

**ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДОГОВОРА  
ДИСТРИБЬЮЦИИ В ГРАЖДАНСКОМ  
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА**

**ТАРАН ИОН,**  
*Магистр права, докторант*  
*Юридический факультет*  
*Университет европейских знаний Молдовы*

*Резюме:* В статье дана характеристика дистрибьюторского договора, который не урегулирован национальным гражданским законодательством, но широко используется в предпринимательской деятельности для организации сбыта товара.

\*\*\*

Бурное развитие предпринимательских отношений в последние два десятилетия сопровождается появлением новых, ранее не известных видов гражданско-правовых договоров. Их изучение представляет немалые трудности, связанные с отсутствием соответствующего за крепления в законодательстве. В основном эти договоры регулируются документами торговых обычаев и судебной практикой. Одним из таких договоров является дистрибьюторский договор, который успешно используется предпринимателями для организации сбыта товара.

Повышение эффективности гражданского оборота в Республике Молдова требует оперативного решения вопросов, связанных с различными договорными обязательствами .

Дистрибьюторский договор урегулирован Типовым дистрибьюторским контрактом, который был издан Международной торговой палатой в 1991 г. [1]. Действующим гражданским законодательством Республики Молдова данный вид договора специально не урегулирован, но он наиболее широко используется во внешнеторговой деятельности. Как правило, на его основе устанавливаются долгосрочные отношения, а товары распространяются под товарным знаком поставщика. Научный интерес к дистрибьюторскому договору объясняется тем, что отсутствие его правового регулирования идет вразрез с требованиями рынка. Достаточно спорным в доктрине является вопрос о его месте в системе

договоров, о возможности и пределах применения к нему гражданско-правовых норм.

Дистрибьюторский договор – это соглашение, по которому одна сторона, именуемая дистрибьютор, обязуется приобретать у другой стороны (поставщика) товары для дальнейшей перепродажи, а также организовать систему реализации товаров на обозначенной территории так, чтобы были созданы условия для последовательного увеличения объемов сбыта этих товаров, а поставщик, в свою очередь, обязуется продавать дистрибьютору товары в порядке и на условиях, которые предусмотрены договором [2, с. 35].

Можно выделить следующие особенности дистрибьюторского договора: Во-первых, заключая договор, дистрибьютор принимает на себя обязательство сбыта товаров иностранного контрагента в качестве его монопольного импортера. Во-вторых, иностранный поставщик принимает обязательство не передавать свои товары для сбыта на определенной территории другим организациям, соответственно, дистрибьютор приобретает исключительное право на размещение и продажу товаров на данной территории. В-третьих, дистрибьютор совершает фактические, а не юридические действия (в отличие от поверенного в договоре поручения), поскольку приобретает и реализует товар от своего собственного имени и за свой счет. Он самостоятельно устанавливает продажные цены на товары при реализации их третьим лицам, действует на свой риск по совершаемым сделкам [3, с. 79].

Можно сказать, что по своей юридической природе дистрибьюторский договор относится к договорам смешанного типа, которые сочетают в себе признаки различных договоров: купли-продажи, поставки, перевозки, агентского договора, коммерческой концессии [4, с. 38]. Обратимся к характеристике элементов дистрибьюторского договора. Учитывая, что дистрибьюторские отношения возникают в предпринимательской деятельности, сторонами договора (поставщик, дистрибьютор) являются специальные субъекты, то есть коммерческие организации или лица, имеющие статус индивидуального предпринимателя.

Как правило, в роли дистрибьютора выступает коммерческая организация, которая осуществляет оптовую закупку определенных товаров у крупных фирм-производителей и совершает их сбыт на региональных рынках. При этом данная организация может обладать

собственными складами, устанавливать длительные контрактные отношения с производителями, представлять производителя на рынке конкретного региона, обладать преимущественным правом приобретения и продажи различного оборудования, технических новинок, программного обеспечения компьютерных систем.

Предмет договора – осуществление сбыта, продвижения и распространения товаров, которые производятся поставщиком.

Дистрибьютор самостоятельно выбирает как методы, так и каналы сбыта, продвижения продукции. Он осуществляет поиск потенциальных контрагентов путем рекламирования и демонстрации продукции с заключением в дальнейшем договора поставки (купли-продажи), обеспечивает послепродажное обслуживание. Более масштабный способ такой деятельности может заключаться в привлечении или создании региональных торговых организаций и формировании на их базе дилерских сетей.

Существенным условием договора можно считать территориальный характер деятельности дистрибьютора. Дистрибьютор организывает продвижение и распространение товара на определенной территории, которую оговорили стороны.

Цена договора – это вознаграждение, которое дистрибьютор получает за свою работу, устанавливается соглашением сторон.

Традиционно к элементам гражданско-правового договора относится его содержание, то есть права и обязанности сторон. В обязанности поставщика входит: – соблюдение принципа так называемой исключительности или эксклюзивности передаваемых прав, то есть он должен предоставлять продукцию только дистрибьютору, а не третьим лицам; – соблюдение принципа территориальности, то есть продвижение и распространение товара осуществляются на территории, которая оговорена сторонами. Что касается прав, то поставщик вправе ограничить реализацию эксклюзивных прав дистрибьютора определенным регионом страны или привязкой предоставления эксклюзивных прав к выполнению конкретных годовых объемов сбыта. Поставщик может вообще не включать условие об эксклюзивности. Это будет означать, что на рынке действуют несколько дистрибьюторов, которые конкурируют между собой, что характерно, например, для автомобильного рынка сбыта. Поставщик вправе устанавливать планируемый объем продаж и требовать от дистрибьютора направлять ему прогнозы по объемам

соответствующих продаж, необходимости соблюдения примерного графика поставок на каждый календарный год. Поставщик может налагать на дистрибьютора обязательство информировать производителя о ситуации, изменениях на рынке, действиях конкурентов в пределах территории, ценах и характеристиках их продукции. [5, с.29]

Права и обязанности дистрибьютора проявляются в следующем. Дистрибьютор вправе получить от поставщика исключительные права на распространение его продукции. Вместе с тем он обязуется перед поставщиком не заключать аналогичные сделки в отношении продукции, которая может конкурировать с продукцией производителя. Дистрибьютор вправе самостоятельно выбирать методы сбыта товара. Однако при этом он обязан соблюдать условия, при которых не должен наноситься вред рыночной репутации продукции, фирменным наименованиям, коммерческим обозначениям или товарным знакам производителя. Дистрибьютор обязан не осуществлять перепродажу продукции за пределами территории, оговоренной сторонами, без получения соответствующего письменного разрешения от производителя, в частности, на него, может налагаться обязательство не открывать какие-либо филиалы, склады, постоянные отделения, закупочные предприятия или представительства любого типа в целях обеспечения дистрибуции. Дистрибьютор вправе заключать субдистрибьюторские договоры. При этом поставщиком на дистрибьютора может быть возложена обязанность требовать от субдистрибьюторов отказа с их стороны от перепродажи продукции за пределами оговоренной территории. Дистрибьютор вправе пользоваться фирменными наименованиями и (или) коммерческими обозначениями правообладателя, товарными знаками производителя, правом на охраняемую коммерческую информацию, причем, только в объеме, необходимом для соответствующего исполнения условий договора, и только образом, приемлемым для сохранения репутации данных названий и знаков. Дистрибьютор обладает преимущественным правом приобретать, а также продавать оборудование, технические новинки, программное обеспечение компьютерных систем. [6, с.10].

Дистрибьюторский договор может быть рамочным, если определяет основные обязательственные связи, по которым стороны достигли соглашения на момент заключения договора.

Иные условия договора стороны детализируют и уточняют в дополнительных соглашениях, которые заключаются во исполнение рамочного договора. Можно сказать, что любое гражданское правоотношение не может оставаться неизменным.

На определенном этапе его реализации может происходить изменение его содержания, что придает гражданскому обороту определенную устойчивость [7, с. 3].

В правоприменительной практике возникает вопрос о законности включения в договор так называемых ограничительных условий. Как было отмечено выше, в дистрибьюторский договор включаются особые условия, ограничивающие отдельные права поставщика либо дистрибьютора по осуществлению предпринимательской деятельности. Например, когда дистрибьютор берет на себя обязательство не закупать аналогичные товары у конкурентов поставщика. В свою очередь на поставщика может возлагаться обязательство не поставлять товары конкурентам дистрибьютора.

Подобные обязательства могут существовать одновременно у обеих сторон. Второй случай: когда деятельность дистрибьютора ограничивается определенной территорией. В частности, известны ситуации, когда дилеры пытались признать недействительным договор с такими ограничительными условиями, ссылаясь на их противоречие (ограничение права собственника на распоряжение товаром) и (злоупотребление правом).

Завершая исследование, делаем вывод, что с точки зрения гражданского права дистрибьюторский договор относится к так называемым непоименованным смешанным договорам, которые не урегулированы в законе и, как правило, содержат при этом элементы известного закона договора купли-продажи. Он вполне допустим с точки зрения молдавского права, и нет необходимости вносить какие-либо изменения в гражданское законодательство, поскольку к смешанным договорам, содержащим элементы различных видов обязательств, применяются правила, регулирующие эти виды обязательств, но с оговоркой – если это не противоречит закону, либо существу договора.

**БИБЛИОГРАФИЯ:**

1. Рамберг Я. Международные коммерческие транзакции. 4-е изд. Публикация ICC № 711E = International Commercial Transactions. 4th ed. ICC Publication № 711E / пер. с англ. под ред. Н.Г. Вилковой. М., 2011.
2. Сосна Б., Арсени И. Правовое регулирование дистрибьюторского договора в РМ. Кишинев, журнал «Национальный юридический журнал: теория и практика», 2014 г., № 1.
3. Германова А.Г. Проблемы правового регулирования дистрибьюторского договора. // Теория и практика общественного развития. Краснодар. 2015, №15.
4. Лазаренкова О.Г. Посреднические договоры в торговом обороте : учеб. пособие. СПб., 2011.
5. Борисова А.Б. Дистрибьюторский договор // Журнал российского права. 2005. № 3.
6. Маслова В.А. Дистрибьюторский договор как правовой инструмент организации сбыта товаров : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2011.
7. Лазаренкова О.Г. Право удержания и самозащита в современном гражданском праве : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. СПб., 2007.