



## ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОЙ РЕГЛАМЕНТАЦИИ ДИСТРИБЬЮТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ярослава БЕЛОУСОВА,

судья

Харьковского апелляционного хозяйственного суда

### Summary

The notion of distribution practice is being analyzed and based on this analysis the authors' definition is proposed. Also paper deals with the most general questions of distribution agreement definition and type distinguishing, therefore, specific features of distribution agreement.

**Key words:** distribution, distribution practice, distribution agreement.

### Анотация

В статье рассматриваются вопросы правовой регламентации дистрибьюторской деятельности в Украине. Указывается на необходимость дополнения соответствующими нормами Главы 30 Хозяйственного кодекса Украины. На основе анализа практики осуществления дистрибьюторской деятельности предлагаются авторские определения понятий «дистрибьюторская деятельность», «договор дистрибуции».

**Ключевые слова:** дистрибуция, дистрибьюторская деятельность, договор дистрибуции.

**Постановка проблемы.** Одним из наиболее распространенных способов освоения новых товарных рынков производителями во всем мире является дистрибуция. В Украине также дистрибьюторская деятельность довольно часто встречается в хозяйственной практике. Однако несмотря на это, в законодательстве Украины до сих пор отсутствует её правовая регламентация.

Термин «дистрибуция» давно используется во многих научных сферах: экономике, филологии и др. В праве на сегодняшний день вопросам дистрибьюторской деятельности внимание не уделялось. Однако это вполне понятно, поскольку в украинском законодательстве, как уже говорилось, отсутствуют соответствующие положения. Можно указать только несколько отдельных подзаконных нормативных актов, в которых упоминается дистрибуция или дистрибьюторская деятельность, например Приказ Министерства охраны здоровья Украины, которым утвержден «Порядок проведения сертификации предприятий, которые осуществляют оптовую реализацию (дистрибуцию) лекарственных средств» [1]. Также наряду с терминами «дистрибуция», «дистрибьюторская деятельность» в некоторых нормативных актах употребляются понятия «дилерство», «дилерская деятельность» (Постановление Кабинета Министров Украины «Об утверждении института первичных дилеров на рынке государственных ценных бумаг») [2]. Но указанные норматив-

ные акты не раскрывают содержание ни этих понятий, ни других, связанных с ними.

Учитывая такую ситуацию в законодательстве, на практике довольно часто дистрибьюторскую деятельность заменяют похожими понятиями поставки, купли-продажи и регулируют её нормами права, которые возможно применить вместо отсутствующих специальных о дистрибуции. Дистрибьюторская деятельность гораздо шире и сложнее, чем указанные способы реализации товаров. Поэтому данная деятельность требует отдельной регламентации. В первую очередь необходимо определиться с самим понятием дистрибьюторской деятельности и основаниями её осуществления.

**Состояние исследования.** Как уже упоминалось, в юридической научной литературе отсутствуют исследования, посвященные именно дистрибьюторской деятельности. Среди авторов, которые уделяли очерченным выше проблемам некоторое внимание, можно отметить Е.А. Хримли, которая упоминает о дистрибуции в контексте хозяйственно-торговой деятельности [3]. Непосредственно о проблемах правового регулирования дистрибьюторской деятельности в Украине, которые должны быть решены в законодательстве, писала О.А. Зуева [4]. Наибольшее количество исследований на тему дистрибуции, которые можно принять во внимание при правовом анализе, можно найти в экономических науках.

**Целью статьи** является определение понятия дистрибьюторской деятельности. После этого необходимо обозначить, на основании чего непосредственно осуществляется дистрибьюторская деятельность субъектами хозяйствования в Украине. Для решения данных вопросов будут проанализированы практика ведения хозяйственной деятельности на основе дистрибуции и экономические научные разработки.

**Изложение основного материала исследования.** Как уже было указано, в законодательстве Украины можно встретить две группы понятий: «дистрибуция», «дистрибьюторская деятельность» и «дилерство», «дилерская деятельность». В Постановлении КМУ «Об утверждении института первичных дилеров на рынке государственных ценных бумаг» указывается, что первичными дилерами являются определенные Министерством финансов банки, которые приняли на себя обязательство сотрудничать с Министерством в части развития внутреннего рынка ценных бумаг в обмен на исключительное право участия в размещенных облигациях внутренних государственных займов и преимущественное право участия в других операциях, которые проводит Минфин с такими облигациями. Как видно из этого определения, деятельность дилера состоит: 1) в участии в развитии определенного рынка, в данном случае – внутреннего рынка ценных бумаг; 2) в сотрудничестве



с конкретным правообладателем на ценные бумаги – Министерством финансов Украины; 3) данное сотрудничество осуществляется в отношении определенного товара – ценных бумаг; 4) дилер, принимая безусловные обязательства, получает взамен определенные привилегии – преимущественное право участия в других операциях, которые проводит Минфин с облигациями внутренних государственных займов.

Однако что считать дилерством, дилерской деятельностью, указанное Постановление не устанавливает.

В справочной литературе под «дилерством» понимаются операции по купле-продаже товара, который производится или реализуется компаниями-производителями, собственниками или дистрибуторами [5, с. 145; 6, с. 376].

Но в основном в такой литературе дается определение термина «дилер» (с англ. dealer, буквально – торговец, перекупщик). Так, дилер – это физическое или юридическое лицо, член фондовой биржи, которое осуществляет биржевые операции с ценными бумагами. В отличие от брокера, действующего по поручению клиента, дилер на фондовом рынке выступает самостоятельно: заключает сделки купли-продажи ценных бумаг от собственного имени и за свой счет как сторона сделок. Дилер покупает ценные бумаги для дальнейшей продажи третьим лицам с целью получения прибыли за счет разницы между курсами при покупке и продаже. Также дилером указывается участник бизнеса, агент дилерской сети фирмы-производителя – физическое или юридическое лицо, которое закупает продукцию оптом и подает в розницу либо меньшими партиями на региональных рынках как дистрибутор [6, с. 181]. Таким образом, определена и дилерская деятельность [7, с. 226].

Под дистрибуцией, например, в Словаре Американского производства и управления запасами понимается действия, связанные с организацией движения материалов, готовой продукции и запасных частей от производителя к потребителю. Эти действия включают транспортировку, складирование, управление запасами и размещение подразделений

инфраструктуры в распределении, промышленную упаковку, сбор и обработку необходимой информации и телекоммуникационную сеть, необходимые для эффективного управления материальными потоками [8]. Также дистрибуцию рассматривают как функциональную отрасль логистики, задание которой состоит в интегрированном управлении логистическими функциями и операциями по продвижению готовой продукции и сопутствующим логистическим сервисом от производителей и/или оптовых (оптово-розничных) торговых компаний к конечным или промежуточным потребителям [8].

Дистрибутором же указывается в основном фирма, предприниматель, осуществляющие оптовые закупки и сбыт определенного товара на региональных рынках. Дистрибуторы имеют преимущественное право и возможности покупать и продавать оборудование, технические новинки, программное компьютерное обеспечение. Одновременно он предоставляет посреднические маркетинговые услуги продавцам и покупателям по монтажу и налаживанию оборудования, такие услуги называются дистрибуторскими [9, с. 349].

Представленные определения указанных терминов являются наиболее распространенными и повторяются в других изданиях.

Как видно из вышеизложенного, даже в справочной литературе нет единого и четкого разграничения понятий «дилерство», «дилерская деятельность» и «дистрибуции», «дистрибуторская деятельность».

С правовой точки зрения О.А. Зуева рассматривает дистрибуцию как предоставление исключительного права субъектом хозяйствования – производителем – на реализацию своего товара и/или сопутствующих ей прав (например, логистические, маркетингово-рекламные услуги) [2, с. 73].

На основе приведенных определений и дистрибуторской практики можно выделить такие характерные черты дистрибуции.

1. Дистрибуция – это способ осуществления хозяйственно-торговой деятельности, направленный на освоение новых рынков сбыта для то-

варов, который осуществляется производителем товара и другим, самостоятельным по отношению к нему, субъектом хозяйствования – дистрибутором.

2. Дистрибутор производит оптовые закупки товара у производителя. Товар переходит в собственность дистрибутора.

3. Дистрибутор продает товар в аутентичном виде более мелкими оптовыми партиями или в розницу.

4. Продажа товара дистрибутором осуществляется на определенном в договоре региональном рынке. То есть производитель товара может иметь несколько дистрибуторов своего товара. Также если производитель является резидентом другого государства, то его товар на территории всего другого государства может представлять один дистрибутор.

5. Учитывая это, производитель не может самостоятельно осуществлять продажу своего товара на определенной в договоре с дистрибутором территории, а также заключать соответствующие договоры с другими субъектами хозяйствования.

6. Дистрибутор обязуется осуществлять организацию продвижения товара на обусловленном договором региональном рынке.

Таким образом, можно сделать вывод, что дистрибуторская деятельность не осуществляется отдельно производителем товара или дистрибутором. То есть дистрибуторская деятельность не ограничивается для производителя только продажей товара. Производитель до расторжения договора дистрибуции обязан продавать свой товар только дистрибутору. К тому же, производитель может предоставлять дистрибутору услуги по обучению использованию товаром (например, если это оборудование, компьютерные программы и т.п.), его установки, монтажа и т.д. В продвижении товара на новом региональном рынке заинтересован не только дистрибутор, но и производитель. В свою очередь, для дистрибутора сотрудничество с производителем товара зависти не только от своевременной оплаты товара. Дистрибутор обязан, как уже указывалось, продвигать товар на рынке, организовывая



логистические и маркетинго-рекламные мероприятия.

Из этого следует вывод, что дистрибуторская деятельность – это совместная деятельность субъектов хозяйствования по продаже товара его производителем исключительно конкретному субъекту хозяйствования с целью и обязательством распространения последним товара на определенном региональном рынке.

Как и все другие направления хозяйственной деятельности, дистрибуция основывается на хозяйственном договоре, в котором конкретно устанавливаются права и обязанности сторон, которые и определяют условия дистрибуторской деятельности.

Отсутствие правовой регламентации является причиной того, что дистрибуторскую деятельность часто отождествляют с похожим на первый взгляд хозяйственными операциями, такими как поставка, купля-продажа. Договора дистрибуции подменяют в названии договором поставки и т.д., используя при этом соответствующие положения Хозяйственного кодекса Украины (далее ХКУ), добавляя условия, которые присущи практике осуществления дистрибуции.

Поскольку и производитель товара, и дистрибутор являются субъектами хозяйствования, договор дистрибуции как основание её осуществления относится к хозяйственным договорам. Главным вопросом хозяйственных договоров является их существенные условия, которые формируют их содержание и по которым можно определить к какому виду относится договор.

Содержание договора дистрибуции зависит от самого вида дистрибуции. Так, выделяют три типа дистрибуции:

1) интенсивная дистрибуция – состоит в предложении товаров в наибольшем числе каналов сбыта и возможных торговых точках;

2) эксклюзивная дистрибуция: выбранные дистрибуторы обязуются не продавать товары конкурентов на определенной территории; предоставление прав продвижения продукции производителя только одному эксклюзивному дистрибутору на определенной территории;

3) селективная дистрибуция – состоит в отборе каналов сбыта и дистрибуторов без предоставления эксклюзивного права продажи на определенной территории, но и без навязывания дистрибуторам ограничений по «неконкуренции» [10, с. 153–154];

4) эксклюзивная дистрибуция: избранные дистрибуторы обязуются не продавать товары конкурентов на указанной территории; предоставление прав продвижения продукции производителя только одному эксклюзивному дистрибутору на указанной территории.

Следует отметить, что на практике наиболее распространенным типом является эксклюзивная дистрибуция.

Каждому из этих типов дистрибуции присущи свои особенности, которые должны быть урегулированы в законе.

Хозяйственным кодексом Украины в ст. 180 закреплено несколько общих для всех видов хозяйственных договоров существенных условий: предмет договора, цена и срок [11]. Другие существенные условия, присущие конкретному виду договора, можно найти в других разделах ХКУ и нормативных актах.

В связи с приведенными выше несколькими условиями осуществления дистрибуторской деятельности можно сделать вывод, что договоры дистрибуции нельзя отнести к конкретно одному виду хозяйственных договоров и очертить круг существенных условий.

Для определения существенных условий и вида дистрибуторского договора сначала необходимо составить алгоритм отношений между производителем товара и дистрибутором. Товар по дистрибуторскому договору производитель передает последнему в собственность за определенную цену. Количество таких операций устанавливается самими сторонами в зависимости от срока действия договора. Эта часть отношений или договора, если можно так сказать, является поставкой или куплей-продажей. После передачи и оплаты товара по договорам купли-продажи или поставки отношения сторон прекращаются. Но по догово-

ру дистрибуции производитель может быть связан обязательствами как при эксклюзивной дистрибуции. В свою очередь, дистрибутор также ограничен подобными обязательствами.

Таким образом, отношения купли-продажи либо поставки являются одной из составляющих дистрибуции, но не отображают её полностью и не урегулировать соответствующими договорами не могут. Учитывая долгосрочный характер отношений дистрибуции, её договорам более присущи моменты договора поставки. Так, по правилам договора поставки можно определять в дистрибуторском договоре условия, предусмотренные ст.ст. 266 – 270 ХКУ: предмет договора, общее количество товаров, сроки и порядок поставки и т.д.

После получения и оплаты товара дистрибутор вправе реализовывать его исключительно на определенной территории. То есть определение территории является существенным условием дистрибуторского договора.

Также принимая во внимание, что на практике чаще всего встречается эксклюзивная дистрибуция, в договоре между производителем и дистрибутором должно быть условие об исключительном сотрудничестве друг с другом и никем более по данному товару и на оговоренной территории.

Следующим существенным условием дистрибуторского договора является обязательство дистрибутора осуществлять за свой счет организацию продвижения товара на рынке. Для этого он может покупателям товара, крупным рознично-торговым сетям продавать товар при условии размещения его по принципу «золотой полки» и т.д. То есть проводить маркетинговые и рекламные мероприятия с целью привлечения внимания потребителей к товару. Также такие мероприятия могут проводиться по согласованию с производителем, например частичная компенсация затрат со скидкой на товар.

Данные обязательства могут полностью не быть оговорены в договоре дистрибуции, поскольку требуют отдельных условий выполнения. Для этого заключаются соответствующие



договоры о предоставлении дистрибутором маркетинговых, логистических и других подобных услуг. Однако эти условия, со ссылкой на соответствующие договоры, должны быть указаны в договоре дистрибуции.

Учитывая такие специфические условия договора дистрибуции, законодательно необходимо также закрепить вопросы ответственности. Например, при эксклюзивной дистрибуции, в случае нарушения производителем условия эксклюзивной продажи товара дистрибутору путем заключения такого же договора с другим субъектом хозяйствования, имеет ли первый дистрибутор право оспорить другой договор? Не нарушает ли вообще эксклюзивная дистрибуция право на свободу осуществления предпринимательской деятельности? То есть вопросы ответственности по договору дистрибуции также являются существенными.

Указанные условия являются основными, к которым также можно еще отнести закупку товара у производителя дистрибутором оптовыми партиями, закупку товара для дальнейшей реализации и др.

Как вывод, можно дать определение договора дистрибуции как хозяйственного договора, по которому одна сторона – производитель – передает за определенную цену в собственность товар исключительно другой стороне – дистрибутору – для дальнейшей реализации на определенной договором территории с организацией продвижения товара на рынке.

**Выводы.** Из вышеизложенного очевидно, что дистрибуторская деятельность является отдельным способом осуществления хозяйственно-торговой деятельности, которая осуществляется на основании договора дистрибуции, являющегося самостоятельным видом хозяйственного договора с собственными специфическими, присущими только ему условиями, которые зависят от вида дистрибуции.

Помимо рассмотренных в этой статье проблем дистрибуторской деятельности, исследованию и решению подлежат и многие другие.

Нормативным актом, в котором необходимо закрепить положения о

дистрибуции, является ХКУ. Учитывая хозяйственно-торговый характер дистрибуторской деятельности, соответствующими положениями целесообразно дополнить Главу 30 ХКУ, которой регулируются особенности осуществления хозяйственно-торговой деятельности.

#### Список использованной литературы:

1. Про затвердження Порядку проведення сертифікації підприємств, які здійснюють оптову реалізацію (дистрибуцію) лікарських засобів // Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 23.08.2005. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1013-05>.

2. Постанова КМУ «Про затвердження інституту первинних дилерів на ринку державних цінних паперів» від 14 квітня 2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : № 363 // <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/363-2009-%D0%BF>.

3. Хрімлі К.О. Правове регулювання господарсько-торгівельної діяльності : дис... канд. юрид. наук : 12.00.04 / К.О. Хрімлі. – К., 2015. – 203 с.

4. Зуєва О.А. Правове регулювання дистрибуторської діяльності в Україні / О.А. Зуєва // Вісник Академії митної служби України. – 2015. – № 1. – С. 71–76.

5. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод., допов. на CD) / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К. : Ірпінь: ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.

6. Великий енциклопедичний юридичний словник / За ред. акад. НАН України Ю.С. Шемшученка. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2007. – 992 с.

7. Фінансово-економічний словник / за ред. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. – К. : Знання, 2007. – 1072 с.

8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.secreti.info/biz163.html>.

9. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1 / Редкол.: С.В. Мочерний та ін. – К. : Видавничий центр «Академія», 2000. – 864 с.

10. Башук Т.О. Аналіз потенціалу збутового ланцюга через поділ функцій дистрибуції на різних рівнях мережі /

Т.О. Башук // Механізм регулювання економіки, 2007. – № 4 – С. 151–154.

11. Господарський Кодекс України : Закон України від 16.01.2003 р. // Відом. Верхов. Ради України. – 2003. – № 18, № 19-20, № 21-22. – Ст. 144.