

ДРОПШИППИНГ В БЕЛАРУСИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

СЕРГЕЙ КОРОТАЕВ,

доктор экономических наук, профессор, аудитор

ДМИТРИЙ КОРОТАЕВ,

индивидуальный предприниматель, дропшиппер

В системе торговли развитых стран мира сегодня активно применяется особый способ реализации товара – путем его прямой поставки непосредственно со склада производителя, оптовика или дистрибьютора к покупателю. В этом случае продавцом для него выступает посредник в лице дропшиппера (от английского dropshipping – «прямая поставка»). Что собой представляет такой способ торговли и что сдерживает его развитие в Беларуси?

СТАДИИ РАЗВИТИЯ

Родиной дропшиппинга принято считать США – в начале XX века такая система использовалась там для торговли углем, коксом, промышленным оборудованием, нефтью, стройматериалами и сельхозпродукцией.

В отличие от оптовых торговцев дропшипперы не имели торговой инфраструктуры, в том числе складов, но были ближе к покупателю и могли быстрее с ним договариваться.

Новую популярность дропшиппинг получил в начале XXI века с развитием интернет-торговли. Идея была проста: продавать товары на своей площадке и передавать реквизиты покупателя непосредственным поставщикам для прямой отгрузки.

Одной из крупнейших дропшиппинговых компаний принято считать AliExpress, хотя на самом деле данная структура является в большей мере торговой площадкой. Также одной из ведущих компаний мира, предоставляющей свою интернет-площадку для дропшипперов, является Amazon. Вместе с тем, выступая в ряде случаев как дропшиппер, в отношениях с другими посредниками эта фирма ведет крайне сдержанную политику.

В настоящее время на Amazon осуществляется половина от всех сделок через интернет, которые происходят в США. Покупатели приобретают товар напрямую, без каких-то переговоров с продавцами. Доставка и хранение продукции осуществляются на усмотрение компании.

В постсоветских странах дропшиппинг развит слабо. В Беларуси это во многом объясняется отсутствием правовой базы. В частности, нет четкого позиционирования дропшиппера – неясно, кем в конечном счете он выступает: собственником товара или посредником, осуществляющим функции поиска покупателей и расчетов с ними. Вместе с тем от этого в принципиальном плане зависят как организация учета операций, так и система их налогообложения.

По нашему мнению, в силу того что для покупателя товара продавцом выступает дропшиппер и приобретает продукцию по предварительной оплате, он выступает и собственником реализуемого покупателю товара.

В числе действующих ограничений, сдерживающих развитие дропшиппинга в Беларуси, можно назвать, в частности, вопро-

сы, связанные с международной доставкой товара, необходимостью его растаможки, что ведет к значительным временным и денежным затратам.

Несмотря на неразвитость этого явления в Беларуси, очевидно, что в условиях глобализации экономики, развития компьютерных технологий и интернет-торговли дропшиппинг, имеющий по сравнению с традиционной торговлей ряд существенных преимуществ, получит в нашей стране в ближайшие годы серьезное развитие.

ПРИНЦИП РАБОТЫ

Существенными преимуществами применения дропшиппинга для поставщика являются, в частности, расширение рынка сбыта производимых товаров; сокращение штата персонала, занимающегося поиском покупателей; снижение расходов на рекламу и продвижение продукции.

В свою очередь, плюсом дропшиппера выступает возможность удаленного ведения бизнеса «на дому», без необходимости аренды офисных и складских помещений. Отсутствует, как правило, необходимость в использовании собственных денежных средств для приобрете-

ния товара, поставляемого покупателю, поскольку дропшиппер в основном работает с покупателем на условиях предоплаты, которую перенаправляет на расчеты с поставщиком товара.

Выработка подходов к регламентации учета и налогообложения операций, связанных с функционированием системы дропшиппинга, позволит создать основу для ее распространения и в нашей стране.

Участниками этой системы являются поставщик товара, дропшиппер и конечный покупатель.

В ряде случаев поставщик и изготовитель (производитель) совпадают в одном лице, но, как правило, это разные субъекты хозяйствования. Изготовитель, включенный в систему дропшиппинга, – это непосредственно производитель товара, осуществляющий по поручению дропшиппера доставку его до покупателя.

Поставщик, не являющийся производителем, – это продавец, осуществляющий продажу аккумулированного у него разнообразного товара, в том числе дропшипперу, по поручению которого он доставляет продукцию покупателям.

Дропшиппер обеспечивает «витрину» реализуемых им товаров (обычно это интернет-магазин), маркетинг, продвижение, прием заказов от покупателей, заключение договоров с поставщиком, прием оплаты от покупателей, передачу заказов поставщику, расчеты с ним, контроль поставки товара покупателю.

Особо подчеркнем, что **дропшиппер не имеет ни собственного склада, ни товарного запаса** – упаковка и доставка товара покупателю от лица дропшиппера осуществляются поставщиком.

Данная система предусматривает, как правило, предварительную оплату за приобретаемый товар. Это касается как самого дропшиппера, так и поставщика товара, с которым он работает.

Заработок дропшиппера заключается в разнице между оптовой стоимостью, установленной поставщиком, и окончательной ценой, по которой товар был продан конечному покупателю (наценка продавца). Встречаются случаи, когда доход дропшиппера формируется из комиссионных выплат, производимых поставщиком.

Обычно покупателю товара предлагается выбор из нескольких вариантов его оплаты – банковскими переводами, переводами Western Union, через электронные деньги, наложенным платежом и др.

В Беларуси основным способом расчетов в дистанционной торговле является оплата наличными при получении товара. Вместе с тем в последнее время все большее развитие получает оплата банковскими картами онлайн.

В качестве торговой площадки дропшиппер может использовать не только собственный интернет-магазин, но и другие площадки, имеющие устоявшуюся репутацию и значительные объемы продаж (как уже отмечалось, это Amazon или AliExpress). Такое взаимодействие, с одной стороны, позволяет существенно расширить круг потенциальных клиентов, увеличить объемы его продаж и, соответственно, величину его доходов. С другой – обуславливает определенную зависимость дропшиппера от того, кто предоставил площадку для реализации товара (в части периодичности и сроков

расчета с дропшиппером, контроля качества его работы с клиентами, необходимости оплаты услуг площадки и т.д.).

Принципиальными особенностями ведения бизнеса с использованием интернет-площадок других организаций являются следующие:

- если при традиционной схеме дропшиппинга оплата за товар от покупателя поступает на счет дропшиппера, то при работе со сторонними площадками – на счет организаций, их предоставляющих. Отсрочки в перечислении средств на счет дропшиппера ведут к значительному отвлечению его оборотных средств;

- организация, предоставляющая интернет-площадку для товара дропшиппера, взимает за свою услугу весомые суммы вознаграждения (нередко до 20% от стоимости реализованного через площадку товара), что существенно снижает доходы дропшиппера с единицы товара;

- некоторые интернет-площадки, например Amazon, ведут политику всемерной защиты интересов покупателей, что обуславливает повышенные требования к дропшипперу в части соблюдения сроков доставки товара покупателю, отсутствия претензий со стороны покупателей по качеству товара и т.д.

Наличие претензий к дропшипперу (а точнее, к интернет-площадке, поскольку именно с ней покупатель ассоциирует свои отношения при покупке товара) может привести к блокировке расчетов интернет-площадки с дропшиппером по уже состоявшимся продажам товаров на длительный период.

Вместе с тем, несмотря на оговоренные выше особенности, накладывающие определенные

ограничения на деятельность дропшипперов при их взаимодействии с интернет-площадками, эти ограничения, как правило, «перекрываются» возможностью получения больших доходов за счет расширения рынка потенциальных покупателей.

Важнейшим элементом системы дропшиппинга является договор на реализацию товара, заключаемый между поставщиком товара и дропшиппером.

В России большинство специалистов по этим вопросам отмечают, что для схемы дропшиппинга подходят договоры комиссии и агентский. При этом договор практически во всех случаях рассматривается как посреднический, в котором дропшиппер не выступает собственником товара. Вместе с тем, по нашему мнению, вопрос собственности в отношении товара – принципиальный, поскольку от этого зависит порядок учета приобретаемого товара, а впоследствии – порядок формирования выручки от реализации либо дохода дропшиппера по оказанным им посредническим услугам с последующим определением налогооблагаемой базы по таким операциям.

Так, например, в соответствии с нормами законодательства Беларуси в учете организации на балансе может отражаться только собственный актив (кроме активов, полученных по договорам лизинга, в случае если соглашением предусмотрен учет таких активов на балансе лизингополучателя). Если актив «чужой», то его место – за балансом, как, например, имеет место в отношении товара, поступившего к комиссионеру от комитента и учитываемого на забалансовом счете 004 «Товары, принятые на комиссию».

Очевидно, что по договору дропшиппинга такой порядок учета достаточно сомнителен. И прежде всего по той причине, что после расчета с поставщиком дропшиппер становится, по нашему мнению, собственником товара.

Такой вывод основывается на том, что собственнику принадлежат права владения, пользования и распоряжения своим имуществом (п. 1 ст. 210 Гражданского кодекса (ГК)).

Согласно п. 2 ст. 219 ГК право собственности на имущество, которое имеет собственник, может быть приобретено другим ли-

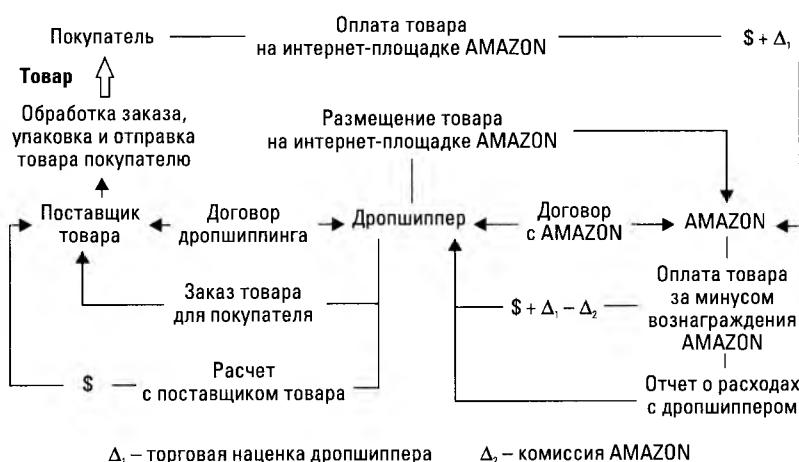
цом на основании договора купли-продажи, мены, дарения или иной сделки об отчуждении этого имущества.

В этой связи дропшиппер, заплатив поставщику за товар, становится собственником товара и приобретает в отношении этого товара права владения, пользования и распоряжения. Соответственно, продавая этот товар покупателю, дропшиппер реализует свое право распоряжения принадлежащим ему имуществом.

В ряде случаев некоторые специалисты определяют договор между дропшиппером и покупателем как посреднический, согласно которому дропшиппер действует по поручению покупателя. По нашему мнению, это не так, поскольку, во-первых, дропшиппер не работает за вознаграждение от покупателя, и, во-вторых, в отношениях с последним он действует за свой счет и от своего имени. Другого продавца (в частности того, с кем «работает» дропшиппер) покупатель не знает. В противном случае он, скорее всего, обратился бы к «первичному» продавцу напрямую – без дополнительных временных и, возможно, финансовых потерь. Кроме того, как уже отмечалось, дропшиппер является собственником товара, распоряжающимся им по своему усмотрению. Соответственно, договор между дропшиппером и покупателем не может рассматриваться как посреднический.

В свою очередь, договор дропшиппинга принципиальным образом отличается от договоров комиссии и поручения, где доходом для посредника является вознаграждение. Еще одно отличие в том, что договором дропшиппинга не предусматривается возмещение расходов, связанных с реализацией товара поку-

РИСУНОК. СХЕМА ОРГАНИЗАЦИИ ДРОПШИППИНГ-БИЗНЕСА НА AMAZON И ДРУГИХ АНАЛОГИЧНЫХ ИНТЕРНЕТ-ПЛОЩАДКАХ



пателю. Наоборот, как правило, по такому договору оговаривается порядок возмещения дропшиппером расходов поставщика, обусловленных доставкой товаров поставщиком покупателю.

По нашему мнению, агентские договоры также принципиальным образом отличаются от договоров дропшиппинга и, соответственно, не могут приниматься за образец для использования при «работе» с поставщиком.

Особо отметим, что так называемое посредничество дропшиппера обусловлено отношениями не с покупателем, а с поставщиком. Именно с ним заключается соответствующий договор. Что касается соглашения с покупателем, то это, по сути, договор купли-продажи.

По факту речь идет о публичном договоре-оферте. Дропшиппер предлагает товар на своем сайте или сайте организации, предоставляющей свои услуги по размещению товара на интернет-площадке (как это, например, имеет место в договорах с Amazon, AliExpress и др.), а потребитель, согласившись с условиями продавца, покупает необходимый ему товар.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Исследование актуальных вопросов, связанных с применением дропшиппинга, позволяет сделать следующие выводы и предложения.

1. Дропшиппинг – это метод управления цепью поставок, при которой посредник (дропшиппер) осуществляет розничную торговлю без промежуточного хранения товаров на своем складе. Товары отгружаются покупателю со склада производителя, дилера или оптового торговца.

2. Договор дропшиппинга – это посреднический договор, заклю-

чаемый дропшиппером с поставщиком, а никак не с покупателем товара.

3. В отношении дропшиппера поставщик товара выступает продавцом, осуществляющим в соответствии с договором поставку товара, приобретенного дропшиппером, непосредственно покупателю.

По сути, поставщик доставляет товар покупателю по поручению дропшиппера, что позволяет определять такой договор как смешанную форму (договор купли товара дропшиппером у поставщика + договор поручения на доставку товара поставщиком конечному покупателю).

4. Между покупателем товара и дропшиппером, являющегося по факту продавцом товара покупателю, имеет место публичный договор-оферта товара через интернет-магазин дропшиппера либо через интернет-площадку организации, предоставляющей ее дропшипперу по договору оказания услуг.

5. Несмотря на посреднический характер действий дропшиппера, не «видящего» товар, поставляемый покупателю, дропшиппер является собственником этого товара, поскольку он приобретает его за счет своих средств и в собственных целях.

Указанное обстоятельство может обуславливать особенности отражения операций дропшиппинга в бухгалтерском учете и их налогообложения.

6. В силу того что дропшиппер выставляет счет на оплату покупателем услуг по доставке товара раньше, чем эту услугу окажет поставщик, и, соответственно, раньше, чем поставщик выставит счет за доставку дропшипперу, у последнего возникают от-

клонения в стоимости данных услуг, что влияет на финансовый результат и объект налогообложения.

7. Учитывая отсутствие в Беларуси нормативных правовых актов, которые бы регламентировали вопросы организации, бухгалтерского учета и налогообложения дропшиппинга, признавая его как особую форму торговой деятельности, имеющей принципиальные особенности ее осуществления, в перспективе представляется целесообразным:

- предусмотреть в разделе IV Отдельные виды обязательств Гражданского кодекса РБ отдельную главу «Дропшиппинг», в которой бы определялись нормы, регламентирующие вопросы обеспечения исполнения обязательств по договорам дропшиппинга;

регламентировать порядок бухгалтерского учета операций дропшиппинга, учитывая то обстоятельство, что дропшиппер является собственником товара, приобретаемого у поставщика, в связи с чем учет таких операций может отличаться от учета операций по договорам комиссии у комиссионера и по договорам поручения у поверенного;

распространить действие порядка налогообложения посреднических операций (комиссии, поручения и др.) на операции дропшиппинга, при осуществлении которых дропшиппер является собственником реализуемого товара, – как на особый вид посреднических операций. Объектом налогообложения по ним является разница между ценой реализации товара покупателю и ценой его приобретения дропшиппером у поставщика с учетом отклонений в стоимости доставки товара до конечного покупателя.