

6. Непредпринимательский характер. Данный признак свойственен обеим категориям, применительно к безвозмездной (спонсорской) помощи юридический состав предпринимательской деятельности отсутствует.

7. Универсальность субъектного состава. Данный признак ограничен в части безвозмездной (спонсорской) помощи, что следует из ч. 1 п. 1 Указа № 300. При этом такая ограниченность не препятствует отнесению спонсорства (частная категория) к благотворительной деятельности (общая категория).

8. Имущественный характер. Данный признак отвечает содержанию спонсорства, поскольку предмет соответствующего договора может быть подвергнут имущественной оценке, несмотря на «безвозмездный характер».

9. Стимулирующий характер. Данный признак является общим для обеих категорий, возможность установления льгот для спонсора вытекает из ч. 2 п. 13 Указа № 300, однако значительно ограничена.

10. Юридическое равенство сторон. Данный признак свойственен для обеих категорий, подтверждается природой договора спонсорской помощи.

11. Нуждаемость благополучателя. Данный признак не в полной мере характерен спонсорской помощи, поскольку Указ № 300 не устанавливает в качестве обязательного соответствующее условие. Полагаем, что отсутствие данного признака не имеет существенного значения, во-первых, в силу его факультативности, во-вторых, зависимости от подхода к регулированию.

Таким образом, предоставление безвозмездной (спонсорской) помощи отвечает признакам благотворительной деятельности. Считаем допустимым при учете изложенного использование конструкции спонсорства в качестве основы формирования законодательства о благотворительной деятельности.

Жвирбля К. А.

ДИСТРИБЬЮТОРСКИЙ ДОГОВОР КАК ПРАВОВОЙ ИНСТРУМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТА ТОВАРОВ

Жвирбля Ксения Александровна, студентка 4 курса Белорусского государственного университета, г. Минск, Беларусь, ksenij.zhvirblya5@tut.by

Научный руководитель: канд. юрид. наук, доцент Ядревский О. О.

Дистрибьюторский договор не поименован в Гражданском кодексе Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. № 218-З (далее – ГК). В судебной практике дистрибьюторский договор в каждом конкретном случае оценивается исходя из его содержания, с учетом предусмотренных в законе договорных моделей. Установив в нем признаки (элементы), свойственные тем или иным договорным типам, видам или подвидам, суды квалифицируют соответствующим образом дистрибьюторский договор.

Отличительный признак дистрибьюторского договора – не отдельные обязанности сторон, а общая цель совокупности правовых отношений, регулируемых дистрибьюторским договором, – распространение и продвижение

товара, являющегося предметом соглашения, на соответствующем товарном рынке.

Предлагается дефиниция дистрибьюторского договора, в соответствии с которой по дистрибьюторскому договору одна сторона (принципал) обязуется предоставлять произведенные или закупаемые ею товары другой стороне (дистрибьютору), а дистрибьютор обязуется за свой счет и от своего имени осуществлять реализацию указанных товаров для укрепления позиции принципала на соответствующем товарном рынке.

У принципала цель – расширить рынок сбыта и повысить узнаваемость товара. Дистрибьютор, как правило, получает эксклюзивные права на распространение товара на определенной территории. Дистрибьютор выступает представителем компании-принципала, обеспечивающим реализацию товара.

Условие о порядке взаимодействия сторон после заключения договора является существенным условием дистрибьюторского договора, включающим в себя договоренность о механизме осуществления поставок, предшествующую заключению самостоятельных договоров поставки, а также действия дистрибьютора по реализации и продвижению товаров. Условие о территории, об эксклюзивности, о гарантированном минимуме продаж и т. п. являются наиболее часто встречающимися в дистрибьюторских договорах, однако не являются существенными, поскольку отсутствие указанных условий не влечет признание дистрибьюторского договора незаключенным. В случае отсутствия названных условий в дистрибьюторском договоре дистрибьютор не ограничен территорией реализации товаров, не является эксклюзивным дистрибьютором на территории и не связан объемом продаж или закупок.

В качестве наименований сторон дистрибьюторского договора предлагается принципал и дистрибьютор. Под принципалом следует понимать лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность, являющееся производителем товаров, либо закупающее их у третьих лиц. Дистрибьютор – это субъект торговой деятельности, который приобретает товар в собственность с целью его последующей перепродажи и при этом действует от своего имени и оказывает определенные услуги по продвижению товара.

Основные отличительные черты дистрибьюторского договора, которые указывают на его самостоятельный характер, представлены следующим образом:

- 1) дистрибьютор является собственником товара в отношениях с третьими лицами;
- 2) продажа товаров осуществляется дистрибьютором от своего имени и за свой счет;
- 3) обязанностью дистрибьютора, помимо уплаты цены за товар, является обязанность осуществлять продвижение товаров, приобретаемых у поставщика;
- 4) дистрибьюторский договор может определять территорию, на которой действует дистрибьютор;

5) возможно предоставление дистрибьютору права продажи, когда производитель утрачивает привилегированное положение на территории дистрибьютора;

6) возможно ограничение свободы действий дистрибьютора обязательством воздерживаться от конкуренции;

7) осуществление сбыта маркированных товаров под товарным знаком производителя.

Для дистрибьюторского договора характерно установление специфических санкций, влекущих негативные последствия для сторон за нарушение условий о территории, эксклюзивности и соблюдении минимума закупок или продаж:

1) приостановление для дистрибьютора права на получение специальной дистрибьюторской скидки на покупаемый товар;

2) увеличение отпускной цены на товары на определенный процент;

3) отказ принципала от исполнения обязательств по дистрибьюторскому договору, результатом чего является лишение статуса дистрибьютора в контексте отношений дистрибьютора с данным принципалом.

Исходя из вышеизложенного, полагаем, что дистрибьюторский договор должен найти отражение в ГК. Это бы облегчило деятельность судов и предпринимателей, а также сделало более привлекательным белорусское законодательство с позиции применимого материального права для регулирования дистрибьюторских отношений.

Карнович Д. М.

О ФОРМЕ КОМПЕНСАЦИИ МОРАЛЬНОГО ВРЕДА

Карнович Диана Михайловна, студентка 4 курса Академии управления при Президенте Республики Беларусь, г. Минск, Беларусь, diana.30491@mail.ru

Научный руководитель: канд. юрид. наук, доцент Карпенков В. В.

Из содержания ст. 152, 970 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК) следует, что в действующем законодательстве отсутствует иная форма компенсации морального вреда, кроме денежной. Следует отметить, что до вступления в силу Гражданского кодекса от 1 июля 1999 г., белорусским законодательством была предусмотрена возможность компенсации морального вреда в иной материальной форме. В частности, такая возможность была регламентирована Правилами возмещения вреда, причиненного жизни и здоровью гражданина, утвержденными постановлением Кабинета Министров Республики Беларусь от 9 ноября 1994 г. № 172 с изменениями и дополнениями от 8 ноября 1995 г.

Нельзя исключать, что потерпевшему единовременная выплата денежных средств не принесет необходимого удовлетворения.

Следует заметить, что на сегодняшний день в ряде стран легально закреплена позиция компенсации морального вреда в иной (неденежной) форме. Например, п. 3 ст. 23 Гражданского кодекса Украины от 16 января 2003 г. № 435-IV (в ред. от 10 июня 2023 г.) предусматривает: «Если иное не установлено законом, моральный вред возмещается денежными средствами,