

К ВОПРОСУ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРАВОВОЙ ПРИРОДЫ ДИСТРИБЬЮТОРСКОГО ДОГОВОРА

К. А. Жвирбля

*Белорусский государственный университет, пр Независимости 4,
220030, г. Минск, Беларусь, ksenij.zhvirblya5@tut.by
Научный руководитель – О. О. Ядревский, кандидат юридических наук, доцент*

Дистрибьюторский договор – это важный правовой инструмент, используемый в коммерческой практике для распространения товаров или услуг. Понимание правовой природы этого договора имеет решающее значение для обеспечения четких деловых отношений и соблюдения юридических обязательств. В этой статье анализируются различные правовые теории, основные характеристики дистрибьюторского договора и отличия от смежных договоров.

Ключевые слова: дистрибьюторский договор, дистрибьюция, дистрибьютор, принципал, эксклюзивность, территория, маркетинговая поддержка, целевые показатели эффективности.

Дистрибьюторский договор не поименован в Гражданском кодексе Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. № 218-З (далее – ГК). Положений о нем не содержится и в иных нормативно-правовых актах.

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

В качестве наименований сторон дистрибьюторского договора предлагается принципал и дистрибьютор.

У принципала цель – расширить рынок сбыта и повысить узнаваемость товара. Дистрибьютор, как правило, получает эксклюзивные права на распространение товара на определенной территории.

Суды рассматривают каждый дистрибьюторский договор индивидуально, анализируя его содержание и учитывая установленные законом договорные модели. Если в договоре присутствуют признаки, характерные для определенного типа, вида или подвида договора, суд квалифицирует дистрибьюторский договор соответствующим образом.

Наиболее часто его квалифицируют как договор поставки или купли-продажи.

Так, в решении экономического суда Брестской области от 13 апреля 2022 г. суд установил, что 01.12.2020 между истцом и ответчиком был

заключен дистрибьюторский контракт, согласно ему, истец обязался продавать ответчику товар (биоудобрение гранулированное различных типоразмеров), наделяя ответчика исключительным правом на продажу товара на территории Республики Беларусь, а ответчик обязался своевременно осуществлять оплату каждой партии товара. С учетом положений статей 391, 424, 476 Гражданского кодекса Республики Беларусь, к отношениям сторон по передаче и оплате товара подлежали применению общие положения о купле-продаже [7].

Квалификация дистрибьюторского договора *в качестве смешанного договора* также активно воспринимается правоприменительной практикой. Такой договор включает в себя элементы договора купли-продажи (поставки) (п.1 ст. 424, ст. 476 ГК); договора комиссии (п. 1 ст. 880 ГК); договора франчайзинга (п.1 ст. 910 ГК), а также других видов договоров [5, с.434].

Квалификация договора в качестве смешанного имеет большое значение. Во-первых, учитываются все необходимые условия. Во-вторых, его можно подвергнуть законному регулированию (п. 2 ст. 391 ГК).

Слабым местом в классификации дистрибьюторского договора как смешанного является необходимость согласования всех существенных условий договоров, элементы которых содержатся в договоре [3, с.19-20].

Т. Ю. Григорьев рассматривает дистрибьюторский договор как *рамочный договор* в тех случаях, когда договор не содержит основных условий поставки и включает только общие условия продажи товаров [4, с. 28].

В литературе поддерживается точка зрения, что международный дистрибьюторский договор рассматривается в Руководстве, Типовом контракте, как организационный договор [2; 3].

На данный момент, ГК не закрепляет конструкцию рамочного договора, она будет введена 19.11.2024 ввиду вступления в силу изменений, принятых Законом от 13.11.2023 № 312-З «Об изменении кодексов».

В рамках этой позиции предмет такого договора не охватывает обязательство по поставке, но включает лишь организационные условия, связанные с поставкой и предшествующие заключению самостоятельных договоров поставки.

Дистрибьюторский договор также квалифицируют как *самостоятельный непоименованный тип договора* и применяют к нему общие положения ГК о договорах и обязательствах, без применения норм об определенных видах договоров.

В своей работе А.М. Партин отмечает, что дистрибьюторский договор является самостоятельным договором в системе договоров, не преду-

смотренным в ГК и относящимся к общей группе договоров, направленных на оказание услуг [6].

Учитывая различные подходы к определению природы дистрибьюторского договора, можно выделить его признаки, которые указывают на его самостоятельный характер.

1. Дистрибьютор является собственником товара в отношениях с третьими лицами;

2. Продажа товаров осуществляется дистрибьютором от своего имени и за свой счет;

3. Обязанностью дистрибьютора, помимо уплаты цены за товар, является обязанность осуществлять продвижение товаров, приобретаемых у принципала;

4. Дистрибьюторский договор может определять территорию, на которой действует дистрибьютор;

5. Возможно предоставление дистрибьютору права продажи, когда производитель утрачивает привилегированное положение на территории дистрибьютора;

6. Возможно ограничение свободы действий дистрибьютора обязательством воздерживаться от конкуренции;

7. Осуществление сбыта маркированных товаров под товарным знаком производителя.

В юридической литературе совершенно справедливо проводится различие между дистрибьюторским договором, направленным на продвижение продукции, и договором поставки, купли-продажи. Обязательства покупателя в договоре поставки, купли-продажи исчерпываются в принятии товара и уплате за него цены принципалу, в то время как в дистрибьюторском договоре покупатель осуществляет его дальнейшую реализацию и продвижение.

Отличие дистрибьюторского договора от посреднических договоров (договор поручения, договор комиссии, договор франчайзинга) усматривает в модели, по которой действует дистрибьютор. Дистрибьютор действует от своего имени и за свой счет. В договоре франчайзинга опосредуется иной экономический интерес: выгода от использования исключительных прав, в то время как в дистрибьюторском договоре такой интерес состоит в извлечении выгоды от реализации товара. Получение комплекса исключительных прав в этом случае осуществляется именно для целей продвижения и увеличения сбыта.

Хотя некоторые условия дистрибьюторского договора могут напоминать условия других договоров, он все же представляет собой непоименованный (нетипичный) договор, который не подпадает под конкретный тип гражданско-правового договора.

Учитывая то, что дистрибьюторский договор имеет свои отличительные признаки, полагаем, что он должен найти отражение в специальном законе или в ГК в качестве самостоятельного вида. Это бы облегчило деятельность судов и предпринимателей, а также сделало также более привлекательным белорусское законодательство с позиции применимого материального права для регулирования дистрибьюторских отношений.

Дистрибьюторский договор тяготеет к договорам об оказании услуг, поскольку в рамках такого договора дистрибьютор часто выполняет различные услуги, связанные с продвижением, реализацией и распространением товаров принципала.

Библиографические ссылки

1. Типовой дистрибьюторский контракт МТП. Монопольный импортер-дистрибьютор. Международная торговая палата. Публикация № 518 [Электронный ресурс]. URL: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30023318. (дата обращения: 12.02.2024).