

УДК 004

ДРОПШИПИНГ КАК СТРАТЕГИЯ ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЫ

**Абаева В.П., студентка 1 курса факультета агротехнологий,
земельных ресурсов и пищевых производств
Научный руководитель – Бунина Н.Э.,
кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ**

***Ключевые слова:** цифровая платформа, продажи, риски, дроп-шипинг, поставщик, клиент.*

В данной статье проанализирована возможность ведения цифрового бизнеса на торговой площадке. Рассмотрена стратегия дроп-шипинга, ее достоинства, риски и недостатки. Проведено сравнение стратегии дропшипинга и стандартного оффлайн бизнеса.

Распространение технологий интернета вещей, искусственного интеллекта, машинного обучения привели к созданию и распространению такой бизнес-модели как цифровые платформы. В современных реалиях пользователей Интернета становится в разы больше, увеличивается и распространяется значительное число сервисов, появляются новые технологии [1]

Цифровые платформы обеспечивают прямое взаимодействие продавцов, покупателей и партнеров-поставщиков, минимизирующих транзакционные издержки и расширяющие возможности взаимного совместного потребления товаров и услуг [2]. В зависимости от продукта и рыночного сегмента платформы могут быть коммуникационными, медиа, поисковыми, операционными, контролируемыми, социальными, сервисными, продуктовыми, транзакционными, торговыми и др. [3]. Торговые платформы – это программные инструменты, используемые для управления рыночными позициями и их внедрением.

В качестве примера цифровой платформы можно рассмотреть Amazon. Что же это такое? Это мощная платформа для продажи самых

различных товаров по всему миру и стоит отметить, что это лидирующая компания на рынке электронной коммерции. По статистическим данным на 2021 год в мире насчитывалось около 2 миллиардов покупателей и с каждым днем эта цифра растет, а учитывая, что Amazon занимает долю в 50% на рынке в США, это лучшая площадка для развития бизнеса и пассивного дохода (для этого можно купить акции данной компании).

Какие стратегии заработка есть на Amazon? Разберем одну из них.

Начнем с такой стратегии, как дропшипинг – это система продаж интернет-магазина, где товар отправляется напрямую от производителя к покупателю, т.е. по факту это некое посредничество. В этой системе посредник находит покупателя, продавца и обеспечивает связь между ними через свою площадку.

Дропшипинг – это бизнес на прямых поставках. Предприниматель создает интернет-площадку, размещает на ней карточки товаров, занимается привлечением клиентов и продажами. Но самих товаров у него нет — они хранятся у поставщика.

К примеру, можно выложить товар на Amazon, не имея его в наличии, не закупая сам товар. Когда клиент выбирает ваш товар, то вы принимаете от него оплату и отправляете заявку поставщику, а поставщик уже отправляет товар клиенту сам. Условно, если вы выставляете товар за 7 долларов, а поставщик продает его за 5, то разница в 2 доллара идет в карман. Это самый простой способ заработка, т.к. к нему не нужен стартовый капитал для приобретения продукции.

Дропшипинг-платформы – ресурсы, которые делают торговлю через интернет проще. На базе платформы вы можете создать свой интернет-магазин

Существует много дропшипинг-платформ, предлагающих самые разные услуги как уже для опытных бизнесменов, так и для начинающих дропшипперов: OpenMall, Ru-dropshipping , MegaOпт24 , Qnits.ru , Dizes.ru, Честный Дропшипинг.

В таблице 1 представлено сравнение стратегии дропшипинга и стандартного оффлайн-бизнеса по таким критериям оценки как необходимость больших денежных вложений, наличие складов, качество предоставляемого товара, наличие офиса, формирование прибыли.

Таблица 1 – Сравнение стратегии дропшиппинга и стандартного оффлайн-бизнеса

Критерии оценки	Дропшиппинг	Оффлайн бизнес
Необходимость больших вложений	Не нужна	Требуется для закупки товара
Склад	Не нужен, продукция отправляется сразу клиенту	Необходим для закупленных товаров
Качество продаваемого товара	Оценить и контролировать нельзя	Легко контролируется
Офис	Не обязателен	Нужен обязательно
Прибыль	Можно ставить большой процент	Зависит от товара

Рассмотрим достоинства дропшиппинга. К плюсам можно отнести минимизацию рисков, т.к. дропшиппер не вкладывает деньги в товар, не занимается логистикой, не беспокоится о сроках годности товара – за товар отвечает поставщик.

Следующее достоинство – можно протестировать нишу перед закупкой товара, относящегося к новинкам. Владельцу обычного интернет-магазина придется закупить партию, чтобы протестировать новинку, он может потерять деньги, если не реализует товар. Дропшиппер может тестировать несколько новинок сразу, если же спрос недостаточный, он потеряет только на рекламных расходах. После проверки спроса предприниматель может перейти от прямых поставок к закупкам партий востребованных товаров.

Также к достоинствам стратегии дропшиппинга относится быстрый запуск продаж – не нужно оформлять товар и ждать поставку. Когда тренд уйдет, можно быстро найти новый популярный товар и переключиться на него.

Проанализируем недостатки дропшиппинга. Сложно контролировать поставщика, который может плохо упаковать товар, затянуть с отправкой, начать экономить на качестве товара. Деньги платят напрямую дропшипперу, поэтому он отвечает своей репутацией перед покупателями.

Возвращать деньги покупателям придется за свой счет, если товар не подошел клиенту, пришел поврежденным или поставщик не отправил товар.

В данной стратегии быстро появляются конкуренты. Дропшипперу важно следить за трендами, вкладываться в рекламу и

анализировать конкурентные продажи с целью акцента своего интернет-магазина на фоне других однотипных магазинов.

Наилучшими для дропшипинга являются следующие категории товаров: здоровье и личная гигиена, гардероб и аксессуары, кухня и бакалея, автомобильные аксессуары.

Какие факторы необходимы для успешного внедрения стратегии? К ним относятся: качественная рекламная компания, оригинальный маркетинг, творческий подход к продажам

Сегодня дропшипинг в России – это бурно развивающаяся стратегия, оказывающая огромное влияние на развитие электронной коммерции. Главная задача состоит в том, чтобы не упустить новые возможности в организации продаж, предоставляемые дропшипингом. Сегодня можно без труда найти товары и запустить интернет-бизнес с применением стратегии дропшипинга с помощью инструментов автоматизации для снижения трудозатрат и увеличения прибыли.

Библиографический список:

1. Бунина, Н.Э. Риски и преимущества дистанционного образования // Материалы Всероссийской научно-практической конференции - Современные тенденции развития системы образования. – Чебоксары, 2020. - С. 55-58.

2. Бунина, Н.Э. Тенденции развития цифровой экономики / Н.Э. Бунина, О.А. Заживнова, А.В. Коновалов// Материалы Национальной научно-практической конференции - Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения. – Ульяновск: УлГАУ, 2019.- С. 238-242.

3. Солнцева, О.В. Современные платформы дистанционного обучения: возможности и недостатки/ О.В. Солнцева, Н.Э. Бунина, М.С. Бадашин // Материалы Национальной научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава - Инновационные технологии в высшем образовании. – Ульяновск: УлГАУ, 2018.- С. 54-60.

DROPSHIPPING AS A DIGITAL PLATFORM STRATEGY

Abayeva V. P.

***Keywords:** Digital platform, sales, risks, dropshipping, supplier, customer.*

This article analyzes the possibility of conducting digital business on the trading platform. The dropshipping strategy, its advantages, risks and disadvantages are considered.