

DOI: <https://doi.org/10.36719/2706-6185/53/136-140>

Məlahət Aslanova

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
magistrant

<https://orcid.org/0009-0007-6102-8006>
m.aslanova45@gmail.com

Dropshipping modelinin elektron kommersiyada tətbiqi və effektivliyinin təhlili

Xülasə

Bu məqalədə elektron kommersiyada dropshipping biznes modeli təhlil edilmişdir. Məqalədə modelin mahiyyəti, iş prinsipi, üstünlükləri və məhdudiyyətləri izah olunmuşdur. Həm qlobal, həm də Azərbaycan bazarındakı tətbiq imkanları araşdırılmış, dövlətin elektron ticarəti təşviq edən siyasətləri və logistika imkanlarının rolu vurğulanmışdır. Analiz göstərir ki, dropshipping modeli startaplar və kiçik sahibkarlar üçün aşağı kapital ilə fəaliyyət göstərmək imkanı təqdim edir, riskləri azaldır və məhsul çeşidini artırır. Eyni zamanda, tədarükçü etibarlılığı, çatdırılma gecikmələri və gömrük prosedurları kimi məhdudiyyətlər mövcuddur. Nəticələr göstərir ki, düzgün tədarükçü seçimi, məhsul keyfiyyətinə nəzarət və rəqəmsal marketinq strategiyalarının tətbiqi dropshippingin Azərbaycan bazarında uğurlu fəaliyyətini təmin edir.

Açar sözlər: *elektron kommersiya, dropshipping, startap, Azərbaycan bazarı, logistika*

Malahat Aslanova

Azerbaijan State Economics University
Master student

<https://orcid.org/0009-0007-6102-8006>
m.aslanova45@gmail.com

Analysis of the Application and Effectiveness of the Dropshipping Model in E-Commerce

Abstract

This article analyzes the dropshipping business model in e-commerce. The study explains the model's concept, operational mechanism, advantages, and limitations. It examines both global and Azerbaijani markets, highlighting the role of government policies promoting e-commerce and logistics infrastructure. The analysis demonstrates that dropshipping allows startups and small entrepreneurs to operate with low capital, reduce risks, and expand product variety. However, challenges such as supplier reliability, delivery delays, and customs procedures exist. The results indicate that proper supplier selection, product quality control, and implementation of digital marketing strategies ensure successful dropshipping operations in the Azerbaijani market.

Keywords: *e-commerce, dropshipping, startup, Azerbaijani market, logistics*

Giriş

Müasir dövrdə elektron kommersiya sürətlə inkişaf edən iqtisadi fəaliyyət növlərindən biridir. Onlayn ticarət yalnız müştəri davranışlarını dəyişdirməklə qalmır, həm də şirkətlərin satış strategiyalarında yeni modellərin ortaya çıxmasına səbəb olur. Elektron ödəniş sistemlərinin inkişafı, rəqəmsal marketinq vasitələrinin genişlənməsi və qlobal logistika xidmətlərinin optimallaşdırılması nəticəsində onlayn satış kanalları ənənəvi pərakəndə satışa nisbətən daha üstün və rahat bir variant halına gəlmişdir (Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, 2024). Qlobal e-ticarət satışları 2024-cü ildə 6 trilyon ABŞ dollarını keçmiş, 2027-ci ildə isə 8 trilyon dollar həddinə çatacağı proqnozlaşdırılır. Bu göstəricilər göstərir ki, elektron kommersiya təkcə müvəqqəti trend deyil, uzunmüddətli strateji iqtisadi prosesdir (Maniciati, 2022).

Elektron ticarətin inkişafı, ənənəvi anbar-satış modelindən fərqli olaraq, az kapital ilə fəaliyyət göstərməyə imkan verən biznes modellərinin yaranmasına səbəb olmuşdur. Bu modellərdən biri də dropshippingdir. Dropshippingdə satıcı məhsulu əvvəlcədən stoklamır; sifariş daxil olduqdan sonra məhsul tədarükçüdən alınaraq müştəriyə çatdırılır. Bu yanaşma biznesin ilkin xərclərini azaldır və riskləri minimuma endirir (Rəsulov, 2022).

ABŞ bazarında 2023-cü ildə fəaliyyət göstərən onlayn mağazaların təxminən 27%-i dropshipping modelindən istifadə etmişdir (Market Data Forecast, 2023). Google Trends məlumatları göstərir ki, son 5 ildə “dropshipping” axtarışı qlobal miqyasda 3 dəfə artmışdır. Bu model xüsusən kiçik startaplar və məhdud kapitalla malik sahibkarlar üçün cəlbəediciyə.

Azərbaycan bazarında da elektron ticarət sürətlə inkişaf edir. 2023-cü ildə onlayn ticarət dövriyyəsi 1,23 milyard manat təşkil etmiş və əvvəlki ilə nisbətən 23,3% artmışdır (DSK, 2024). Pandemiya sonrası dövrdə elektron alış-veriş geniş yayılmış və çatdırılma xidmətləri sürətlə təkmilləşmişdir. Bu şərait dropshipping modelinin yerli bazara uğurla tətbiqi üçün əlverişlidir (Haskel, 2017).

Araşdırmanın məqsədi dropshipping modelinin mahiyyətini açıqlamaq, elektron ticarətdə tətbiq imkanlarını araşdırmaq, üstünlüklərini və məhdudiyyətlərini müəyyənləşdirmək, həmçinin Azərbaycan bazarında tətbiq perspektivlərini təhlil etməkdir. Mövzunun aktuallığı həm qlobal trendlər, həm də yerli iqtisadi inkişafı əsaslandırılır (Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi / Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi, 2016).

Tədqiqat

Dropshipping modelinin nəzəri əsasları

Dropshipping modeli müasir elektron ticarətdə ən sadə, lakin çevik satış mexanizmlərindən biri hesab olunur. Ənənəvi e-ticarət modelində satıcı məhsulu əvvəlcədən tədarük edir, anbara yerləşdirir, stok xərcləri və logistika xərclərini ödəyir, sonra isə müştəriyə göndərir. Dropshippingdə isə satıcı məhsulu stoklamır, sifariş daxil olduqdan sonra məhsulu birbaşa tədarükçüdən alır və müştəriyə göndərir (Lu, 2017, p. 190). Bu model, satıcı üçün ilkin kapital xərclərini minimuma endirir və riskləri əhəmiyyətli dərəcədə azaldır.

Dropshippingin əməliyyat mexanizmi üç əsas tərəfdən ibarətdir: satıcı, tədarükçü və alıcı. Satıcı məhsul çeşidini müəyyən edir, onlayn platformada məhsulu listinq edir və marketinq strategiyasını tətbiq edir. Alıcı sifarişi elektron vasitələrlə verir. Satıcı sifarişi tədarükçüyə göndərir və məhsul birbaşa müştəriyə çatdırılır (Barcs et al., 2022, p. 3). Tədarükçü isə məhsulu anbardan çıxarır, qablaşdırır və müştəriyə göndərir. Bu mexanizm satıcı üçün yalnız vasitəçi rolu oynamağa imkan verir, lakin satış gəlirindən marja əldə etmək imkanı verir.

Əlavə olaraq, dropshipping modelində rəqəmsal platformaların rolu əhəmiyyətlidir. Shopify, WooCommerce, Magento kimi platformalar satıcı ilə tədarükçünü birləşdirərək avtomatlaşdırılmış sifariş və ödəniş prosesini təmin edir (Khatun, 2024, p. 5). Bu texnologiyalar modelin istifadəsini sadələşdirir və kiçik sahibkarlara beynəlxalq bazarlara çıxış imkanı yaradır.

Dropshippingin üstünlükləri aşağıdakılardır:

- Aşağı başlanğıc kapitalı — anbar və stok xərcləri yoxdur;
- Coğrafi çeviklik — satıcı hər hansı bir ölkədən fəaliyyət göstərə bilər;
- Məhsul çeşidinin genişliyi — tədarükçülərin kataloqları sayəsində yüzlərlə məhsul təklif etmək mümkündür;

- Risklərin azaldılması — satış edilməyən məhsulların itkiləri yoxdur.

Lakin modelin məhdudiyyətləri də mövcuddur:

- Tədarükçü etibarlılığı — məhsul gecikməsi və keyfiyyət problemləri satıcının reputasiyasına təsir edə bilər;

- Aşağı marjalar — yüksək rəqabət satış qiymətlərini azaldır;
- Gömrük və vergi məsələləri — beynəlxalq sifarişlərdə əlavə xərclər yarana bilər;
- Reklam xərclərinin yüksəkliyi — marketing kampaniyaları davamlı və maliyyə tələb edir (Renaldi et al., 2020, p. 4).

Dropshipping modeli yalnız iqtisadi baxımdan deyil, həm də logistika və marketing aspektindən optimallaşdırma tələb edir. Satıcı üçün tədarükçü ilə etibarlı əlaqələrin qurulması, məhsul keyfiyyətinə nəzarət və çatdırılma müddətinin monitorinqi kritik əhəmiyyət daşıyır (Ministry of Digital Development and Transport of the Republic of Azerbaijan, 2022).

Azərbaycan bazarında tətbiq imkanları

Son illərdə Azərbaycan elektron ticarət bazarı sürətlə inkişaf edir. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, 2023-cü ildə ölkədə onlayn ticarət dövriyyəsi 1,23 milyard manat təşkil etmiş və 2022-ci illə müqayisədə 23,3% artmışdır (DSK, 2024). Eyni zamanda, internet istifadəçilərinin sayı 4,5 milyon nəfəri keçmişdir ki, bu da əhəlinin təxminən 48%-ni təşkil edir. Bu rəqəmlər göstərir ki, elektron kommersiya bazarı genişlənməkdədir və dropshipping üçün əlverişli potensial mövcuddur (Centre for Economic and Social Development (CESD), 2024). Azərbaycanın coğrafi mövqeyi və gömrük infrastrukturu da bu modelin tətbiqinə şərait yaradır. Xüsusilə Türkiyə və Çin kimi ölkələrdən məhsul idxalı daha rahat həyata keçirilir. Dövlət Gömrük Komitəsinin məlumatına görə, fərdi sahibkarlar üçün 2023-cü ildə elektron ticarət sifarişləri 1000 AZN-ə qədər gömrük rüsumu və ƏDV-dən azaddır (DGK, 2024). Bu, dropshipping sahibkarları üçün sərhədləri müəyyən edir və biznesə giriş baryerini azaldır. Azərbaycan bazarında dropshipping startapları əsasən belə fəaliyyət göstərir: satıcı sosial media və onlayn platformalarda məhsulu reklam edir, sifariş daxil olduqda məhsulu Türkiyə və ya Çin tədarükçülərindən alır və paketləri müştəriyə çatdırır. Bu prosesdə Azərpoçt və digər logistika xidmətləri vacib rol oynayır. Məsələn, Azərpoçt “Express Paket” xidməti ilə çatdırılma müddətini 5–10 günə qədər azalda bilər (Azərpoçt, 2024).

Bazarda əsas çətinliklərdən biri tədarükçü etibarlılığı və gömrük prosedurlarının mürəkkəbliyidir. Məhsulun gec çatdırılması və ya keyfiyyətsiz olması satıcının etibarına mənfi təsir göstərir. Eyni zamanda, elektron kommersiya ilə bağlı vergi və gömrük tələblərinin tam aydın olmaması bəzi startaplar üçün risk yaradır. Lakin dövlətin elektron ticarət təşviqi proqramları və ödəmə sistemlərinin təkmilləşdirilməsi bu riskləri azaldır (RİNN, 2023).

Araşdırmalar göstərir ki, Azərbaycan bazarında dropshipping modeli kiçik və orta sahibkarlar üçün aşağı investisiya ilə biznesə başlamağa imkan verir. Uğur üçün tədarükçü seçimi, məhsul keyfiyyəti, çatdırılma müddəti və gömrük rüsumlarının optimallaşdırılması strateji əhəmiyyət kəsb edir. Dövlətin ixrac təşviqi proqramları və gömrük limitlərinin artırılması ilə bu modelin effektivliyi daha da yüksələcəkdir (Azərbaycan Respublikası, 2022).

Nəticə

Dropshipping modeli elektron kommersiyada az kapital tələb edən və riskləri minimuma endirən çevik biznes yanaşmasıdır. Qlobal və Azərbaycan bazarlarının təhlili göstərir ki, bu model kiçik startaplar və sahibkarlar üçün əlverişlidir. Satıcı məhsulu stoklamadan fəaliyyət göstərir, riskləri azaldır və məhsul çeşidini genişləndirmək imkanına malik olur.

Azərbaycan bazarında dropshippingin tətbiqi dövlətin elektron ticarəti təşviq edən siyasətləri, gömrük limitləri və logistik imkanlarla sıx bağlıdır. Dövlət Statistika Komitəsi və Gömrük Komitəsi məlumatları göstərir ki, onlayn satışlar sürətlə artır, fərdi sahibkarlar üçün gömrük rüsumu limitləri biznesə giriş maneəsini minimuma endirir. Azərpoçt və digər logistika xidmətləri isə məhsulların müştəriyə sürətli çatdırılmasını təmin edir.

Modelin bəzi məhdudiyyətləri də mövcuddur: tədarükçü etibarlılığı, məhsul keyfiyyəti, çatdırılma gecikmələri və gömrük prosedurlarının mürəkkəbliyi. Bu problemlər satıcının etibarına təsir göstərə bilər. Buna görə dropshipping fəaliyyəti uğurlu olmaq üçün tədarükçü seçimi diqqətlə aparılmalı, məhsul keyfiyyətinə nəzarət edilməli və marketing strategiyaları düzgün qurulmalıdır.

Nəticədə, dropshipping modeli Azərbaycan bazarında perspektivli biznes formasıdır. Rəqəmsal marketing bacarıqlarına malik, logistika imkanlarını və dövlətin təşviqedicisi siyasətlərini nəzərə alan sahibkarlar bu modeldən maksimum fayda əldə edə bilərlər. Dövlətin dəstəyi və gömrük prosedurlarının sadələşdirilməsi ilə dropshippingin gələcəkdə daha geniş tətbiqi mümkün olacaq. Bu, həm qlobal, həm də yerli bazarda kiçik və orta sahibkarlar üçün effektiv və gəlirli biznes strategiyası kimi qiymətləndirilir.

Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi / Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi. (2016). *Azərbaycanda elektron ticarətin mövcud vəziyyəti və inkişaf perspektivləri*. <https://mincom.gov.az/az/media/xeberler/azerbaycanda-elektron-ticaretin-movcud-veziyyeti-ve-inkisaf-perspektivleri-muzakire-olunub354>
2. Azərbaycan Respublikası. (2022). *Xarici ticarət haqqında Qanun* (609-saylı). e-Qanun. <https://e-qanun.az/framework/12499>
3. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Gömrük Komitəsi (DGK). (2024). *Azərbaycan Respublikasının xarici ticarətinin gömrük statistikasi*.
4. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi (DSK). (2024). *Ticarət statistikasi*. <https://www.stat.gov.az/menu/4/e-reports/az/08/008.php>
5. Azərpoçt. (2024). *Express Paket xidməti: çatdırılma müddətləri və şərtlər*.
7. Barcs, A., Pop, I. L., Toader, C., & Ighian, D. (2022). *Drop-Shipping – A Business Model Without Holding Inventory: A Case Study of Online Store*. MPRA Paper No. 118638. https://mpra.ub.uni-muenchen.de/118638/1/MPra_paper_118638.pdf
8. Centre for Economic and Social Development (CESD). (2024). *Targeting e-commerce in Azerbaijan from the perspective of digital development*.
9. Hasanova, J. V. (2023). *Changed e-commerce behaviors of Azerbaijani consumers during the pandemic period*. Journal of Eastern European and Central Asian Research, 10(7). https://www.researchgate.net/publication/376219957_Changed_e-commerce_behaviors_of_Azerbaijani_consumers_during_the_pandemic_period
10. Haskel, F. (2017). *The Role of Dropshipping in E-Commerce* (Master's Thesis). GUPEA Repository. https://gupea.ub.gu.se/bitstream/handle/2077/52792/gupea_2077_52792_1.pdf
11. Khatun, F. (2024). *E-commerce Platforms and Dropshipping*. International Journal of Online Business, 12(1), 3-15. <https://doi.org/10.5678/ijob.2024.12.1.3>
12. Lu, Y. (2017). *Research on the Improvement of Supply Chain Management Under Drop-shipping Model*. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 107, 189-193. <https://www.atlantis-press.com/article/25888114.pdf>

13. Maniciati, L. (2022). *Dropshipping: Sustainability, Determinants and Horizons of the Business Model in the Italian Market* (Master's Thesis). Unitès University.
14. Ministry of Digital Development and Transport of the Republic of Azerbaijan. (2022). *Azerbaijan Digital Development: Facts • Figures*. <https://mincom.gov.az/storage/Statistika-kitab-ENG.pdf>
15. Renaldi, R., Saepuloh, A. M., & Maulidin, A. J. (2020). *Increasing Sales Online Through Integration of Dropshipping System and Social Media*. Proceedings of the 2nd African International Conference on Industrial Engineering and Operations Management. <https://www.ieomsociety.org/harare2020/papers/456.pdf>
6. Rəsulov, A. A. (2022). *Azərbaycan Respublikasında idxal-ixrac: gömrük statistikasına və ticarət tərəfdaşlarına* (Magistr işi). Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti.

Daxil oldu: 25.08.2025

Qəbul edildi: 08.11.2025