

Dropshipping biznes modeli va uning afzalliklari

Qo‘qon Universiteti o‘qituvchisi
Farmonov Ilhomjon Iqboljon o‘g‘li
i.i.farmonov@kokanduni.uz
+998911541510

Annotatsiya: Ushbu maqolada dropshipping biznes modeli zamonaviy elektron tijorat sharoitida samarali faoliyat yuritish usullaridan biri sifatida tahlil qilinadi. Maqolada dropshippingning mohiyati, ishlash mexanizmi va an’anaviy savdo modellaridan farqli jihatlari yoritib beriladi. Shuningdek, real statistik ma’lumotlar asosida ushbu modelning global bozordagi o‘rni va rivojlanish tendensiyalari ko‘rib chiqiladi. Dropshippingning asosiy afzalliklari, jumladan past boshlang‘ich kapital talabi, ombor va logistika xarajatlarining mavjud emasligi, joydan mustaqil ishlash imkoniyati hamda biznesni tez kengaytirish imkoniyatlari tahlil qilinadi. Shu bilan birga, modelga xos bo‘lgan cheklovlar- past foyda marjasi, kuchli raqobat va yetkazib beruvchilarga bog‘liqlik kabi omillar ham muhokama qilinadi. Maqola yakunida dropshipping modelini muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun zarur bo‘lgan marketing strategiyalari va boshqaruv yondashuvlariga e’tibor qaratiladi. Ushbu tadqiqot elektron tijorat sohasiga qiziquvchi talabalar va tadbirkorlar uchun nazariy va amaliy ahamiyatga ega. Maqolada dropshipping biznes modelining zamonaviy elektron tijorat tizimidagi ahamiyati nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilinadi. Tadqiqot davomida ushbu modelning iqtisodiy samaradorligi, tashkiliy ustunliklari hamda raqobat sharoitida yuzaga keladigan muammolari yoritib beriladi. Shuningdek, global bozor tendensiyalari asosida dropshippingning rivojlanish istiqbollari baholanadi va uni amaliyotga tatbiq etish bo‘yicha ilmiy xulosalar shakllantiriladi.

Kalit so‘zlar: Dropshipping, elektron tijorat, biznes modeli, onlayn savdo, raqamli marketing, tadbirkorlik, global bozor.

Kirish. Dropshipping - bu mahsulotlarni oldindan sotib olib omborda saqlash zaruriyatisiz onlayn sotish imkonini beruvchi biznes modelidir. Ushbu modelda sotuvchi mijoz buyurtma berganidan keyin tovarni bevosita yetkazib beruvchi shirkattan yoki ishlab chiqaruvchidan xarid qiladi va mijozga yuboradi, ya’ni u inventarizatsiya yoki logistika bilan bevosita shug‘ullanmaydi. Bu yondashuv global savdo maydonchasida tobora ommalashmoqda: 27% elektron tijorat bizneslari dropshippingni asosiy bajaruvchi model sifatida qo‘llaydi va bu butun onlayn savdo hajmining katta qismini tashkil etadi. Bu modelning eng muhim afzalliklaridan biri -

past boshlang'ich xarajatlardir. An'anaviy chakana savdoda katta miqdorda mahsulot sotib olish va ombor ijaraga olish talab etiladi, dropshippingda esa siz faqat mijoz buyurtma berganidan keyin mahsulotni yetkazib berasiz, bu esa moliyaviy xavfni sezilarli darajada kamaytiradi. Bundan tashqari, dropshipping sizga geografik chegaralarsiz ishlash imkonini beradi, internetga ulangan har qanday joydan biznesni boshqarish mumkin bo'lib, bu ayniqsa boshlang'ich sarmoyasi cheklangan tadbirkorlar uchun juda qulay. Shuningdek, bu model keng mahsulot tanlovi va osongina o'lchovlilikni taklif etadi - yangi mahsulotlarni sinab ko'rish yoki mahsulot assortimentini tezda kengaytirish uchun katta inventarizatsiya xarajatlari talab qilinmaydi. Shu sababli dropshipping ko'plab yosh tadbirkorlar va e-commerce boshlovchi uchun past riskli, moslashuvchan va o'sish imkoniyatlari yuqori bo'lgan biznes modeli sifatida qaraladi. Bugungi kunda raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi va internet texnologiyalarining keng joriy etilishi savdo munosabatlarining yangi shakllarini yuzaga keltirmoqda. Xususan, elektron tijorat sohasida innovatsion biznes modellarining paydo bo'lishi tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish usullarini tubdan o'zgartirdi. Ana shunday modellar orasida dropshipping o'zining soddaligi, moslashuvchanligi va past moliyaviy to'siqlari bilan ajralib turadi. Ushbu model kichik va o'rta biznes subyektlariga, shuningdek, yangi faoliyat boshlayotgan tadbirkorlarga global bozorga chiqish imkoniyatini yaratadi. Shu bilan birga, dropshipping modelining ommalashuvi raqobat muhitining kuchayishiga ham olib kelmoqda. Bu esa mazkur biznes turini chuqur tahlil qilish, uning afzalliklari bilan bir qatorda mavjud cheklovlarini ham ilmiy asosda o'rganishni talab etadi. Mazkur maqola aynan shu ehtiyojdan kelib chiqib, dropshipping biznes modelining iqtisodiy va tashkiliy jihatlarini yoritishga qaratilgan

Asosiy qism. Dropshipping - bu to'g'ridan-to'g'ri yetkazib beruvchi orqali mahsulotlarni mijozlarga yuborish biznes modeli bo'lib, unda sotuvchi oldindan inventar sotib olmaydi yoki omborda mahsulotlarni saqlamaydi. Aslida siz mijoz buyurtma qilganidan so'ng tovarni yetkazib beruvchidan xarid qilasiz, u esa mahsulotni to'g'ridan-to'g'ri xaridorga yuboradi. Shunday qilib, dropshippingda siz faqat marketing, sotish va mijozlar bilan ishlashga e'tibor qaratasiz, logistika va inventarizatsiya masalalarini esa yetkazib beruvchi hal qiladi. Bu model an'anaviy chakana biznesdan tubdan farq qiladi va elektron tijorat maydonchasida tobora ommalashib bormoqda. Hozirgi kunda dropshippingning global bozori tez o'sib bormoqda. 2025-yilda uning umumiy hajmi 435 milliard dollardan oshdi va tahminan 500milliard dollarga yetishi kutilmoqda - bu raqamlar modelning jadal dinamikasini ko'rsatadi. Shuningdek, dunyo bo'yicha internet-do'konlarning sezilarli qismi

dropshippingni buyurtmalarni bajarish usuli sifatida qo'llamoqda, bu esa bu modelning chuqurlashib borayotgan ahamiyatini tasdiqlaydi. Dropshippingni boshlash uchun katta moliyaviy sarmoya talab etilmaydi - bu uning eng asosiy afzalliklaridan biri hisoblanadi. An'anaviy biznesda ombor ijarasi, katta miqdordagi inventar sotib olish va xodimlar uchun xarajatlar bo'lishi mumkin. Dropshippingda esa siz faqat mijoz buyurtma qilganidan so'ng tovarni sotib olasiz, demak boshlang'ich xarajatlar sezilarli darajada kamayadi va moliyaviy risklar past bo'ladi. Bu jihat yangi boshlovchi tadbirkorlar uchun ayniqsa jozibador.

Bu modelning yana bir muhim afzalligi bu - joydan mustaqillik. Siz butun dunyo bo'ylab, internetga ulangan har qanday joydan dropshipping biznesini boshqarishingiz mumkin. Bu global miqyosda ish yuritishga imkon beradi va harakat erkinligini ta'minlaydi. Shuning uchun ko'plab yosh tadbirkorlar va hatto mustaqil sayohatchilar uchun dropshipping ideal variant hisoblanadi. Dropshipping modelida biznesni tez ko'lamli kengaytirish mumkin: siz yangi mahsulotlarni sinab ko'rish va yangi bozor segmentlariga kirish uchun katta inventar xarajatlari talab qilinmaydi. Yangi mahsulotlarni qo'shish yoki assortimentni kengaytirish juda tez amalga oshiriladi, shuning uchun bu model sinov-xato usulida mos bozorni topish uchun juda mos hisoblanadi. Shu bilan birga, dropshipping orqali siz turli toifadagi mahsulotlarni sotishingiz mumkin - kiyim-kechakdan tortib aksessuarlar, elektronika buyumlari, uy hayvonlari uchun mahsulotlar yoki go'zallik vositalarigacha. Bu model turli yo'nalishlarda sinovlar o'tkazishga va ommabop mahsulotlarni aniqlashga imkon beradi. Yana bir afzallik - kam xarajatli boshlang'ich marketing. Siz mahsulotlar uchun to'lovni faqat sotuv amalga oshirilgandan keyin qabul qilasiz, bu sizga reklama va mijozlarni jalb qilish ustida ko'proq e'tibor qaratishni, marketing kompaniyalarini sinab ko'rishni osonlashtiradi. Bu ishlar uchun juda kuchli investitsiya talab qilinmaydi, lekin samarali marketing strategiyasi sizning biznesingizni tez o'sishiga yordam beradi.

Ko'pgina dropshipping platformalari va integratsiya vositalari biznes jarayonlarini avtomatlashtirishni taklif qiladi. Bu - buyurtmalarni qabul qilish, to'lovlarni qayta ishlash va mahsulot ma'lumotlarini yangilash kabi jarayonlarni soddalashtiradi. Avtomatlashtirish, ayniqsa, bir nechta mahsulot yoki bozor segmentlari bilan ishlayotganda juda foydali.

Dropshipping modeli o'zining afzalliklari bilan birga cheklovlarga ham ega bo'lishi mumkin. Masalan, bu modelda sizning foyda marjangiz an'anaviy chakana sotuvga nisbatan past bo'lishi mumkin, chunki siz mahsulotni ishlab chiqaruvchidan darhol baland narxda sotib olmasiz. Shuningdek, yetkazib beruvchi bilan bog'liq

muammolar mijozlar bilan munosabatlar va sifat nazorati bo'yicha qo'shimcha ishlarni talab qilishi mumkin. Ammo to'g'ri strategiya va ishonchli yetkazib beruvchilar bilan ishlash bu cheklovlarni sezilarli darajada kamaytiradi.

Dropshipping biznes modelining muvaffaqiyati bir qator tashkiliy va strategik omillarga bog'liq bo'lib, ularni e'tibordan chetda qoldirish biznes samaradorligining pasayishiga olib kelishi mumkin. Eng muhim jihatlardan biri - bozorni tahlil qilish jarayonidir. Iste'molchilar talabi, raqobat darajasi va narxlar muvozanatini o'rganish mahsulot tanlashda asosiy mezon bo'lib xizmat qiladi. Talabi barqaror, biroq haddan tashqari to'yingan bo'lmagan bozor segmentlari dropshipping faoliyati uchun nisbatan qulay hisoblanadi.

Shuningdek, yetkazib beruvchilar bilan hamkorlik munosabatlari alohida ahamiyat kasb etadi. Mahsulot sifati, yetkazib berish muddatlariga rioya etilishi va qaytarish siyosati mijozlar qoniqishini ta'minlovchi muhim omillardir. Ishonchsiz logistika yoki past sifatli mahsulotlar mijozlar ishonchining yo'qolishiga va brend obro'sining pasayishiga olib kelishi mumkin. Shu sababli yetkazib beruvchilarni tanlashda ularning tajribasi, bozordagi obro'si va xizmat ko'rsatish darajasi puxta baholanishi lozim.

Dropshipping modelida marketing faoliyati yetakchi rol o'ynaydi. Raqamli marketing vositalari, jumladan ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari va kontent asosidagi reklama usullari orqali maqsadli auditoriyani jalb etish mumkin. Reklama samaradorligini muntazam tahlil qilish va strategiyani optimallashtirib borish sotuv hajmini oshirishga xizmat qiladi. Bundan tashqari, mijozlar bilan samarali muloqot va sifatli xizmat ko'rsatish uzoq muddatli raqobat ustunligini ta'minlaydi.

Elektron tijorat infratuzilmasining rivojlanishi va raqamli texnologiyalarning jadal taraqqiyoti dropshipping biznesining kelajak istiqbollari yanada kengaytirmoqda. Avtomatlashtirish, ma'lumotlarni tahlil qilish va sun'iy intellektdan foydalanish ushbu model samaradorligini oshirish imkonini beradi. Natijada, dropshipping zamonaviy iqtisodiyot sharoitida barqaror rivojlanish salohiyatiga ega biznes modeli sifatida qaralmoqda.

Xulosa qilib aytganda, dropshipping - bu past sarmoya bilan boshlash, global bozorni nishonga olish va tez o'sish imkonini beruvchi biznes modeli bo'lib, u elektron tijorat sohasida o'sish istagida bo'lgan tadbirkorlar uchun juda qulay. Agar siz marketingga e'tibor qaratsangiz va bozordagi talabni to'g'ri tahlil qilsangiz, bu model orqali muvaffaqiyatli onlayn biznesni qurishingiz mumkin.

Dropshipping biznes modelining samaradorligi tashqi iqtisodiy muhit va ichki boshqaruv omillariga bevosita bog'liqdir. Bozor infratuzilmasi rivojlangan mamlakatlarda ushbu model tezroq moslashuvchanlik va yuqori savdo hajmi bilan

ajralib turadi. Bunda elektron to'lov tizimlari, logistika xizmatlari va raqamli platformalarning rivojlanish darajasi muhim rol o'ynaydi. Ayniqsa, xalqaro yetkazib berish imkoniyatlarining kengayishi dropshipping faoliyatining geografik qamrovini sezilarli darajada oshirmoqda. Narx siyosati dropshipping biznesida muhim strategik vosita hisoblanadi. Mahsulot narxini belgilashda yetkazib beruvchi xarajatlari, logistika to'lovlari va reklama xarajatlari kompleks tarzda hisobga olinishi lozim. Raqobat sharoitida narxni sun'iy ravishda pasaytirish qisqa muddatli natija berishi mumkin, biroq uzoq muddatda foyda marjasining qisqarishiga olib keladi. Shu sababli, qiymatga asoslangan narx belgilash strategiyasi dropshipping uchun nisbatan barqaror yondashuv sifatida qaraladi. Shuningdek, mijozlar tajribasi dropshipping biznesining muvaffaqiyatini belgilovchi asosiy omillardan biridir. Onlayn do'kon interfeysining qulayligi, buyurtma jarayonining soddaligi va tezkor aloqa xizmatlari iste'molchilar qoniqishini oshiradi. Mijozlar bilan samarali kommunikatsiya, shikoyat va takliflarga tezkor javob berish brendga bo'lgan ishonchni mustahkamlaydi. Bu esa takroriy xaridlar ulushining ortishiga xizmat qiladi. Bundan tashqari, ma'lumotlarni tahlil qilish va raqamli monitoring vositalaridan foydalanish dropshipping faoliyatini optimallashtirish imkonini beradi. Sotuvlar dinamikasi, mijozlar xulq-atvori va reklama samaradorligini muntazam kuzatib borish strategik qarorlar qabul qilishda muhim ahamiyatga ega. Zamonaviy analitik vositalar yordamida biznes jarayonlarini avtomatlashtirish va xarajatlarni nazorat qilish mumkin. Umuman olganda, dropshipping biznes modeli to'g'ri boshqaruv va raqamli strategiyalar bilan uyg'unlashganda, barqaror rivojlanish imkoniyatiga ega bo'lgan elektron tijorat faoliyati shakli sifatida namoyon bo'ladi.

Xulosa: Dropshipping biznes modeli zamonaviy elektron tijorat sharoitida eng moslashuvchan va qulay biznes yechimlaridan biri sifatida shakllandi. Ushbu model tadbirkorlarga katta boshlang'ich kapital, ombor yoki murakkab logistika tizimisiz savdo faoliyatini yo'lga qo'yish imkonini beradi. Ayniqsa, raqamli texnologiyalar va global internet savdosining jadal rivojlanishi dropshippingning ahamiyatini yanada oshirdi. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, dropshipping modeli past moliyaviy risk, joydan mustaqillik va tez kengayish imkoniyatlari bilan ajralib turadi. Sotuvchilar mahsulot assortimenti bilan erkin ishlashi, bozordagi talabni sinov tariqasida tekshirishi va muvaffaqiyatli yo'nalishlarga tez moslashishi mumkin. Shu bilan birga, avtomatlashtirish vositalari va e-commerce platformalarining rivoji bu biznes modelini boshqarishni ancha yengillashtirdi.

Biroq dropshippingni mutlaqo muammosiz model deb bo'lmaydi. Past foyda marjasi, kuchli raqobat va yetkazib beruvchilarga bog'liqlik kabi omillar tadbirkordan puxta

rejalashtirish va strategik yondashuvni talab qiladi. Mijozlar ishonchini saqlash, mahsulot sifati va yetkazib berish muddatlarini nazorat qilish muvaffaqiyat kalitlaridan hisoblanadi. Umuman olganda, dropshipping - bu to'g'ri marketing, bozor tahlili va ishonchli hamkorlar bilan uyg'unlashganda samarali natija beradigan biznes modelidir. U ayniqsa elektron tijorat sohasida ilk qadamlarini qo'yayotgan tadbirkorlar uchun qulay imkoniyat yaratadi va global bozorga chiqish uchun mustahkam poydevor bo'lib xizmat qiladi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, dropshipping biznes modeli elektron tijoratning rivojlanish jarayonida muhim o'rin egallab bormoqda va bozor sharoitlariga tez moslasha oladigan biznes shakli sifatida ajralib turadi. Ushbu model tadbirkorlarga moliyaviy resurslardan samarali foydalanish, operatsion xarajatlarni kamaytirish hamda biznes faoliyatini bosqichma-bosqich kengaytirish imkonini beradi. Ayniqsa, kichik va o'rta biznes subyektlari uchun dropshipping bozorga kirishdagi to'siqlarni sezilarli darajada pasaytiradi.

Shu bilan birga, olib borilgan tahlillar shuni anglatadiki, dropshipping faoliyatining barqarorligi faqatgina texnologik qulayliklar bilan emas, balki strategik rejalashtirish, marketing siyosati va yetkazib beruvchilar bilan samarali hamkorlikka ham bog'liq. Mazkur modelni muvaffaqiyatli tatbiq etish uchun tadbirkorlar bozordagi raqobat sharoitlarini chuqur o'rganishi, mijozlar ehtiyojiga mos yondashuvlarni ishlab chiqishi hamda xizmat ko'rsatish sifatini doimiy ravishda oshirib borishi zarur.

Umumiy tahlillar shuni ko'rsatadiki, dropshipping biznes modeli zamonaviy bozor sharoitida moslashuvchanligi va kam xarajatli tuzilmasi bilan ajralib turadi. Ushbu model tadbirkorlarga tezkor qarorlar qabul qilish, yangi mahsulot va bozorlarni sinovdan o'tkazish hamda raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish imkonini beradi. Shu bilan birga, dropshipping faoliyatining uzoq muddatli muvaffaqiyati puxta rejalashtirish, risklarni boshqarish va xizmat sifati ustidan doimiy nazoratga bog'liq. Natijada, ushbu model elektron tijoratda barqaror va istiqbolli biznes yo'nalishi sifatida baholanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Iqboljon o'g'li, F. I. TYPES, METHODS, AND THEORETICAL FOUNDATIONS OF MACROECONOMIC INDICATOR CALCULATION. *Economics*, 6(2), 47-72.
2. Iqboljon o'g'li, F. I. (2024). RAQAMLI IQTISODIYOTNI IQTISODIY O'SISHGA TA'SIRI. *University Research Base*, 742-745.
3. Iqboljon o'g'li, F. I. (2024). RAQAMLI IQTISODIYOTNI O'LCHASH OMILLARI. *Universitet tadqiqot bazasi*, 746-750.

4. Farmonov, I. va Akramova, M. (2025). TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA XORIJIY DAVLATLAR TAJRIBASI. *Universitet tadqiqot bazasi* , 88-92.
5. Farmonov, I. va Mirboboyeva, P. (2025). BARQAROR MEHMONDO 'STLIK VA HUDUDY RIVOJLANISH: RAQAMLI IQTISODIYOTNING EKOLOGIK BARQAROR TURIZMGA TA'SIRI. *Universitet tadqiqot bazasi* , 281-286.
6. Iqboljon o'g'li, F. I. (2025). MAKROIQTISODIY BARQARARLIKNI BAHOLASH KO'RSATKORLARI TIZIMINI TAKMONLASH. *YANGI O'ZBEKISTON, YANGI TADQIQOTLAR JURNALI* , 3 (2), 834-843.
7. Iqboljon o'g'li, F. I. (2025). MAKROIQTISODIY BARQARARLIKNI BAHOLASH KO'RSATKORLARI TIZIMINI TAKMONLASH. *YANGI O'ZBEKISTON, YANGI TADQIQOTLAR JURNALI* , 3 (2), 834-843.