

DOI: 10.15276/ETR.01.2023.9
DOI: 10.5281/zenodo.7834283
UDC: 336.647/.648
JEL: F10, F29, L81

БІЗНЕС-МОДЕЛЬНЕ ПРОЕКТУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ: ЕФЕКТИВНІСТЬ ДРОПШИПІНГУ ТА ЙОГО ТРАНСФОРМАЦІЯ

BUSINESS MODEL DESIGN OF ELECTRONIC COMMERCE: EFFECTIVENESS OF DROPSHIPPING AND ITS TRANSFORMATION

Svitlana V. Pokhylko, PhD in Economics, Associate Professor
Sumy State University, Sumy, Ukraine
ORCID: 0000-0001-5739-2795
Email: s.pokhylko@finance.sumdu.edu.ua

Anna Yu. Yeremenko
Sumy State University, Sumy, Ukraine
ORCID: 0000-0002-1599-1324
Email: eremenko982@ukr.net

Received 04.01.2023

Похилько С.В., Єременко А.Ю. Бізнес-модельне проектування електронної комерції: ефективність дропшипінгу та його трансформація. Оглядова стаття.

Стаття присвячена дослідженню теоретичного процесу формування та використання бізнес-моделей в електронній комерції. У статті проаналізовано тенденцію зростання дослідження цифрових бізнес-моделей на світовому рівні. Розглянуто напрямки принципів формування корпоративних бізнес-моделей. Наведено бізнес-модель канвас О. Остервальдера, за допомогою якої було наведено приклад її використання на основі онлайн-сервісу з оренди житла Airbnb. У статті показано бізнес-модельне проектування електронної комерції на основі дропшипінгу. Були визначені послідовні етапи розвитку такого виду бізнесу, зіставлено переваги та недоліки його використання в проектах. Спрогнозовано збільшення обсягів продажів завдяки використанню бізнес-моделі дропшипінг на 2025 рік. Загалом в дослідженні набуло вагомості формування та використання бізнес-моделі в загальній системі управління компаніями.

Ключові слова: бізнес-модель, алгоритм дропшипінгу, електронна комерція, цифрова економіка

Pokhylko S.V., Yeremenko A.Yu. Business Model Design of E-Commerce: the Effectiveness of Drop Shipping and its Transformation. Review article.

The article is devoted to the study of the theoretical process of formation and use of business models in e-commerce. The authors analyse the growth trend of digital business models research at the global level. The paper considers directions of principles of formation of corporate business models. As an example of using the Osterwalder's canvas of a business model, the authors studied the online rental service Airbnb. The article shows the business model design of e-commerce based on the drop shipping business model. The paper defines the consistent and successive stages of development of this type of business and compares the advantages and disadvantages of adopting the drop shipping business model in business projects. Due to the research, there will be an increase in sales as a result of the use of the drop shipping business model. Essentially, the study acquired the importance of formation, evolution and use of business models in general company management, taking into consideration contemporary features of e-commerce.

Keywords: business model, dropshipping algorithm, e-commerce, digital economy

У сучасному світі уже було зроблено перші кроки до нової принципово технологічної соціальної та економічної реальності. Але виклики, що чекають у сучасному індустріальному суспільстві важко недооцінювати. Це про зміни глобального технологічно-соціального укладу, який за наслідком має повне видозмінення звичайних для нас систем, створювання нових стратегій, соціальних і економічних. У той же час міняється технологічна парадигма, видозмінюються моделі управління та норми у суспільстві, масштабні зміни у демографії відбуваються щодня. Для того, щоб країна посіла не останнє місце у глобальній цифровій економіці, особлива увага має приділятися можливостям, які країна має у виробничій, інноваційній сфері та сфері зайнятості [1].

Важливою ознакою сьогодення є стрімке збільшення цифрових розривів, що створюють небезпеку дедалі більшого відставання країн, що розвиваються. Об'єктивні процеси автоматизації, навіть за умови їх стримання урядами та суспільством, набиратимуть прискорення і цілком можливо досягнуть тієї межі, коли для підтримки всієї світової системи виробництва та логістики виявиться достатньо лише кількох мільйонів висококваліфікованих професіоналів [2]. У цій роботі буде розглянуто цифрові бізнес-моделі та способи їх опису, зокрема канва Остервальда.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Останніми роками спостерігається стійка тенденція зростання обсягів електронної комерції в усьому світі. Дана тенденція буде залишатись у майбутньому. Для більш чіткого аналізу використаних термінів та визначення перетину напрямів дослідження ми застосували методи сучасного бібліометричного аналізу з

наукометричної бази даних Scopus. Загальний тренд за 60 років безумовно зростаючий, значних спадів не спостерігалось. Що стосується 2022 року, то вже опубліковано 1635 публікацій по заданій темі. А на 2023 рік вже планується 15 статей цієї тематики. За результатами можемо спрогнозувати, що в періодичних виданнях з'явиться більша кількість нових публікацій та увага до теми буде актуальною ще як мінімум декілька років, поки її повністю не витіснить

штучний інтелект, інтернет речей та смарт технології.

У базі даних Scopus лідером за опублікованими документами є Сполучені Штати – 2145. Другою країною є Німеччина з 1474 документами. Наступними країнами є Китай – 1334 документів, Великобританія – 1065. Україна у порівнянні з цими країнами має лише 103 документи (рис. 1).

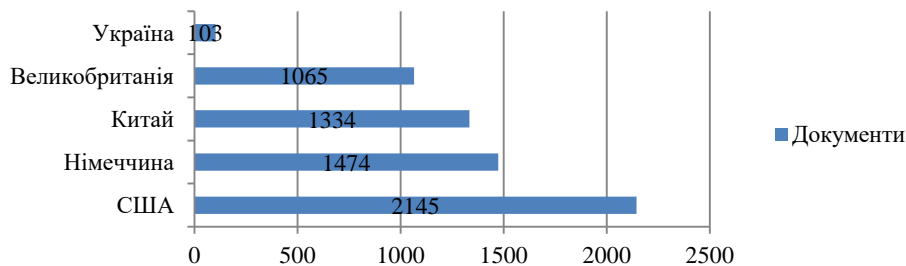


Рисунок 1. Документи ТОП-4 країн, науковці яких зробили внесок у дослідження цифрових бізнес-моделей порівняно з Україною

Джерело: складено авторами за матеріалами [5]

Було проведено бібліографічний аналіз робіт у Scopus Database за терміном "dropshipping", використовуваним у дослідженнях за 2016-2021 роки (рис. 2). Зацікавленість науковців у темі дропшипінгу за останні 5 років має у загальному зростаючий тренд. Не дивлячись на спад актуальності теми у 2017 році з 6 роботами за

темою, у наступному році база даних Scopus поповнилась 8 науковими роботами. Через роки, робіт ставало все більше, досягши піку у 2020 році, 26 документів. На момент кінця 2021 року, база нараховує 13 наукових робіт за темою «дроппшипінг».

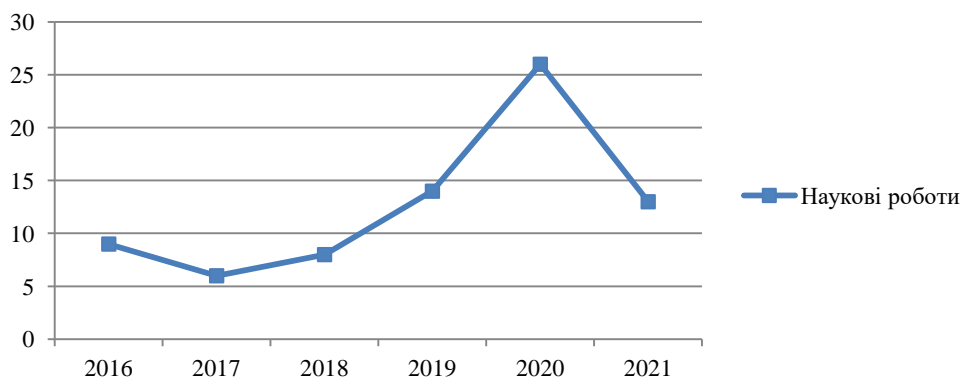


Рисунок 2. Тенденція наукових робіт за темою дропшипінгу у базі даних Scopus з 2016 по 2021 роки

Джерело: складено авторами за матеріалами [5]

Дослідженнями прямих продажів займаються Т.І. Лункіна (Lunkinat 2020), А.А. Кугляр (Kuhlyar, 2020) [3], В.М. Ходиревська, І.В. Припадчева, Бретт Реган (Regan, 2021) [4], Ф. Ренальді (Renaldi, 2020) [5] та інші. Тема продажу товарів за системою дропшипінгу є відносно новою, тому потрібні більш глибокі дослідження.

Метою статті є проведення бібліографічного аналізу з метою розуміння актуальності даної теми. Для більшого розуміння предмету вивчення, проаналізувати бізнес-моделі великих компаній для наочності.

Викладення основного матеріалу дослідження

У світі стартапів багато людей часто вважають важливим моментом розробку бізнес-моделі проекту. За словами експертів, без нього компанія взагалі не могла б існувати, а інвестори гарантовано відмовились би від вкладень. Давайте розберемось що представляє собою бізнес-модель, і чому вона така популярна.

Вчені та науковці дають таке визначення бізнес-моделі: «Це компактний і спрощений бізнес-погляд, розроблений для забезпечення

цілісного уявлення та аналізу всієї системи взаємопов'язаних бізнес-процесів». Бізнес-модель можна описати як логічне відображення того, як компанія працює на всіх рівнях, а головне, як вона досягає продажів і прибутку. По-простому, це діаграма, як підприємець дивиться на свій бізнес. Вважаємо, що майбутні бізнес-ідеї можна зрозуміти на 200% лише після того, як вони представлені на папері, тому що набагато легше придумати слова чи малюнки. Це найбільш точно описує природу бізнес-моделі [6, 7].

Пояснюючи на практичних прикладах, згадаймо звичайні магазини, наприклад магазин квітів, одягу чи канцелярії. Вони будують відносини з постачальниками, шукають більш вигідні варіанти, а потім продають продукцію покупцям через звичайні магазини або онлайн-продажі. Основним джерелом доходу є продажі. Цей план є бізнес-моделлю філії. Тільки дуже просто і словесно. Виходячи з підприємницької ідеї, має бути створена модель, ретельно обдумавши етапи виробництва, залучення клієнтів і появу продажів. Важливо відразу свідомо розуміти – це досить тривалий процес постійної корекції та коригування.

Розрахунок ґрунтується на тому, що клієнт готовий платити за зручність. Підсумовуючи, можна сказати, що розробка бізнес-моделі є першим кроком у відкритті бізнесу. За умови, що стартапер погодився на такий крок, то велика ймовірність, що і надалі у нього все вийде.

Олександр Остервальдер відомий розробкою інноваційних моделей бізнес-процесів, а саме створення canvas бізнес-моделі – системи аналізу бізнес-моделі для підприємців. Схема бізнес-моделі є дуже зручним інструментом стратегічного управління для опису, формулювання та запису бізнес-моделей стартапів, проектів і навіть існуючих підприємств.

Даний інструмент не є чарівною паличкою чи обов'язково успішною методикою, але її застосування може швидко допомогти, бо на одній лише сторінці зображаються найважливіші бізнес-процеси в майбутньому перспективному підприємстві, що будуть частинами бізнес моделі.

Систему управління встановлюють для того, щоб постійно підвищувати ефективність діяльності основних клієнтів і зацікавлених сторін компанії. Кожна компанія в бізнесі дотримується певної бізнес-моделі, яка може бути спонтанно сформована або є результатом свідомого вибору керівників компанії. Практика показує, що вибір бізнес-моделі відіграє життєво важливу роль у розвитку компанії. Поняття бізнес-моделювання як невід'ємної частини стратегічного управління з'явилося наприкінці минулого століття і знаходиться в стадії формування, пояснює його сутність, принципи та широкий спектр методів побудови.

Аналізуючи уявлення про зміст корпоративних бізнес-моделей, виділяємо три напрямки, де науковці та практики шукають принципи формування корпоративних бізнес-моделей.

У першому бізнес-модель розглядається як формалізація способу створення, продажу та надання цінності клієнтам. фактично «описує принцип роботи компанії». Цей підхід трактує бізнес-модель як «сукупність елементів, що характеризують основну логіку її функціонування, яка відрізняється від логіки її конкурентів, а її операційна логіка заснована на використанні ключових можливостей з метою найбільш ефективного розподілу стратегій. в системі бізнес-процесів. Ресурси для створення продуктів (послуг) для задоволення пріоритетів споживачів».

Другий напрямок дослідження має включати вивчення бізнес-моделі компанії як комбінації кількох параметрів, що описують базовий план створення бізнесу. У роботі над даним описом бізнес-моделі зазвичай визначаються її складові: цінність для споживачів, сегментація споживачів, асортимент продукції, цінова політика, джерело доходу, супутні види діяльності, принципи її реалізації та механізми сталого розвитку. Ці принципи розвитку бізнес-моделі мають встановити чіткий ланцюжок між стратегічною концепцією та економічними результатами компанії.

Для моделювання будь-якого бізнесу застосовується послідовність, як показано на рисунку 3.

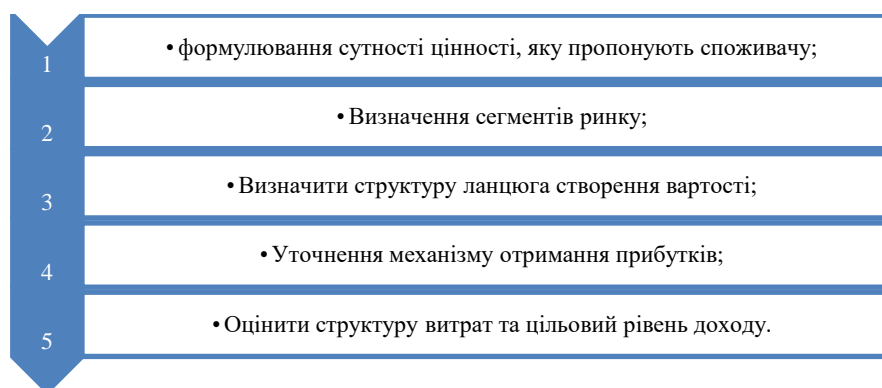


Рисунок 3. Послідовність для моделювання будь-якого бізнесу
Джерело: власна розробка авторів

Підходи до змісту бізнес-моделі - опис позиції фірми в мережі цінності, що пов'язує споживачів і замовників та формулювання конкурентної стратегії.

Третя область дослідження бізнес-моделей поєднує роботу дослідників з аналізу реальних корпоративних бізнес-моделей, а також досвід успішної організації бізнесу відомих компаній, таких як Хероx, Dell, Southwest Airlines і Wal-Mart. У майбутньому ми пропонуємо розуміти бізнес-модель компанії як опис бізнес-логіки компанії, а також визначити основні бізнес-елементи, їх взаємозв'язок та систему взаємовідносин із зовнішнім середовищем, що може відображати її найважливіші характеристики: цінність, створений для клієнтів та його механізм, створення та постачання, принципи використання ресурсів, можливості та можливості для отримання стійких конкурентних переваг, отримання доходу та прибутку.

Одним із базових понять управління процесами є поняття «бізнес-процес». Хоч цей термін широко використовується, його зміст досі є предметом постійних дискусій серед вчених, консультантів та менеджерів. Причиною відсутності консенсусу є різні погляди на бізнес-процес як на об'єкт управління.

Найпоширенішим є інтерпретація бізнес-процесів як сукупності взаємопов'язаних видів діяльності, які перетворюють «входи» на «виходи». Але це визначення (частково через надмірне узагальнення) не дозволяє зрозуміти різницю між бізнес-процесами та звичайною корпоративною діяльністю. Одна з перших статей з оптимізації бізнес-процесів визначала бізнес-процес як набір логічних, послідовних і

взаємопов'язаних видів діяльності, які споживають ресурси постачальника, створюють цінність і доставляють результати споживачам. Розробники і дослідники бізнес-процесів дотримуються ідеї відображення операційної діяльності у вигляді послідовних, відокремлених бізнес-процесів, пов'язаних з досягненням результатів створення цінності для споживачів (так званих зовнішніх клієнтів) від тих, що забезпечують їх ефективне виконання. Слід зазначити, що в процесі побудови бізнес-моделі важливу роль відіграє не тільки композиція бізнес-процесу, а й його зміст.

Полотно бізнес-моделі – це шаблон стратегічного управління, що використовується для розробки нових та документування існуючих бізнес-моделей. Це візуальна схема з елементами, що описують ціннісні пропозиції фірми, допомагаючи підприємствам узгоджувати свою діяльність шляхом ілюстрації потенційних компромісів.

Дев'ять так званих «будівельних блоків» шаблону проектування бізнес-моделі, який став називатися Business Model Canvas, було запропоновано в 2005 році Олександром Остервальдером. З моменту виходу роботи Остервальдера приблизно 2008 року з'явилися нові полотна для конкретних ніш.

Як використовувати канву? Полотно бізнес-моделі – це спільна мова для опису, візуалізації, оцінки та зміни бізнес-моделей. Він описує обґрунтування того, як організація створює, забезпечує та фіксує цінність.

Щоб візуально уявити дану модель, зобразимо її у вигляді таблиці табл. 1.

Таблиця 1. Приклад бізнес-моделі на основі онлайн-сервісу з оренди житла Airbnb

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| Ключові партнери Важливими партнерами Airbnb є господарі квартир. Господарі знаходяться на стороні пропозиції і допомагають надати ціннісні пропозиції стороні попиту (гості). | Основні види діяльності оперативна досконалість (тобто послідовність); продовження розширення бази приймаючих/гостей (тобто траєкторія впровадження інновацій); і покращення існуючих ціннісних пропозицій та розроблення абсолютно нових. | Ціннісна пропозиція Airbnb's пропонує гостям унікальне проживання та враження за нижчими цінами (ніж готелі). Окремо можна прописати ціннісні пропозиції для господарів та гостей, але не будемо заглиблюватись. | Відносини з клієнтами Для гостей: безпека/упевненість, підтримка. Для громад: добрий сусід. | Сегменти клієнтів Гости: традиційна вища освіта, вищий дохід, 30-49 років, дозволя - один або сімейний, бізнес. Власники житла: максимізер, шукачі можливостей. |
| | Ключові ресурси Активні господарі, які надають свої апартаменти, активні гості, бренд, активи даних (списки/користувацькі дані), алгоритми, технічна платформа | | Канали Продажі, маркетинг: з уст в уста, цифровий маркетинг, висвітлення в ЗМІ, знижки, промо, партнери, реферали. | |
| Структура витрат Витрати включають такі речі, як страхові внески, платежі, поточні витрати на ІТ, продажі та маркетинг, дослідження та розробки, генеральний та адміністратор, нос та амортизація, та інші витрати, включаючи витрати на відсотки. | | Потоки доходів Основним потоком доходів є від клієнтів, які безпосередньо користуються послугами оренди. | | |

Джерело: складено авторами за матеріалами [8, 9]

Розробка бізнес-моделі – концептуального опису того, як конкретна компанія заробляє гроші – є тривалим процесом і неминуче потребує постійного перегляду та коригування.

Бізнес-модель є логічним і наочним відображенням того, як компанія працює на всіх рівнях, і як вона створює сприятливі умови для клієнтів для забезпечення необхідного рівня продажів і належного прибутку. У сучасній онлайн-сфері більшість компаній використовують найбільш актуальні та перевірені існуючі бізнес-моделі, щоб коригувати та покращувати їх на основі особистих характеристик та конкурентних переваг.

Недоліком використання бізнес моделей є проведення певного часу на вивчення типів, підбір необхідної та підходящої моделі, її застосування та підтримання роботи. Другим недоліком, який можна тут назвати є недостатня оснащеність офісів, маленьких кімнат чи навіть швидкісних девайсів у засновників. Проте, по суті, суттєвих недоліків не існує при використанні цифрових бізнес моделей, бо вони направлені на зростання упізнаваності бізнесу та його процвітання [17].

Не безпідставно, що пряма доставка стала особливо популярною в сфері електронної комерції та інших сферах онлайн-продажів [10]. Він дозволяє розпочати свій бізнес з найменшою сумою стартового капіталу, вимагає менших витрат у процесі, легко розширюється та дозволяє надавати потенційним покупцям широкий асортимент продукції [5]. В Україні прямий продаж може бути найпростішим і безпечним способом торгівлі. Реальна можливість отримати стабільний дохід за планом прямих продажів не зменшиться орендою торгових площ, не буде ускладнена вирішенням проблем із запасами (ви також не покладатесь на коливання ринкових цін), а також не покладатесь на власну логістичну базу даних. Єдиним інструментом,

необхідним для прямих продажів, є доступ до Інтернету.

З іншого боку, отримати високий рівень прибутковості складніше, тому що ви фактично є посередником і частково залежите від третьої сторони, і контролювати її може бути складним завданням. Однак, незважаючи на багато труднощів і суперечок, в деяких випадках використання моделі прямих продажів може бути ідеальним рішенням для підприємств. Тож спробуємо розібратися у всьому цьому більш детально.

Очевидно, в основі цієї моделі лежить співпраця між постачальником товару та його продавцем для заробітку [11]. Весь процес взаємодії зводиться до досить простого рішення, що включає кілька кроків:

- Підписати договір з постачальником.
- Створити веб-сайт інтернет-магазину, наповнити його продуктами та відстежувати співвідношення між цінами та залишками.
- Залучити клієнтів.
- Передати замовлень, отриманих від того ж постачальника, через сайт одним із заздалегідь обумовлених способів.
- Постачальник доставляє товар покупцю, який замовив продукції чи послугу.

Продавці можуть отримувати товарні лінії за нижчими цінами, і відповідь на питання, скільки доходу ви можете отримати за рахунок прямих продажів, залежить від кількості продуктів, які ви можете продати кінцевому покупцеві. Діапазон відрахувань може сильно варіюватися: від 10% до 50% з урахуванням характеристик товару [12]. Відповідаючи на питання відкриття інтернет-магазину для здійснення прямих продажів, відповідь можна дати у вигляді послідовних етапів (рис. 4).



Рисунок 4. Діаграма послідовних етапів здійснення дропшипінгу
Джерело: складено авторами за матеріалами [13]

Схема дропшипінгу набула великої популярності серед інтернет-магазинів Заходу, але і в Україні є перспективи розвитку. Щодо України, то наявна схема орієнтована на придбання товарів із за кордону та розповсюдження його на території країни [11].

Бізнес прямих продажів у Китаї та Україні зосереджений на купівлі дешевого обладнання та отримання прибутку від продажів. Наприклад, вартість квадрокоптерів, фітнес-браслетів і проекторів у Китаї становить близько 5 доларів США, а в Україні 20-30. Що стосується прямих продажів на американському ринку-Amazon, то

він підійде для новачків. Ціни на товари на американських сайтах дорожчі, ніж на китайських, тому для відкриття бізнесу достатньо 400-500 доларів. У цьому випадку прибуток може становити від 1000 до 1500 доларів.

На рисунку 5 зображено обсяг продаж з використанням бізнес-моделі дропшипінг. Спостерігаємо значний зріст продаж з 65 млрд. доларів у 2015 до 174 млрд доларів у 2021. Спрогнозовано зростання обсягів до 500 млрд. доларів у 2025 році, це майже у 3 рази більше, ніж обсяги 2021-го року!

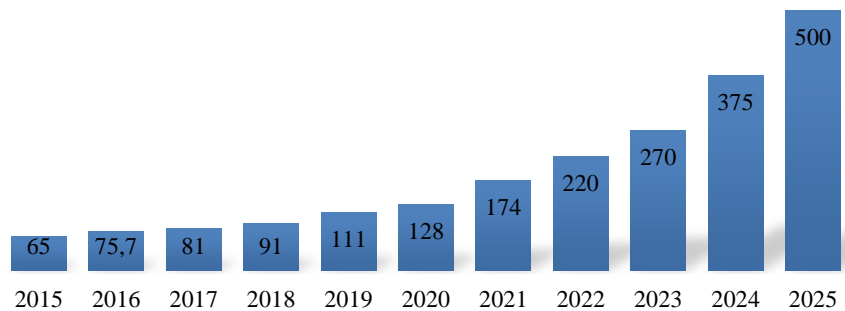


Рисунок 5. Обсяг продаж через бізнес-модель дропшипінг у мільярдах доларах США з 2015 по прогнозований 2025 рік
Джерело: складено авторами за матеріалами [5, 7, 10, 14, 15]

Основною перевагою є те, що дропшипінг без вкладень доступний тим верствам населення, які тимчасово не мають роботи або прагнуть відкрити власну справу. Для здійснення такої діяльності потрібно мати бажання заробляти в інтернеті, а також наявність смартфона, комп'ютера та доступу до інтернету. Створити бізнес можна фактично без вкладень – це відрізняє дропшипінг від стандартних магазинів, де для започаткування бізнесу необхідно мати стартовий капітал.

Позитивним аспектом роботи через дропшипінг в Україні є: мінімальні фінансові вкладення, невелика кількість співробітників; відсутність потреби у великих офісах і містких складах; відсутність потреби в складній логістиці і транспортних витрат, адже увага звертається на налагодження взаємодії та комунікації з постачальниками; можливість сплачувати податки за спрощеною системою [16].

Важливим аспектом у розвитку українських маркетплейсів та дропшипінгу є можливість

розміщення реклами не лише на україномовних, а й на іншомовних пошукових сайтах. Це можливість для українських виробників та дропшиперів здійснювати не тільки купівлю товарів з-за кордону, а й продавати їх іноземним споживачам. Продукція українських виробників не поступається в якості світовим мас-маркетам. Для вітчизняних платформ реалізація товарів за системою дропшипінгу є перспективною у розвиткові на світових масштабах.

За останнє десятиліття зацікавленість в моделі дропшипінгу значно зросла, в деяких країнах сильніше, в деяких менше. Незважаючи на невелике скорочення запитів в Google Trends за даною тематикою (рис. 4), а також скорочення наукових праць по дропшипінгу у базі даних Scopus (рис. 5), вважаємо що дропшипінг буде актуальною схемою заробітку. Розглянемо позитивні та негативні сторони його використання (табл. 2).

Таблиця 2. Переваги та недоліки користуванням бізнес моделлю «дропшипінг»

| Переваги | Недоліки |
|--|--|
| широкий асортимент продукції | низький бар'єр входу |
| мінімальні ризики запуску | роботи буде багато в будь-якому випадку |
| нижчі витрати на зберігання та логістику | особливості формування прибутку |
| гнучкість | репутаційні ризики |
| відсутність товарних залишків | труднощі формулювання унікальної торгової пропозиції |
| зниження витрат | складнощі в масштабуванні |

Джерело: складено авторами за матеріалами [4]

Можна не сумніватися, що для більшості підприємців-початківців найбільшою перевагою буде саме необхідність мінімальних вкладень на старті. Але й інші плюси досить вагомі, щоб звернути на них увагу.

Висновки

Отже, дропшипінг це цікавий і перспективний варіант організації бізнесу в інтернет-магазині, але є деякі застереження. Практично неможливо рекомендувати цю модель початківцям підприємцям. Неможливо створити інтернет-магазин, який зможе на рівних конкурувати з

лідерами ринку без контролю над постачанням товарів та обробкою замовлень. Але для невеликих сайтів це чудове рішення, яке допоможе створити джерело, яке, хоча й не дуже важливе, може приносити постійний потік доходу. Це також чудовий варіант для власників інтернет-магазинів, які хочуть «відчути» нову нішу або розширити наявний асортимент без великих вкладень. У цьому випадку використання такої моделі, як дропшипінг, може бути хорошим способом ефективного вирішення проблеми.

Abstract

The use of business models in e-commerce has an impact on the efficiency of economic and managerial decision-making, and provides a holistic view and analysis of the system of interrelated business processes as a whole. Therefore, it is essential to study this instrument, especially its implementation in strategic management to describe, formulate and indicate business models of start-ups, projects and even existing and operating enterprises. Regrettably little attention of the domestic and global scientific community is focused on the study of digital business processes, but the number of scientific papers, dedicated to this theme, is growing every year. Accordingly, the issue of complex analysis of the process of formation and employment of business models in e-commerce is up-to-date. The purpose of the research is to analyse the growing trend of digital business models research at the global level. The business model design is becoming an integral part of strategic management, providing a holistic view and analysis of the integrated system of interrelated business processes in the project. The authors studied in the article three main directions in which scientists and practitioners consider and examine the principles of formation of corporate business models. Based on this research, the authors created a sequence algorithm of business model design for any business. The paper acknowledges the structure of the O. Osterwalder's canvas business model, giving an example of the business model, applied to the online accommodation rental service Airbnb. The practice of business model design has given impetus to the study of the drop shipping business model. Drop shipping scheme has become very popular among online stores even before the pandemic, and now, in ongoing e-commerce, this type of an e-commerce business model is demonstrating records of online sales. Comparing the advantages and disadvantages of using drop shipping in business projects, the article proves that the economic pros of this business model are manifested in minimal financial investment, small number of employees needed to operate the enterprise; no need for large offices and roomy warehouses; no need for complex logistic and huge transportation cost, while there is the possibility of paying taxes by simplified system. According to the results of the study, the authors predict a massive increase in sales as the consequence of applying the drop shipping business model in 2025. The article proves that a rational, logical and intelligent formation and adoption of business models in general company management is of crucial importance.

Список літератури:

1. Михальчишина Л. Цифровізація світової економіки: стан та перспективи / Л. Михальчишина // Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики: матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (м. Полтава, 28 жовтня 2021 року) – Полтава, 2021. – С. 85-86. – Режим доступу: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u295/viii_vseukrayinska_2021_poltava.pdf.
2. Піщуліна О. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти: доповідь / Центр Разумкова. – Київ: Центр Разумкова, жовтень 2020. – 274 с. Режим доступу: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf.
3. Лункіна Т.І., Кугляр А.А., Кемова Я.Р. Дропшипінг як сучасний напрям розвитку бізнесу в Україні. *Modern Economics*. – 2020. – № 24. – С. 107-112. DOI: 10.31521/modecon.V24(2020)-17.
4. Regan B. The Truth About Dropshipping: The Good, The Bad and The Ugly / Brett Regan // *BigCommerce*. – 2021. – Режим доступу: <https://www.bigcommerce.com/blog/dropshipping/#dropshipping-for-beginners-faqs>.
5. Renaldi F. Increasing sales online through integration of dropshipping system and social media / F. Renaldi, R. Saepuloh, A. Maulidin // *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. – 2020. – Режим доступу: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85105581607&origin=resultslist&zone=contextBox>.

6. Täuscher K. Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces / K. Täuscher, S.M. Laudien // *European Management Journal*. – 2018. – Режим доступу: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85021167455&origin=resultslist&zone=contextBox>.
7. Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century / [S. Kraus, C. Palmer, N. Kailer та ін.] // *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. – 2019. – Режим доступу: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85053808612&origin=resultslist&zone=contextBox>.
8. Airbnb Business Model Canvas // *Innovationtactics*. – 2020. – Режим доступу: <https://innovationtactics.com/business-model-canvas-airbnb>.
9. Макет (канва) бізнес моделі // *Kiwka*. – 2015. – Режим доступу: <https://www.kiwka.com/maket-kanva-biznes-modeli-pereklad-ukrajinskoju>.
10. Kamalapur R. Impact of stockout compensation in e-commerce drop-shipping supply chain / R. Kamalapur, D. Lyth // *Operations and Supply Chain Management*. – 2020. – Режим доступу: <https://journal.oscm-forum.org/publication/article/impact-of-stockout-compensation-in-e-commerce-drop-shipping-supply-chain>.
11. Sodero A. The strategic drivers of drop-shipping and retail store sales for seasonal products / A. Sodero, A. Namin, D. Gauri // *Journal of Retailing*. – 2021. – Режим доступу: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0022435921000609?via%3Dihub>.
12. Дропшипінг як схема роботи інтернет-магазину: плюси і мінуси // *LEMARBET*. – 2020. – Режим доступу: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/dropshipping-kak-shema-raboty-internet-magazina-plyusy-i-minusy>.
13. Lei J. Drop-shipping or batch ordering: Contract choice in the presence of information sharing and quality decision / J. Lei, M. Xue // *Journal of Management Science and Engineering*. – 2021. – Режим доступу: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85121676336&origin=resultslist&zone=contextBox>.
14. Dropshipping Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product (Toys, Hobby & DIY, Furniture & Appliances, Food & Personal Care, Electronics & Media, Fashion), By Region, And Segment Forecasts, 2019-2025 // *Grand View Research*. – 2022. – Режим доступу: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/dropshipping-market>.
15. Coppola D. Estimated value of the global dropshipping market size in 2020, with a forecast from 2021 to 2026 / Daniela Coppola // *Statista*. – 2021. – Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/1264272/dropshipping-market-size>.
16. Дропшипінг як сучасний напрям розвитку бізнесу в Україні. *Modern Economics*. 24. 2020. С. 107-112.
17. De Reuver M. The digital platform: A research agenda / M. De Reuver, C. Sørensen, R.C. Basole // *Journal of Information Technology*. – 2018. – Режим доступу: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1057/s41265-016-0033-3>.

References:

1. Mihaichishina, L. (2021). Digitization of the world economy: status and prospects. *Naukove zabezpechennya rozvytku natsionalnoyi ekonomiky: dosyahnennya teorii ta problemy praktyky: materialy VIII Vseukrayinskoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi molodykh vchenykh*. Poltava, 85-86. Retrieved from: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u295/viii_vseukrayinska_2021_poltava.pdf [in Ukrainian].
2. Pischulina, O. (2020). Digital Economy: Trends, Risks and Social Determinants: Report. Kiyiv: Tsentr Razumkova. Kyiv: Tsentr Razumkova. Retrieved from: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf [in Ukrainian].
3. Lunkina, T.I., Kuhlyar, A.A., & Kemova, Ya.R. (2020). Dropshipping as a Modern Direction of Business Development in Ukraine. *Modern Economics*, 24, 107-112. DOI: 10.31521/modecon.V24(2020)-17 [in Ukrainian].
4. Regan, B. (2021). The Truth About Dropshipping: The Good, The Bad and The Ugly. Brett Regan. BigCommerce. Retrieved from: <https://www.bigcommerce.com/blog/dropshipping/#dropshipping-for-beginners-faqs> [in English].
5. Renaldi, F., Saepuloh, R., Maulidin, A. (2020). Increasing sales online through integration of dropshipping system and social media. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. Retrieved from: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85105581607&origin=resultslist&zone=contextBox> [in English].

6. Täuscher, K., & Laudien, S.M. (2018). Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces. *European Management Journal*. Retrieved from: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85021167455&origin=resultslist&zone=contextBox> [in English].
7. Kraus, S., Palmer, C., & Kailer, N. et al. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. Retrieved from: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85053808612&origin=resultslist&zone=contextBox> [in English].
8. Airbnb Business Model Canvas (2020). *Innovationtactics*. Retrieved from: <https://innovationtactics.com/business-model-canvas-airbnb> [in English].
9. Layout (outline) of the business model (2015). *Kiwka*. Retrieved from: <https://www.kiwka.com/maketkanva-biznes-modeli-pereklad-ukrajinskoyu> [in Ukrainian].
10. Kamalapur, R., & Lyth, D. (2020). Impact of stockout compensation in e-commerce drop-shipping supply chain. *Operations and Supply Chain Management*. Retrieved from: <https://journal.oscmforum.org/publication/article/impact-of-stockout-compensation-in-e-commerce-drop-shipping-supply-chain> [in English].
11. Sodero, A., Namin, A., & Gauri D. (2021). The strategic drivers of drop-shipping and retail store sales for seasonal products. *Journal of Retailing*. Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0022435921000609?via%3Dihub> [in English].
12. Dropshipping as a scheme of online shopping: pros and cons (2020). *LEMARBET*. Retrieved from: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/dropshipping-kak-shema-raboty-internet-magazina-plyusy-i-minusy> [in Ukrainian].
13. Lei, J., & Xue, M. (2021). Drop-shipping or batch ordering: Contract choice in the presence of information sharing and quality decision. *Journal of Management Science and Engineering*. Retrieved from: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85121676336&origin=resultslist&zone=contextBox> [in English].
14. Dropshipping Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product (2022). (Toys, Hobby & DIY, Furniture & Appliances, Food & Personal Care, Electronics & Media, Fashion), By Region, And Segment Forecasts, 2019-2025. *Grand View Research*. Retrieved from: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/dropshipping-market> [in English].
15. Coppola, D. (2021). Estimated value of the global dropshipping market size in 2020, with a forecast from 2021 to 2026. Daniela Coppola. *Statista*. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/1264272/dropshipping-market-size> [in English].
16. Dropshipping as a modern direct business development in Ukraine. (2022). *Modern Economics* 24, 107-112 [in Ukrainian].
17. De Reuver, M., Sørensen, C., & Basole, R.C. (2018). The digital platform: A research agenda. *Journal of Information Technology*. Retrieved from: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1057/s41265-016-0033-3> [in English].

Посилання на статтю:

Похилько С.В. Бізнес-модельне проектування електронної комерції: ефективність дропшипінгу та його трансформація / С.В. Похилько, А.Ю. Єременко // *Економіка: реалії часу*. Науковий журнал. – 2023. – № 1 (65). – С. 69-77. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/files/archive/2023/No1/69.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.01.2023.9. DOI: 10.5281/zenodo.7834283.

Reference a Journal Article:

Pokhylko S.V. *Business Model Design of E-Commerce: the Effectiveness of Drop Shipping and its Transformation* / S.V. Pokhylko, A.Yu. Yeremenko // *Economics: time realities. Scientific journal*. – 2023. – № 1 (65). – P. 69-77. – Retrieved from <https://economics.net.ua/files/archive/2023/No1/69.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.01.2023.9. DOI: 10.5281/zenodo.7834283.

