



### Вікторія Резнікова

докторка юридичних наук, професорка,  
завідувачка кафедри господарського права  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка  
(Київ, Україна)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0149-0710>  
Researcher ID: <http://www.researcherid.com/rid/O-4799-2018>  
[reznikova.vv78@gmail.com](mailto:reznikova.vv78@gmail.com)

### Ірина Кравець

кандидатка юридичних наук, доцентка,  
доцентка кафедри господарського права  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка  
(Київ, Україна)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7523-5045>  
Researcher ID: <http://www.researcherid.com/rid/O-3908-2018>  
[ikravets104@gmail.com](mailto:ikravets104@gmail.com)



УДК 346.12+346.21

## ПОНЯТТЯ, ВИДИ ТА СКЛАД ТОРГОВЕЛЬНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПРАВОВІДНОСИН

АНОТАЦІЯ. В умовах лібералізації торгівлі, розширення зовнішньоекономічної діяльності українських суб'єктів господарювання, віддаленості постачальників від покупців існує об'єктивна необхідність розвитку інституту торгових посередників. Актуальність обраної теми зумовлює важлива роль торговельно-посередницьких відносин, недостатнє їх нормативно-правове регулювання та фрагментарне дослідження у господарсько-правовій доктрині.

Метою статті є формулювання авторського визначення поняття “торговельно-посередницькі правовідносини”, здійснення їх класифікації та з'ясування складу, зокрема й із врахуванням доктринальних положень, які раніше висвітлювалися у фахових джерелах щодо посередницьких правовідносин, що є загальними стосовно досліджуваних.

У статті обґрунтовано, що торговельне посередництво – це обов'язковий елемент ринку. Аналізується точка зору, відповідно до якої ототожнюється сутність торговельного посередництва із поняттям торговельної діяльності. Доведено, що з економічного погляду торговельну діяльність можна віднести до посередництва, проте з юридичного – її не можна ототожнювати з посередництвом. Наведено авторське визначення поняття “торговельно-посередницькі правовідносини”, сформульовані їхні ознаки. Здійснена класифікація торго-

вельно-посередницьких правовідносин за такими критеріями: структура, характер, територія здійснення.

Проаналізовано склад торговельно-посередницьких правовідносин. Суб'єктний склад є кваліфікуючою ознакою торговельно-посередницьких правовідносин як виду посередницьких правовідносин. Замовником у торговельно-посередницьких правовідносинах може бути виробник, продавець (постачальник), покупець товарів, який надав (переважно на підставі торговельно-посередницького договору) торговельно-посередникові право на вчинення в сфері торгівлі певних юридичних та (або) фактичних дій, хоч переважно й від власного імені, але в його інтересах та його коштом, з метою встановлення господарських зв'язків із третіми особами з приводу продажу та (або) купівлі товарів. Торговельним посередником (головною фігурою торговельно-посередницьких правовідносин) є суб'єкт господарювання, який систематично здійснює на професійних засадах торговельно-посередницьку діяльність, за загальним правилом, від власного імені, але коштом та в інтересах замовника за винагороду. Об'єктом торговельно-посередницьких правовідносин можна визначити: а) торговельно-посередницьку послугу, що споживається у процесі здійснення торговельно-посередницької діяльності; б) нематеріальне благо та (або) корисний ефект, що є наслідком надання торговельно-посередницької послуги й заради якого сторони вступають у торговельно-посередницькі правовідносини. Змістом торговельно-посередницького правовідношення є діяльність (дії) – процес надання торговельно-посередницької послуги, в якому контрагенти наділені кореспондуючими правами та обов'язками.

Ключові слова: посередницька діяльність; торговельна діяльність; торгівля; торговельний посередник; товар; торговельно-посередницькі правовідносини.

Виробник товарів (у широкому значенні цього слова<sup>1</sup>) може або сам займатися їхньою реалізацією, або залучати для збутової діяльності посередників. У разі залучення торговельних посередників вони, використовуючи свої знання, навички, уміння, можуть принести товаровиробнику більше користі, ніж якби він здійснював збутову діяльність самостійно. Послугами торговельних посередників можуть користуватися також продавці (постачальники) товарів, а також, у разі необхідності, покупці. У сучасних умовах господарювання лібералізація торгівлі, розширення зовнішньоекономічної діяльності українських суб'єктів господарювання, віддаленість постачальників від покупців спричиняють об'єктивну необхідність розвитку інституту торговельних посередників. Важлива роль торговельно-посередницьких відносин, недостатнє їх нормативно-правове регулювання та фрагментарне дослідження у наукових працях зумовлюють актуальність обраної теми дослідження.

Щодо ступеня наукової розробки комплексного підходу до поняття та класифікації торговельно-посередницьких правовідносин, то необхідно

<sup>1</sup> Під товарами в межах цього дослідження розуміємо “товари – майно”, “товари – інформація, яка не є об'єктом права інтелектуальної власності”, “товари – послуги”, “товари – результати робіт”.

зазначити, що сьогодні він є недостатнім. Серед учених-правознавців окремі аспекти торговельно-посередницьких правовідносин досліджували В. Васильєва, І. Галушина, Г. Сальнікова, К. Хрімлі та ін. Поняття торговельного посередництва, його призначення, особливості здійснення розглядаються також представниками економічної науки, зокрема, такими вченими, як М. Белявцев, А. Дунська, А. Мельник, А. Поповіченко, А. Савощенко, Н. Трішкіна, Л. Шестопалова. У господарсько-правовій доктрині недостатньо дослідженими залишаються поняття та склад торговельно-посередницьких правовідносин як виду посередницьких правовідносин.

Метою дослідження є формулювання авторського визначення поняття торговельно-посередницьких правовідносин, здійснення їхньої класифікації, з'ясування складу, зокрема і з урахуванням доктринальних положень, які раніше висвітлювалися у фахових джерелах щодо посередницьких правовідносин, які є загальними щодо досліджуваних.

Торговельне посередництво – обов'язковий елемент ринку. Підприємства використовують посередників для найбільш кваліфікованого забезпечення зручності придбання продукції за факторами часу, місця, форми і власності; зниження витрат на реалізацію продукції або здійснення операцій із матеріально-технічного забезпечення виробництва; зниження рівня запасів готової продукції або необхідних матеріально-технічних ресурсів; зменшення кількості постачально-збутових операцій; кращого контактування зі споживачами або постачальниками – банками, транспортними, складськими, експедиторськими, страховими фірмами, іншими суб'єктами сфери товарного обігу; досягнення високої оперативності реакції на зміни ринкової кон'юнктури; підвищення ступеня конкурентоспроможності товарів; забезпечення доступу до первинної ринкової інформації<sup>2</sup>.

В умовах цивілізованої ринкової економіки діє закон доцільності використання посередників: продавцям і покупцям товарів та послуг доцільно залучати посередників тільки в тому разі, якщо сума виплачуваної посередникам винагороди нижче, ніж можливі витрати продавців і покупців на самостійну організацію збуту або купівлю необхідних їм товарів і послуг<sup>3</sup>.

При дослідженні поняття та особливостей торговельного посередництва необхідно зазначити, що деякі науковці ототожнюють сутність торговельного посередництва із поняттям торговельної діяльності і на-

<sup>2</sup> Н Трішкіна, 'Особливості державної підтримки торговельного посередництва' [2011] 33(1) Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка 206.

<sup>3</sup> А Дунська, 'Торгові посередники в зовнішньоекономічній діяльності: проблеми визначення та класифікації' (2012) 9 Економічний вісник НТУУ "КПІ" 89-95.

голошують, що це ініціативна, самостійна діяльність щодо здійснення купівлі та продажу товарів з метою отримання прибутку.

За вказаним підходом посередництво фактично ототожнюється із торговельною діяльністю, у сфері якої відбувається обмін результатами господарської діяльності. Так, ще Г. Шершеневич, визначаючи предмет торгового права, розглядав торговельний оборот як посередництво, що здійснюється зі спекулятивною метою. Так само в основі класифікації торговельних угод лежало економічне розуміння посередництва (посередництво з обороту товарів, з обороту праці, посередництво – сприяння торгівлі)<sup>4</sup>. Посередником у процесі обороту товарів, як найбільш суттєвій частині торговельного обороту, є будь-яка особа, яка перебуває між виробником і споживачем, є “проміжною ланкою” між ними. Посередник – це особа, що “обслуговує” шлях товару від виготовлювача до безпосереднього споживача; до обслуговування цього процесу залучаються договірні конструкції, які належать до різних груп договорів – передачі майна у власність, тимчасового користування майном, надання послуг тощо, а тому виокремлення посередницьких договорів через призму економічної категорії “посередництво” видається ускладненим, оскільки посередництво як економічна категорія, так і діяльність у цій сфері є досить широким поняттям. А. Федоров називав торгівлею, у вузькому значенні цього слова, посередницьку діяльність виключно з придбання та збуту. Причину появи посередників автор розкривав так, – чим більше проведена система розподілу праці, результатом чого є те, що виробник працює не за замовленням споживача, а “на ринок”, тим ускладненішим стає здійснення обміну надлишків виробництва виключно силами самих товаровиробників, і тим більшою є необхідність користування послугами посередників<sup>5</sup>.

Очевидно, що розкриті причини появи посередників збігаються з причинами появи торгівлі як такої. Торгівля розглядається як одна з галузей народного господарства, завдання якої бути “сполучною ланкою” між виробником і споживачем, тобто здійснювати функції, що за суттю є посередницькими. Посередництво тлумачиться як “товаропровідний канал” від виробника до споживача. Передача посереднику функцій виробника з реалізації товарів у роздріб здійснюється шляхом продажу йому товарів за гуртовою ціною. Таке посередництво, з точки зору виробника, підвищує ступінь ефективності його робіт, оскільки дає можливість зосередити активність лише на виробництві, передаючи посереднику функції з просування товару до його кінцевого споживача. Окрім того, включен-

<sup>4</sup> Г Шершеневич, *Учебник торгового права* (Спартак 1994) 15-9.

<sup>5</sup> А Федоров, *Торговое право* (1911) 1-2.

Вікторія Резнікова, Ірина Кравець

ня посередника до відносин між виробником і споживачем як проміжної ланки суттєво скорочує строк обороту капіталу та підвищує дохідність (прибутковість) виробництва.

Відповідно до цього підходу торгово-посередницька діяльність – це діяльність, при якій посередники виступають контрагентами в купівлі-продажу товарів; займаються вивченням попиту та пропозиції товарів і закупівлею їх у товаровиробників, гуртовим продажем товарів покупцям<sup>6</sup>.

Під посередництвом розуміється будь-яка господарська операція між двома відправними точками: між створенням продукції та доведенням її до споживача. У ролі посередника тлумачиться особа, яка купує товар, маючи на меті не його споживання, а подальший перепродаж та отримання прибутку (доходу) завдяки різниці в цінах придбання і реалізації.

Так, у науковій літературі зазначається, що посередницькі організації можуть виконувати різноманітні функції, переважно вони займаються перерозподілом отриманих ресурсів, тобто закупівлею крупних партій товару та дрібним перепродажем його дрібним споживачам, тоді як для підприємця-виробника більш вигідний продаж товару гуртовому посереднику, а не напряму споживачеві. Залучення посередника знімає з виробника клопоти та турботи, пов'язані з реалізацією товару. Цілий комплекс складних і працемістких операцій перекладається на посередницькі ланки. Виробник залишається у виграві, знявши з себе завдання пошуку покупців, підбору партій товару для його роздрібного продажу, відвантажень за численними адресами тощо. Прискорюються також розрахунки за товар, оскільки посередник оплачує відразу вартість всього переданого йому товару. Водночас варто зазначити, що посередницькі організації самі не використовують товар, вони віддалені від інтересів споживача, тому менш вимогливі до питань асортименту, якості, строків відвантаження тощо. Безпосередні споживачі, зокрема й роздрібні торговельні організації, більш уважно та вимогливо ставляться до таких умов, що збільшує для виробника обсяги роботи та пов'язані з цим витрати. Зазначені аргументи підкреслюють економічне розуміння посередника як особи, що стоїть як “проміжна ланка” між виробником і кінцевим споживачем.

За цим підходом уся торговельна діяльність, так чи інакше, пов'язана з рухом товару від виробника до споживача, а тому вважається посередництвом. У такому розумінні слід відзначити односпрямованість посередництва на збут, реалізацію.

www.pravoua.com.ua

<sup>6</sup> Міжнародна торговельна діяльність (Рокоч В ред, ВНЗ “Університет економіки та права ‘КРОК’” 2018) 132.

Очевидно, що з точки зору права будь-яка торговельна діяльність не може бути кваліфікована як посередницька, а торгівля не може бути визначена як посередництво тільки тому, що вона опосередковує процес просування товару від виробника до його безпосереднього споживача. Необхідно наголосити на тому, що відповідно до ч. 1 ст. 263 Господарського кодексу України (далі – ГК України):

Господарсько-торговельною є діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг<sup>7</sup>.

Отже, з огляду на визначення, господарсько-торговельна діяльність не має нічого спільного з посередництвом у його правовому розумінні (суб'єкт господарювання діє у власному підприємницькому інтересі, від власного імені, за власний кошт, на власний ризик, придбаваючи товар у власність і маючи на меті отримання прибутку (доходу) завдяки різниці між цінами купівлі та подальшого перепродажу (в цьому аспекті об'єктивно-економічний процес просування товару від виробника до кінцевого споживача є побічним, другорядним для правового розуміння суті посередництва))<sup>8</sup>. Тож з економічної точки зору торговельну діяльність можна віднести до посередництва, проте з юридичної – не можна отожднювати з посередництвом.

У *широкому розумінні* торговельно-посередницьке правовідношення – це правовідношення, за яким одна сторона (торговий посередник) вчиняє від власного імені дії в інтересах іншої сторони (замовника) з метою створення для останнього бажаних юридичних та (або) фактичних наслідків. У *більш вузькому розумінні* – це правовідношення, за яким одна особа, будучи суб'єктом господарювання (торговий посередник), самостійно, систематично й на оплатній основі у межах повноважень (прав та обов'язків), визначених торгово-посередницьким договором, діє (вчиняє юридичні та (або) фактичні дії) у сфері господарювання в інтересах іншої особи – учасника торговельно-господарських відносин (замовника), за її кошт, хоч і від власного імені, виявляючи сприяння (юридичне та (або) фактичне) такій особі (замовнику) щодо встановлення господарських зв'язків із третіми особами.

<sup>7</sup> Господарський кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 р. № 436-IV <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>> (дата звернення: 03.06.2019).

<sup>8</sup> В Резнікова, 'Економічна сутність посередництва' [2009] 4(3) Вісник Хмельницького національного університету 231.

У зв'язку з цим торговельне посередництво необхідно розглядати не як одиначне правовідношення, а як систему правовідносин, яка передбачає включення до цієї системи торговельно-господарських відносин, що складаються між замовником і торговим посередником на підставі укладеного між ними торговельно-посередницького договору – “внутрішні відносини”, а також відносин між торговим посередником і третіми особами, що виникають при наданні торговим посередником замовникові відповідної торговельно-посередницької послуги, виконанні торговельно-посередницького договору – “зовнішні відносини”. Виникає особлива система відносин, що поєднує дві самостійні, але генетично пов'язані одна з одною групи відносин, найважливішими з яких є “внутрішні” відносини, оскільки саме в них виявляється специфіка торговельного посередництва. Утім, тісний зв'язок внутрішніх і зовнішніх відносин, об'єднаних фігурою торгового посередника, спільність їх кінцевої мети дає змогу розглядати ці правовідносини як структурні елементи єдиного правовідношення торговельного посередництва.

*Торговельно-посередницькі правовідносини* – це сукупність врегульованих нормами господарського права суспільних відносин, що виникають у процесі організації та здійснення торговельно-посередницької діяльності, учасники яких є носіями суб'єктивних прав та обов'язків, що утворюють між ними правовий зв'язок торговельного посередництва.

*Ознаками торговельно-посередницьких правовідносин є:*

1. *Особливий суб'єктний склад: участь у них особливого суб'єкта господарювання – торгового посередника, який є повноправним учасником господарських відносин, що діє в межах своєї господарської компетенції, безпосередньо здійснюючи торговельно-посередницьку діяльність із господарською метою (переважно отримання прибутку), при цьому посередництво є для такого суб'єкта основним та (або) виключним видом його діяльності. Торговий посередник – фізична або юридична особа, яка стає сполучною ланкою між виробником і споживачем, продавцем і покупцем товару, яка сприяє розвитку торгівлі<sup>9</sup>. Торговим посередником є суб'єкт господарювання, що вчиняє дії юридичного та (або) фактичного характеру, виступаючи в господарсько-торговельному обороті від власного імені, однак завжди в інтересах замовника. Мета господарсько-торговельного посередництва в торговельно-посередницьких правовідносинах відображає вагомні правові, економічні та (або) соціальні результати його реалізації (здійснення торговельно-посередницької діяльності шляхом надання торговельно-посередницької послуги). Результат забезпечується правомірними діями всіх учасників торговельно-*

<sup>9</sup> С Гончаров та Н Кушнір, *Тлумачний словник економіста* (Центр учбової літератури 2009) 264.

посередницьких правовідносин. Очікуваним із боку замовника (виробника, продавця, покупця) результатом є зміст повноваження (прав та обов'язків) торгового посередника на здійснення останнім діяльності (вчинення юридичних та (або) фактичних дій посередницького характеру) в інтересах та за кошт замовника. Для торгового посередника досягнення мети торговельно-посередницького правовідношення полягає в задоволенні потреби замовника й отриманні доходу (прибутку) від наданих торговельно-посередницьких послуг.

2. *Майнова цінність* – вони мають переважно майновий характер, хоча його результат і не є упередметненим, являючи собою нематеріальне благо, оскільки виникає у сфері майнового обороту. Посередницькі правовідносини є матеріальними за змістом, однак їх матеріальний зміст, що розкривається через загальне суспільне “виробництво” послуг та їхню реалізацію в господарському обороті суб'єктами господарювання, не слід ототожнювати з результатом їхнього надання, який є певним нематеріальним благом, що проявляється у корисному ефекті від надання такої послуги і не може бути матеріалізованим, втіленим у певну упередметнену форму<sup>10</sup>.

3. *Об'єктом торговельно-господарських правовідносин* є продукт торговельно-посередницької діяльності, з приводу якого складається торговельно-посередницьке відношення, або торговельно-посередницька послуга як економічна форма праці, яка споживається у процесі цієї діяльності й має своїм результатом корисний ефект, економічне благо для заінтересованої сторони (послугоотримувача).

4. *Торговельно-посередницькі правовідносини* відносяться переважно до горизонтальних (за класифікацією В. Рахмиловича<sup>11</sup>), оскільки не мають ознак влади та підпорядкування, у яких взаємні права й обов'язки, здебільшого майнового характеру, виникають переважно з договорів та інших юридичних фактів. Торговельно-посередницькі правовідносини є тією ланкою, що поєднує вимоги правових норм із конкретною посередницькою діяльністю суб'єктів господарювання в механізмі правового регулювання посередницької діяльності.

Торговельно-посередницькі правовідносини можуть бути класифіковані за різноманітними критеріями.

Суб'єктами торговельно-посередницьких правовідносин завжди є замовник (виробник, продавець (постачальник), покупець), торговий посередник і треті особи, тому за *структурою* їх можна поділити на: а) внут-

<sup>10</sup> В Рєзнікова, ‘Поняття, особливості та види посередницьких правовідносин’ [2013] 3(97) Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка 24.

<sup>11</sup> В Рахмилович, ‘О хозяйственном праве и путях развития хозяйственного законодательства’ (1989) 10 Советское государство и право 48-9.



рішні (виникають між замовником і торговим посередником); б) зовнішні (виникають між торговим посередником та третіми особами).

За характером правовідносин торговельно-посередницькі правовідносини можна поділити на: а) відносини з безпосереднього здійснення торговельно-посередницької діяльності, які виникають між суб'єктами господарювання; б) відносини з організації торговельно-посередницької діяльності, які виникають між суб'єктами господарювання та суб'єктами організаційно-господарських повноважень.

За територією здійснення торговельно-посередницькі правовідносини поділяються на: а) національні – виникають із приводу здійснення торговельно-посередницької діяльності в межах певної країни; б) зовнішньоекономічні – виникають із приводу здійснення торговельно-посередницької діяльності поза межами певної країни і складаються із вивозу (експорту) та ввозу (імпорту) товарів.

Суб'єктний склад торговельно-посередницьких правовідносин як виду посередницьких правовідносин зумовлюється їхньою складною системою. Посередництво як система відносин виражається у певній договірній юридичній конструкції (посередницькому договорі). В юридичній літературі немає єдності поглядів щодо того, яке саме правовідношення (між якими суб'єктами) є безпосередньо правовідношенням посередництва. За одним із підходів у структурі посередництва виділяють “внутрішнє” правовідношення між посередником та замовником, і “зовнішнє” – між посередником та третіми особами, з якими посередник вступає в правовідносини у процесі надання посередницької послуги замовникові, з метою виконання відповідного посередницького договору. Правовідношення між замовником і третіми особами, встановлення між ними господарського зв'язку, виникненню якого сприяв посередник, трактується як результат реалізації внутрішнього й зовнішнього відношення. Таким чином, до суб'єктів посередництва (окрім замовника та посередника) відносять і третіх осіб<sup>12</sup>.

За іншим підходом, власне, посередництвом визнається внутрішнє правовідношення між посередником і замовником щодо надання останньому посередницької послуги за посередницьким договором. Не виключається, проте, і наявність “зовнішнього” правовідношення, щодо розуміння якого помітні розбіжності: 1) ним визнається зв'язок між посередником і третьою особою з приводу надання посередницької послуги замовникові, досягнення для нього корисного результату (“внутрішнє” та “зовнішнє” правовідношення розглядаються як передумови

<sup>12</sup> В Резнікова, ‘Суб'єкти посередницьких правовідносин’ [2011] 4(40) Університетські наукові записки 159.

виникнення господарських зв'язків між замовником і третьою особою за сприяння посередника), а суб'єктами посередництва визнаються замовник і посередник; 2) ним визнається не господарський зв'язок посередника з третьою особою, а правовідношення між замовником і третьою особою, що виникло за сприяння посередника, а тому до суб'єктів посередництва відносять і третю особу<sup>13</sup>.

На основі цього можна стверджувати, що особливий суб'єктний склад є кваліфікуючою ознакою торговельно-посередницьких правовідносин як виду посередницьких правовідносин.

Замовником у торговельно-посередницьких правовідносинах може бути виробник, продавець (постачальник), покупець товарів, який надав (переважно на підставі торговельно-посередницького договору) торговельно-посередникові право на вчинення в сфері торгівлі певних юридичних та (або) фактичних дій, хоча переважно й від власного імені, але в його інтересах та його коштом, з метою встановлення господарських зв'язків із третіми особами з приводу продажу та (або) купівлі товарів.

Доцільність звернення виробника до незалежного торгового посередника виникає, як правило, при виробництві та реалізації продукції досить широкого застосування, яка використовується багатьма споживачами і в невеликих кількостях.

Виробник не може обійтися без допомоги торгового посередника з двох причин:

- 1) прагнення до максимального розширення (або збереження) свого сегмента на ринку в конкурентному середовищі;
- 2) неможливість у межах діючих на ринку цін утримати на прийнятному рівні свої витрати при спробі задоволення великої кількості дрібних замовлень, що надходять, та їх виконання в потрібні покупцеві терміни.

Те, що економічно нерозв'язно (або вирішується з великими втратами) для виробника, цілком досяжно для торгового посередника, що діє в зоні максимального наближення до споживача і перетворює великі партії продукції, що купується, на дрібні, відповідні індивідуальному попиту. При цьому високий рівень обслуговування дрібних споживачів поєднується з перевагами завантаження виробництва у виробників досить великими замовленнями та використання магістрального транспорту для доставки продукції в зони споживання. Зі свого боку торгові посередники здійснюють великі складські операції та мають можливість

<sup>13</sup> В Резнікова, 'Проблеми правового регулювання господарського посередництва' в *Актуальні проблеми господарського права (Особлива частина): підручник* (Щербина В та Резнікова В ред, Ліра-К 2018) 195.

ефективно використовувати транспортні засоби при доставці товарів споживачам, яких вони обслуговують<sup>14</sup>.

*Торговим посередником* (головною фігурою торговельно-посередницьких правовідносин) є суб'єкт господарювання, який систематично здійснює на професійних засадах торговельно-посередницьку діяльність, за загальним правилом, від власного імені, але коштом та в інтересах замовника за винагороду. Торговий посередник – це суб'єкт господарювання, що налагоджує господарські зв'язки між виробником, продавцем (постачальником), покупцем товарів і третіми особами (зокрема й споживачами) з метою прискорення та полегшення господарського обороту товарів. Статус суб'єкта господарювання закріплюється за торговим посередником при його державній реєстрації, сам факт якої і є отриманням статусу, набуттям додаткового, порівняно із загальними правами й свободами, правового простору для здійснення професійної діяльності.

Торгові посередники, як правило, спеціалізуються на певних групах товару, вони постійно відслідковують ситуацію у певному сегменті товарного ринку, внаслідок чого швидше, ніж виробники товарів, знаходять контрагентів, зацікавлених у купівлі таких товарів. Завдяки постійному моніторингу попиту та пропозиції на відповідні групи товарів торгові посередники мають змогу інформувати товаровиробників про основні тенденції ринкової кон'юнктури та її показників.

Визначають такі функції торгових посередників:

- 1) дослідницька робота – збір інформації, необхідної для планування і покращання обміну;
- 2) стимулювання збуту – короткотермінові заходи, спрямовані на збудження швидкої реакції ринку у відповідь на пропоновану фірмою продукцію;
- 3) встановлення контактів – налагодження і підтримання зв'язків з потенційними покупцями;
- 4) пристосування товарів – підгонка товару під вимоги покупців, це стосується таких видів діяльності, як виробництво, сортування, монтаж, упакування;
- 5) проведення переговорів – спроби узгодження цін та інших умов для подальшого акту передачі власності;
- 6) організація товароруку – транспортування і складування товарів;
- 7) фінансування – пошук та використання коштів для покриття витрат діяльності з доставки товарів до споживачів;

<sup>14</sup> М. Белявцев та Л. Шестопалова, *Інфраструктура товарного ринку* (Центр навчальної літератури 2005) 416.

8) прийняття ризику – взяття на себе відповідальності за доведення товарів до кінцевих споживачів<sup>15</sup>.

Посередники в торгівлі спеціалізуються чи то на певному асортименті, чи то на різних групах клієнтів. Це дає їм змогу виконувати значний обсяг робіт із підготовки до зустрічі сторін і проведення переговорів. Вони інформують виробника (продавця) про:

1) кон'юнктуру ринку, технічні, валютні та митні правила; діяльність на своєму ринку конкурентів, їхні ціни, умови поставки та платежу, технічні й споживчі характеристики їхніх товарів; правові обмеження та інші обставини, що мають значення для реалізації товарів на визначеній у договорі території; інформують потенційних покупців про споживчі характеристики пропонованого товару, проводять активну рекламну кампанію;

2) вживають заходів щодо формування належної репутації та привабливого іміджу продавця;

3) організовують ділові контакти виробника (продавця) із перспективними покупцями, представниками ділових кіл, управлінських структур та інших організацій, від яких залежить прийняття рішень з укладання угоди купівлі-продажу<sup>16</sup>.

У практиці міжнародної торгівлі сформувалися відповідні вимоги до вибору посередника:

1) посередник повинен бути спроможним забезпечити необхідний рівень надання додаткових сервісних послуг, особливо, коли предметом торгівлі є машини, обладнання або інша машино-технічна продукція;

2) потенційний партнер повинен мати в своєму розпорядженні належну матеріально-технічну базу – торговельні, представницькі, демонстраційні, складські приміщення, канали і засоби зв'язку;

3) посередницька фірма повинна бути фінансово стабільною, мати бездоганну ділову репутацію та готовність до довготривалого співробітництва;

4) посередник не повинен представляти інтереси іншої фірми або національної фірми, яка виробляє аналогічний або конкуруючий товар, на цій території<sup>17</sup>.

Діяльність торгово-посередницької ланки повинна ґрунтуватися на низці принципів:

1) підвищення ролі стратегічного планування й управління для забезпечення стабільного виробництва та споживання продукції в народному

<sup>15</sup> І Юрко, *Торговельне підприємництво: навчальний посібник* (ПУЕТ 2014) 221.

<sup>16</sup> А Савощенко, *Інфраструктура товарного ринку* (КНЕУ 2004) 336.

<sup>17</sup> Дунська (н 3).

господарстві, створення на цій основі умов для більш стійкого та надійного функціонування сфери обігу;

2) виділення економічних пріоритетів у стимулюванні матеріальних і фінансових потоків у найбільш ефективні галузі, зважаючи на господарсько-політичні та соціальні завдання, що вирішуються країною на певному етапі;

3) мобілізація внутрішніх резервів, забезпечення раціонального використання й економії фінансових, матеріальних ресурсів у кожній ланці народногосподарського комплексу;

4) підвищення відповідальності за виконання договірних зобов'язань щодо постачань і транспортування продукції всіма учасниками ринкового обороту на підставі взаємних прав та обов'язків, обумовлених господарськими договорами, контрактами, замовленнями;

5) найбільш ефективна організація процесу реалізації продукції, що випускається підприємствами, і закупівель матеріальних ресурсів споживачами в необхідному асортименті і в підготовленому до виробничого споживання вигляді при мінімальних витратах обігу та сукупних запасах;

6) створення економічних умов і використання маркетингових інструментів, що дають змогу якісно й ефективно задовольняти запити покупців, гнучко маневрувати матеріальними ресурсами і прискорювати їхню оборотність на користь стабілізації та зростання економіки;

7) створення сучасної матеріально-технічної бази з основними елементами ринкової інфраструктури в комерційній ланці, безперервне її вдосконалення для пропорційного розвитку сфери обігу відповідно до вимог сфери виробництва;

8) використання наукових методів управління матеріальними потоками на основі сучасних логістичних підходів і методів, широкого використання можливостей електронного ринку, системи мережі Інтернет з метою максимального і своєчасного задоволення ринкових запитів покупців;

9) використання форм і методів соціально-етичного маркетингу для встановлення механізмів взаємовигідних угод не тільки з ринковими партнерами, а й у суспільстві завдяки активному використанню комунікативних моделей, зокрема зв'язків із громадськістю<sup>18</sup>.

Нині теоретичне і практичне значення у межах аналізу суб'єктного складу торговельно-посередницьких правовідносин має вирішення проблеми множинності осіб у торговому посередництві. Сьогодні така практика в сфері торговельної діяльності вже досить поширена з огляду

<sup>18</sup> Белявцев та Шестопалова (н 14).

на відсутність прямих законодавчих обмежень щодо множинності осіб у торговельно-посередництві. Множинність осіб може бути як на стороні замовника (виробника, продавця (постачальника), покупця товарів), так і торгового посередника.

У сфері торгівлі актуальним є питання щодо можливості здійснення торговельно-посередницької діяльності в інтересах не одного замовника, а двох і більше. Йдеться про можливість одночасного посередництва в інтересах двох і більше осіб за їхньою згодою. Це обумовлює необхідність нормативно-правового закріплення низки гарантій для осіб, в інтересах яких можлива така форма торговельного посередництва, передусім для усунення ризику можливого “конфлікту інтересів” у торгового посередника.

У зв'язку з цим потребує закріплення на законодавчому рівні положення про те, що множинність осіб на стороні замовника (виробника, продавця (постачальника), покупця товарів) у торговельно-посередницькому правовідношенні є допустимою лише при наявності об'єднуючої щодо зазначених осіб єдиної господарсько-правової цілі, єдиного господарського інтересу, тієї господарської мети, на досягнення якої повинні бути спрямовані дії, зусилля торгового посередника.

Проблема множинності осіб у торговельно-посередницькому правовідношенні актуалізується із наділенням замовником кількох торгових посередників правом діяти від власного імені, але в його інтересах у господарському обороті для досягнення однієї господарської мети. У цьому випадку множинність осіб зумовлена необхідністю здійснення спільних, скоординованих (узгоджених) дій юридичного та (або) фактичного характеру з боку кількох торгових посередників в інтересах одного замовника.

Питання множинності осіб на стороні торгового посередника нерозривно пов'язане з однозначним вирішенням на законодавчому рівні питання щодо можливості залучення торговим посередником співвиконавців при наданні замовникові торговельно-посередницької послуги щодо передачі (за аналогією з передорученням при представництві) іншим особам повноважень діяти в господарському обороті в інтересах та коштом замовника; щодо загального порядку оплати послуг і розподілу витрат при множинності осіб на стороні торгового посередника тощо.

Об'єктом торговельно-посередницьких правовідносин можна визначити: а) торговельно-посередницьку послугу, що споживається у процесі здійснення торговельно-посередницької діяльності; б) нематеріальне благо та (або) корисний ефект, що є наслідком надання торговельно-

посередницької послуги й заради якої сторони вступають у торговельно-посередницьке правовідношення.

*Об'єктом* торговельно-посередницьких правовідносин за таким підходом є торговельно-посередницька послуга як економічна форма праці, яка споживається у процесі торговельно-посередницької діяльності й має своїм результатом корисний ефект, економічне благо для заінтересованої сторони (послугоотримувача). Якщо об'єктом господарського права є ті суспільні відносини, які можуть бути предметом господарсько-правового регулювання і потребують такого регулювання, то об'єкт торговельно-посередницьких правовідносин – це відповідна частина суспільних відносин, елемент, з приводу якого взаємодіють суб'єкти посередництва, це те, на що спрямовані суб'єктивні юридичні права та обов'язки<sup>19</sup>.

*Змістом* торговельно-посередницького правовідношення є діяльність (дії) – процес надання торговельно-посередницької послуги, в якому контрагенти наділені кореспондуючими правами та обов'язками. Як зауважує Г. Сальнікова, специфіка змісту посередницького правовідношення визначається метою, з якою у нього вступають клієнт і посередник, – сприяння у встановленні нового правовідношення з третіми особами (об'єктом і матеріальним змістом посередницького правовідношення є активні дії з надання послуг контрагентам)<sup>20</sup>. На думку С. Мотуренка, зміст посередницького правовідношення полягає в наділенні осіб, які беруть у ньому участь, кореспондуючими правами та обов'язками у певній сфері господарювання, а посередництво – це господарське зобов'язальне правовідношення, що виникає як результат діяльності третьої особи, складається у сфері товарного виробництва і товарообороту<sup>21</sup>. Подібні правовідносини називають зобов'язальними, оскільки вони відображають певні зобов'язання осіб, які беруть у них участь. Із численних видів зобов'язань можна виділити в окрему групу господарські зобов'язання, що опосередковують економічний оборот у його широкому розумінні. Серед господарських зобов'язань виділяють зобов'язання з надання послуг (виконання фактичних та (або) юридичних дій). Зазначені господарські зобов'язальні відносини можуть, зокрема, встановлюватися через послуги посередників, що мають також зобов'язальний характер<sup>22</sup>. Посередницьке зобов'язання, як зазначає А. Сохновський, виявляється у формі діяльності юридичного характеру, яка опосередковує рух продукту зі сфери виробництва до сфери виробничого або осо-

<sup>19</sup> В Резнікова, 'Об'єкт посередницьких правовідносин' [2012] 1(41) Університетські наукові записки 421.

<sup>20</sup> Г Сальнікова, 'Правове регулювання посередництва у підприємницькій діяльності' (автореф дис канд юрид наук, 2003) 10-2.

<sup>21</sup> С Мотуренко, 'Правовое положение таможенных посредников' (дис канд юрид наук, 2006) 7-9, 53-5.

<sup>22</sup> И Танчук и В Ефимочкин и Т Абова, *Хозяйственные обязательства* (Юрид лит 1970) 31-122.

бистого споживання<sup>23</sup>. М. Сулейменов додає, що характерною рисою такого зобов'язання є включення в посередницьке правовідношення третіх осіб<sup>24</sup>. Оскільки торговельно-посередницькі правовідносини є видом посередницьких правовідносин, то все зазначене вище стосується і предмета нашого дослідження.

Висновки. *Торговельно-посередницькі правовідносини* – це сукупність врегульованих нормами господарського права суспільних відносин, що виникають у процесі організації та здійснення торговельно-посередницької діяльності, учасники яких є носіями суб'єктивних прав та обов'язків, що утворюють між ними правовий зв'язок торговельного посередництва.

Торговельно-посередницькі правовідносини можна поділити на:

1. *За структурою*: а) внутрішні (виникають між замовником і торговим посередником); б) зовнішні (виникають між торговим посередником і третіми особами).

2. *За характером*: а) відносини з безпосереднього здійснення торговельно-посередницької діяльності, які виникають між суб'єктами господарювання; б) відносини з організації торговельно-посередницької діяльності, які виникають між суб'єктами господарювання та суб'єктами організаційно-господарських повноважень.

3. *За територією здійснення*: а) національні (виникають з приводу здійснення торговельно-посередницької діяльності в межах певної країни); б) зовнішньоекономічні (виникають із приводу здійснення торговельно-посередницької діяльності поза межами певної країни і складаються з вивозу (експорту) та ввозу (імпорту) товарів).

Для розвитку торговельно-посередницької діяльності в Україні необхідно:

1) розвивати різні види торговельно-посередницьких підприємств за функціональним призначенням, спеціалізацією, розмірами, організаційно-правовими формами господарювання;

2) створювати оптові асоціації шляхом добровільного об'єднання наявних торговельно-посередницьких підприємств, до складу яких слід включити фінансові, інформаційні, наукові та інші інститути;

3) удосконалювати та оновлювати торгову інфраструктуру, що передбачає налагодження тісної взаємодії товаровиробників, роздрібною торгівлі з гуртовою торгівлею, органічну інтеграцію виробництва і збуту на основі маркетингу;

<sup>23</sup> А Сохновский, 'Правоотношения торгового посредничества между социалистическими организациями' (1976) 5 Правоведение 57-9.

<sup>24</sup> М Сулейменов, 'Хозяйственно-посреднические договоры услуг' (1973) 3 Советское государство и право 50-4.



- 4) удосконалювати механізм управління комерційною діяльністю торговельно-посередницьких підприємств;
- 5) впроваджувати на торговельно-посередницьких підприємствах сучасні інформаційні системи;
- 6) сприяти розвитку продажу через мережу Інтернет;
- 7) підвищувати рівень обслуговування та зниження цін на товари і послуги<sup>25</sup>.

На нормативно-правовому рівні необхідним є закріплення положення про те, що множинність осіб на стороні замовника (виробника, продавця (постачальника), покупця товарів) у торговельно-посередницькому правовідношенні є допустимою лише при наявності об'єднуючої щодо зазначених осіб єдиної господарсько-правової цілі, єдиного господарського інтересу, тієї господарської мети, на досягнення якої повинні бути спрямовані дії, зусилля торгового посередника. На законодавчому рівні необхідно вирішити питання щодо можливості залучення торговим посередником співвиконавців при наданні замовникові торговельно-посередницької послуги щодо передачі (за аналогією з передорученням при представництві) іншим особам повноважень діяти в господарському обороті в інтересах та коштом замовника; щодо загального порядку оплати послуг і розподілу витрат при множинності осіб на стороні торгового посередника тощо.

Подальшого дослідження потребують питання вдосконалення законодавства України, що регулює правовий статус торгових посередників. Необхідним є вивчення нормативно-правового регулювання торговельно-посередницьких відносин у зарубіжних країнах з метою винайдення механізмів удосконалення законодавства України щодо вказаних правовідносин.

## REFERENCES

### Bibliography

#### *Authored books*

1. Bieliavtsev M ta Shestopalova L, *Infrastruktura tovarnoho rynku [Commodity Market Infrastructure]* (Tsentri navchalnoi literatury 2005) (in Ukrainian).
2. Fedorov A, *Torgovoe pravo [Trade Law]* (1911) (in Russian).
3. Honcharov S ta Kushnir N, *Tlumachnyi slovnyk ekonomista [An Economist's Explanatory Dictionary]* (Tsentri uchbovoi literatury 2009) (in Ukrainian).
4. Savoshchenko A, *Infrastruktura tovarnoho rynku [Commodity Market Infrastructure]* (KNEU 2004) (in Ukrainian).

<sup>25</sup> А Мельник та А Поповіченко, 'Особливості здійснення вітчизняними підприємствами торговельно-посередницької діяльності' [2016] 4(04) Східна Європа: економіка, бізнес та управління 174-5.

5. Shershenevich G, *Uchebnik torgovogo prava [Textbook of Trade Law]* (Spartak 1994) (in Russian).
6. Tanchuk I i Efimochkin V i Abova T, *Hozhajstvennye objazatel'stva [Economic Obligations]* (Jurid lit 1970) (in Russian).
7. Yurko I, *Torhovelne pidpriemnytstvo: navchalnyi posibnyk [Trade Business: Study Guide]* (PUET 2014) (in Ukrainian).

*Edited books*

8. *Mizhnarodna torhovelna diialnist [International Trade Activities]* (Rokoch V red, VNZ "Universytet ekonomiky ta prava "KROK" 2018) (in Ukrainian).
9. Rieznikova V, 'Problemy pravovoho rehuliuвання hospodarskoho poserednytstva' [Issues Pertaining to Legal Regulation of Economic Intermediary] v *Aktualni problemy hospodarskoho prava (Osoblyva chastyna): pidruchnyk [Current Issues of Economic Law (Special Part): Textbook]* (Shcherbyna V ta Rieznikova V red, Lira-K 2018) (in Ukrainian).

*Journal articles*

10. Dunska A, 'Torhovi poserednyky v zovnishnoekonomichnii diialnosti: problemy vyznachennia ta klasyfikatsii' [Trade Intermediaries in Foreign Economic Activity: Definition and Classification Issues] (2012) 9 *Ekonomichnyi visnyk NTUU "KPI"* 89-95 (in Ukrainian).
11. Melnyk A ta Popovichenko A, 'Osoblyvosti zdiisnennia vitchyznianymy pidpriemstvamy torhovelno-poserednytskoi diialnosti' [Specifics of Trade Intermediary Activities by Domestic Enterprises] (2016) 4 *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia* 174 (in Ukrainian).
12. Rahmilovich V, 'O hozhajstvennom prave i putjah razvitija hozhajstvennogo zakonodatel'stva' [On Economic Law and the Ways to Develop Economic Legislation] (1989) 10 *Sovetskoe gosudarstvo i pravo* (in Russian).
13. Rieznikova V, 'Ekonomichna sutnist poserednytstva' [Economic Essence of Intermediary] [2009] 4(3) *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnogo universytetu* (in Ukrainian).
14. Rieznikova V, 'Obiekt poserednytskykh pravovidnosyn' [Actors in Legal Relations of Mediation] [2012] 1(41) *Universytetski naukovi zapysky* (in Ukrainian).
15. Rieznikova V, 'Poniattia, osoblyvosti ta vydy poserednytskykh pravovidnosyn' [Concept, Features and Types of Intermediary Legal Relationships] [2013] 3(97) *Visnyk Kyivskoho natsionalnogo universytetu imeni Tarasa Shevchenka* (in Ukrainian).
16. Rieznikova V, 'Subiekty poserednytskykh pravovidnosyn' [Subjects of Intermediary Legal Relations] [2011] 4(40) *Universytetski naukovi zapysky* (in Ukrainian).
17. Sohnovskij A, 'Pravootnosheniia torgovogo posrednichestva mezhdru socialisticheskimi organizacijami' [Legal Relations of Trade Intermediary between Socialist Organizations] (1976) 5 *Jurisprudence* (in Russian).
18. Sulejmenov M, 'Hozhajstvenno-posredniceskie dogovory uslug' [Economic Intermediary Service Contracts] (1973) 3 *Sovetskoe gosudarstvo i pravo* (in Russian).
19. Trishkina N, 'Osoblyvosti derzhavnoi pidtrymky torhovelnoho poserednytstva' [Specific Features of Trade Intermediary Support by the State] [2011] 33(1) *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Serii Ekonomika* (in Ukrainian).

*Thesis*

20. Salnikova H, 'Pravove rehuliuвання poserednytstva u pidpriemnytskii diialnosti' [Legal Regulation of Intermediary in Business] (avtoref dys kand yuryd nauk, 2003) (in Ukrainian).

*Dissertations*

21. Moturenko S, 'Pravovoe polozhenie tamozhennykh posrednikov' [Legal Status of Customs Intermediaries] (dys kand yuryd nauk, 2006) (in Russian).

Viktoriia Reznikova  
Iryna Kravets

## THE CONCEPT, TYPES AND COMPOSITION OF LEGAL RELATIONS OF TRADE INTERMEDIARY

**ABSTRACT.** In the age of trade liberalization, expansion of foreign economic activity conducted by Ukrainian economic entities, and remoteness of suppliers from buyers, there is an objective need to develop the institute of trade intermediaries. The relevance of this topic ensues from the essential role played by trade intermediary relations, and from their insufficient legal regulation and only fragmentary research in the economic law doctrine.

The purpose of this article is to formulate the author's definition of "legal relations of trade intermediary", to classify such relations and ascertain their composition, including in the light of the doctrinal provisions previously covered in professional sources in respect of the legal relations of intermediary which are common as relating to those under study.

The article proves that trade intermediary is a mandatory element of the market. The author analyzes a viewpoint according to which the essence of trade intermediary is equated with the concept of trade activity. The author shows that in terms of economy trade activity may be regarded as intermediary, but in terms of law it may not be identified with intermediary. The author gives her own definition of "legal relations of trade intermediary" and formulates their features. Legal relations of trade intermediary are classified by the following criteria: structure, nature, and territory where they occur.

The article offers an analysis of the composition of legal relations of trade intermediary. Parties are a qualifying characteristic of trade intermediary relations as a type of intermediary relations. In legal relations of trade intermediary, the customer may be manufacturer, seller (supplier), buyer of goods which has granted (mostly on the basis of a trade intermediary contract) a trade intermediary the right to perform certain legal and (or) factual actions in the area of trade, although mainly in the intermediary's own name but in the customer's interests and at the latter's expense, with the aim of establishing economic relations with third parties for the purpose of sale and (or) purchase of goods. A trade intermediary (the main actor in legal relations of trade intermediary) is an economic activity entity which conducts trade intermediary activity systematically and on a professional basis, according to general rules, on its own behalf but at the expense and in the interests of the customer, and receives a fee for such activity. The object of legal relations of trade intermediary may be defined as: a) trade intermediary service consumed in the process of trade intermediary activity; b) an intangible benefit and (or) a beneficial effect which ensues from the rendered trade intermediary service and for which sake the parties enter into legal relations of trade intermediary. The content of legal relations of trade intermediary is activity (acts) – the process of providing a trade intermediary service in which the counterparties are endowed with respective rights and obligations.

**KEYWORDS:** intermediary activity; trade activity; trade; trade intermediary; commodity; legal relations of trade intermediary.