

УДК 004, 338.2

Ірина Федішин, Богдан Керничний

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ДРОПШИПІНГ В УКРАЇНІ – ІННОВАЦІЯ У СФЕРІ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ

(Українські концепти в організації глобального посередництва в бізнесі)

Iryna Fedyshyn, Bohdan Kernychniy

DROPSHIPPING IN UKRAINE - INNOVATION IN THE SPHERE OF INTERMEDIARY SERVICES IN CONDITIONS OF SMALL BUSINESS

Пряма поставка (від англ. dropshipping), як самостійна форма просування товарів зародилася в США і в первинному варіанті являла собою роздрібну торгівлю через Інтернет товарами масового попиту. Загострення світової економічної кризи 2008 р. викликала бурхливий розвиток прямих поставок продукції, робіт та послуг. Саме дропшипінг (у подальшому як система глобального посередництва) поступово руйнує роздрібні торгові мережі побутової електроніки, надаючи покупцям можливість придбання технологічних новинок, з допомогою Інтернету, не виходячи з дому, за ціною в 1,5-2 рази дешевше магазинних.

У США і Європі виникли компанії-посередники в сфері дропшипінгу, які спеціалізуються на організації взаємодії між постачальниками і дропшиперами (посередниками). Однак, західні посередники не можуть конкурувати з китайськими компаніями, у яких ціни набагато нижчі, а доставка найчастіше безкоштовна. Тому основні постачальники товарів для дропшипінгу знаходяться сьогодні в Китаї, а не в Європі або США.

Окремі аспекти дропшипінгу вивчали та досліджували такі науковці як Калужский М.Л., Яшева Г.А., Гудзь Т.В.

Наше дослідження показало, що виникнення цього явища на споживчому Світовому ринку спровокували чотири основні чинники:

1. Різке зниження споживчих доходів і рівня життя населення, що змусило попокупцями переорієнтуватися на інтернет-покупки.

2. Широка доступність інтернет-технологій навіть для невеликих компаній, які змусили постачальників відмовитися від послуг традиційної оптово-роздрібною торгівлі.

3. Величезна цінова різниця між відпускними та роздрібними цінами, підтримувана протекціоністською політикою влади КНР з просування своїх товарів на внутрішні та зовнішні ринки.

4. Наявність дешевих торгових майданчиків котрі роблять інтернет-торгівлю доступною для будь-кого навіть при відсутності початкового капіталу.

Сьогодні практично всі китайські виробники побутової техніки, одягу та інших товарів масового попиту мають на своїх сайтах сторінку реєстрації і службу підтримки для роботи з дропшиперами.

Китай в цьому сенсі значно випередив своїх західних конкурентів завдяки світовій економічній кризі, Китайський уряд в якості заходів щодо стимулювання внутрішнього споживчого попиту зобов'язав китайських виробників продавати до 30%

експортної продукції на внутрішньому ринку за собівартістю. Без того дешеві китайські товари отримали гігантську цінову фору при проникненні на зарубіжні ринки. У найкоротші терміни сформувалася величезна інфраструктура дрібних компаній, що закупають товари оптом за викидними цінами і перепродують їх через Інтернет.

Пряма поставка - це, свого роду, «інтернет-консигнація». Посередник продає товари постачальника від свого імені, оформляючи замовлення на поставку після отримання оплати від покупців. Потім гроші переводяться постачальнику, який сам відвантажує товар клієнту.

У загальних рисах алгоритм дропшипінгу виглядає наступним чином:

Етап 1. Посередник знаходить сайт постачальника товарів, ціна на які в разі відрізняється від цін на місцевих ринках за умови, що постачальник продає свої товари поштою.

Етап 2. Посередник робить пробну закупівлю і обговорює з постачальником умови з співробітництва (гарантія, умови відвантаження і т.д.).

Етап 3. Посередник копіює опис і зображення товарів на сайті постачальника або робить їх самостійно, а потім виставляє товари продавця на електронних торговельних майданчиках від свого імені.

Етап 4. Покупці купують товари у посередника з відвантаженням від постачальника. Посередник тільки приймає замовлення і переводить оплату постачальнику за мінусом своєї комісії.

Етап 5. Постачальник відвантажує оплачені товари за адресами, наданими йому посередником, і з ним же вирішує питання, пов'язані з гарантією на продані товари.

З точки зору маркетингу така схема дозволяє постачальнику без особливих витрат швидко вийти на будь-які ринки незалежно від державних або інших відмінностей. Великий штат торгових працівників, проміжні склади, логістика поставок, складні договірні відносини також не потрібні.

Якщо з'являється товар, об'єктивно затребуваний на споживчому ринку, то він миттєво поширюється по ринку. Функції відділу збуту продукції трансформуються в функції адміністрування інтернет-сайту, коли основне завдання менеджменту залягає у організації взаємодії з дропшиперами і своєчасної обробці поступають від них заявок.

Отже, ми пропонуємо вітчизняним підприємствам-виробникам застосовувати дропшипінг як новий метод просування та збуту продукції. Дропшипінг є інноваційним для українських реалій, але надзвичайно ефективним, оскільки забезпечує підприємству-виробнику оптимальну логістику збуту продукції за допомогою новітніх інформаційних технологій. Оскільки даний вид бізнесу практично не вимагає від дропшиперів початкового капіталу, дропшипер не несе ніяких підприємницьких ризиків. Оплату товару постачальнику він здійснює лише після того, як отримує передоплату від покупця. Посередникам дропшипінг дає можливість додаткового заробітку, що не менш важливо в умовах економічної кризи, особливо у депресивних регіонах України. Торговим майданчикам дропшипінг дає додаткові доходи, а також змогу в десятки разів збільшити кількість учасників і асортимент пропонованих товарів. Це може стати додатковим стимулом для розвитку Інтернет-торгівлі в Україні.

Державі дропшипінг дозволив би знизити гостроту соціальних проблем в умовах економічної кризи за рахунок самозайнятості населення та збільшення доступності споживчих товарів.