

.....

# ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО; ГОСПОДАРСЬКО-ПРОЦЕСУАЛЬНЕ ПРАВО

.....

УДК 346.5(477)

**К. І. Кролевецький**

адвокат АО «Кролевецький та партнери»,  
здобувач  
Науково-дослідного інституту  
правового забезпечення інноваційного розвитку  
Національної академії правових наук України

## ДО ПИТАННЯ СУБ'ЄКТНОГО СКЛАДУ ПРАВОВІДНОСИН НА РИНКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

*Статтю присвячено вивченню питань суб'єктного складу господарських правовідносин, зокрема на ринку оптової торгівлі. Автором проаналізовано доктрину господарського та цивільного права, а також акти національного законодавства, зроблено ґрунтовні висновки.*

**Ключові слова:** суб'єкт, господарські правовідносини, відносини на ринку оптової торгівлі.

**Постановка проблеми.** Розглядаючи структуру певних правовідносин, первинним вважається дослідження суб'єкта як базового елемента правовідносин, без вольової поведінки якого правова норма б не відбулась. Специфіка правовідносин впливає безпосередньо на правове становище суб'єктів – носіїв суб'єктивних прав та юридичних обов'язків. Тому варто зупинитися на аналізі правового становища суб'єктів ринку оптової торгівлі. Актуальність цього питання пояснюється декількома причинами: причетністю до ринку значного кола осіб, інтереси яких збігаються або пересікаються, залежністю цього ринку від якості правового регулювання супутніх послуг, особливістю розвитку інфраструктури.

**Аналіз останніх досліджень.** Вивченню питань суб'єктного складу господарських правовідносин, зокрема на ринку оптової торгівлі, присвятили свої праці такі вчені, як В. Алмонова, Л. Андрєєва, В. Аполій, О. Зверева, Б. Пугінський та ін.

**Виклад основного матеріалу.** До основних ознак суб'єкта оптової торгівлі

К. Кролевецьким було віднесено такі: 1) державну реєстрацію; 2) новачність; 3) ініціативність; 4) дотримання правил здійснення торговельної діяльності щодо споживчих товарів; 5) освоєння (розширення) ринків збуту; 6) удосконалення форм вивчення кон'юнктури ринку та тенденцій його розвитку, системи просування товарів, професійної та систематичної основи діяльності.

**Метою статті** є спроба визначити сутність правової категорії «суб'єкт оптової торгівлі».

Г. Васильєв розуміє під суб'єктами оптової діяльності осіб, які зареєстровані в установленому порядку, мають права й обов'язки у сфері торговельних правовідносин, беруть участь у товарному обігу на професійній основі для отримання прибутку, несуть майнову відповідальність наявним у них майном [1].

Н. Фролова визначає суб'єктів оптової торгівлі як індивідуальних підприємців і оптові торговельні організації, що здійснюють від власного імені, на професійній (постійній) основі і на свій ризик торгівлю

партіями товарів і для яких цей вид діяльності є основним (домінуючим) із метою задоволення особистих (корпоративних) інтересів через задоволення суспільних потреб [2].

Тобто акцентовано на визначенні видів суб'єктів оптової торгівлі, об'єкті правовідносин та характері господарської діяльності.

Слід наголосити на відмінності понять «суб'єкт оптової торгівлі» та «учасник оптової торгівлі» або оптових правовідносин.

Як правило, розмежування здійснюється залежно від ступеня участі особи у процесі оптової господарської діяльності, суб'єктом визнається саме особа, котра бере безпосередню участь у процесі торгівлі, тобто майново-грошових правовідносинах.

На нашу думку, такі обмеження носять штучний характер, оскільки (як було визначено вище) господарсько-торговельна діяльність є сукупним поняттям, який уміщує процес руху товару від виробника до роздрібної мережі, а також охоплює надання оптових послуг.

Отже, діяльність усіх учасників правовідносин, які лише сприяють товарообігу у сфері оптової торгівлі, має велике значення для досягнення кінцевого результату, зокрема отримання прибутку та задоволення попиту споживачів.

Таким чином, ураховуючи юридичний зміст торгівлі й здійснені в межах цього дисертаційного дослідження висновки, учасником правовідносин на ринку оптової торгівлі необхідно визначати «суб'єкта оптової господарсько-торговельної діяльності».

На нашу думку, саме такий правовий термін повністю відобразить склад учасників досліджуваних правовідносин та функціональне значення.

Отже, суб'єкт оптової господарсько-торговельної діяльності – це зареєстрований у визначеному законом порядку суб'єкт господарювання, який від свого імені або в інтересах іншої особи систематично, професійно, на постійній основі здійснює господарську діяльність, пов'язану з маркетингом, постачанням, реалізацією, просуванням партій товару виробничого призначення або споживання, надання оптових торговельних послуг із метою

отримання прибутку, задоволення економічних, суспільних, виробничих, матеріально-технічних, споживчих потреб.

Специфіка суб'єктного складу правовідносин, які виникають на ринку оптової торгівлі, залежить не лише від об'єкта цього виду торгівлі чи предмета діяльності учасників, а також від кінцевої мети такої діяльності, системи взаємозв'язків, котрі виникають між учасниками ринку.

Так, оптовий продавець, на відміну від звичайного, вміє підлаштовуватись під вимоги ринку та нові потреби споживачів, максимально пристосовуючись до конкурентного середовища.

У науковій літературі наведено значну кількість класифікацій суб'єктів оптових правовідносин за різними критеріями.

Залежно від ролі у відносинах усі суб'єкти поділяються на постачальників, споживачів, організаторів оптового обороту, посередників [3].

Б. Пугинський зараховує до суб'єктів оптової торгівлі [4] оптові ярмарки, оптові продовольчі ринки, посередницькі організації, дилери, торгові дома, трейдери, дистриб'юторські фірми, брокери, торгові агентства та агенти.

Ю. Юрченко пропонує виділяти такі основні класифікаційні ознаки суб'єктів оптової торгівлі:

- зміну прав власності на товар (організатори оптового товарообороту і самостійні суб'єкти торговельної діяльності);

- функціональну наповненість діяльності – повний і неповний цикл обслуговування (великі оптові торговельні фірми з повним набором функцій, промислові дистриб'ютори, дилери, кінцеві відправники вантажу (з обмеженими посередницькими функціями, який рідко бере на себе функції фізичного володіння товаром);

- залежність (підпорядкованість) стосовно виробника товару (незалежні посередники – оптовики з повним набором торговельно-посередницьких послуг, що здобувають права власності на товар, формально незалежні посередники, що беруть участь у межах договорів (доручення, комісії, консигнації; простого посередництва), у виробничо-збутовому циклі виробників, залежні посередники –

агенти зі збуту, що діють на основі трудових угод);

- призначення (вихідні, торговельні, торговельно-закупівельні, торговельно-постачальницькі, розподільні холодильники, холодокомбінати);

- територіальну ознаку: районні, міжрайонні, міські, федеральні;

- торговельний профіль: вузькоспеціалізовані, спеціалізовані, універсальні, комбіновані, змішані;

- форму власності самого підприємства (приватну, змішану, муніципальну, державну, колективну);

- залежно від тривалості встановлення комерційних зв'язків (постійні і разові постачальники) [5].

Н. Фролова класифікує суб'єктів оптової торгівлі за економічними та правовими критеріями: за організаційним складом, обсягом діяльності, видами послуг, що надаються, предметом товарної спеціалізації, характером виконуваних функцій (залежно від галузевої приналежності) [1].

В. Апопій зазначає, що підприємства оптової торгівлі можна класифікувати за такими ознаками:

- функціональним рівнем (оптові підприємства національного, міжрегіонального (регіонального) і локального значення (масштабу);

- організаційно-правовою формою (акціонерні товариства відкритого і закритого типів, асоціації роздрібних, роздрібних і гуртових, торговельних і виробничих підприємств, структурні підрозділи промислово-торговельних і промислово-торговельно-фінансових концернів, холдингів, товариства з обмеженою та повною відповідальністю, малі і приватні підприємства тощо);

- формою власності і належністю (приватні, колективні, кооперативні, державні і змішані оптові торговельні підприємства);

- місцем у товаропросуванні (вихідні, торговельно-закупівельні і торговельні);

- роллю у товаропросуванні (виробничо-торговельно-сервісні, виробничо-торговельні, постачальницько-збутові, оптово-торговельні, оптово-роздрібні);

- товарною спеціалізацією (універсальні, спеціалізовані і змішані);

- функціональною спеціалізацією (консигнаційні, комісійні, дилерські, дистриб'юторські, агентські, брокерські, маклерські) [3].

І. Шульженко виділяє оптового посередника як самостійного суб'єкта правовідносин на ринку оптової торгівлі та пропонує класифікувати оптових торгових суб'єктів на тих, які за власний рахунок та від свого імені вчиняють угоди з товаром, котрі діють за рахунок «принципала», оскільки вчиняють угоди з придбання та подальшого перепродажу товару як представників, котрі безпосередньо не здійснюють торгових угод, а сприяють просуванню товару [6].

Також розрізняють типових суб'єктів оптової торгівлі (оптові бази, товарні склади, оптові продовольчі ринки, біржа, брокерські фірми, агентські фірми, дистриб'ютори, аукціони, утопісти, фактори, лізингові фірми), за територіальною ознакою (сільські, міські, районні і міжрегіональні ринки), за формою діяльності (прямі чи непрямі), за циклом операцій у сфері оптової торгівлі (повні або часткові), залежно від ролі та місця в системі оптової торгівлі (підприємства, що є самостійними суб'єктами комерційної діяльності, та організатори оптового обороту, що створюють умови для організації закупівельної та реалізаційної діяльності своїх клієнтів), за складом суб'єктів оптового товарообороту (виробники товарів, оптові торгові організації і посередники, споживачі товарів, організатори оптової торгівлі (товарні біржі, оптові ярмарки, виставки-продажі, торги, аукціони)).

За сферою діяльності виділяють також незалежних та залежних оптових посередників, оптові підрозділи виробників, інших суб'єктів внутрішньогосподарських правовідносин, суб'єктів з універсальним асортиментом товарів та вузькоспеціалізованих.

За класифікаційною ознакою прийняття права власності на товар виділяють оптових торговельних посередників, що здобувають право власності на товар, але зберігають марку фірм і здійснюють гарантійне і післягарантійне сервісне обслуговування, оптових посередників, що не здобувають права володіння товаром (комісіоне-

рів, консигнаторів, агентів, брокерів, дистриб'юторів тощо), що одержують комісійні у вигляді відсотка від продажів, організаторів оптового обороту, що сприяють зміні прав власності (ярмарки, біржі).

Найближчою та найбільш актуальною щодо мети дослідження вважаємо функціональну класифікацію суб'єктів оптової торговельної діяльності, яка наводиться залежно від обсягу наданих повноважень стосовно просування та реалізації партій товару.

Так, Ю. Єлагін, Т. Николаєва, Н. Николаєва виділяють виробників товарів, оптові торгові організації і посередників, споживачів товарів (юридичні особи, роздрібні торговельні організації та індивідуальні підприємці, що купують товари для продажу населенню), організаторів оптової торгівлі (товарні біржі, оптові ярмарки, виставки-продажі, торги, аукціони) [7].

Однак наведена класифікація не може вважатись повною без виділення суб'єктів, які надають оптові торговельні послуги.

Л. Андреева виділяє такі групи учасників оптового обороту, як товаровиробники, торговці (оптові та роздрібні), комерційні посередники, організатори торгівлі, суб'єкти, які надають супутні торгівлі послуги [8].

Уважаємо, що визначений суб'єктний склад учасників оптової торгівлі не відображає усього спектра правовідносин, котрі виникають на ринку оптової торгівлі.

Так, не відокремлюються стадії налагодження ділових зв'язків, безпосередньої поставки товарів.

Під час визначення моменту виникнення оптових торговельних правовідносин на ринку оптової торгівлі нами зазначено, що про таке виникнення слід говорити на етапі встановлення ділових зв'язків між контрагентами.

Отже, варто визначити систему цих зв'язків, що надасть можливість визначити учасників.

Загалом, систему ланцюгів між учасниками оптової торгівлі визначають як зв'язки між виробником – оптовим продавцем, оптовим продавцем – роздрібним продавцем, організаційні зв'язки із суб'єктами оптової інфраструктури (біржі, ярмарки, ринки тощо).

Також слід виділити відносини «виробник – роздрібний продавець» (у разі здійснення виробником повного циклу оптових операцій), а також «виробник – виробник» (у разі постачання виробником товарів виробничого призначення з метою створення кінцевого продукту споживання).

Зважаючи на мету дослідження, виокремлення та класифікація суб'єктів оптової торгівлі має здійснюватися, виходячи з дослідженого поняття правовідносин, які виникають на ринку оптової торгівлі, сфери застосування, характеру та мети.

Отже, визначальними для класифікації суб'єктів ринку оптової торгівлі мають стати юридичні дії суб'єктів господарювання, спрямовані на встановлення ділових зв'язків, забезпечення організації оплатного переходу прав на партії товарів виробничого призначення та споживання, а також надання оптових торговельних послуг.

Тобто сферами, в яких формується суб'єктний склад оптових правовідносин, є:

- установа ділових зв'язків;
- організація продажу партій товару;
- продаж партій товару;
- поставка партій товару;
- придбання партій товару;
- надання оптових торговельних послуг.

Суб'єктів оптової господарсько-торговельної діяльності також можна розподілити за ознакою виконуваних ними функцій, залежно від об'єктів діяльності, обсягу господарських операцій.

Слід зауважити, що Національний стандарт України «Роздрібна та оптова торгівля. ДСТУ 4303:2004», який є актом нормативного регулювання торговельних правовідносин, до суб'єктів господарювання котрих можна зарахувати сфери ринку оптової торговельної діяльності, визначає таких осіб, як реєстровий торговець, оптове торговельне підприємство, постачальник, продавець, комітент, комісіонер, консигнант, консигнатор, посередник у торгівлі, комівояжер, торговельний агент, торговельний представник, дилер, рекламне агентство.

Тобто нормативно закріплено перелік посередників, які здійснюють діяльність, пов'язану з продажем, постачанням, організацією збуту, зберігання, рекламуванням продукції.

Звичайно, цей перелік суб'єктів оптової торговельної діяльності є застарілим та не відповідає сучасним правовим реаліям.

Розвиток господарського права та оптових торговельних правовідносин зумовлює виникнення нових суб'єктів, котрі адаптуються під потреби оптового ринку, договірною врегулювання та займають відокремлені ніші господарської діяльності у цій сфері.

Так, залежно від сфери виникнення та реалізації господарських правовідносин на ринку оптової торгівлі можна визначити суб'єктів, котрі:

- здійснюють господарську діяльність у сфері оптової торгівлі діяльність на етапі встановлення ділових зв'язків (виробники, відокремлені підрозділи виробників, торгові агентства, брокери, комівоажери, рекламні агентства);

- організують продаж партій товару (товарні біржі, оптові ярмарки, виставки-продажі, торги, аукціони, торгово-промислові палати, оптові ринки сільськогосподарської продукції, логістичні компанії, дистриб'ютори);

- продають партії товару (виробники, комісiонери, консигнатори, агенти, дистриб'ютори, дилери, трейдери, правoвласники за договором комерційної концесії (франчайзингу), лізингодавці, оптові торговельні мережі, торгові дома, оптові торгові організації, імпортери (стокісти));

- поставляють партії товару (виробники, дистриб'ютори, постачальники виробничої продукції);

- купують партії товару (дистриб'ютори, дилери, оптові торговельні мережі, роздрібні торговельні мережі, користувачі за договором комерційної концесії (франчайзингу), покупці виробничої продукції, оптові магазини, торгові дома);

- надають оптові торговельні послуги (товарні склади, оптові бази, зберігачі. перевізники, експедитори, пакувальники продукції, розвантажувачі товарів, страховальники, банківські та фінансові установи, факторингові компанії, правoвлас-

ники за договором комерційної концесії (франчайзингу), центри сервісного, гарантійного обслуговування, інформаційно-комерційні телекомунікаційні мережі, центри маркетингових досліджень, кредитно-довідкові фірми, рекламні агентства.

Зарахування окремих суб'єктів оптових правовідносин до кількох груп учасників зумовлено значним обсягом господарських операцій на ринку оптової торгівлі, суб'єкти господарювання намагаються поєднати декілька видів діяльності з метою надання комплексних послуг, забезпечення руху товару від виробника до кінцевого споживача.

Виробник має змогу самостійно організувати весь комплекс заходів, спрямованих на продаж товару, однак на практиці, зважаючи на значну вартість таких операцій, неможливість самостійно охопити всю територію ринку та утримувати роздрібну мережу, відбувається залучення зазначених суб'єктів та формування розгалуженої системи оптових господарсько-торговельних правовідносин.

Зважаючи на визначений перелік суб'єктів оптової господарсько-торговельної діяльності, вважаємо значно звуженою класифікацію торговельних посередників залежно від обсягу наданих повноважень, оскільки за такою класифікаційною ознакою до однієї групи віднесено лише брокера дилера, дистриб'ютора, комісiонера (консигнатор), агента (торговий агент або представник, агент-повірений) [9].

Отже, слід розширити суб'єктний склад учасників господарських правовідносин на ринку оптової торгівлі, крім того, під час виокремлення груп суб'єктів оптової господарсько-торговельної діяльності слід урахувувати повний цикл, специфіку та сферу застосування оптових правовідносин, завдання учасника правовідносин, значення його дій для забезпечення руху товару від виробника до покупця, зважаючи на господарську діяльність із надання оптових торговельних послуг.

Крім того, виділяємо суб'єктів, без яких взагалі не можуть існувати оптові правовідносини та господарська діяльність яких створює можливість розвитку оптового ринку та підґрунтя для підприємницької діяльності інших суб'єктів. Господар-

ська діяльність таких осіб носить базовий характер для ринку оптової торгівлі.

Основними суб'єктами цих правовідносин є сторони правочинів, договорів, якими оформлюються господарські операції, юридичні особи, котрі забезпечують поставки та реалізацію значних обсягів продукції. Також до цієї групи нами зараховано дилера, який є кінцевою ланкою торговельного ланцюга «виробник – дистриб'ютор – дилер» до роздрібно торгівлі щодо реалізації окремих груп товарів.

До категорії посередників зараховуємо суб'єктів ринку, які самостійно реалізують партії товарів.

Представниками на ринку оптової торгівлі вважаємо суб'єктів господарювання, котрі самостійно не укладають угод купівлі-продажу, а лише представляють інтереси виробника, постачальника, дистриб'ютора, що здійснюють пошук каналів збуту продукції.

Організаторами ринку слід уважати суб'єктів, котрі створюють та забезпечують функціонування об'єктів укладення оптових торговельних договорів (біржі, аукціони, ярмарки, тощо). Розвиток дистанційної торгівлі та електронної комерції зумовив віднесення до таких суб'єктів програмних комплексів із реалізації державного майна.

Забезпечувальні суб'єкти ринку оптової торгівлі створюють та реалізують засоби, за рахунок яких відбувається функціонування ринку оптової торгівлі в частині проведення розрахунків між контрагентами, надання можливостей придбання певних товарів із відстрочкою платежу, передають право реалізації товару під певним брендом, забезпечуючи його розвиток.

Зазначаємо, що сучасні вимоги ринку, необхідність безперебійного отримання обігових коштів, неможливість або небажання торговельних мереж проводити своєчасні розрахунки за поставлений товар, визначення на безальтернативній основі тривалого терміну відстрочення розрахунків (від 20 до 90 днів) із постачальниками змусили останніх залучати фінансові установи з метою підтримання власної ліквідності та платоспроможності.

Так, за договором факторингу (фінансування під відступлення права грошо-

вої вимоги) одна сторона (фактор) передає або зобов'язується передати грошові кошти в розпорядження другої сторони (клієнта) за плату (у будь-який передбачений договором спосіб), а клієнт відступає або зобов'язується відступити фактору своє право грошової вимоги до третьої особи (боржника).

Предметом договору факторингу може бути право грошової вимоги, строк платежу за якою настав (наявна вимога), а також право вимоги, яке виникне в майбутньому (майбутня вимога).

Фактором може бути банк або інша фінансова установа, яка має право здійснювати факторингові операції (ст. ст. 1077–1079 ЦК України).

Так, постачальники оптової продукції користуються можливістю відступити право вимоги до набувача товару з метою отримання своєчасного розрахунку за поставлений товар.

Ця практика збільшує вартість поставленого товару, оскільки фінансові послуги надаються за відповідну плату.

Водночас відступлення права вимоги дисциплінує фінансову дисципліну оптових/роздрібних реалізаторів продукції, оскільки невиконані вимоги банківських установ можуть позначитись на кредитній історії останніх.

Природа факторингу, який надає можливість значно прискорити надходження грошових коштів, стимулює розвиток ринку оптової, збільшує кількість оптових поставок партій товару, що і зумовлює віднесення суб'єктів цих правовідносин до категорії тих, що забезпечують здійснення оптової господарсько-торгівельної діяльності.

Суб'єктів господарювання, які надають оптові торговельні послуги, відносимо до допоміжних суб'єктів ринку оптової торгівлі.

**Висновки і пропозиції.** Таким чином, вважаємо за необхідне класифікувати суб'єктів ринку оптової торгівлі на такі групи:

- базові (виробники, дистриб'ютори),
- основні (оптові торговельні мережі, торгові доми, оптові торгові організації, оптові магазини, імпортери (стокісти), оптові покупці та продавці, лізингодавці

та лізингодержувачі, постачальники та покупці виробничої продукції, роздрібні торговельні мережі),

– посередники (комісіонер, консигнант, комівояжер, трейдер),

– представники (відокремлені підрозділи виробників, агенти, брокери),

– організатори (товарні біржі, оптові ярмарки, виставки-продажі, торги, аукціони, торгово-промислові палати, оптові ринки сільськогосподарської продукції, логістичні компанії, інтернет-магазини, програмні комплекси з реалізації майнових активів (СЕТАМ, Prozorro)),

– забезпечувальні (банківські та фінансові установи, правовласник та користувач за договором комерційної концесії (франчайзингу), факторингові компанії).

– допоміжні (товарні склади, оптові бази, зберігачі, перевізники, експедитори, пакувальники продукції, розвантажувачі товарів, страхувальники, центри сервісного, гарантійного обслуговування, інформаційно-комерційні телекомунікаційні мережі, центри маркетингових досліджень, кредитно-довідкові фірми, рекламні агентства).

Наведений поділ уміщує також правовий статус учасників ринку, оскільки базові суб'єкти володіють усім комплексом правових можливостей щодо формування цінової політики, встановлення здійснення господарської діяльності всіма іншими суб'єктами щодо визначення правил постачання, зберігання, презентації, продажу партій товарів.

Здійснення продажу, придбання, поставки партій товарів, як правило, є єдиним циклом господарських операцій, однак одночасне здійснення притаманне лише найбільш стійким компаніям, які мають достатній обсяг матеріальних ресурсів, транспортних засобів, об'єктів інфраструктури, високий рівень ділової репутації.

Цими вимогами та можливістю універсалізації господарської діяльності наділено дистриб'юторів, які є основним ланцюгом у товарообігу, що надає можливість поєднати інтереси виробника продукції та запиту кінцевих споживачів.

Конкуренцію дистриб'юторам могли б скласти оптові торговельні мережі, які

становлять сукупність торговельних підприємств і складських приміщень [10].

Однак сутність торговельної мережі зводиться до певних нерухомих об'єктів, на які здійснюється постачання оптових партій товарів із метою реалізації продукції як оптовими, дрібнооптовими партіями товарів, так і у роздріб. При цьому здійснюється поставка та продаж широкого асортименту продукції.

Отже, дистриб'юторська діяльність, котра вміщує маркетинг, логістику, постачання, визначену територію діяльності (а не конкретне місце продажу), реалізацію групи таких товарів, спеціалізацію діяльності, тісні взаємовідносини з виробниками товару, охоплює більш широке коло господарських правовідносин, тому вимагає детального дослідження у наступних розділах наукової роботи.

### Список використаної літератури:

1. Алмосова В. Основні тенденції та перспективи розвитку оптової торгівлі в Україні. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=75089>.
2. Фролова Н.К. Правовое регулирование оптовой торговли: автореф. дисс. канд. юрид. наук. Москва. 2011.
3. Апопій В.В. Цивільно-правові аспекти договорів купівлі-продажу в оптовій торгівлі: автореф. дисер. канд. юрид. наук. Київ, 2004. с. 216
4. Пугинский Б.И. Договор оптовой купли-продажи. Хозяйство и право. 1999. №6. С. 15–19
5. Юрченко Ю.Ю. Трансформація інституту оптової торгівлі в Україні: дисер... докт. економ. наук. Донецьк, 2013. 397 с.
6. Шульженко І.С. Правове регулювання оптової торгівлі в законодавстві Росії: автореф. дисер. канд. юрид. наук. 2006. 22 с.
7. Слагин Ю.А, Николаева Т.І., Николаева Н.А. Организация коммерческой деятельности в торговле учеб. пособие Екатеринбург, 2002. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/pravovoy-status-subektov-torgovoy-deyatelnosti>
8. Андреева Л.В. Коммерческое (торговое) право 6 учебник / 3-е изд. доп. перер. Москва: КНОРУС, 2012. 328 с. URL: <http://be5.biz/pravo/k026/3.html>
9. Горбонос Є.С., Розумей С.Б. Процес вибору стратегій управління взаємовідносинами з клієнтами. *Науковий вісник*

Міжнародного Гуманітарного Університету. Серія: Економіка і менеджмент. Одеса: Міжн. Гуманітарний Ун-т, 2015. № 12. С. 119–123

10.Зверева О.В. Правова регламентація торговельної діяльності: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 144 с.

**Кролевецкий К. И. К вопросу субъектного состава правоотношений на рынке оптовой торговли**

*Статья посвящена изучению вопросов субъектного состава хозяйственных правоотношений, в частности на рынке оптовой торговли. Автором проанализирована доктрина хозяйственного и гражданского права, а также акты национального законодательства, сделано основательные выводы.*

**Ключевые слова:** субъект, хозяйственные правоотношения, отношения на рынке оптовой торговли.

**Krolevetskyi K. To the questionnaire of the subjective composition of rules on the market of wholesale trade**

*The article is devoted to the study of the subjects of the subjective composition of economic legal relations in general and in the wholesale trade market in particular. The author analyzes the doctrine of economic and civil law, as well as acts of national legislation and makes solid conclusions.*

**Key words:** subject, economic relations, relations in the wholesale trade market.