УДК 347.45/.47:346.3
DOI: https://doi.org/ 10.18524/2411-2054.2018.31.143541

Л. П. Мартинюк, магістрант спеціальності «Право»
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Економіко-правовий факультет
Французький бульвар, 24/26, Одеса, 65058, Україна

Науковий керівник: ***І. С. Канзафарова***, докт. юрид. наук, професор,
Заслужений юрист України, завідувач кафедри
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Кафедра цивільно-правових дисциплін
Французький бульвар, 24/26, Одеса, 65058, Україна

ДИСТРИБ'ЮТОРСЬКИЙ ДОГОВІР ТА ЙОГО МІСЦЕ В СИСТЕМІ ЦИВІЛЬНО-ПРАВОВИХ ДОГОВОРІВ

У статті досліджуються поняття та правова природа дистриб'юторського договору як правової форми опосередкування суспільних відносин, що виникають у процесі здійснення дистриб'ютором та виробником (імпортером) підприємницької діяльності у сфері дистрибуції. Вивчаються істотні умови дистриб'юторського договору. Визначається місце дистриб'юторського договору у системі цивільно-правових договорів.

Ключові слова: дистрибуція, дистриб'юторський договір, непоіменований договір, система цивільно-правових договорів.

Постановка проблеми. Розвиток товарообігу та поява нових видів продукції на світовому ринку сприяють активізації використання юридичної конструкції дистриб'юторського договору в Україні. Але вітчизняне законодавство на сьогоднішній день не передбачає спеціального правового регулювання відповідних суспільних відносин. Хоча в деяких нормативно-правових актах містяться окремі положення, що стосуються галузі дистрибуції. Так, Постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2009 р. № 1200 «Про затвердження Порядку здійснення оптової та роздрібної торгівлі транспортними засобами та їх складовими частинами, що мають ідентифікаційні номери» у п. 3 містить визначення поняття дистриб'ютора [4].

Відсутність спеціальних законодавчих приписів щодо дистриб'юторських договорів спричиняє проблеми, пов'язані з правовою кваліфікацією відносин, що виникають між контрагентами відповідних договірних зобов'язань, що, своєю чергою, може вплинути на ефективність захисту цивільних прав та інтересів сторін таких договорів.

Враховуючи вищезазначене, актуальність питань, що є предметом даного дослідження, не викликає сумнівів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, пов'язані з темою даного дослідження, вивчались такими фахівцями, як: Г. Анучкіна, І. Арсені, Н. Вілкова, М. Ілюшина, М. Мозгов, К. Одегнал, К. Улугова та ін. Проте до цього часу у науці цивільного права відсутня єдність думок щодо правової природи

© Л. П. Мартинюк, 2018

дистриб'юторського договору та особливостей правового регулювання відповідних суспільних відносин.

Метою статті є визначення поняття та правової природи дистриб'юторського договору, а також з'ясування місця, яке займає даний договір у системі цивільно-правових договорів.

Виклад основного матеріалу. Цивілісти, як правило, відносять договори дистрибуції до так званих «непоіменованих» договорів, можливість укладання яких ґрунтується на положеннях Цивільного кодексу України (далі – ЦК України) щодо свободи договору [1, ст. ст. 3, 6, 627].

Крім ЦК України, під час укладання дистриб'юторських договорів слід враховувати норми Господарського кодексу України, законодавства України про захист конкуренції, якість та безпеку товарів, захист прав споживачів тощо. До того ж при укладанні зовнішньоекономічних договорів дистрибуції необхідно звертатись до положень Закону України «Про міжнародне приватне право».

Для розуміння сутності відносин, що опосередковуються юридичною конструкцією дистриб'юторського договору, можна звернутись до визначення поняття дистриб'юторського договору, яке міститься у п. 2 ст. 4:101 такого джерела, як «Принципи європейського права: комерційне агентування, франшиза і дистрибуція» (далі − ПАФД), що за своєю природою є звичаями. Відповідно до зазначеного документу дистриб'юторський договір – це договір, згідно з яким одна сторона (постачальник) зобов'язується постачати іншій стороні (дистриб`ютору) продукцію на постійній основі, а дистриб'ютор зобов'язується викупити її, а потім продавати від свого імені та у своїх інтересах [5].

На нашу думку, таке визначення, незважаючи на свою лаконічність, в цілому розкриває сутність договірних відносин, що виникають між сторонами, та основну мету такого договору, якої прагнуть досягти суб'єкти, укладаючи договір.

Слід зазначити, що постачальником може бути не тільки виробник продукції, а й експортер чи продавець. Дистриб`ютор не є виробником товару, оскільки купує товар не для задоволення власних потреб, а для того, щоб його перепродати в межах обумовленої території. Особливістю дистриб'юторських фірм є те, що вони є учасниками зовнішньоторговельного обігу. Дистриб`ютори реалізують закуплений по імпорту товар на території своєї держави. Вони створюють свою збутову мережу, формують складські запаси товарів, займаються дослідженням попиту та реклами. Великі виробники зазвичай здійснюють реалізацію свого товару в інших країнах за допомогою укладання договору із дистриб`ютором [7].

К. Улугова, характеризуючи правовий зв'язок, що виникає між постачальником та дистриб'ютором у рамках дистриб'юторського договору, звертає увагу на те, що спочатку, *на етапі виникнення юридичної конструкції дистриб'юторського договору (курсив мій – Л.М.),* відносини між зазначеними суб'єктами виникали в результаті ускладнення зобов'язання між сторонами договору поставки, проте їх подальший розвиток призвів до формування самостійного зобов'язання, а отже, і самостійного виду діяльності (дистриб'юторської діяльності), що мають тісний зв'язок з договором поставки [11, с. 140].

І. Арсені зазначає, що предметом дистриб`юторського договору є зобов'язання дистриб'ютора купувати та перепродавати певні товари від свого імені та за свій

рахунок на певній території, а також не створювати зобов'язань для постачальника у зв'язку із таким перепродажем [7, с. 141].

М. Ілюшина вказує, що «в предмет дистриб`юторського договору входять дії дистриб'ютора, які мають суто специфічний характер, а також впливають на досягнення мети: обов'язок дотримуватися кількості продажів, не вести продаж товарів інших виробників, вести продаж з використанням торговельних технологій, передбачених угодою, дотримуватися обумовлених способів продажу» [9, с. 36].

На думку К. Улугової, саме «особливий предмет» є кваліфікуючою ознакою дистриб'юторського договору. Він полягає у наданні дистриб'ютором особливого роду послуг, для чого дистриб'ютор вчиняє з постачальником періодичні правочини з набуття товарів останнього і правочини зі своїми покупцями щодо подальшого продажу їм зазначених товарів [11, с. 140].

Вважаємо, що кваліфікація дій дистриб'ютора як надання послуг має важливе значення для з'ясування правової природи дистриб'юторських договорів і виокремлення їх як самостійних договорів цивільного права.

Доцільно звернути увагу на те, що ПАФД виділяють три основні види договору дистрибуції: договір виключної дистрибуції – це договір, згідно з яким постачальник зобов'язується постачати товари (продукцію) тільки одному дистриб'ютору в межах однієї території (п. 3 ст. 4:101 ПАФД); договір вибіркової дистрибуції – це договір, який передбачає зобов'язання постачальника постачати товари, прямо чи опосередковано, тільки дистриб'юторам, які були обрані на підставі певного критерію (п. 4 ст. 4:101 ПАФД); договір виключного продажу – це дистриб`юторський договір, згідно з яким дистриб'ютор зобов'язується придбати товар виключно від постачальника або сторони, визначеної постачальником (п. 5 ст. 4:101 ПАФД) [5; 7].

І. Арсені справедливо вказує на те, що всі три зазначені види договору дистрибуції порушують умови «здорової» конкуренції на ринку певного товару. Адже договір виключної дистрибуції формує умови для монопольної діяльності дистриб'ютора на ринку певного товару та на певній території; договір вибіркової дистрибуції створює передумови для формування антиконкурентного середовища на ринку певного товару та на певній території через домінуючу роль групи осіб, які практично перебувають під управлінням постачальника, а при укладанні договору виключного продажу надходження товару на ринок контролює не дистриб'ютор, а постачальник товару, тим самим визначаючи можливість придбання певного товару тільки у нього особисто. При цьому інтереси інших постачальників також можуть бути істотно обмежені, якщо кількість договорів виключного продажу з одним постачальником перевищить частку ринку, яку займає дистриб'ютор [7, с. 141].

Автор також зазначає, що незалежно від виду дистриб`юторського договору обов'язками постачальника є: постачання замовленої дистриб`ютором продукції; інформування дистриб`ютора щодо властивостей товарів, цін та умов продажу товарів; рекомендованих цін та умов перепродажу товарів; будь-яких значущих зв'язків між постачальником та споживачами; будь-яких рекламних кампаній; попередження дистриб'ютора в розумний строк про те, що постачальник передбачує чи повинен передбачити, що обсяги виконуваних ним постачань будуть істотно

менше, аніж дистриб'ютор очікував; надання дистриб'ютору за розумну ціну всіх наявних рекламних матеріалів, необхідних для належної дистрибуції та просування товару; докладання всіх можливих зусиль для того, щоб не нашкодити репутації товарів та торгової марки [7, с. 142].

Керівництво по складанню міжнародних дистриб'юторських угод Міжнародної торгової палати та ПАФД закріплюють наступні обов'язки дистриб'ютора: купувати та перепродавати товар від свого імені та за свій рахунок; займатися організацією продажу на певній території; не створювати зобов'язань для виробника; докладати зусиль, щоб збільшити збут товарів; надати інформацію щодо будь-яких вимог, які пред'явлені з боку третіх осіб щодо прав інтелектуальної власності; будь-яких посягань на інтелектуальну власність постачальника з боку третіх осіб; повідомити постачальника в розумний строк, якщо він передбачить, що його потреби будуть суттєво менші, аніж постачальник може очікувати; дотримуватися інструкцій постачальника, розроблених для забезпечення належної дистрибуції товарів або для підтримки репутації товарів; надати доступ до приміщень дистриб'ютора для перевірки дотримання ним стандартів, узгоджених в договорі інструкцій; докладати зусиль, аби не нашкодити репутації товарів та торгової марки [5; 6].

Н. Вілкова звертає увагу на те, що збут готової продукції зазвичай супроводжується обмеженням свободи дій дистриб'ютора. Наприклад, зобов'язанням утриматися від конкуренції з виробником протягом терміну дії договору та після його припинення. Обмеження можуть стосуватися і території продажу товару або зазначення в договорі способів контролю за діяльністю дистриб'ютора, як-то встановлення цін перепродажу товарів. Також необхідні умови для співпраці можуть бути розроблені лише за наявності тривалих договірних зв'язків між сторонами, адже такі відносини не можуть бути епізодичними [8, с. 389; 10].

Але, виходячи з норм українського законодавства, а саме Закону України «Про захист економічної конкуренції», зазначені обмеження діяльності дистриб'ютора, на перший погляд, можуть здатися порушенням положень закону. Адже згідно зі ст. 6 вказаного Закону вони можуть розглядатися як антиконкурентні узгоджені дії, вчинення яких заборонено і тягне відповідальність. Натомість ст. 8 Закону України «Про захист економічної конкуренції» передбачає можливість встановлення певних обмежень тільки у разі: якщо вони не призводять до суттєвого обмеження конкуренції на всьому ринку чи в значній його частині, у тому числі монополізації відповідних ринків; обмеження доступу на ринок інших суб'єктів господарювання; економічно необґрунтованого підвищення цін або дефіциту товарів. Стаття 9 зазначеного Закону також допускає введення обмежень щодо передачі прав інтелектуальної власності або щодо використання об'єкта права інтелектуальної власності. Зокрема це стосується обсягу прав, які надаються, строку та території дії дозволу на використання об'єкта права інтелектуальної власності, а також виду діяльності, сфери використання, мінімального обсягу виробництва [3].

Слід зазначити, що дистриб'юторський договір не може бути укладено на території держави, де дистриб'ютора зареєстровано як підприємця. На внутрішньому ринку країни укладається такий вид договору дистрибуції як договір виключного продажу [7, с. 143].

Окремої уваги заслуговує питання відповідальності за неналежну якість товару. Переважно прийнято вважати, що таку відповідальність несе дистриб'ютор. Але ч. 3 ст. 614 ЦК України закріплює, що правочин, яким скасовується чи обмежується відповідальність за умисне порушення зобов'язання, є нікчемним [1]. Пункт 1 ч. 2 ст. 207 Господарського кодексу України вказує, що нікчемними визнаються угоди, які виключають або обмежують відповідальність виробника продукції, а п. 3 ч. 3 ст. 216 цього ж Кодексу встановлює, що у господарському договорі неприпустимі застереження щодо виключення або обмеження відповідальності виробника продукції [2].

У юридичній літературі зазначається, що істотними умовами договору дистрибуції є умови щодо предмету, ціни товару, винагороди дистриб'ютора, території розповсюдження товару [7, с. 143]. Крім того, дистриб`юторський договір часто пов`язують із поняттям ексклюзивності. Так, ексклюзивність може проявлятися у певних обмеженнях прав дистриб'юторів, про які ми вже згадували вище, наданні дистриб'ютору ексклюзивних прав на продаж лише певної частини асортименту товарів, забороні продажу товарів через мережу Інтернет тощо. Але законодавство України не містить визначення змісту даної категорії. Виходячи з цього, при укладанні договору слід дуже ретельно підходити до поняття ексклюзивності та детально узгоджувати вплив останньої на права та обов'язки контрагентів [10].

Необхідно зазначити, що в юридичній літературі договір дистрибуції часто порівнюють з іншими видами договорів.

Так, дистрибуцію іноді порівнюють із договором комерційної концесії. Згідно зі ст. 1115 ЦК України за договором комерційної концесії одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за плату право користування належними цій стороні правами з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару. За ч. 1 ст. 1116 ЦК України предметом договору комерційної концесії є конкретні права (право на використання об'єктів інтелектуальної власності, комерційного досвіду та ділової репутації) [1], але при укладанні дистриб`юторського договору зазвичай права не передають. Тому говорити про подібність даних договорів, на нашу думку, не є доцільним.

Також в договорі дистрибуції намагаються віднайти ознаки договору поставки. У нормі ч. 1 ст. 712 ЦК України зазначено, що за договором поставки продавець (постачальник), який здійснює підприємницьку діяльність, зобов'язується передати у встановлений строк (строки) товар у власність покупця для використання його у підприємницькій діяльності або в інших цілях, не пов'язаних з особистим, сімейним, домашнім або іншим подібним використанням, а покупець зобов'язується прийняти товар і сплатити за нього певну грошову суму [1].

Виходячи із вказаного, слід, насамперед, звернути увагу на тривалість обох договорів. Так, договір дистрибуції передбачає постачання товару дистриб'ютору на постійній основі, водночас легальне визначення договору поставки ніякої ознаки тривалості не містить. Також в договорі поставки немає вказівки на територіальний аспект, натомість дистрибуція передбачає дії дистриб'ютора на певній території, що становить предмет даного договору (як було нами зазначено вище). Водночас певною мірою можна говорити про деяку подібність обох видів договору у частині цільової ознаки. Адже дистриб'юторський договір укладається для

купівлі товару дистриб'ютором із метою його подальшого перепродажу, а договір поставки передбачає використання товарів у підприємницькій діяльності, у розуміння якої в даному випадку деякі фахівці вкладають і наступний продаж [1; 11].

Існує думка і про схожість дистриб`юторського договору із договором купівлі-продажу. Але, на наш погляд, таке порівняння є недоречним, тому що купівля-продаж має на меті встановлення права власності на певну річ, товар тощо, а головна ідея дистрибуції полягає у подальшій організації збуту придбаного товару із метою отримання грошової винагороди.

Договір дистрибуції варто відрізняти і від агентських відносин, врегульованих главою 31 Господарського кодексу України. Так, дистриб'ютор діє як незалежний суб'єкт, який купує і перепродає товари від власного імені, у своїх інтересах та за свій рахунок, натомість комерційний агент, згідно з ч. 1 ст. 295 Господарського кодексу України, діє шляхом посередництва від імені, в інтересах, під контролем та за рахунок суб'єкта, якого він представляє; дистриб'ютор при розповсюдженні товару виступає як його фактичний власник, тоді як комерційний агент укладає договори щодо товару, власником якого залишається суб'єкт, інтереси якого він представляє; прибутком дистриб'ютора є різниця між ціною закупівлі та ціною перепродажу товару, а прибутком комерційного агента є винагорода, передбачена агентським договором [2; 10].

Дистриб'юторський договір важливо відрізняти і від дилерського договору. Різниця полягає вже в самих поняттях. Дистриб`ютором є особа, яка уклала договір дистрибуції з виробником (постачальником) товару задля його наступного продажу через свою дилерську мережу, а дилер – особа, яка уповноважена дистриб`ютором на розповсюдження від свого імені товару серед кінцевих споживачів, про що свідчить вищезгадана нами Постанова Кабінету Міністрів від 11 листопада 2009 року № 1200 [4].

У юридичній літературі зазначається, що головною відмінністю дилерського та дистриб`юторського договорів є специфіка суб'єктного складу. Суб`єктами дистриб'юторського договору зазвичай є постачальник-виробник товарів та професійний дистриб'ютор, який володіє налагодженими зв'язками товаророзподілу, торговельною мережею тощо. Тому договір дистрибуції варто відрізняти від дилерських угод, незважаючи на те, що дилерська діяльність, так само як і дистриб`юторська, передбачає укладання правочинів посередником від свого імені та за свій рахунок з метою наступного перепродажу товару. Великі дистриб'ютори, організовуючи канали збиту, укладають прямі договори з роздрібними продавцями, оптовими організаціями, а також з дилерами, які так само, як і роздрібні торговці, є учасниками кінцевої ланки каналу товаророзподілу, а фактично передостанніми торговими власниками товару перед його кінцевим споживачем. У переважній більшості випадків дилерські угоди укладаються між дистриб'юторами та дилерами. У випадку, якщо канал товаророзподілу не містить в своєму складі ланку дистриб'юторів, виробник (постачальник) може укласти дилерський договір напряму із дилером. Тоді найчастіше укладається такий вид дистриб`юторського договору як договір виключного продажу [7, с. 143-144].

Висновки. Враховуючи вищезазначене, можна дійти висновку, що дистриб'юторський договір має самостійні предмет, умови та мету, що, у підсумку, дозволяє виокремити його серед інших цивільно-правових договорів. Отже, він є самостійним договором цивільного права, який у вітчизняній цивілістиці відноситься до непоіменованих договорів.

Список літератури

1. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 16.01.2003 № 435-IV. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua − Назва з екрана.
2. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua – Назва з екрана.
3. Про захист економічної конкуренції [Електронний ресурс] : Закон України від 11.01.2001 № 2210-III. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua − Назва з екрана.
4. Про затвердження Порядку здійснення оптової та роздрібної торгівлі транспортними засобами та їх складовими частинами, що мають ідентифікаційні номери [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2009 № 1200. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua − Назва з екрана.
5. Принципы европейского права: коммерческое агентирование, франшиза и дистрибуция. Пер. с англ. А. Т. Амирова, Б. И. Пугинского // Коммерческое право. − 2011. − № 1 (8). – С. 176-198.
6. Руководство по составлению международных дистрибьюторских соглашений. Публикация № 441 Е. Серия: Издания Международной Торговой Палаты / Пер. с англ. − М. : Консалтбанкир, 1996. − 112 с.
7. Арсени И. Отличие дистрибьюторского договора от дилерского договора [Электронный ресурс] / И. Арсени // Верховенство права. – 2016. − № 2. – С. 141−146. – Режим доступа : http://sd-vp.info/wp-content/uploads/2016/10/Verchovenstvo-prava-2-2016.pdf. − Название с экрана.
8. Вилкова Н. Г. Договорное право в международном обороте [Текст] / Н. Г. Вилкова − М. : Статут, 2004. – 510 с.
9. Илюшина М. Н. О новых договорных конструкциях в коммерческом обороте [Текст] / М. Н. Илюшина // Вестник Российской правовой академии. – 2007. − № 3. – С. 36−41.
10. Махінова А. Укладаємо договори дистрибуції і на що треба звернути увагу [Електронний ресурс] / А. Махінова, Д. Кулик // Юридична газета. – 2010. – № 16. – Режим доступу : http://www.kisilandpartners.com/ukr/knowl. − Назва з екрана.
11. Улугова К. Э. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в сфере дистрибуции: частноправовой и публично-правовой аспекты [Текст] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / К. Э. Улугова. – М. : ФГБОУ ВПО «РПА Минюста РФ», 2015. – 278 с.

Стаття надійшла 25.09.2018 р.

Л. П. Мартынюк, магистрант специальности «Право»
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова
Экономико-правовой факультет
Французский бульвар, 24/26, Одесса, 65058, Украина

Научный руководитель: ***И. С. Канзафарова***, докт. юрид. наук, профессор,
Заслуженный юрист Украины, заведующая кафедрой
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова
Кафедра гражданско-правовых дисциплин
Французский бульвар, 24/26, Одесса, 65058, Украина

ДИСТРИБЬЮТОРСКИЙ ДОГОВОР И ЕГО МЕСТО В СИСТЕМЕ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВЫХ ДОГОВОРОВ

Резюме

В статье исследуются понятие и правовая природа дистрибьюторского договора как правовой формы опосредования общественных отношений, возникающих в процессе осуществления дистрибьютором и производителем (импортером) предпринимательской деятельности в сфере дистрибуции. Изучаются существенные условия дистрибьюторского договора. Определяется место дистрибьюторского договора в системе гражданско-правовых договоров.

Ключевые слова: дистрибуция, дистрибьюторский договор, непоименованный договор, система гражданско-правовых договоров.

***L. P. Martynyuk*,** Graduate Student of the Speciality "Law"
Odessa I. I. Mechnikov National University
Economics and Law Faculty
Frantsuzskiy Boulevard, 24/26, Odessa, 65058, Ukraine

Research supervisor: ***I. S. Kanzafarova***, Doctor of Juridical Sciences, Professor
the Honored Lawyer of Ukraine, Head of the Department
Odessa I. I. Mechnikov National University
the Department of Civil Law Disciplines
Frantsuzskiy Boulevard, 24/26, Odessa, 65058, Ukraine

THE DISTRIBUTOR AGREEMENT AND ITS PLACE IN THE SYSTEM OF CIVIL AGREEMENTS

Summary

In the article the concept and the legal nature of the distributor agreement as legal form of a mediation of the public relations arising in the course of implementation by the distributor and producer (importer) of an entrepreneurial activity in the sphere of distribution are investigated. The significant conditions of the distributor agreement are studied. The place of the distributor contract in the system of civil agreements is defined.

Key words: distribution, distributor agreement, unnamed agreement, system of civil agreements.