

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** В сучасних умовах ринкового господарювання з метою прийняття важливих економічних рішень, аналізу важливих фінансово-економічних показників, вагомого значення набуває інформація щодо прибутку (збитку) підприємства, який є критерієм ефективності операційної діяльності підприємства. Загалом, лише за допомогою повної внутрішньої та зовнішньої інформації аналіз прибутку та рентабельності підприємства набуває значущості, забезпечуючи обґрунтовану інтерпретацію, що, в свою чергу, дає змогу досягати поставлених цілей з метою покращення діяльності господарюючого суб'єкта.

**Список використаних джерел:**

1. Гнатишин Л.Б. Прокопишин Л.С. Організація обліку. 2006. URL: [https://pidruchniki.com/1147020264606/buhgalterskiy\_oblik\_ta\_audit/oblikova\_politika\_chastini\_obliku\_dohodiv\_rezultativ\_diyalnosti].
2. Ніколаєв Ю.М. Значення прибутку підприємства в ринковій економіці. URL: <http://intkonf.org/nikolaev-yum-znachennya-pributku-pidpriemstva-v-rinkoviy-ekonomitsi>.
3. Ротман Н. Інформаційне забезпечення економічного аналізу і його основні принципи. *Економічний аналіз*. 2010. № 5. С. 157–159.
4. Щерблюк Є.С. Інформаційне забезпечення аудиту фінансових результатів діяльності підприємства. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=2835>.

**УДК 336.225**

**Крупельницька І.Г., к.е.н., доцент**

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

**ДРОПШИПІНГ ЯК СУЧАСНА ФОРМА РОЗРАХУНКІВ В  
СИСТЕМІ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ**

*У статті особливості дропшипінгу, як нової сучасної форми розрахунків в електронній торгівлі. Досліджено процес реалізації товарної прлдукції за даною формою електронної торгівлі. Розглянуто позитивні та негативні фактори та запропоновано рекомендації щодо оптимізації складових дропшипінгу.*

**Ключові слова:** *дропшипінг, електронна торгівля, електронний бізнес, інтернет-магазин.*

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток сучасного платіжного засобу, такого, як електронні гроші повною мірою забезпечує вимоги нового виду торгівлі – електронної комерції. Це призвело до підвищення динамічності бізнес-процесів, розширення каналів збуту, поліпшення обслуговування клієнтів та прискорення грошових потоків за рахунок використання мережі Інтернет.

Роль електронних грошей для розрахунків у мережі Інтернет у світовому масштабі зростає швидкими темпами. В ЄС емісія електронних грошей стає основним трендом. Так, з березня 2013 р. по грудень 2015 р. приріст обсягу емісії електронних грошей в ЄС склав 112,7% (2,655 млрд. євро). У структурі емісії електронних грошей переважають засоби, емітовані на основі карток, – 65,4%. Еволюція форм грошей відбувається і в Україні. У 2018 році порівняно з позаминулим обсяг випущених електронних грошей зріс на 40% - до 83,2 млн грн, обсяг операцій з електронними грошима збільшився майже у 2,5 рази - до 7 225 млн грн, а кількість електронних гаманців на 19% - до 62,7 млн шт. [1].

Однією з особливостей такого зростання зумовлено законодавством України, яке не вимагає обов'язкової ідентифікації користувача електронних грошей, що відрізняє європейській практиці.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз та дослідження розвитку електронного, бізнесу, системи електронних грошей, проблем електронної комерції приділяли увагу в своїх публікаціях такі провідні фахівці як : Н. М. Борейко, А. В. Чучковська, О.А. Долгих, О.Ю. Коннова, В. В. Самань, І.А. Ларютіна, А.М. Новицький, С. П. Позняков, О.О. Тедеев, В. Л. Плєскач та інші.

**Мета статті.** Метою даного дослідження є аналіз дропшипінгу як сучасної форми розрахунків в системі електронної торгівлі та розробка рекомендацій щодо оптимізації та вияву позитивних та негативних факторів.

**Виклад основного матеріалу.** Дропшипінгом називають модель бізнесу, яка передбачає, що суб'єкт діяльності – посередник купує товар у виробника тоді, коли отримає замовлення на нього, за умов його попередньої оплати з боку покупця. Або він передає замовлення оптовику, а потім сам його відправляє, нараховуючи комісійну винагороду. Фактично це - договір прямого постачання, що передбачає отримання доходу від реалізації, не будучи виробником цього конкретного продукту і навіть не маючи такої продукції в наявності. При цьому у моделі дропшипінгу за доставку відповідає сам виробник. Таким чином, дропшипінг звільняє підприємця від необхідності вирішення ряду питань, таких як облік та зберігання товару, логістика тощо, дозволяючи зосередитися на маркетингу, рекламі та розширювати обсяг продажів [2].

Дропшипінг дає можливість почати бізнес із мінімальним стартовим капіталом, вимагає мінімум витрат у процесі роботи, відрізняється простотою в організації, управлінні і дозволяє запропонувати потенційним покупцям широкий спектр товарного асортименту.

В Україні дропшипінг – це, мабуть, найпростіша та найбезпечніша схема торгівлі. Реальні можливості на отримання гарантованого доходу за схемою дропшипінгу не зменшуються за рахунок витрат по оренді торгових приміщень, проблем щодо зберігання товару, отримання дозволів. Інструмент, необхідний для реалізації дропшипінгу, – це всього лише доступ в Інтернет. Ви отримуєте найширше поле збуту за умови збереження свободи пересування.

З іншого боку ускладнюється завдання отримання високого рівня рентабельності, оскільки посередник частково залежить від третьої сторони, яка повинна виконати зобов'язання.

Усе ж, незважаючи на ряд складнощів і суперечливих моментів, робота за моделлю дропшипінгу, в деяких випадках, може бути ідеальним рішенням для організації бізнесу.

Розглянемо схему функціонування дропшипінгу. За основу моделі взято співпраця між постачальником товару та його продавцем із метою заробити

гроші. Весь процес взаємодії зводиться до доволі простої схеми, що складається з декількох кроків:

- укладення договору з постачальником;
- створення сайту інтернет-магазину, наповнення його товарами, відстеження актуальності ціни та залишків у виробника;
- залучення покупців;
- передання отриманих через сайт замовлень цього ж постачальника одним із обумовлених заздалегідь способів;
- відправка товару зі сторони постачальника покупцю, який зробив замовлення та прийняв умови оплати.

Продавець отримує доступ до товарного асортименту за зниженою ціною, і відповідь на питання, скільки можна заробити на дропшипінгу, залежить від того, з якої націнкою можна буде продати продукт кінцевому покупцю. Діапазон націнки може сильно коливатися: від 10% і до 50% з урахуванням особливостей товару. Зазвичай роботу на таких умовах пропонують компанії з Європи і Китаю, тому вибір залежить швидше від товару, який вам потрібен. Серед продукції, яка найбільш популярна при такій схемі роботи, варто виділити такі товари, як одяг, взуття, годинники, біжутерія, дитячі товари, автозапчастини та ряд інших.

Як приклади компаній, які пропонують співпрацю за моделлю дропшипінгу в Україні, можна навести:

- TM Vilno – український виробник одягу, який дозволяє купувати продукцію за оптовою ціною від 1 штуки і при цьому бере на себе відправлення замовлення клієнта. Базову знижку обіцяють на рівні роздрібною ціни, з її збільшенням у міру зростання об'ємів продажів;
- Endorphone – партнерська програма від виробника чохлів для смартфонів компанії Apple. Фірма пропонує великий асортимент чохлів із дизайнерським оформленням, вартість кожного з яких для вас складе 110 гривень, а націнку вже можете встановлювати на свій розсуд. Приклад розрахунку за допомогою калькулятора на їхньому сайті;

- «ТутМодно» – ще один виробник жіночого та чоловічого одягу, який пропонує співпрацю за системою прямих поставок. Відрізняється досить широким асортиментом пропозицій у каталозі, а оптові ціни стають доступними після реєстрації як партнера;
- Tagtekstil – виробник текстильної продукції, що пропонує співпрацю за системою прямих продажів (дропшіппінг). Солідний каталог постачальника включає постільну білизну, рушники, подушки, ковдри, на матрацники і т.д.;
- Villomi – виробник жіночого взуття, що активно розвивається та пропонує по системі дропшиппінг мінімальне замовлення від однієї пари;
- Bazzilla - являє собою каталог постачальників, які пропонують свої товари під реалізацію за схемою прямих поставок [1].

Можна виділити 5 етапів відкриття інтернет-магазин для роботи за системою дропшиппінгу – вигідного бізнесу у сфері електронної комерції.

1. Пошук постачальника, який працює за схемою дропшиппінгу, дослідження асортименту, вивчення ціни, фото товарів і умови. Оптові ціни у постачальників зазвичай досить привабливі, тому можна встановити вигідну націнку, орієнтуючись на ціни конкурентів і середню вартість товару на ринку. Саме аналіз цих даних дає можливість скласти бізнес-план і оцінити прогнозний дохід.

2. Визначення товарної категорії, що буде продаватись за системою дропшіппінгу.

3. Створення інтернет-магазину та розміщення у ньому товарів, що вибрані у постачальників, за цінами вищими ніж оптові та максимально привабливими для споживача. Оптимізація магазину відповідно до вимог пошукових систем. Це основний і важливий етап у схемі роботи за системою дропшіппінгу, який включає багато нюансів, що в подальшому забезпечать надійність сайту, його захищеність, доступність до споживача, обслуговування та багато інших моментів, як технічного так і рекламного характеру.

4. Запуск реклами. Спочатку тестується контекстна реклама та ремаркетинг, а в перспективі – SEO просування торгового майданчику, для отримання потенційних клієнтів.

5. Замовлення у постачальника, за умови появи покупця, оплата товару за оптовою ціною із зазначенням доставки за адресою покупця. Дропшипінг особливо привабливий тим, що упаковка і відправка товару – робота постачальника, а у продавця залишається прибуток у вигляді торгової націнки.

Дана модель ведення бізнесу, ґрунтується на достатньо простій схемі. Його можна реалізувати навіть обравши для торговельного майданчика – соцмережі або односторінкові сайти. Переваги і недоліки має кожен варіант. Вибір залежить лише від бізнес-стратегії, яку для себе обрав продавець [3].

Проаналізуємо певні недоліки в залежності від форм дропшипінгу. Створення сайту, зорієнтованого на продаж одного товару не забере багато часу і не складно: детальний опис товару та його вигод, відгуки клієнтів і вартість товару з умовами доставки, або реєстрацією покупця. У відвідувача односторінкового сайту є вибір – купити товар або закрити сторінку. Головні його недоліки наступні:

- низький рівень довіри у покупців (не порівняти із повноцінним інтернет-магазином);
- складнощі з SEO-просуванням у пошукових системах;
- відсутність варіантів довгострокової взаємодії з покупцем.

Створення групи або пабліку у соцмережах передбачає таку ж схему продажів, як і у випадку з сайтами, лише з тією різницею, що замовлення надходять не до кошика на сайті, а у приватні повідомлення. При цьому, створення групи не передбачає грошових витрат, що і є, суттєвою перевагою даного методу. Недоліки такої торгівлі є суттєві:

- незручність прийому оплати;
- низький поріг входу формує стрімко зростаючу конкуренцію;

- бізнес і аудиторія повністю залежать від соцмережі. Якщо заблокували паблік (або саму соцмережу), продавець втрачає усіх своїх клієнтів;

- відсутність якісних можливостей для аналізу поведінки користувачів.

Для стабільного розвитку бізнесу і зростанні продажів необхідно створювати повноцінний інтернет-магазин з каталогом товарів. Створення такого ресурсу – завдання, що вимагає часу, професійних навичок і фінансових витрат, але за умови серйозного підходу ця альтернатива окупає себе, надаючи численні переваги для торгівлі за системою дропшипінгу. Власний інтернет-магазин анулює усі перераховані вище недоліки альтернативних методів роботи.

Взаємодія продавця товару з його постачальниками, що заснована на цій моделі, має низку переваг. Можна назвати цілий перелік, який буде особливо актуальним для власника малого бізнесу:

- широкий асортимент товарів. Завдяки такій особливості дропшипінгу, як відсутність необхідності закуповувати всі товарні позиції, представлені в каталозі інтернет-магазину, відкриваються дійсно великі перспективи для розширення асортименту;

- легкий старт. Не потрібно початковий капітал для закупівлі партій товару, що особливо актуально при роботі із великим асортиментом або в ніші, де продукти відзначаються високою вартістю;

- економія часу. Вирішення питань, пов'язаних з обробкою замовлень, зберіганням і доставкою товарів, можуть займати дуже багато часу. Особливо якщо продавець вперше організовує бізнес інтернет-магазину без відповідного досвіду. У цьому випадку за всі ці питання відповідає сам постачальник;

- гнучкість і незалежність. Продавець може укласти договори про співпрацю з будь-якою кількістю постачальників, не обмежуючись одним партнером. Це дає продавцю не тільки гнучкість у плані асортименту, а й можливість не бути залежним тільки від одного з них;

- відсутність проблеми товарних залишків. Оскільки немає необхідності купувати товар цілими партіями і зберігати їх на складі, відповідно, немає ризику зіткнутися з проблемою нерозпроданих товарних залишків. У ряді ніш, наприклад при торгівлі трендовими продуктами, це може стати реальною проблемою;

- зниження витрат. Продавець не витрачається на доставку і зберігання товарів, не сплачує мито, не дбає про актуальність договорів із виробниками та про інші, необхідні для бізнесу речі. А все це вимагало б додаткових вкладень грошей, які, наприклад, можна витратити на рекламу і збільшення продажів.

Схема роботи з прямого постачання часто розглядається як легкий спосіб розпочати свою справу в сфері електронної торгівлі. Але і в цьому випадку є певні недоліки роботи за моделлю дропшипінгу, на що варто звернути увагу:

- низький бар'єр входу. Те, що сприймається як перевага, при збігу ряду умов може перетворитися в один із недоліків. Через низький бар'єр входу в цю нішу маємо високий рівень конкуренції;

- обслуговування потребує багато часу та зусиль. Потрібно буде написати унікальні тексти для карток товарів, при необхідності – замінити фото товарів, які можуть бути низької якості, та й в цілому провести якісну SEO-оптимізацію інтернет-магазину. Крім того, в ряді ніш із високою конкуренцією може знадобитися залучення фахівців із дизайну і юзабіліті, щоб сформувати власний унікальний стиль;

- особливості формування прибутку. Працюючи за моделлю дропшипінгу, продавець заробляє за рахунок комісійної винагороди, що визначається у вигляді різниці між ціною у постачальника і націнкою. Відповідно, доцільно надається перевага товарам, які відрізняються хорошою маржинальністю, інакше встановлена підсумкова ціна для покупця буде неконкурентоспроможною;

- репутаційні ризики. Не всі постачальники ставляться до своїх зобов'язань сумлінно, тому проблеми з обробкою замовлення на їхньому боці можуть вдарити по репутації продавця. Саме тому рекомендується працювати



відразу з декількома партнерами, щоб у разі виникнення подібної ситуації негативні наслідки для бізнесу були мінімальними;

- труднощі формулювання унікальності торгової пропозиції. В традиційній e-commerce за рахунок, наприклад, обробки замовлень і логістики можна виділитися серед конкурентів;

- труднощі в масштабуванні. Чи спроможний продавець, разом з виробником задовільнити зростаючий попит на товарну групу.

Дропшипінг цікавою і перспективною схемою організації бізнесу інтернет-магазину, яка зараз активно розвивається.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Отже ми розглянули дропшипінг- як певну схему електронної комерції, яка зараз активно розвивається і використовується як підприємствами так фізичними особами. Данна модель, на основі розвинутого фінансового сервісу, дає можливість швидкої реалізації та отримання доходу з мінімальними ризиками. Контроль над поставками товарів і оперативна обробка замовлень у продавця дадуть можливість створити інтернет-магазин, здатний на рівних конкурувати з лідерами ринку. Для невеликих сайтів це досить хороше рішення, здатне допомогти у створенні джерела не значного, але постійного прибутку.

Також це хороший вибір для тих власників інтернет-магазину, які хочуть дослідити нову нішу або ж розширити наявний товарний асортимент без істотних вкладень. У таких випадках робота за такою моделлю, як дропшипінг, може стати чудовим способом ефективного вирішення поставлених завдань.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ринок електронних грошей в Україні за рік істотно виріс// УКРІНФОРМ. – 2019. – 28 травня. URL: [http:// www.ukrinform.ua/rubric-economy/2658351-rinok-elektronnih-grosey-v-ukraini-za-rik-istotno-viris.html](http://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2658351-rinok-elektronnih-grosey-v-ukraini-za-rik-istotno-viris.html).

2. Федоричак В.М. Дропшипінг як схема роботи інтернет-магазину: плюси і мінуси. URL://[lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/dropshipping-kak-shema-raboty-internet-magazina-plyusy-i-minusy/](http://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/dropshipping-kak-shema-raboty-internet-magazina-plyusy-i-minusy/)

3. Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Електронна комерція: *Навч. посібник*. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с.