

ДРОПШИПІНГ ЯК ЕФЕКТИВНА СИСТЕМА ВЕДЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

Інтернет-торгівля стає все більш розповсюдженою як в світі, так і в Україні. До кінця 2018 року загальний обсяг продажів інтернет-магазинів у всьому світі, за прогнозами, повинен досягти позначки в 2 трильйони доларів США. Майже половина всіх продажів у сфері e-commerce, за підсумками 2017 року, припадає на Китай (47%). У грошовому вираженні це приблизно 900 мільярдів доларів. Таким чином, ця країна посідає перше місце в світі за рівнем продажів в інтернет-комерції, посувши з цього місця США [1]. Другий за величиною регіональний ринок у сфері інтернет-торгівлі – Північна Америка. У 2017 році обсяг продажів у США та інших країнах цього регіону прогнозується на рівні 423 мільярдів доларів, показавши зростання на 15,6%. До 2020 року загальний обсяг продажів в інтернет-торгівлі в світі має подвоїтися [1].

Українці також стали частіше купувати і більше витратити в інтернеті. Зокрема на маркетплейсах групи компаній EVO (Prom.ua, Bigl.ua, Crafta.ua, Kabanchik.ua, Goodini.ua) у 2016 році було придбано на 73% більше товарів ніж торік – на суму 8,5 млрд гривень. При цьому кількість замовлень за рік зросла на 61% [2].

Серед переваг електронної торгівлі: економія коштів, адже безліч товарів в інтернет-магазинах продають набагато дешевше; величезний вибір унікальних речей; економія часу; швидка і бюджетна доставка.

При цьому повинна приділятися увага зростанню вимог до технологічної складової інтернет-магазинів, необхідності мультиканального просування, забезпечення безпеки особистих і платіжних даних покупців.

Сьогодні в Україні активно розвивається така форма електронної торгівлі, як дропшипінг, коли доставкою товарів до кінцевих споживачів займається не продавець, а безпосередньо постачальник (оптовий торговівець). Функції інтернет-магазину зводяться до того, що він отримує замовлення від клієнта, який його оплачує, а потім перенаправляє це замовлення фактичному продавцю.

Дропшипінг (від англ. «drop shipping» – пряме постачання) – продаж товару, під час якого посередник (дроппіпер) спочатку знаходить клієнта, одержує від нього передоплату і замовлення на конкретний товар. Далі посередник переоформлює замовлення покупця на сайті продавця й оплачує його, зазначаючи покупця як одержувача. Тобто товар закуповується лише під замовлення, постачальнику передаються дані замовлення і клієнта, і він відправляє товар. Таким чином, знижуються витрати на доставку і зберігання, а, відповідно, знижується роздрібна ціна товару.

Оскільки товар не переходить у власність посередника, то у схемі дропшипінгу між виробником і посередником (дроппіпером) договір купівлі-продажу не укладають. Право власності на товар переходить одразу від продавця до покупця.

Такі угоди можуть оформлюватися як комісійна торгівля, або як торгівля за агентським договором.

При дропшипінгу за агентським договором застосовують два варіанти оформлення відносин:

- агентський договір на купівлю (оформлюють із покупцем);
- агентський договір на продаж (оформлюють із продавцем).

В Україні більш поширеним є варіант з оформлення агентського договору на продаж. Агентські відносини надають повноваження агенту на вчинення відповідних дій на підставу договору, але, як правило, в схемі дропшипінгу письмових договорів не укладають, а оформлюють так звані договори приєднання в електронній формі, коли друга сторона висловлює згоду з офертою, розміщеною на сайті [3].

Агентський договір належить до посередницьких договорів на надання послуг. У рамках виконання агентського договору можуть бути вчинені не лише юридичні, але і фактичні дії, при цьому агент одержує агентську винагороду за здійснені ним посередницькі операції.

Переваги, дропшипінгу, як форми електронної торгівлі, полягають у можливості використання як в малих, так і в великих інтернет-магазинах; відсутності необхідності начального капіталу; складських приміщень для торгівлі і співробітників та можливості безперервного розширення асортименту продукції. Все це дозволяє компаніям бути більш гнучкими на сучасному ринку торговельних послуг.

Список використаних джерел

1. Now Available:Retail 2017 TrendPack [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.emarketer.com>.
2. E-commerce в Україні: підсумки 2016. Топові тренди 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://logist.fm/publications/e-commerce-v-ukrayini-pidsumki-2016-topovi-trendi-2017>.
3. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15.