**ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДИЛЕРОВ И ДИСТРИБЬЮТОРОВ**

Пашкевич А. В.

(научный руководитель ассистент Беляева О. А.)

РГУ нефти и газа имени И. М. Губкина

В ходе многовековой истории развития экономики и торговли в качестве основной фигуры и главного субъекта коммерческого (торгового) оборота рассматриваются отдельные лица, занимающиеся торгово-посредническими операциями как в национальной, так и в международной торговле.

*Торговое посредничество* в экономическом смысле – это весьма широкое понятие. Оно включает круг услуг, в частности, по подыскиванию заграничного контрагента, подготовке и совершению сделки, кредитованию сторон и предоставлению гарантийной оплаты товара покупателем, осуществлению транспортно-экспедиторских операций, страхованию товаров, выполнению таможенных и иных формальностей (например, по сертификации товаров), исследованию рынка сбыта и информационному обслуживанию зарубежного поставщика, проведению рекламных и иных мероприятий, осуществлению предпродажного сервиса и технического обслуживания, а также проведению многих других операций.

К торгово-посредническим фирмам относятся компании в юридическом и хозяйственном отношении независимые от производителя (экспортера или импортера). Торгово-посреднические фирмы действуют в целях извлечения прибыли, получаемой либо в результате разницы между ценами закупки товаров у экспортеров и ценами, по которым эти товары продаются покупателям, либо в виде вознаграждения за предоставленные услуги по продвижению товаров на внешние рынки. Торговые посредники, как правило, имеют собственную материально-техническую базу - складские помещения, демонстрационные залы, ремонтные мастерские и др., а иногда и свои розничные магазины.

В зарубежной и отечественной литературе, посвященной торговым посредникам, довольно часто приводятся определения посредников и различные системы их классификации, в том числе даже в зависимости от их места на рынке, простоты или сложности выполняемой ими работы, отношения к третьим лицам и т.д.

Глубокое изучение законодательства ведущих иностранных государств, специальной литературы, в том числе и основополагающих документов ООН и Международной Торговой Палаты, а также практики коммерческой деятельности зарубежных фирм на мировом рынке позволяет придти к выводу, что в основу классификации торговых посредников следует положить их функции и характер правовых взаимоотношений между производителем (экспортером или импортером) и посредником. В зависимости от характера функций различают: торговые (дилерские) фирмы, торговые дома, дистрибьюторов, стокистов, брокеров, трейдеров и других торговых посредников.

Для коммерческого (торгового) права очень важным является выявление и закрепление организационного и имущественного разнообразия лиц, участвующих в торговом обороте, которое обусловлено характером и степенью их участия в коммерческой деятельности. Такое отличие действительно существует и имеет огромное значение. Однако четко показать и законодательно зафиксировать эти отличия пока не удается.

В своем докладе мне хотелось бы рассмотреть проблемы правового регулирования деятельности дилеров и дистрибьюторов, как наиболее распространенных торговых посредников в России.

Очень актуальными в настоящее время становятся такие вопросы, как: «Кто такие дилер и дистрибьютор? Какими нормативными актами регулируется дилерская и дистрибьюторская деятельность, особенности и принципиальные отличия деятельности этих субъектов торгового оборота?», при ответе на которые сразу возникают затруднения.

Причина в том, что законодательство не определяет понятия «дилер» и «дистрибьютор». В некоторых законодательных актах дается определение понятия «дилерская деятельность» (ст. 4 Федерального закона от 22.04.1996г. №39-ФЗ «О рынке ценных бумаг»), но в целом наблюдается отсутствие законодательного регулирования проблемы.

 Что касается разницы в терминологии, то эти названия по смыслу близки, вследствие чего возникает множество споров по поводу определения и правового регулирования деятельности данных участников торгового обращения. Слово *«дилер»* в переводе с английского *«dealer»* – *«торговец»*, а слово *«дистрибьютор»* в переводе с *«distributor»* – *«распределитель»*. И дистрибьюторы, и дилеры действуют в качестве посредников в системе сбыта товаров, занимаясь их перепродажей. Несмотря на такое сходство, отличия между ними все-таки существуют.

 *Дилерская деятельность* осуществляется в соответствии с требованиями законодательства по рынку в ценных бумаг, в частности, Федеральным Законом «О рынке ценных бумаг» и на основании Временного положения о порядке осуществления брокерской и дилерской деятельности, Временного положения о лицензировании брокерской и дилерской деятельности на рынке ценных бумаг, утвержденных Постановлением ФКЦБ № 22 от 19 декабря 1996 года; Положения «О порядке рассмотрения и заключения Банком России договоров о выполнении функций дилера на рынке ценных бумаг, утвержденного Письмом ЦБ РФ от 10 ноября 1998 года №59-П.

*Дилер* - это всегда *юридическое лицо*, осуществляющее биржевое или торговое посредничество *за свой счет и от своего имени* в интересах принципала (участника биржевого рынка, который при регистрации контрактов принимает на себя права и обязанности продавца перед покупателем (дилером). Отношения дилеров с принципалом оформляются *соглашением о предоставлении* *права на продажу*. В соответствии с этим соглашением стороны заключают между собой договоры на поставку товаров. Сразу после поставки товара дилер производит расчеты с принципалом и фактически становится собственником товара, а затем продает эти товары от своего имени и за свой счет. Но в отличие от обычной перепродажи товаров, приобретенных по договорам купли-продажи, когда новый собственник не связан никакими обязательствами с продавцом, у которого он приобрел товар, дилер обязан продавать купленные у принципала товары на условиях, определенных соглашением между ними о предоставлении права на продажу. Как правило, этим соглашением устанавливается минимальный объем продаж на определенный период времени, и если фактический объем продаж будет ниже установленного минимума, принципал имеет право расторгнуть соглашение.

 На дилера распространяется обязанность организовывать рекламу, предпродажный сервис (демонстрационные залы, выставки продаж), техническое обслуживание. Дилер берет на себя обязательство соблюдать интересы принципала, обеспечивать для его товаров условия не худшие, чем для товаров других принципалов. Информацию о своей деятельности дилер должен сообщать своему принципалу. В отношении цен дилеры пользуются полной самостоятельностью. Соглашением может быть предоставлено монопольное право дилеру на продажу товаров принципала на определенной территории. Тогда при больших и постоянных объемах продаж дилер создает собственную сбытовую сеть. Но принципал в таком случае уже не может выходить на этот рынок с товарами той номенклатуры, которая определена соглашением, ни самостоятельно, ни через других дилеров. А если выйдет, то должен заплатить вознаграждение монопольному дилеру. Поэтому при подписании соглашения о предоставлении дилеру монопольного права на продажу товаров принципалу следует оговорить в соглашении, в каких случаях он может самостоятельно сбывать свой товар на рынке монопольного дилера. Но монопольное право дилера не означает, что он не может заключать соглашения с другими принципалами, если иное не оговорено в соглашении. Между сторонами может быть заключено соглашение с правом «первой руки». В этом случае принципал обязан сначала предложить товар дилеру «первой руки» и только в случае его отказа может продать этот товар самостоятельно или через других дилеров. И, наконец, подписанное между сторонами соглашение может не ограничивать права принципала, он может выходить на тот же рынок и с теми же товарами самостоятельно или через других дилеров.

Отношения с дилером регулируются договором поручения и договором комиссии, возможно и агентским договором. Размер вознаграждения должен быть определен четко. Дилеры получают вознаграждение в виде разницы между ценой покупки товара у принципала и ценой его перепродажи. Необходимо указать в договоре и момент, с которого у дилера наступает право на получение вознаграждения. Это может бить и дата заключения сделки, дата ее подтверждения (если такое подтверждение предусматривалось договором) или дата перечисления денежных сумм на банковский счет принципала по сделкам, совершенным с третьими лицами. Периодичность вознаграждения также должны быть определена договором.

 Дилер – это профессиональный участник рынка ценных бумаг, действующий только при наличии лицензии на осуществлении данного вида деятельности. *Лицензирование дилерской деятельности*, установленное Временным положением о лицензировании брокерской и дилерской деятельности на рынке ценных бумаг, осуществляется ФКЦБ (Федеральной Комиссией по Ценным Бумагам) или федеральным органом исполнительной власти, Банком России, которые имеют генеральную лицензию на осуществление лицензирования дилерской деятельности на рынке ценных бумаг.

В отечественной и зарубежной литературе выделяют различные виды дилеров в зависимости от того, в какой сфере выполняются их функции. Это может быть:

\* *валютный дилер* – участник валютного рынка. Главными валютными дилерами являются коммерческие и центральные банки. Центральные банки покупают или продают национальную и иностранную валюту с целью регулирования курса национальной валюты;

\* *артдилер* - юридическое лицо, продающее произведения искусства или выполняющее посреднические функции в этой области;

\* *банк–дилер* – коммерческий банк, представляющий на рынке государственные ценные бумаги. В США это отдел банка, зарегистрированный в Совете по регулированию сделок с муниципальными ценными бумагами в качестве дилера по муниципальным ценным бумагам;

\* *брокер-дилер* – компания, сочетающая функции брокера и дилера;

\**первичный дилер* – дилерская фирма, уполномоченная для размещения новых выпусков ценных бумаг;

\* *официальный (эксклюзивный) дилер* – дилер, занимающийся сбытом и гарантийным техническим обслуживанием продукции одной фирмы;

\**инвестиционный дилер -* юридическое лицо, связанное с какой-либо компанией и выполняющее посреднические функции на рынке ценных бумаг в интересах этой компании;

\* *субдилер* – агент дилера, совершающий посреднические операции от имени дилера и за его счет.

С древнейших времен международная торговля и обмен товарами считались сильнейшим рычагом развития экономики страны. На переходе из XX в XXI век для мирового сообщества государств стала очевидной и общепризнанной тенденция к активному развитию хозяйственной жизни стран и народов, основанной на усиливающейся взаимозависимости государств, межгосударственных экономических связей. Все это является результатом развития и распространения норм и правил международной торговли. В настоящее время этот процесс приобретает огромные масштабы распространения и одновременно порождает большое количество правовых коллизий и пробелов.

Желание экспортера расширить сбыт своих товаров на зарубежных рынках, стремление минимизировать свои расходы, связанные с этим, с одной стороны, и привлечение агента на условиях договора поручения или комиссии, с другой стороны, приводит к ситуации, когда экспортер экономически (а по договору поручения и юридически) зависит от действий такого агента, его добросовестности и предприимчивости, возможности и желания обеспечить выгодные сделки. В роли такого агента выступает *дистрибьютор*, т.е. фирма, осуществляющая закупку определенных товаров у крупных промышленных фирм-производителей и сбыт товаров на региональных рынках от своего имени и за свой счет.

Отношения между принципалом (экспортером) и дистрибьютором оформляются *дистрибьюторским договором* (*Distributorship Agreement*), или договором о сбыте, который может иметь исключительный или неисключительный характер. Несмотря на довольно широкое распространение, деятельность дистрибьютора в большинстве стран, в том числе и в России, отдельно не урегулирована законодательством. Но в некоторых странах определенное правовое регулирование имеется. Например, в Саудовской Аравии, Иордании, в Кувейте, в ряде других стран Ближнего и Среднего Востока подобный вид деятельности разрешается только гражданам этих стран. Иными словами, без местного коммерсанта проникновение на рынок невозможно. Данные требования распространяются и на дистрибьюторов. В Ливане, Доминиканской Республике принято защищающее дистрибьютора регулирование либо в форме закона, касающегося непосредственно дистрибьюторов, либо путем введения регулирования, применяемого более общим образом ко всем сторонам дистрибьюторских отношений. В некоторых странах защита дистрибьюторов осуществляется судебной практикой путем применения к ним по аналогии правил об агентах либо путем применения общих принципов законодательства (например, в Германии и Франции).

В РФ также не сформировано законодательство, регулирующее деятельность дистрибьютора. Некоторые упоминания о дистрибьюторе содержаться в Распоряжении Мэра Москвы № 754-РМ от 21.07.98 «Об упорядочении деятельности по многоуровневому сетевому маркетингу на территории Москвы», в Распоряжении Мэра Москвы № 998-РМ от 02.10.98 «О Московской комиссии при Мэре по многоуровневому маркетингу» - поэтому *фактически единственным документом, регулирующим деятельность дистрибьютора, является дистрибьюторский договор.*

Следует отметить, что дистрибьютор не простой перепродавец, действующий как оптовый торговец, - дистрибьютор, как правило, имеет тесные и продолжительные связи с экспортером товара. Дистрибьютор осуществляет продвижение и организацию сбыта на закрепленной за ним территории страны, а экспортер часто предоставляет ему исключительное право сбыта, добровольно уходя с данного рынка и обязуясь не только не вступать с ним в конкуренцию, но и всячески оказывать содействие в продвижении товара, рекламе, предоставляя право на использование своего товарного знака, содействуя в организации обучения персонала и осуществления послепродажного технического обслуживания. Так, в руководстве по составлению международных дистрибьюторских соглашений Международной Торговой Палаты (МТП) выделяются следующие характерные черты деятельности дистрибьюторов, помимо перечисленных выше:

\*производитель утрачивает привилегированное положение на территории дистрибьютора, которому часто предоставляется исключительное право сбыта;

\*отношения устанавливаются на согласованный период времени; это лежит в основе сотрудничества, которое, исходя из его характера, не может быть эпизодическим;

\*в ходе таких отношений между сторонами возникают тесные доверительные связи. Сбыт готовых изделий сопровождается обычно ограничением свободы действий дистрибьютора, в частности обязательством воздерживаться от конкуренции.

По соглашению о предоставлении исключительного права экспортер предоставляет дистрибьютору исключительное право на размещение и продажу согласованных товаров на определенной (договорной) территории, а дистрибьютор принимает на себя обязательство закупать договорные товары исключительно у экспортера, с которым заключается соглашение. Исключительность может касаться товаров, географической территории и потребителей. Возможно заключение дистрибьюторского соглашения без условия об исключительности, и в этом случае число дистрибьюторов на договорной территории может быть не ограничено.

По правовой природе дистрибьюторский договор является организационным договором, который затем реализуется: с одной стороны, путем приобретения дистрибьютором у экспортера договорных товаров на основе отдельно заключаемых договоров купли-продажи; с другой стороны, путем продажи им на договорной территории договорных товаров от своего имени и за свой счет на основе заключаемых с потребителями отдельных договоров купли-продажи. Поэтому для сторон такой сделки важными являются стабильные правила их взаимодействия, согласовываемые обычно в виде общих условий продажи и содержащиеся в том же организационном дистрибьюторском договоре.

Вознаграждение дистрибьютора в коммерческой практике часто именуется «комиссионным вознаграждением» и рассчитывается, как и вознаграждение дилера, в виде разницы между ценами товара. Право на вознаграждение, способы его исчисления, сроки и порядок уплаты определяются соглашением сторон.

В литературе различают некоторые виды дистрибьюторов:

\**Генеральный дистрибьютор* – дистрибьютор, организующий сбыт в регионе продукции определенной фирмы своими силами или через собственную дилерскую сеть;

\**дистрибьюторы, имеющие склады (регулярные) –* выполняют функции накопления и хранения товаров, заключают договоры на поставку в будущих периодах, оказывают услуги в подсортировке и подбору ассортиментных групп товаров

\**дистрибьюторы, не имеющие складов –* в основном участвуют в транзитных поставках.

В России производители порой заключают дистрибьюторские контракты с посредниками для сбыта товара здесь же, в России. В этих случаях дистрибьютор на самом деле является дилером, а вместо дистрибьюторского контракта с ним должен заключаться договор на исключительную продажу товара.

В качестве примера компании, активно использующую услуги как дилеров, так и дистрибьюторов, я хотела бы привести ОАО «ЛУКОЙЛ», проводящую в настоящее время реформирование системы производства и реализации фасованных масел. Реформа предусматривает, в частности, создание сети фирменных магазинов и супермаркетов по реализации масел, организацию дилерской сети. С 2000 года «ЛУКОЙЛ» начал вплотную заниматься организацией разветвленной дилерской сети с управлением и координацией ее деятельности в головной компании. Эта сеть представляет собой совокупность дистрибьюторов и дилеров компании, обеспечивающих эффективную реализацию нефтепродуктов в регионах России. Схема деятельности предприятий компании в рамках этой системы представлена на рис. 1.

Предприятия-производители фасованных масел вырабатывают продукцию согласно утвержденному плану производства, формируемому на основе заявок потребителей, и передают ее дистрибьюторам для дальнейшей реализации. Те, в свою очередь, поставляют фасованные масла согласно плану поставок дилерам компании (ими станут дочерние организации «ЛУКОЙЛа», государственные и коммерческие структуры с устойчивым финансовым положением, осуществляющие торговлю на важных рынках сбыта нефтепродуктов; будут привлекаться и сторонние организации-дилеры, которые будут находиться под пристальным вниманием компании). Наглядным подтверждением официальных отношений с «ЛУКОЙЛом» станут специальные, с высокой степенью защиты от подделки сертификаты, которые будут получать от компании ее проверенные партнеры. Сертификаты свидетельствуют о том, что фирма является официальным дилером «ЛУКОЙЛа» и о том, что конкретная торговая точка реализует «правильное» масло. Компания постоянно следит за всеми субъектами дилерской сети и в случае недобросовестности партнеров лишает их соответствующего удостоверения. Таким путем компания намеревается добиться того, что через три года реализация лукойловских фасованных масел будет производиться по четким, отработанным экономическим схемам через дилерскую сеть, фирменные специализированные магазины, супермаркеты, а также через привлеченные коммерческие структуры малого и среднего бизнеса. По расчетам, если программу преобразований сбытовой структуры удастся выполнить полностью, предприятия ОАО «ЛУКОЙЛ» к 2005 году смогут увеличить реализацию фасованных масел до 140 тыс. тонн в год, т.е. в 3 раза больше по сравнению с сегодняшними показателями.

ВЫВОД: Анализ международного опыта торгово-посреднической деятельности и ее правого регулирования позволяет сделать вывод о том, что посредники играют важную роль в международном торговом обороте, а их грамотное использование позволяет экономить средства, время и повышает эффективность внешнеэкономической деятельности.

Использование института посредничества особенно важно для российских промышленных и коммерческих структур, большая часть которых в силу специфики своей деятельности и необходимости крупных капиталовложений не готовы пока к созданию собственной сбытовой сети за рубежом. Особенно незаменимы торговые посредники для тех отечественных организаций, которые впервые выходят на внешний рынок или же недавно начали его освоение.

Решая вопрос об использовании посредника очень важно оптимизировать их количество, исключив лишние посреднические звенья. Для российского производителя, не имеющего значительного опыта внешнеэкономической деятельности, вполне разумной могла бы быть опора на независимых отечественных торговых посредников, число которых пока явно недостаточно для обеспечения высокой эффективности экспорта. При отсутствии надежных торговых посредников с собственными разветвленными каналами сбыта российские поставщики вполне могут в своей деятельности ориентироваться на зарубежные посреднические фирмы. Опыт использования зарубежных торговых посредников весьма актуален для российских коммерческих структур не только при экспорте ими товаров на внешние рынки. Наработанные длительной зарубежной практикой нормы, правила и схемы взаимодействия в этой области могут быть творчески использованы российскими импортерами, осуществляющими сбыт иностранных товаров в РФ. В первую очередь это относится к принципам построения правовых и коммерческих взаимоотношений юридических и частных лиц, задействованных в реализации импортных товаров. Цивилизованная система их сбыта пока лишь только создается. Поэтому очень важно, чтобы с самого начала она отвечала высоким мировым стандартам.