

3. Скоробогатова В.В. Бухгалтерський облік та контроль монетарних активів: проблеми теорії та методології: монографія Житомир. ЖДТУ, 2012. 520 с.

## **ДРОПШИПІНГ: СУТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ**

*Лівенда К.О., здобувач вищої освіти  
першого (бакалаврського) рівня\*,  
Національний університет водного господарства та  
природокористування, м. Рівне*

Жорстка конкуренція є прогресивним поштовхом до створення різноманітних альтернативних форм просування товарів і послуг. Останнім часом все більше набирає популярності дропшипінг – революційне явище у сфері маркетингового бізнесу.

Дропшипінг – це метод управління ланцюжками поставок, при якому продавець не тримає товар на складі, а замість цього передає контакти клієнтів і деталі замовлення постачальнику, який, в свою чергу, займається відправкою замовлення безпосередньо покупцеві [1]. Дропшипінг цілком може поєднуватися з усіма наявними умовами роботи в режимі онлайн.

Процес продажу методом дропшипінгу відбувається так: покупець робить замовлення на сайті (інтернет-платформі) дропшиппера; замовлення покупця проходить обробку; після обробки замовлення відбувається оплата товару покупцем; особисті дані покупця дропшиппер надсилає до прямого постачальника; постачальник формує замовлення, перевіряє його і відправляє до покупця. Причому як постачальник, так і покупець може знаходитися у будь-якій частині світу. Кінцевим етапом такого процесу є отримання товару покупцем.

Форма такого виду продажу проста: постачальник виставляє оптову ціну продажу, тоді як товар від імені дропшиппера через постачальника реалізовується за роздрібною ціною; різниця у вартості, яка виникає в процесі продажу, стає

---

\* Науковий керівник – Зінкевич О.В., к.е.н., доцент

доходом дропшиппера. Однією із найголовніших переваг такого виду діяльності є невеликі витрати на його організацію, до яких, зокрема, належать: витрати на реєстрацію, витрати на банківське обслуговування, бухгалтерські послуги та інше.

Правові засади врегулювання дропшиппінгу можливі за 2-ма варіантами: агентським та змішаним.

Агентський варіант передбачає укладення: агентського договору на купівлю – з покупцем (за умовами такого договору дропшиппер за дорученням покупця зобов'язується придбати для того товари); агентського договору на продаж – з виробником (за його умовами виробник доручає дропшипперу продати його товар). Комерційним агентом може бути підприємець або юридична особа, які за повноваженнями, заснованими на агентському договорі, здійснюють комерційне посередництво.

За змішаним варіантом між дропшиппером і покупцем оформляють договір купівлі-продажу. Потім укладається договір комісії, згідно з яким дропшиппер зобов'язується укласти договори купівлі-продажу з покупцями від свого імені, але за рахунок виробника/оптового продавця. На відміну від класичного договору комісії, дропшиппер не бере на себе зобов'язань з передачі товару покупцеві. Усе тому, що одночасно сторони укладають і договір доручення, за яким виробник зобов'язується укласти договори відправки/перевезення товару покупцеві від імені дропшиппера [2].

Дропшиппінг не є повноцінною агентською діяльністю, тому необхідно здійснити таке документальне оформлення, яке буде відповідати класичній агентській діяльності. Стаття 297 Господарського кодексу України зазначає, що «Агентський договір укладається в письмовій формі. У договорі має бути визначено форму підтвердження повноважень (представництва) комерційного агента» [3].

Якщо операції здійснюються згідно агентського договору на купівлю, то у дропшиппера, згідно п. 6.2 П(С)БО 15 не виникає ні доходів у частині отриманих від покупця коштів, ні витрат згідно п. 9.1 П(С)БО 16 у частині оплати товарів виробникам. В обліку необхідно відобразити лише фактичну агентську або комісійну винагороду і пов'язані з її отриманням

витрати. Така винагорода визнається доходом згідно пп. 10, 11 П(С)БО 15.

Облік дропшипінгу згідно агентського договору на продаж має посередницький характер, тому доходів від такої діяльності не виникає. Дохід, пов'язаний з наданням послуг, визнається виходячи зі ступеня завершеності операції з надання послуг на дату балансу, якщо може бути достовірно оцінений результат цієї операції. Витрати, прямо пов'язані з отриманням доходу від агентських послуг, відображаються одночасно з визнанням такого доходу [2].

Існує також варіант оформлення дропшипінгу у вигляді комісії. На відміну від класичної комісії, при дропшипінгу передачі товарів комісіонерові взагалі не відбувається. Тому й обліковувати на позабалансовому субрахунку 024 «Товари, прийняті на комісію» дропшипперу нічого. А ось реалізацію комісійного товару і винагороду комісіонера дропшиппер відображає стандартними комісійними проводками [4].

Отже, дропшипінг – явище нове і досконало не досліджене. Нині він розглядається і обліковується як агентська або комісійна діяльність. Проте, зважаючи на ріст популярності такого виду діяльності, необхідно врегулювати її на законодавчому рівні. Адже відсутність нормативної бази призводить до суперечок у бухгалтерському обліку таких операцій.

### **Література.**

1. Федорчак В. Дропшипінг: переваги та недоліки такої моделі бізнесу. URL: <https://webexpert.com.ua/ua/dropshipping-perevagi-ta-nedoliki> (дата звернення: 01.05.2020).

2. Шевчук М. Освоюємо дропшипінг. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/buh911/2017/november/issue-47/article-32022.html> (дата звернення: 02.05.2020).

3. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV. Дата оновлення: 30.03.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/436-15> (дата звернення: 02.05.2020).

4. Ольховик О. Дропшипінг. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2019/june/issue-51/article-45098.html> (дата звернення: 01.05.2020).