

PARTICULARITĂȚI CONTABILE PRIVIND OPERAȚIUNILE DE DROPSHIPPING**ACCOUNTING PARTICULARITIES OF DROPSHIPPING OPERATIONS**

Autor: Diana EFTODII, studentă ciclul I licență,
Academia de Studii Economice din Moldova,
e-mail: dianaeftodii@yahoo.com

Conducător științific: Iuliana ȚUGULSCHI, dr., conf., univ.
ORCID: 0000-0001-8544-7327
Academia de Studii Economice din Moldova,
e-mail: tugulschi.i@ase.md

Abstract. *Dropshipping is a way of trading online where transactions are made through a supplier who handles delivery on behalf of your company. Specifically, the supplier is responsible for keeping the stock of the products you sell online and, when your company receives an order, the supplier arranges for the products to be shipped with your logo and branding. Obvious advantages such as low investment, flexibility and access to a wide range of products have contributed to the popularity of this model among entrepreneurs in both countries. The research process includes the analytical method, webographic analysis, synthesis method, systemic method and other research techniques.*

Keywords: *Dropshipping, e-commerce, Republic of Moldova, commission contract*

JEL cod: M40

Introducere

Dropshipping reprezintă o formă de activitate antreprenorială în care intermediarul, adică magazinul online, comercializează produsele principale fără a intra în contact direct cu marfa. Magazinul online, în calitate de intermediar, facilitează procesul de vânzare și promovează produsele, dar nu deține fizic produsele în stoc. În loc de asta, atunci când un client plasează o comandă, marfa este expediată direct către cumpărător din depozitul principal, eliminând necesitatea unui depozit intermediar pentru magazinul online. Această metodă oferă un grad înalt de flexibilitate pentru antreprenori, deoarece nu implică gestionarea stocurilor sau a procesului de livrare, permițându-le să se concentreze în mod special pe partea de marketing și vânzare.

Tema este actuală datorită popularității crescute a dropshippingului în comerțul electronic, având un impact semnificativ asupra mediului online.

Scopul lucrării este de a investiga și evidenția modul în care dropshippingul influențează practicile contabile și gestionarea financiară.

Metodele utilizate în cercetare includ analiza teoretică din literatura de specialitate, analiza webografică, sinteza informațiilor pentru analiza comparativă, interpretarea și argumentarea informațiilor folosind o metodă sistemică, și altele.

Conținutul de bază

Pe măsură ce transformarea digitală a schimbat modul în care companiile interacționează cu clienții, comerțul a evoluat și el. Dropshippingul, un model de afaceri în care un intermediar vinde produsele unui furnizor fără a le stoca fizic, a devenit o opțiune populară. Acesta permite comercianților să ofere o gamă variată de produse fără a investi în stocuri sau logistică.

În Republica Moldova, piața online în creștere este marcată de apariția a sute de magazine online ce oferă o diversitate de produse, servicii și oferte. Începând cu primăvara anului 2023, au fost introduse o serie de modificări legislative menite să faciliteze acest mediu în continuă evoluție, au fost actualizate și alte legi relevante, cum ar fi Legea cu privire la comerțul interior, Legea cu privire la antreprenariat și întreprinderi, Legea privind protecția consumatorilor, Legea privind protecția datelor cu caracter personal și altele [DCRP, 2023].

În urma acestor schimbări, agenții economici sunt obligați să aplice reduceri echivalente pentru toate modalitățile de plată atunci când vând produse sau oferă servicii. Este interzisă aplicarea unor reduceri suplimentare în cazul plăților efectuate în numerar, iar comercianții au obligația de a informa

cumpărătorii cu privire la toate instrumentele și metodele de plată disponibile la punctul de plată. Unitățile comerciale care desfășoară activități de comerț online sau alte forme de comerț care nu implică o locație fizică trebuie să ofere locuri de schimbare a mărfii [LEGE Nr. 60, 2023].

În Republica Moldova, comerțul electronic reprezintă aproximativ 4% din totalul comerțului intern, comparativ cu media mondială de 19%. La nivel individual, fiecare locuitor contribuie cu aproximativ 155 de euro pe an în acest sector, reprezentând aproximativ a patra parte din volumul înregistrat în România. Aceste informații au fost dezvăluite în cadrul unui eveniment organizat de Camera Americană de Comerț, unde au fost analizate tendințele din domeniul comerțului electronic, atât în Republica Moldova, cât și în regiune. Volumul pieței de comerț electronic în Moldova este evaluat la aproximativ 320 de milioane de euro pe an, comparativ cu 6,5 miliarde de euro în România, cu o preconizată creștere la 7 miliarde de euro până la sfârșitul anului [SFS, 2023]. Totodată, îmbrăcămintea și încălțămintea domină în achizițiile online, urmate de parfumuri, cosmetice și alte produse. Consumatorii manifestă interes și pentru achiziționarea online a băuturilor alcoolice, produselor din tutun și altele, reflectând diversitatea preferințelor lor în mediul online [Agora, 2022]. Dropshippingul oferă avantaje semnificative pentru comercianți, precum costuri inițiale reduse și eliminarea necesității de a investi în stocuri inițiale. Acest model reduce cheltuielile asociate cu depozitarea, gestionarea și transportul mărfurilor, economisind timp și resurse financiare. Flexibilitatea de a administra un magazin online de la distanță este un alt beneficiu major. În ciuda acestor avantaje, dropshippingul poate implica profituri mai mici din cauza competiției intense și a prețurilor reduse, iar controlul stocurilor poate fi mai slab. De asemenea, comunicarea limitată și restricțiile furnizorilor pot genera dificultăți, iar costurile de contabilitate pot fi mai mari.

În Republica Moldova, dropshippingul a devenit o opțiune atractivă pentru antreprenori care doresc să intre pe piața online fără a face investiții masive în stocuri sau logistică. Cu toate acestea, există provocări, cum ar fi gestionarea livrărilor internaționale și selecția atentă a furnizorilor pentru a asigura calitatea produselor.

O comparație între Republica Moldova și România în ceea ce privește dropshippingul este relevantă din mai multe motive. Ambele țări împărtășesc similarități culturale și economice și sunt în curs de dezvoltare. Dropshippingul oferă oportunități pentru antreprenorii din ambele țări să își înceapă afaceri fără a face investiții mari inițiale, iar interesul crescut al populației pentru cumpărături online face ca piața de dropshipping să fie promițătoare în ambele țări.

În România, dropshippingul a avut un impact considerabil, oferind oportunități de extindere a afacerilor online. Antreprenorii români au beneficiat de accesul la o gamă variată de produse fără a se implica direct în procesele de producție și stocare. Potrivit datelor publicate de Banca Mondială, România a înregistrat o creștere economică constantă în ultimii ani. Această evoluție indică faptul că puterea de cumpărare a populației este în creștere, ceea ce înseamnă că există o piață mai extinsă și mai variată pentru produsele comercializate prin dropshipping [WorldBank, 2023].

În ambele țări, impactul dropshippingului se resimte în creșterea diversității produselor disponibile online, în încurajarea antreprenorilor să își încerce ideile fără riscuri financiare majore și în transformarea modului tradițional de desfășurare a comerțului. Cu toate acestea, este esențială o gestionare atentă a aspectelor logistice și a relațiilor cu furnizorii pentru a menține un nivel ridicat de calitate și satisfacție a clienților.

Una dintre modalitățile de finalizare juridică a tranzacției este prin semnarea unui contract de comision. În conformitate cu articolul 1511 alineatul (1) din Codul civil, magazinul online poate acționa fie ca comisionar, fie ca comitent în acest contract, încheiat între furnizorul mărfurilor și dropshipper. Dacă magazinul online acționează ca dropshipper-comisionar, mărfurile sunt livrate direct de furnizor către cumpărător, fără a trece prin magazinul online. Astfel, comisionarul nu are obligația de a ține o evidență extrabilanțieră a mărfurilor primite în comision. Vânzarea mărfurilor și remunerarea magazinului online sunt înregistrate conform practicii obișnuite pentru tranzacțiile de comision, astfel încât magazinul online să nu înregistreze veniturile provenite din banii încasați de la cumpărător sau cheltuielile legate de achiziționarea mărfurilor. Venitul principal raportat de către comisionar este generat de serviciile de comision prestate, împreună cu cheltuielile asociate.

Magazinul online care funcționează ca dropshipper poate opta fie pentru înregistrarea în sistemul TVA și colectarea TVA-ului, fie pentru aplicarea impozitului pe venit pe principiile generale. Cu toate acestea, indiferent de regimul fiscal aplicat, venitul va fi definit exclusiv ca suma comisionului datorat pentru serviciile de intermediere oferite [I. Țugulschi, N. Zlatina, A. Jizdan, 2023].

Dacă se primește plată în avans de la cumpărător, este esențial să se confirme că aceasta acoperă costurile mărfurilor și serviciilor pentru livrare. Politicile contabile trebuie să prevadă că serviciile sunt furnizate în numele magazinului online, dar pe contul principalului.

Veniturile nu includ suma TVA, accizelor, altor impozite și taxe recuperabile sau sumele colectate în numele altor părți, inclusiv în cazul contractelor de intermediere. Pentru plătitorii de TVA doar comisionul primit pentru serviciul de dropshipping va fi considerat venit și va fi impozitat conform legii. În dropshipping, o problemă majoră este documentarea și confirmarea veniturilor. Serviciile de livrare a mărfurilor în cadrul contractului de comision sunt supuse TVA la cota standard de 20%, conform articolului 96 din Codul Fiscal. Este important de menționat că comisionul primit pentru aceste servicii nu este inclus în valoarea impozabilă a mărfurilor, deoarece transmiterea mărfurilor și serviciile de livrare sunt considerate livrări independente în cadrul contractului de comision [Codul Fiscal,2020].

Concluzii

În contextul celor enunțate, concluzionăm că dropshippingul se evidențiază ca o opțiune extrem de favorabilă pentru a demara o afacere online sau pentru a extinde o activitate comercială deja existentă. Procesul de desfășurare a acestui model de afacere este caracterizat de o simplitate notabilă: începi prin crearea unui magazin online specializat în comercializarea unei anumite categorii de produse. Atunci când un client efectuează o comandă, furnizorul asociat preia responsabilitatea pentru livrarea produsului, acțiune efectuată în numele și cu brandul companiei tale.

Această metodă presupune eliminarea necesității de a gestiona direct producția, stocarea sau ambalarea produselor, facilitând astfel intrarea pe piața online fără a implica investiții masive inițiale. Dropshippingul oferă astfel un mod eficient de a oferi produse clienților, cu un grad redus de complexitate logistică și financiară pentru antreprenori.

În concluzie, dropshippingul reprezintă o oportunitate valoroasă pentru antreprenorii, oferindu-le posibilitatea de a-și dezvolta afacerile online cu costuri inițiale reduse. Cu toate acestea, succesul în această sferă depinde de abordarea strategică, gestionarea atentă a riscurilor și angajamentul față de calitate și satisfacția clienților.

Referințe bibliografice:

1. *Direcția comunicare și relații publice a Parlamentului din Moldova*. 20 Martie 2023. Disponibil: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKewjYp5WFsOmDaxW5cvEDHS4rBrgQFnoECBAQAO&url=https%3A%2F%2Fwww.parlament.md%2FSecretariatulParlamentului%2FDirectiisiSectii%2Ftabid%2F139%2FSectionId%2F70%2Flanguage%2Ffr>
2. *LEGE Nr. 60 din 17-03-2023 pentru modificarea unor acte normative (stimularea comerțului electronic)*. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=136266&lang=ro
3. *Serviciul Fiscal de Stat*. 24 noiembrie 2023. Disponibil: <https://monitorul.fisc.md/comertul-online-are-un-potential-de-crestere-mare-in-republica-moldova/>
4. *Doar 20% dintre moldoveni fac cumpărături online. Care bunuri sunt cele mai căutate*. 25 mai 2022. Disponibil: https://agora.md/stiri/102873/doar-20-dintre-moldoveni-fac-cumparaturi-online-care-bunuri-sunt-cele-mai-cautate-grafic-sondaj?fbclid=IwAR1gY2fDLJZYji7_DheaVhyBFnCio8oj27cE_VPrDzpkM3ht-U8VcFnkibg
5. WorldBank. *Banca Mondială în România*, 9 octombrie 2023. Disponibil: <https://www.worldbank.org/ro/country/romania/overview>
6. Țugulschi Iuliana, Zlatina Natalia, Jizdan Andrei, *Vânzarea online a mărfurilor: prevederi juridice, contabile și fiscale (continuare)* (*Partea I în nr. 4 (59), 2020*), 29 iunie 2023. Disponibil: https://monitorul.fisc.md/practice_accounts/vanzarea-online-a-marfurilor-prevederi-juridice-contabile-si-fiscale.html/
7. *Codul Fiscal, Modul de calculare și achitare a T.V.A., articolul 96. Cotele T.V.A.* disponibil: <http://www.lex.md/fisc/codfiscaltxtro.htm#Articolul%2096>.