarəetmə prosesini asanlaşdırır. Texnoloji həllərin kompleks tətbiqi reklam fəaliyyətinin uzunmüddətli inkişafına mühüm töhfə verir.

Cədvəl 2 elektron ticarətdə reklam fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılmasına xidmət edən innovativ rəqəmsal texnologiyaların və avtomatlaşdırılmış həllərin funksional rolunu sistemli şəkildə əks etdirir. Cədvəldə göstərilən texnologiyalar reklam prosesinin müxtəlif mərhələlərinə təsir göstərərək ümumi nəticələrin yaxşılaşdırılmasına yönəlir. Rəqəmsal mühitdə reklam fəaliyyətinin daha mürəkkəb xarakter alması bu texnologiyalardan istifadəni zəruri edir. Elektron platformalar reklam qərarlarını yalnız intuisiya əsasında deyil, faktiki məlumatlara əsaslanaraq formalaşdırmağa üstünlük verirlər [6]. Bu cür yanaşma reklam fəaliyyətinin idarə

olunmasında daha aydın və məqsədyönlü istiqamətlər yaradır.

Cədvəl 2. Elektron ticarətdə reklam fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılmasında innovativ rəqəmsal texnologiyalar və avtomatlaşdırılmış həllərin funksional təsnifatı.

Texnologiya və ya həll növü	İstifadə məqsədi	Reklam prosesinə təsiri	Praktik nəticə
Rəqəmsal məlumat emalı sistemləri	İstifadəçi məlumatlarının sistemləşdirilməsi	Reklam qərarlarının əsaslandırılması	Daha dəqiq hədəfləmə imkanlarının yaranması
Avtomatik kampaniya idarəetməsi	Reklam proseslərinin mərkəzləşdirilmiş idarəsi	Operativ planlama və nəzarət	Vaxt və resurslara qənaət
Davranış əsaslı hədəfləmə mexanizmləri	İstehlakçı maraqlarının müəyyən edilməsi	Reklam mesajlarının uyğunlaşdırılması	İstifadəçi reaksiyalarının yüksəlməsi
Dinamik məzmun təqdimatı	Reklam mətnlərinin çevik dəyişdirilməsi	Mesaj uyğunluğunun artırılması	Klik və maraq göstəricilərinin artması
Performans izləmə alətləri	Reklam nəticələrinin ölçülməsi	Nəticələrin müqayisəli təhlili	Strategiyanın təkmilləşdirilməsi
Avtomatik büdcə bölgüsü sistemləri	Reklam xərclərinin tənzimlənməsi	Səmərəsiz xərclərin azaldılması	Xərc-effektivliyin yüksəlməsi

Mənbə: [6] mənbə əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.

Rəqəmsal məlumat emalı sistemləri reklam fəaliyyətinin analitik bazasını gücləndirən mühüm texnoloji vasitələrdəndir. İstifadəçi məlumatlarının sistemləşdirilməsi reklam strategiyalarının daha düzgün qurulmasına imkan verir. Məlumatların ardıcıl və strukturlaşdırılmış şəkildə emal edilməsi hədəfləmə prosesində səhvlərin azalmasına şərait yaradır. Reklam qərarları real davranış göstəricilərinə əsaslandığında nəticələrin etibarlılığı artır [7]. Bu texnologiyalar reklam fəaliyyətində təsadüfi qərarların qarşısını alır və planlaşdırmanı daha məqsədyönlü edir.

Avtomatik kampaniya idarəetməsi reklam fəaliyyətinin operativliyini və koordinasiyasını təmin edən əsas mexanizmlərdən biridir. Reklam kampaniyalarının mərkəzləşdirilmiş formada idarə olunması vaxt və resurs itkilərini azaldır. Reklam yerləşdirmə prosesində yaranan texniki gecikmələr minimuma endirilir. Platformalar eyni vaxtda bir neçə kampaniyanı daha effektiv şəkildə nəzarətdə saxlaya bilirlər. Bu imkan reklam fəaliyyətinin davamlı və stabil aparılmasına şərait yaradır.

Davranış əsaslı hədəfləmə və dinamik məzmun təqdimatı reklam mesajlarının uyğunluğunu artıran mühüm texnoloji istiqamətlər kimi çıxış edir. İstehlakçı maraqlarının düzgün müəyyən edilməsi reklam məzmununun daha məqsədyönlü hazırlanmasına imkan yaradır.

Reklam mesajlarının çevik şəkildə dəyişdirilməsi istifadəçi reaksiyalarına operativ uyğunlaşmanı təmin edir. Məzmunun hədəf auditoriyaya uyğunluğu diqqətin cəlb olunmasına və marağın formalaşmasına müsbət təsir göstərir. Bu proses reklam fəaliyyətinin effektivliyini artıran əsas amillərdən biri hesab olunur.

Performans izləmə alətləri və avtomatik büdcə bölgüsü sistemləri reklam fəaliyyətinin nəticələrinin qiymətləndirilməsində mühüm yer tutur. Reklam göstəricilərinin müqayisəli təhlili strategiyanın güclü və zəif tərəflərini müəyyən etməyə imkan verir [8]. Xərclərin balanslaşdırılması səmərəsiz reklam istiqamətlərinin aradan qaldırılmasına kömək edir. Reklam büdcəsinin daha məqsədyönlü yönəldilməsi iqtisadi səmərəliliyi artırır.

İnnovativ rəqəmsal texnologiyalar elektron ticarətdə reklam fəaliyyətinin keyfiyyət göstəricilərini əhəmiyyətli dərəcədə dəyişir. Reklam proseslərinin rəqəmsallaşdırılması idarəetmə mexanizmlərinin daha çevik qurulmasına şərait yaradır. Texnoloji imkanlar reklam fəaliyyətinin planlaşdırılması mərhələsində məlumat əsaslı qərarların qəbulunu dəstəkləyir. Elektron platformalar reklam strategiyalarını daha dəqiq göstəricilər əsasında formalaşdırmağa çalışırlar. Məlumatların sürətli emalı reklam fəaliyyətində operativliyin artmasına imkan verir. Reklam nəticələrinin ölçülməsi əvvəlki dövrlərlə



müqayisədə daha dəqiq aparılır [1]. Texnologiyaların tətbiqi reklam fəaliyyətinin idarə edilməsində sistemli yanaşmanı gücləndirir. Planlaşdırma mərhələsində qeyri-müəyyənlik səviyyəsi azalır. Reklam fəaliyyətində çeviklik rəqabət üstünlüyü yaradan əsas amillərdən birinə çevrilir.

Bu proses elektron ticarət subyektlərinin bazar mövqelərini möhkəmləndirir. Avtomatlaşdırılmış həllər reklam fəaliyyətinin icra mərhələsində resurslardan istifadənin optimallaşdırılmasını təmin edir. Reklam kampaniyalarının avtomatik idarə olunması vaxt itkisini minimum səviyyəyə endirir. İnsan faktorundan asılılığın azalması nəticələrin sabitliyini artırır. Avtomatlaşdırma vasitələri reklam büdcəsinin daha rəşional bölüşdürülməsinə imkan yaradır. Reklam yerləşdirmə prosesində texniki səhvlərin sayı azalır. Kampaniyaların icrası zamanı nəzarət imkanları genişlənir. Avtomatik sistemlər eyni anda bir neçə prosesi paralel idarə etməyə şərait yaradır. Reklam fəaliyyətinin koordinasiyası daha səmərəli formada həyata keçirilir. Texnoloji dəstək idarəetmə yükünü xeyli azaldır. Nəticədə reklam fəaliyyəti daha davamlı və sistemli xarakter alır.

Rəqəmsal analitika alətləri reklam fəaliyyətinin qiymətləndirilməsində mühüm rol oynayır. İstehlakçı davranışlarının təhlili reklam strategiyalarının düzgün qurulmasına imkan verir. Analitik göstəricilər reklam nəticələrinin obyektiv qiymətləndirilməsini təmin edir. Qərar qəbulətmə prosesi subyektiv yanaşmalardan uzaqlaşaraq real məlumatlara əsaslanır. Reklam göstəriciləri faktiki performans əks etdirən əsas meyarlara çevrilir. Analitika vasitələri zəif nəticə göstərən reklam elementlərini müəyyən etməyə kömək edir. Reklam məzmununun təkmilləşdirilməsi üçün əsaslandırılmış məlumat bazası formalaşır [9]. İdarəetmə qərarları faktiki göstəricilərə söykənir və reklam strategiyalarının çevik tənzimlənməsi mümkün olur.

Avtomatik optimallaşdırma mexanizmləri reklam xərclərinin balanslaşdırılmasında mühüm rol oynayır. Büdcənin səmərəsiz istiqamətlərə yönəldilməsi riski azalır. Reklam investisiyalarının geri dönüş səviyyəsi daha sabit xarakter alır. Optimallaşdırma prosesləri reklam fəaliyyətinin iqtisadi nəticələrini

yaxşılaşdırır. Reklam kampaniyalarının effektivliyi mərhələli şəkildə yüksəlir. Xərclərin nəzarətdə saxlanması maliyyə dayanıqlığını gücləndirir. Texnoloji imkanlar reklam fəaliyyətində risklərin idarə olunmasını asanlaşdırır. İqtisadi səmərəlilik idarəetmə qərarlarının əsas meyarına çevrilir. Reklam fəaliyyəti strateji baxımdan daha planlı şəkildə həyata keçirilir. Bu proses elektron ticarət subyektlərinin inkişafına müsbət təsir göstərir.

İnnovativ texnologiyalar reklam fəaliyyətinin strateji əhəmiyyətini daha aydın şəkildə ortaya qoyur. Texnoloji alətlər yalnız texniki vasitə kimi deyil, həm də inkişaf faktoru kimi çıxış edir [10]. Elektron ticarət subyektləri bu alətlərdən istifadə etməklə bazar dəyişikliklərinə daha çevik uyğunlaşa bilirlər. Reklam fəaliyyətinin nəticələri müqayisə oluna bilən göstəricilər əsasında ölçülür. İdarəetmə prosesində şəffaflıq səviyyəsi artır. Texnologiyaların tətbiqi uzunmüddətli planlaşdırmanı asanlaşdırır və reklam strategiyalarının davamlı şəkildə təkmilləşdirilməsinə imkan verir. Performans əsaslı yanaşmanın üstünlük qazanması elektron ticarətdə reklam fəaliyyətini daha peşəkar və səmərəli səviyyəyə yüksəldir.

Nəticə

Elektron ticarət mühitində reklam fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması innovativ rəqəmsal texnologiyaların və avtomatlaşdırılmış həllərin tətbiqi ilə sıx bağlıdır. Bu texnologiyalar reklam proseslərinin daha çevik, sistemli və ölçülə bilən formada idarə olunmasına imkan verir. Avtomatlaşdırılmış reklam idarəetməsi vaxt və resurs itkilərini azaldır, reklam büdcəsinin daha rəşional bölüşdürülməsinə şərait yaradır və kampaniyaların icrası zamanı nəzarət imkanlarını genişləndirir. Bu isə reklam fəaliyyətinin ümumi nəticələrinə müsbət təsir göstərir.

Məlumat əsaslı analitika alətləri reklam strategiyalarının daha dəqiq qurulmasında mühüm rol oynayır. İstehlakçı davranışlarının, alış meyllərinin və maraq dairələrinin təhlili reklam mesajlarının hədəf auditoriyaya uyğunlaşdırılmasına imkan verir [11]. Fərdiləşdirilmiş məzmun texnologiyaları istifadəçi diqqətinin cəlb olunmasını və reklam reaksiyalarının artmasını təmin edir. Real vaxt monitoring

sistemləri isə reklam nəticələrində baş verən dəyişikliklərin operativ izlənilməsinə, zəif göstəricilərin vaxtında müəyyən edilməsinə və strategiyaların çevik şəkildə yenilənməsinə şərait yaradır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. OECD. Measuring the Digital Transformation: A Roadmap for the Future. OECD Publishing. 2019. Doi: 10.1787/9789264311992-en
2. Haşımova K.K. İnternet reklamının xüsusiyyətləri, imkanları və problemləri. AMEA İnformasiya Texnologiyaları İnstitutu. 2017.
3. Əhmədzaadə F.N. Qloballaşma şəraitində elektron ticarət: müasir vəziyyəti və inkişaf meylləri [Magistr dissertasiyası, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti]. 2021.
4. Qasımlı V., Talıbova M., Quliyeva G., Museyibov A., Mirzəyev F., Qədəşov A., Əhmədova G. Rəqəmsal iqtisadiyyat. Bakı: Azprint. 2023.
5. Əliyeva N., Süleymanov Ü. Biznes fəaliyyətində reklamın rolu və perspektiv imkanları. Naxçıvan Dövlət Universiteti, Elmi əsərlər, İctimai elmlər seriyası, 2022;6(119):136-140.
6. OECD. An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation. OECD Publishing. 2019. Doi: 10.1787/53e5f593-en
7. Wild A.M.M., Ortega-Gutierrez J. Digital Marketing: Strategies, Challenges, and Opportunities in the Digital Technology. Global Journal of Economics and Business, 2025;15(1):40-52. Doi: 10.31559/GJEB2025.15.1.3
8. Sheth N.M., Mishra P.G. Fundamentals of Marketing. Addition Publishing House. 2025.
9. Laudon K.C., Traver C.G. E-commerce 2016: Business, technology, society (12th ed.). Pearson. 2016.
10. Al-Ababneh H.A., Al-Husban A.M., Al Muala A., Dalbough M.A.A., Mugableh M.I., Siam I.M., Vitovschyk T. Digital marketing business models: Key stages, types and trends of development. Journal of Infrastructure, Policy and Development, 2024;8(5):5106.
11. Ryan D. Understanding digital marketing: a complete guide to engaging customers and implementing successful digital campaigns (5th ed.). Kogan Page. 2020.

Cavidan Azad ZEYNALOV

Master's student at Western Caspian University, Baku, Azerbaijan

THE ROLE OF INNOVATIVE DIGITAL TECHNOLOGIES AND AUTOMATED SOLUTIONS IN IMPROVING THE EFFICIENCY OF ADVERTISING ACTIVITIES IN E-COMMERCE

Summary

The article examines the role of innovative digital technologies and automated solutions in improving the efficiency of advertising activities in the e-commerce environment. The acceleration of digitalization has significantly changed the mechanisms of advertising planning, implementation, monitoring and evaluation. E-commerce platforms use modern technological tools to analyze consumer behavior more accurately, adapt advertising messages to the interests of target audiences and monitor advertising results in real time. The article analyzes automated advertising management, data-driven analytics tools, personalized content technologies, behavior-based targeting, performance tracking systems and automatic budget allocation mechanisms. It is emphasized that these technologies increase flexibility, accuracy and cost-effectiveness in advertising activities. At the same time, the rational distribution of advertising budgets, timely identification of ineffective advertising elements and rapid adjustment of strategies strengthen the competitiveness of e-commerce entities.

The findings show that innovative digital technologies are not only technical tools but also important strategic development factors. As a result, the use of automation, analytics and personalized digital solutions contributes to the professionalization and long-term effectiveness of advertising activities in e-commerce.

Keywords: e-commerce, digital advertising, automation, analytics, personalization.

Джавидан Азад ЗЕЙНАЛОВ

Западно-Каспийский университет, магистрант, Баку, Азербайджан

РОЛЬ ИННОВАЦИОННЫХ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ РЕШЕНИЙ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Резюме

В статье исследуется роль инновационных цифровых технологий и автоматизированных решений в повышении эффективности рекламной деятельности в условиях электронной коммерции. Ускорение цифровизации существенно изменило механизмы планирования, реализации, мониторинга и оценки рекламных кампаний. Платформы электронной коммерции используют современные технологические инструменты для более точного анализа поведения потребителей, адаптации рекламных сообщений к интересам целевых аудиторий и отслеживания рекламных результатов в режиме реального времени. В статье рассматриваются автоматизированное управление рекламой, аналитические инструменты на основе данных, технологии персонализированного контента, поведенческое таргетирование, системы отслеживания эффективности и механизмы автоматического распределения бюджета. Подчеркивается, что данные технологии повышают гибкость, точность и экономическую эффективность рекламной деятельности. Рациональное распределение рекламного бюджета, своевременное выявление неэффективных рекламных элементов и оперативное обновление стратегий усиливают конкурентоспособность субъектов электронной коммерции. Полученные результаты показывают, что инновационные цифровые технологии выступают не только как технические инструменты, но и как важные факторы стратегического развития. В результате применение автоматизации, аналитики и персонализированных цифровых решений способствует профессионализации и долгосрочной эффективности рекламной деятельности в электронной коммерции.

Ключевые слова: электронная коммерция, цифровая реклама, автоматизация, аналитика, персонализация.

Daxil olub: 14.05.2026