

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет»

На правах рукописи

Доронькина Виктория Юрьевна

**ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ ДИСТРИБЬЮТОРСКОГО ДОГОВОРА
В РОССИЙСКОЕ ПРАВО**

Специальность 12.00.03 - Гражданское право, предпринимательское право,
семейное право, международное частное право

Диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук

Научный руководитель:
Лебедев Константин Константинович
Кандидат юридических наук,
Доцент кафедры коммерческого права
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный университет»

Санкт-Петербург

2016

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Общая характеристика дистрибьюторского договора	15
§ 1.1. Понятие и существенные условия дистрибьюторского договора	15
§ 1.2. Стороны дистрибьюторского договора, их права и обязанности	41
§ 1.3. Соотношение дистрибьюторского договора и дилерского договора.	53
Субдистрибьюторский договор	53
Глава 2. Дистрибьюторский договор в зарубежном и российском праве.....	63
§ 2.1. Дистрибьюторский договор в зарубежных правовых системах	63
§ 2.2. Соотношение дистрибьюторского договора с договорами,	78
поименованными в действующем гражданском законодательстве.....	78
§ 2.3. Место дистрибьюторского договора в системе	102
гражданско-правовых договоров Российской Федерации.....	102
Глава 3. Особенности заключения, исполнения и расторжения дистрибьюторского договора.....	117
§ 3.1. Порядок заключения дистрибьюторского договора и	117
проблемы его расторжения	117
§ 3.2. Особенности наступления ответственности в случае ненадлежащего	127
исполнения обязательств по дистрибьюторскому договору	127
Заключение	134
Приложение А	140
Приложение Б	146
Список использованных источников	149

Введение

В современных условиях развития рыночной экономики, как мировой, так и внутригосударственной, участие иностранных коммерческих организаций в рыночных отношениях и предпринимательской деятельности, в том числе и на территории Российской Федерации, становится более значительным. Данное участие осуществляется в различных правовых формах, в частности, в виде инвестиционной деятельности, приобретения доли в капитале российских коммерческих организаций, создания юридического лица по законодательству Российской Федерации и других. Одной из форм осуществления иностранными коммерческими организациями предпринимательской деятельности, связанной со сделками на товарных рынках, является дистрибьюторский договор. Заключение дистрибьюторского договора характерно не только для правовых отношений с участием иностранного элемента для организации ввоза товаров на территорию Российской Федерации, но и широко распространено среди российских предпринимателей.

Активное развитие торговой деятельности не может не приводить к использованию разнообразных договорных форм, в том числе и непредусмотренных действующим законодательством. К таким договорам, не нашедшим регулирования в законодательстве, можно отнести и дистрибьюторские договоры, и договоры толлинга (договоры на переработку давальческого сырья), а ранее и договоры аутстаффинга (нормативное закрепление договор аутстаффинга получил относительно недавно как «договор о предоставлении труда работников (персонала)» в Федеральном законе от 05.05.2014 №116-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»¹).

¹ Федеральный закон от 05.05.2014 №116-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (принят ГД ФС 22.04.2014) // Собрание законодательства РФ. – 12.05.2014. -№19. – Ст.2321, ИПС «Консультант Плюс».

Дистрибьюторский договор не поименован в действующем Гражданском кодексе Российской Федерации² и заимствован из различных правовых систем современности. Исходя из того, что факт заключения непоименованных договоров и их присутствия в экономических отношениях невозможно отрицать, указанные конструкции *de facto* включены в российскую правовую систему из зарубежных правопорядков.

Актуальность темы исследования. Актуальность темы настоящего диссертационного исследования обусловлена фактическим применением в сфере предпринимательской деятельности в Российской Федерации дистрибьюторского договора и необходимостью определения его правовой природы, а также законодательного регулирования. Отсутствие консолидированного подхода к дефиниции дистрибьюторского договора в научных разработках влечет возникновение проблем, связанных с квалификацией данного договора в правоприменительной практике. Прежде всего, это касается кардинально различных позиций судов относительно нормы закона, подлежащей применению к спорным правоотношениям. На сегодняшний день дистрибьюторский договор квалифицируется в правоприменительной практике по-разному: 1) исключительно как договор поставки; 2) как договор поставки с предоставлением услуг по поиску покупателей; 3) как агентский договор; 4) как договор возмездного оказания услуг; 5) как смешанный договор. Также в судебной практике при рассмотрении гражданско-правовых споров используется термин «дистрибьюторский договор», однако, определения ему в судебных решениях не приводится.

Теоретические разработки, изложенные в настоящем исследовании, способствуют единообразию судебной практики, изменению действующего законодательства в части регулирования дистрибьюторского договора как вида

² Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. от 05.05.2014) // Собрание законодательства РФ. – 1994. - №32. – Ст. 3301; Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 №14-ФЗ (принят ГД ФС РФ 22.12.1995) // Собрание законодательства РФ. – 29.01.1996. - №5. – Ст.410, ИПС «КонсультантПлюс»; Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 №146-ФЗ (ред. от 05.05.2014) // Собрание законодательства РФ. – 2001. - №49. – Ст.4552; Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 №230-ФЗ (принят ГД ФС РФ 24.11.2006) // Собрание законодательства РФ. – 25.12.2006. - №52 (1 ч.). – Ст.5496, ИПС «КонсультантПлюс».

договора, и, возможно, закрепления его в законодательстве в форме принятия федерального закона или внесения соответствующих норм, регулирующих дистрибьюторский договор, непосредственно в Гражданский кодекс Российской Федерации, внедрению конструкции субдистрибьюторского договора.

В настоящем диссертационном исследовании приводится определение дистрибьюторского договора, его характеристика в качестве непоименованного и самостоятельного договора, выявлены отличия дистрибьюторского договора от поименованных гражданско-правовых договоров, нормы о которых применяются к дистрибьюторскому договору в судебной практике. Принятие отдельного федерального закона в предлагаемом проекте либо внесение изменений непосредственно в Гражданский кодекс Российской Федерации позволит имплементировать в российскую правовую систему дистрибьюторский договор, существующий на сегодняшний день в рамках предпринимательской практики и вне сферы законодательного регулирования.

Степень разработанности темы в научной литературе. Дистрибьюторский договор представляет собой относительно новое явление в юридической теории и предпринимательской практике по сравнению с другими видами договоров (например, договором поставки). В дореволюционный период разработок по данному вопросу не проводилось, поскольку дистрибьюторский договор как таковой не применялся.

По мнению автора настоящего диссертационного исследования, существующие научные разработки посвящены в большей части изучению дистрибьюторского договора применительно к зарубежному законодательству, особенностям его регулирования Международной торговой палатой, его квалификации в качестве смешанного договора. Вместе с тем, на сегодняшний день научные предложения, касающиеся специфики правовой природы дистрибьюторского договора, в частности, его самостоятельности, обусловленной предметом дистрибьюторского договора, отсутствуют. Дистрибьюторский договор может включать в себя совокупность элементов поименованных договоров. Указанная совокупность элементов опосредует самостоятельность

дистрибьюторского договора, но при этом исключает его квалификацию в качестве смешанного. Широкий спектр обязанностей, которые выполняет дистрибьютор в рамках дистрибьюторского договора и которые свойственны поименованным договорам, способствует выбору принципалом данного договора для осуществления деятельности по реализации товаров на определенной территории.

В советский период соглашения об исключительном сбыте (термин «дистрибьюторский» заимствован из зарубежных правовых порядков и соглашение об исключительном сбыте не включает в себя неэксклюзивные дистрибьюторские договоры) рассматривались такими учеными как: В.А.Ойгензихт, В.С.Поздняков, М.Г.Розенберг.

В современный период вопросы дистрибьюторского договора в своих работах рассматривают следующие авторы: С.А.Андреева, А.И.Бычков, А.Б.Борисова, М.Л.Варданян, Н.Г.Вилкова, М.С.Дашян, М.А.Егорова, В.А.Маслова, М.В.Мозгов, С.В.Николюкин, А.М.Партин, В.Е.Романова, А.В.Руденко, Е.В.Шоломова и другие.

Также следует отметить исследования следующих зарубежных авторов: Дж.Богэрта, А.С.Клэрса, К.Шмиттгоффа, А.Яусаса и других.

Несмотря на изучение дистрибьюторского договора в других научных работах, автор настоящего диссертационного исследования выделяет дистрибьюторский договор в качестве самостоятельного вида договора, обладающего особым предметом, спецификой ответственности и требующего отдельного регулирования. Отсутствие законодательного регулирования дистрибьюторского договора порождает отсутствие единообразной позиции судов по вопросу его квалификации, приводящее к возникновению различных правовых подходов к определению сущности дистрибьюторской деятельности.

Таким образом, требуется теоретическое изучение дистрибьюторского договора и обоснование его как совокупности элементов поименованных договоров, что дает возможность его квалификации в дальнейшем в качестве самостоятельного договора. Диссертационное исследование носит актуальный

характер в целях исключения противоречащих друг другу позиций в правоприменительной практике.

Объектом настоящего диссертационного исследования являются гражданские отношения, складывающиеся между сторонами при заключении, исполнении и расторжении дистрибьюторского договора, сам дистрибьюторский договор как непоименованный самостоятельный договор, который не подлежит квалификации в качестве смешанного, обладающий особым предметом и нуждающийся во включении в российское право путем принятия отдельного федерального закона либо внесения соответствующих положений в Гражданский кодекс Российской Федерации.

Предметом исследования выступают нормы российского и зарубежного законодательства, акты международных организаций, носящие рекомендательный характер и посвященные регулированию дистрибьюторского договора, существующие научные подходы к понятию дистрибьюторского договора и определению его места в системе гражданско-правовых договоров Российской Федерации, материалы правоприменительной практики, а также дистрибьюторские договоры, заключаемые коммерческими организациями в целях реализации товаров.

Целями диссертационного исследования являются определение правовой природы дистрибьюторского договора и его места в системе гражданско-правовых договоров, разработка теоретических положений, позволяющих сформировать единообразный подход к толкованию дистрибьюторского договора в правоприменительной практике, формулирование предложений по совершенствованию законодательства в части принятия федерального закона, посвященного регулированию дистрибьюторского договора, либо внесения изменений в Гражданский кодекс Российской Федерации.

Для достижения указанных выше целей, необходимо решить следующие **промежуточные задачи:**

- исследовать сущность дистрибьюторского договора и сформулировать его дефиницию;

- определить степень необходимости и форму включения дистрибьюторского договора в российское право;
- изучить регулирование дистрибьюторского договора в зарубежных правовых системах для возможности заимствования норм в российское законодательство;
- определить соотношение дистрибьюторского договора с договорами, нашедшими свое закрепление в Гражданском кодексе Российской Федерации: договором поставки, агентским договором, договором возмездного оказания услуг, опционным договором; определить место дистрибьюторского договора в системе гражданско-правовых договоров Российской Федерации;
- проанализировать соотношение дистрибьюторского и дилерского договоров;
- охарактеризовать и сформулировать определение субдистрибьюторского договора;
- выявить существующие проблемы, возникающие в процессе заключения, исполнения и расторжения дистрибьюторского договора.

Методологическую основу настоящего исследования составляют общенаучные и специальные методы, а именно: сравнительно-правовой метод, системный подход, историко-правовой метод, способы толкования норм права и комплексного изучения юридической практики.

Указанные выше методы позволили наиболее глубоко изучить и проанализировать дистрибьюторский договор как правовое явление, а также сформулировать предложения по включению дистрибьюторского договора в российское право.

Теоретическую основу исследования составляют труды в области гражданского, предпринимательского (коммерческого) и международного частного права М.Н.Бариновой, С.В.Бахина, М.М.Богуславского, М.И.Брагинского, С.Н.Братуся, А.Ю.Бушева, Н.Г.Вилковой, В.В.Витрянского, О.А.Городова, М.А.Егоровой, Л.Г.Ефимовой, О.С.Иоффе, А.Г.Карапетова, Н.С.Ковалевской, К.К.Лебедева, В.А.Ойгензихта, В.С.Позднякова,

В.Ф.Попондопуло, Б.И.Пугинского, В.В.Ровного, М.Г.Розенберга, Ю.В.Романца, А.И.Савельева, К.Шмиттгоффа и других авторов.

Нормативную базу настоящего диссертационного исследования составили: акты международных организаций (рекомендации Международной торговой палаты), Гражданский кодекс Российской Федерации, Федеральный закон от 28.12.2009 №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»,³ Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции»⁴ и иные законодательные акты, нормативные правовые акты других государств (Латинской Америки, государств Европейского Союза, Соединенных Штатов Америки), иные акты и документы, относящиеся к теме диссертационного исследования.

К эмпирической базе настоящего исследования следует отнести материалы опубликованной судебной практики, в частности, постановления и определения Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации по отдельным делам, постановления Пленума и информационные письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, постановления арбитражных судов округов, постановления Суда по интеллектуальным правам, арбитражных апелляционных судов, решения арбитражных судов первой инстанции, а также решения Международного коммерческого арбитражного суда при Торгово-промышленной палате Российской Федерации.

Научная новизна настоящего диссертационного исследования состоит, во-первых, в формулировании определения дистрибьюторского договора; во-вторых, в обосновании дистрибьюторского договора в качестве самостоятельного вида договора, не отвечающего критерию смешанности; в-третьих, в определении терминов «субдистрибьютор» и «субдистрибьюторский договор»; в-четвертых, в необходимости закрепления дистрибьюторского договора в отдельном нормативном правовом акте, регулирующем дистрибьюторский договор и

³ Федеральный закон от 28.12.2009 №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (принят ГД ФС РФ 18.12.2009) // Собрание законодательства РФ. – 04.01.2010. - №1. - Ст. 2, ИПС «КонсультантПлюс».

⁴ Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (принят ГД ФС РФ 08.07.2006) // Собрание законодательства РФ. – 31.07.2006. -№31 (1ч.). - Ст.3434, ИПС «КонсультантПлюс».

отношения, возникающие в процессе его заключения и исполнения, либо внесении в Гражданский кодекс Российской Федерации норм, регулирующих дистрибьюторский договор; в-пятых, в сопоставлении дистрибьюторского договора с договорами, нормы о которых применяются к дистрибьюторскому договору, а также определении места дистрибьюторского договора в системе гражданско-правовых договоров.

Научная новизна диссертационного исследования нашла свое отражение в **основных положениях, выносимых на защиту:**

1. 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, оказывать принципалу согласованные в договоре услуги, выполнять в связи с этим поручения принципала в целях сохранения деловой репутации принципала, а также укрепления его позиций на соответствующем товарном рынке (расширение торговой сети, сохранение и (или) увеличение доли на товарном рынке, информационное обеспечение потребителей товара и т.п.).

Предмет дистрибьюторского договора составляют действия принципала по предоставлению товаров дистрибьютору и действия дистрибьютора по реализации товаров, которые принципал производит или закупает, совокупность действий, являющихся элементами поименованных в действующем гражданском законодательстве договоров (договор возмездного оказания услуг, договор хранения, агентский договор, договор поставки и других).

2. Установлено, что условие о порядке взаимодействия сторон после заключения договора является существенным условием дистрибьюторского договора, включающее в себя договоренность о механизме осуществления поставок, а также степень детализации условий договора в дальнейшем, будут ли сторонами заключаться отдельные договоры и в отношении каких именно обязанностей, а также каким именно образом будет осуществляться

взаимодействие между принципалом и дистрибьютором, будет ли представитель дистрибьютора присутствовать на производстве принципала.

Доказано, что вопреки сложившимся в доктрине точкам зрения, условие о территории, условие об эксклюзивности, условие о гарантированном минимуме продаж 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.

3. Установлено, что дистрибьюторский договор не является договором поставки, агентским договором, договором возмездного оказания услуг, опционным договором, однако, в силу своей правовой природы может содержать в себе элементы названных договоров, при этом перечень таких элементов определяется по усмотрению сторон. Дистрибьюторский договор может быть как рамочным, так и не рамочным, и зависит данное разделение от степени детализации сторонами условий непосредственно в дистрибьюторском договоре. Дистрибьюторский договор не является рамочным в тех случаях, когда непосредственно во исполнение дистрибьюторского договора стороны могут осуществлять свои права и обязанности и обязательного заключения дополнительных договоров не требуется.

4. В силу самостоятельного характера дистрибьюторского договора в качестве специального регулирования предлагается принятие отдельного федерального закона, посвященного регулированию дистрибьюторского договора, либо дополнения в Гражданский кодекс Российской Федерации, в частности, ввести отдельную главу «Дистрибьюция», а разработанные автором диссертации проекты могут быть восприняты законодателем. В предлагаемых проектах приводится понятие дистрибьюторского договора, права и обязанности

его сторон, особенности заключения, расторжения и ответственности сторон дистрибьюторского договора.

5. Доказано, что дилерский договор может быть идентичен по своему содержанию дистрибьюторскому, при этом необходимо сохранение термина «дилерская деятельность» для рынка ценных бумаг и терминов «дилер», «дилерский договор», используемых в сфере реализации автомобильного транспорта, так как исключить указанные термины из присутствия в предпринимательской деятельности в сфере реализации автомобильного транспорта не представляется возможным. Различие дистрибьюторского договора и дилерского договора состоит в материальном предмете отношений: как правило, дилерский договор получил свое распространение и заключается в отношении реализации автомобильного транспорта. В отношении иных товаров, не относящихся к автомобильному транспорту, предлагается изменение терминологии и использование конструкции дистрибьюторского договора и субдистрибьюторских договоров. В сфере реализации автомобильного транспорта представляется целесообразным сохранение термина «дилерский договор».

Предлагается определение субдистрибьюторского договора. Во исполнение обязанности реализовывать товар дистрибьютор вправе заключать субдистрибьюторские договоры, в силу которых одна сторона (дистрибьютор) обязуется предоставлять другой стороне (субдистрибьютору) товары, закупаемые у третьего лица (принципала), а субдистрибьютор обязуется за свой счет и от своего имени осуществлять реализацию указанных товаров, оказывать дистрибьютору согласованные в договоре услуги, выполнять поручения дистрибьютора.

6. Определено, что 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 закупаемый 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.

Односторонний отказ принципала от исполнения дистрибьюторского договора оказывает влияние на субдистрибьюторские договоры. В случае одностороннего отказа принципала от исполнения дистрибьюторского договора по основаниям, не зависящим от дистрибьютора, дистрибьютор вправе отказаться от исполнения субдистрибьюторского договора, при этом данное право дистрибьютору и субдистрибьютору необходимо согласовать в субдистрибьюторском договоре.

В случае одностороннего отказа принципала от исполнения дистрибьюторского договора на основании нарушений обязательств дистрибьютором, последний несет ответственность перед субдистрибьюторами в форме возмещения убытков.

Теоретическая значимость полученных в ходе настоящего диссертационного исследования результатов состоит в формулировании основных понятий, существующих на сегодняшний день в дистрибьюторской деятельности, но не закрепленных в законодательстве. Проблемы, нашедшие свое разрешение в диссертационном исследовании, позволят повысить уровень научной разработанности включения дистрибьюторского договора в систему гражданско-правовых договоров Российской Федерации. Результаты исследования скорректируют научный подход к пониманию сущности дистрибьюторского договора.

Практическая значимость настоящего диссертационного исследования заключается в том, что полученные результаты исследования могут быть использованы в правотворческой и правоприменительной деятельности. Автором настоящего диссертационного исследования высказано предложение по принятию федерального закона, регулирующего отношения, вытекающие из дистрибьюторского договора, или внесению изменений в действующий Гражданский кодекс Российской Федерации. Внесение изменений в

законодательство и принятие специального федерального закона позволит обеспечить применение норм права к соответствующим отношениям в случае возникновения споров между сторонами.

Выводы, изложенные в настоящем диссертационном исследовании, могут использоваться в процессе преподавания общих курсов предпринимательского (коммерческого) права, а также специального курса «Договорное право».

Степень достоверности и апробация результатов исследования.

Диссертационное исследование обсуждено и одобрено на заседании кафедры коммерческого права юридического факультета ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет».

Основные научные положения и выводы изложены в статьях автора, опубликованных в периодических изданиях, в том числе рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Министерства образования и науки Российской Федерации. Материалы исследования могут послужить основой для подготовки учебных пособий и аналитических работ.

Структура диссертационного исследования обусловлена поставленными целями и задачами, объектом и предметом диссертационного исследования. Работа состоит из введения, трех глав, включающих восемь параграфов, заключения, списка использованных источников, а также двух приложений.

Глава 1. Общая характеристика дистрибьюторского договора

§ 1.1. Понятие и существенные условия дистрибьюторского договора

Дистрибьюторский договор является одним из договоров, используемых участниками гражданско-правовых отношений в целях продвижения производимых ими товаров на рынок и их дальнейшей реализации на согласованной в соответствии с условиями договора территории.

Отсутствие законодательного закрепления дистрибьюторского договора в Российской Федерации порождает неопределенность норм, применимых к этому договору, его основных условий и, как следствие, различную правовую квалификацию дистрибьюторских договоров в судебной практике.

Преследуя цель извлечения прибыли от предпринимательской деятельности, лицо, осуществляющее производство товаров, нуждается в дальнейшей их реализации покупателям. Для этого предприниматель заключает с другими коммерческими организациями, занимающимися предпринимательской деятельностью, договоры, во исполнение которых передает произведенные товары. Каждый предприниматель, достигая определенного объема выручки, выходит на различные рынки сбыта. Соответственно, чем быстрее производитель продаст произведенный товар, тем скорее сможет приступить к производству новых партий. В условиях рыночной экономики принципал свободен в заключении договора и вправе заключать договоры поставки своих товаров с любыми лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность. Вместе с тем, возможно и построение другой модели отношений. Производитель товаров вправе заключить договор с одним лицом – дистрибьютором, который принимает на себя обязательство реализовывать товары, произведенные или закупленные производителем-принципалом. Принципал продает эти товары дистрибьютору по специальной цене для дальнейшей их реализации субдистрибьюторам либо потребителям.

Для того чтобы не лишать принципала возможности самому продавать произведенные товары и заключать договоры (как договоры поставки, так и дистрибьюторские договоры) с другими лицами, стороны дистрибьюторского договора чаще всего ограничивают полномочия дистрибьютора по продаже товаров определенной территорией. Территория может определяться в договоре границами административно-территориальных единиц – субъекты, округа и тому подобное.

Чтобы дистрибьютор мог осуществлять продажу товаров, произведенных или закупаемых принципалом, отношения по передаче товаров от принципала дистрибьютору опосредуются заключением отдельных договоров поставки. Таким образом, если по дистрибьюторскому договору дистрибьютор обязуется реализовывать третьим лицам товары, полученные от принципала, то непосредственно переход этих товаров опосредуется заключением договоров поставки.

Использование дистрибьюторского договора в целях расширения рынков сбыта приносит прибыль обеим сторонам договора: принципал получает ускоренную реализацию произведенного или закупленного товара и ему не приходится подыскивать оптовых покупателей для заключения с ними разовых договоров поставки, а также географическое расширение рынков сбыта, что влечет территориальное увеличение количества покупателей товаров принципала. В свою очередь, дистрибьютор приобретает товары принципала со специальной дистрибьюторской скидкой и возможностью установления наценки при дальнейшей продаже товаров третьим лицам, тем самым получая прибыль.

Из повсеместного заключения дистрибьюторских договоров в предпринимательской деятельности и отсутствия их нормативного закрепления следует вывод о том, что конструкция дистрибьюторского договора заимствована из зарубежных право порядков в целях осуществления предпринимательской деятельности по реализации товаров на определенной территории. Действительно, большинство производителей-нерезидентов при входе на российский рынок предпочитают дистрибьюторский договор в качестве формы

сотрудничества с российским дистрибьютором. Заключение дистрибьюторского договора представляется наиболее выгодной формой сотрудничества с российским дистрибьютором, поскольку накладывает на стороны минимальный объем обязательств по осуществлению деятельности, в отличие от создания обособленного подразделения нерезидента на территории Российской Федерации, либо отдельного юридического лица, которое осуществляло бы реализацию товаров.

Приоритет дистрибьюторского договора по сравнению с другими видами договоров состоит в сочетании в нем различных обязанностей дистрибьютора, присущих договорам, поименованным в Гражданском кодексе Российской Федерации. Данная совокупность обязанностей позволяет принципалу получить широкий спектр функций дистрибьютора, включенных в один договор, что позволит избежать заключения ряда различных договоров между одними и теми же сторонами.

В соответствии с п.1 ст.20 Федерального закона от 10.12.2003 №173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле»⁵ Центральный банк Российской Федерации в целях обеспечения учета и отчетности по валютным операциям и осуществления валютного контроля может устанавливать единые правила оформления резидентами в уполномоченных банках паспорта сделки при осуществлении валютных операций между резидентами и нерезидентами. В случае если дистрибьюторский договор заключается между резидентом Российской Федерации и нерезидентом, то при расчетах резидента в пользу нерезидента за товары, продаваемые на территории Российской Федерации, по договорам поставки должен открываться паспорт сделки. Создание юридического лица, либо представительства нерезидента на территории Российской Федерации для реализации произведенных товаров повлечет за собой гораздо большие финансовые и временные затраты для принципала, нежели открытие паспорта сделки. Таким образом, заключение дистрибьюторского договора представляется

⁵ Федеральный закон от 10.12.2003 №173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» (принят ГД ФС РФ 21.11.2003) // Собрание законодательства РФ. – 15.12.2003. - №50. – Ст. 4859, ИПС «КонсультантПлюс».

наиболее экономичной формой ведения нерезидентом-производителем товаров деятельности по реализации товаров в пределах российского рынка, особенно с учетом совокупности обязанностей дистрибьютора, сосредоточенных в одном договоре.

В целях наименования дистрибьюторских договоров в английском языке используется термин «distribution agreement (contract)», в португальском «distribuição», в испанском «distribución», в немецком «Vertriebsvereinbarung», во французском «Le contrat de distribution» либо «Accord de distribution».

Дистрибьюторский договор не получает обширного нормативного регулирования и на международном уровне. Одними из международных документов, носящих рекомендательный характер, которыми могут руководствоваться стороны при составлении и заключении дистрибьюторского договора, являются Руководство по составлению международных дистрибьюторских соглашений⁶ и «Типовой дистрибьюторский контракт МТП (Монопольный импортер-дистрибьютор)» (Публикация Международной торговой палаты №518).⁷ Рекомендации Международной торговой палаты оказывают существенное влияние при заключении дистрибьюторского договора сторонами, а руководствуясь Типовым дистрибьюторским контрактом МТП, стороны могут составить приемлемый договор с учетом специфики собственных договорных отношений, выбрав из предложенных Международной торговой палатой условий те, которые отвечают особенностям деятельности сторон.

В соответствии с п.1.1. Типового дистрибьюторского контракта МТП (Монопольный импортер-дистрибьютор) по дистрибьюторскому договору поставщик предоставляет, а дистрибьютор принимает на себя исключительное право на размещение и продажу товаров, перечисленных в Приложении I (§1), на территории, которая определена в Приложении I (§2).

⁶ Руководство по составлению международных дистрибьюторских соглашений: На русском и английском языках / пер. с англ. Н.Г.Вилковой. – М.: Изд.-во АО «Консалтбанк», 1996. - С. 112.

⁷ Типовой дистрибьюторский контракт МТП. Монопольный импортер-дистрибьютор: публикация №518 /. Междунар. торг. палата, Торг.-пром. палата РФ; под ред. Н.Г.Вилковой; Пер. на рус. яз. В.Д.Медвинской. – М. : Изд.-во АО «Консалтбанк», 1996. - С.80. Указанное наименование является переводом названного документа с английского на русский язык.

В соответствии со статьей 101 раздела 1 главы 5 части Е книги IV Модельных правил европейского частного права под дистрибьюторским договором понимается договор, согласно условиям которого одна сторона (поставщик) принимает на себя обязательство на постоянной основе поставлять другой стороне (дистрибьютору) продукт, а дистрибьютор обязуется покупать его, оплачивать и продавать третьим лицам от своего имени и в своих интересах.⁸

Таким образом, дистрибьюторский договор заключается между принципалом (лицом, производящим товар, либо закупающим его у производителя), и дистрибьютором (лицом, которое обязуется реализовывать товар), при этом в вышеуказанных документах лицо, производящее или закупающее товар, именуется «поставщик». В отношениях с третьими лицами дистрибьютор действует от своего имени и за свой счет, не являясь представителем или работником принципала, что отличает дистрибьюторский договор от договора поручения, комиссии и агентского договора.

Отличительной чертой дистрибьюторского договора является возможность сторон предусмотреть не только обязанность дистрибьютора реализовывать товар, но включить совокупность различных обязанностей дистрибьютора в один договор, при этом данные обязанности обычно составляют предмет поименованных договоров: договор поставки, агентский договор, договор возмездного оказания услуг, договор хранения и так далее.

В связи с этим возникает проблема, непосредственно связанная с дефиницией дистрибьюторского договора, - определение его предмета.

В проанализированных дистрибьюторских договорах распространена следующая формулировка предмета: «Дистрибьютор принимает на себя обязательство по продаже товаров, производимых принципалом и приобретенных у принципала, третьим лицам, расположенным на территории, указанной в договоре. Принципал в течение срока действия дистрибьюторского договора обязуется поставлять, а Дистрибьютор принимать и оплачивать товар на условиях

⁸ Модельные правила европейского частного права : пер. с англ. / Санкт-Петербургский государственный университет; науч. ред. Н.Ю.Рассказова. - Науч. изд. -М. : Статут, 2013.-989 с. [Электронный ресурс]: ИПС «КонсультантПлюс».

и в порядке, предусмотренных дистрибьюторским договором и договорами поставки, заключенными во исполнение настоящего договора». Либо условие о предмете дистрибьюторского договора сформулировано следующим образом: «По настоящему дистрибьюторскому договору стороны договорились объединить усилия по организации и осуществлению реализации товаров принципала, а также маркетинговой деятельности на договорной территории».

В.В.Витрянский отмечает, что предмет договора, а точнее предмет обязательства, вытекающего из договора, представляет собой действия (или бездействие), которые должна совершить (или от совершения которых должна воздержаться) обязанная сторона.⁹ Применительно к договору купли-продажи отмечается, что его предметом являются действия продавца по передаче товара в собственность покупателя и действия покупателя по принятию этого товара и уплате за него согласованной цены.¹⁰ Предмет договора – это благо, которое должник обязуется передать кредитору. В отношении договора купли-продажи, равно и в договоре поставки как разновидности купли-продажи, действующее законодательство привязывает предмет договора к товару, подлежащему передаче покупателю. В отношении товара предусматривается обязательность наименования и количества.

Как утверждает Д.И.Мейер, «как предметом обязательства вообще, предметом договора всегда предоставляется право на чужое действие, и притом действие возможное физически и нравственно».¹¹

Особенность предмета дистрибьюторского договора обусловлена действиями дистрибьютора по реализации товаров, полученных от принципала, а также совокупностью различных обязанностей дистрибьютора, которые составляют содержание иных договоров, поименованных в Гражданском кодексе Российской Федерации.

⁹ Договорное право. Книга вторая: Договоры о передаче имущества / М.И.Брагинский, В.В.Витрянский. - М.: Статут, 2000. – С. 10.

¹⁰ Там же.

¹¹ Мейер Д.И. Русское гражданское право. Часть 2. По исправленному и дополненному 8-му изд., 1902. Изд. 3-е, испр. М.: «Статут», 2003. – 831 с. (Классика российской цивилистики). [Электронный ресурс]: http://civil.consultant.ru/elib/books/45/page_57.html#bnote_859 . Дата обращения: 05.10.2015.

В частности, по дистрибьюторскому договору стороны устанавливают возможность оказания услуг, как непосредственно сторонам договора (например, по обучению персонала), так и третьим лицам (услуги по гарантийному обслуживанию реализованных товаров и так далее). В дистрибьюторском договоре стороны вправе установить обязанность дистрибьютора осуществлять хранение того или иного товара, выполнять отдельные поручения, поступившие от принципала. Совокупность обязанностей дистрибьютора, включенных в один договор, обуславливает особенность предмета дистрибьюторского договора тем, что исполнение дистрибьютором всего спектра различных обязанностей осуществляется им в рамках одного договора, а не в период действия нескольких отдельно заключаемых для этих целей договоров.

Особенности исполнения обязанностей, включенных в дистрибьюторский договор, могут быть указаны как в дистрибьюторском договоре непосредственно, так и в отдельных договорах в целях детального регулирования (договоры, заключаемые «во исполнение» дистрибьюторского): договоре возмездного оказания услуг, договоре хранения, агентском договоре, договоре поставки и других.

Как указывается В.В.Витрянским, условие о предмете – единственное абсолютным образом отнесенное в Гражданском кодексе Российской Федерации к существенным договорное условие. В понятие предмета договора входят данные о предмете как таковом, в том числе о количестве, наименовании и качестве передаваемых товаров, выполняемых работ и оказываемых услуг.¹²

В соответствии с п.1.1. Типового дистрибьюторского контракта МТП (Монопольный импортер-дистрибьютор) сторонами в Приложении I к дистрибьюторскому договору согласовывается перечень товаров, подлежащих поставке во исполнение дистрибьюторского договора, то есть тех товаров, которые впоследствии будет реализовывать дистрибьютор. В свою очередь, на данные товары будут распространяться правила Гражданского кодекса

¹² Договорное право. Книга вторая: Договоры о передаче имущества / М.И.Брагинский, В.В.Витрянский. Указ. соч. С.10.

Российской Федерации о договорах поставки, в том числе и о согласовании наименования, качества и количества данных товаров. В отличие от указанного выше предмета дистрибьюторского договора (совокупность действий дистрибьютора по реализации товаров, полученных от принципала, а также обязанностей сторон, являющихся элементами поименованных договоров), указанные в Приложении I товары выступают предметом отдельных договоров поставки и на них распространяются правила о качестве, количестве и ассортименте.

В существующих на сегодняшний день научных разработках, посвященных дистрибьюторскому договору, присутствуют различные взгляды по вопросу предмета дистрибьюторского договора. В частности, В.А.Маслова указывает, что предмет дистрибьюторского договора определяют две группы элементов, в которые входят товары, подлежащие передаче производителем дистрибьютору и построение дистрибьютором системы оптовых и розничных продаж как организационные условия увеличения продаж.¹³ С приведенной позицией возможно согласиться, так как для принципала действительно имеет значение максимальный сбыт продукции и территориальное расширение круга покупателей, однако, по мнению автора настоящего диссертационного исследования, увеличение системы оптовых и розничных продаж не входит в предмет договора. Принципал и дистрибьютор заключают дистрибьюторский договор, при этом исполнение договорных обязанностей осуществляется в целях сохранения деловой репутации принципала, а также укрепления его позиций на соответствующем товарном рынке (расширение торговой сети, сохранение и (или) увеличение доли на товарном рынке, информационное обеспечение потребителей товара и т.п.). Приведенные цели невозможно квалифицировать как договорные обязанности, так как результат может быть и не достигнут. Например, стороны после заключения дистрибьюторского договора будут стремиться к расширению торговой сети, к увеличению доли принципала на товарном рынке,

¹³ Маслова В.А. Предмет дистрибьюторского договора // Коммерческое право. - М.: Зерцало, 2010, №2 (7). - С. 76-94.

однако, по различным экономическим причинам в период действия дистрибьюторского договора доля принципала на рынке может и не увеличиться, хотя стороны надлежащим образом исполняли договорные обязанности и стремились увеличить долю принципала на рынке.

А.М.Партин указывает, что под дистрибьюторским соглашением надлежит понимать договор, в соответствии с условиями которого одна сторона (дистрибьютор) принимает на себя обязательство распространять «на определенной территории на условиях, согласованных с другой стороной (поставщиком), находящихся в собственности дистрибьютора товаров, приобретенных у поставщика, а поставщик принимает на себя обязательство обеспечить дистрибьютору привилегированное положение по сравнению с третьими лицами, желающими приобрести товар у поставщика, действующими на той же территории, что и дистрибьютор, но не заключившими с поставщиком дистрибьюторского соглашения».¹⁴

Обязанность дистрибьютора по реализации товаров, выполнение отдельных поручений принципала, обязанность по оказанию согласованных в договоре услуг возникает у дистрибьютора с момента заключения дистрибьюторского договора, но реальная возможность приступить к исполнению указанных обязанностей, в том числе по реализации товаров, появляется только после закупки товаров у поставщика (принципала по дистрибьюторскому договору) по отдельным договорам поставки. В отношении остальных обязанностей, стороны также вправе заключать отдельные соответствующие договоры. Из указанного следует тесная зависимость между дистрибьюторским договором и договором поставки, так как он заключается для исполнения условий дистрибьюторского, но непосредственно товары, передаваемые по договорам поставки, не составляют предмет дистрибьюторского договора.

К.Э.Улугова указывает, что предмет дистрибьюторского договора опосредуют действия дистрибьютора по реализации и продвижению товаров

¹⁴ Партин А.М. Правовая природа дистрибьюторских соглашений. Автореф. дисс. канд. юрид. наук. – Москва, 2010. – С. 8.

поставщика, которые приобретаются дистрибьютором в свою собственность, а также действия поставщика по предоставлению дистрибьютору привилегированного положения. Данные действия направлены на экономический результат в виде поддержания и (или) увеличение сбыта товаров поставщика.¹⁵ Однако с приведенной позицией невозможно согласиться, поскольку помимо реализации товаров и предоставления дистрибьютору привилегированного положения, стороны вправе предусмотреть в дистрибьюторском договоре и оказание услуг, и выполнение различных поручений принципала, а весь объем действий сторон не исчерпывается реализацией товаров и предоставлением привилегированного положения.

О.А.Городов отмечает, что предмет дистрибьюторского договора является сложнообразованным и состоит из ряда элементов: 1) взаимные действия поставщика и дистрибьютора по поставке и купле-продаже продукции; 2) действия дистрибьютора, которые он осуществляет от своего имени и за свой счет, по размещению и продаже приобретенной от поставщика продукции на согласованной территории.¹⁶

Из вышеизложенного следует, что предмет дистрибьюторского договора составляют действия принципала по предоставлению товаров дистрибьютору и действия дистрибьютора по реализации товаров, которые принципал производит или закупает, совокупность действий, являющихся элементами поименованных в действующем гражданском законодательстве договоров (договор возмездного оказания услуг, договор хранения, агентский договор, договор поставки и других).

При рассмотрении одной из схем построения отношений между дистрибьютором и принципалом, во исполнение дистрибьюторского договора дистрибьютору в собственность поступают товары от принципала, и указанные товары, принадлежащие дистрибьютору с момента получения, дистрибьютор

¹⁵ Улугова К.Э. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в сфере дистрибуции: частноправовой и публично-правовой аспекты. Автореф. дисс. канд. юрид. наук. – Москва, 2015. С. 9.

¹⁶ Координация экономической деятельности в российском правовом пространстве: монография / К.М.Беликова, А.В.Габов, Д.А.Гаврилов и др.; отв. ред. М.А.Егорова. М.: Юстицинформ, 2015. § 2 гл.2. [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения: 05.10.2015.

обязуется реализовать третьим лицам. При проведении анализа дистрибьюторского договора отдельного внимания заслуживает вопрос о возможности понуждения собственника совершить действия по распоряжению принадлежащим ему имуществом во исполнение договорной обязанности по его реализации. В данной ситуации обязанность реализовывать принадлежащий дистрибьютору на праве собственности товар можно соотнести с подходом к институту права собственности в англо-саксонском праве. В континентальной системе господствует позиция, рассматривающая право собственности сквозь призму триады правомочий собственника: владение, пользование, распоряжение. Данный подход перенят и российским законодателем.

Э.Оноре продемонстрировал подход к праву собственности в англо-саксонской системе права как совокупности различных правомочий. В своей работе «Ownership» он называет и раскрывает содержание каждого из одиннадцати предлагаемых им элементов права собственности: 1) право владеть; 2) право использовать; 3) право управлять; 4) право получать доход; 5) право на отчуждение, потребление; 6) право на защиту; 7) право передать вещь; 8) бессрочность права; 9) запрет на использование вещи с причинением вреда другим; 10) возможность взыскания; 11) остаточный характер.¹⁷

Э.Оноре отмечает, что сосредоточение у одной персоны прав может быть использовано по его желанию, возможность отчуждать и защитить от притязаний являются важнейшими чертами данного института.¹⁸ Тем самым, указанные правомочия в различном их сочетании могут принадлежать разным лицам в одно и то же время.

В отношении дистрибьюторского договора, не имеется ли противоречия при понуждении дистрибьютора распоряжаться своей собственностью и триаде правомочий собственника по российскому законодательству. Концепцию права собственности, характерную для англо-саксонской системы права, невозможно применить к дистрибьюторскому договору, так как дистрибьютор приобретает

¹⁷ Honore A.M. Ownership. [Электронный ресурс] : <http://nw18.american.edu/~dfagel/OwnershipSmaller.pdf> . Дата обращения: 05.10.2015.

¹⁸ Там же.

право собственности на товары, а у принципала право собственности не сохраняется. В данном случае речь идет о договорном обязательстве дистрибьютора реализовывать товары, следовательно, невозможно говорить о понуждении собственника распоряжаться принадлежащей ему собственностью. Дистрибьютор для того и заключает дистрибьюторский договор, чтобы реализовывать приобретенные товары. В случае если сторона не желает реализовывать свою собственность во исполнение договорной обязанности, то законодательство не ограничивает ее в праве заключить договор поставки, который не предусматривает обязательной дальнейшей реализации товаров третьим лицам.

Возможность понудить собственника к реализации принадлежащего ему имущества предусматривается и российским гражданским законодательством. Ст.398 Гражданского кодекса Российской Федерации предусматривает право кредитора требовать от должника отобрания индивидуально-определенной вещи в случае неисполнения обязательства передать ее кредитору в собственность, в хозяйственное ведение, в оперативное управление или в возмездное пользование. Данной статьей также предусмотрена альтернатива требованию об отобрании вещи: кредитор вправе потребовать возмещения убытков.

Тем самым, собственник может быть понужден к распоряжению принадлежащей ему собственностью. По дистрибьюторскому договору условие об отчуждении принадлежащих на праве собственности дистрибьютору товаров не противоречит действующему законодательству, так как обязанность реализации является договорной обязанностью дистрибьютора.

В связи с этим возникает вопрос относительно определения дистрибьюторского договора сквозь призму возможности передать дистрибьютору право на реализацию товаров на согласованной сторонами территории. В изученных дистрибьюторских договорах стороны указывают, что в силу заключаемого дистрибьюторского договора одна сторона (принципал) предоставляет, а другая сторона (дистрибьютор) приобретает право размещать и осуществлять реализацию товаров на согласованной сторонами территории в

течение определенного периода времени. Действительно, подобная формулировка дистрибьюторского договора допустима, однако, в правоприменительной практике представленное определение вызывает сложности, поскольку помимо обязанности по реализации товаров дистрибьютор по согласованию с принципалом может оказывать услуги и выполнять поручения принципала. Кроме того, подобная формулировка может лишать принципала права самому реализовывать товары на территории деятельности дистрибьютора. Таким образом, определение дистрибьюторского договора представляется шире, нежели чем передача права на реализацию товаров на согласованной территории.

Дополнительно возникает проблема, носит ли дистрибьюторский договор возмездный характер, если расчеты за поставленный товар и оказанные услуги могут происходить в рамках отдельно заключаемых договоров. Дистрибьюторский договор не предусматривает передачу денежных средств за исполнение дистрибьютором действий по реализации товаров, будет ли в данном случае дистрибьюторский договор отвечать критерию возмездности?

В соответствии с п.1 ст.423 Гражданского кодекса Российской Федерации договор, по которому сторона должна получить плату или иное встречное предоставление за исполнение своих обязанностей, является возмездным.

Как указывается М.И.Брагинским, к возмездным относятся договоры, предполагающие получение каждой из сторон договора от ее контрагента определенной компенсации, ради которой заключается договор. Соответственно, безвозмездными следует признавать договоры, встречной компенсации не предполагающие.¹⁹

Исходя из буквального толкования нормы ст.423 Гражданского кодекса Российской Федерации, под платой необходимо понимать денежные средства, уплаченные одной из сторон договора ее контрагенту во исполнение обязательства. Стороны дистрибьюторского договора непосредственно по дистрибьюторскому договору не проводят между собой финансовых расчетов и

¹⁹ Договорное право. Книга первая. Общие положения / М.И.Брагинский, В.В.Витрянский. 3-е изд., стер. - М.: Статут, 2011. С. 215.

перечислений за исполнение дистрибьютором обязанности по реализации товаров, за исключением бонусов за достижение дистрибьютором порога продаж. Если придерживаться точки зрения отсутствия взаиморасчетов по дистрибьюторскому договору исключительно как уплаты денежных средств, можно утверждать о безвозмездности дистрибьюторского договора.

По своей правовой природе дистрибьюторский договор является возмездным на основании следующего.

Как указывает Вильям Р. Ансон,²⁰ встречное удовлетворение есть то, что сделал, от чего воздержался или что потерпел кредитор, или то, что он обещал сделать или от чего обещал воздержаться, или что обещал потерпеть за обещание другой стороны. В качестве необходимых условий встречного предоставления он выделяет законность встречного удовлетворения, оно должно быть настоящим либо будущим удовлетворением, в глазах права должно иметь ценность, может и не быть эквивалентно обещанию.

Следует отметить и позицию В.В.Ровного, указывающего, что плата в виде предоставления одной из сторон денежных средств выступает в качестве наиболее типичного, но при этом не единственного возможного случая встречного предоставления.²¹

По справедливому утверждению Ю.В.Романца, «обязательство может быть квалифицировано как безвозмездное лишь в том случае, когда устранены все сомнения относительно его возмездности».²²

Относительно дистрибьюторского договора надлежит говорить о том, что выгода дистрибьютора состоит в получении права приобретать товар принципала по специальной цене, которая выше для остальных покупателей, сотрудничающих с принципалом без использования дистрибьюторского договора.

²⁰ Ансон В.Р. Основы договорного права /Под ред. Д.Ф.Рамзайцева ; Пер. с англ. А.С.Александровского и др. -М. : Международная книга, 1947. С.88.

²¹ Ровный В.В. Общая характеристика договора купли-продажи: В помощь студентам и аспирантам. - Сибирский Юридический Вестник. - 2001, №3, С.26-38 [Электронный ресурс] : <http://www.twirpx.com/file/503102/> . Дата обращения: 05.10.2015.

²² Романец Ю.В. Система договоров в гражданском праве России. М.: Юрист, 2001. - 496 с. Электронный ресурс <http://www.twirpx.com/file/902006/> . Дата обращения: 05.10.2015.

Возмездность дистрибьюторского договора обусловлена получением дистрибьютором определенных преференций от принципала. В отношениях с принципалом дистрибьютор получает привилегии в части закупки товаров по отдельным договорам поставки по специальной сниженной цене с правом наценки на товар при дальнейшей реализации. Дистрибьютору принадлежит право пользования товарными знаками принципала без заключения дополнительных договоров и соответствующей оплаты.

Возникает вопрос, могут ли платежи, произведенные в качестве оплаты за товар принципала, быть квалифицированы как плата по дистрибьюторскому договору, характеризующая его как возмездный. Очевидно нет. Дистрибьютор приобретает товары принципала, заключая с последним договоры поставки. Из договоров поставки у сторон возникают права и обязанности по передаче товаров и их оплате со стороны покупателя (покупателем выступает дистрибьютор, а поставщиком – принципал по дистрибьюторскому договору), возникает право собственности дистрибьютора, а оплату надлежит расценивать как встречное предоставление за полученный от принципала товар.

Таким образом, непосредственно денежных перечислений по дистрибьюторскому договору за реализацию товара дистрибьютором не происходит, за исключением бонуса за достижение порога продаж, который может быть установлен по соглашению сторон. Тем не менее, дистрибьюторский договор носит возмездный характер, поскольку в его исполнение дистрибьютор получает право закупок по специальной дистрибьюторской цене, право пользования товарными знаками принципала в целях рекламы и право именоваться дистрибьютором принципала. Указанные преференции следует признать иным встречным предоставлением по смыслу ст.423 Гражданского кодекса Российской Федерации.

По мнению А.М.Партина, в качестве встречного предоставления за принятие дистрибьютором обязательства по распространению товаров, поставщик принимает на себя обязательство предоставить дистрибьютору привилегированное положение по отношению к третьим лицам, желающим

приобрести товар у поставщика в отсутствие дистрибьюторского договора.²³ Данная позиция является в полной мере обоснованной, поскольку предоставление принципалом преференций дистрибьютору следует квалифицировать как встречное предоставление за исполнение обязанностей по реализации товаров.

На основании вышеизложенного, определение дистрибьюторского договора можно сформулировать следующим образом. 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, оказывать принципалу согласованные в договоре услуги, выполнять в связи с этим поручения принципала в целях сохранения деловой репутации принципала, а также укрепления его позиций на соответствующем товарном рынке (расширение торговой сети, сохранение и (или) увеличение доли на товарном рынке, информационное обеспечение потребителей товара и т.п.).

В соответствии с п.1 ст.432 Гражданского кодекса Российской Федерации договор считается заключенным, если между сторонами достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора. Под существенными понимаются условие о предмете договора, условия, названные в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть заключено соглашение.

Существенным условием дистрибьюторского договора является условие о предмете договора в силу прямого указания закона, а также условие о порядке взаимодействия сторон после заключения договора.

Как указывалось ранее, предмет дистрибьюторского договора составляют действия принципала по предоставлению товаров дистрибьютору и действия дистрибьютора по реализации товаров, которые принципал производит или закупает, совокупность действий, являющихся элементами поименованных в действующем гражданском законодательстве договоров (договор возмездного

²³ Партин А.М. Указ. соч. С. 9.

оказания услуг, договор хранения, агентский договор, договор поставки и других).

В дистрибьюторский договор стороны вправе включить только категорию товаров, которые в дальнейшем будут поставляться по договорам поставки без индивидуализации и указания количества, а также общие условия поставок, которые возможно конкретизировать в отдельных договорах.

Проблемой, существующей в предпринимательской практике и связанной с условием о предмете дистрибьюторского договора, является проблема индивидуализации действий по реализации товаров. Стороны в дистрибьюторском договоре могут установить прямое указание на способы реализации товаров дистрибьютором, в частности, путем указания перечня точек продаж, которым дистрибьютор реализует товары. Также представляется, что определить объем действий дистрибьютора по реализации допустимо путем установления ограничительных условий в дистрибьюторском договоре, например, ограничение права дистрибьютора на распространение определенными географическими границами согласованной территории, ограничение прав одного дистрибьютора на реализацию товаров на согласованной территории наличием на этой же территории других дистрибьюторов принципала (неэксклюзивный дистрибьюторский договор, позволяющий принципалу заключать в отношении одной и той же территории дистрибьюторские договоры с разными дистрибьюторами). Применение указанных способов в совокупности позволит конкретизировать то, каким образом дистрибьютор правомочен реализовывать товары.

Существенным условием дистрибьюторского договора следует назвать условие о порядке взаимодействия сторон после заключения дистрибьюторского договора. В дистрибьюторском договоре стороны могут указать категорию товаров, подлежащих поставке в дальнейшем, а также порядок заключения отдельных договоров поставки (посредством направления заявок или заключения договоров на каждую поставку отдельно).

Как указывалось выше, специфика дистрибьюторского договора и его значимость для сторон состоит в совокупности обязанностей дистрибьютора, которые присущи другим поименованным в Гражданском кодексе Российской Федерации договорам, а также направленность договора на укрепление деловой репутации принципала и сохранение и (или) увеличение доли принципала на товарном рынке. Совокупность различных обязанностей, которые исполняются дистрибьютором (оказание услуг, перевозка, охрана, реализация товаров, выполнение поручений и другие) обеспечивает экономическую привлекательность данного вида договора для принципала.

Представляется, что для сочетания различных обязанностей дистрибьютора они должны быть сосредоточены в одном договоре, освобождая стороны от заключения договоров на исполнение каждой обязанности в отдельности. В свою очередь, комплексный характер обязанностей дистрибьютора не должен лишать сторон права конкретизировать те или иные условия в отдельном договоре. Так, стороны руководствуются как дистрибьюторским договором, включая в него различные обязанности дистрибьютора, так и вправе заключать отдельные договоры «во исполнение» дистрибьюторского, которыми определять детали и особенности оказания тех или иных услуг.

Особенно заключение отдельного договора актуально в случае с отношениями по поставке товаров для реализации. Дистрибьюторский договор носит долгосрочный характер и в нем невозможно прогнозировать изменение ассортимента и количества товаров, которые будет реализовывать дистрибьютор. Разумным представляется заключение отдельного договора поставки, зачастую имеет место осуществление поставки по заявкам, которые будут учитывать изменение конъюнктуры рынка, уровня продаж и ассортимента товаров.

Таким образом, природе дистрибьюторского договора будет отвечать и включение элементов поименованных договоров в один договор, и право сторон детализировать условия в отдельных договорах.

В дистрибьюторском договоре стороны могут предусмотреть механизм осуществления поставок и взаиморасчетов. Речь идет о возможности поставки

товаров не непосредственно дистрибьютору, а напрямую третьему лицу – субдистрибьютору. Рассмотрим ситуацию, когда между субдистрибьютором и дистрибьютором заключен субдистрибьюторский договор, а между дистрибьютором и принципалом – дистрибьюторский договор. Субдистрибьютор направляет заявку дистрибьютору, а тот, в свою очередь, производителю товаров. Далее отношения выстраиваются следующим образом: дистрибьюторским договором предусмотрен переход права собственности к дистрибьютору в момент получения товара перевозчиком на складе производителя. Полученную от субдистрибьютора заявку дистрибьютор направляет производителю с указанием в качестве грузополучателя субдистрибьютора, от которого поступила заявка. Перевозчик получает товар согласно заявке на складе производителя и в этот момент к дистрибьютору согласно договору переходит право собственности на товары, которое существует до момента получения товаров грузополучателем – субдистрибьютором. Момент перехода права собственности от производителя дистрибьютору и от дистрибьютора субдистрибьютору должен быть согласован в дистрибьюторском и субдистрибьюторских договорах соответственно.

Подобное построение отношений «в обход» фигуры дистрибьютора, но при наличии действующего дистрибьюторского и субдистрибьюторских договоров особенно актуально для обширной территории. Например, условие о территории дистрибьюторского договора согласовано сторонами как «Российская Федерация», либо не согласовано, однако, дистрибьютор осуществляет свою деятельность на территории Российской Федерации. Очевидно, что дистрибьютор, независимо от того, насколько он крупный, не имеет объективной возможности самостоятельно обеспечить поставки товаров в каждую розничную точку продажи потребителям. Для этого дистрибьютор может заключить несколько субдистрибьюторских договоров, согласовав территорию для каждого договора в отдельности (например, Северо-Западный федеральный округ и так далее).

О.С.Июффе отмечал, что в случае участия в структуре договорных связей снабженческо-сбытовой организации движение продукции осуществляется двумя

способами, из которых первый – складская поставка (продукция отправляется на склад организации, а после – на склад потребителя), а второй – транзитная поставка. О.С.Иоффе указывается, что согласно транзитной поставке «поставщик не совпадает в одном лице с отправителем, а покупатель – с получателем продукции».²⁴

Таким образом, в дистрибьюторском договоре должно содержаться условие о порядке взаимодействия сторон после заключения дистрибьюторского договора, в частности, будут ли осуществляться поставки напрямую дистрибьютору, либо стороны согласовывают поставку третьему лицу – субдистрибьютору, и регулируют вопросы перехода права собственности. Условие о взаимодействии сторон включает в себя и договоренность о порядке детализации в дальнейшем сторонами тех или иных отношений, будут ли сторонами заключаться отдельные договоры и в отношении каких именно обязанностей, либо стороны будут регулировать отношения непосредственно в дистрибьюторском договоре.

Спорным представляется утверждение о том, что существенным условием дистрибьюторского договора является условие о территории, на которой действует дистрибьютор. Признание условия о территории существенным условием для данного договора существует как в доктрине, так и в определении дистрибьюторского договора, содержащемся в Типовом дистрибьюторском контракте МТП (Монопольный импортер-дистрибьютор).

Например, А.М.Партин в качестве существенных условий дистрибьюторского договора указывает и условие о территории, на которой дистрибьютор реализует товары. Также им отмечается, что «условие о территории является существенным, так как устанавливает четкие границы действия вытекающего из предмета договора обязательства дистрибьютора по

²⁴ Иоффе О.С. Обязательственное право. М., «Юрид. лит.», 1975. – С.242 [Электронный ресурс]: <http://legalportal.am/download/library/p175255eerugphiqh3q4n61fa71.pdf> . Дата обращения: 05.10.2015.

распространению товара на условиях, согласованных с поставщиком».²⁵ В.А.Маслова также называет условие о территории в качестве существенного.²⁶

Условие о территории содержится практически в каждом из проанализированных дистрибьюторских договоров и стороны относят его к категории существенных. В дистрибьюторских договорах условие о территории определяется указанием на административно-территориальные границы, субъект федерации, край, государство, поселок городского типа, город, прилегающие территории края и тому подобное. Включая условие о территории в договор, принципал избирает, на какой именно территории дистрибьютор осуществляет свою деятельность, какая административно-территориальная единица «обеспечена» бесперебойными поставками товаров в розничные магазины и какие географические единицы нуждаются в наличии дистрибьюторов.

Включение в дистрибьюторский договор условия о территории соотносится с п.1 ст.1007 Гражданского кодекса Российской Федерации, согласно которому агентским договором может быть предусмотрено обязательство принципала не заключать аналогичных агентских договоров с другими агентами, действующими на определенной в договоре территории, либо воздерживаться от осуществления на этой территории самостоятельной деятельности, аналогичной деятельности, составляющей предмет агентского договора.

При согласовании территории, в пределах которой дистрибьютор обязан реализовывать товар принципала, необходимо учитывать требования ст.11 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции». В силу п.1 данной статьи запрещаются соглашения между хозяйствующими субъектами-конкурентами, то есть между хозяйствующими субъектами, осуществляющими продажу товаров на одном товарном рынке, если такие соглашения приводят или могут привести к разделу товарного рынка по территориальному принципу, объему продажи или покупки товаров, ассортименту реализуемых товаров либо составу продавцов или покупателей (заказчиков).

²⁵ Партин А.М. Указ. соч. С.12.

²⁶ Маслова В.А. Дистрибьюторский договор как правовой инструмент организации сбыта товаров. Автореф. дисс. канд. юрид. наук. – Москва, 2011. С. 11.

Согласно ч.2 ст.12 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» допускаются «вертикальные» соглашения между хозяйствующими субъектами, доля каждого из которых на любом товарном рынке не превышает двадцать процентов.

В компетенцию антимонопольных органов входит вынесение решения о нарушении юридическими лицами ч.2 ст.11 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», выразившимся в заключении договора с дистрибьютором, а именно, включение условий, которые могут приводить к ограничению конкуренции (раздел товарного рынка по территориальному принципу).

При вынесении решения о признании дистрибьюторского договора противоречащим антимонопольному законодательству, антимонопольный орган проводит анализ географических границ товарного рынка с соблюдением порядка, утвержденного Приказом ФАС России от 28.04.2010 №220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке»,²⁷ а также доли предпринимателя на рынке оптовой реализации.

Например, Постановлением Федерального арбитражного суда Дальневосточного округа от 19.02.2013 №Ф03-264/2013²⁸ заявление юридического лица (поставщика по дистрибьюторскому договору) о признании недействительным решения антимонопольного органа о нарушении юридическим лицом ч.2 ст.11 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» было признано обоснованным.

Арбитражными судами трех инстанций по данному делу было установлено соответствие дистрибьюторского договора действующему законодательству и отмечено, что из условий договора с дистрибьютором не следует, что определение места осуществления деятельности дистрибьютора по продаже приобретенных у поставщика товаров влияет на возможность потенциальных

²⁷ Приказ ФАС России от 28.04.2010 №220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» // [Электронный ресурс] : Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

²⁸ Постановлением Федерального арбитражного суда Дальневосточного округа от 19.02.2013 №Ф03-264/2013 [Электронный ресурс] : Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

покупателей приобретать товары непосредственно у него; в договоре не содержится запретов на продажу продукции на территории, отличной от места его деятельности, также не предусмотрены санкции за нарушение условий о территории.

Типовой дистрибьюторский контракт МТП (Монопольный импортер-дистрибьютор) не приводит отдельного определения территории, в пределах которой действует дистрибьютор, предлагая сторонам согласовать границы территории в отдельном приложении к дистрибьюторскому договору.

Несмотря на существующие научные точки зрения о том, что условие о территории является существенным, и закрепление территории в Типовом дистрибьюторском контракте МТП (Монопольный импортер-дистрибьютор) (в статье «Предмет договора»), условие о территории деятельности дистрибьютора невозможно признать существенным.

В соответствии с п.1 ст.432 Гражданского кодекса Российской Федерации под существенными условиями понимаются условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение. В абзаце 1 указанной статьи отмечается, что договор считается заключенным, если между сторонами, в требуемой в подлежащих случаях форме, достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора.

Между тем, если сторонами дистрибьюторского договора не определена территория, на которой действует дистрибьютор, это будет означать, что действия дистрибьютора не ограничены географической территорией. В случае отсутствия условия о территории дистрибьютор будет обязан реализовывать товары по собственному усмотрению, соблюдая гарантированный объем закупок у принципала. Представляется логичным, что если дистрибьютор находится на территории Российской Федерации, то и реализовывать товары принципала он будет также на территории Российской Федерации, что не исключает его права реализовывать товары зарубежом.

На основании п.1 ст.432 Гражданского кодекса Российской Федерации, существенными являются также условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение. По мнению автора настоящего диссертационного исследования, условие о территории невозможно признать существенным, поскольку дистрибьюторский договор будет считаться заключенным и без согласования данного условия. Если стороны включают условие о территории в дистрибьюторский договор, оно приобретает признак существенности, но не в силу особого характера и значимости данного условия для сторон, а в силу прямого указания закона (п.1 ст.432 Гражданского кодекса Российской Федерации).

Подобная позиция относится и к условию дистрибьюторского договора об эксклюзивности.

Условие дистрибьюторского договора об эксклюзивности предоставляет принципалу право заключать дистрибьюторский договор с единственным дистрибьютором на одной территории, при этом принципал лишен возможности заключать несколько дистрибьюторских договоров в отношении одной и той же территории.

В Принципах европейского договорного права (коммерческое агентирование, франшиза и дистрибуция)²⁹ предусматривается три вида дистрибьюторских договоров, а именно: договор исключительной дистрибуции, договор выборочной дистрибуции и договор исключительной продажи (п.1 ст. 4:101). В основе такого разделения лежит количество участников правоотношений. Указанный документ подразделяет дистрибьюторский договор на виды, исходя из права принципала привлекать одного либо нескольких дистрибьюторов для реализации товаров.

Под договором исключительной дистрибуции понимается договор, согласно условиям которого поставщик поставляет товары только одному дистрибьютору в пределах одной согласованной территории или определенной группы

²⁹ Принципы европейского права: коммерческое агентирование, франшиза и дистрибуция. Пер с англ. А.Т.Амирова, Б.И.Пугинского // Коммерческое право. — 2011. — №1 (8). — С. 176–198.

потребителей, то есть при заключении сторонами договора исключительной дистрибуции на рынке существует только один дистрибьютор, обладающий правом реализации поставляемого товара (п.3 ст. 4:101).

Под договором выборочной дистрибуции понимается договор, согласно условиям которого поставщик принимает на себя обязательство осуществлять поставки продукции только дистрибьюторам, выбранным на основании определенного критерия (п.4 ст. 4:101). Выборочная дистрибуция заключается в использовании ограниченных точек реализации продукции. Так, если реализации подлежат лекарственные средства, то точки продажи могут сводиться к выбору крупных или мелких аптечных сетей либо отдельных аптек.

Под договором исключительной продажи предлагается понимать дистрибьюторский договор, в соответствии с условиями которого дистрибьютор обязуется приобрести товар исключительно от поставщика или стороны, назначенной поставщиком (п.5 ст.4:101).

От того, будет ли включено в договор условие об эксклюзивности, зависит право принципала привлекать других дистрибьюторов к реализации произведенных или закупленных товаров на одной и той же территории, либо принципал сотрудничает с единственным дистрибьютором.

Равно как и условие о территории, условие об эксклюзивности не является существенным, поскольку дистрибьюторский договор будет считаться заключенным даже если не будет содержать условия об эксклюзивности. Если в дистрибьюторском договоре не будет содержаться условие об эксклюзивности, в таком случае дистрибьюторский договор следует считать неэксклюзивным. Эксклюзивным дистрибьюторский договор становится в случае, если сторонами будет прямо предусмотрен запрет принципалу привлекать нескольких дистрибьюторов для реализации товаров на согласованной территории.

К существенным условиям дистрибьюторского договора исследователи также относят и условие о размере гарантированного минимума продаж.³⁰ Действительно, данное условие является наиболее часто встречающимся в

³⁰ Улугова К.Э. Указ.соч. С.9.

дистрибьюторских договорах и предусматривает установление в дистрибьюторском договоре количество товаров, которое дистрибьютор обязан приобретать у принципала в течение установленного сторонами в договоре срока. В случае нарушения данного условия сторонами в договоре устанавливается ответственность.

По мнению автора настоящего диссертационного исследования, отсутствие условия о размере гарантированного минимума продаж также не приводит к незаключенности дистрибьюторского договора. Отсутствие данного условия будет лишь свидетельствовать о том, что дистрибьютор при осуществлении деятельности не связан соблюдением минимума продаж. Дополнительно об этом свидетельствует и п.8.3 Типового дистрибьюторского контракта МТП (Монопольный импортер-дистрибьютор), в соответствии с которым стороны могут договориться о соблюдении гарантированного минимума продаж и последствиях его невыполнения.

Проблемой существенных условий дистрибьюторского договора является отнесение к таковым условия о товаре, подлежащем поставке. Условие о товаре не является существенным для дистрибьюторского договора и не подлежит обязательному включению в его текст по следующим основаниям.

Типовым дистрибьюторским контрактом МТП (Монопольный импортер-дистрибьютор) условие о товаре вынесено в отдельное приложение. Заключение сторонами других договоров (договор поставки, договор возмездного услуг и иные) обеспечивает исполнение условий дистрибьюторского договора.

В отдельных договорах поставки стороны могут непосредственно определить наименование, количество и ассортимент товаров, сроки и условия ответственности за неисполнение договора поставки.

В силу того, что дистрибьюторский договор заключается на длительный срок, а принципал за период действия договора может производить любые иные товары, нежели предусмотренные договором, либо переквалифицировать профиль производства (иной профиль товаров также будет устраивать дистрибьютора), разумным для сторон представляется включение в

дистрибьюторский договор указания на общую категорию производимых или закупаемых принципалом товаров, например, молочная продукция, мясная продукция и тому подобное.

Таким образом, условие о порядке взаимодействия сторон после заключения договора является существенным условием дистрибьюторского договора. Условие о территории, условие об эксклюзивности и условие о гарантированном минимуме продаж являются наиболее часто встречающимися в дистрибьюторских договорах, однако, не являются существенными, поскольку отсутствие указанных условий не влечет признание дистрибьюторского договора незаключенным.

§ 1.2. Стороны дистрибьюторского договора, их права и обязанности

На сегодняшний день для осуществления предпринимательской деятельности по реализации товаров на определенной территории, для обеспечения наиболее экономически выгодного сотрудничества, предприниматели все чаще избирают дистрибьюторский договор. Для принципала использование дистрибьюторского договора позволяет сократить издержки и вступать в договорные отношения с одним или несколькими дистрибьюторами, исключая тем самым заключения нескольких договоров с различными лицами.

Во исполнение дистрибьюторского договора в целях реализации товаров стороны могут заключать договоры поставки, по которым осуществляется передача товаров непосредственно дистрибьютору или третьему лицу. Ст. 506 Гражданского кодекса Российской Федерации закрепляет, что сторонами договора поставки выступают поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, и покупатель, которому товар передается для использования в предпринимательской деятельности. Тем самым, поскольку для обеспечения исполнения обязанностей по дистрибьюторскому договору

стороны заключают договоры поставки, а в силу вышеуказанной статьи договор поставки заключается между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, то стороны дистрибьюторского договора также являются субъектами, которые осуществляют предпринимательскую деятельность – коммерческие организации и индивидуальные предприниматели. В правоприменительной практике наиболее часто выступают в качестве сторон только юридические лица – коммерческие организации.

Настоящим диссертационным исследованием 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, которое предоставляет дистрибьютору товары для реализации. Действительно, существующие на сегодняшний день акты как Международной торговой палаты (Руководство по составлению международных дистрибьюторских соглашений и Типовой дистрибьюторский контракт МТП (Монопольный импортер-дистрибьютор), так и Модельные правила европейского частного права содержат наименование указанного лица - «поставщик». С наименованием «поставщик» невозможно согласиться, поскольку «поставщик» – наименование стороны в договоре поставки согласно ст.506 Гражданского кодекса Российской Федерации. В силу того, что договор поставки может заключаться после заключения дистрибьюторского договора и указанные договоры представляют собой два самостоятельных, но взаимосвязанных вида договора, поэтому именовать лицо, производящее или закупающее товары, поставщиком не представляется корректным. Также наименование «поставщик» как стороны дистрибьюторского договора не является обязательным для применения, так как акты, в которых имеется данное наименование, носят рекомендательный характер.

В настоящем диссертационном исследовании предлагается использование термина «принципал». В соответствии с п.1 ст.1105 Гражданского кодекса Российской Федерации по агентскому договору одна сторона (агент) обязуется за

вознаграждение совершать по поручению другой стороны (принципала) юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала либо от имени и за счет принципала. По сделке, совершенной агентом с третьим лицом от своего имени и за счет принципала, приобретает права и становится обязанным агент, хотя бы принципал и был назван в сделке или вступил с третьим лицом в непосредственные отношения по исполнению сделки.

Использование термина «принципал» по аналогии с агентским договором не приведет к квалификации дистрибьюторского договора в качестве агентского, поскольку дистрибьютор агентом может не являться, если иное не предусмотрено условиями дистрибьюторского договора. Наименование лица, производящего или закупающего товар для передачи дистрибьютору, обосновывается одной из обязанностей дистрибьютора – обязанностью реализовывать товар.

В частности, принципал передает дистрибьютору товар, а дистрибьютор обязуется в дальнейшем реализовывать полученный товар. Вместе с тем, поставщику по договору поставки не принадлежит возможность обременять дистрибьютора поручением реализовывать товар, а также указывать дистрибьютору, каким образом и на какой территории товар надлежит реализовывать, в связи с чем термин «принципал» является наиболее удачным термином по сравнению с термином «поставщик», поскольку соотносится с природой обязанности дистрибьютора в дальнейшем реализовывать товар.

Кроме того, термин «принципал» используется в действующем Гражданском кодексе Российской Федерации и в институте независимой гарантии (п.1 ст.368 Гражданского кодекса Российской Федерации), что не влечет смешивания термина «принципал» в независимой гарантии и данного термина в агентском договоре.

Контрагентом принципала по дистрибьюторскому договору выступает дистрибьютор. Дистрибьютором выступает лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность, реализующее товары, предоставленные принципалом, третьим лицам – субдистрибьюторам, а также оказывающее услуги и выполняющее поручения принципала. Специфика дистрибьютора состоит в

том, что в отношениях с третьими лицами при реализации товаров он является самостоятельной фигурой, не зависящей от принципала, а все действия по реализации осуществляет от своего имени и за свой счет, что отличает дистрибьюторский договор от агентского договора. Юридические последствия осуществленных действий возникают у дистрибьютора. Дистрибьютор не является работником или представителем принципала.

Как указывает А.Ю.Бушев, посредник способствует установлению правоотношений между клиентом и третьими лицами через поиск контрагентов, совершение сделок и иных юридических действий.³¹ В данном случае дистрибьютор действует и заключает договоры с третьими лицами в собственных интересах, не способствуя установлению правоотношений между принципалом и третьими лицами.

В соответствии со ст.3 Типового дистрибьюторского контракта МТП (Монопольный импортер-дистрибьютор) дистрибьютор продает на согласованной сторонами территории от своего имени и за свой счет товары, предоставляемые поставщиком.

В соответствии с условиями дистрибьюторского договора для реализации товаров субдистрибьюторам, дистрибьютор обязуется осуществлять закупки товаров у принципала по отдельным договорам поставки, в том числе по заявкам. Посредством исполнения данной обязанности дистрибьютор фактически получает возможность реализовывать товары субдистрибьюторам, способствуя достижению цели дистрибуции – реализации товаров от крупного производителя розничным покупателям.

Следующей обязанностью дистрибьютора по дистрибьюторскому договору, которую стороны могут предусмотреть в дистрибьюторском договоре, является соблюдение согласованного объема закупок. Установление данной обязанности в период действия договора позволяет принципалу прогнозировать количество отгружаемого дистрибьютору товара, а также количество производимого товара.

³¹ Коммерческое (предпринимательское) право: учебник: в 2т. / под ред. В.Ф.Попондопуло. Т.2. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Проспект, 2016. С. 448.

Соблюдение этой обязанности важно, если речь идет о скоропортящейся продукции, в том числе продуктах питания. Обязанность по закупке минимума товаров имеет значение при заключении эксклюзивного дистрибьюторского договора. При заключении эксклюзивного дистрибьюторского договора на определенной географической территории действует единственный дистрибьютор и условие о минимальном объеме закупок позволяет принципалу определить, какое количество товара необходимо производить либо закупить для продажи на территории деятельности дистрибьютора. В силу того, что условие о соблюдении объема закупок не является существенным условием, то включение данной обязанности дистрибьютора в договор зависит от усмотрения сторон.

При рассмотрении вопроса о правах и обязанностях сторон возникает проблема: является ли дистрибьюторский договор подтверждением введения в оборот товаров под товарными знаками принципала, поскольку товарные знаки производителя на товаре сохраняются и будет ли дистрибьюторский договор подтверждать правомочность использования товарных знаков.

В соответствии со ст.1487 Гражданского кодекса Российской Федерации, «не является нарушением исключительного права на товарный знак использование товарного знака другими лицами в отношении товаров, которые были введены в гражданский оборот на территории Российской Федерации непосредственно правообладателем или с его согласия».³²

Между ООО «Транспорт плюс» (Агент) и ООО «Уютный дом» (Принципал) был заключен агентский договор, согласно условиям которого принципал подавал агенту заявки на изготовление производителем товаров - коммерческой организации, расположенной и зарегистрированной по законодательству Венгрии, сантехническое оборудование, а агент принимал на себя обязательство направлять указанные заявки непосредственно производителю – коммерческой организации, расположенной в Венгрии, и заключать договоры на изготовление товаров с нанесением товарных знаков третьего лица на

³² Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 №230-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2006. - №52 (1 ч.). – Ст.5496.

изготовленный товар. После оформления заказа производитель осуществлял поставку товара с товарными знаками третьего лица агенту, а он – принципалу.

Для оформления отношений в части нанесения товарных знаков третьего лица между правообладателем товарного знака и принципалом (ООО «Уютный дом») заключен лицензионный договор, предоставляющий принципалу право осуществлять реализацию товаров под товарными знаками третьего лица исключительно используя только несколько каналов реализации: указанные в договоре наименования розничных магазинов. После изготовления партии товара надлежащего качества и его отгрузки в ООО «Уютный дом», последний принял решение о возврате товара агенту – лицу, от которого товар был получен, а агент в своих предпринимательских целях решил его приобрести в собственность. Отсюда возникает проблема, что ООО «Уютный дом» не вправе реализовывать товар агенту, поскольку, согласно лицензионному договору, может реализовать его только в определенные магазины, и, продав его агенту, нарушит условие о вводе товара в гражданский оборот. Для введения товара в гражданский оборот недостаточно факта ввоза товара на территорию Российской Федерации, принципалу необходимо осуществить реализацию товаров только путем продажи данных товаров в магазинах, перечень которых указан в лицензионном договоре.

В случае с дистрибьюторским договором, заключение отдельного лицензионного договора на использование товарного знака не требуется, так как дистрибьюторский договор подтверждает правомерность использования товарного знака. Подтверждением этого утверждения служит судебная практика.

Индивидуальный предприниматель обратился в арбитражный суд с исковым заявлением к коммерческой организации о прекращении производства продукции под определенным товарным знаком, а также прекращении производства продукции, на упаковках и этикетках которых расположен товарный знак в виде графического изображения. Решением Арбитражного суда Республики Бурятия от 13.05.2013,³³ оставленным без изменения Постановлением

³³ Решение Арбитражного суда Республики Бурятия от 13.05.2013 по делу №А10-5176/2012// ИПС «КонсультантПлюс».

Четвертого арбитражного апелляционного суда от 16.09.2013 по делу №А10-5176/2012,³⁴ ответчику было запрещено использовать словесное обозначение, сходное до степени смешения с товарным знаком истца. Также суд обязал ответчика прекратить нарушение исключительных прав, принадлежащих истцу, на товарный знак в виде графического обозначения.

В Постановлении Суда по интеллектуальным правам от 14.02.2014 по делу №А10-5176/2012³⁵ отмечено, что в данной ситуации суд не усмотрел оснований для применения к спорным правоотношениям ст.1487 Гражданского кодекса Российской Федерации, поскольку ответчиком не представлено надлежащих письменных доказательств, подтверждающих правомерность использования товарного знака и передачу исключительного права. К таковым судом были отнесены лицензионный договор, договор на использование товарного знака и другие. В качестве примера доказательств, которые могут быть представлены в целях обоснования законности введения в оборот товаров, маркированных спорным товарным знаком, суд приводит: дилерский договор, дистрибьюторский договор, письменное согласие и тому подобное. Аналогичная позиция находит свое отражение и в Постановлении Федерального арбитражного суда Центрального округа от 08.02.2012 по делу №А35-3212/2011.³⁶ Исходя из этого следует, что дистрибьюторский договор является подтверждением законности введения в оборот товаров под товарным знаком принципала.

Следующей проблемой, касающейся прав и обязанностей сторон дистрибьюторского договора, является проблема ограничения правоспособности сторон дистрибьюторского договора. Как указывалось выше, одним из условий дистрибьюторского договора может являться обязательство сторон не заключать аналогичных договоров с другими принципалами или дистрибьюторами, или

³⁴ Постановление Четвертого арбитражного апелляционного суда от 16.09.2013 по делу №А10-5176/2012 // ИПС «КонсультантПлюс».

³⁵ Постановление Суда по интеллектуальным правам от 14.02.2014 по делу №А10-5176/2012 // ИПС «КонсультантПлюс».

³⁶ Постановление Федерального арбитражного суда Центрального округа от 08.02.2012 по делу №А35-3212/2011// ИПС «КонсультантПлюс».

обязательство воздерживаться от осуществления самостоятельной деятельности, аналогичной деятельности, составляющей предмет дистрибьюторского договора.

В соответствии с п.1 ст.1007 Гражданского кодекса Российской Федерации агентским договором может быть предусмотрено обязательство принципала не заключать аналогичных агентских договоров с другими агентами, действующими на определенной в договоре территории, либо воздерживаться от осуществления на этой территории самостоятельной деятельности, аналогичной деятельности, составляющей предмет агентского договора. П.2 указанной статьи предусматривает возможность сторон включить в договор обязанность агента не заключать с другими принципалами аналогичных агентских договоров, которые должны исполняться на территории, полностью или частично совпадающей с территорией, указанной в договоре.

Согласно п.2 ст.49 Гражданского кодекса Российской Федерации юридическое лицо может быть ограничено в правах лишь в случаях и в порядке, предусмотренных законом.

Ст.1007 Гражданского кодекса Российской Федерации указывает, что обязательство сторон воздерживаться от заключения аналогичных договоров может предусматриваться договором, тем самым, оставляя данное условие на усмотрение сторонам.

Аналогичные условия получили свое распространение и в дистрибьюторском договоре, в связи с чем возникает вопрос, не ограничивают ли данные условия правоспособность сторон дистрибьюторского договора, поскольку законом не предусмотрено право сторон включить условия в дистрибьюторский договор.

По мнению автора настоящего диссертационного исследования, ограничение правоспособности следует отличать от исполнения договорных обязанностей. Если стороны устанавливают в дистрибьюторском договоре за нарушение условия воздерживаться от заключения аналогичных договоров в пределах согласованной территории неустойку, то надлежащее исполнение данного условия будет гарантировать отсутствие оснований для взыскания

денежных средств другой стороной. В случае если сторона нарушит данное обязательство, то будет обязана выплатить неустойку другой стороне. Подобная позиция согласуется с принципом свободы договора, в частности с п.4 ст.421 Гражданского кодекса Российской Федерации, гласящим, что условия договора определяются по усмотрению сторон, кроме случаев, когда содержание соответствующего условия предписано законом или иными правовыми актами.

Д.И.Мейер в качестве способа обеспечения договора описывает ситуацию, при которой «должник тем же самым договором обязывается воздерживаться от других действий, которые могут быть несовместимыми с действием – предметом права верителя», и приходит к выводу, что указанное обязательство будет гарантировано неустойкой, и обязательство воздержаться не будет иметь никакого значения. При этом на действительность других договоров нарушение обязательства воздерживаться от их заключения никоим образом не влияет.³⁷

Как справедливо отмечает А.И.Бычков, принятое обязательство воздерживаться от заключения аналогичных договоров не следует рассматривать как ограничение правоспособности, так как обязательство сторона принимает на себя добровольно.³⁸

Относительно прав и обязанностей сторон при заключении эксклюзивного дистрибьюторского договора возникает следующая проблема: вправе ли стороны осуществлять продажи третьим лицам, находящимся за пределами указанной в договоре территории, и какие действия обязаны предпринять стороны в случае получения заявки на приобретение товаров от третьего лица, находящегося за пределами территории. Ключевой обязанностью дистрибьютора по дистрибьюторскому договору является реализация товаров, произведенных или закупленных принципалом. Заключая эксклюзивный дистрибьюторский договор, принципал рассчитывает, что отдельный дистрибьютор реализует товар на определенной территории. В отношении другой географической территории

³⁷ Мейер Д.И. Указ. соч. [Электронный ресурс]: http://civil.consultant.ru/elib/books/45/page_57.html#bnote_859. Дата обращения: 05.10.2015.

³⁸ Бычков А.И. Дистрибьюторский договор // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2012. - №9 (132). С.88-98. [Электронный ресурс]: <http://www.center-bereg.ru/b2915.html> . Дата обращения: 05.10.2015.

принципал может выбрать другого дистрибьютора и заключить с ним отдельный эксклюзивный дистрибьюторский договор. Именно поэтому в дистрибьюторском договоре указывается, что при поступлении дистрибьютору заявки от третьих лиц, расположенных за пределами договорной территории, на приобретение товаров он обязуется сообщать принципалу о намерении третьего лица приобрести товар, а также предложить третьему лицу приобрести товар у принципала.

Обязанности дистрибьютора и принципала по сообщению о поступлении заявок на приобретение товаров могут быть сформулированы следующим образом: «При получении принципалом заявки на приобретение товаров от третьих лиц, принципал обязан уведомить указанных лиц о наличии на территории дистрибьютора, и предложить приобрести товары у него. При получении дистрибьютором заявки о намерении приобрести товар от лица, находящегося вне территории деятельности дистрибьютора, дистрибьютор направляет заявку принципалу и предлагает третьему лицу приобрести товар непосредственно у принципала».

Однако включение данного условия в договор представляется несоответствующим действующему законодательству, а именно п.3 ст.1007 Гражданского кодекса Российской Федерации, регулиующему ничтожность условий агентского договора, связанных с ограничением реализации товаров определенным покупателям. На основании указанного пункта, условия агентского договора, в силу которых агент вправе продавать товары, выполнять работы или оказывать услуги исключительно определенной категории покупателей (заказчиков) либо исключительно покупателям (заказчикам), имеющим место нахождения или место жительства на определенной в договоре территории, являются ничтожными. Тем самым, приведенное условие дистрибьюторского договора об отказе в продаже товаров лицу, расположенному за пределами территории, указанной в договоре, и предложение приобрести товары непосредственно у принципала, следует признать ничтожным, как и

предусмотрено п.3 ст.1007 Гражданского кодекса Российской Федерации в отношении агентского договора.

В соответствии со ст.12 Типового дистрибьюторского контракта МТП (Монопольный импортер-дистрибьютор) дистрибьютор обязуется не рекламировать товары, не открывать филиал или сбытовую базу для размещения товаров за пределами территории.

Обязанностью принципала по дистрибьюторскому договору является предоставление дистрибьютору «особого» положения по сравнению с другими лицами, с которыми принципал не заключал дистрибьюторский договор. Выгода дистрибьютора при заключении дистрибьюторского договора состоит в том, что он приобретает товар у принципала по специальной дистрибьюторской цене, которая снижена по сравнению с отпуском товаров другим покупателям, сотрудничающим с принципалом без использования дистрибьюторского договора. Далее дистрибьютор перепродает товары покупателям с наценкой, которая является прибылью дистрибьютора. Относительно установления механизма ценообразования в дистрибьюторском договоре во избежание нарушений антимонопольного законодательства автором настоящего исследования рекомендуется избегать фиксации цен и размера наценки, которую дистрибьютор вправе устанавливать на товар.

Установление в дистрибьюторском договоре цен и надбавок сторонами договора может привести к квалификации таких действий как согласованных по смыслу Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции». В обязанности принципала по дистрибьюторскому договору входит предоставление дистрибьютору специальной дистрибьюторской скидки на цену приобретаемых дистрибьютором товаров. Включение данного условия обосновывает экономическую привлекательность сотрудничества сторон по дистрибьюторскому договору, поскольку лица, закупающие товар у принципала напрямую, лишены права на получение специальной цены и приобретают товар по рыночной цене.

В соответствии с разделом 3 главы 5 части Е книги IV Модельных правил европейского частного права³⁹ к обязанностям дистрибьютора относятся: обязанность сбывать продукт; обязанность предоставлять информацию во время исполнения договора; обязанность обеспечить доступ поставщика в свои помещения для проверки соответствия деятельности дистрибьютора предусмотренным договором стандартам; обязанность следовать разумным указаниям поставщика, направленным на обеспечение надлежащего сбыта товара; обязанность уведомить о снижении требуемых объемов закупок.

Раздел 2 главы 5 части Е книги IV Модельных правил европейского частного права регулирует обязанности поставщика по дистрибьюторскому договору, к которым относятся: обязанность осуществить поставку; обязанность предоставлять информацию во время исполнения; обязанность поставщика уведомить о снижении объемов поставок; предоставлять по разумной цене имеющиеся рекламные материалы, необходимые для продвижения продукта; принимать разумные меры, чтобы не нанести ущерб общественному мнению о продукте.

Сущность дистрибьюторского договора состоит в осуществлении реализации товаров дистрибьютором, а также возможности сторон включить в договор обязанности, присущие поименованным договорам, в том числе договору поставки, агентскому договору, договору возмездного оказания услуг и других. Таким образом, помимо обязанности дистрибьютора по реализации товаров и обязанности принципала предоставить скидку накупаемый товар, стороны предусматривают в дистрибьюторском договоре условия об оказании сторонами договора услуг и выполнение различных поручений принципала.

К таковым можно отнести: участие сторон в семинарах, тренингах по продвижению товара, встречах для обсуждения стратегии в вопросах маркетинга, рекламы, участие в коммерческих выставках и рекламных акциях, выполнение поручений принципала, охрана торговых помещений и другие. В

³⁹ Модельные правила европейского частного права. Указ. соч. [Электронный ресурс] : // ИПС «КонсультантПлюс». Дата обращения: 05.10.2015.

дистрибьюторских договорах допустимо установление обязанности по предоставлению дистрибьютором отчетов о реализации товара за отчетный период, содержащих сведения о проведенных маркетинговых исследованиях на территории, о проделанной работе в регионах, закрепленных за дистрибьютором, о прогнозе поставок на следующий отчетный период.

Таким образом, можно сделать вывод, что основными обязанностями дистрибьютора по дистрибьюторскому договору является реализация товаров, поставляемых принципалом, третьим лицам, осуществление закупок товаров у принципала. Основными обязанностями принципала по дистрибьюторскому договору являются предоставление специальной дистрибьюторской скидки накупаемую дистрибьютором продукцию, обеспечение предоставления дистрибьютору в дальнейшем товаров для реализации. Остальные права и обязанности, в том числе касающиеся оказания услуг, выполнения поручений, могут быть включены в текст дистрибьюторского договора по усмотрению сторон.

§ 1.3. Соотношение дистрибьюторского договора и дилерского договора.

Субдистрибьюторский договор

Помимо дистрибьюторских договоров в предпринимательской практике получили широкое распространение и так называемые дилерские договоры. При обращении предпринимателей за юридической помощью по вопросу разработки условий дистрибьюторского договора обычно следует требование о составлении дилерского договора, поскольку лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность, намерено реализовывать товар принципала третьим лицам, в связи с чем нуждается в разработке некоего правового основания для этих операций.

Речь идет о дальнейшем исполнении дистрибьютором обязанности по реализации товаров третьим лицам. В связи с этим возникает вопрос, какой договор дистрибьютор заключает с третьим лицом, чтобы исполнить обязанность

по «дальнейшей реализации товаров». В таком случае представляется обоснованной трехуровневая система организации дистрибьюторской деятельности, регламентированная в Соединенных Штатах Америки и состоящая из производителя товаров, дистрибьютора и более мелких продавцов, которые закупают товары у дистрибьютора и реализуют конечным покупателям - коммерческим организациям или розничным потребителям. При этом количество лиц, покупающих и реализующих товар при организации дистрибьюторской деятельности не ограничено до тех пор, пока товар не поступит розничному потребителю, приобретающему товары для личного использования. Далее приводится анализ соотношения указанных договоров и возможность их заключения при осуществлении дистрибьюторской деятельности.

Понятие «дилер» закреплено ст.1 Федерального закона от 01.07.2011 №170-ФЗ «О техническом осмотре транспортных средств и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».⁴⁰ Как установлено данной статьей, под дилером понимается юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие от своего имени и за свой счет в соответствии с договором, заключенным с производителем и (или) импортером (дистрибьютором) транспортных средств отдельных марок, сервисное обслуживание таких транспортных средств. При этом продажа автотранспортных средств как обязанность дилера не предусматривается, речь идет исключительно о сервисном обслуживании.

Закрепленное в указанном Законе понятие «дилер» значительно сужает сферу полномочий дилера, нежели понятие, используемое в предпринимательской практике. Указанная статья гласит о том, что дилер осуществляет только сервисное обслуживание транспортных средств. Приведенное определение невозможно признать корректным, поскольку в правоприменительной практике дилер вправе не только осуществлять техническое обслуживание транспортных средств, но и продавать

⁴⁰ Федеральный закон от 01.07.2011 №170-ФЗ «О техническом осмотре транспортных средств и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (принят ГД ФС РФ 15.11.2011) // Собрание законодательства РФ. – 04.07.2011.- №27. - Ст. 3881, ИПС «КонсультантПлюс».

автотранспортные средства физическим лицам и организациям, при этом автотранспортные средства принадлежат дилеру на праве собственности и дилер приобретает их у производителя. Тем самым, дилер приобретает не столько право сервисного обслуживания, сколько право реализации автотранспортных средств юридическим или физическим лицам с последующим сервисным обслуживанием.

Первостепенной функцией дилера является продажа автомобилей потребителям, а функция по сервисному обслуживанию – дополнительной, так как наибольшую прибыль дилеру приносит именно продажа автотранспортных средств, нежели их техническое обслуживание. Дилер вправе оказывать лицам, приобретшим автотранспортное средство, услуги по сервисному обслуживанию, в частности, проведение регулярного технического осмотра автомобилей соответствующей марки на основании отдельного договора возмездного оказания услуг, заключаемого между производителем (или дистрибьютором) и дилером, что находит свое отражение в ст.1 указанного выше Закона. В свою очередь, дилер осуществляет реализацию автомобилей в розницу потребителям, заключая с ними договоры купли-продажи, а сервисный или иной технический ремонт, в том числе регулярный технический осмотр, дилер производит, заключая с потребителями отдельный договор возмездного оказания услуг на осуществление гарантийного технического обслуживания автотранспортного средства.

Представляется необоснованным подход законодателя в урегулировании дилерской деятельности только в сфере сервисного обслуживания автотранспортных средств, поскольку принципиальных различий между категориями товаров, подлежащих сбыту посредством дилерской деятельности, не имеется. По аналогии с законодательным регулированием, установленным в отношении дилерской деятельности в сфере автотранспортных средств, следует урегулировать деятельность в сфере реализации и других товаров, поскольку значимое различие, способное привести к невозможности реализации товаров конечным покупателям по изложенной выше системе, между автотранспортными средствами и любыми иными товарами отсутствует.

В действующем законодательстве, помимо определения дилерской деятельности в сфере реализации автотранспортных средств, существует понятие дилерской деятельности, осуществляемой на рынке ценных бумаг. В соответствии со ст.5 Федерального закона от 22.04.1996 №39-ФЗ «О рынке ценных бумаг»⁴¹ под дилерской деятельностью понимается совершение сделок купли-продажи ценных бумаг от своего имени и за свой счет путем публичного объявления цен покупки и/или продажи определенных ценных бумаг с обязательством покупки и/или продажи этих ценных бумаг по объявленным лицом, осуществляющим такую деятельность, ценам. В силу этой же статьи дилером именуется профессиональный участник рынка ценных бумаг, осуществляющий такого рода деятельность.

Вместе с тем, в предпринимательской деятельности функции дилера представляются значительно шире, нежели в представленных законах. Дилерскую деятельность на рынке ценных бумаг следует отличать от дилерской деятельности, получившей свое распространение в области реализации товаров, полученных от производителя и (или) дистрибьютора, в том числе и в сфере реализации автотранспортных средств. На сегодняшний день закрепление двух различных понятий дилерской деятельности в зависимости от сферы деятельности только способствует терминологической путанице, существующей в отношении определения дилерской деятельности, и не является обоснованным. Во избежание терминологической путаницы автором настоящего диссертационного исследования предлагается сохранить использование терминов «дилерская деятельность», «дилер» в сфере рынка ценных бумаг.

Ст.1 Федерального закона от 1.07.2011 №170-ФЗ «О техническом осмотре транспортных средств и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» указывает, что договор на сервисное обслуживание транспортных средств заключается между дилером и производителем и (или) дистрибьютором. Тем самым, необходимо различать две ситуации: 1) договор,

⁴¹ Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 №39-ФЗ // Собрание законодательства РФ– 22.04.1996.- №17. - Ст. 1918, ИПС «КонсультантПлюс».

заключенный между производителем и дилером; 2) договор, заключенный между дистрибьютором и дилером.

Договор, заключенный между производителем автотранспортных средств и дилером, во исполнение которого дилер получает транспортные средства и реализует их розничным покупателям, по существенным условиям и обязанностям сторон полностью совпадает с дистрибьюторским договором.

М.А.Егорова отмечает, что дилерский договор схож по природе с дистрибьюторским, однако, специфичен своим субъектным составом: дилерский договор заключается между дистрибьютором (получившим товар от производителя) и дилером. Конструкции дилерского и дистрибьюторского договора схожи между собой и сущность дилерской деятельности практически идентична специфике дистрибьюторского договора.⁴²

Действительно, дилерский договор по своим условиям идентичен условиям дистрибьюторского: в соответствии с дилерским договором одна сторона (дилер) принимает на себя обязательство приобретать товары у другой стороны (производителя или дистрибьютора) и осуществлять их реализацию третьим лицам, в том числе розничным покупателям от своего имени и за свой счет. Производитель (или дистрибьютор) и дилер согласовывают, каким образом будет осуществляться поставка товаров в адрес дилера, и от решения данного вопроса будет зависеть, поступят ли товары в собственность дилера, либо товары поступят в собственность лица, на которое укажет дилер.

В силу того, что термин «дилер» широко применяется на сегодняшний день на рынке автотранспортных средств, то предложение о полном исключении из обихода этого термина не будет отвечать критерию исполнимости. Вместо этого предлагается сохранение термина «дилер», «дилерская деятельность» по отношению к реализации транспортных средств, а в отношении любых других товаров – внедрение понятий «дистрибьюторский договор» и «дистрибьютор». В таком случае дилерский договор идентичен по своему содержанию

⁴² Егорова М.А. Коммерческое право : учебник для вузов / М.А.Егорова; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Юридический факультет им. М.М.Сперанского, Кафедра предпринимательского и корпоративного права. - Учеб. изд. -М. : Статут, 2013. [Электронный ресурс]: ИПС «КонсультантПлюс». Дата обращения: 05.10.2015.

дистрибьюторскому, что влечет возможность применения к нему правовых норм, предлагаемых автором настоящего исследования.

Относительно регулирования дистрибьюторского и дилерского договоров в законодательстве стран-участниц Содружества Независимых Государств необходимо отметить Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 24.02.2012 №183 «Об утверждении Положения о товаропроводящей сети белорусских организаций за рубежом, классификатора видов поставок товаров, подлежащих учету при осуществлении экспортных операций, и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь». Указанным Постановлением регулируется правовое положение производителя, дилера, дистрибьютора, потребителя, при этом под дистрибьютором понимается субъект товаропроводящей сети, который реализует от имени производителя за свой счет в оговоренном регионе деятельности приобретенный у производителя товар на условиях, определенных договором с производителем.⁴³

Согласно данному Постановлению, под дилером понимается субъект товаропроводящей сети, который осуществляет реализацию и сервисное обслуживание товаров белорусских производителей от своего имени и за свой счет на условиях, предусмотренных договором между ним и белорусским дистрибьютором или производителем.

Проблемой соотношения дилерских и дистрибьюторских договоров является восприятие данных договоров как различных, что не соответствует действительности. М.А.Егорова выделяет специфичные черты дилерского договора: действие в своих собственных интересах; перепродажа товара является целью дилерской деятельности; разница между ценой продажи и ценой покупки является выручкой дилера; действие дилера как торговца, а не посредника.⁴⁴

⁴³ Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 24.02.2012 №183 «Об утверждении Положения о товаропроводящей сети белорусских организаций за рубежом, классификатора видов поставок товаров, подлежащих учету при осуществлении экспортных операций, и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь» // [Электронный ресурс]: <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p2=5/35331> . Дата обращения: 05.10.2015.

⁴⁴ Егорова М.А. Указ. соч. // [Электронный ресурс]: ИПС «КонсультантПлюс». Дата обращения: 05.10.2015.

С приведенной позицией М.А.Егоровой невозможно согласиться в силу того, что вышеперечисленные признаки являются чертами и дистрибьюторского договора в том числе, но признаками, характерными исключительно для дилерского договора, их называть невозможно. Таким образом, в случае заключения договора между дилером и производителем автотранспортных средств договора, предусматривающего дальнейшую реализацию транспортных средств и оказание услуг по сервисному обслуживанию, такой договор является дистрибьюторским, однако, полностью исключить из обихода термин «дилер» не представляется возможным.

Другой ситуацией является договор, заключаемый между дистрибьютором и третьим лицом, согласно которому третье лицо принимает на себя обязательство реализовывать полученные от дистрибьютора товары розничным потребителям. Упомянутая ранее ст.1 Федерального закона от 1.07.2011 №170-ФЗ «О техническом осмотре транспортных средств и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» предусматривает возможность заключения договора между дистрибьютором и дилером, именуя его также «дилерский договор». Тем самым, на сегодняшний день законодатель не разделяет договоры, заключаемые между производителем и дилером, и договоры, заключаемые между дистрибьютором и дилером, объединяя их в одну категорию дилерского договора.

В предпринимательской практике у коммерческих организаций, осуществляющих дистрибьюторскую деятельность, возникает вопрос: какой договор заключается между дистрибьютором и третьим лицом на реализацию товаров, полученных от дистрибьютора? В большинстве случаев предпринимателями он именуется дилерским, при этом он обычно содержит условия, идентичные дистрибьюторскому.

В целях регулирования таких договоров предлагается введение понятий «субдистрибьютор» и «субдистрибьюторский договор». В дистрибьюторских договорах содержится указание на право дистрибьютора заключать субдистрибьюторские договоры, однако, определения субдистрибьюторского

договора сторонами не приводится. Приведенные понятия более точно определяют смысл и специфику деятельности лица по реализации товаров, приобретенных у дистрибьютора, который, в свою очередь, приобрел их у производителя.

Под субдистрибьютором предлагается понимать коммерческую организацию либо индивидуального предпринимателя, заключающих договор с дистрибьютором на реализацию товаров. Также субдистрибьютор оказывает услуги и выполняет отдельные поручения дистрибьютора, если данные обязанности согласованы сторонами. Товары поступают в собственность дистрибьютора от принципала, если дистрибьютор их непосредственно получает и, являясь собственником товара, дистрибьютор заключает субдистрибьюторский договор с субдистрибьютором на дальнейшую реализацию товаров. В другой ситуации, дистрибьютор согласовывает с принципалом, какому из субдистрибьюторов необходимо поставить товар. Представленным образом формируется система отношений, существующих между производителем товара, дистрибьютором и субдистрибьютором по реализации товаров.

Субдистрибьюторский договор может быть определен следующим образом. Во исполнение обязанности реализовывать товар дистрибьютор вправе заключать субдистрибьюторские договоры, в силу которых одна сторона (дистрибьютор) обязуется предоставлять другой стороне (субдистрибьютору) товары, закупаемые у третьего лица (принципала), а субдистрибьютор обязуется за свой счет и от своего имени осуществлять реализацию указанных товаров, оказывать дистрибьютору согласованные в договоре услуги, выполнять поручения дистрибьютора.

Вместе с тем, выделение категории субдилерского договора в сфере автотранспортных средств по аналогии с субдистрибьюторским договором не требуется, так как подразумевается, что основной категорией покупателей автотранспортных средств у дилера являются физические лица, приобретающие автомобили для личного использования, то есть цель дальнейшей перепродажи у физического лица отсутствует.

Количество лиц, участвующих в системе отношений по дистрибуции не ограничено розничными покупателями, а субдистрибьютор может перепродавать товар предпринимателям малого бизнеса, а те в свою очередь – розничным покупателям. Таким образом, субдистрибьютор не обязательно реализует товар розничным потребителям: между субдистрибьютором и розничными потребителями могут находиться несколько промежуточных звеньев в системе дистрибьюторских отношений, которые могут выступать как конечными потребителями и приобретать товары у субдистрибьютора в личное пользование, так и перепродавать их дальше.

Из чего возникает проблема, какого вида договор будет заключаться субдистрибьютором с подобными организациями? Наиболее правильным представляется заключение субдистрибьютором договоров поставки с такими юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, поскольку для последних уже не ставится задача реализовать товар широкому кругу потребителей: индивидуальные предприниматели или коммерческие организации заключают договор поставки с субдистрибьютором и приобретают товар использования в собственной предпринимательской деятельности.

Субдистрибьютор приобретает у дистрибьютора товары в собственность и в отношениях с третьими лицами действует от своего имени и за свой счет. Право дистрибьютора заключать субдистрибьюторские договоры может быть прямо предусмотрено в дистрибьюторском договоре, а также может быть предусмотрено, требуется ли для заключения субдистрибьюторского договора получение письменного согласия производителя товаров.

Если принципал передает товары дистрибьютору, у последнего возникает на них право собственности. В дальнейшем дистрибьютор отчуждает товары субдистрибьютору по договорам поставки. В другой ситуации дистрибьютор согласовывает с принципалом, что последний осуществляет поставку в адрес определенного субдистрибьютора, с которым дистрибьютора связывает субдистрибьюторский договор.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что дилерский договор может быть идентичен по своему содержанию дистрибьюторскому, при этом необходимо сохранение термина «дилерская деятельность» для рынка ценных бумаг и терминов «дилер», «дилерский договор», используемых в сфере реализации автомобильного транспорта, так как исключить указанные термины из присутствия в предпринимательской деятельности в сфере реализации автомобильного транспорта не представляется возможным. Различие дистрибьюторского договора и дилерского договора состоит в материальном предмете отношений: как правило, дилерский договор получил свое распространение и заключается в отношении реализации автомобильного транспорта. В отношении иных товаров, не относящихся к автомобильному транспорту, предлагается изменение терминологии и использование конструкции дистрибьюторского договора и субдистрибьюторских договоров. В сфере реализации автомобильного транспорта представляется целесообразным сохранение термина «дилерский договор».

Глава 2. Дистрибьюторский договор в зарубежном и российском праве

§ 2.1. Дистрибьюторский договор в зарубежных правовых системах

Российская Федерация является далеко не единственным государством, в котором отсутствует закрепление дистрибьюторского договора в действующем гражданском законодательстве. Несмотря на наличие крупнейших европейских производителей товаров, поставляющих свою продукцию на товарные рынки стран, не входящих в Европейский Союз, можно заметить существенную пробельность в регулировании дистрибьюторских отношений, поскольку отдельные нормативные правовые акты, закрепляющие существенные условия и особенности заключения дистрибьюторских договоров, во многих странах Европы отсутствуют.

В условиях развития предпринимательских отношений существенную нишу на товарных рынках, в особенности в части ввоза товаров на российский рынок, занимает Китайская Народная Республика. На сегодняшний день влияние поставок товаров из Китайской Народной Республики становится все более значительным. Например, в феврале 2015 года между компанией «Марвел-Дистрибуция» и китайской компанией «Inspur» заключен дистрибьюторский договор на реализацию процессорных машин, программного обеспечения и серверов на территории Российской Федерации, при этом отмечается, что в силу применения в отношении Российской Федерации экономических санкций неизбежно возникает проблема поиска альтернативы товаров производителей США.⁴⁵ Заключенные между коммерческими организациями дистрибьюторские договоры на китайском языке отсутствуют в свободном доступе.

В противовес отсутствию европейского регулирования можно привести яркий пример стран Латинской Америки, где начиная с 60-х гг. XX века дистрибьюторский договор применяется в качестве отдельной договорной

⁴⁵ «Марвел-Дистрибуция» начала поставки продукции Inspur // [Электронный ресурс] : <http://www.marvel.ru/press/news/id4746/> . Дата обращения: 05.10.2015.

конструкции с участием производителя товаров – резидента страны, и дистрибьютора – лица, не являющегося резидентом этой же страны. При выходе на мировой рынок латиноамериканские производители оказывают существенное влияние на развитие региональной и мировой экономики и занимают весомые сегменты рынка в части поставок кофе, сахара, мясопродуктов (лидирует Аргентина), вина, какао, нефти и пр. Например, большинство крупных предпринимателей, занимающихся реализацией свежесрезанной цветочной продукции и горшечных растений, идут по пути заключения дистрибьюторских договоров с иностранными производителями цветочной продукции, поскольку затраты на строительство и содержание тепличных комплексов по выращиванию растений на территории той же Ленинградской области в конечном счете окажутся несоизмеримо больше, чем заказ цветочной продукции у производителей Аргентины, даже с учетом длительной транспортировки и расходов на перевозку.

Особенностью закрепления дистрибьюторского договора в законодательстве отдельных государств Латинской Америки является наличие как общих, так и специальных законов, посвященных регулированию дистрибьюторского договора. Государства Латинской Америки, в законодательстве которых имеются нормы, регулирующие дистрибьюторский договор, можно разделить на три группы: 1) государства, в которых нормы о дистрибьюторском договоре находятся в Гражданском кодексе; 2) государства, в которых дистрибьюторский договор урегулирован в Торговом кодексе; 3) государства, в которых в отношении дистрибьюторского договора принят специальный закон, регулирующий особенности заключения, исполнения и расторжения дистрибьюторского договора, правового положения его сторон и отношений между ними.

Государств Латинской Америки, напрямую регулирующих дистрибьюторский договор в Гражданском кодексе, немного. К таковым можно отнести, прежде всего, Федеративную Республику Бразилию. Глава XII Гражданского кодекса Федеративной Республики Бразилия (*Código civil do*

República Brasil: Lei №10.406, de 10.01.2002 – пер. Гражданский кодекс Федеративной Республики Бразилия: Закон №10.406 от 10.01.2002г.)⁴⁶ посвящена договору агентирования и дистрибьюторскому договору, при этом признаки этих видов договоров в данной главе смешаны. Важно отметить, что в период с 1917 года (первый Гражданский кодекс Бразилии вступил в силу 1 января 1917 года) по 2002 год, дистрибьюторский договор не был выделен в качестве отдельного. Однако и теперь, после принятия действующего Гражданского кодекса Федеративной Республики Бразилия (вступил в силу в январе 2003 года) признаки этих договоров также остались смешаны между собой, что невозможно признать логически обоснованным. Дистрибьюторский договор является самостоятельным договором с особым предметом, поэтому дистрибьюторский договор необходимо выделить в качестве отдельного договора. Таким образом, существующее в Федеративной Республике Бразилия регулирование не отвечает критерию самостоятельности дистрибьюторского договора.

В ст.710 действующего Гражданского кодекса Федеративной Республики Бразилия приводится понятие агентского договора, под которым понимается договор, согласно условиям которого лицо обязуется оказать услуги по распространению товаров за счет другого лица на возмездной основе, выполнить определенного рода деятельность на согласованной территории, включая такое распространение, когда агент имеет в своем распоряжении продукцию, подлежащую распространению и являющуюся предметом договора. Тем самым, Гражданский кодекс Федеративной Республики Бразилия, в отличие от Гражданского кодекса Российской Федерации, не содержит специального обозначения сторон агентского договора (согласно п.1 ст.1005 Гражданского кодекса Российской Федерации сторонами агентского договора являются агент и принципал).

Отличием дистрибьюторского договора от агентского по Гражданскому кодексу Федеративной Республики Бразилия является то, что товары,

⁴⁶ Código civil do República Brasil: Lei №10.406, de 10.1.2002. Lei Ordinária (Гражданский кодекс Федеративной Республики Бразилия): Закон №10.406 от 10 января 2002г.) // [Электронный ресурс] : www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/L10406.htm . Дата обращения: 05.10.2015.

подлежащие реализации дистрибьютором, передаются производителем товаров в собственность дистрибьютора. В целях реализации дистрибьютор приобретает товары производителя в свою собственность с обязанностью их дальнейшей реализации. Таким образом, с учетом приведенной выше нормы, дистрибьюторский договор по законодательству Федеративной Республики Бразилия можно определить как договор, в котором одна сторона («дистрибьютор») приобретает у другой стороны («производитель») в свою собственность, на свой риск, потребительские товары для последующей их реализации в целях извлечения прибыли. Исходя из позиции автора настоящего диссертационного исследования, право собственности на товар переходит к дистрибьютору не всегда. Речь идет о ситуации, в которой отгрузка товара для дистрибьюции осуществляется третьему лицу – субдистрибьютору, заключившему с дистрибьютором субдистрибьюторский договор. Таким образом, сформулированное определение дистрибьюторского договора по законодательству Федеративной Республики Бразилия не соответствует механизмам дистрибьюторской деятельности.

На сегодняшний день проводится обсуждение проекта нового Торгового кодекса Федеративной Республики Бразилия,⁴⁷ содержащего в разделе VIII нормы о дистрибьюторском договоре. Согласно ст.488 указанного проекта, под дистрибьюторским договором понимается деловое сотрудничество в целях посредничества, при котором дистрибьютор продает продукцию, производимую изготовителем.

К государствам, в которых нормы о дистрибьюторском договоре закреплены в Торговом кодексе, относится Республика Гватемала. Положения, касающиеся дистрибьюторского договора, расположены в главе II раздела II «Торговые агенты, представители и дистрибьюторы» Торгового кодекса

⁴⁷ The new commercial Code of Brazil (the project of new commercial Code of Brazil) (Новый Торговый кодекс Бразилии (проект нового Торгового кодекса Бразилии)) // [Электронный ресурс] : <https://www12.senado.gov.br/ecidania/visualizacaoconsultapublica?id=81> . Дата обращения: 05.10.2015.

Республики Гватемала.⁴⁸ В соответствии со статьей 280 Торгового кодекса Республики Гватемала под дистрибьютором понимается лицо, которое самостоятельно продает, распространяет, рекламирует или распределяет товары физическим либо юридическим лицам, как расположенным на территории Республики Гватемала, так и иностранным производителям, именуемым «Принципал». Следует особо выделить и статью 283, в которой закреплено условие, предоставляющее принципалу (производителю) право одновременно использовать различных агентов, дистрибьюторов и представителей на одной территории с правом продажи аналогичных товаров, за исключением случаев, когда условие об эксклюзивности было отдельно согласовано в договоре.

Для того, чтобы урегулировать дистрибьюторский договор в Торговом кодексе необходимо чтобы он был принят и действовал в Российской Федерации. На сегодняшний день Торговый кодекс в Российской Федерации не принят, поэтому нормы о дистрибьюторском договоре не могут быть в него включены по объективным причинам.

Одними из государств, в которых в отношении дистрибьюторского договора принят отдельный закон, являются Республика Парагвай и Свободно ассоциированное государство Пуэрто-Рико.

В соответствии с п.«С» ст.2 Закона №194/93 от 06 июля 1993 года Республики Парагвай⁴⁹ под дистрибьюцией понимаются надлежащим образом оформленные договорные правоотношения между иностранной компанией и физическим или юридическим лицом, расположенным на территории Республики Парагвай, по покупке и поставке товаров с целью их перепродажи на территории Республики Парагвай либо на иной согласованной территории.

Особенностью указанного Закона является то, что он защищает национального производителя путем установления жестких штрафных финансовых санкций за односторонний отказ иностранного дистрибьютора от

⁴⁸ Código de Comercio: Decreto numero 2-70 del Congreso de la República Guatemala (Торговый кодекс Республики Гватемала) // [Электронный ресурс]: [http://www.registromercantil.gob.gt/regulaciones/DECRETO-2-70\[Codigo-Comercio\].pdf](http://www.registromercantil.gob.gt/regulaciones/DECRETO-2-70[Codigo-Comercio].pdf) . Дата обращения: 05.10.2015.

⁴⁹ Ley numero 194/93, 06.07.1993 (Закон Республики Парагвай №194/93 от 6 июля 1993 г.) // [Электронный ресурс] http://www.embarpar.jp/wp/wp-content/themes/paraguay/pdf/eco/18_Ley_194-93_De_Representantes_y_Agentes.pdf . Дата обращения: 05.10.2015.

исполнения договорных обязательств с производителем-резидентом Республики Парагвай. В частности, статьей 4 установлено два фактора, которыми следует руководствоваться при расчете минимальной компенсации производителю в случае расторжения, прекращения действия либо изменения условий договора со стороны иностранного дистрибьютора. При определении размера денежной компенсации учитывается среднегодовая валовая прибыль за последние три года, которую выручил дистрибьютор от продажи товаров производителя, а также продолжительность действия дистрибьюторского договора. Последнее условие подразделено на различные по длительности промежутки времени: от двух до пяти лет; от пяти лет до десяти лет; от десяти лет до двадцати лет и так далее. Данный Закон защищает только национального производителя от безосновательного одностороннего отказа от исполнения договора со стороны дистрибьютора-нерезидента.

В силу того, что для настоящего исследования в большей части рассматриваются дистрибьюторы-резиденты Российской Федерации, коммерческие организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие предпринимательскую деятельность на территории Российской Федерации, превалирующее значение имеет защита прав дистрибьютора, осуществляющего деятельность на территории Российской Федерации, а также национального производителя, осуществляющего свою деятельность в Российской Федерации.

24.06.1964 в Свободно ассоциированном государстве Пуэрто-Рико был принят Закон «О дистрибьюторских соглашениях» №75 (Ley de contratos de distribucion de 1964)⁵⁰ (Далее – «Закон №75»), действующий в отношении всех дистрибьюторских договоров на территории Пуэрто-Рико.

Этот закон был разработан в период, когда деятельность по импорту в данной стране в полной мере зависела от инвестиций крупных иностранных

⁵⁰ Ley de contratos de distribucion; Ley Núm. 75 del 24 de Junio de 1964 (Закон «О дистрибьюторских соглашениях» №75 от 24.06.1964) // [Электронный ресурс]: <http://www.lexjuris.com/LEXMATE/comercio/lex1964075.htm> . Дата обращения: 05.10.2015.

корпораций по ввозу потребительских товаров для населения на рынок Пуэрто-Рико.

В соответствии со ст.1 Закона №75 («Definiciones») под дистрибьютором («Distribuidor») понимается лицо, которое принимает на себя обязательство оказывать услуги по распределению и предоставлению конкретного товара, а также агентские услуги на территории Свободно ассоциированного государства Пуэрто-Рико. Контрагентом дистрибьютора по договору является принципал или концедент, под которым понимается лицо, предоставляющее права и заключающее договор с дистрибьютором. В силу этой же статьи под дистрибьюторским договором («Contrato de distribucion») понимается соглашение, заключенное между дистрибьютором и принципалом, независимо от того на каком основании могут строиться взаимоотношения между ними, по которому дистрибьютор обязуется реализовывать товары или оказывать услуги в рамках концессии или франчайзинга на рынке Свободно ассоциированного государства Пуэрто-Рико. Тем самым, представленная статья наиболее применима для заимствования в национальное законодательство в части некоторых элементов дефиниции. Дистрибьютор по данному определению, равно как и предлагается в настоящем исследовании, обязуется реализовывать товары на рынке. Вторая сторона названа «Принципал», что является также обоснованным по причинам, изложенным в диссертационном исследовании.

В статье 5 Закона №75 установлена исковая давность, составляющая три года с момента расторжения дистрибьюторского договора либо причинения убытков одной из сторон договора. Помимо материально-правовых норм, Законом №75 устанавливаются также и процессуальные, к которым можно отнести правомочие суда применить обеспечительные меры по спору между производителем и дистрибьютором, а также правило о возможности выбора подсудности.

Также следует отметить и правовое регулирование дистрибьюторского договора в Республике Гондурас. 7 декабря 1977 года в Республике Гондурас был принят Закон об отечественных и зарубежных представителях, дистрибьюторах и

агентах №549 (Ley de representantes, distribuidores y agents de empresas nacionales y extranjeras).⁵¹ Несмотря на его название, Закон №549 не разграничивает понятия представителя, агента и дистрибьютора. Данный Закон регулирует договорные отношения, которые устанавливаются между национальными и зарубежными организациями в целях распространения продукции.

В некоторых государствах дистрибьюторские договоры подчиняются общим правилам, касающимся договора поставки. В Торговом кодексе Республики Колумбия (Decreto 410 de 1971 «Codigo de comercio de Colombia»)⁵² договору поставки посвящены статьи 968-980. Вызывает недоумение то, что при столь обширном регулировании договора поставки дистрибьюторский договор не выделен в качестве отдельного способа реализации товаров, что также не отвечает утверждению о дистрибьюторском договоре как отдельном виде договора.

Таким образом, в государствах Латинской Америки сложилась достаточно устойчивая система законодательства, регулирующего дистрибьюторский договор. Закрепление дистрибьюторского договора непосредственно в Гражданских кодексах, Торговых кодексах и отдельных законах является примером специального регулирования дистрибьюторских отношений и отдельные элементы приведенного выше законодательного регулирования могут быть восприняты российским законодателем для включения дистрибьюторского договора в систему гражданско-правовых договоров.

В ответ на массовое инвестирование в экономику государств Латинской Америки со стороны частных компаний США происходило государственное укрепление компаний с государственным участием, в частности, компаний, занимающихся разработкой и продажей нефтепродуктов, как это произошло в Республике Гондурас.⁵³ В приведенных примерах законодательного

⁵¹ Ley de representantes, distribuidores y agents de empresas nacionales y extranjeras №549, 07.12.1977; (Закон об отечественных и зарубежных представителях, дистрибьюторах и агентах №549 от 7.12.1977) // [Электронный ресурс] : <http://bufeterosa.com/biblioteca/leyrepdistribuidores.pdf> . Дата обращения: 05.10.2015.

⁵² Decreto 410 de 1971 «Codigo de comercio de Colombia» (Торговый кодекс Республики Колумбия) // [Электронный ресурс] : <http://www.camaradorada.org.co/documentos/Codigo%20Comercio.pdf> . Дата обращения: 05.10.2015.

⁵³ Филипенко А.С. Экономика зарубежных стран / Под ред. В.А.Вергун, И.В.Бураковский и др. – 2-е изд. – М.: Просвещение, 1998. // [Электронный ресурс] : <http://orbook.ru/index-9386.htm> . Дата обращения: 05.10.2015.

регулирования дистрибьюторской деятельности в государствах Латинской Америки выделяются преимущества правового положения производителей-резидентов одного из государств Латинской Америки, предоставление преференций по сравнению с дистрибьюторами-нерезидентами, например, штрафные санкции за расторжение дистрибьюторского договора с национальным производителем со стороны иностранного дистрибьютора. Подобная дифференциация также является законодательной защитой от превалирования иностранных инвестиций в экономике страны.

Отсутствие регулирования дистрибьюторской деятельности в странах Европы влечет неопределенность в отношении места дистрибьюторского договора в системе гражданско-правовых договоров в каждой отдельной стране. При отсутствии законодательного закрепления стороны дистрибьюторского договора остаются без правовой защиты, что ведет к ущемлению их законных интересов и не отвечает целям правового регулирования.

Настоящее диссертационное исследование посвящено внедрению конструкции дистрибьюторского договора в российское право как эффективной формы осуществления экономическими субъектами предпринимательской деятельности по реализации товаров. Анализ иностранного законодательства демонстрирует скудное правовое регулирование дистрибьюторской деятельности в странах Европы (по сравнению с остальными видами договоров) и сводит возможность заимствования правовых норм к минимуму. Законодательство о дистрибьюторских договорах в других государствах может служить примером для регулирования дистрибьюторской деятельности в Российской Федерации.

В отличие от законодательного закрепления дистрибьюторского договора в государствах Латинской Америки, в странах-участницах Европейского Союза дело обстоит иначе. Лишь Королевство Бельгия обладает отдельным законодательством, регулирующим деятельность дистрибьюторов и производителей.⁵⁴ В других государствах-участниках Европейского Союза

⁵⁴ Об этом отмечает и Н.Г.Вилкова в работе «Договорное право в международном обороте».

осуществляется регулирование агентского договора, а специальное регулирование дистрибьюторского договора отсутствует.

27 июля 1961 года в Королевстве Бельгия был принят Закон об одностороннем расторжении эксклюзивных дистрибьюторских договоров, заключенных на неопределенный срок.⁵⁵ 13 апреля 1971 года в указанный Закон были внесены изменения путем принятия Закона об одностороннем расторжении дистрибьюторских договоров (Далее - «Закон от 27 июля 1961 года»).

В соответствии со статьей 1 Закона от 27 июля 1961 года под дистрибьюторским договором надлежит понимать соглашение, по которому производитель предоставляет одному или более дистрибьютору право продавать от своего имени и за свой счет товары, которые он производит.

Согласно статье 3 Закона от 27 июля 1961 года договор, заключенный на определенный срок, по истечении установленного срока действия не прекращается, а может быть расторгнут только в случае направления другой стороне уведомления о расторжении договора не позднее чем за три месяца до окончания срока.

19 декабря 2013 года Судом Европейского Союза было рассмотрено дело по исковому заявлению Corman-Collins SA к La Maison du Whisky SA. Судом установлено, что указанные лица на протяжении 10 лет состояли в коммерческих отношениях, в рамках которых Corman-Collins (Эксклюзивный дистрибьютор; Королевство Бельгия) приобретал у La Maison du Whisky (Принципал; Французская Республика) алкогольную продукцию в целях ее дальнейшей реализации на территории Королевства Бельгия. В течение всего этого времени Corman-Collins использовало наименование «Maison du Whisky Belgique», а также в реквизитах «Whisky Magazine» Corman-Collins было указано в качестве дочерней компании принципала на территории Королевства Бельгия. Затем принципал уведомил дистрибьютора о прекращении эксклюзивной дистрибуции

⁵⁵ The Law of 27 July 1961 on Unilateral Termination of Exclusive Distribution Agreements of Indefinite Duration (Moniteur belge of 5 October 1961, p. 7518, as amended by the Law of 13 April 1971 on Unilateral termination of distribution agreements (Закон об одностороннем расторжении эксклюзивных дистрибьюторских договоров, заключенных на неопределенный срок) // Moniteur belge of 21 April 1971, p. 4996

⁵⁶ Там же.

с данным дистрибьютором и передаче статуса эксклюзивного дистрибьютора на территории Королевства Бельгия другому юридическому лицу. Компания Corman-Collins предъявила исковое заявление в суд Королевства Бельгия (Tribunal de commerce de Verviers) по месту своего нахождения о взыскании компенсации за расторжение дистрибьюторского договора без соблюдения срока. Поставщиком, в свою очередь, оспаривалась юрисдикция суда, рассматривавшего спор, со ссылкой на п.2. Регламента Совета Европейских сообществ №44/2001 от 22.12.2000 «О юрисдикции, признании и исполнении судебных решений по гражданским и коммерческим делам».⁵⁷ В соответствии с указанным пунктом к лицам, имеющим постоянное место жительства в государстве-члене ЕС, независимо от их гражданства, предъявляются иски в судах этого государства-члена ЕС, тем самым, исковое заявление должно было быть предъявлено по месту нахождения ответчика. Дистрибьютор ссылался на положения Закона Королевства Бельгия от 27.07.1961. В резолютивной части решения Суд Европейского Союза отметил следующее. П.2 Регламента означает, что когда место нахождения ответчика расположено в государстве-члене ЕС и отличается от того, где находится суд, рассматривающий дело, п.2 Регламента исключает применение правила о национальной юрисдикции, такого как предусмотрено ст.4 Закона Королевства Бельгия от 27.07.1961.

По указанному судебному делу Corman-Collins SA vs. La Maison du Whisky SA Суд Европейского Союза в мотивировочной части решения охарактеризовал природу дистрибьюторского договора и отметил, что независимо от всего разнообразия соглашений о сбыте и распределении товаров в коммерческой практике, обязательства зависят от цели соглашения. В связи с этой целью, правообладатель обязуется продать дистрибьютору товары, чтобы удовлетворить

⁵⁷ Регламент Совета Европейских сообществ №44/2001 от 22.12.2000 «О юрисдикции, признании и исполнении судебных решений по гражданским и коммерческим делам» // [Электронный ресурс] : <http://docs.pravo.ru/document/view/22314398/21718707/> . Дата обращения: 05.10.2015.

потребности покупателей. В свою очередь, дистрибьютор обязуется приобрести у правообладателя товары, которые ему требуются.⁵⁸

В п.28 Решения Судом отмечается, что дистрибьюторский договор принимает форму рамочного соглашения, которое устанавливает общие правила, применимые к отношениям между лицом, предоставляющим право, и дистрибьютором. П.36 Решения указывает, что схема типичного дистрибьюторского соглашения характеризуется его рамочностью, и его целью является поставка и заключение в будущем сторонами отдельных договоров.

21 февраля 2014 года Федеральным парламентом Королевства Бельгия был рассмотрен законопроект («PROJET DE LOI portant insertion du Livre X “Contrats d’agence commerciale, contrats de coopération commerciale et concessions de vente” dans le Code de droit économique, et portant insertion des définitions propres au livre X, dans le livre Ier du Code de droit économique» - «Проект закона, содержащий Часть X «Коммерческие агентские соглашения, соглашения о коммерческом сотрудничестве и дилерские торговые соглашения», входящую в состав Торгового кодекса, и содержащий термины, характерные для Части X Книги 1 Торгового кодекса» - перевод собственный – В.Д.)⁵⁹ в рамках законотворчества по консолидации норм коммерческого права в Торговый кодекс Королевства Бельгия. До момента рассмотрения законопроекта парламентом он включал в себя лишь общие положения коммерческого права, однако, Федеральный парламент Королевства Бельгия счел необходимым внести поправки.

Ст.Х.35 законопроекта предусматривает следующие виды договоров: 1) договор эксклюзивной продажи («les concessions de vente exclusive»); 2) договор эксклюзивной продажи, согласно условиям которого дистрибьютор реализует практически все товары, определенные условиями договора; 3) договор, по

⁵⁸ Judgement of the Court 19 December 2013 / [Электронный ресурс] : <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=145906&pageIndex=0&doclang=EN&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=388175> . Дата обращения: 05.10.2015.

⁵⁹ PROJET DE LOI portant insertion du Livre X “Contrats d’agence commerciale, contrats de coopération commerciale et concessions de vente” dans le Code de droit économique, et portant insertion des définitions propres au livre X, dans le livre Ier du Code de droit économique : Электронный ресурс: <http://www.dekamer.be/FLWB/pdf/53/3280/53K3280009.pdf> . Дата обращения: 05.10.2015.

которому поставщик налагает на дистрибьютора настолько невыгодные условия, что в случае расторжения договора дистрибьютор понесет существенные убытки.

Таким образом, указанный законопроект предлагает фактически те же самые виды дистрибьюторских договоров, которые уже существовали на момент его создания и рассмотрения в Законе от 27 июля 1961 года об одностороннем расторжении эксклюзивных дистрибьюторских договоров, заключенных на неопределенный срок. Данное положение касается и правил продления договора, и срока уведомления о расторжении. Тем самым, в случае принятия Торгового кодекса Королевства Бельгия и включения в него главы в редакции Законопроекта от 21 февраля 2014 года, положения Закона от 27 июля 1961 года будут перенесены в Торговый кодекс практически в неизменном виде.

Из анализа действующего законодательства и законопроектов, в том числе и Королевства Бельгия, следует вывод, что подобная формулировка норм, предоставляющая преференции и привилегии только одной стороне в ущерб другой, не отвечает интересам предпринимателей, поскольку целью является достижение баланса интересов в предпринимательской деятельности. Законодательства государств Латинской Америки и законодательство Королевства Бельгия как примеры регулирования не могут быть в полной мере заимствованы российским правом без соответствующих изменений, «уравновешивающих» интересы дистрибьютора и принципала.

В гражданском законодательстве Соединенных Штатов Америки дистрибьюторский договор не находит своего юридического закрепления на федеральном уровне. Особенностью законодательства Соединенных Штатов Америки является регулирование возникающих правоотношений законодательством штатов. Единообразный Торговый Кодекс Соединенных Штатов Америки⁶⁰ не содержит положений, как непосредственно, так и косвенно регулирующих дистрибьюторский договор. Единообразный Торговый Кодекс Соединенных Штатов Америки в его последней редакции содержит только нормы

⁶⁰ Единообразный торговый кодекс США : Официальный текст - 1990 : Перевод с английского / Ред. С.Н.Лебедев.- справ. изд. -М. :Международный центр финансово - экономического развития, 1996. - 427 с.

о продаже (Раздел 2), которые представляются чересчур общими и неопределенными для применения к дистрибьюторскому договору.

Регулирование дистрибьюторского договора происходит на уровне каждого штата, имеющего собственные кодексы и законодательные акты.

В отношении отдельных категорий товаров в Соединенных Штатах Америки установлена трехуровневая система дистрибьюторской деятельности. Данная система касается реализации алкогольной продукции. Трехуровневая система дистрибьюции алкогольной продукции была введена в Соединенных Штатах Америки после отмены «Сухого закона» в 1933 году и выступает элементом системы сдержек и противовесов. Звеньями данной трехуровневой цепочки являются производитель, дистрибьютор и розничные торговцы. В целях продажи алкогольной продукции каждый из указанных субъектов обязан иметь лицензию. Смысл установления трехуровневой системы заключается в том, что созданный производителем товар сначала продается дистрибьютору, а после этого продается розничному торговцу в целях дальнейшей реализации конечному потребителю. Установление трехуровневой цепочки позволяет максимально контролировать распространение алкогольной продукции на государственном уровне, обеспечивать поступление налогов в бюджет, не допускать продажу алкоголя несовершеннолетним гражданам. Недостатком государственного контроля в форме установления трехуровневой системы является ограничение конкуренции среди производителей, поскольку производителям продукции вменяется в обязанность реализовывать алкогольную продукцию исключительно крупным дистрибьюторам.

Наличие трехуровневой системы дистрибьюторской деятельности прослеживается не только в отрасли реализации алкогольной продукции. Примером служит штат Флорида, в котором отношения, возникающие из дистрибьюции, урегулированы в зависимости от сфер деятельности, в которых такая дистрибьюция осуществляется. В указанном штате существуют нормы, регулирующие деятельность производителей и агентов по продаже сельскохозяйственного оборудования («Agricultural Equipment Manufacturers and

Dealers Act»). Данные правовые нормы включены в главу 686 («Sales, distribution and franchise relationships») раздела XXXIX Статутов штата Флорида.⁶¹ В соответствии с положениями ст.686.402 указанного нормативного акта под дистрибьютором или оптовиком надлежит понимать лицо, фирму, ассоциацию, корпорацию или компанию, которая продает или распространяет сельскохозяйственное оборудование дилерам и является представителем производителя на территории штата. При этом приводится определение дилерской деятельности – это деятельность по реализации сельскохозяйственного оборудования, предусмотренного устным или письменным соглашением с производителем, дистрибьютором или оптовиком, которое заключено на определенный или неопределенный срок. Названный Статут также регулирует отношения по реализации алкогольной и табачной продукции, а также пищевых продуктов (главы 561-569).

Из анализа приведенных выше норм и нескольких форм закрепления дистрибьюторского договора в законодательстве иностранных государств можно сделать вывод, что перенять дословно законодательство государств Латинской Америки и Соединенных Штатов Америки не представляется возможным, поскольку условия рынка Российской Федерации, развития предпринимательской деятельности и инвестирования, насыщения рынка товарами иностранных производителей требуют равновесия в правах и обязанностях как производителя, так и дистрибьютора.

Трехуровневая система построения дистрибьюторской деятельности в Соединенных Штатах Америки представляется обоснованной, позволяющей реализовывать произведенный товар от производителя к розничным покупателям с использованием связующего звена – дистрибьютора. Трехуровневая система дистрибьюторской деятельности, существующая в Соединенных Штатах Америки, является обоснованной и *de facto* существует в российских реалиях.

⁶¹ Florida Statutes (Статуты штата Флорида) // [Электронный ресурс]: <http://www.flsenate.gov/Laws/Statutes/2012/Title34/#Title34> . Дата обращения: 05.10.2015.

Как отмечает К.Э.Улугова, для отношений в сфере дистрибуции характерно наличие участия трех субъектов: поставщика, дистрибьютора и покупателя дистрибьютора.⁶² Однако отношения в сфере дистрибуции невозможно ограничивать участием трех названных субъектов, поскольку фактически субъектов может быть и больше, и точное количество лиц, которым субдистрибьютор реализует товары невозможно установить. Субдистрибьютор также вправе реализовывать товары покупателям, которые перепродают товар далее.

В условиях предпринимательской деятельности ограничение категорий товаров, в отношении которых система будет действовать, а в отношении которых – нет, не представляется возможным, поскольку действующим законодательством уже установлены правила реализации отдельных категорий товаров⁶³ и представляются достаточными для регулирования.

§ 2.2. Соотношение дистрибьюторского договора с договорами, поименованными в действующем гражданском законодательстве

Для достоверного определения места дистрибьюторского договора в системе гражданско-правовых договоров Российской Федерации, необходимо провести сравнительный анализ между договорами, нашедшими отражение в Гражданском кодексе Российской Федерации, и дистрибьюторским договором, фактически заимствованным из зарубежных правовых порядков, по нескольким характеристикам: предмет договора, объем прав и обязанностей сторон,

⁶² Улугова К.Э. Указ.соч. С.8.

⁶³ Например, Федеральный закон от 22.11.1995 №171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (принят ГД ФС РФ 19.07.1995) // Собрание законодательства РФ. – 27.11.1995. - №48. – Ст. 4553, ИПС «КонсультантПлюс».; Федеральный закон от 13.12.1996г. №150-ФЗ «Об оружии» (принят ГД ФС РФ 13.11.1996) // Собрание законодательства РФ. – 16.12.1996. - №51. – Ст. 5681, ИПС «КонсультантПлюс».

последствия заключения того либо иного договора, момент перехода права собственности на товар, если таковой происходит, и другим.

В силу того, что дистрибьюторский договор не урегулирован действующим законодательством, его квалификация в ходе судебного разбирательства влечет применение к дистрибьюторскому договору норм Гражданского кодекса Российской Федерации о договоре поставки, агентском договоре, рамочном договоре.

В связи с противоречивой судебной практикой вопрос о соотношении дистрибьюторского договора с иными договорами и его месте в системе гражданско-правовых договоров представляется наиболее актуальным для изучения.

Проведем разграничение дистрибьюторского договора от договоров, предусмотренных Гражданским кодексом Российской Федерации. Так как в большинстве изученных судебных решений, касающихся дистрибьюторских договоров, к дистрибьюторскому договору применяются нормы о договоре поставки, то представляется обоснованным рассмотреть соотношение дистрибьюторского договора и договора поставки.

В соответствии со ст.506 Гражданского кодекса Российской Федерации по договору поставки поставщик, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным и иным подобным использованием.

Договор поставки заключается в отношении конкретных товаров, производимых либо закупаемых поставщиком. Предметом дистрибьюторского договора становится обязанность принципала (он может как производить товары, так и закупать их у более крупных поставщиков) обеспечивать передачу товаров дистрибьютору в дальнейшем на согласованных условиях, в том числе предоставляя дистрибьютору специальную дистрибьюторскую скидку на закупаемый товар, а также обязанность дистрибьютора по реализации товаров, по оказанию услуг и выполнению поручений принципала.

Интересом принципала в заключении дистрибьюторского договора (особенно если принципалом выступает иностранная коммерческая организация) является поступление товара, производимого или закупаемого принципалом, на рынок и реализация товара потребителям.

Общим для договора поставки и дистрибьюторского договора является то, что и принципал по дистрибьюторскому договору, и поставщик по договору поставки либо производят, либо закупают товар у третьих лиц. Также оба вида договора частично объединяет переход права собственности на поставляемые товары. Если по договору поставки происходит переход права собственности от поставщика покупателю, то по дистрибьюторскому договору в рамках его исполнения право собственности на товары может переходить дистрибьютору в случае осуществления поставок в его адрес.

Различия между дистрибьюторским договором и договором поставки можно провести по правомочию распоряжения поступившими товарами. Договорам поставки не свойственно предусматривать дальнейшую «судьбу» поступивших в собственность покупателя товаров. После перехода права собственности покупатель вправе распорядиться полученными товарами по собственному усмотрению: внедрить в производственный процесс, изготовить иные товары для перепродажи из полученных материалов, то есть покупатель по договору поставки абсолютно свободен в распоряжении поступившими в собственность товарами. В случае заключения договора поставки покупатель не связан дальнейшими обязательствами по реализации полученных товаров, обязательствами по закупке ежемесячного, еженедельного или ежеквартального минимума товаров.

Таким образом, как согласно условиям договора поставки, так и во исполнение дистрибьюторского договора (по отдельному договору поставки, когда товары передаются принципалом дистрибьютору, либо если условия поставок предусмотрены непосредственно в дистрибьюторском договоре), покупатель (дистрибьютор) становится собственником поставляемого товара. В отличие от договора поставки, дистрибьютор обязан осуществлять дальнейшую

реализацию полученной в собственность продукции по договору третьим лицам, несмотря на то, что дистрибьютор приобретает право собственности на товар.

Товары, поступившие дистрибьютору по отдельно заключаемым договорам поставки, чаще всего поставке по заявкам, будут реализовываться в дальнейшем дистрибьютором третьим лицам во исполнение обязательств по дистрибьюторскому договору. В силу того, что дистрибьютор получает товары по договорам поставки и в дальнейшем реализует их для исполнения обязанности по дистрибьюторскому договору, то можно сделать следующие выводы: 1) договор поставки и дистрибьюторский договор различные, но тесно взаимосвязанные между собой виды договоров: договор поставки «обеспечивает» исполнение дистрибьютором обязанностей, вытекающих из дистрибьюторского договора; 2) учитывая характер дистрибьюторского договора как совокупности элементов поименованных договоров, в том числе и договора поставки, дистрибьюторский договор может содержать некоторые элементы, присущие договору поставки (например, общие условия осуществления поставок, общие условия наступления ответственности).

С.В.Николюкин отмечает, что дистрибьюторский договор отличается от договора поставки по сфере правовых возможностей. По договору поставки поставщик не имеет права установить покупателю определенные задания по продаже товара,⁶⁴ что представляется обоснованным утверждением в свете указанной выше позиции.

Н.Г.Вилкова обоснованно утверждает, что дистрибьютор не является перепродавцом, а обладает длительными связями с поставщиком, которые заключаются в реализации товара на согласованной территории. Также указывается и на дополнительные обязанности дистрибьютора, такие как оказание последующего обслуживания и обучение персонала.⁶⁵ Данные

⁶⁴ Николюкин С.В. Посреднические договоры / С.В.Николюкин. - М.: Юстицинформ, 2010. - 224 с.

⁶⁵ Комаров А.С. Правовое регулирование международных торговых операций в Российской Федерации: Учебное пособие / Н.Г.Вилкова, А.С.Комаров, А.Н.Присяжнюк; Рук. авт.колл. и общ. ред. А.С.Комаров. – 2-изд., перераб. и доп. – ГОУВПО Всероссийская академия внешней торговли Минэкономразвития России. – М.: ВАВТ, 2009. С.67.

обязательства несвойственны как обычным договорам поставки, так и договору оптовой купли-продажи товаров.

Утверждать о том, что договор поставки и дистрибьюторский договор никоим образом не пересекаются друг с другом нецелесообразно, поскольку перемещение товаров в собственность дистрибьютора или третьего лица опосредуется отношениями по поставке. В данном случае уместно провести параллель с позицией Е.А.Флейшиц относительно расчетного счета. Е.А.Флейшиц отмечалось, что «совершение вкладов и расчетных сделок на основе расчетного счета представляет собой осуществление прав и обязанностей, возникших для сторон из договора расчетного счета».⁶⁶ Также указывается, что договор расчетного счета обязывает стороны совершать известные юридические сделки.⁶⁷ Равно как и в случае с дистрибьюторским договором: в целях исполнения обязательств из дистрибьюторского договора стороны заключают договор поставки, тем самым, опосредуют передачу товара для его дальнейшей реализации.

Дистрибьюторы могут продавать полученный товар более мелким покупателям, но не розничному потребителю. Дистрибьютор и покупатель называют заключаемый договор дилерским, однако, данный договор является либо договором поставки в его чистом виде без обязанности покупателя реализовывать товар на определенной территории, либо стороны согласовывают обязанность субдистрибьютора осуществлять дальнейшую реализацию товаров и иные условия, схожие с условиями дистрибьюторского договора (реклама, условие об эксклюзивности и так далее). Для установления такой системы договорных связей в дистрибьюторском договоре должно содержаться указание на то, что дистрибьютор вправе заключать с третьими лицами субдистрибьюторские договоры.

Судебная практика демонстрирует, что дистрибьюторские договоры квалифицируются в качестве договоров поставки. В свою очередь, в изученных

⁶⁶ Флейшиц Е.А. Расчетные и кредитные правоотношения / Всесоюз. ин-т юрид. наук. Курс советского гражданского права. - Москва : Госюриздат, 1956. С. 80.

⁶⁷ Там же.

судебных решениях не уделяется внимание правовой природе и квалификации договора в качестве дистрибьюторского. К возникающим спорным правоотношениям применяются нормы о договоре поставки и общие положения Гражданского кодекса Российской Федерации об обязательствах. Принимаются во внимание только условия о поставках в дистрибьюторском договоре, при этом анализ его условий о реализации товаров, условий о вознаграждениях, бонусах и услугах отсутствует. Примерами могут служить Решение Арбитражного суда города Санкт-Петербурга и Ленинградской области от 24.02.2012 по делу №А56-27198/2011, Постановление Федерального арбитражного суда Дальневосточного округа от 22.02.2011 по делу №А24-2162/2010, Постановление Федерального арбитражного суда Северо-Западного округа от 15.11.2011 по делу №А56-35417/2010, Постановление Федерального арбитражного суда Северо-Западного округа от 10.04.2012 по делу №А56-4965/2011, в которых суды применили ст.516 Гражданского кодекса Российской Федерации об обязанности оплаты поставленных товаров без учета иных обстоятельств, имеющих значение для разрешения спора.⁶⁸

В дистрибьюторских договорах встречается условие о том, что во исполнение договора стороны в последующем обязуются заключать договоры поставки товаров на согласованных условиях. При этом дистрибьюторский договор должен регулировать порядок заключения договоров поставки во исполнение дистрибьюторского. Общие условия заключения договоров, будь то отдельные договоры поставки либо заявки дистрибьютора, могут содержаться в дистрибьюторском договоре.

Регламентация подробных условий поставок, в том числе сроки, наименование и количество товаров, представляется разумной в отдельных договорах, в которых стороны могут предусмотреть их более детально, например, за чей счет будет осуществлена перевозка, момент перехода права собственности

⁶⁸ Решение Арбитражного суда города Санкт-Петербурга и Ленинградской области от 24.02.2012 по делу №А56-27198/2011, Постановление Федерального арбитражного суда Дальневосточного округа от 22.02.2011 по делу №А24-2162/2010, Постановление Федерального арбитражного суда Северо-Западного округа от 15.11.2011 по делу №А56-35417/2010, Постановление Федерального арбитражного суда Северо-Западного округа от 10.04.2012 по делу №А56-4965/2011 / [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс» . Дата обращения: 05.10.2015.

на товар, в чьи обязанности входит организация доставки товара в адрес дистрибьютора или третьего лица (субдистрибьютора) при каждой конкретной поставке, в какой срок и в каком размере дистрибьютор обязан оплатить полученный от принципала товар.

Дистрибьюторский договор не может быть квалифицирован исключительно как договор поставки еще и потому, что существенными условиями договора поставки согласно п.3 ст.455 Гражданского кодекса Российской Федерации являются условия о наименовании и количестве товара. Если договор поставки не содержит указанных условий, такой договор признается незаключенным. Отсюда вытекает еще одна проблема, связанная со степенью индивидуализации товаров, подлежащих поставке.

Если дистрибьюторский договор заключается на длительный срок и предусматривает передачу большого количества товаров, ассортимент которых постоянно изменяется, то обоснованным представляется включение в дистрибьюторский договор отсылки на возможность заключения отдельного договора поставки, либо указание на порядок подачи заявки поставщику, в которой будет содержаться наименование и количество продукции.

По вопросу признания дистрибьюторского договора незаключенным вследствие отсутствия условия о наименовании и количестве товаров складывается неоднозначная судебная практика. Так, Постановлением Федерального арбитражного суда Уральского округа от 8.07.2010 по делу №А60-55543/2009 дистрибьюторский договор был признан незаключенным по причине отсутствия согласования существенного условия о предмете договора – четкого перечня наименований и количества передаваемого товара. Судом отмечено, что между сторонами сложились отношения по поставке товаров и, несмотря на признание дистрибьюторского договора незаключенным, у ответчика возникла обязанность по оплате фактически поставленного товара.⁶⁹

⁶⁹ Постановление Федерального арбитражного суда Уральского округа от 08.07.2010 по делу №А60-55543/2009 // [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения 05.10.2015.

По другому делу Федеральный арбитражный суд Северо-Кавказского округа отметил, что если в дистрибьюторском договоре определены специальные условия покупки и отгрузки продукции (в том числе с использованием заявки, которая содержит наименование и количество товара, либо путем заключения отдельного договора поставки в будущем), такое согласование является достаточным и спорный договор в этой части не является незаключенным.⁷⁰

В качестве признаков, отличающих договор поставки от дистрибьюторского договора, М.А.Зинковский выделяет возможность применения штрафных санкций при сговорах, запрещенных антимонопольным законодательством, наличие гарантийных услуг, ведение единой ценовой политики.⁷¹ С последним критерием невозможно согласиться, поскольку установление в дистрибьюторском договоре конкретных цен на товары, особенно установление в дополнительных соглашениях цен по товарам для отдельных категорий покупателей (например, для гипермаркетов как одной, так и различных торговых сетей на территории субъектов Российской Федерации) действующим антимонопольным законодательством Российской Федерации запрещено. Указанное правило является общим, но имеет значение для дистрибьюторских договоров, по которым принципал устанавливает цену и предел наценки, превышать который дистрибьютор не вправе.

Таким образом, дистрибьюторский договор невозможно квалифицировать в качестве договора поставки, однако, договор поставки опосредует исполнение дистрибьютором своих обязательств по дистрибьюторскому договору, а общие условия поставок и/или общие условия наступления ответственности могут быть включены в дистрибьюторский договор. Последствием заключения договора поставки является переход права собственности на поставленный товар в отсутствие дополнительной обязанности покупателя распространять приобретенные товары третьим лицам. В случае заключения дистрибьюторского

⁷⁰ Постановление Федерального арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 23.12.2008 по делу №А32-23302/2007 / [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения 05.10.2015.

⁷¹ Зинковский М.А. Смешанный торговый контракт (договор) // Современное право, 2013. - №1. [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения 05.10.2015.

договора дистрибьютор принимает на себя обязательство реализовывать товар третьим лицам.

В судебной практике дистрибьюторский договор зачастую квалифицируется в качестве агентского, однако, указанные договоры не следует отождествлять по следующим основаниям.

В соответствии с п.1 ст.1005 Гражданского кодекса Российской Федерации по агентскому договору одна сторона (агент) обязуется за вознаграждение совершать по поручению другой стороны (принципала) юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала либо от имени и за счет принципала.

Есть случаи, когда в судебной практике к дистрибьюторскому договору применяются нормы Гражданского кодекса Российской Федерации, регулирующие агентский договор. В Постановлении Федерального арбитражного суда Поволжского округа от 13.02.2009 по делу №А65-5966/2008⁷² отмечено, что факт надлежащего выполнения истцом поручений, предусмотренных дистрибьюторским договором, подтверждается имеющимися в материалах доказательствами, а ответчиком не представлено доказательств выплаты агенту вознаграждения. Таким образом, в названном Постановлении отношения, вытекающие из дистрибьюторского договора, приравнены к агентским отношениям, с чем возможно согласиться лишь в части.

В другом деле выяснилось, что сторонами был заключен договор, по условиям которого одна сторона предоставила другой исключительное право на продажу товаров в согласованном ассортименте на оговоренной территории, при этом под исключительным правом стороны понимали, что сторона, предоставившая право, не вправе самостоятельно, а также через третьих лиц заниматься реализацией товара в пределах оговоренной территории. Постановлением Федерального арбитражного суда Северо-Кавказского округа от

⁷² Постановление Федерального арбитражного суда Поволжского округа от 13.02.2009 по делу №А65-5966/2008 / [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения: 05.10.2015.

19.04.2005 по делу №Ф08-1395/2005⁷³ заключенный сторонами договор был квалифицирован в качестве агентского и к нему применены положения главы 52 Гражданского кодекса Российской Федерации соответственно.

Исходя из закрепленного в Гражданском кодексе Российской Федерации определения агентского договора, дистрибьюторский договор отличается от него следующим. Во-первых, за осуществление обязанности по реализации товаров дистрибьютор не получает агентского вознаграждения в том его смысле, который вкладывает в него Гражданский кодекс Российской Федерации. П.2 ст.1005 и положения ст.1006 Гражданского кодекса Российской Федерации рассматривают вознаграждение как оплату за осуществление юридически значимых действий, совершенных агентом. Экономический интерес дистрибьютора в реализации товаров состоит в том, что дистрибьютор после реализации товаров принципала получает прибыль, выраженную в форме наценки на реализуемый товар.

Дистрибьюторским договором могут предусматриваться финансовые поощрения, подлежащие выплате принципалом дистрибьютору при соблюдении последним определенных условий договора. В случае если со стороны дистрибьютора отсутствуют нарушения условий договора, а также отсутствует задолженность по оплате поставленного товара принципал вправе поощрить дистрибьютора за достижение и перевыполнение установленного договором минимального объема закупок (ежемесячного, еженедельного, ежегодного – периодичность остается на усмотрение сторон) путем выплаты вознаграждения в размере, непосредственно зависящем от количества реализованной дистрибьютором продукции. Выплачиваемое принципалом в адрес дистрибьютора вознаграждение называется в дистрибьюторском договоре бонусом. Указанная сумма может выплачиваться отдельно, либо засчитываться принципалом в счет оплаты дистрибьютором продукции, поставляемой либо подлежащей поставке.

⁷³ Постановление Федерального арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 19.04.2005 по делу №Ф08-1395/2005 [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения: 05.10.2015.

Между вознаграждением, выплачиваемым агенту по агентскому договору, и бонусом за превышение объема закупок, имеется существенное различие. Вознаграждение по агентскому договору является непосредственной безусловной оплатой за надлежащее исполнение обязанностей агента, принятых согласно условиям агентского договора. Под вознаграждением (бонусом) по дистрибьюторскому договору надлежит понимать выплаты, производимые принципалом дистрибьютору преимущественно в случае превышения порога объема закупок. Для получения выплаты по агентскому договору агенту не требуется достигать определенного порога продаж и лишь в случае данного превышения получать вознаграждение. Превышение объема закупок не является предметом дистрибьюторского договора, но при надлежащем исполнении данного условия (в чем заинтересован сам дистрибьютор) принципал выплачивает денежное поощрение дистрибьютору.

В силу самостоятельного характера дистрибьюторского договора, элементы, присущие агентскому договору, могут быть включены и в дистрибьюторский. Стороны могут предусмотреть определенный перечень поручений принципала, которые дистрибьютор обязуется выполнять и за выполнение которых принципал выплачивает ему вознаграждение. Таким образом, дистрибьюторский договор может содержать в себе элементы агентского договора.

Как обоснованно отмечается А.В.Руденко, основным отличием дистрибьюторского договора от договоров посреднической группы является наличие у последних действий в чужом интересе, при этом юридические последствия данных действий возникают у принципала по агентскому договору, комитента по договору комиссии и доверителя по договору поручения.⁷⁴ В случае заключения дистрибьюторского договора и принципал, и дистрибьютор действуют в собственном интересе в целях извлечения максимальной прибыли от продажи товаров, при этом последствия исполнения дистрибьютором обязанности по реализации товаров не порождает дополнительных обязанностей у принципала.

⁷⁴ Руденко А.В. О дистрибьюторском договоре // Юрист, 2006.- №8. - С. 30-31.

Различие дистрибьюторского договора от агентского также следует проводить по критерию от чьего имени и за чей счет действует дистрибьютор в отношениях с третьими лицами.

В силу дистрибьюторского договора в отношениях с третьими лицами дистрибьютор действует от своего имени и за свой счет, самостоятельно совершает сделки и несет ответственность по своим обязательствам, в то время как агент в силу ст.1005 Гражданского кодекса Российской Федерации выполняет поручение от своего имени, но за счет принципала, либо от имени принципала и за его счет. По вопросу реализации товаров дистрибьютор является самостоятельной фигурой во всей цепочке отношений «принципал-дистрибьютор – субдистрибьютор - конечный покупатель», товар принципала поступает в собственность дистрибьютора или третьего лица, и дистрибьютор оплачивает его в установленном размере.

А.И.Бычковым указывается, что если товар не будет реализован, у поставщика возникнет обязательство принять его обратно и выплатить согласованную сторонами цену и принятие товара будет обладать признаками обязательства.⁷⁵ По мнению автора настоящего диссертационного исследования, в случае поставки товара дистрибьютору, дистрибьютор становится собственником товаров, основанием чему является договор поставки, а третьим лицам реализует принадлежащую ему собственность (если использовать механизм, когда товары поступают дистрибьютору). В таком случае, если за поставщиком будет сохраняться обязанность принимать нереализованный товар, то не будет требоваться и заключение договора поставки, чтобы опосредовать передачу товаров дистрибьютору.

Вместе с тем, возврат нереализованного товара имеет место в правоприменительной практике. Между ООО «Цемент» (Поставщик) и ООО «Строительная база 24» (Покупатель) был заключен договор поставки, содержащий помимо условий о поставке, условия о дальнейшей реализации товаров покупателем на территории Северо-Западного федерального округа.

⁷⁵ Бычков А.И. Указ. соч. С.91.

Стороны определили в договоре понятие нереализованного товара, под которым понимается неликвидный товар, а именно товар, которого за последние три месяца в магазине покупателя было продано меньше, чем осталось в том же магазине; непроданные сезонные товары, вышедшие из сезона; товары, срок годности которых истекает через два месяца и ранее. Стороны предусмотрели, что в отношении нереализованного товара покупатель может предъявить поставщику одно из следующих требований: о возврате нереализованных товаров поставщику, при этом расходы по вывозу товаров возлагаются на поставщика, а в случае просрочки вывоза товаров покупатель вправе требовать понесенные затраты на хранение; о предоставлении дополнительной скидки на нереализованный товар, при этом размер скидки согласовывается дополнительно.

Таким образом, право покупателя предъявить поставщику требование о возврате нереализованного товара существует в предпринимательской практике и согласно свободе договора имеет право на существование. Относительно перехода права собственности можно сделать вывод, что если товар был оплачен, у поставщика возникает обязанность возвратить уплаченные денежные средства в момент подписания товаросопроводительных документов. Если денежные средства за товар не были уплачены покупателем, то его обязанность по оплате прекращается.

Истечение срока хранения, утрата товарных качеств, порча продукции по причинам, не зависящим от принципала, является предпринимательским риском исключительно дистрибьютора, если тот выступает собственником товара. В одном из случаев, когда товар поставляется дистрибьютору, он становится его собственником на основании заключаемых договоров поставки. При заключении агентского договора агент, получивший товар принципала, не получает права собственности на таковой, а реализует товар, остающийся в собственности принципала, несмотря на фактическую его передачу агенту. В ситуации, когда дистрибьютор сообщает принципалу, какому субдистрибьютору поставить товар, право собственности дистрибьютор не приобретает, и в этом случае функции

дистрибьютора будут схожи с агентскими, что не влечет квалификацию дистрибьюторского договора в качестве агентского.

По одному из судебных дел, между одной стороной («Организация») и другой стороной («Дистрибьютор») был заключен договор, согласно условиям которого Дистрибьютор продает от своего имени и за свой счет товары, предоставляемые Организацией, на согласованной сторонами территории. В договоре сторонами был установлен момент перехода права собственности на товары и определено, что товары являются собственностью Организации до момента уплаты дистрибьютором всей стоимости полученных от Организации товаров. По данному делу судами нижестоящих инстанций правоотношения между сторонами, вытекающие из дистрибьюторского договора, были признаны отношениями из договора по возмездному оказанию услуг. Между тем, Постановлением Федерального арбитражного суда Дальневосточного округа от 15.10.2002 по делу №Ф03-А73-021/2120⁷⁶ было констатировано, что выводы судов о подобной квалификации являются ошибочными, поскольку характер взаимоотношений сторон не соответствует ст.779 Гражданского кодекса Российской Федерации, при этом необходимо учесть, что Дистрибьютор принимал товар Организации для реализации (а не в собственность), а реализация продукции осуществлялась с применением наценки, которая является вознаграждением.

Основным отличием дистрибьюторского договора от агентского договора по мнению В.А.Масловой являются различные цели данных соглашений. Так, целью дистрибьюторского договора является продвижение товара на рынок, увеличение прибыли как следствие роста объемов продаж.⁷⁷

Указанные различия дистрибьюторского и агентского договора не лишают сторон права включить в дистрибьюторский договор обязанности, которые выполняет агент по агентскому договору: на дистрибьютора по соглашению

⁷⁶ Постановление Федерального арбитражного суда Дальневосточного округа от 15.10.2002 по делу №Ф03-А73/02-1/2120 / [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения: 05.10.2015.

⁷⁷ Маслова В.А. Место дистрибьюторского договора в системе торговых договоров // Вестник МГУ. Сер. 11. Право. – 2011. - №3. С. 56 – 57.

сторон может возлагаться обязанность за отдельное вознаграждение совершать по поручению принципала юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала либо от имени и за счет принципала.

Соответственно, отдельные поручения, выполняемые дистрибьютором, могут содержаться непосредственно в дистрибьюторском договоре, либо быть детализированы в отдельно заключаемом агентском договоре.

Интерес принципала в заключении дистрибьюторского договора состоит в том, что дистрибьютор не только исполняет обязанность по реализации товаров, но может оказывать услуги, выполнять поручения принципала, осуществлять перевозку, охранять складские помещения и так далее, если данные обязанности будут согласованы сторонами в договоре. Подобное включение элементов агентского договора не будет влечь квалификацию дистрибьюторского договора в качестве агентского по указанным выше основаниям.

Следующим договором, нормы о котором применяются по отношению к дистрибьюторскому, является договор возмездного оказания услуг. В соответствии со ст.779 Гражданского кодекса Российской Федерации исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать услуги – совершить определенные действия или осуществить определенную деятельность, а заказчик обязуется оплатить эти услуги. Как отмечает Н.С.Ковалевской, результат совершения исполнителем определенных действий не может иметь правового значения в силу особенностей договора возмездного оказания услуг.⁷⁸ Между тем, стороны при заключении дистрибьюторского договора преследуют достижение правового результата: дальнейшая реализация товаров принципала.

Принципал принимает на себя обязательство выплачивать финансовое поощрение дистрибьютору в случае достижения последним определенного минимума продаж. Как справедливо отмечает А.Б.Борисова, реализация товаров осуществляется дистрибьютором для себя, поскольку он заинтересован в максимальном извлечении прибыли.⁷⁹

⁷⁸ Коммерческое (предпринимательское) право: учеб.: в 2т. Т. 2. – 4-е изх., перераб. и. доп. / под ред. В.Ф.Попондопуло. –М.: Проспект, 2009. – С.211.

⁷⁹ Борисова А.Б. Дистрибьюторский договор // Журнал российского права. - 2005. - №3. – С. 56-64.

Проблемой, связанной с соотношением дистрибьюторского договора и договора возмездного оказания услуг, является возможность включения в дистрибьюторский договор условий о возмездном оказании услуг. Услуги, связанные с реализацией товаров и сопутствующие ей, могут оказываться как принципалом, так и дистрибьютором и условия об их оказании не противоречат сути дистрибьюторской деятельности. В качестве примера можно привести организацию тренинг - мероприятий, семинаров, обучающих встреч (например, если дистрибьюция касается реализации лакокрасочных материалов, требующих определенных знаний для правильного нанесения, которые невозможно изложить в инструкции, и тому подобное), рекламных кампаний. Стоимость таких услуг и порядок их предоставления могут согласовываться сторонами как непосредственно в дистрибьюторском договоре, так и каждый раз, когда в их оказании возникнет необходимость путем заключения отдельного договора. Следует провести аналогию с договором поставки и агентским договором в части того, что сторонами могут быть избраны различные схемы включения в дистрибьюторский договор условий о возмездном оказании услуг: 1) общие условия оказания услуг и наступления ответственности регулируются дистрибьюторским договором, а в целях конкретизации стороны вправе заключить отдельный договор возмездного оказания услуг; 2) существенные условия, регулирующие оказание услуг, стороны могут согласовать в дистрибьюторском договоре; 3) в целях оказания услуг стороны вправе заключить отдельный договор возмездного оказания услуг.

Представляется, что поскольку принципал и дистрибьютор заинтересованы в продажах товаров в максимальных объемах, как включение в текст дистрибьюторского договора условий об оказании услуг, так и заключение отдельных договоров об оказании услуг, направленных на продвижение товара – рекламных, маркетинговых, услуг по обучению персонала, является допустимым, так как оказание услуг непосредственно связано с осуществлением реализации товаров дальнейшим покупателям.

Возмездные услуги вправе оказывать обе стороны дистрибьюторского договора, как дистрибьютор, так и принципал. Например, услуги по обучению персонала дистрибьютора. Одна сторона (юридическое лицо по законодательству Италии; принципал) заключила дистрибьюторский договор с российской коммерческой организацией. Сущность договора состояла в том, что итальянская организация поставляла дистрибьютору лакокрасочное покрытие с уникальной технологией нанесения, которая была запатентована в установленном порядке, а дистрибьютор принимал на себя обязательство реализовывать товар принципала на территории Российской Федерации и стран-участниц Содружества Независимых Государств. В случае несоблюдения технологии нанесения (выполнение определенной последовательности действий и смешивание дополнительных материалов) покрытие было непригодно к использованию. В случае несоблюдения технологии конечным покупателем товара принципал снимал с себя всяческие обязательства по возмещению стоимости некачественного товара. Во избежание подобных ситуаций в дистрибьюторском договоре стороны предусмотрели особое условие о том, что ежегодно представители дистрибьютора были обязаны выезжать на объект принципала с целью обучения, где уполномоченные лица принципала проводили семинары и тренинги, на которых обучали представителей дистрибьютора технологии нанесения лакокрасочного покрытия. Расходы на оплату услуг по обучению возлагались на дистрибьютора.

Приведенный пример демонстрирует, что возмездное оказание услуг в случаях, когда это обуславливается спецификой поставляемых товаров, становится необходимым для дистрибьютора, а в вышеуказанном случае – обязательно.

Заключение договоров об оказании услуг по продвижению товаров следует допустить, поскольку именно данные дополнительные услуги обеспечивают эффективность исполнения обязанности по реализации товаров. В рамках настоящего диссертационного исследования не затрагиваются вопросы включения условий об оказании услуг в договоры поставки продовольственных

товаров (согласно п.12 ст.9 Федерального закона от 28.12.2009 №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» не допускается включение в договор поставки продовольственных товаров условий о совершении хозяйствующим субъектом определенных действий, об оказании услуг по рекламированию товаров, маркетингу и подобных услуг, направленных на продвижение продовольственных товаров).

По вопросу квалификации дистрибьюторского договора в качестве договора об оказании услуг свою позицию высказал и Высший Арбитражный Суд Российской Федерации в Постановлении Президиума от 18.05.1999 №7073/98.⁸⁰ В рамках производства по делу судом было установлено, что сторонами был заключен «договор о дистрибьюторстве», согласно условиям которого одна сторона предоставляла другой права официального дистрибьютора на продажу лекарственных средств. Высшим Арбитражным Судом Российской Федерации договор был квалифицирован как договор на организацию отношений по поставкам продукции с оказанием услуг по поиску покупателей.

В так называемых дилерских договорах получила свое распространение обязанность дилера осуществлять послепродажное обслуживание автотранспортных средств. Она касается покупателей, приобретших автотранспортное средство и обратившихся к дилеру за оказанием услуг по сервисному обслуживанию автомобилей. Если по дистрибьюторскому договору дистрибьютор обязуется реализовывать технически сложные товары (например, медицинское оборудование), которые нуждаются в сервисном обслуживании на протяжении определенного срока, то условие об оказании таких услуг дистрибьютором может включаться в текст дистрибьюторского договора.

На основании вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что договор возмездного оказания услуг может быть заключен сторонами дистрибьюторского договора для осуществления наиболее эффективного исполнения обязательств по

⁸⁰ Постановление ВАС РФ от 18.05.1999 №7073/98 / [Электронный ресурс] : Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения: 05.10.2015.

реализации товаров третьим лицам, но непосредственно договором об оказании услуг дистрибьюторский договор не является.

В свете последних изменений, внесенных в Гражданский кодекс Российской Федерации, наиболее актуальным представляется вопрос о соотношении дистрибьюторского договора и опционного договора. В соответствии со ст.1 Федерального закона от 8.03.2015 №42-ФЗ «О внесении изменений в часть первую Гражданского кодекса Российской Федерации»⁸¹ часть первая Гражданского кодекса Российской Федерации дополнена ст.429.3 «Опционный договор». По опционному договору согласно указанной статье одна сторона на условиях, предусмотренных этим договором, вправе потребовать в установленный договором срок от другой стороны совершения предусмотренных опционным договором действий (в том числе уплатить денежные средства, передать или принять имущество), и при этом, если управомоченная сторона не заявит требование в указанный срок, опционный договор прекращается.

Как отмечает М.Б.Жужжалов, отношения, регулируемые опционным договором, «возникают из ситуации, когда одна сторона хочет иметь именно возможность вступить в договор в будущем, то есть предпочитает свободу выбора относительно того, вступить в этот договор или отказаться от вступления в него».⁸²

Опционный и дистрибьюторский договоры схожи между собой в части возможности стороны требовать от другой совершения определенных действий. В ходе исполнения дистрибьюторского договора дистрибьютор направляет принципалу заявки с указанием наименования и количества товаров, подлежащих поставке, тем самым, дистрибьютор требует от принципала осуществить поставку в адрес дистрибьютора либо третьего лица по его указанию. Таким образом, как по дистрибьюторскому договору, так и по опционному договору одна сторона

⁸¹ Федеральный закон от 08.03.2015 №42-ФЗ «О внесении изменений в часть первую Гражданского кодекса Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 09.03.2015. - №10. – Ст.1412, ИПС «КонсультантПлюс». [Электронный ресурс]: Дата обращения: 05.10.2015.

⁸² Жужжалов М.Б. Юридическая природа опционного договора в арбитражной практике и проекте поправок в Гражданский кодекс Российской Федерации. // [Электронный ресурс]: <http://www.center-bereg.ru/b4707.html> . Дата обращения: 05.10.2015.

вправе потребовать от другой совершения определенных действий и в этом сравниваемые конструкции схожи.

Согласно п.2 ст.429.3 Гражданского кодекса Российской Федерации за право заявить требование по опционному договору сторона уплачивает денежную сумму, за исключением случаев, если опционным договором, в том числе заключенным между коммерческими организациями, предусмотрена его безвозмездность либо если заключение такого договора обусловлено иным обязательством или иным охраняемым законом интересом, которые вытекают из отношений сторон. По дистрибьюторскому договору дистрибьютор направляет принципалу заявку, в которой указывается перечень товаров, а момент оплаты поставляемых товаров может быть согласован сторонами по-разному: на условиях предварительной оплаты, либо оплата в течение периода времени после осуществления поставки. В связи с этим оплата производится в отношении конкретных товаров, а не за абстрактное право предъявить в будущем требование о поставке товаров.

Отождествлять опционный и дистрибьюторский договоры невозможно по той причине, что дефиниция опционного договора, приведенная в п.1 ст.429.3 Гражданского кодекса Российской Федерации, предусматривает и вторую часть, гласящую о том, что если управомоченная сторона не заявит требование в срок, опционный договор прекращается. Для дистрибьюторского договора не характерно его прекращение в зависимости от того, заявит принципал или дистрибьютор требование о совершении действий либо нет.

Таким образом, несмотря на имеющиеся различия между опционным и дистрибьюторским договорами, не позволяющим квалифицировать дистрибьюторский договор в качестве опционного, дистрибьюторский договор может содержать в себе элементы опционного, в частности, в ходе исполнения дистрибьюторского договора дистрибьютор требует от принципала совершения определенных действий (поставить товар, оказать услуги и тому подобное).

Дистрибьюторский договор содержит в себе целый комплекс различных условий, в том числе условий о поставке товаров, об оплате, условия о

взаимодействии сторон с третьими лицами, условия об оказании услуг, выполнении поручений и других. В силу того, что сотрудничество между сторонами предполагается длительным, то с учетом изменений конъюнктуры рынка, увеличения объемов сырья для производства товаров, транспортных расходов, и в большей степени изменения со временем предпринимательских интересов сторон, как дистрибьютор, так и принципал вправе выступить с инициативой изменения условий дистрибьюторского договора: условий о сроках и порядке оплаты, о выплате бонусов дистрибьютору, об ассортименте и количестве товаров, подлежащих поставке по договору. Всех нюансов дальнейшего сотрудничества и изменения экономической ситуации в дистрибьюторском договоре одновременно урегулировать невозможно. Исходя из этого, стороны дистрибьюторского договора зачастую устанавливают лишь общие условия, касающиеся перевозки, поставки, порядка оплаты товаров дистрибьютором, о возможности оказания услуг, выполнении поручений и других.

Представляется, что заключение отдельных договоров предпочтительно, поскольку с учетом длительности и регулярности отношений по дистрибьюторскому договору невозможно изначально обозначить все существенные условия перевозок, оплаты и сроков; стороны не могут предполагать, каким образом изменится ситуация на рынке в дальнейшем. Заключение отдельных договоров позволит сторонам урегулировать ассортимент, стоимость, сроки поставки и оплаты, дополнительные услуги, которые будут оказываться сторонами при реализации товаров. В случае заключения договоров поставки ассортимент товаров может регулярно меняться.

Между тем, необходимо учитывать механизм дистрибуции, включающий в себя возможность поставки товаров не дистрибьютору, а третьему лицу, расположенному на другой территории. В таком случае дистрибьютор не может контролировать и формировать заявку, исходя из собственных потребностей, поскольку перечень товаров, подлежащих поставке, составляется субдистрибьютором.

Следующей проблемой дистрибьюторского договора является квалификация его в качестве рамочного.

По одному из судебных дел между продавцом и покупателем было заключено соглашение, по условиям которого продавец принял на себя обязательство передавать в собственность покупателя продукцию, а покупатель принял на себя обязанность оплачивать поставляемый товар. Соглашение сторон не содержало условий о количестве и наименовании товаров, подлежащих передаче. В отношении предмета поставки соглашение содержало только указание на порядок поставки: продавец оформляет товарную накладную и осуществляет отгрузку товара. Постановлением Девятого арбитражного апелляционного суда от 19.03.2010 по делу №А40-116626/2009⁸³ согласование предмета поставки не было признано надлежащим. Такое соглашение хоть и является поименованным (ст.454 Гражданского кодекса Российской Федерации), однако, в нем не согласованы существенные условия, вследствие чего данное соглашение было признано незаключенным.

В Постановлении от 21.06.2010 по делу №А40-116626/2009 Федеральным арбитражным судом Московского округа⁸⁴ был сделан вывод о том, что спорное соглашение является рамочным, а существенные условия о наименовании, количестве и ассортименте должны согласовываться продавцом и покупателем по каждой поставке отдельно.

Концепции отнесения дистрибьюторского договора к категории рамочных (организационных) также придерживается и Н.Г.Вилкова, которая указывает, что дистрибьюторский договор реализуется путем приобретения у экспортера товаров на основании отдельных договоров купли-продажи, а также при помощи дальнейшей продажи товаров дистрибьютором на территории. При этом с

⁸³ Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 19.03.2010 по делу №А40-116626/2009 [Электронный ресурс] : Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения: 05.10.2015.

⁸⁴ Постановление Федерального арбитражного суда Московского округа от 21.06.2010 по делу №А40-116626/2009 [Электронный ресурс] : Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения: 05.10.2015.

потребителями дистрибьютор также заключает отдельные договоры купли-продажи.⁸⁵

Е.В.Шоломова полагает, что дистрибьюторский договор можно квалифицировать в качестве рамочного только в части поставок.⁸⁶

В соответствии с п.1 ст.429.1 Гражданского кодекса Российской Федерации под рамочным договором (договором с открытыми условиями) понимается договор, который определяет общие условия обязательственных взаимоотношений сторон, которые могут быть конкретизированы и уточнены сторонами путем заключения отдельных договоров, подачи заявок одной из сторон или иным образом на основании либо во исполнение рамочного договора.

Дистрибьюторский договор не следует отождествлять с рамочным в полном объеме и квалифицировать его как рамочный, поскольку уже во исполнение дистрибьюторского договора стороны могут осуществлять свои права и обязанности и обязательного заключения дополнительных договоров в данном случае не требуется. Дистрибьюторский договор может быть как рамочным, так и не рамочным, и зависит данное разделение от степени детализации сторонами условий в дистрибьюторском договоре. Согласование условий в отдельных договорах может касаться поставок, перечня оказываемых услуг и возможных поручений. В данном случае можно провести аналогию с договором поставки: если стороны указывают перечень товаров и их количество непосредственно в договоре, то договор не будет носить рамочный характер.

Согласно п.9 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.02.2014 №165 «Обзор судебной практики по спорам, связанным с признанием договоров незаключенными»⁸⁷ «условия организационного (рамочного) соглашения являются частью

⁸⁵ Комаров А. С. Правовое регулирование международных торговых операций в Российской Федерации: учеб. пособие /А.С.Комаров. – 2-изд., перераб. и доп. – ГОУВПО Всероссийская академия внешней торговли Минэкономразвития России. – М.: ВАВТ, 2009. С.66.

⁸⁶ Шоломова Е. В. Дистрибьюторский договор: какие нормы применять? // Промышленность: бухгалтерский учет и налогообложение. - 2011. - №8. С. 34 - 51. [Электронный ресурс] : Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения: 05.10.2015.

⁸⁷ Информационное письмо Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.02.2014 №165 «Обзор судебной практики по спорам, связанным с признанием договоров незаключенными» [Электронный ресурс] : Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения: 05.10.2015.

заключенного договора, если иное не указано сторонами и такой договор в целом соответствует их намерению, выраженному в организационном соглашении». Между сторонами был заключен договор о поставке пиломатериалов, при этом условия об ответственности были установлены в договоре о поставках, но каждая поставка оформлялась отдельным соглашением с указанием наименования и количества товаров.

Высшим Арбитражным Судом Российской Федерации отмечается, что договор поставки заключался сторонами лишь при подписании отдельного соглашения. Но характер соглашения свидетельствует о том, что стороны имели в виду распространение на отдельное соглашение условий, которые содержатся в рамочном договоре. Таким образом, на отношения сторон по спорной поставке распространяются не только условия соглашения о конкретной поставке, но и положения рамочного договора.

В дистрибьюторском договоре стороны вправе как детализировать, например, перечень оказываемых услуг и порядок их оказания, так и сделать отсылку на заключение отдельного договора в отношении данных услуг. Тем самым, будет ли дистрибьюторский договор носить рамочный характер зависит исключительно от того, насколько будут детализированы те или иные условия сторонами.

На основании вышеизложенного, можно сделать следующие выводы. Дистрибьюторский договор не является в полном объеме договором поставки, агентским договором, договором возмездного оказания услуг, опционным договором, однако, может содержать в себе элементы указанных договоров, что обуславливает его самостоятельность как совокупность обязанностей дистрибьютора, характерных для различных договоров и объединенных в одном договоре – дистрибьюторском. Дистрибьюторский договор может быть как рамочным, так и не рамочным, что зависит от степени детализации сторонами условий в дистрибьюторском договоре.

§ 2.3. Место дистрибьюторского договора в системе гражданско-правовых договоров Российской Федерации

Исходя из системы договоров, предусмотренных действующим Гражданским кодексом Российской Федерации, дистрибьюторский договор не выделен в качестве самостоятельного вида договора. Дистрибьюторский договор является непоименованным в силу следующего обоснования.

Ст.421 Гражданского кодекса Российской Федерации закрепляет один из важнейших принципов договорных отношений – принцип свободы договора, а п.2 и п.4 названной статьи раскрывают содержание этого принципа.

Отдельные виды гражданско-правовых договоров находят свое непосредственное нормативное регулирование в части второй Гражданского кодекса Российской Федерации, разделе IV «Отдельные виды обязательств». Таким образом, указанные в части второй Гражданского кодекса Российской Федерации договоры являются поименованными, поскольку в их отношении закон предусматривает понятие, существенные условия, условия наступления ответственности и тому подобное.

Дистрибьюторский договор позволяет принципалу, то есть лицу, производящему или закупающему товар для реализации, как можно скорее реализовывать произведенный товар через дистрибьютора другим покупателям. В действующем Гражданском кодексе Российской Федерации отсутствуют нормы, регулирующие отношения в сфере дистрибьюторской деятельности, поэтому справедливо утверждать, что дистрибьюторский договор является непоименованным. Условие о том, что дистрибьюторский договор не должен противоречить действующему законодательству зависит непосредственно от содержания договора.

При заключении любого договора, в том числе и дистрибьюторского, невозможно спрогнозировать субъективный фактор, зависящий от сторон и тех условий, которые стороны включают в текст договора. Исходя из буквального толкования ст.8 Гражданского кодекса Российской Федерации, не

предусмотренные законом договоры и иные сделки не должны противоречить закону. Это может быть не только Гражданский кодекс Российской Федерации, но и уголовный закон, а применительно к дистрибьюторской деятельности – антимонопольное законодательство. В таком случае стороны при заключении дистрибьюторского договора должны учитывать и запреты антимонопольного законодательства в отношении установления условий ценообразования и географии рынков сбыта. Прогнозировать какие именно условия, которые потенциально могут нарушать действующее антимонопольное законодательство, стороны включают в договор невозможно, поэтому дистрибьюторский договор как вид договора не противоречит гражданскому законодательству.

При определении дистрибьюторского договора в качестве непоименованного возникает проблема норм, которые будут применяться в случае возникновения спора, вытекающего из дистрибьюторских отношений. Данная проблематика рассмотрена Высшим Арбитражным Судом Российской Федерации в Постановлении Пленума от 14.03.2014 №16 «О свободе договора и ее пределах».⁸⁸ В соответствии с п.5 указанного Постановления, стороны вправе заключить договор, не предусмотренный законом. В случае заключения непоименованного договора, суд принимает во внимание действительное содержание договора, права и обязанности сторон, распределение рисков и т.д.

Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 14.03.2014 №16 «О свободе договора и ее пределах» устанавливает для судов правила применения к непоименованному договору правовых норм. Рекомендовано учитывать, что к непоименованным договорам (к которым относится и дистрибьюторский договор, поскольку в гражданском законодательстве он отсутствует и одновременно не противоречит ему), при отсутствии в них признаков смешанного договора правила об отдельных видах договоров не применяются. Постановлением установлено, что нормы об отдельных видах договоров могут быть применены к непоименованному

⁸⁸ Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 14.03.2014 №16 «О свободе договора и ее пределах» // [Электронный ресурс] : http://www.arbitr.ru/as/pract/post_plenum/106573.html . Дата обращения 05.10.2015.

договору по аналогии закона, если отношения будут сходны и прямое регулирование отношений соглашением сторон отсутствует.

Императивные нормы, регулирующие другие виды договоров, применяются к непоименованным договорам по аналогии закона только в исключительных случаях, в целях защиты охраняемых законом интересов слабой стороны договора, третьих лиц, публичных интересов «или недопущения грубого нарушения баланса интересов сторон». Высшим Арбитражным Судом Российской Федерации отмечается обязательность указания на то, чьи интересы защищаются применением императивной нормы по аналогии.

В связи с этим заслуживает внимания проблема квалификации дистрибьюторского договора судами в качестве смешанного. По одному из дел между сторонами было заключено соглашение, предметом которого являлась дистрибуция продукции, приобретенной у принципала под соответствующей торговой маркой на географической территории, содержащей города и районные центры (город Самара и Самарская область). Общество с ограниченной ответственностью «Биола-Русь» обратилось с исковым заявлением к Обществу с ограниченной ответственностью «Акватория» («Дистрибьютор») о взыскании денежных средств за поставленный дистрибьютору товар. В рамках производства по делу дистрибьютор указал, что во исполнение договоренностей дистрибьютор производил оплату услуг агентов по реализации товаров принципала и задолженность за поставленные товары подлежала уменьшению на сумму выплат агентам. Федеральный арбитражный суд Поволжского округа в Постановлении от 3.08.2011 по делу №А55-26891/2009 квалифицировал дистрибьюторский договор в качестве смешанного, при этом было отмечено: «По дистрибьюторскому договору одна сторона (дистрибьютор) в рамках ведения предпринимательской деятельности обязуется приобретать товар у другой стороны (поставщика) и осуществлять его продвижение на строго оговоренной сторонами территории, а поставщик обязуется не поставлять товар для реализации на этой территории самостоятельно или при участии третьих лиц. Дистрибьюторский договор можно отнести к договорам смешанного характера, сочетающего в себе признаки

договоров купли-продажи, поставки, перевозки, агентского договора, коммерческой концессии и иных видов обязательств».⁸⁹

С приведенной позицией невозможно согласиться, поскольку смешанный договор подразумевает под собой сочетание элементов нескольких договоров, которые урегулированы законодательством. Действительно, дистрибьюторский договор может сочетать в себе элементы поименованных договоров, однако, является при этом самостоятельным договором, поскольку эту самостоятельность обуславливает комплекс обязанностей дистрибьютора, которые принципал получает при заключении единственного договора, а также особая направленность действий сторон: сохранение деловой репутации принципала, укрепление его позиций на соответствующем товарном рынке (расширение торговой сети, сохранение и (или) увеличение доли на товарном рынке, информационное обеспечение потребителей товара и т.п.).

Дистрибьюторский договор квалифицирован в качестве смешанного и Международным коммерческим арбитражным судом при Торгово-промышленной палате Российской Федерации в Решении от 13.07.2012 по делу №196/2011.⁹⁰ По данному делу поднимался вопрос о применении к дистрибьюторскому договору Венской конвенции о купле-продаже товаров⁹¹ и судом было отмечено следующее.

Дистрибьюторский договор обладает признаками смешанного договора, так как включает в себя не только условия, связанные с отношениями купли-продажи, но и отношениями, которые касаются агентирования и коммерческой концессии. Истец и ответчик заключили соглашение, согласно которому истец передает ответчику товар для дальнейшей реализации на согласованной в договоре территории. В свою очередь, ответчик принял на себя обязательство оплачивать поставки товара партиями.

⁸⁹ Постановление Федерального арбитражного суда Поволжского округа от 03.08.2011 по делу №А55-26891/2009 // [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

⁹⁰ Решение Международного коммерческого арбитражного суда при Торгово-промышленной палате Российской Федерации от 13.07.2013 по делу №196/2011// [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

⁹¹ Конвенция Организации Объединенных Наций о договорах международной купли-продажи товаров (Заключена в г.Вене 11.04.1980) // [Электронный ресурс] : Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения: 05.10.2015.

По данному делу судом было установлено, что выполнение истцом иных обязанностей в рамках дистрибьюторского соглашения не превалирует над поставкой товара. Данное обстоятельство позволило Международному коммерческому арбитражному суду при Торгово-промышленной палате Российской Федерации сделать вывод о невозможности применить п.2 ст.3 Венской конвенции о купле-продаже товаров. Также был сделан вывод о правомерности применения Венской конвенции о купле-продаже товаров, поскольку стороны вправе исключить ее применение либо отступить от любого из ее положений или изменить его действие. Тем не менее, дистрибьюторский договор был квалифицирован в качестве смешанного договора.

Одним из судебных актов, в котором обращается внимание на природу дистрибьюторского договора, является Дополнительное постановление Двенадцатого арбитражного апелляционного суда от 27.01.2012 по делу №А12-11251/2011.⁹² В рамках производства по данному делу в указанном постановлении констатируется, что «дистрибьюторский договор представляет собой соглашение, в силу которого одна сторона (дистрибьютор) обязуется приобретать товар у другой стороны (поставщика), осуществлять или организовывать его продвижение на определенной территории, а поставщик обязуется не поставлять товар для реализации на этой территории самостоятельно или при участии третьих лиц, в том числе не продавать товар третьим лицам для распространения на этой территории».

Двенадцатым арбитражным апелляционным судом отмечено, что преимуществом дистрибьюторского договора для его сторон является «возможность установления не обычных договорных связей, направленных на реализацию товара, что возможно достичь путем заключения договора международной купли-продажи товаров, а системы таких связей, которая включает элементы ряда правоотношений, обеспечивающих сбыт товара».⁹³

⁹² Дополнительное постановление Двенадцатого арбитражного апелляционного суда от 27.01.2012 по делу №А12-11251/2011 // [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения: 05.10.2015.

⁹³ Там же.

Двенадцатый арбитражный апелляционный суд определяет предмет дистрибьюторского договора, что в иных судебных актах зачастую отсутствует. Под предметом дистрибьюторского договора Двенадцатый арбитражный апелляционный суд предлагает понимать «действия дистрибьютора по продаже товара, переданного ему производителем, то есть взаимоотношения сторон дистрибьюторских отношений касаются двух видов договорных отношений».

В названном Дополнительном постановлении верно определяется сущность дистрибьюторского договора, однако, неверно приводится квалификация его в качестве смешанного.

Специфика дистрибьюторского договора состоит в том, что он может содержать не только ключевую обязанность дистрибьютора реализовывать товар, полученный от принципала, но и включать в себя отдельные элементы договоров, поименованных в гражданском законодательстве. Дистрибьюторский договор может включать в себя элементы договора поставки, договора хранения, договора возмездного оказания услуг (в дистрибьюторском договоре могут предусматриваться услуги, оказываемые одной из сторон, в том числе по сервисному и гарантийному обслуживанию третьих лиц), агентского договора (в части выполнения каких-либо отдельных поручений принципала) и других. При столь обширном количестве составных элементов, ошибочным представляется квалификация дистрибьюторского договора в качестве смешанного, поскольку интерес принципала в заключении дистрибьюторского договора состоит в получении от дистрибьютора исполнения совокупности обязанностей, а именно: по одному дистрибьюторскому договору принципал получает и оказание услуг, и реализацию товаров, и не исключено, охрану того или иного объекта (склада, где хранятся запасы товаров), и выполнение дистрибьютором отдельных разовых поручений.

При осуществлении предпринимательской деятельности, как и при разрешении любых других возникающих в процессе правоприменения проблем, следует исходить из наличия у сторон, вступающих в правоотношения, определенных интересов. В условиях развития рыночной экономики наличие

экономического интереса играет ключевое значение в сфере достижения целей предпринимательской деятельности.

В силу своей правовой природы интерес может рассматриваться в качестве различных явлений: мотив волевого поведения субъекта права в случае реализации собственных прав и обязанностей, предпосылка для защиты нарушенных прав в суде и основание для вступления в процесс. Некоторые авторы придерживаются понятия интереса как субъективной категории. Например, В.П.Грибанов высказывал позицию, что неверно расценивать каждое психическое явление явлением субъективным. «Интерес - явление объективное. Объективный его характер состоит прежде всего в том, что он не только плод нашего разума, не только результат человеческого сознания, а есть реально существующее в жизни явление, которое необходимо учитывать и с которым нельзя не считаться».⁹⁴

Влияние категории интереса на существо обязательства отмечал также Г.Ф.Шершеневич. «Так как субъективное право представляет юридическую возможность осуществления интереса, то оно не может возникнуть без действительного интереса, имущественного или нравственного. Если такой интерес существовал в момент установления отношения, но впоследствии отпал, то вместе с ним прекращается и субъективное право».⁹⁵ Таким образом, Г.Ф.Шершеневич в основу обязательства ставил юридически значимый интерес, который непосредственно влияет на возникновение, изменение и прекращение гражданских правоотношений. О.С.Иоффе указывал, что правоотношения, возникающие из гражданско-правовых сделок, являются волевыми отношениями во всех случаях, независимо от того, каков был способ их прекращения.⁹⁶

Дистрибьюторский договор позволяет объединить несколько обязанностей в договоре с одним лицом (дистрибьютором) и избежать заключения с различными лицами множества договоров для оказания тех или иных услуг, что в

⁹⁴ Грибанов В.П. Осуществление и защита гражданских прав. - М., 2001. С. 139.

⁹⁵ Шершеневич Г.Ф. Курс гражданского права. - Тула: Автограф, 2001. С. 74.

⁹⁶ Иоффе О.С. Правоотношение по советскому гражданскому праву// Избранные труды по гражданскому праву. М., 2000. С. 351.

полной мере отвечает интересам, которые в предпринимательской деятельности преследует принципал. Цель принципала в отношениях с дистрибьютором – получить лицо, которое способно реализовывать товар, оказывать услуги, выполнять поручения, при этом подобное построение отношений позволяет сохранить независимость прибыли принципала от эффективности действий дистрибьютора по реализации товаров. Совокупность элементов поименованных договоров опосредует самостоятельность дистрибьюторского договора и невозможность его квалификации в качестве смешанного, так как для принципала имеет значение как реализация товаров на постоянной основе, так и сочетание различных обязанностей в едином договоре, но не разрозненное заключение договоров с различными лицами. Данная позиция должна быть учтена в правоприменительной практике.

В правоприменительной практике к дистрибьюторскому договору применяются нормы Гражданского кодекса Российской Федерации о поименованных договорах в той части, которая регулирует спорные отношения: если спор вытекает из отношений по поставке, то применяются нормы, касающиеся договора поставки. Аналогичная ситуация складывается, если речь идет об отношениях, вытекающих из оказания услуг и так далее.

Приведенная позиция о самостоятельном характере дистрибьюторского договора вполне возможна теоретически, но в правоприменительной практике будет вызывать трудности до тех пор, пока отношения из дистрибьюторского договора не подвергнутся урегулированию в той же степени детализации, как и иные основные договорные типы: поставки, аренды, подряда, оказания услуг и так далее.

Положения п.5 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 14.03.2014 №16 «О свободе договора и ее пределах» необходимо оценивать критически, поскольку в случае возникновения спора из непоименованного договора, когда отсутствует цель защиты слабой стороны договора, третьих лиц и отсутствует «исключительный случай», неизвестно, какая норма закона подлежит применению к дистрибьюторскому договору с учетом

того, что он является непоименованным и не подлежит квалификации в качестве смешанного. Таким образом, разъяснения указанного Постановления не затрагивают непоименованные договоры и договоры, не являющиеся смешанными, в том числе и дистрибьюторский договор, что является существенным недостатком.

П.5 названного Постановления устанавливает большую степень свободы в случае заключения непоименованного договора между предпринимателями и специальное указание на особые случаи применения императивных норм по аналогии к непоименованным договорам, заключенным с участием потребителей.

Применение нормы по правилам, установленным в Постановлении Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 14.03.2014 №16 «О свободе договора и ее пределах», в отношении дистрибьюторского договора представляется спорным и оставляет стороны такого договора без юридической защиты.

В случае возникновения спора, вытекающего из дистрибьюторского договора, судам необходимо применить норму закона с целью разрешения спора. Одним из предложений настоящего диссертационного исследования является принятие Федерального закона «Об основах дистрибьюторской деятельности в Российской Федерации». Альтернативой принятию отдельного федерального закона служит внесение в действующий Гражданский кодекс Российской Федерации изменений в виде норм, регулирующих дистрибьюторский договор, определяющих предмет и существенные условия, а также ответственность сторон.

Дистрибьюторский договор фактически существует в предпринимательских отношениях и судами к нему применяются нормы, регулирующие поименованные договоры, но носит самостоятельный характер в силу своего предмета, специфики включения различных обязанностей, присущих поименованным договорам, особенностей ответственности, а принятие отдельного закона в предлагаемом проекте либо внесение соответствующих изменений позволит урегулировать дистрибьюторский договор и применять регулирующие его нормы непосредственно в предпринимательских отношениях.

Как обоснованно утверждает Ю.В.Романец, «необходимо стремиться к тому, чтобы законодатель своевременно создавал новые типы (виды, подвиды) договоров, отражающие юридически значимое разнообразие экономического оборота».⁹⁷

Причинами включения дистрибьюторского договора в российскую систему гражданско-правовых договоров являются: 1) специфика предмета дистрибьюторского договора; 2) дистрибьюторский договор является особым видом договора, не поименован в действующем гражданском законодательстве и не содержит признаков смешанного; 3) дистрибьюторский договор нуждается в правовой регламентации как наиболее экономически выгодная форма сотрудничества между коммерческими организациями.

Самостоятельность дистрибьюторского договора дополнительно обосновывается тем, что в случае его заключения принципал в аспекте получения прибыли не связан действиями дистрибьютора по договору, в отличие от агентского договора.⁹⁸

Под термином «имплементация» (от лат. Impleo - «наполняю», «исполняю») понимается осуществление, исполнение государством международных правовых норм. В отношении термина «имплементация» в науке международного права существует множество точек зрения. В частности, А.С.Гавердовский предлагает понимать имплементацию норм международного права как «организационно-правовую деятельность государств, предпринимаемую в целях своевременной, всесторонней и полной реализации принятых ими в соответствии с международным правом обязательств».⁹⁹

⁹⁷ Романец Ю. В. Указ. соч. §4 абзац 3.

⁹⁸ Об этом указывает О.А.Городов в § 2 гл.2. монографии «Координация экономической деятельности в российском правовом пространстве: монография» / К.М.Беликова, А.В.Габов, Д.А.Гаврилов и др.; отв. ред. М.А.Егорова. М.: Юстицинформ, 2015. [Электронный ресурс] : Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения: 05.10.2015.

⁹⁹ Гавердовский А.С. Имплементация норм международного права. - Киев, Вища шк., 1980. - С.62.

В.В.Гаврилов утверждает, что имплементация как процедура представляет собой сочетание правотворческой и организационно-исполнительской деятельности.¹⁰⁰

И.И.Лукашук пишет, что имплементация нормы международного права есть придание ей статуса нормы национального права в порядке, установленном законодательством конкретного государства.¹⁰¹

О.Н.Толочко указывает, что механизм имплементации представляет собой не столько систему предпринимаемых государством правореализационных мер, сколько воздействие международного права на внутригосударственные отношения.¹⁰²

Как утверждает М.Н.Баринова, приводя термин «трансформация», под таковой понимается «преобразование (восприятие) частноправовых положений (норм, правил) международных актов (конвенций, деклараций, договоров) во внутригосударственное право в определенной форме и определенными способами с последующим применением (исполнением)».¹⁰³

Существенная проблема включения дистрибьюторского договора в российскую правовую систему состоит в том, что на международном уровне отсутствуют обязательные нормы, регулирующие дистрибьюторский договор, которые можно было бы заимствовать в неизменном виде. Чтобы заимствовать норму, касающуюся дистрибьюторского договора, из международного права, необходимо чтобы регулирование содержалось в международном праве. Однако на уровне международного права отсутствуют нормы, непосредственно касающиеся дистрибьюторских договоров, которые носили бы императивный характер. Таким образом, возникает проблема включения дистрибьюторского договора в российское право из международного права, поскольку обязательных

¹⁰⁰ Гаврилов В.В. Теории трансформации и имплементации норм международного права в отечественной правовой доктрине // Московский журнал международного права. – 2001. - №2. - С. 55.

¹⁰¹ Лукашук И.И. Международное право. Общая часть: учебник/ И.И.Лукашук. –М.: БЕК, 1997. - С. 224.

¹⁰² Толочко О.Н. Международное экономическое право и имплементация его норм в национальное законодательство (на примере Республики Беларусь) / О.Н.Толочко. – СПб.: СКФ «Россия-Нева», 2012. - С. 211.

¹⁰³ Баринова М.Н. Трансформация частноправовых норм международных актов. Дисс. на соискание уч.ст.к.ю.н. Саратов, 2004г. С. 11.

международных норм, которые могли бы быть имплементированы в российское право, нет.

М.И.Брагинский в своей работе «Основы учения о непоименованных (безымянных) и смешанных договорах»¹⁰⁴ указывает, что «непоименованные договоры могут быть основаны на использовании в качестве образца модели, предусмотренной законодательством другого государства либо международным актом, в том числе носящим рекомендательный характер». Данная позиция представляется обоснованной, поскольку любой нормативный акт, в том числе и международный, не может отражать виды договоров, которые появятся в будущем. Правоотношения могут существовать в предпринимательской практике, но их законодательное закрепление при этом отсутствует.

Применительно к дистрибьюторскому договору следует вести речь, с одной стороны, об отсутствии обязательного международного нормативного акта, регламентирующего дистрибьюторский договор на международном уровне, а с другой стороны, о возможности руководствоваться рекомендациями международных организаций в отношении дистрибьюторских договоров, выработанными ими нормами и правилами. Речь идет о Руководстве Международной Торговой Палаты по составлению международных дистрибьюторских соглашений, а также о Публикации №518 «Типовой дистрибьюторский контракт. Монопольный импортер-дистрибьютор».

Руководство по составлению международных дистрибьюторских соглашений представляет собой рекомендации Международной Торговой Палаты, направленные в адрес лиц, заключающих дистрибьюторский договор, и содержащие подробные разъяснения о том, что представляет собой дистрибьюторский договор, какие условия он должен содержать, каким образом они формулируются, условия об ответственности. Указанное Руководство носит рекомендательный характер и стороны, вступающие в договорные отношения,

¹⁰⁴ Брагинский М.И. Основы учения о непоименованных (безымянных) и смешанных договорах /М.И.Брагинский. – М.: Статут, 2007. - С.47.

вправе самостоятельно избирать, будут ли включены рекомендательные условия в текст дистрибьюторского договора, либо нет.

Типовой дистрибьюторский контракт представляет собой образец дистрибьюторского договора, который стороны могут перенять при заключении собственного дистрибьюторского договора. Он содержит условия и приложения, которые необходимо заполнить сторонам, если они будут руководствоваться типовой формой. Принципал и дистрибьютор вправе как полностью заимствовать условия типового дистрибьюторского договора, рекомендованного МТП, так и отдельные его условия. В отношении некоторых условий предусматриваются варианты выбора модели поведения и стороны могут избрать приемлемый для них вариант.

С.В.Бахин в своей книге «Субправо (международные своды унифицированного контрактного права)» приводит развернутую характеристику применения типовых контрактов в современной предпринимательской деятельности, при этом типовые контракты неправительственных организаций занимают первое место. С.В.Бахиным предлагается термин «формулярное право», но с оговоркой, что «этот термин обозначает совокупность правовых норм, направленных на регулирование сделок, при заключении которых были использованы типовые контракты».¹⁰⁵

Ввиду отсутствия обязательных для сторон внешнеторговых отношений международных актов, регулирующих отношения из дистрибьюторского договора, рекомендации Международной торговой палаты представляют собой совокупность элементов, на которые стороны могут опираться при составлении текста дистрибьюторского договора. В случае с дистрибьюторским договором при его включении в российскую систему гражданско-правовых договоров необходимо пользоваться выработанными рекомендациями, поскольку какие-либо иные акты, касающиеся дистрибьюторского договора, на международном уровне отсутствуют. В качестве норм, которые могут быть заимствованы и

¹⁰⁵ Бахин С.В. Субправо (международные своды унифицированного контрактного права) / С.В.Бахин; Ассоциация Юридический Центр; Юридический факультет Санкт-Петербургского государственного университета. – СПб.: Юридический центр Пресс, 2002. – С.207.

включены в российскую правовую систему, могут служить также нормы, регулирующие дистрибьюторский договор в зарубежных странах.

Не всякое новое договорное отношение, возникающее в предпринимательской деятельности, требует своего законодательного регулирования в форме закрепления в Гражданском кодексе Российской Федерации либо в ином нормативном акте. Новый вид договора при его появлении не всегда нуждается в законодательном закреплении, поскольку он может отвечать признакам смешанного и тогда к нему будут применяться нормы соответствующего вида договора. «Необходимость создания нового договорного института возникает тогда, когда признак приобретает правовое значение, и, как следствие, требует законодательного отражения».¹⁰⁶

Аргумент о том, что принятие федерального закона, посвященного отдельному виду договора будет являться избыточным нормативным регулированием и повлечет необходимость выделения каждого неурегулированного договора в отдельный законодательный акт, применительно к дистрибьюторскому договору опровергается спецификой дистрибьюторского договора, которая была раскрыта выше в настоящем исследовании. Дополнительным доводом в пользу принятия отдельного законодательного акта является существование в российской правоприменительной практике федеральных законов, посвященных конкретным договорам. Речь идет о Федеральном законе от 29.10.1998 №164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)»,¹⁰⁷ Федеральном законе от 16.07.1998 №102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)»¹⁰⁸ и других. В первом из них урегулированы правовые и экономические основы лизинговых отношений, приведены права и обязанности сторон, а также определение договора лизинга. Во втором законе отражаются особенности ипотечных правоотношений, вся специфика которых не может быть

¹⁰⁶ Брагинский М.И. Указ. соч. С.48.

¹⁰⁷ Федеральный закон от 29.10.1998 №164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» (принят ГД ФС РФ 11.09.1998) // Собрание законодательства РФ. – 02.11.1998. - №44. – Ст. 5394, ИПС «КонсультантПлюс».

¹⁰⁸ Федеральный закон от 16.07.1998 №102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)» (принят ГД ФС РФ 24.06.1997) // Собрание законодательства РФ. – 20.07.1998. - №29. – Ст.3400, ИПС «КонсультантПлюс».

детализирована в тексте действующего Гражданского кодекса Российской Федерации.

Таким образом, в силу сочетания в дистрибьюторском договоре совокупности различных обязанностей, его непоименованного характера и отсутствия в нем признаков смешанного, потребностям правоприменительной практики будет отвечать принятие специального Федерального закона, в котором будут приведены нюансы предмета и специфика исполнения дистрибьюторского договора, либо внесение изменений в Гражданский кодекс Российской Федерации в виде отдельной главы, также регулирующей особенности дистрибьюторского договора. Принятие предлагаемых изменений позволит включить дистрибьюторский договор в российское законодательство.

Глава 3. Особенности заключения, исполнения и расторжения дистрибьюторского договора

§ 3.1. Порядок заключения дистрибьюторского договора и проблемы его расторжения

На стадии заключения дистрибьюторского договора сторонам необходимо согласовывать существенные условия, касающиеся его предмета и механизма взаимодействия сторон после заключения дистрибьюторского договора. Несмотря на то, что условия о территории и эксклюзивности дистрибьюторского договора не являются существенными и договор считается заключенным без согласования данных условий, большинство предпринимателей избирают дистрибьюторский договор для реализации товаров и получения от дистрибьютора совокупности различных обязанностей в одном лице, поэтому считают необходимым включить условия о территории и эксклюзивности в дистрибьюторский договор.

В соответствии с п.1 ст.433 Гражданского кодекса Российской Федерации договор считается заключенным в момент получения лицом, направившим оферту, ее акцепта. В предпринимательской практике сторона, выступающая инициатором заключения дистрибьюторского договора, с учетом развития компьютерных технологий направляет другой стороне проект договора в электронном варианте, в который получившая проект сторона вносит свои правки. В деловой практике составление такого документа как протокол разногласий зачастую отсутствует: получившая договор сторона в электронном виде вносит свои корректировки непосредственно в текст договора и направляет первой стороне, что в силу ст. 443 Гражданского кодекса Российской Федерации является отказом от акцепта и в то же время новой офертой. Сторона, получившая договор с изменениями, вносит свои корректировки, либо заключает договор с внесенными исправлениями, либо отказывается от его заключения. В случае несогласования условий сторонами, ни одну, ни другую сторону невозможно понудить к заключению договора, если нет предпосылок для применения ст. 445

Гражданского кодекса Российской Федерации – заключение договора в обязательном порядке. Но при заключении дистрибьюторских договоров в предпринимательской деятельности данная статья не применима.

В случаях, когда в дистрибьюторском договоре на стороне принципала выступает крупнейший иностранный производитель, то инициатором-составителем проекта договора является данный производитель, и в отношении ключевых положений договора не допускает внесения каких бы то ни было изменений. Например, по вопросу подсудности спора, возникшего из дистрибьюторского договора, в отношении жестких санкций за недостижение объема закупок, если данное условие установлено в договоре. Дистрибьютор в таких условиях оказывается если не ущемлен, то фактически жестко ограничен в своем праве предлагать собственные, выгодные ему условия договора. В противном случае, если дистрибьютор предлагает собственные условия и не заключает договор на первоначальных условиях принципала, изменения, предложенные дистрибьютором, принципалом не рассматриваются и он отказывается от заключения договора с данным дистрибьютором. Тем самым, дистрибьютор, чтобы стать таковым, вынужден соглашаться на заключение договора со значительными для него ограничениями, чтобы в экономическом плане «удержать» данного производителя и стать его дистрибьютором. Подобное поведение, несмотря на в некотором роде «ущемление» прав дистрибьютора, полностью соответствует деловой практике, а также п.1 ст.421 Гражданского кодекса Российской Федерации, согласно которой юридические лица свободны в заключении договора и понуждение к заключению договора не допускается.

Проблемой, касающейся не столько порядка заключения дистрибьюторского договора, сколько присущей значительному количеству зарубежных принципалов, действующих на территории Российской Федерации с использованием дистрибьюторов, является фактическое «поглощение» компаний-дистрибьюторов после того, как товар иностранного производителя становится узнаваем и продажи начинают приносить дистрибьютору прибыль. Иностранный принципал заключает дистрибьюторский договор с российским дистрибьютором

и стороны могут определить территорию его действия – в пределах административно-территориальных границ Российской Федерации. В течение всего периода действия договора дистрибьютор максимально осуществляет закупки товаров у принципала, продает товар субдистрибьюторам, добиваясь максимального размещения товаров в розничных магазинах, магазинах шаговой доступности, организации рекламы товара в целях увеличения спроса. По истечении времени, когда продажи товара увеличены и товар становится узнаваем, иностранный производитель создает юридическое лицо в соответствии с законодательством Российской Федерации и либо предлагает продолжать сотрудничество с дистрибьютором, ограничивая его деятельность определенной незначительной территорией, либо прекращает сотрудничество и отказывается от исполнения договора. Также иностранный производитель может предложить дистрибьютору «выкупить» его юридическое лицо, оформив отношения договором приобретения доли. По результатам этих действий принципал получает сформированный рынок продукции с оптимальным размещением товара, торговые точки и активный спрос на продукцию. Действия принципала направлены на получение в качестве прибыли разницы между ценой, по которой дистрибьютор ранее закупал товар, и ценой с учетом наценки, по которой товар реализуется конечному покупателю. Тем самым, денежную разницу между этими ценами получает не дистрибьютор, а непосредственно принципал, что выгодно для него.

Характерной особенностью дистрибьюторской деятельности после истечения действия договора является сохранение рынка и ниши, которую занимает этот товар на товарном рынке в течение определенного периода времени, пока покупатели не потеряют интерес к товару, либо пока поставки не прекратятся. Для потенциального розничного покупателя не имеет значения, как товар поступает в место его продажи, кто является дистрибьютором или субдистрибьютором. Для покупателя также не имеет значения, напрямую принципал поставляет товар на территорию Российской Федерации, либо поставки осуществляются с использованием дистрибьютора.

По этой причине принципалу становится легче создать юридическое лицо после того, как его товар получит широкое распространение на территории деятельности дистрибьютора, и осуществлять реализацию товара уже собственными силами. Вытеснение дистрибьютора и получение принципалом готового территориального рынка с точками продаж отвечает рисковому характеру предпринимательской деятельности и дистрибьютор, заключая дистрибьюторский договор с иностранным принципалом, должен допускать такой вариант.

В дистрибьюторских договорах также встречается обязанность дистрибьютора предоставлять принципалу бухгалтерскую отчетность, которую принципал анализирует и делает выводы об удовлетворительном финансовом состоянии дистрибьютора, в том числе и для того, чтобы впоследствии иметь возможность перейти на рынок, который ранее занимал дистрибьютор.

Вопросы изменения и расторжения дистрибьюторского договора также представляются проблемными и подлежат рассмотрению. В соответствии с п.1 ст.450 Гражданского кодекса Российской Федерации изменение и расторжение договора возможны по соглашению сторон, если иное не предусмотрено настоящим Кодексом, другими законами или договором.

В проанализированных дистрибьюторских договорах в качестве санкции за нарушение дистрибьютором большинства условий договора сторонами предусматривается право принципала «расторгнуть договор в одностороннем порядке». Договор может быть изменен или расторгнут либо по соглашению сторон (п.1 ст.450 Гражданского кодекса Российской Федерации), либо по требованию одной из сторон в судебном порядке (п.2 ст.450 Гражданского кодекса Российской Федерации).

Федеральным законом от 8.03.2015 №42-ФЗ «О внесении изменений в часть первую Гражданского кодекса Российской Федерации» Гражданский кодекс Российской Федерации был дополнен ст.450.1 «Отказ от договора (исполнения договора) или от осуществления прав по договору». В силу п.1 указанной статьи предоставленное Гражданским кодексом Российской Федерации, другими

законами, иными правовыми актами или договором право на односторонний отказ от договора (исполнения договора) может быть осуществлено управомоченной стороной путем уведомления другой стороны об отказе от договора (исполнения договора). Договор прекращается с момента получения данного уведомления, если иное не предусмотрено настоящим Кодексом, другими законами, иными правовыми актами или договором.

Таким образом, в случае нарушения дистрибьютором обязательств, за нарушение которых договором предусмотрена ответственность в виде «расторжения договора в одностороннем порядке», с учетом внесенных в Гражданский кодекс Российской Федерации изменений, принципал должен направить уведомление об одностороннем отказе от исполнения договора в порядке ст.450.1 Гражданского кодекса Российской Федерации, после получения которого другой стороной договор считается прекращенным.

По истечении срока действия дистрибьюторского договора либо в связи с отказом от исполнения принципал вправе по своему выбору: 1) получить обратно всю непроданную и не оплаченную продукцию от дистрибьютора самостоятельно либо уведомить дистрибьютора об обязанности передать продукцию третьему лицу, уполномоченному принципалом. Дистрибьютор обязан за свой счет передать продукцию указанному уполномоченному лицу и не вправе осуществлять действия, направленные на удержание товаров; 2) потребовать оплаты неоплаченных товаров, находящихся у дистрибьютора, при этом объем товаров, находящихся у дистрибьютора, исключается из объема товарооборота для начисления вознаграждения (бонуса).

На основании вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что спецификой одностороннего отказа от исполнения дистрибьюторского договора является такое последствие как прекращение обязанности дистрибьютора реализовывать товары, которые произведены или закуплены принципалом. Такое прекращение обязанности в предпринимательской практике именуется лишением статуса дистрибьютора, характеристика которому приводится в дальнейшем.

Последствия в части разрешения судьбы оставшихся у дистрибьютора товаров подлежат согласованию сторонами.

Руководство по составлению международных дистрибьюторских соглашений¹⁰⁹ предусматривает досрочное расторжение дистрибьюторского договора и рекомендует сторонам дистрибьюторского договора прямо предусматривать, является ли перечень условий расторжения исчерпывающим либо приводится в качестве примерного.

Включение данного условия в дистрибьюторский договор представляется проблемой, поскольку после расторжения дистрибьюторского договора по соглашению сторон или одностороннего отказа от исполнения договора обязанность по реализации товаров у дистрибьютора прекращается, соответственно, дистрибьютор лишен возможности в дальнейшем продолжать реализовывать товар.

В соответствии с п.2 Постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 6.06.2014 №35 «О последствиях расторжения договора»¹¹⁰ судам надлежит учитывать, что последствия расторжения договора, отличные от предусмотренных законом, могут быть установлены соглашением сторон с соблюдением общих ограничений свободы договора, определенных в Постановлении Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 14.03.2014 №16 «О свободе договора и ее пределах».¹¹¹

Если неоплаченные и нереализованные дистрибьютором товары подлежат возврату принципалу, то возникает вопрос о реализации товаров, право собственности на которые уже перешло дистрибьютору. Сторонами в договоре может быть предусмотрено право принципала выкупить у дистрибьютора запасы товаров по цене, уплаченной за них дистрибьютором, а оставшиеся невыкупленные товары могут подлежать реализации дистрибьютором.

¹⁰⁹ Руководство по составлению международных дистрибьюторских соглашений. Указ. соч. С.58.

¹¹⁰ Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 6.06.2014 №35 «О последствиях расторжения договора» // [Электронный ресурс] : http://www.arbitr.ru/as/pract/post_plenum/109866.html . Дата обращения: 05.10.2015.

¹¹¹ Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 14.03.2014 №16 «О свободе договора и ее пределах» // [Электронный ресурс] : http://www.arbitr.ru/as/pract/post_plenum/106573.html . Дата обращения: 05.10.2015.

Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации №35 от 6.06.2014 «О последствиях расторжения договора» в пункте 3 указывает, что по смыслу п.2 ст.453 Гражданского кодекса Российской Федерации при расторжении договора прекращается обязанность должника совершать в будущем действия, являющиеся предметом договора, поэтому неустойка за неисполнение либо ненадлежащее исполнения обязательств устанавливается до даты прекращения этого обязательства, то есть до даты расторжения договора.

В этом же пункте отмечается, что условия договора, в силу своей природы предполагающие их применение и после расторжения договора (например, гарантийные обязательства; условия о подсудности и применимом праве, условие о рассмотрении споров по договору в третейском суде и тому подобное) либо имеют целью регулирование отношений сторон в период после расторжения (например, об условиях возврата предмета аренды после расторжения договора, о порядке возврата уплаченного аванса и так далее), сохраняют свое действие и после расторжения договора. Также отмечается диспозитивность данного условия, поскольку иной механизм может быть установлен соглашением сторон.

Приведенное условие о последующей реализации товаров после расторжения дистрибьюторского договора соответствует приведенной позиции Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 6.06.2014 №35 «О последствиях расторжения договора».

Сторонами дистрибьюторского договора может быть установлена обязанность дистрибьютора продолжать реализацию остатков товаров, что не противоречит ни действующему гражданскому законодательству, ни позиции, изложенной в Постановлении Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 6.06.2014 №35 «О последствиях расторжения договора». Вместе с тем, у дистрибьютора отсутствует обязанность продолжать реализовывать остатки товаров во исполнение уже прекращенного или расторгнутого дистрибьюторского договора. Таким образом, исполнение обязанности по реализации оставшейся после расторжения договора продукции является правом

дистрибьютора и возложение на него обязанности может быть согласовано сторонами в договоре.

Следующей проблемой, связанной с отказом от исполнения дистрибьюторского договора, можно обозначить правовые последствия отказа от исполнения дистрибьюторского договора для субдистрибьюторских договоров, а именно: какое влияние на субдистрибьюторские договоры оказывает отказ от исполнения дистрибьюторского договора?

Субдистрибьютор приобретает у дистрибьютора товары, произведенные или закупленные принципалом, обязуется реализовывать товары дальнейшим покупателям. Вместе с тем, по каким-либо причинам принципал, заключивший договор с дистрибьютором, отказывается от исполнения дистрибьюторского договора в одностороннем порядке. Что же в данном случае будет происходить с субдистрибьюторскими договорами, заключенными на реализацию товаров, произведенных или закупленных принципалом, так как после одностороннего отказа от исполнения дистрибьюторского договора дистрибьютор перестанет закупать товары у принципала, соответственно, основание для заключения и действия субдистрибьюторского договора отпадет.

В случае отказа от исполнения дистрибьюторского договора по инициативе принципала, какие последствия будут наступать для субдистрибьюторских договоров и какую ответственность должен нести дистрибьютор перед субдистрибьютором, поскольку обязательств по поставке он исполнять не сможет, так как утратит право закупки товаров у принципала. В таком случае возможно два варианта: 1) право дистрибьютора отказаться от исполнения субдистрибьюторского договора, при этом данное право дистрибьютору и субдистрибьютору необходимо согласовать в субдистрибьюторском договоре; 2) взыскание субдистрибьютором с дистрибьютора убытков.

В отношении дистрибьюторов, осуществляющих реализацию товаров иностранных производителей, участились случаи отказов от исполнения договоров. Это касается ситуации, когда производитель товаров является иностранной коммерческой организацией и законодательством его страны

введены определенные экономические ограничения в отношении поставок товаров на территорию деятельности дистрибьютора. Для крупнейших производителей, расположенных на территории государств Европейского Союза, при любом ухудшении политической обстановки, независимо от наличия экономических ограничений со стороны государства, характерно прекращение всяческих взаимоотношений с контрагентом-дистрибьютором и отказ от исполнения договора. Данное поведение связано с международной репутацией производителя на рынках зарубежных государств и любые договорные отношения, которые могут подорвать репутацию европейского производителя, не имеют права на существование. Таким образом, при введении экономических ограничений иностранный производитель отказывается от исполнения дистрибьюторского договора и в худшем положении оказывается дистрибьютор, который лишился источника закупок не по своей вине и теперь лишен возможности исполнять обязательства по субдистрибьюторским договорам.

Проблемой отказа принципала от исполнения дистрибьюторского договора является судьба отношений между дистрибьютором и субдистрибьютором, которые зависят от принципала (товар, полученный от принципала, дистрибьютор продает субдистрибьюторам). В таком случае дистрибьютору должно принадлежать право отказаться от исполнения субдистрибьюторского договора, при этом данное право должно быть согласовано сторонами в субдистрибьюторском договоре.

Федеральным законом от 8.03.2015 №42-ФЗ «О внесении изменений в часть первую Гражданского кодекса Российской Федерации» в ст.416 Гражданского кодекса Российской Федерации были внесены изменения. Согласно п.1 указанной статьи обязательство прекращается невозможностью исполнения, если невозможность исполнения вызвана наступившим после возникновения обязательства обстоятельством, за которое ни одна из сторон не отвечает.

До внесения названных изменений ст.416 Гражданского кодекса Российской Федерации не содержала указания на то, что обстоятельство, за которое ни одна из сторон не отвечает, должно наступить после возникновения

обязательства.

При заключении дистрибьюторского договора, содержащего прямое указание на возможность принципала в одностороннем порядке отказаться от исполнения договора, по основаниям, не зависящим от дистрибьютора, дистрибьютору известно о наличии у принципала права на отказ. При заключении субдистрибьюторского договора дистрибьютору и субдистрибьютору необходимо прямо предусматривать право дистрибьютора отказаться от исполнения субдистрибьюторского договора в случае отказа принципала от исполнения дистрибьюторского договора по основаниям, не зависящим от дистрибьютора.

Второй случай касается отказа принципала от исполнения дистрибьюторского договора в связи с нарушением дистрибьютором обязанностей, установленных договором. В случае нарушения дистрибьютором обязанностей, предусмотренных дистрибьюторским договором, принципал может отказаться от исполнения дистрибьюторского договора (перечень обязанностей, нарушение которых влечет отказ принципала, предусматриваются дистрибьюторским договором). Тем самым, дистрибьютор уже не сможет доказать свою «непричастность» к отказу принципала от договора и должен нести ответственность за действия, по причине которых субдистрибьютор лишился возможности получать товары, произведенные или закупленные принципалом. Для защиты нарушенного права субдистрибьютора представляется обоснованным взыскание с дистрибьютора убытков, причиненных субдистрибьютору отказом принципала от дистрибьюторского договора.

На основании вышеизложенного, вопрос ответственности дистрибьютора по субдистрибьюторским договорам зависит от оснований расторжения дистрибьюторского договора: если принципал отказывается от исполнения дистрибьюторского договора по основаниям, не зависящим от дистрибьютора, то дистрибьютор вправе отказаться от исполнения субдистрибьюторского договора, при этом данное право дистрибьютору и субдистрибьютору необходимо согласовать в субдистрибьюторском договоре. Если принципал отказывается от исполнения дистрибьюторского договора ввиду нарушений со стороны

дистрибьютора, то последний должен нести ответственность перед субдистрибьютором в форме возмещения убытков, возникших у последнего.

§ 3.2. Особенности наступления ответственности в случае ненадлежащего исполнения обязательств по дистрибьюторскому договору

Дистрибьюторский договор включает в себя комплекс прав и обязанностей сторон, за нарушение которых стороны несут ответственность, указанную в дистрибьюторском договоре. Учитывая преимущественное положение принципала как стороны, предлагающей проект дистрибьюторского договора, в большинстве случаев в качестве санкции за нарушение дистрибьюторского договора в дистрибьюторских договорах предусматривается отказ принципала от исполнения договора, влекущий лишение статуса дистрибьютора.

К обязанностям дистрибьютора по дистрибьюторскому договору, за нарушение которых наступает ответственность, следует отнести: обязанность реализовывать товары; обязанность дистрибьютора соблюдать минимальный объем закупок, если данное условие предусмотрено в договоре; обязанность приобретения товаров только у принципала; обязанность не искать, не открывать торговых помещений, не осуществлять реализацию товаров на территории товаров-заменителей или товаров, схожих с товарами принципала.

За нарушение указанных выше обязанностей стороны дистрибьюторского договора устанавливают специфические санкции, наличие которых характерно только для дистрибьюторского договора. К таковым следует относить: приостановление для дистрибьютора права на приобретение товаров у принципала со специальной дистрибьюторской скидкой на определенный период времени и прекращение деятельности дистрибьютора в качестве такового, выражающегося в отказе принципала от исполнения дистрибьюторского договора.

Приостановление права на покупку товаров по специальной дистрибьюторской цене характерно для дистрибьюторских договоров, поскольку путем предоставления специальной цены на товары опосредуется положение дистрибьютора, в отличие от лиц, сотрудничающих с принципалом без дистрибьюторского договора. Срок приостановления права на специальную дистрибьюторскую скидку определяется принципалом самостоятельно в зависимости от обстоятельств допущенного дистрибьютором нарушения.

В случае приостановления права на специальную дистрибьюторскую скидку, принципал направляет в адрес дистрибьютора письменное уведомление с указанием нарушений, послуживших основаниями для приостановления, ссылки на пункт договора, предусматривающей возможность применения санкции, а также срок, на который дистрибьютор утрачивает право закупать товары у принципала по сниженной цене. В качестве приложения к уведомлению принципал направляет дистрибьютору прайс-лист для покупателей, не являющихся дистрибьюторами принципала.

Прекращение деятельности дистрибьютора в качестве такового на определенной территории во многих договорах именуется «лишением статуса дистрибьютора». При заключении дистрибьюторского договора в предпринимательской практике встречается вручение принципалом дистрибьютору сертификата, который для третьих лиц означает, что дистрибьютор является официальным дистрибьютором принципала. Выдача подобного сертификата не несет за собой никаких правовых последствий для сторон договора и для третьих лиц, однако, стороны дистрибьюторского договора в договоре указывают, что после заключения дистрибьюторского договора принципал выдает дистрибьютору сертификат, подтверждающий, что дистрибьютор вправе именовать себя «Официальный дистрибьютор принципала». Для третьих лиц (потенциальных покупателей товаров) сертификат может подтверждать «управомоченность» дистрибьютора реализовывать товары принципала, а также косвенно свидетельствовать о подлинности товаров, которые реализует дистрибьютор, тем самым вызывая доверие потребителя.

При использовании термина «статус дистрибьютора» возникает проблема, каким образом соотносятся понятие «статус дистрибьютора» и субъективные права и обязанности сторон в обязательстве. Использование в дистрибьюторской деятельности термина «статус» означает осуществление дистрибьютором деятельности по реализации товаров и оказании услуг во исполнение дистрибьюторского договора, а также предоставление дистрибьютору особого положения по сравнению с лицами, сотрудничающими с принципалом без дистрибьюторского договора. В дистрибьюторском договоре условие о лишении статуса дистрибьютора может быть сформулировано следующим образом: «В случае нарушения обязанности дистрибьютора по реализации товаров принципал вправе отказаться от исполнения дистрибьюторского договора, вследствие чего дистрибьютор лишается статуса дистрибьютора». То есть термин «лишение статуса» в контексте отказа от исполнения договора означает прекращение для дистрибьютора его обязанностей, предусмотренных дистрибьюторским договором. Таким образом, под статусом дистрибьютора следует понимать набор прав и обязанностей, которые дистрибьютор осуществляет в ходе исполнения дистрибьюторского договора, а лишение статуса дистрибьютора означает прекращение исполнения дистрибьютором своих обязанностей.

Следует различать приостановление права на приобретение товаров со специальной дистрибьюторской скидкой и лишение дистрибьютора его статуса, так как в первом случае дистрибьютор продолжает реализовывать товары, но приобретает их по иной цене, а во втором – прекращает исполнять свои обязанности вообще.

Лишение статуса дистрибьютора как итог отказа принципала от исполнения дистрибьюторского договора в большинстве случаев имеет место при нарушении следующих обязанностей: нарушение запрета подавать заявки на любого рода патенты, товарные знаки и фирменные наименования, сходные до степени смешения с принадлежащими принципалу, реализация товаров за пределами согласованной сторонами территории, несоблюдение гарантированного минимума продаж и других.

Лишение статуса дистрибьютора может быть установлено и в случае повторного нарушения обязанностей, предусмотренных выше. О принятом решении принципал уведомляет дистрибьютора письменно, а также прикладывает прайс-лист для покупателей, не имеющих статуса дистрибьютора, тем самым информируя дистрибьютора, что он вправе сотрудничать с принципалом в отсутствие дистрибьюторского договора.

Следующей проблемой является установление в дистрибьюторском договоре ответственности за нарушение дистрибьютором обязанности по соблюдению минимального объема закупок (если данное условие предусмотрено сторонами), а также за установление экономически необоснованных цен на товар. Сторонами устанавливается, что в случае несоблюдения дистрибьютором согласованного объема закупок принципал вправе в одностороннем порядке увеличить отпускные цены на товар путем понижения размера скидки, предоставляемой дистрибьютору. В случае нарушения дистрибьютором гарантированного объема закупок принципал по окончании соответствующего отчетного периода направляет дистрибьютору уведомление о снижении дистрибьюторской скидки (уведомление о повышении отпускных цен на товар, что является одним и тем же).

Проблемой включения данного условия в текст дистрибьюторского договора является отсутствие указания на конкретный уровень повышения отпускных цен в случае нарушения дистрибьютором объема закупок. В интересы принципала входит установление пределов повышения по собственному усмотрению и указание новых цен непосредственно в уведомлении дистрибьютора о повышении, без согласования уровня повышения в дистрибьюторском договоре. Таким образом, дистрибьютор лишен возможности согласовывать предельный процент повышения цен в случае нарушения объема закупок.

Представляется обоснованным установление в дистрибьюторском договоре максимального предела увеличения отпускной цены, в рамках которого увеличение цены может быть применено принципалом. Помимо определения

процента увеличения стороны вправе разделить процент повышения отпускной цены в зависимости от уровня соблюдения объема закупок за отчетный период. Например, квартальный объем закупок по каждой категории товаров составляет для дистрибьютора 5 000 000 (Пять миллионов) рублей. В течение квартала дистрибьютором осуществлены закупки на сумму 4 000 000 рублей. В дистрибьюторском договоре сторонами установлено, что за соблюдение объема закупок на сумму от 4 000 000 рублей до 5 000 000 рублей процент повышения отпускной цены на следующий период составляет 3 %, в размере с 2 000 000 рублей до 4 000 000 рублей – 6 % и так далее.

Условие об увеличении отпускной цены на товар получило распространение в договорах поставки и при возникновении споров по вопросу квалификации данного условия существует две позиции судов: 1) квалификация условия о повышении отпускной цены на товар как соглашения о неустойке;¹¹² 2) условие о повышении отпускной цены является надлежащим способом согласования порядка изменения цены товара.¹¹³

Первый подход представляется наиболее обоснованным и подлежащим применению в дистрибьюторском договоре, так как если бы дистрибьютор не нарушил обязанность по соблюдению объема закупок, то специальная дистрибьюторская скидка осталась бы неизменной. Например, в Постановлении Федерального арбитражного суда Центрального округа от 5.08.2009 по делу №А54-5112/2008¹¹⁴ отмечается, что «увеличение цены носит компенсационный (штрафной) характер и направлено на покрытие возможных убытков продавца в случае несвоевременного исполнения покупателем договорных обязательств, и не является по своей правовой природе изменением цены в силу изменения показателей, формирующих цену товара (себестоимость, затраты, коэффициент инфляции и тому подобное), предусмотренных п. 3 ст. 485 Гражданского кодекса

¹¹² Например, Постановление Федерального арбитражного суда Северо-Западного округа от 27.02.2012 по делу №А56-20021/2011 // [Электронный ресурс] : Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

¹¹³ Например, Постановление Федерального арбитражного суда Центрального округа от 7.11.2005 №А54-2482/05-С70, Постановление Федерального арбитражного суда Уральского округа от 13.12.2006 №Ф09-11035/06-С3// [Электронный ресурс] : Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

¹¹⁴ Постановлении Федерального арбитражного суда Центрального округа от 5.08.2009 по делу №А54-5112/2008 // [Электронный ресурс] : Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

Российской Федерации». Указанное Постановление свидетельствует о применимости данного условия в договорах поставки, что не противоречит закону, в связи с чем допустимо его включение и в дистрибьюторский договор.

Условие о повышении отпускной цены может быть установлено в дистрибьюторском договоре в случае нарушения дистрибьютором минимального объема закупок, при этом процент повышения может быть предусмотрен в договоре и согласован с дистрибьютором. Принципал не вправе по своему усмотрению необоснованно завышать стоимость товара в случае нарушения дистрибьютором условия об объеме закупок товара.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что как для договора поставки, так и для дистрибьюторского договора стороны могут предусмотреть такое условие как увеличение отпускной цены на товары в случае нарушения дистрибьютором согласованного объема закупок, при этом процент повышения должен быть согласован в договоре.

Увеличение отпускных цен на товары в случае нарушения условия о соблюдении минимального объема закупок отличается от приостановления права на приобретение товаров со специальной дистрибьюторской скидкой. В первом случае процент увеличения согласовывается сторонами в дистрибьюторском договоре и может превышать отпускные цены для покупателей, сотрудничающих с принципалом в отсутствие дистрибьюторского договора. В случае приостановления права на приобретение товаров со специальной дистрибьюторской скидкой дистрибьютор приобретает товары по отпускным ценам для покупателей, сотрудничающих с принципалом в отсутствие дистрибьюторского договора.

В предпринимательской практике можно встретить и более сбалансированные условия об ответственности в дистрибьюторских договорах. Например, общее условие о применении неустойки: за неисполнение или ненадлежащее исполнения условий дистрибьюторского договора о реализации продукции третьим лицам в обход фигуры дистрибьютора или, наоборот, принципала, нарушившая сторона обязана выплатить другой неустойку в размере

согласованного сторонами процента от стоимости переданного третьему лицу товара по накладной, по которой выявлено нарушение. Основанием для применения неустойки будут являться документально подтвержденные данные об отчуждении продукции третьему лицу без письменного согласия другой стороны, например, товарные накладные.

В отношении принципала следует назвать нарушение обязанности не заключать аналогичных дистрибьюторских договоров в отношении согласованной территории. Речь идет об эксклюзивном дистрибьюторском договоре, когда на согласованной территории действует один дистрибьютор. Если принципал привлекает других дистрибьюторов для осуществления продаж на территории, на которой уже действует дистрибьютор, то принципал будет нести ответственность в форме, установленной договором.

Приведенные выше санкции за нарушение дистрибьюторского договора зависят от согласования их сторонами и могут быть изменены. Типовой дистрибьюторский контракт МТП (Монопольный импортер-дистрибьютор) не содержит примеры формулировок условий об ответственности, оставляя его на усмотрение сторон, и предусматривает только положения о возмещении убытков в случае расторжения договора и правила о досрочном расторжении.

Таким образом, для дистрибьюторского договора характерно наличие специфических санкций, которые не характерны для других гражданско-правовых договоров, а именно: увеличение отпускных цен принципалом в одностороннем порядке в случае несоблюдения объема закупок за определенный период времени; приостановление права на приобретение товаров со специальной дистрибьюторской скидкой; односторонний отказ от исполнения дистрибьюторского договора, итогом которого является лишение статуса дистрибьютора. Перечисленные санкции свидетельствуют о том, что дистрибьюторский договор обоснованно выделен в настоящем диссертационном исследовании в отдельный вид договора, не являющийся смешанным и требующим специального регулирования в отдельном нормативном правовом акте.

Заключение

На данный момент в предпринимательских отношениях отсутствует единообразное понятие дистрибьюторского договора, представление о правах и обязанностях сторон, его заключающих, об особенностях ответственности в случаях нарушения обязательств, вытекающих из дистрибьюторского договора. Зачастую стороны настолько не осведомлены о правовой природе дистрибьюторского договора, что сокращают его условия и включают в качестве приложения к договору поставки, или отдельного пункта в самом договоре поставки, именуя их «условия распространения товаров» или «дистрибьюторские условия», что невозможно признать допустимым. Исходя из выводов, сделанных в ходе настоящего исследования, дистрибьюторский договор обеспечивает реализацию товаров принципала дистрибьютору, и последним – субдистрибьюторам, а также может сочетать в себе элементы различных договоров, но при этом не является смешанным. Иные гражданско-правовые договоры (договор поставки, договор возмездного оказания услуг) в рамках отношений по реализации товаров могут заключаться для того, чтобы стороны дистрибьюторского договора могли конкретизировать обязанности, вытекающие из него, если таковые изначально не были детализированы в дистрибьюторском договоре.

В настоящем диссертационном исследовании сформулирована дефиниция дистрибьюторского договора. 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, оказывать принципалу согласованные в договоре услуги, выполнять в связи с этим поручения принципала в целях сохранения деловой репутации принципала, а также укрепления его позиций на соответствующем товарном рынке (расширение торговой сети, сохранение и (или) увеличение доли на товарном рынке, информационное обеспечение потребителей товара и т.п.).

Также следует отметить, что в отличие от многих исследований, в которых авторы указывают на смешанный характер дистрибьюторского договора, автором настоящего исследования обосновывается вывод о том, что дистрибьюторский договор является самостоятельным договором. Дистрибьюторский договор может включать в себя элементы поименованных в законодательстве договоров (что зависит от воли сторон), однако, его самостоятельность обусловлена особым предметом, спецификой ответственности, а также особой направленностью на сохранение деловой репутации принципала, укрепление его позиций на соответствующем товарном рынке. Включение элементов поименованных договоров не ограничивает право сторон заключать дополнительные договоры, конкретизирующие положения дистрибьюторского.

Предмет дистрибьюторского договора составляют действия принципала по предоставлению товаров дистрибьютору и действия дистрибьютора по реализации товаров, которые принципал производит или закупает, совокупность действий, являющихся элементами поименованных в действующем гражданском законодательстве договоров (договор возмездного оказания услуг, договор хранения, агентский договор, договор поставки и других).

В диссертационном исследовании констатируется существование двух механизмов выстраивания отношений между принципалом, дистрибьютором и субдистрибьюторами. В соответствии с первым принципал (поставщик по договору поставки) осуществляет поставки напрямую в адрес дистрибьютора. В этом случае товары переходят в собственность дистрибьютора и последний реализует их субдистрибьюторам как свою собственность. При избрании второго способа принципал не осуществляет поставок в адрес дистрибьютора, дистрибьютор указывает принципалу на лицо, в адрес которого необходимо осуществить отгрузку товара (субдистрибьютору), что соответствует п.2 ст.509 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Предмет дистрибьюторского договора, а также отсутствие законодательного регулирования дистрибьюторского договора позволяет сделать вывод о необходимости принятия отдельного федерального закона,

позволяющего урегулировать фактически существующие правоотношения, либо внести изменения в действующий Гражданский кодекс Российской Федерации, устранив пробельность и имплементировав дистрибьюторский договор в действующее законодательство. Проект и предлагаемые изменения, разработанные автором, прилагаются к настоящему исследованию.

В проекте федерального закона и предлагаемых изменениях в Гражданский кодекс Российской Федерации дается определение дистрибьюторского договора, указываются субъекты дистрибьюторской деятельности, права и обязанности сторон дистрибьюторского договора, а также особенности их ответственности.

С распространением дистрибьюторской деятельности и расширением рынков сбыта реализация товаров от производителя или крупного поставщика более мелким перепродавцам затронула, в частности, рынок автомобильной продукции. В подавляющем большинстве случаев, физическое лицо-покупатель для приобретения автомобиля обращается в салон, позиционирующий себя в качестве официального дилера определенного производителя автомобилей. Указанная дилерская деятельность по реализации автомобилей населению является фактически дистрибьюторской деятельностью по реализации товаров от принципала (чаще всего производителя автомобилей) дистрибьютору, от дистрибьютора – субдистрибьютору, а затем – розничному потребителю, только касается особой категории товаров – автотранспортных средств Система отношений по реализации в этой отрасли строится по такому же принципу, что и реализация в любой другой: пищевой, бытовой химии, горшечных растений и тому подобное. Спецификой дилерской деятельности является исключительно товары, в отношении которых эта деятельность осуществляется - автотранспортные средства.

Подобное использование термина «дилер» приводит к путанице и двоякому толкованию, так как на сегодняшний день этот термин законодательно закреплен для рынка ценных бумаг и для сферы сервисного обслуживания транспортных средств. Однако предложение о сохранении терминов «дилер», «дилерская деятельность» только для рынка ценных бумаг и их исключении из употребления

в сфере реализации транспортных средств не будет отвечать критериям исполнимости. Таким образом, предлагается сохранение терминов «дилер», «дилерская деятельность» по отношению к реализации транспортных средств, а в отношении любых других товаров – внедрение понятий «дистрибьюторский договор» и «дистрибьютор». В таком случае дилерский договор может быть идентичен по своему содержанию дистрибьюторскому.

Также предлагается конструкция субдистрибьюторского договора. Во исполнение обязанности реализовывать товар дистрибьютор вправе заключать субдистрибьюторские договоры, в силу которых одна сторона (дистрибьютор) обязуется предоставлять другой стороне (субдистрибьютору) товары, закупаемые у третьего лица (принципала), а субдистрибьютор обязуется за свой счет и от своего имени осуществлять реализацию указанных товаров, оказывать дистрибьютору согласованные в договоре услуги, выполнять поручения дистрибьютора.

Автором диссертационного исследования обозначены существенные условия дистрибьюторского договора, к которым относится, помимо условия о предмете, являющегося существенным в силу прямого указания закона, условие о порядке взаимодействия между сторонами после заключения договора. Автором исследования обосновывается, что условие о территории не является существенным и в отсутствие согласованного условия о территории дистрибьютор вправе реализовывать товары на любой территории. Условие об эксклюзивности также не является существенным и в случае отсутствия данного условия в договоре, дистрибьюторский договор не является эксклюзивным. В случае отсутствия в дистрибьюторском договоре условия о гарантированном минимуме продаж дистрибьютор не связан обязанностью соблюдать объем продаж.

В диссертационном исследовании рассматривается вопрос о специфике наступления ответственности за нарушение дистрибьюторского договора и рассмотрены проблемные вопросы, связанные с расторжением дистрибьюторских договоров. Речь идет о том, каким образом односторонний отказ принципала от

исполнения дистрибьюторского договора влияет на исполнение субдистрибьюторских договоров. В случае одностороннего отказа принципала от исполнения дистрибьюторского договора по основаниям, не зависящим от дистрибьютора, дистрибьютор вправе отказаться от исполнения субдистрибьюторского договора, при этом данное право дистрибьютору и субдистрибьютору необходимо согласовать в субдистрибьюторском договоре. Если принципал отказывается от исполнения дистрибьюторского договора на основании нарушений со стороны дистрибьютора, то последний должен нести ответственность перед субдистрибьютором в виде возмещения убытков.

Автором исследования выявлены специфические санкции за нарушение обязанностей сторон дистрибьюторского договора, характерные для дистрибьюторского договора: приостановление для дистрибьютора права на получение специальной дистрибьюторской скидки на закупаемый товар, увеличение отпускной цены на товары на определенный процент и отказ принципала от исполнения обязательств по дистрибьюторскому договору.

В настоящем исследовании автором приводятся примеры законодательного регулирования дистрибьюторского договора в государствах Латинской Америки, где оно представляется наиболее обширным. Дистрибьюторский договор находит законодательное закрепление не только в гражданских кодексах, но и в отдельных законах, посвященных исключительно регулированию дистрибьюторского договора. По сравнению с остальными государствами, в которых дистрибьюторский договор существует фактически в предпринимательской практике, законодательство государств Латинской Америки преследует цель защиты национального производителя. В Соединенных Штатах Америки в отношении категорий товаров (лекарственные средства, алкогольная продукция) установлена обязанность поставщика (производителя продукции) реализовывать свою продукцию только дистрибьюторам (крупным поставщикам), которые далее реализуют ее более мелким или розничным покупателям. Аналогичная система фактически существует и в Российской Федерации, так как производителю товара (крупному поставщику или принципалу по дистрибьюторскому договору)

выгоднее реализовывать товар крупными партиями нескольким дистрибьюторам, чем заключать договоры с каждым обратившимся розничным покупателем.

Вышеуказанные выводы свидетельствуют о том, что в настоящее время существует необходимость совершенствования законодательства в вопросе регулирования дистрибьюторских отношений. Принятие специального закона или внесение изменений в Гражданский кодекс Российской Федерации позволит включить дистрибьюторский договор в российскую систему гражданско-правовых договоров и способствовать единообразию правоприменительной практики. Дальнейшее изучение темы диссертационного исследования допустимо в возможности использования дистрибьюторского договора в контрактной системе в сфере закупок товаров для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Приложение А

«Проект Федерального закона «Об основах дистрибьюторской деятельности в Российской Федерации»

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ**ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН****ОБ ОСНОВАХ ДИСТРИБЬЮТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Целями настоящего Федерального закона являются развитие дистрибьюторской деятельности в Российской Федерации, защита прав и законных интересов участников правоотношений в сфере дистрибуции.

В настоящем Федеральном законе определены правовые особенности осуществления дистрибьюторской деятельности на территории Российской Федерации.

Глава 1. Общие положения**Статья 1. Дистрибьюторская деятельность**

Дистрибьюторская деятельность — деятельность принципалов, дистрибьюторов и субдистрибьюторов по реализации товаров, произведенных или закупленных принципалом, в целях сохранения деловой репутации принципала, а также укрепления его позиций на соответствующем товарном рынке.

Статья 2. Дистрибьюторский договор

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, оказывать принципалу согласованные в договоре услуги, выполнять в связи с этим поручения принципала в целях сохранения деловой репутации принципала, а также укрепления его позиций на соответствующем товарном рынке (расширение торговой сети, сохранение и (или) увеличение доли на товарном рынке, информационное обеспечение потребителей товара и т.п.).

Предметом дистрибьюторского договора не могут выступать товары, приобретенные дистрибьютором по отдельным договорам поставки.

Статья 3. Субъекты дистрибьюторской деятельности

1. Субъектами дистрибьюторской деятельности являются:

Дистрибьютор - лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность и реализующее товары, приобретаемые у принципала, от своего имени и на свой риск. В отношениях с третьими лицами дистрибьютор действует от своего имени и за свой счет, самостоятельно совершает сделки и несет ответственность по своим обязательствам.

Принципал – лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность, которое производит либо закупает товары, впоследствии отчуждаемые дистрибьютору на согласованных условиях либо лицу по его указанию.

Субдистрибьютор - лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность и реализующее товары, приобретаемые у дистрибьютора, от своего имени и на свой риск.

2. Субъектом дистрибьюторской деятельности может быть лицо как являющееся резидентом Российской Федерации, так резидентом Российской Федерации не являющееся.

Статья 4. Субдистрибьюторский договор

1. По субдистрибьюторскому договору одна сторона (дистрибьютор) обязуется предоставлять другой стороне (субдистрибьютору) товары, закупаемые

у третьего лица (принципала), а субдистрибьютор обязуется за свой счет и от своего имени осуществлять реализацию указанных товаров, оказывать дистрибьютору согласованные в договоре услуги, выполнять поручения дистрибьютора.

2. Дистрибьютор вправе заключать субдистрибьюторские договоры, если это прямо предусмотрено дистрибьюторским договором.

3. В отношении субдистрибьюторского договора действуют положения, касающиеся дистрибьюторского договора по настоящему Федеральному закону, если субдистрибьюторским договором не предусмотрено иное.

Статья 5. Эксклюзивный и неэксклюзивный дистрибьюторский договор

1. Сторонами дистрибьюторского договора может быть предусмотрено обязательство принципала и дистрибьютора в период действия договора не заключать аналогичных дистрибьюторских договоров в отношении согласованной в договоре территории.

2. В случае отсутствия в договоре прямого указания на его эксклюзивность, дистрибьюторский договор считается неэксклюзивным.

3. Условия дистрибьюторского договора, по которым дистрибьютор реализует товары, оказывает услуги, выполняет работы определенной категории покупателей либо исключительно покупателям, имеющим место нахождения или место жительства на определенной в договоре территории, являются ничтожными.

Статья 6. Заключение договоров, опосредующих исполнение дистрибьюторского договора

1. В дистрибьюторском договоре стороны согласовывают механизм осуществления поставок, в том числе возможность осуществления принципалом поставок в адрес лица по указанию дистрибьютора.

2. Дистрибьюторский договор может предусматривать оказание дополнительных услуг (проведение рекламных мероприятий, семинаров,

обучающих тренингов для персонала дистрибьютора и тому подобное), а также выполнение отдельных поручений принципала.

3. Существенные условия оказываемых услуг и поручений могут определяться сторонами как в дистрибьюторском договоре, так и в отдельно заключаемых договорах.

Глава 2. Содержание дистрибьюторского договора

Статья 7. Права и обязанности сторон дистрибьюторского договора

1. В соответствии с дистрибьюторским договором дистрибьютор имеет право:

в целях реализации товаров от своего имени принимать участие в различных мероприятиях, семинарах, презентациях и ярмарках;

привлекать третьих лиц для реализации товаров на согласованной территории по согласованию с принципалом;

в течение срока действия дистрибьюторского договора использовать товарные знаки, фирменные наименования и иные обозначения принципала для подтверждения подлинности товаров принципала.

2. Согласно условиям дистрибьюторского договора дистрибьютор обязуется:

осуществлять закупку у принципала товаров, подлежащих реализации;

реализовывать товары, полученные от принципала;

в случае заключения эксклюзивного дистрибьюторского договора не производить, не приобретать, не импортировать на территории товаров-заменителей либо товаров, схожих с товарами принципала;

в период действия дистрибьюторского договора не регистрировать товарные знаки, фирменные наименования и иные обозначения, сходные до степени смешения с теми, которые принадлежат принципалу;

по соглашению сторон направлять принципалу отчет об объемах реализации за период и предоставлять бухгалтерскую отчетность.

3. Принципал обязуется:

предоставлять дистрибьютору товары для дальнейшей реализации;

предоставить дистрибьютору специальную дистрибьюторскую скидку на цену приобретаемых дистрибьютором товаров;

в случае заключения эксклюзивного дистрибьюторского договора в течение его срока действия не заключать аналогичных дистрибьюторских договоров в пределах договорной территории;

в целях максимальной реализации товаров обеспечивать дистрибьютора необходимой технической информацией о товаре, а также рекламными материалами и буклетами.

Статья 8. Ответственность сторон дистрибьюторского договора

1. В случае нарушения дистрибьютором обязанности по соблюдению согласованного объема закупок (если данное условие предусмотрено в договоре) на определенный период принципал вправе в одностороннем порядке увеличить отпускную цену на дальнейшие поставки на определенный процент. Процент увеличения должен согласовываться сторонами в дистрибьюторском договоре.

2. В случае нарушения дистрибьютором обязанностей дистрибьюторского договора, согласованных сторонами, принципал вправе приостановить для дистрибьютора действие специальной дистрибьюторской скидки накупаемый товар, либо отказаться от исполнения договора в одностороннем порядке, в результате чего дистрибьютор лишается своего статуса.

Статья 9. Отказ от исполнения дистрибьюторского договора и субдистрибьюторские договоры

1. В случае одностороннего отказа принципала от исполнения дистрибьюторского договора по основаниям, не зависящим от дистрибьютора,

дистрибьютор вправе отказаться от исполнения субдистрибьюторского договора, при этом данное право должно быть согласовано в субдистрибьюторском договоре.

2. В случае одностороннего отказа принципала от исполнения дистрибьюторского договора на основании нарушений обязательств дистрибьютором, последний несет ответственность перед субдистрибьюторами в форме возмещения убытков.

Приложение Б

Проект изменений в Гражданский кодекс Российской Федерации

Предлагается дополнить Гражданский кодекс Российской Федерации главой 49.1 «Дистрибьюция», изложив в следующей редакции:

Статья 979.1. Дистрибьюторский договор

1. 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, оказывать принципалу согласованные в договоре услуги, выполнять в связи с этим поручения принципала в целях сохранения деловой репутации принципала, а также укрепления его позиций на соответствующем товарном рынке (расширение торговой сети, сохранение и (или) увеличение доли на товарном рынке, информационное обеспечение потребителей товара и т.п.).

Предметом дистрибьюторского договора не могут выступать товары, приобретенные дистрибьютором по отдельным договорам поставки.

2. Сторонами дистрибьюторского договора может быть предусмотрено обязательство принципала и дистрибьютора в период действия договора не заключать аналогичных дистрибьюторских договоров в отношении согласованной в договоре территории. В случае отсутствия в договоре прямого указания на его эксклюзивность, дистрибьюторский договор считается неэксклюзивным.

3. Условия дистрибьюторского договора, по которым дистрибьютор реализует товары, оказывает услуги, выполняет работы определенной категории покупателей либо исключительно покупателям, имеющим место нахождения или место жительства на определенной в договоре территории, являются ничтожными.

Статья 979.2. Субдистрибьюторский договор

По субдистрибьюторскому договору одна сторона (дистрибьютор) обязуется предоставлять другой стороне (субдистрибьютору) товары, закупаемые у третьего лица (принципала), а субдистрибьютор обязуется за свой счет и от своего имени осуществлять реализацию указанных товаров, оказывать дистрибьютору согласованные в договоре услуги, выполнять поручения дистрибьютора.

Статья 979.3. Обязанности дистрибьютора

В соответствии с дистрибьюторским договором дистрибьютор обязан:

осуществлять закупку у принципала товаров, подлежащих реализации;

реализовывать товары, полученные от принципала;

поддерживать установленные дистрибьюторским договором объемы закупок в период действия договора, если данное условие согласовано сторонами;

в случае заключения эксклюзивного дистрибьюторского договора не производить, не приобретать, не импортировать на территории товаров-заменителей либо товаров, схожих с товарами принципала;

в период действия дистрибьюторского договора не регистрировать товарные знаки, фирменные наименования и иные обозначения, сходные до степени смешения с теми, которые принадлежат принципалу;

по соглашению сторон направлять принципалу отчет об объемах реализации за согласованный период.

Статья 979.4. Обязанности принципала

Согласно дистрибьюторскому договору принципал обязуется:

предоставлять дистрибьютору товары для дальнейшей реализации;

предоставить дистрибьютору специальную дистрибьюторскую скидку на цену приобретаемых дистрибьютором товаров;

в случае заключения эксклюзивного дистрибьюторского договора в течение его срока действия не заключать аналогичных дистрибьюторских договоров в пределах договорной территории;

в целях максимальной реализации товаров обеспечивать дистрибьютора необходимой технической информацией о товаре, а также рекламными материалами и буклетами.

Статья 979.5. Ответственность сторон дистрибьюторского договора

1. В случае нарушения дистрибьютором обязанности по соблюдению согласованного объема закупок на определенный период принципал вправе в одностороннем порядке увеличить отпускную цену на дальнейшие поставки на определенный процент. Процент увеличения должен согласовываться сторонами в дистрибьюторском договоре.

2. В случае нарушения дистрибьютором обязанностей дистрибьюторского договора, согласованных сторонами, принципал вправе приостановить для дистрибьютора действие специальной дистрибьюторской скидки накупаемый товар, либо отказаться от исполнения договора в одностороннем порядке, в результате чего дистрибьютор лишается своего статуса.

Статья 979.6. Отказ от исполнения дистрибьюторского договора и субдистрибьюторские договоры

1. В случае одностороннего отказа принципала от исполнения дистрибьюторского договора по основаниям, не зависящим от дистрибьютора, дистрибьютор вправе отказаться от исполнения субдистрибьюторского договора, при этом данное право должно быть согласовано в субдистрибьюторском договоре.

2. В случае одностороннего отказа принципала от исполнения дистрибьюторского договора на основании нарушений обязательств дистрибьютором, последний несет ответственность перед субдистрибьюторами в форме возмещения убытков.

Список использованных источников

1. Нормативные правовые акты и иные официальные документы

1.1. Международные нормативно-правовые акты и иные официальные документы

1.1.1. Конвенция Организации Объединенных Наций о договорах международной купли-продажи товаров (Заключена в г.Вене 11.04.1980) // [Электронный ресурс] : ИПС «КонсультантПлюс». Дата обращения: 05.10.2015.

1.1.2. Регламент ЕС от 17.06.2008 №593/2008 «О праве, подлежащем применению к договорным обязательствам («Рим I») // [Электронный ресурс]: <http://docs.pravo.ru/document/view/19810233/18583252/> . Дата обращения: 05.10.2015.

1.1.3. Регламент Совета Европейских сообществ от 22.12.2000 №44/2001 «О юрисдикции, признании и исполнении судебных решений по гражданским и коммерческим делам» / [Электронный ресурс] : <http://docs.pravo.ru/document/view/22314398/21718707/> . Дата обращения: 05.10.2015.

1.2. Законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации

1.2.1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ (принят ГД ФС РФ 21.10.1994) // Собрание законодательства РФ. – 05.12.1994. - №32. – Ст.3301, ИПС «КонсультантПлюс».

1.2.2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 №14-ФЗ (принят ГД ФС РФ 22.12.1995) // Собрание законодательства РФ. – 29.01.1996. - №5. – Ст.410, ИПС «КонсультантПлюс».

1.2.3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 №146-ФЗ (принят ГД ФС РФ 01.11.2001) // Собрание законодательства РФ. – 03.12.2001. - №49. – Ст.4552, ИПС «КонсультантПлюс».

1.2.4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 №230-ФЗ (принят ГД ФС РФ 24.11.2006) // Собрание законодательства РФ.– 25.12.2006. - №52 (1 ч.). – Ст.5496, ИПС «КонсультантПлюс».

1.2.5. Федеральный закон от 10.12.2003 №173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» (принят ГД ФС РФ 21.11.2003) // Собрание законодательства РФ. – 15.12.2003. - №50. – Ст. 4859, ИПС «КонсультантПлюс».

1.2.6. Федеральный закон от 05.05.2014 №116-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (принят ГД ФС 22.04.2014) // Собрание законодательства РФ. – 12.05.2014. -№19. –Ст.2321, ИПС «Консультант Плюс».

1.2.7. Федеральный закон от 08.03.2015 №42-ФЗ «О внесении изменений в часть первую Гражданского кодекса Российской Федерации» (принят ГД ФС РФ 25.02.2015) // Собрание законодательства РФ. – 09.03.2015. - №10. – Ст.1412, ИПС «КонсультантПлюс».

1.2.8. Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (принят ГД ФС РФ 08.07.2006) // Собрание законодательства РФ. – 31.07.2006. - №31 (1ч.). - Ст.3434, ИПС «КонсультантПлюс».

1.2.9. Федеральный закон от 22.11.1995 №171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (принят ГД ФС РФ 19.07.1995) // Собрание законодательства РФ. – 27.11.1995. - №48. – Ст. 4553, ИПС «КонсультантПлюс».

1.2.10. Федеральный закон от 22.04.1996 №39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» (принят ГД ФС РФ 20.03.1996) // Собрание законодательства РФ. – 22.04.1996.- №17. - Ст. 1918, ИПС «КонсультантПлюс».

1.2.11. Федеральный закон от 01.07.2011 №170-ФЗ «О техническом осмотре транспортных средств и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (принят ГД ФС РФ 15.11.2011) // Собрание законодательства РФ. – 04.07.2011. - №27. - Ст. 3881, ИПС «КонсультантПлюс».

1.2.12. Федеральный закон от 29.10.1998 №164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» (принят ГД ФС РФ 11.09.1998) // Собрание законодательства РФ. – 02.11.1998. - №44. – Ст. 5394, ИПС «КонсультантПлюс».

1.2.13. Федеральный закон от 16.07.1998 №102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)» (принят ГД ФС РФ 24.06.1997) // Собрание законодательства РФ. – 20.07.1998. - №29. – Ст.3400, ИПС «КонсультантПлюс».

1.2.14. Федеральный закон от 13.12.1996 №150-ФЗ «Об оружии» (принят ГД ФС РФ 13.11.1996) // Собрание законодательства РФ. – 16.12.1996. - №51. – Ст. 5681, ИПС «КонсультантПлюс».

1.2.15. Федеральный закон от 28.12.2009 №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (принят ГД ФС РФ 18.12.2009) // Собрание законодательства РФ. – 04.01.2010. - №1. - Ст. 2, ИПС «КонсультантПлюс».

1.2.16. Постановление Правительства РФ от 16.07.2009 №583 «О случаях допустимости соглашений между хозяйствующими субъектами» (ред. от 29.04.2014) // Собрание законодательства РФ. – 27.07.2009. - №37. – Ст. 3822, ИПС «КонсультантПлюс».

1.2.17. Приказ ФАС России от 28.04.2010 №220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» // [Электронный ресурс] : Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

1.3. Акты высших органов судебной власти Российской Федерации, имеющие нормативное содержание

1.3.1. Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 14.03.2014 №16 «О свободе договора и ее пределах» // [Электронный ресурс] : http://www.arbitr.ru/as/pract/post_plenum/106573.html . Дата обращения: 05.10.2015.

1.3.2. Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 06.06.2014 №35 «О последствиях расторжения договора» // [Электронный ресурс]: http://www.arbitr.ru/as/pract/post_plenum/109866.html . Дата обращения: 05.10.2015.

1.3.3. Информационное письмо Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 25.02.2014 №165 «Обзор судебной практики по спорам, связанным с признанием договоров незаключенными» // [Электронный ресурс] : http://www.arbitr.ru/as/pract/vas_info_letter/105226.html . Дата обращения 05.10.2015.

1.4. Нормативные правовые акты и иные официальные документы иностранных государств

1.4.1. Единообразный торговый кодекс США : Официальный текст - 1990 : Перевод с английского / Ред. С.Н.Лебедев. -справ. изд. -М. : Международный центр финансово - экономического развития, 1996. - 427 с.

1.4.2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 24.02.2012 №183 «Об утверждении Положения о товаропроводящей сети белорусских организаций за рубежом, классификатора видов поставок товаров, подлежащих учету при осуществлении экспортных операций, и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь» // [Электронный ресурс]: <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p2=5/35331> . Дата обращения: 05.10.2015.

1.4.3. Código civil do República Brasil: Lei №10.406, de 10.1.2002. Lei Ordinária (Гражданский кодекс Федеративной Республики Бразилия): Закон № 10.406 от 10 января 2002г.) [Электронный ресурс]: www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/L10406.htm . Дата обращения: 05.10.2015.

1.4.4. Código de Comercio: Decreto numero 2-70 del Congreso de la República Guatemala (Торговый кодекс Республики Гватемала : Закон 2-70) [Электронный ресурс] : [http://www.registromercantil.gob.gt/regulaciones/DECRETO-2-70\[Codigo-Comercio\].pdf](http://www.registromercantil.gob.gt/regulaciones/DECRETO-2-70[Codigo-Comercio].pdf) . Дата обращения: 05.10.2015.

1.4.5. Decreto 410 de 1971 «Codigo de comercio de Colombia» (Торговый кодекс Республики Колумбия: Закон №410 1971 года) [Электронный ресурс] / <http://www.camaradorada.org.co/documentos/Codigo%20Comercio.pdf> . Дата обращения: 05.10.2015.

1.4.6. Florida Statutes (Статуты штата Флорида) [Электронный ресурс]: <http://www.flsenate.gov/Laws/Statutes/2012/Title34/#Title34> . Дата обращения: 05.10.2015.

1.4.7. Ley de representantes, distribuidores y agents de empresas nacionales y extranjeras №549, 07.12.1977; (Закон Республики Гондурас об отечественных и зарубежных представителях, дистрибьюторах и агентах №549 от 7 декабря 1977 года) [Электронный ресурс] : <http://bufeterosa.com/biblioteca/leyrepdistribuidores.pdf> . Дата обращения: 05.10.2015.

1.4.8. Ley de contractos de distribucion; Ley Núm. 75 del 24 de Junio de 1964 (Закон «О дистрибьюторских соглашениях» №75 от 24 июня 1964 г.) [Электронный ресурс]: <http://www.lexjuris.com/LEXMATE/comercio/lex1964075.htm> . Дата обращения: 05.10.2015.

1.4.9. Ley numero 194/93, 06.07.1993 (Закон Республики Парагвай №194/93 от 6.07.1993) [Электронный ресурс] : http://www.embarap.jp/wp/wp-content/themes/paraguay/pdf/eco/18_Ley_194-93_De_Representantes_y_Agentes.pdf . Дата обращения: 05.10.2015.

1.4.10. The Law of 27 July 1961 on Unilateral Termination of Exclusive Distribution Agreements of Indefinite Duration (Moniteur belge of 5 October 1961, p. 7518, as amended by the Law of 13 April 1971 on Unilateral termination of distribution agreements (Закон об одностороннем расторжении эксклюзивных дистрибьюторских договоров, заключенных на неопределенный срок) // Moniteur belge of 21 April 1971, p. 4996.

1.4.11. Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law. Draft Common Frame of Reference (DCFR) («Принципы, определения и модельные правила европейского частного права. Проект общей справочной схемы») [Электронный ресурс] http://ec.europa.eu/justice/contract/files/european-private-law_vols3_4_en.pdf . Дата обращения: 05.10.2015.

1.4.12. The new commercial Code of Brazil (the project of new commercial Code of Brazil (Проект нового торгового кодекса Федеративной Республики Бразилия) // [Электронный ресурс]: <https://www12.senado.gov.br/ecidania/visualizacaoconsultapublica?id=81> . Дата обращения: 05.10.2015.

1.4.13. PROJET DE LOI portant insertion du Livre X “Contrats d’agence commerciale, contrats de coopération commerciale et concessions de vente” dans le Code de droit économique, et portant insertion des définitions propres au livre X, dans le livre Ier du Code de droit économique (Проект закона, содержащий Часть X «Коммерческие агентские соглашения, соглашения о коммерческом сотрудничестве и дилерские торговые соглашения) // [Электронный ресурс]: <http://www.dekamer.be/FLWB/pdf/53/3280/53K3280009.pdf> . Дата обращения: 05.10.2015.

2. Материалы судебной практики

2.1. Постановление Высшего Арбитражного Суда РФ от 18.05.1999 №7073/98 //ИПС «КонсультантПлюс».

2.2. Определение Высшего Арбитражного Суда РФ об отказе в передаче дела в Президиум Высшего Арбитражного Суда РФ от 31.08.2010 №ВАС-12080/10 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.3. Определение Высшего Арбитражного Суда РФ об отказе в передаче дела в Президиум Высшего Арбитражного Суда РФ от 13.10.2010 №ВАС-13479/10 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.4. Определение Высшего Арбитражного Суда РФ от 30.11.2011 №ВАС-15001/11 по делу №А55-26891/2009 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.5. Постановление Федерального арбитражного суда Волго-Вятского округа от 3.02.2014 по делу №А11-1638/2013 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.6. Постановление Федерального арбитражного суда Дальневосточного округа от 15.10.2002 по делу №Ф03-А73/02-1/2120 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.7. Постановление Федерального арбитражного суда Дальневосточного округа от 22.02.2011 №Ф03-19/2011 по делу №А24-2162/2010 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.8. Постановление Федерального арбитражного суда Дальневосточного округа от 19.02.2013 №Ф03-264/2013 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.9. Постановление Федерального арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 28.03.2011 по делу №А75-6349/2010 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.10. Постановление Федерального арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 17.12.2013 по делу №А45-30039/2012 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.11. Постановление Федерального арбитражного суда Московского округа от 21.06.2010 по делу №А40-11626/09 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.12. Постановление Федерального арбитражного суда Московского округа от 31.08.2012 по делу №А40-12459/12-122-117 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.13. Постановление Федерального арбитражного суда Московского округа от 17.10.2012 по делу №А40-106915/11// ИПС «КонсультантПлюс».

2.14. Постановление Федерального арбитражного суда Поволжского округа от 25.01.2005 по делу №А55-6685 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.15. Постановление Федерального арбитражного суда Поволжского округа от 13.02.2009 по делу №А65-5966/2008// ИПС «КонсультантПлюс».

2.16. Постановление Федерального арбитражного суда Поволжского округа от 3.08.2011 по делу №А55-26891/2009 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.17. Постановление Федерального арбитражного суда Поволжского округа от 08.11.2012 по делу №А12-22106/2011 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.18. Постановление Федерального арбитражного суда Поволжского округа от 12.03.2013 по делу №А12-23735/2012 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.19. Постановление Федерального арбитражного суда Северо-Западного округа от 15.11.2011 по делу №А56-35417/2010 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.20. Постановление Федерального арбитражного суда Северо-Западного округа от 27.02.2012 по делу №А56-20021/2011// ИПС «КонсультантПлюс».

2.21. Постановление Федерального арбитражного суда Северо-Западного округа от 10.04.2012 по делу №А56-4965/2011 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.22. Постановление Федерального арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 19.04.2005 по делу №Ф08-1395/2005 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.23. Постановление Федерального арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 23.12.2008 по делу №А32-23302/2007 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.24. Постановление Федерального арбитражного суда Уральского округа от 13.12.2006 №Ф09-11035/06-С3// ИПС «КонсультантПлюс».

2.25. Постановление Федерального арбитражного суда Уральского округа от 08.07.2010 по делу №А60-55543/2009 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.26. Постановление Федерального арбитражного суда Уральского округа от 09.08.2011 №Ф09-5023/11 по делу №А60-281/11 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.27. Постановление Федерального арбитражного суда Центрального округа от 07.11.2005 №А54-2482/05-С70// ИПС «КонсультантПлюс».

2.28. Постановление Федерального арбитражного суда Центрального округа от 5.08.2009 по делу №А54-5112/2008/С17 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.29. Постановление Федерального арбитражного суда Центрального округа от 15.07.2013 по делу №А68-7383/2012 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.30. Постановление Федерального арбитражного суда Центрального округа от 8.02.2012 по делу №А35-3212/2011 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.31. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 19.03.2010 по делу №А40-116626/2009// ИПС «КонсультантПлюс».

2.32. Постановление Двенадцатого арбитражного апелляционного суда от 27.01.2012 по делу №А12-11251/2011 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.33. Постановление Четвертого арбитражного апелляционного суда от 16.09.2013 по делу №А56-27198/2011 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.34. Решение Арбитражного суда города Санкт-Петербурга и Ленинградской области от 24.02.2012 по делу №А56-27198/2011 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.35. Решение Арбитражного суда Республики Бурятия от 13.05.2013 по делу №А10-5176/2012 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.36. Решение Международного коммерческого арбитражного суда при Торгово-промышленной палате РФ от 13.07.2013 по делу №196/2011 // ИПС «КонсультантПлюс»

2.37. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 14.02.2014 по делу №А10-5176/2012 // ИПС «КонсультантПлюс».

2.38. Judgement of the Court 19 December 2013 (Решение Суда Европейского Союза от 19.12.2003) [Электронный ресурс]: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=145906&pageIndex=0&doclang=EN&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=388175> . Дата обращения: 05.10.2015.

3. Специальная литература

3.1. Книги

3.1.1. Ансон В.Р. Основы договорного права / под ред. Д.Ф.Рамзайцева; пер. с англ. А.С.Александровского и др. - М.: Международная книга, 1947. – 455 с.

3.1.2. Баринова М.Н. Категория трансформации в международном частном праве: Учебное пособие /М.Н.Баринова. - Саратов, 2008.

3.1.3. Бахин С.В. Субправо : международные своды унифицированного контрактного права (Theory and Practice of International Law) / С.В.Бахин; Ассоциация Юридический Центр; Юридический факультет Санкт-Петербургского государственного университета. - СПб. : Юридический центр Пресс, 2002. - 311 с. - (Теория и практика международного права).

3.1.4. Брагинский М. И. Основы учения о непоименованных (безымянных) и смешанных договорах / М.И.Брагинский. – М. : Статут, 2007. – 79 с.

3.1.5. Братусь С.Н. Предмет и система гражданского права. / С.Н.Братусь. - М. : Госюриздат, 1963. – 195 с.

3.1.6. Вилкова Н.Г. Договорное право в международном обороте. /Н.Г.Вилкова. - М. : Статут, 2004. – 510 с.

3.1.7. Гавердовский А.С. Имплементация норм международного права. – Киев, Вища шк., 1980. – 320 с.

3.1.8. Грибанов В.П. Осуществление и защита гражданских прав. М.: Статут, 2001.

3.1.9. Егорова М.А. Коммерческие договоры : учебное пособие /М.А.Егорова; Российская академия государственной службы при Президенте РФ. - Учеб. изд. -М. : Волтерс Клувер, 2011. -336 с.

3.1.10. Егорова М.А. Коммерческое право : учебник для вузов / М.А.Егорова; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Юридический факультет им. М.М.Сперанского, Кафедра предпринимательского и корпоративного права. -Учеб. изд. -М. : Статут, 2013. -640 с.

3.1.11. Ефимова Л.Г. Рамочные (организационные) договоры / Л.Г.Ефимова – М. : Волтерс Клувер, 2006. – 106 с.

3.1.12. Занковский С.С. Предпринимательские договоры / Отв. ред. В.В. Лаптев. – М.: Волтерс Клувер, 2004. - 304 с. [Электронный ресурс]: http://www.pravo.vuzlib.su/book_z1051_page_1.html. Дата обращения: 05.10.2015.

3.1.13. Иоффе О.С. Обязательственное право / О.С.Иоффе. – М.: Госюриздат, 1975 – 603 с.

3.1.14. Иоффе О.С. Правоотношение по советскому гражданскому праву // Избранные труды по гражданскому праву. – М.: Статут, 2000. – 781 с.

3.1.15. Канашевский В. А. Внешнеэкономические сделки: материально-правовое и коллизионное регулирование /В.А.Канашевский. - Науч. изд. -М. : Волтерс Клувер, 2008. -591 с.

3.1.16. Карапетов А.Г., Савельев А. И. Свобода договора и ее пределы : в 2-томах. - М. : Статут, 2012. Том второй, Пределы свободы определения условий договора в зарубежном и российском праве / А.Г.Карапетов, А.И.Савельев. -2012. - 453с.

3.1.17. Комаров А.С. Правовое регулирование международных торговых операций в Российской Федерации: учеб. пособие /А.С.Комаров. – 2-еизд., перераб. и доп. – ГОУВПО Всероссийская академия внешней торговли Минэкономразвития России. – М.: ВАВТ, 2009. С.66-68

3.1.18. Лебедев К.К. Предпринимательское и коммерческое право: системные аспекты /К.К.Лебедев. – СПб.: Юридический центр «Пресс», 2002. – 318 с.

3.1.19. Лукашук И.И. Международное право. Общая часть : учебник / И.И. Лукашук. - М.: БЕК, 1997. – 371 с.

3.1.20. Мейер Д.И. Русское гражданское право. Часть 2. По исправленному и дополненному 8-му изд., 1902. Изд. 3-е, испр. М.: «Статут», 2003. – 831 с. (Классика российской цивилистики). [Электронный ресурс]: http://civil.consultant.ru/elib/books/45/page_57.html#bnote_859 . Дата обращения: 05.10.2015.

3.1.21. Николукин С.В. Посреднические договоры / С.В.Николукин - М. : Юстицинформ, 2010. - 224 с.

3.1.22. Новицкий И.Б. Курс советского гражданского права. Сделки. Исковая давность / И.Б.Новицкий; Всесоюзный институт юридических наук Министерства юстиции СССР. - Москва : Госюриздат, 1954. – 327 с.

3.1.23. Новицкий И.Б., Лунц Л.А. Общее учение об обязательстве / Всесоюзный институт юридических наук Министерства юстиции СССР. – М.: Госюриздат, 1950. – 416 с.

3.1.24. Ойгензихт В.А. Нетипичные договорные отношения в гражданском праве : учебное пособие / Отв. ред. О.Усманов; Министерство высшего и среднего специального образования Таджикской ССР. Таджикский государственный университет имени В.И.Ленина –Душанбе, 1984. -128 с.

3.1.25. Подузова Е.Б. Организационные договоры в гражданском праве: монография /Е.Б.Подузова. - Науч. изд. -М. : Проспект, 2014. -184 с.

3.1.26. Принципы европейского права: коммерческое агентирование, франшиза и дистрибуция. Пер с англ. А.Т.Амирова, Б.И.Пугинского // Коммерческое право. — 2011. — №1 (8). — С. 176–198.

3.1.27. Пугинский Б.И. Коммерческое право России : учебник / Б.И.Пугинский; Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова. -2-е изд. -М.: Зерцало, 2008. -350 с.

3.1.28. Романец Ю.В. Система договоров в гражданском праве России /Ю.В.Романец ; Вступ. ст. В.Ф.Яковлева. - науч изд. -М. :Юрист, 2001. - 496 с.

3.1.29. Руководство по составлению международных дистрибьюторских соглашений : На русском и английском языках /пер. с англ. Н.Г.Вилковой. - М.: Изд-во АО «Консалтбанкир». - 1996. -112 с.

3.1.30. Руководство по составлению коммерческих агентских контрактов : публикация № 410 / под ред. Н.Г.Вилковой. - М.: АО «Консалтбанкир». – 1996. – 96 с.

3.1.31. Секерин В.Д., Плотников Ю.Н. Посреднические договоры : Договор поручения; Договор на брокерское обслуживание; Договор комиссии; Агентский договор; Консигнационный договор; Договор на оказание дилерских услуг Договор на дистрибуцию товара Договор франчайзинга. -М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. - 64 с.

3.1.32. Степанова И.Е. Недействительность и незаключенность гражданско-правового договора: проблемы теории и практики / И.Е.Степанова. - Науч. изд. - М. : Проспект, 2013. -207 с.

3.1.33. Типовой дистрибьюторский контракт МТП. Монопольный импортер-дистрибьютор : публикация №518 / Международная торговая палата, Торгово-промышленная палата РФ; под ред. Н.Г.Вилковой ; пер. с англ. В.Д.Медвинской. -М. : Консалтбанкир, 1996. - 80 с.-(Издания Международной торговой палаты).

3.1.34. Типовой коммерческий агентский контракт МТП : публикация № 496 /Пер. с англ. Н.Г.Вилковой. -М. :Изд-во АО «Консалтбанкир». -1996. -76 с.-(Издания Международной Торговой Палаты).

3.1.35. Толочко О.Н. Международное экономическое право и имплементация его норм в национальное законодательство (на примере Республики Беларусь) / О.Н.Толочко. – СПб.: СКФ «Россия-Нева», 2012. – 320 с.

3.1.36. Филипенко А.С. Экономика зарубежных стран / Под ред. В.А.Вергун, И.В.Бураковский и др. – 2-е изд. – М.: Просвещение, 1998. [Электронный ресурс] : <http://orbook.ru/index-9386.htm> . Дата обращения: 05.10.2015.

3.1.37. Флейшиц Е.А. Расчетные и кредитные правоотношения /Всесоюз. ин-т юрид. наук. Курс советского гражданского права. - Москва : Госюриздат, 1956. - 278 с.

3.1.38. Шершеневич Г.Ф. Курс гражданского права. - Тула: Автограф, 2001. – 720 с.

3.1.39. Шмиттгофф К.М. Экспорт : Право и практика международной торговли /Пер. с англ. Н.Г.Вилковой и др.; Под ред. А.С.Комарова (отв. ред.) и др. - М. :Юридическая литература, 1993. -511 с.

3.1.40. Гражданское право: В 4 т. Обязательственное право: Учебник (том 3) (3-е изд, перераб. и дополн.) / под ред. Е.А.Суханова. – М.: Волтерс Клувер, 2008. ИПС «КонсультантПлюс».

3.1.41. Гражданское и торговое право зарубежных государств : В двух томах : Рекомендовано Учебно-методическим советом по юридическому образованию Учебно-методического объединения по классическому университетскому образованию в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Юриспруденция» /Отв. ред. Е.А.Васильев, А.С.Комаров. -4-е изд., перераб. и доп. -М.:Международные отношения, -Т. 2, 2008. – 635 с.

3.1.42. Договорное право. Книга первая. Общие положения / М.И.Брагинский, В.В.Витрянский. 3-е изд., стер. - М.: Статут, 2011. – 847 с.

3.1.43. Договорное право. Книга вторая. Договоры о передаче имущества / М.И.Брагинский, В.В.Витрянский. - М.: Статут, 2000. – 800 с.

3.1.44. Договорное право. Книга третья. Договоры о выполнении работ и оказании услуг / М.И.Брагинский, В.В.Витрянский. – 2-е изд., стер. - М. : Статут, 2011. – 1055 с.

3.1.45. Договоры в предпринимательской деятельности /отв. ред. Е.А.Павлодский, Т.Л.Левшина. – Статут, 2008. – 493 с.

3.1.46. Коммерческое (предпринимательское) право: учеб.: в 2т. Т. 2. – 4-е изх., перераб. и. доп. / под ред. В.Ф.Попондопуло. –М.: Проспект, 2009. – 608 с.

3.1.47. Коммерческое (предпринимательское) право: учебник: в 2т. / под. ред. В.Ф.Попондопуло. Т.1. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Проспект, 2016. – 608 с.

3.1.48. Коммерческое (предпринимательское) право: учебник: в 2т. / под. ред. В.Ф.Попондопуло. Т.2. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Проспект, 2016. – 640 с.

3.1.49. Коммерческое право: актуальные проблемы и перспективы развития: Сборник статей к юбилею доктора юридических наук, профессора Бориса Ивановича Пугинского / сост. Е.А.Абросимова, С.Ю.Филиппова. -М.: Статут, 2011. - 286 с.

3.1.50. Координация экономической деятельности в российском правовом пространстве: монография / К.М.Беликова, А.В.Габов, Д.А.Гаврилов и др.; отв.

ред. М.А.Егорова.- М.: Юстицинформ, 2015. § 2 гл.2. [Электронный ресурс]
Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения:
05.10.2015.

3.1.51. Модельные правила европейского частного права : пер. с англ. / Санкт-Петербургский государственный университет; науч. ред. Н.Ю.Рассказова. - Науч. изд. -М. : Статут, 2013. - 989 с.

3.1.52. Экспортно-импортные операции : Правовое регулирование / Авт. кол.: М.М.Богуславский, С.Н.Лебедев, А.Л.Маковский и др. ; Под ред. В.С.Позднякова ; Всесоюзная академия внешней торговли. -М. :Международные отношения, 1970. - 336 с.

3.1.53. Bogaert G. Commercial Agency and Distribution Agreements :Law and Practice in the Member States of the European Community and the European Free : Trade Association / G.Bogaert, U.Lohmann -2-nd edit. - London :Graham &Trotman / Martinus Nijhoff, 1993. -521 p.

3.1.54. Clares A.C. The situation of distribution contracts in Spain: Issues and Alternatives / A.C.Clares – Tiburg School of Law. Academic year: 2012-2013. - 60 p.

3.1.55. Honore A.M. Ownership. [Электронный ресурс] : <http://nw18.american.edu/~dfagel/OwnershipSmaller.pdf> . Дата обращения: 05.10.2015.

3.1.56. Jausas A. International Encyclopedia of Agency and Distribution Agreements Published in association with Committee M (International Sales and Related Commercial Transactions) of the Section on Business Law of the International Bar Association.— London; The Hague ; Boston : Kluwer Law International, 1998. — 642 p

3.1.57. Principles of European Law: Commercial Agency, Franchise, and Distribution Contracts (PEL CAFDC)/ prepared by MatijnW.Hesselink, JacobienW.Rutgers, OdavioBueno Diaz, ManolaScotton, Muriel Veldman, Oxford University Press, 2006. Перевод на русский язык: Пугинский Б.И., Амиров А.Т. Развитие европейского договорного права // Коммерческое право. Научно-практический журнал. 2011, №1(8), С.169.

3.1.58. Ruscalla G. Harmonization of international commercial contract law: the case of international distribution agreements / G.Ruscalla. – Bocconi school of Law. Student-edited papers № 2011-07/EN (2011).

3.2. Статьи

3.2.1. Андреева Л.В. Защита прав сторон непоименованных договоров / Л. В. Андреева. //Законы России. -2012. - №11. - С. 48 – 53.

3.2.2. Андреева Л.В. Толкование принципа свободы договора судебными органами : новый подход / Л.В. Андреева. //Юрист. -2015. - №4. - С. 6 – 9

3.2.3. Андреева С.А. Квалификация дистрибьюторского договора по российскому праву и отграничение от смежных договорных конструкций // Конкурентное право. - 2013. - №3. - С. 16 - 20.

3.2.4. Брагинский М.И. Непоименованные (безымянные) и смешанные договоры. Договоры: теория и практика // Хозяйство и право. – 2007. - №9. С. 36-49.

3.2.5. Бычков А.И. Дистрибьюторский договор // Имущественные отношения в Российской Федерации. - 2012.- №9 (132). - С. 88-98.

3.2.6. Борисова А.Б. Дистрибьюторский договор // Журнал российского права. – 2005. - №3. – С. 56-64.

3.2.7. Варданян М.Л. Дистрибьюторский договор как форма осуществления иностранными компаниями предпринимательской деятельности на территории России // Законодательство и экономика.- 2008. - №8. - С. 48-52.

3.2.8. Гаврилов В.В. Теории трансформации и имплементации норм международного права в отечественной правовой доктрине // Московский журнал международного права. – 2001. - №2.

3.2.9. Григорьева А.Г. Проблемы правового регулирования дистрибьюторского договора // Теория и практика общественного развития. – 2015. - №4. Электронный ресурс: <http://teoria->

practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2015/4/law/grigorieva.pdf . Дата обращения: 05.10.2015.

3.2.10. Жужжалов М.Б. Юридическая природа опционного договора в арбитражной практике и проекте поправок в Гражданский кодекс Российской Федерации. // [Электронный ресурс]: <http://www.center-bereg.ru/b4707.html> . Дата обращения: 05.10.2015.

3.2.11. Зинковский М.А. Смешанный торговый контракт (договор) // Современное право, 2013. - №1. [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения 05.10.2015.

3.2.12. Маслова В.А. Место дистрибьюторского договора в системе торговых договоров // Вестник МГУ. Сер. 11. Право. – 2011. - №3. С. 56 – 57.

3.2.13. Маслова В.А. Организационная природа дистрибьюторского договора // Гражданское право. - 2013. - №3.- С. 26 - 30.

3.2.14. Маслова В.А. Предмет дистрибьюторского договора. // Коммерческое право. – М.: Зерцало.- 2010.- №2(7). – С.76-94.

3.2.15. Мозгов М.В. Квалификация и правовое регулирование дистрибьюторских договоров: предложения по изменению законодательства // Арбитражная практика. - 2009. - №10. - С.15-18.

3.2.16. Петров В. Ограничения по территории и покупателям в дистрибьюторских соглашениях // Конкуренция и право. - 2013. - №4.- С. 66 – 71.

3.2.17. Пугинский Б.И. Договор оптовой купли-продажи // Хозяйство и право. -1999. -№6 (269). - С.97.

3.2.18. Пугинский Б.И. Развитие Европейского договорного права // Коммерческое право. Научно-практический журнал. – 2011. - №1 (8). – С. 102-108.

3.2.19. Ровный В.В. Общая характеристика договора купли-продажи: В помощь студентам и аспирантам. - Сибирский Юридический Вестник. - 2001, №3, С.26-38 Электронный ресурс : <http://www.twirpx.com/file/503102/> . Дата обращения: 05.10.2015.

3.2.20. Романова В.Е. Трансграничный дистрибьюторский договор в странах Европы: Нидерланды и Франция // Международное публичное и частное право. – 2013.-№1 (70). – С.36.

3.2.21. Руденко А.В. О дистрибьюторском договоре //Юрист. – 2006. - №8. - С.30-31.

3.2.22. Татарская Е.В. Непоименованные договоры в гражданском праве Российской Федерации // Юридические науки. – 2007. - №5. – С. 142-148.

3.2.23. Шоломова Е.В. Дистрибьюторский договор: какие нормы применять? // Промышленность, бухгалтерский учет и налогообложение. – 2011. - №8. С. 34-51.

4. Авторефераты диссертаций

4.1. Баринова М.Н. Трансформация частноправовых норм международных актов. Автореф. дисс. канд. юрид. наук. – Саратов, 2004. – 26 с.

4.2. Маслова В.А. Дистрибьюторский договор как правовой инструмент организации сбыта товаров. Автореф. дисс. канд. юрид. наук. – Москва, 2011. – 29 с.

4.3. Партин А.М. Правовая природа дистрибьюторских соглашений. Автореф. дисс. канд. юрид. наук. – Москва, 2010. – 32 с.

4.4. Улугова К.Э. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в сфере дистрибуции: частноправовой и публично-правовой аспекты .Автореф. дисс. канд. юрид. наук. – Москва, 2015. 23 с.

5. Иные источники

5.1. «Марвел-Дистрибуция» начала поставки продукции Inspur [Электронный ресурс] : <http://www.marvel.ru/press/news/id4746/> . Дата обращения: 05.10.2015.