

4. Зевков, В. П. Международное частное право : курс лекций / В. П. Зевков. – М. : Издат. группа НОРМА–ИНФРА-М, 1999. – 667 с.

5. Itar-Tass Russian News Agency v. Russian Kurier, Inc. (US District Court. Southern District of New York. March 10, 1997) [Electronic resource] / WikisourceCategories: 1997 court decisions. United States District Court decisions. – Mode of access : [http://en.wikisource.org/wiki/Itar-Tass_Russian_News_Agency_v._Russian_Kurier,_Inc._-No._95_Civ._2144\(JGK\)_\(S.D.N.Y._March_10,_1997\)](http://en.wikisource.org/wiki/Itar-Tass_Russian_News_Agency_v._Russian_Kurier,_Inc._-No._95_Civ._2144(JGK)_(S.D.N.Y._March_10,_1997)). – Date of access : 10.12.2010.

6. Мэггс, П. Б. Коллизионное право и российско-американские отношения в сфере интеллектуальной собственности / П. Б. Мэггс // Интеллектуальная собственность в России и ЕС: правовые проблемы : сб. ст. / под ред. М. М. Богуславского, А. Г. Светланова. – М. : Волтерс Клувер, 2008. – 296 с.

7. Eur-lex [Electronic resource]. – Mode of access : <http://eur-lex.europa.eu>. – Date of access : 12.12.2010.

8. Drexl, J. The proposed Rome II regulation: European choice of law in the field of intellectual property / J. Drexl // Intellectual property and private international law : IIC Studies. Vol. 24 / J. Drexl, A. Kur (editors). – Oxford and Portland, Oregon : Hart Publishing, 2005. – 371 p.

9. European Max-Planck Group for conflict of laws in intellectual property: intellectual property and the reform of private international law – sparks from a difficult relationship // IPRAХ – Praxis des Internationalen Privat und Verfahrensrecht. – 2007. – Vol. 27. – № 4. – P. 284–290.

10. Colsto, C. Modern intellectual property / C. Colsto, K. Middleto. – 2-nd edition. – London : Cavendish publishing, 2005. – P. 699–700.

11. Ануфриева, Л. П. Международное частное право: в 3 т.: учебник / Л. П. Ануфриева. – М.: Изд-во БЕК, 2002. – Т. 1: Общая часть. – 288 с.

Статья поступила в редакцию 10 января 2011 г.

ДИСТРИБЬЮТОРСКИЙ ДОГОВОР КАК ФОРМА ПОСТРОЕНИЯ ТОВАРНО-СБЫТОВОЙ СЕТИ ЗА РУБЕЖОМ: ПРАВОВАЯ ПРИРОДА, ВОПРОСЫ ТЕРМИНОЛОГИИ, ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ

Ю. С. Степанчикова

На сегодняшний день белорусские международно-ориентированные предприятия особо заинтересованы в долгосрочном закреплении на зарубежных рынках, а именно в построении товарно-сбытовых сетей за рубежом. Одной из самых эффективных и широко применяемых в международной коммерческой практике форм построения товарно-сбытовых сетей за рубежом признано заключение дистрибьюторского договора. В Республике Беларусь при участии дилеров и дистрибьюторов на внешних рынках также реализуется большое количество товаров отечественных про-

изводителей. По состоянию на 1 января 2010 г. создано (и зарегистрировано в Министерстве торговли) 3153 таких субъекта [1, с. 17].

Дистрибьюторский договор является новой договорной конструкцией для правоприменительной практики Республики Беларусь, так и всех государств Содружества Независимых Государств (далее – СНГ). Более того, данный договор не получил закрепления в национальных законодательствах стран СНГ. В этой связи задача по изучению правовой природы и других вопросов, касающихся дистрибьюторского договора, является очень актуальной.

К вопросам дистрибьюторского договора в своих работах обращались, в частности, такие российские авторы, как М. С. Дашян [2], Р. В. Волянская [3], М. В. Мозгов [4], А. В. Руденко [5], А. Партин [6], В. А. Канашевский [7], А. Б. Борисова [8], М. Л. Варданян [9], Е. В. Татарская [10], Н. Г. Вилкова [11]. Из белорусских авторов следует выделить Я. И. Функа [12], М. Николаева [13], М. Н. Калмыкову [14], О. С. Деянкову [15]. Огромная работа по изучению и обобщению существующей практики правового регулирования дистрибьюторских договоров была проделана рабочей группой по созданию Европейского гражданского кодекса [16], а также Международной торговой палатой (далее – МТП), в частности, членом рабочей группы по коммерческому праву Ф. Бортолотти [17]. Отдельно следует отметить работу «International agency and distribution law» западного автора D. Campbell [18], представляющую собой гид по правовым системам различных государств в части, касающейся заключения дистрибьюторских и агентских соглашений.

Целью данной статьи является определение правовой природы дистрибьюторского договора, понятия «дистрибьюторский договор», предложение путей решений проблем терминологии по данному вопросу. Предметом исследования выступили современные тенденции правового регулирования и практики заключения дистрибьюторского договора. Результаты анализа могут быть использованы для развития отечественной юридической науки, нормотворческой и правоприменительной практики.

Определение дистрибьюторского договора, вопросы терминологии

Анализ зарубежной и отечественной доктрины, законодательства различных государств, рекомендательных актов зарубежных неправительственных организаций (публикации МТП) позволяет сделать вывод о том, что дистрибьюторский договор как форма ведения предпринимательской деятельности в Республике Беларусь и Российской Федерации (далее – РФ) является полностью заимствованной из западной практики международной торговли договорной конструкцией.

В соответствии со сложившимся в практике международной торговли представлением дистрибьюторский договор – это договор между постав-

щиком (который чаще сам производит товар), с одной стороны, и дистрибьютором, с другой стороны, который покупает товары для перепродажи от своего имени и за свой счет. Дистрибьютор не просто перепродает товары, он связан с поставщиком более тесно. В частности, следующие отличительные особенности дистрибьюторского договора сложились в процессе практики его заключения в международной торговле и получили отражение в Типовом дистрибьюторском контракте (публикация МТП № 646) [19].

Во-первых, как имеющий право на перепродажу товара, дистрибьютор принимает обязательства по продвижению и/или организации сбыта на закрепленной за ним определенной территории.

Во-вторых, поставщик подтверждает привилегированное положение на территории, закрепленной за дистрибьютором, как правило, путем предоставления исключительного права на покупку товаров.

В-третьих, необходимые условия для сотрудничества могут быть разработаны при наличии длительных договорных связей между сторонами, поскольку такие отношения не могут быть эпизодическими.

В-четвертых, свобода действий дистрибьютора ограничена обязательством воздерживаться от конкуренции.

В-пятых, отличительной чертой данной формы договорных отношений является размещение товаров, снабженных товарными знаками [17, р. 316–317].

Рабочей группой по созданию Европейского гражданского кодекса было предложено следующее определение дистрибьюторского договора: «дистрибьюторский договор – договор, по которому одна сторона (поставщик) обязуется поставлять на постоянной основе товары другой стороне (дистрибьютору), а дистрибьютор в свою очередь обязуется покупать и перепродавать их за свой счет и от своего имени» [16, р. 101].

Первым российским автором, предложившим правовое понятие дистрибьюторского договора, является А. Б. Борисова. По мнению А. Б. Борисовой, данный договор «можно предварительно определить как договор, по которому одна сторона (дистрибьютор) в рамках ведения предпринимательской деятельности обязуется приобретать товар у другой стороны (поставщика) и 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 третьим лицам для распространения на этой территории» [8, с. 56].

В последующем все российские авторы, среди которых Е. В. Татарская [10, с.119], М. Л. Варданян [9, с. 49], Р. В. Волянская [3, с. 43], давшие определение дистрибьюторскому договору в своих работах, лишь процитировали (или повторили) определение, предложенное А. Б. Борисовой.

На наш взгляд, из вышеназванного определения следует исключить положения, касающиеся обязательства поставщика не поставлять товар для

реализации на определенной территории, так как не всегда дистрибьюторский договор является исключительным. Об этом свидетельствует слово «usually» («обычно», «как правило»), используемое в работе Ф. Бортолотти (публикация МТП № 671), когда речь идет об исключительности прав дистрибьютора [17, р. 317]. В работе, посвященной Европейскому гражданскому кодексу, авторы выделяют как «exclusive», так и «selective distribution» [16, р. 305]. Таким образом, исключительность прав дистрибьютора на определенной территории скорее является дополнительным условием в конкретном дистрибьюторском договоре.

В связи с вышеизложенным, дистрибьюторский договор можно определить как договор, по которому одна сторона (поставщик) обязуется поставлять на постоянной основе товары другой стороне (дистрибьютору), а дистрибьютор в свою очередь обязуется в рамках ведения предпринимательской деятельности приобретать товар у поставщика и осуществлять его продвижение на определенной территории путем перепродажи за свой счет и от своего имени.

Большинство авторов сходится во мнении, что термины «дилер» и «дистрибьютор» являются синонимами, хотя последний более широко применяется в мировой договорной практике. Как отмечает Ф. Бортолотти, если и выделять дилерский договор, то лишь на основании того, что дилер перепродает товар на уровне розничной торговли [17, р. 316]. Такое разграничение терминов приводится и во многих авторитетных словарях юридических терминов [20].

Сторону, осуществляющую исполнение, имеющее решающее значение для содержания дистрибьюторского договора, называют «дистрибьютор». По поводу названия второй стороны в дистрибьюторском договоре авторы расходятся во мнении. М. С. Дашян предлагает называть такую сторону «грантором» [2, с. 68], В. А. Канашевский – «принципалом» [7, с. 31], большинство авторов, среди которых М. В. Мозгов [4, с. 15], Р. В. Волянская [3, с. 43], А. Б. Борисова [8, с. 56] и другие, предлагают термин «поставщик».

Следует согласиться с большинством авторов. Термин «грантор» полностью заимствован из английского языка, в котором обозначает «лицо, передающее либо предоставляющее право», и, на наш взгляд, является слишком широким и обобщенным. Термин «принципал» используется в агентском соглашении для обозначения стороны, наделяющей полномочиями, что может привести к путанице в терминологии.

Термин «поставщик» видится наиболее подходящим, так как: 1) в Типовом дистрибьюторском контракте, а также в определении дистрибьюторского договора, предложенном в рамках работы над Европейским гражданским кодексом, используется термин «supplier», что соответствует русскому «поставщик», 2) по дистрибьюторскому договору одна сторона

обязуется поставлять/предоставлять на постоянной основе товары другой стороне; 3) во исполнение дистрибьюторского договора в странах СНГ чаще всего и заключаются дополнительные договоры поставки, которыми и обеспечивает «предоставление товаров на постоянной основе».

Правовая природа дистрибьюторского договора и его квалификация

Если в вопросе о том, что понимать под дистрибьюторским договором, авторы более или менее сходятся во мнении, то вопрос правовой природы и квалификации данного договора до сих пор является спорным в юридической доктрине СНГ. Более того, спор уже давно идет параллельно как в доктрине, так и в судах.

Если взять за пример Российскую Федерацию, то здесь наблюдается тенденция квалификации судами дистрибьюторского договора на основе поименованных в Гражданском кодексе (далее – ГК) сделок. В результате к договору применяются нормы ГК РФ о поставке, агентировании, коммерческой концессии, оказания услуг. Кроме того, часто дистрибьюторский договор квалифицируют как смешанный и применяют к нему перечисленные нормы в соответствующей части [4, с. 15–16].

Скорее исключением из правил являются случаи, когда суд квалифицирует дистрибьюторский договор как не поименованный в ГК РФ и применяет к нему только общие нормы о договорах, обязательствах и сделках (Постановление Федерального арбитражного суда Уральского округа РФ от 17.10.2002 № Ф09-2547/02-ГК) [4, с. 16].

На данном этапе развития российской доктрины практически не осталось сторонников квалификации дистрибьюторского договора как подвида поименованного в ГК РФ. Все чаще дискуссия ведется по поводу того, является ли договор смешанным или не поименованным в ГК РФ.

К авторам, изучающим многообразие подходов квалификации дистрибьюторского договора, но не высказывающим своей личной и четкой позиции по этому поводу, можно отнести А. Б. Борисову [8], а также В. А. Канашевского [7].

Первым автором, высказавшим мысль по поводу квалификации дистрибьюторского договора как не поименованного в ГК, был А. В. Руденко. По его мнению, дистрибьюторский договор «не является разновидностью какого-либо из договоров, известных ГК. Кроме того, он не является и смешанным договором... является договором особого рода, договором, непоименованным в законе, или иначе – договором *suī generis*» [5, с. 30]. Эту точку зрения поддержали в последовавших публикациях Е. В. Татарская [10, с. 205], Р. В. Волянская [3, с. 46], А. Партин [6, с. 63].

Причем из всех вышеназванных российских авторов лишь А. В. Руденко высказал «мысль о необходимости выделения и законодательного закрепления самостоятельного договорного типа – дистрибьюторского договора» [5, с. 30].

Позднее в этом его поддержал М. В. Мозгов, хотя обоснование своей позиции он выстроил по иному принципу. По мнению автора, не определившего в публикации свою личную позицию по поводу, является ли дистрибьюторский договор смешанным или не поименованным в ГК, наличие специального правового регулирования позволит защитить специфические права дистрибьютора и поставщика по договору, упорядочит применение термина «дистрибьюторский договор», а также примирит подходы по квалификации договора, сложившиеся в судах [4, с. 18].

Сам вопрос соотношения понятий смешанного договора и непоименованного является сложным. Смешанным является договор, в котором содержатся элементы различных договоров, предусмотренных гражданским законодательством (п. 2 ст. 391 ГК Республики Беларусь [21]). Четкого ответа на вопрос о том, что же понимается под «элементами» различных договоров, не было дано ни в гражданских кодексах государств – участников СНГ, ни в многочисленных комментариях к ним, ни в доктрине. Основательный труд в области российского обязательственного права таких авторитетных авторов, как М. И. Брагинского и В. В. Витрянского, также не дал ответ на данный вопрос [22].

На наш взгляд, при квалификации договора, следует опираться на выстроенный нами алгоритм, основанный на работе Е. В. Татарской [23, с. 10–11].

Во-первых, следует определить предмет договора, так как одно лишь новое название не дает право говорить о новой договорной модели.

Во-вторых, проверить договор по основным системным признакам классификации гражданско-правовых договоров, выделенных автором: направленность (экономико-правовая цель), возмездность/безвозмездность, объект, субъект (стороны). Так как выделение новых договорных типов по признаку возмездности/безвозмездности и субъекта вызывает сомнения, то на первый план выходит признак направленности и объекта.

В-третьих, четко сформулированный предмет договорного обязательства классифицируется по признакам направленности. Если направленность рассматриваемого договора не соответствует предусмотренной в законе, то этот договор может считаться непоименованным договором.

В-четвертых, проводится (как правило, дополнительная) проверка по признаку объекта. Если объект обладает значительной спецификой, которая не позволяет квалифицировать такой договор, как один из уже существующих договорных видов (типов), то такой договор считается непоименованным [23, с. 10–12].

На наш взгляд, анализ по вышеупомянутому алгоритму позволяет сделать вывод о том, что применительно к отечественному гражданскому законодательству дистрибьюторский договор в его классическом содержании является *непоименованным договором* на основании *критерия направленности*.

К такому же выводу, но по отношению к российскому гражданскому законодательству, приходит в своей работе и Е. В. Татарская. Автор выделяет дистрибьюторский договор по основанию (критерию) направленности на достижение общего для сторон результата (продвижение и сбыта конкретного товара на конкретном рынке). И, как результат, делает вывод о невозможности отнести данный договор ни к группе договоров о передаче имущества в собственность, ни договоров об оказании услуг, ни договоров о возмездной передаче имущества и иных объектов гражданских прав в пользование [10, с. 205]. С логикой приведенного выше рассуждения невозможно не согласиться.

Попытки «подстроить» дистрибьюторский договор под имеющиеся договорные формы, на наш взгляд, являются необоснованными. В данной связи, определение дистрибьюторства как «сложного договора, где наряду с отношениями купли-продажи присутствуют отношения подряда (услуг), в частности по проведению рекламы, сервисному обслуживанию и т. д., а также передачи прав на интеллектуальную собственность (лицензионные договоры) в отношении прежде всего товарных знаков», предложенное Я. И. Функом [12, с. 111], представляется неверным и усложненным. Не редки случаи, когда наряду с отношением дистрибьюторства в договоре появляются дополнительные условия договоров поставки, оказания услуг и других. В таком случае данный договор будет справедливо считаться *смешанным*. Тем не менее не верно говорить о том, что дистрибьюторский договор в его традиционном понимании включает в себя элементы договора купли-продажи, услуг, лицензионного договора (является смешанным).

Более того, выделение элементов других договоров в дистрибьюторском договоре может привести к негативным последствиям. По мнению А. Партина, фактически дистрибьюторский договор может не содержать всех существенных условий упомянутых поименованных договорных видов, а значит, договор в соответствующей части должен признаваться незаключенным [6, с. 62].

Несмотря на то что вопросы квалификации дистрибьюторского договора и его правовой природы в отечественной доктрине не получили отдельного пристального рассмотрения, справедливости ради следует отметить следующее. В своей сравнительно недавней публикации, посвященной смешанным и непоименованным договорам, Т. Беляева относит, не вдаваясь в объяснения, дистрибьюторский договор к не поименованным в ГК РФ договорам [24, с. 44].

Как дополнительное доказательство того, что дистрибьюторский договор является не поименованным в ГК РБ, можно привести ряд принципиальных отличий от смежных с ним поименованных договоров. От договора поставки дистрибьюторский договор отличается дальнейшим вмешательством в дела покупателя; от договора франчайзинга – тем, что дистрибьютор имеет интерес в извлечении прибыли не от использования исключительных прав, а от продажи определенных товаров; от договора возмездного оказания услуг – тем, что несмотря на то что деятельность дистрибьютора на зарубежном рынке может на первый взгляд выглядеть как услуга, она таковой не является, так как дистрибьютор становится собственником товара и действует в своем интересе, прибыль же он получает не от вознаграждения, а от маржи между ценой покупки и ценой продажи.

По мнению М. С. Дашян, «в аспекте международного частного права автономность (независимость от иных форм обязательств) дистрибьюторских отношений закреплена в ряде документов Комиссии Организации Объединенных Наций о праве международной торговли (ЮНСИТРАЛ). Так, в соответствии со ст. 1 Типового закона ЮНСИТРАЛ об электронной торговле отношения торгового характера включают следующие виды сделок: «любые торговые сделки на поставку товаров или услуг или обмен товарами и услугами; дистрибьюторские соглашения; коммерческое представительство и агентские отношения; факторинг... соглашения об эксплуатации или концессии; совместные предприятия и другие формы промышленного или предпринимательского сотрудничества» [2, с. 69].

Понятие «дистрибьютор» в отечественном законодательстве. Практика рассмотрения белорусскими судами дел по дистрибьюторским и дилерским договорам

Определение понятия «дистрибьютор» в белорусском законодательстве содержится в Положении о товаропроводящей сети отечественных производителей за рубежом, утвержденном Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 21 декабря 2006 г. № 1699 (далее – Положение) [25].

В соответствии с п. 2 Положения «*дистрибьютор* – субъект товаропроводящей сети, приобретающий у производителя и реализующий его продукцию от имени производителя товара за свой счет в оговоренном регионе деятельности на условиях, определенных соответствующим соглашением между ними».

Законодатель посчитал необходимым разграничить понятия «дистрибьютор» и «дилер». Так, в соответствии с тем же пунктом Положения «дилер – субъект товаропроводящей сети, осуществляющий реализацию (сервисное обслуживание) товара производителя от своего имени за свой счет на условиях, определенных соответствующим соглашением между ними» [25].

Из указанных выше определений вытекает, что в основу такого разграничения легли три критерия. *Во-первых*, дистрибьютор действует от имени производителя товара, дилер – от своего. *Во-вторых*, регион деятельности дистрибьютора ограничен, деятельность же дилера не ограничена определенным регионом. *В-третьих*, дистрибьютор осуществляет лишь реализацию товара, в свою очередь дилер осуществляет реализацию либо сервисное обслуживание товара.

Следует отметить, что приведенные в Положении определения понятий «дилер» и «дистрибьютор», а также их разграничение не соответствуют подходам, сложившимся в международной торговле и зарубежной доктрине.

Дистрибьютор всегда действует от своего имени. В принципе ситуацию, характеризующую дистрибьюторство, как она описана в Положении, когда дистрибьютор реализует продукцию от имени производителя за свой счет, очень сложно представить на практике. Формулировка «за свой счет» предполагает, что сторона (в данном случае дистрибьютор) приобретает товар, т. е. уплачивает его стоимость, соответственно право собственности на товар переходит к данной стороне. Таким образом, прежний собственник товара (поставщик по дистрибьюторскому договору) не вступает в правоотношения с покупателем товара при его дальнейшей перепродаже. В связи с этим не понятным остается, зачем дистрибьютору как новому собственнику товара при его перепродаже «представляться» другим лицом (прежним собственником).

Деятельность дистрибьютора предполагает перепродажу (реализацию) товаров и всегда ограничена определенным регионом. Техническое обслуживание товаров дистрибьютором является лишь дополнительной по отношению к основной деятельности по реализации товаров.

Видится, что разграничение понятия «дистрибьютор» и «дилер» в Положении является неверным. Более того, тот факт, что данные понятия являются синонимичными, делает их разграничение нецелесообразным. Единственным оправданием разграничения синонимичных понятий «дистрибьютор» и «дилер» (на упомянутом ранее в данной статье основании) в Положении может, на наш взгляд, служить цель ведения достоверной статистики способов продвижения товаров отечественных производителей за рубежом.

Классификатор видов поставок товаров, подлежащих учету при осуществлении экспортных операций, утвержденный тем же постановлением

Совета Министров Республики Беларусь от 21.12.2006 № 1699, поставкам товаров дистрибьютору и дилеру присваивает разные коды (08, 09 соответственно) [26]. То есть при каждой экспортной отгрузке в первичных учетных документах (грузовой таможенной декларации, статистической декларации) будет отражаться вид поставки. Так, создается система оперативного учета, позволяющая иметь информацию об экспорте по различным схемам. Следует учесть, что в данном случае схемы будут отличаться лишь тем, как в дальнейшем перепродается товар (на уровне опта либо розницы).

По мнению О. С. Деянковой, ввиду отсутствия иного законодательно-регулирующего дистрибьюторского (дилерского) договора отечественными субъектами хозяйствования может использоваться закрепленное в Положении определение дистрибьютора и дилера для уяснения схемы отношений между производителем и дистрибьютором (дилером) и соответствующего построения на ее основе договоров, опосредующих создание товаропроводящей сети отечественных производителей за рубежом [15].

На наш взгляд, терминологические проблемы, в том числе имеющие место в Положении о товаропроводящей сети отечественных производителей за рубежом, сказываются на правоприменительной практике: из 13 дел, связанных с дилерскими договорами, рассмотренных в белорусских хозяйственных судах за последнее время, ни в одном названии договора не сошлось с его содержанием.

Так, например, в деле № 16-10/05, рассмотренном Хозяйственным судом Гродненской области, стороны (субъекты хозяйствования Республики Беларусь) ссылались на дилерский договор, по которому истец (продавец) поручил ответчику (дилеру), а ответчик обязался за вознаграждение от своего имени, за счет и в пользу истца реализовывать путем оптовой торговли продовольственные товары. Фактически это договор комиссии, определение которого содержится в ст. 880 ГК Республики Беларусь [21].

Среди рассмотренных отечественными хозяйственными судами дел найдено лишь два, связанных с внешнеэкономическими дилерскими договорами.

В деле № 103-8/2006, рассмотренном Хозяйственным судом Гродненской области 2 октября 2006 г., стороны ссылались на договор, заключенный между производителем (Республика Беларусь) и дилером (Республика Молдова) о предоставлении права на продажу (дилерство), согласно которому Дилер покупает и продает от своего имени товар Производителя. Во исполнение дилерского договора было заключено дополнительное соглашение о поставке. Приведенные выше правоотношения соответствуют дистрибьюторству не полностью, так как стороны не договорились о регионе деятельности дистрибьютора. Лишь дилерский договор (дело № 507-7/04, рассмотренное Хозяйственным судом г. Минска 4 марта 2005 г.) закрепит

регион деятельности дилера и соответственно соответствует понятию дистрибьюторского договора. По данному дилерскому договору дилер (Республика Чувашия Российской Федерации) принял на себя обязанность по реализации и техническому сопровождению техники, запасных частей и товаров народного потребления от своего имени и за свой счет, произведенных поставщиком (Республика Беларусь) в Республике Чувашия Российской Федерации. Во исполнение договора заключались договоры купли-продажи.

Наблюдается тенденция игнорирования терминов «дистрибьютор» и «дистрибьюторский договор» сторонами при заключении договоров, что может быть объяснимо запутанностью и неверностью определения термина «дистрибьютор», закрепленного в отечественном законодательстве, а также повсеместного использования договаривающимися сторонами термина «дилерский договор» к договорам, по своей сути не являющимся таковыми. Отечественные хозяйственные суды не занимаются вопросами квалификации договоров, названными сторонами дилерскими, а применяют общие положения об обязательствах (как правило, во всех делах спорным является вопрос денежного исполнения обязательства).

Таким образом, дистрибьюторский (дилерский) договор можно определить как договор, по которому одна сторона (поставщик) обязуется поставлять на постоянной основе товары другой стороне (дистрибьютору), а дистрибьютор в свою очередь обязуется в рамках ведения предпринимательской деятельности приобретать товар у поставщика и осуществлять его продвижение на определенной территории путем перепродажи за свой счет и от своего имени.

Данный договор является договором особого рода, так как направлен на достижение общего для сторон результата (продвижение и сбыт конкретного товара на конкретном рынке). Невозможностью отнесения данного договора ни к группе договоров о передаче имущества в собственность, ни к договорам об оказании услуг, ни к договорам о возмездной передаче имущества и иных объектов гражданских прав в пользование объясняется отнесение дистрибьюторского (дилерского) договора к не поименованным в отечественном гражданском законодательстве.

В связи с вышеизложенным, на наш взгляд, необходимо внести коррективы в понятия «дилер» и «дистрибьютор» в постановлении Совета Министров Республики Беларусь от 21 декабря 2006 г. № 1699, утвердившем Положение о товаропроводящей сети отечественных производителей за рубежом, так как предложенные в данном нормативно-правовом акте определения не соответствуют мировой практике.

Так, дистрибьютор – субъект товаропроводящей сети, приобретающий у производителя товар и осуществляющий его продвижение на определенной территории путем перепродажи (либо перепродажи и сервисного об-

служивания) от своего имени и за свой счет в оговоренном регионе на условиях, определенных соответствующим соглашением. Дилер занимается той же деятельностью, но в отличие от дистрибьютора перепродажу осуществляет на уровне розничной торговли. Видится, что данные нововведения позволяют оптимизировать правоприменительную и договорную практику в сфере дистрибьюторства.

Литература

1. *Рачковский, Р. В.* Товаропроводящие сети субъектов хозяйствования Республики Беларусь за рубежом / Р. В. Рачковский // Промышленно-торговое право. – 2010. – № 5. – С. 16–17.

2. *Дашян, М. С.* Дистрибьюторский договор в международном коммерческом обороте / М. С. Дашян // Право и политика. – 2004. – № 12. – С. 68–77.

3. *Волянская, Р. В.* Дистрибьюторский договор и особенности его применения в сфере оборота гражданского оружия / Р. В. Волянская // Закон России: опыт, анализ, практика. – 2009. – № 1. – С. 43–47.

4. *Мозгов, М. В.* Квалификация и правовое регулирование дистрибьюторских договоров: предложения по изменению законодательства / М. В. Мозгов // Арбитражная практика. – 2009. – № 10. – С. 15–18.

5. *Руденко, А. В.* О дистрибьюторском договоре / А. В. Руденко // Юрист. – 2006. – № 8. – С. 30–31.

6. *Партин, А.* Дистрибьюторское соглашение в системе договоров по гражданскому праву России / А. Партин // Хозяйство и право. – 2009. – № 1. – С. 55–64.

7. *Канашевский, В. А.* Дистрибьюторские соглашения с иностранным лицом в российской коммерческой практике: материально-правовые и коллизионные вопросы / В. А. Канашевский // Закон. – 2008 – № 10. – С. 31–36.

8. *Борисова, А. Б.* Дистрибьюторский договор / А. Б. Борисова // Журн. российского права. – 2005. – № 3. – С. 56–64.

9. *Варданян, М. Л.* Дистрибьюторский договор как форма осуществления иностранными компаниями предпринимательской деятельности на территории России / М. Л. Варданян // Законодательство и экономика. – 2008. – № 8. – С. 48–52.

10. *Татарская, Е. В.* Дистрибьюторский договор в российской системе гражданско-правовых договоров / Е. В. Татарская // Вопросы гуманитарных наук. – 2007. – № 3. – С. 199–206.

11. *Вилкова, Н. Г.* Договорное право в международном обороте / Н. Г. Вилкова. – М. : Статут, 2004. – 511 с.

12. *Функ, Я. И.* Право международной купли-продажи товаров и торгового посредничества: в 3 кн. / Я. И. Функ. – Минск : Дикта, 2005.– Кн. 3: Международное торговое посредничество. – 296 с.

13. *Николаев, М.* Некоторые вопросы создания товаропроводящих сетей отечественных производителей за рубежом / М. Николаев // Консультант Плюс: Беларусь

3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2010.

14. *Калмыкова, М. Н.* Что лежит в основе дистрибьюторских отношений / М. Н. Калмыкова // Промышленно-торговое право. – 2010. – № 5. – С. 23–27.

15. *Деянкова, О. С.* Дилерский договор / О. С. Деянкова // Консультант Плюс: Беларусь 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2010.

16. Commercial Agency, Franchise and Distribution Contracts / Martijn W. Hesselink, Jacobien W. Rutgers, Odavia Bueno Diaz. – Oxford University Press, 2006. – 371 p.

17. *Bortolotti, F.* Drafting and Negotiating International Commercial Contracts. ICC The World Business Organization [A practical Guide] / F. Bortolotti. – ICC publication № 671, 2008. – 411 p.

18. *Campbell, D.* International Agency and Distribution Law [Electronic resource] / D. Campbell. – Salzburg : Yorkhill Law Publishing, 2008. – Vol. 1. – 620 p.

19. Типовой дистрибьюторский контракт МТП, новая редакция. Публикация 646Е. – М. : Консалтбанк, 2005. – 114 с.

20. US Legal Definitions Dictionary [Electronic resource] / Legal Dictionary. – Mode of access : <http://definitions.uslegal.com/d/distributorships-and-dealerships/html>. – Date of access : 18.09.2010.

21. Гражданский кодекс Республики Беларусь: с обзором изменений, внесенных в 2006–2008 гг. / В. С. Каменков. – Минск : Амалфея, 2008. – 736 с.

22. *Брагинский, М. И.* Договорное право / М. И. Брагинский, В. В. Витрянский. – 3-е изд. – Статут, 2001. – Кн. 1: Общие положения // Консультант Плюс: Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – М., 2010.

23. *Татарская, Е. В.* Непоименованные и смешанные договора / Е. В. Татарская // Российская юстиция. – 2007. – № 4. – С. 8–13.

24. *Беляева, Т.* Договоры без названия / Т. Беляева // Консультант Экспресс. Аналитика. – 2010. – № 16. – С. 41–45.

25. Об утверждении положения о товаропроводящей сети отечественных производителей за рубежом : постановление Совета Министров Республики Беларусь от 21.12.2006 № 1699 // Консультант Плюс : Беларусь 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2010.

26. Классификатор видов поставок товаров, подлежащих учету при осуществлении экспортных операций: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 21.12.2006 № 1699 // Консультант Плюс: Беларусь 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2010.

Статья поступила в редакцию 10 января 2011 г.