

ДРОПШИППИНГ КАК МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТА В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Усиление международной конкуренции, вхождение России в ВТО, неэффективный менеджмент, неумение быстро реагировать на динамичное изменение внешней среды негативно отразились на легкой промышленности Республики Беларусь. Вследствие этих процессов объемы реализации продукции существенно снизились. Так удельный вес продукции отрасли в общем объеме промышленного производства Беларуси за период 2005-2012 гг. снизился на 1,3 процентных пункта [1; с. 30]. Растут запасы нереализованной продукции на складах: на 1.08.2013 г. запасы кожи и обуви в 3 раза превысили среднемесячный объем производства, запасы отдельных видов текстильных и швейных изделий составляют от 4 до 8 раз среднемесячного объема [2; с.11-12]. Легкая промышленность стоит на втором месте по величине запасов после машиностроения и металлообработки. Вследствие этого снижается рентабельность реализованной продукции, растет количество убыточных предприятий [1; с. 43].

Проведенный анализ на предприятиях обувной, швейной и текстильной промышленности Беларуси выявил неэффективность маркетинговой деятельности в целом и в частности неэффективность сбыта. С учетом анализа существующих систем сбыта на предприятиях легкой промышленности Республики Беларусь предлагаются следующие новые каналы сбыта для предприятий: Интернет-магазин; мобильные продажи; телемаркетинг; внутренние продажи; дропшиппинг.

Большинство из этих каналов известны, как теоретикам, так и практикам маркетинга. Новым для Белоруссии является дропшиппинг. В дословном переводе с английского «drop shipping» – прямая поставка. Это вид предпринимательской деятельности, который заключается в реализации товаров фирмы-поставщика посредником (дроппером). Особое значение дропшиппинг получил благодаря массовому развитию электронных торговых площадок и в частности онлайн аукционов. Услуга дропшиппинга означает особые отношения между производителем, дистрибьютором товаров и розничным продавцом. Производители, дистрибьюторы предоставляют услугу дропшиппинга. Алгоритм сбыта дропшиппинг-онлайн включает следующие действия.

1. Розничный продавец регистрируется на сайте дроппера (производителя), выбирает товар по оптовой цене для продажи.

2. Продавец выставляет товар для продажи на аукционе или другой торговой площадке со своей торговой надбавкой.

3. После того как находится покупатель, готовый приобрести данный товар, продавец покупает товар у дроппера (производителя). Продавец оплачивает дропперу стоимость товара по оптовой цене и стоимость доставки.

4. Дроппер отправляет товар покупателю по указанному продавцом адресу.

Разница между оптовой ценой, плюс торговая надбавка, плюс стоимость доставки и ценой, по которой товар был куплен, является доходом продавца. Финансовые взаимоотношения дроппера и продавца могут варьироваться в зависимости от условий договора: возможна предоплата, как описано выше, а возможна и оплата по факту расчета с покупателем.

Если продавец осуществляет торговлю через аукцион *eBay*, все расчёты будут осуществляться с помощью платёжной системы *PayPal*. При этом дропперам из стран СНГ придётся воспользоваться услугами посредников, так как *PayPal* не отправляет денежные средства в страны СНГ напрямую. Во всех остальных случаях целесообразно принимать оплату товара всеми возможными способами: банковскими переводами, всеми видами электронных денег, переводами *Western Union* и др.

Преимущества дропшиппинга заключаются в следующем. 1. Данный вид бизнеса практически не требует начального капитала, следовательно, посредник (розничный продавец) не несёт никаких рисков. Свои деньги он отдаст только после того, как получит оплату от покупателя. 2. Посреднику не требуется наличие складских помещений для торговли. Всё, что ему нужно для ведения бизнеса – это компьютер с выходом в Интернет. 3. Все заботы по отправке товара берёт на себя фирма-поставщик. 4. Посредник имеет возможность продавать множество товаров одновременно, увеличивая таким образом свой ассортимент и количество клиентов. 5. Поставщик отправляет товары от имени посредника, благодаря чему тот может создать узнаваемую торговую марку и рекламировать её.

Маркетинговые исследования дропшиппинг-компаний в сети Интернет, показали, что товары легкой промышленности активно продаются через такой канал сбыта.

1. Промышленность Республики Беларусь: статистический сборник. – 2013. – Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>.

2. Социально-экономическое положение Республики Беларусь в январе-июле 2013 г.: статистический сборник. – 2013. – Национальный статистический комитет Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>.

Яшева, Г.А. Дропшипинг как метод повышения эффективности сбыта в легкой промышленности [Текст] / Г.А. Яшева // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, 26-28 вересня 2013 р. / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко. - Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2013. - С. 316-317.